

# Desarrollo de la Marca San Isidro 300 Años

## Contexto

- El 14 de Octubre de 1706 el capitán español Domingo de Acassuso firmó la escritura de fundación de la capellanía local.
- A partir de esa fecha se considera la fundación de lo que hoy se conoce como el Partido de San Isidro.
- En consecuencia, en 2006 San Isidro **cumplirá 300 años de existencia.**

Hay muchos **antecedentes de países y ciudades** del mundo que **han desarrollado una imagen de Marca específica para la celebración de sus aniversarios o eventos significativos**. Como ejemplos, podemos citar el trabajo reciente desarrollado por **Londres** para su candidatura a los Juegos Olímpicos, el festejo de los 300 Años de **San Petesburgo**, el de Barcelona para la realización del **Forum Mundial de las Culturas**, el que recientemente se realizó para celebrar los primeros 10 años de vida “online” del **Ayuntamiento** o los festejos por los **100 años de Las Vegas**.

## Estrategia

- **Crear una Marca** que connote alegría, entusiasmo, celebración y orgullo por la valiosa impronta que el partido de San Isidro ha construido a lo largo de estos 300 años.
- La idea fue impregnar a esta iniciativa del gobierno municipal de un espíritu de festejo colectivo, que fortalezca los **lazos comunitarios, consolide la identidad del Municipio, e intensifique la pertenencia local.**
- El programa de celebraciones apunta a **promover espacios de convivencia y conocimiento.** El conjunto de actividades en tal sentido, busca rescatar el pasado, reflexionar sobre el presente e imaginar y proyectar el futuro.

## Propuesta de posicionamiento

- San Isidro es un Municipio con una enorme **connotación histórica** y llena de **tradición**. No sólo por su larga historia, sino por los sucesos y personajes que han sido partes constitutivas de su comunidad.
- También **connota valores actuales**, modernos, de **nivel internacional**, y es percibida como una de las ciudades más singulares del conurbano bonaerense y del país.
- El **300° Aniversario** es un festejo que **sintetiza la historia** de San Isidro, revela la vigencia de sus mejores cualidades y, al celebrar su historia, encuentra en ella la **inspiración para construir con confianza el futuro**.

## Diagnóstico\*

- Se destaca el valor de la **integración** como un elemento característico y distintivo del Municipio, que refiere no sólo a la integración **social** de distintos sectores, sino también a la integración **geográfica** (lo urbano con lo natural) e **histórica** (el casco antiguo integrado al centro moderno).
- San Isidro es percibido por residentes y no residentes, como **un lugar especial** en comparación con otras ciudades del país. Existe un fuerte consenso respecto a que San Isidro “es distinto”.

\*Elaborado a partir del estudio de investigación realizado por el lic. Arturo Flier, 2004-2005.

- San Isidro es percibido, por la mayoría de sus habitantes, como un **lugar lindo**, donde da gusto vivir.
- San Isidro es **familiaridad**, y **acogimiento**. San Isidro es una comunidad de familias numerosas y amigos, caracterizada por la **vida barrial** (colegios y clubes).
- Fuerte **presencia religiosa**.

- Existe un **sentimiento de pertenencia** y de **identificación** con el lugar, que se vive como una distinción. *Orgullo* de ser de San Isidro.
- Se destaca el **carácter gregario** de los *sanisidrenses*, que más allá del nivel socioeconómico, estriba en una **idiosincrasia particular**.
- A su vez, existe hacia adentro, una fuerte identificación con la localidad de residencia, tan fuerte como con el Partido ("*soy Martinence y Sanisidrense*").
- El partido se compone de 5 localidades: Beccar, Villa Adelina, San Isidro, Martinez, Boulogne.



## Ideas Fuerza

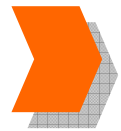
- ✓ Catedral
- ✓ Río
- ✓ Costa
- ✓ Árboles
- ✓ Plazas verdes
- ✓ Empedrado
- ✓ Deportes
- ✓ Aire libre
- ✓ Jardines
- ✓ Familia
- ✓ Amistad
- ✓ Comunidad
- ✓ Colegios
- ✓ Clubes
- ✓ Turismo
- ✓ Pasado y futuro
- ✓ Progreso...

## Ventajas Comparativas

- Es un lugar que **inspira “tranquilidad”**, vinculada a los numerosos **espacios verdes** de la Ciudad (las tradicionales tipas) y al entorno del río y su costa San Isidro ofrece una gran **variedad** cultural y artística (paseos históricos, museos, biblioteca, talleres abiertos a la comunidad). Cantidad y calidad de **centros de estudio de diversos niveles**.
- Excelente accesibilidad y conectividad con la Capital Federal y con las demás ciudades del conurbano bonaerense.  
**Accesibilidad terrestre, aérea y fluvial.**
- Tiene uno de los principales **hipódromos** del mundo (310 hectáreas, 11 pistas), que además es un pulmón esencial para la zona.

- San Isidro presenta una importante oferta de servicios de **recreación y diversión**: paseos de compras, shoppings, ferias, áreas para la práctica de deportes (sendas peatonales y ciclovías, canchas de rugby, golf, tenis, etc.), cine, teatro, discotecas, bares.
- Amplia y exclusiva **oferta gastronómica**. Se destacan los polos gastronómico del Boulevard Rocha, el corredor de la Avenida del Libertador, la calle Roque Sáenz Peña y la zona de la Ribera.

## Objetivos Generales



La Marca "San Isidro 300 años" colabora con:

- ✦ el desarrollo de *productos específicos* del 300º Aniversario (por ej.: merchandising)
- ✦ la realización de eventos atractivos para la generación de turismo (cultural, deportivo y gastronómico)
- ✦ la *atracción de inversiones* para financiar obras vinculadas a los festejos que enriquezcan el patrimonio permanente del Municipio.



La Municipalidad de San Isidro convocó a la consultora Management Político para el **desarrollo de la Marca San Isidro 300 Años** que acompañará a la comunidad sanisidrense durante los festejos de 2006.

El **objetivo** de la consultora fue crear la marca de los 300 Años de San Isidro con una *identidad visual moderna*, simbólica, actual, proyectable, comunicada con sus habitantes, el país y el mundo. ***Protagonista de un año que debe ser memorable para la ciudad y sus habitantes, y a la vez trascender las fronteras del Municipio,*** colaborando a fortalecer la gestión actual.



Desde Management Político se realizó un amplio llamado a **concurso a todas las agencias de publicidad, creativos, profesionales y artistas del país** para el desarrollo de esa Marca. Al mismo tiempo, la idea fue involucrar –a través de un jurado muy representativo- a los ciudadanos de San Isidro para la elección de la misma.

*Luego de una **excelente convocatoria** del concurso y respuesta de los participantes, Management Político junto con la colaboración de la Municipalidad de San Isidro se reunió a un **importante Jurado** con diversas personalidades de San Isidro e importantes profesionales del ambiente publicitario.*

## Propuestas Semifinalistas



Autor: Agencia GDB



Autor: Carlos de Marini

**Si 3000**

**Propuesta Ganadora:**

Agencia Fileni & Fileni

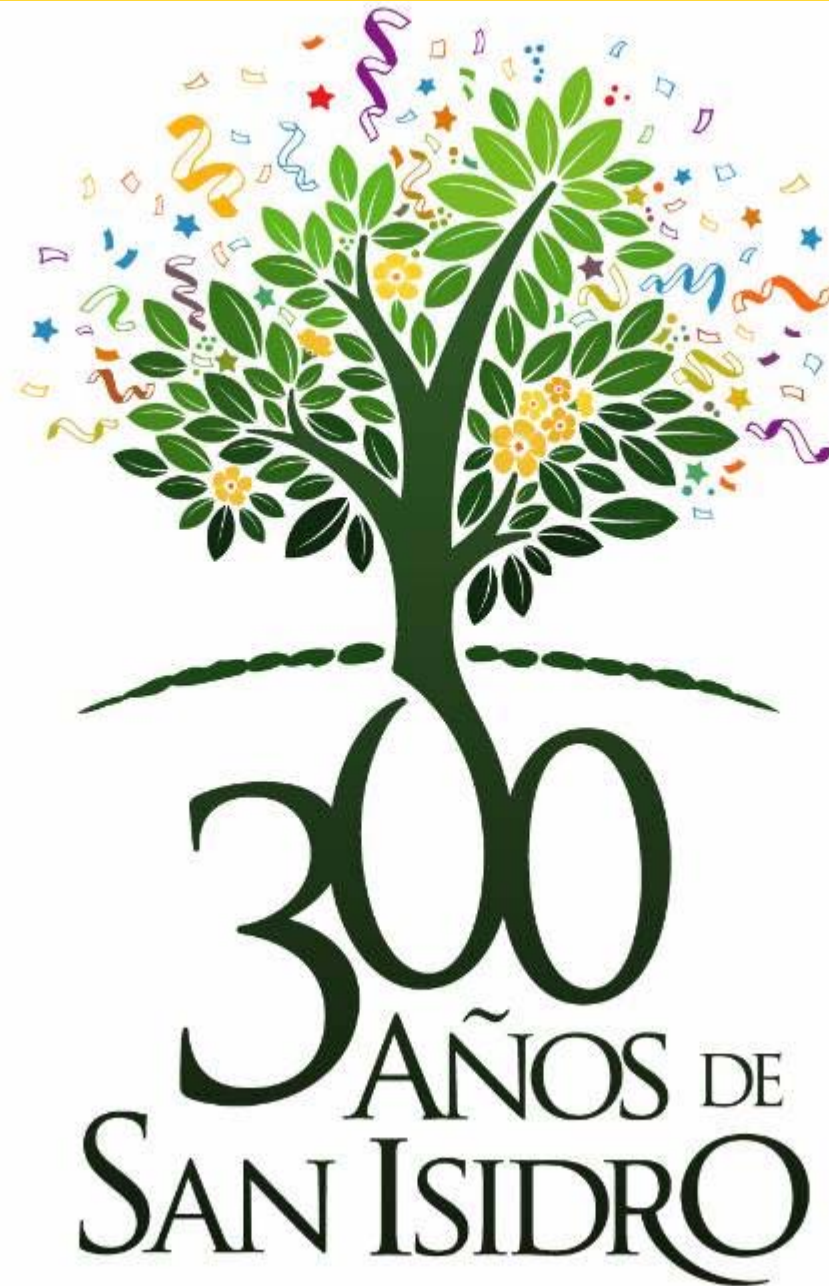
Nuestro pasado / Raíces profundas



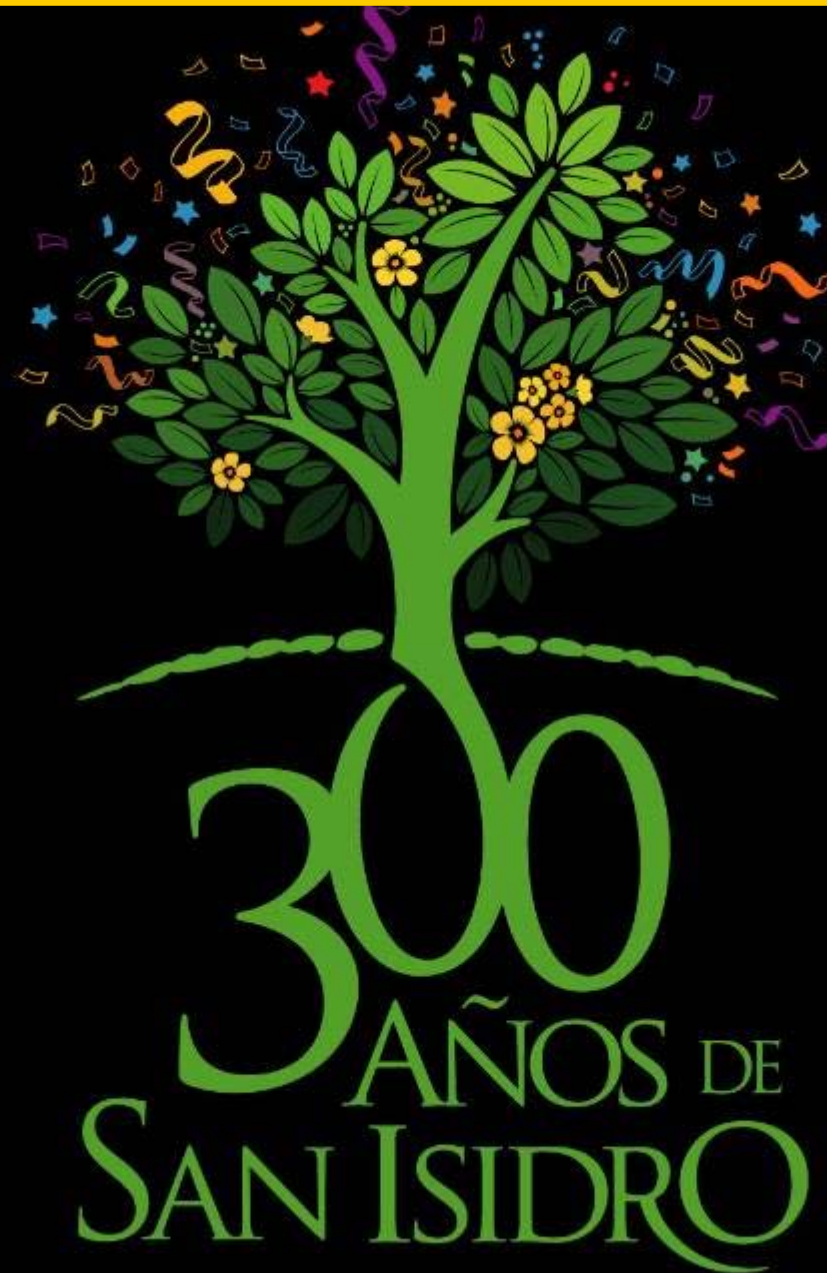


Nuestro Presente / Festejo

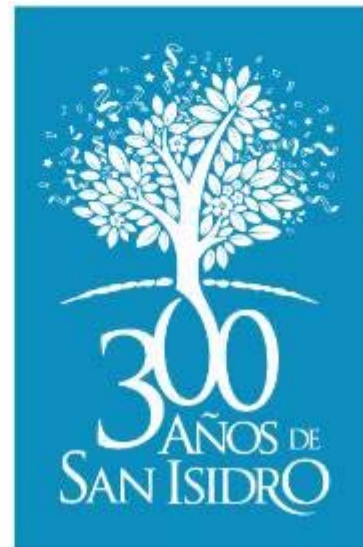
Nuestro Futuro / Crecimiento



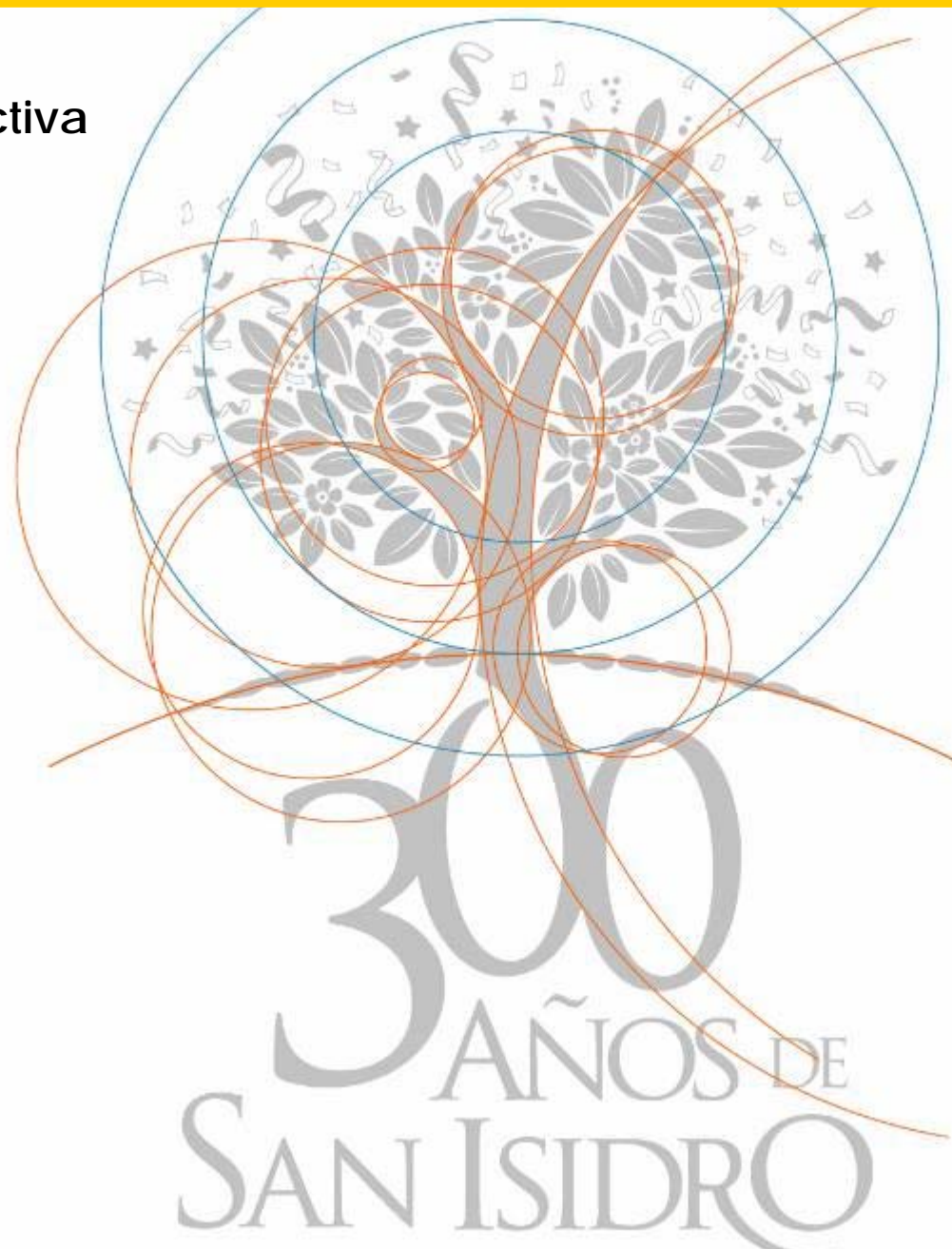








Grilla constructiva

























CADA DÍA MÁS NUESTRO