

Sociedad Mixta de Turismo de Gijón.

Marca de Ciudad de Gijón

1. Antecedentes

Durante los años 2008-2009 Gijón participó en el proyecto Soportes de Promoción de Ciudades cofinanciado por la Secretaría General de Turismo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y por la Federación Española de Municipios y Provincias. Gracias a este proyecto se elaboró un Plan Estratégico del Destino Turístico de Gijón 2008-2012, que propone siete de líneas de actuación, entre las que se incluye un Programa de Citymarketing que incorpora la creación de una marca de ciudad para el destino Gijón.

2. Objetivos

Construir la marca ciudad atractiva y diferente, determinar los valores emocionales y racionales de la marca, e identificar los grupos de interés en el objetivo principal. En el diagnóstico estratégico y en el proceso participativo con el sector realizado paralelamente, se ha identificado como punto de partida (¿) de Gijón respecto a su imagen y los nuevos signos de identidad de la ciudad. Se ha señalado como punto fuerte que la ciudad dispone de muchos atributos para generar una imagen de ciudad diferenciada, y como punto débil el desconocimiento de los valores y cambios habidos en la ciudad los últimos años; también se cuenta con una priorización de los valores de identificación de marca y diferenciadores respecto a otras ciudades competencia; el sector turístico considera que estos valores son en orden de importancia los siguientes: Ciudad abierta, acogedora y amable; ciudad innovadora y creativa; ciudad diversa, dinámica y participativa; ciudad con mar y costa; el centro para visitar Asturias, un lugar donde disfrutar de la gastronomía asturiana; la ciudad de La laboral y Villa Marinera.

El trabajo deberá de contemplar los siguientes apartados: situación de partida de Gijón, formular la visión de la ciudad, generar la identidad visual considerando aplicaciones actuales, determinar valores emocionales y racionales de la marca, determinar los argumentos comunicativos, identificar los grupos de interés de la marca Gijón (tácticos, coyunturales y estratégicos) tanto internos como externos.

3. Preselección de Empresas

El Consejo de Administración de la Sociedad Mixta de Turismo de Gijón S.A. (en adelante SMTG) en su sesiones de 23 de diciembre de 2008 y 13 de febrero de 2009, entre otros, adoptó el acuerdo de aprobar el pliego de condiciones para la contratación por procedimiento restringido de **“una Agencia Creativa, especializada en Citymarketing mediante concurso de ideas para la creación de una marca de ciudad para Gijón con su logotipo asociado y un plan de comunicación de la misma”**.

Finalizado el plazo de recepción de solicitudes de participación el 13 de marzo de 2009 se recibieron en la SMTG dieciocho (18) solicitudes de participación, resultando seleccionados las que obtienen una valoración comprendida entre las **cinco** de mayor solvencia, proponiendo la selección de las solicitudes de participación de las siguientes empresas: **EUROGAP S.L.; CIAC – CONSULTORÍA EN IMAGEN ACCIÓN Y COMUNICACIÓN S.A.; CLARET SERRAHIMA I ASSOCIATS S.L.; BITACORA PUBLICIDAD S.L.U.; y MEDINA VILALTA & PARTNER S.L.**

4. Selección de la propuesta de Marca.

Como resultado del proceso de selección de solicitudes de participación anteriormente descrito, la Presidencia de la SMTG el 14 de abril de 2009 resolvió seleccionar para el procedimiento restringido de referencia las solicitudes de participación de las siguientes cinco

empresas anteriormente citadas. Se remitió extracto de la citada resolución y las invitaciones a participar en el procedimiento, fijando el plazo de presentación de las propuestas, previsto de 45 días, en el viernes 29 de mayo de 2009.

El Órgano de Asistencia al Órgano de Contratación, vistas las consultas de varias de las empresas seleccionadas, y con el fin que las mismas puedan transmitir de una forma más directa su propuesta de marca de ciudad consideró la posibilidad de realizar una sesión de presentación individual de las propuestas a celebrar en la mañana del viernes 5 de junio.

Finalizado el plazo de recepción proposiciones el 29 de mayo de 2009 se recibieron en la SMTG cinco proposiciones de las cinco empresas invitadas a participar en el procedimiento restringido.

El Órgano de Asistencia al Órgano de Contratación, el jueves 4 de junio de 2009, procedió a la apertura del Sobre A “Oferta económica” y la “Propuesta técnica” y al estudio de las documentaciones presentadas en las Propuestas Técnicas, se realiza una primera revisión general de las propuestas previa a la sesión de presentación prevista para el día siguiente. Se realiza la sesión de de presentación individual de las propuestas en la mañana del viernes 5 de junio. Durante la realización de la sesión se le solicitaron diversas aclaraciones a las empresas. Se reúne de nuevo el miércoles 10 de junio de 2009 y procedió a la valoración definitiva de las ofertas tras la recepción de todas las aclaraciones solicitadas en el día de la presentación. Para otorgar el contrato objeto de esta licitación, se siguieron los criterios de adjudicación previstos en el pliego de condiciones, por orden de importancia: Diseño de la Marca; Desarrollo de Aplicaciones; Propuesta del Plan de Comunicación; y Oferta Económica.

Todas las proposiciones son clasificadas por orden de mejor a peor respecto a cada uno de los requisitos de solvencia.

Una vez transformadas las puntuaciones obtenidas por la ponderación del criterio de selección respectivo y ponderada la oferta económica el Órgano de Asistencia al Órgano de Contratación de la SMTG realiza informe – propuesta de adjudicación del procedimiento negociado de referencia proponiendo a la empresa: **CIAC – CONSULTORÍA EN IMAGEN ACCIÓN Y COMUNICACIÓN S.A.** como oferta más ventajosa. La presidencia de la SMTG adjudicó definitivamente el 10 de julio de 2009 a la empresa anteriormente citada el contrato de: **“Agencia Creativa, especializada en Citymarketing para la creación de una marca de ciudad para Gijón con su logotipo asociado y un plan de comunicación de la misma”** para la Sociedad Mixta de Turismo de Gijón.

The logo for Gijón is written in a bold, red, cursive script. The letters are thick and rounded, with a fluid, handwritten feel. The 'g' is particularly large and loops around the 'i'. The 'j' is also large and has a long, sweeping tail that extends downwards. The 'ó' is a simple, rounded letter with a small dot above it. The 'n' is also rounded and has a small hook at the end.

Asturias con sal