



Ciudad de la Costa, 27 de diciembre de 2022

GOBIERNO MUNICIPAL DE CIUDAD DE LA COSTA

RESOLUCIÓN No. 608/2022 ACTA N° 38/2022

VISTO: El Proyecto de sistema de comunicación visual, propuesto por la Fundación CID (Fundación para la competitividad, la Innovación y el Desarrollo de Canelones), redactado por el Lic. Diego Canessa, en adjunto.

RESULTANDO: Que el mismo surge de la coordinación entre dicha Fundación, el Gobierno Municipal y la Agencia de Promoción a la Inversión de Canelones.

CONSIDERANDO I: Que trata de la colocación de pantallas y banners en puntos estratégicos de la ciudad, cuya recaudación será volcada en la adquisición de recursos materiales y obras en beneficio de la comunidad.

CONSIDERANDO II: Que se deberá estudiar la viabilidad jurídica de la implementación de dicho proyecto.

CONSIDERANDO III: Que existe una continuación del trabajo realizado por parte de la Comisión de Enlace de Empresas, según Resolución N° 472/2022 del Gobierno Municipal, donde se busca el relacionamiento directo con las empresas ya instaladas en la ciudad y las futuras.

CONSIDERANDO IV: Que habiendo sido tratado en Sesión Extraordinaria Número 38 de fecha 27 de diciembre de 2022 de este Gobierno Municipal se hace necesario dictar el correspondiente acto administrativo.

ATENCIÓN: A lo precedentemente expuesto.

EL CONCEJO DEL MUNICIPIO DE CIUDAD DE LA COSTA


RESUELVE:

- 1. APROBAR EL PROYECTO DE SISTEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL, EN ADJUNTO, PROPUESTO POR LA FUNDACIÓN CID (FUNDACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD, LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO DE CANELONES).**


2. ELEVAR EL MISMO AL SR. INTENDENTE Y A LAS DIRECCIONES GENERALES CORRESPONDIENTES.
3. POR LA SECRETARÍA DEL MUNICIPIO INCORPÓRESE AL REGISTRO DE RESOLUCIONES.
4. COMUNÍQUESE A LA SECRETARÍA DE DESARROLLO LOCAL Y PARTICIPACIÓN, Y DEMÁS OFICINAS QUE CORRESPONDAN. CUMPLIDO ARCHÍVESE.-



ANGEL ROJAS
CONCEJAL
MUNICIPIO CIUDAD DE LA COSTA




Beatriz Balparda
CONCEJAL
MUNICIPIO CIUDAD DE LA COSTA



Alvaro Pévere
ALCADE (I)
MUNICIPIO CIUDAD DE LA COSTA



Stella Viel
CONCEJAL
MUNICIPIO CIUDAD DE LA COSTA



Alejandro Avila
CONCEJAL
MUNICIPIO CIUDAD DE LA COSTA



Ciudad de la Costa Proyecto de sistema de comunicación visual

Contenidos:

- 1) Antecedentes
- 2) Tres ejes del sistema de comunicación
- 3) Sistema de identidad visual
- 4) Un solución integral
- 5) Forma jurídica
- 6) Marcas y patrocinios comerciales
- 7) Plan piloto
- 8) Sigüientes pasos

Redactado por Lic. Diego Canessa, 15 de Noviembre de 2022.



1) Antecedentes

El presente documento se enmarca en la relación de trabajo creada entre el Municipio de Ciudad de la Costa y la Fundación para la Competitividad, Innovación y Desarrollo de Canelones, mediante comunicaciones escritas y resoluciones del Consejo Municipal para identificar áreas de mejora a la gestión con empresas y proponer proyectos en beneficio a la comunidad.

La intención de unir esfuerzos con empresas se ha comunicado a través de misivas entre la Alcaldesa de Ciudad de la Costa Sra. Sonia Misirián, el presidente de la Fundación CID Canelones Sr. Jorge Tomasi, el director y vicedirector de las Agencia de Promoción a la Inversión de Canelones Sres. Julio Filippini y Gerardo Amengual respectivamente.

La primera necesidad detectada a ofrecer soluciones es la captación de recursos materiales y económicos, para ser volcados en obras en favor de la comunidad de Ciudad de la Costa. Específicamente en sus necesidades de infraestructura en sus instituciones educativas y deportivas, y en los espacios de uso público (plazas, veredas y sendas) .

Para brindar una solución de corto, mediano y largo plazo se propone al Consejo de Ciudad de la Costa, diseñar e implementar un sistema de comunicación integral. Este sistema lo compondrá una serie de pantallas y banners, ubicados en puntos seleccionados de la ciudad, y serán gestionados mediante un programa de software que permita, de forma remota y centralizada, manejar los contenidos a comunicar.

Una necesidad, recursos económicos para hacer obras en Ciudad de la Costa. Una solución innovadora, un sistema de pantallas y banners led de alto impacto.



2) Ejes del sistema de comunicación

Hay tres componentes de la función de comunicación de Ciudad de la Costa que el proyecto que se propone articula de forma innovadora, son:

Branding

La marca institucional de Ciudad de la Costa será la imagen central del presente proyecto en toda la extensión del área geográfica que la compone. Se presentará una única marca institucional, con una serie de sub-marcas asociadas (correspondientes a los principales barrios de la ciudad como Solymar, Lagomar, El Pinar y otros). Se presentan así las localidades de la ciudad como componentes del sistema de identidad institucional.

Sponsorship

Las instituciones educativas, deportivas y sociales que reciben fondos y materiales, provenientes del sistema de comunicación que el proyecto propone, serán la base de un círculo virtuoso. Los ciudadanos ven donde son volcados los recursos que genera el sistema de comunicación, y las marcas auspiciantes pueden visualizar los públicos a los que benefician directamente sus esfuerzos.

Advertising

Marcas, productos y servicios, tanto públicos como privados, podrán contar con un sistema de comunicación, de pantallas gigantes y banners, que aseguren una comunicación de alta calidad e impacto. Actualmente las ofertas para captar inversión publicitaria en el Municipio de Ciudad de la Costa son escasas y fragmentadas.

Un sistema de comunicación que presenta la marca Ciudad de la Costa, sus instituciones e infraestructura en constante mejora, y las empresas que presentarán marcas y productos en apoyo a la comunidad.



3) Sistema de identidad visual

El presente proyecto propone crear un sistema de comunicación mediante pantallas led de alto impacto y circuitos de banners ubicados en puntos estratégicos seleccionados, que sean propiedad del Municipio de Ciudad de la Costa, sobre sus avenidas articuladoras más importantes..

Esto asegura que la población local y todos quienes circulen por Ciudad de la Costa, reciban los mensajes a ser emitidos por el sistema de comunicación a desarrollar.

Los componentes del sistema serán de pantallas gigantes, paletas y un programa de software para la gestión de las pautas publicitarias y los contenidos hagan de forma remota. Un software especialmente programado para la gestión de los contenidos es un componente diferencial que asegurará la eficiencia del proyecto.

Dos soportes de comunicación, pantallas led de alto impacto y circuitos de banners digitales. Ubicados en las principales arterias de Ciudad de la Costa. Un sistema de comunicación en una ubicación estratégica, que asegura la comunicación a un público objetivo de mucho interés para las marcas.



4) Una solución integral

El sistema holístico que se propone deberá tener un equipo de trabajo para garantizar:

El contenido

La comunicación institucional de Ciudad de la Costa, de las instituciones beneficiarias del sistema y de las marcas auspiciantes, serán gestionadas por un equipo profesional que conozca la ciudad y el mercado publicitario.

El mantenimiento

La instalación, mantenimiento de la infraestructura y gestión del sistema de software deberá ser desarrollada por personal idóneo, que garantice el funcionamiento del sistema durante todo el ciclo de vida del proyecto.

La comercialización

La formación de un equipo de ventas con la capacidad para captar marcas, empresas privadas e instituciones públicas es una función vital del proyecto. Se tomará contacto con el mercado publicitario nacional y para ofrecer servicios innovadores.

El proyecto identifica tres áreas de talento humano necesario para desarrollar la tarea con éxito: comunicadores, técnicos (eléctricos y programadores) y vendedores publicitarios.



5) Marco jurídico para desarrollar el proyecto

La Fundación CID Canelones es una entidad privada sin fines de lucro, su forma de acción toma dos vectores principales:

- a) Acciones con empresas e instituciones
- b) Emprendimientos con fines empresariales

El presente proyecto toma la forma de un emprendimiento empresarial, en la forma de un plan piloto para crear un activo en favor del Municipio de Ciudad de la Costa. Luego del proceso de creación e implementación, se pasará a asesorar sobre la administración y control del sistema creado.

La forma operativa que se propone es a través de un fideicomiso. Esta herramienta brinda la posibilidad de desarrollar un patrimonio a partir de “contratos publicitarios”, para así realizar las inversiones en tecnología, infraestructura y recursos humanos necesarios para poner el sistema a funcionar.

La ley de Fideicomiso vigente en Uruguay define tres figuras: Fideicomitente (en el marco de este proyecto es Ciudad de la Costa), Fiduciaria (quien recibe el encargo de hacer el fideicomiso, en este caso F-CID) y los beneficiarios (Ciudad de la Costa y las instituciones que sus consejeros definan).

Una vez creado el marco conceptual, y su aplicación táctica mediante un Fideicomiso, se puede emprender un sistema de Leasing entre los proveedores de tecnología, para adquirir los elementos necesarios.

Este proyecto propone crear un Fideicomiso, para emprender 30 meses de tareas, con el fin de crear un sistema de comunicación e iniciar su operación para captar recursos. Luego propone hacer una licitación pública entre las empresas especializadas del segmento de publicidad exterior para obtener el mejor rédito comercial posible.



6) Marcas y patrocinios comerciales

El mercado objetivo del proyecto es el de la inversión publicitaria en el Uruguay, se estima que el tamaño del mismo es entre 280 y 300 millones de dólares anuales.

Un análisis futuro más detallado brindará la estrategia para crear las tácticas de acción necesarias para acceder al 1% de los montos publicitarios antedichos, es decir entre 2,8 y 3 millones de dólares en un marco de 24 meses.

Porcentajes de presencia de mensajes en el sistema de la comunicación a crear:

- 50% marcas comerciales
- 25% comunicación institucional del Municipio
- 25% contenidos de los proyecto patrocinados

La meta es crear un sistema de comunicación de alto impacto para presentar a Ciudad de la Costa como la segunda ciudad más importante de Uruguay, y uno de los espacios geográficos que capta más inversión del país. Conexión entre Montevideo, Maldonado y Rocha. Un lugar de mucho interés para las marcas más importantes.



7) Plan piloto

Se propone realizar un plan en 3 secuencias:

- Planificación, 3 meses
- Evaluación, un mes
- Implementación, 24 meses

La meta es lograr un proyecto razonable, coherente y viable en su realización. Definir un plan de acción y emprender una campaña de pre-comercialización de los espacios publicitarios, asociando marcas y empresas en un sistema innovador que creará beneficios tangibles para los ciudadanos, y que sea factible de ser replicado en otras ciudades de Canelones.

Un sistema de comunicación propio de Ciudad de la Costa será un activo. Si ese activo genera recursos que son volcados a la comunidad, entonces puede generar un sistema virtuoso. Eso impactaría favorablemente en la vida de la Ciudad de la Costa y sus habitantes.

8) Siguiendo pasos

Analizar la factibilidad de la idea con los responsables del Municipio, F-CID y la Agencia de la Promoción a la Inversión de Canelones.

Estudio de la viabilidad jurídica de la solución propuesta y de las formas jurídicas seleccionadas: F-CID, Fideicomiso, Leasing de compra, Licitación de uso del sistema creado.

Selección de ubicaciones físicas para el sistema de comunicación, lugares específicos de alta visibilidad.

Propuesta de acción de 100 días, para diseñar anteproyecto y proyecto, en la forma de un programa de planificación.

Síntesis:

La necesidad inicial detectada fue la falta de recursos económicos para volcar en obras requeridas por la gente. Ante este problema, presentamos una oportunidad de innovar como solución, crear un sistema de identidad visual propio de Ciudad de la Costa.

Todos los elementos que se proponen en el presente proyecto se pueden materializar. F-CID ha destinado recursos humanos y materiales para realizar este documento y su presentación asociada.

Documento elaborado por:



Lic. Diego Canessa

Parque de las Ciencias, 15 de noviembre de 2022.