

Barcelona y Catalunya, de la confrontación al entendimiento

***Sumar las marcas de país y capital
para atraer negocio internacional y
apoyar la globalización local***

Estudios:
Barcelona a ojos del mundo
Posicionamiento estratégico de la marca Catalunya

Esade Brand Institute
14/12/2011

Dos estudios, un reto

El Centro de la Marca de ESADE ha realizado durante el 2010-2011 la primera fase de dos estudios de forma independiente:

1.- **Barcelona a ojos del mundo.** Encargado por :

Ayuntamiento de Barcelona (2.741 encuestas a ciudadanos de 9 países, 27 entrevistas a líderes de opinión y extracción en internet de comentarios en inglés sobre la ciudad. Los países de la muestra son Francia, Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, México, Brasil, India y Japón)

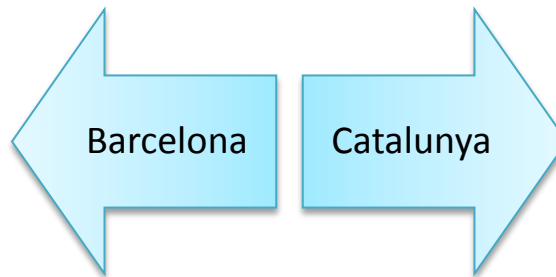
2.- **Posicionamiento Estratégico de la Marca**

Catalunya. Encargado por Patronat Catalunya Món (entidad que lidera el proyecto y coordina el Comité Marca Catalunya formado por organismos públicas y privadas como Generalitat, Fundació Femcat, Cambra de Comerç y Ajuntament de Barcelona, entre otros). Primera aproximación a la construcción de una marca de país.

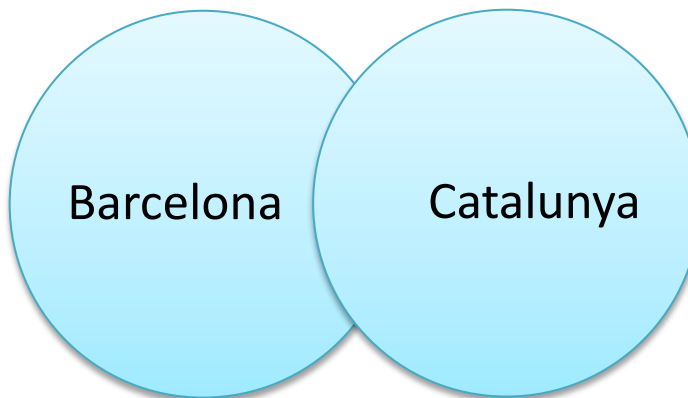
Dos estudios, un reto

Leídos conjuntamente invitan a plantear la relación de las dos marcas como complementarias

Abandonar su confrontación histórica



Y apostar por sumar, complementarse, potenciarse mutuamente



Barcelona y Catalunya dos marcas complementarias

La Barcelona de los tópicos

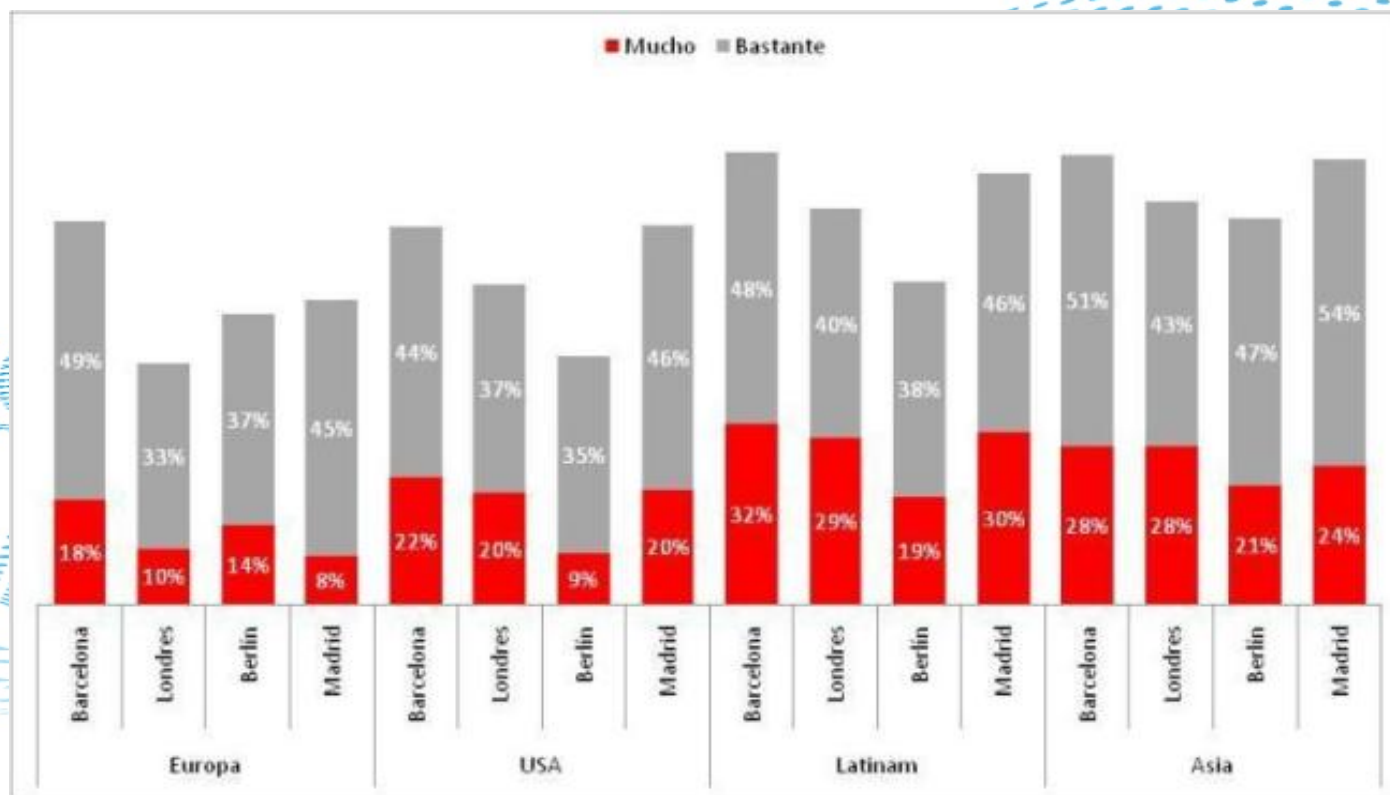
Cuando piensas en Barcelona con que la asocias de forma espontanea?



Barcelona y Catalunya dos marcas complementarias

Barcelona un buen lugar para vivir

¿En cual de estas ciudades preferirías vivir ?



Regiones

Fuente: Estudio cuantitativo MEDIAPRO

Barcelona y Catalunya dos marcas complementarias

Barcelona una experiencia vibrante

Si Barcelona fuese una persona con que adjetivos la describirías?

Europa



Llatinoamérica



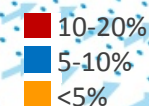
EE.UU.



Asia



Penetración



Barcelona y Catalunya dos marcas complementarias

Barcelona turística

¿Des de un punto de vista turística, qué vincularías a Barcelona?



El nivel global de asociación de la ciudad a sus museos (12,8%) supera al de la playa (12,3%) y al del fútbol (10%).

Barcelona y Catalunya dos marcas complementarias

Barcelona capital de ... ?

Niveles de asociación espontánea de Barcelona con Catalunya y el catalán

Catalunya
(4,2%)

Catalán
(1,5%)

	Ha estat a Barcelona	No ha estat a Barcelona
Total (4,2%)	5,8%	3,2%
Europa (5,7%)	7,4%	3,4%
Estats Units (0,3%)	0,5%	0%
Llatinoamèrica (5,3%)	7,7%	4,3%
Àsia (3,3%)	3,6%	3,1%

	Ha estat a Barcelona	No ha estat a Barcelona
Total (1,5%)	2,2%	1%
Europa (1,7%)	1,9%	1,3%
Estats Units (0,7%)	2,4%	0%
Llatinoamèrica (2,3%)	3%	2,1%
Àsia (1%)	2,2%	0,5%

Barcelona y Catalunya dos marcas complementarias

Barcelona



Catalunya



- Necesita ser capital de un país
- Cuenta con imagen internacional consolidada positiva para el turismo
- Debe apartarse de los tópicos unidos a la marca España que NO funcionan en negocios, tecnología o investigación
- Bien posicionada en turismo cultural
- Buen nivel y calidad de vida
- No se relaciona suficientemente con Cataluña y el catalán



- Necesita una capital potente e internacional
- Debe construir una marca internacional
- Debe contar con la aportación de las marcas que agrupa, en especial la de Barcelona
- Gran potencialidad en turismo cultural
- Buen nivel y calidad de vida
- No se relaciona suficientemente con Barcelona

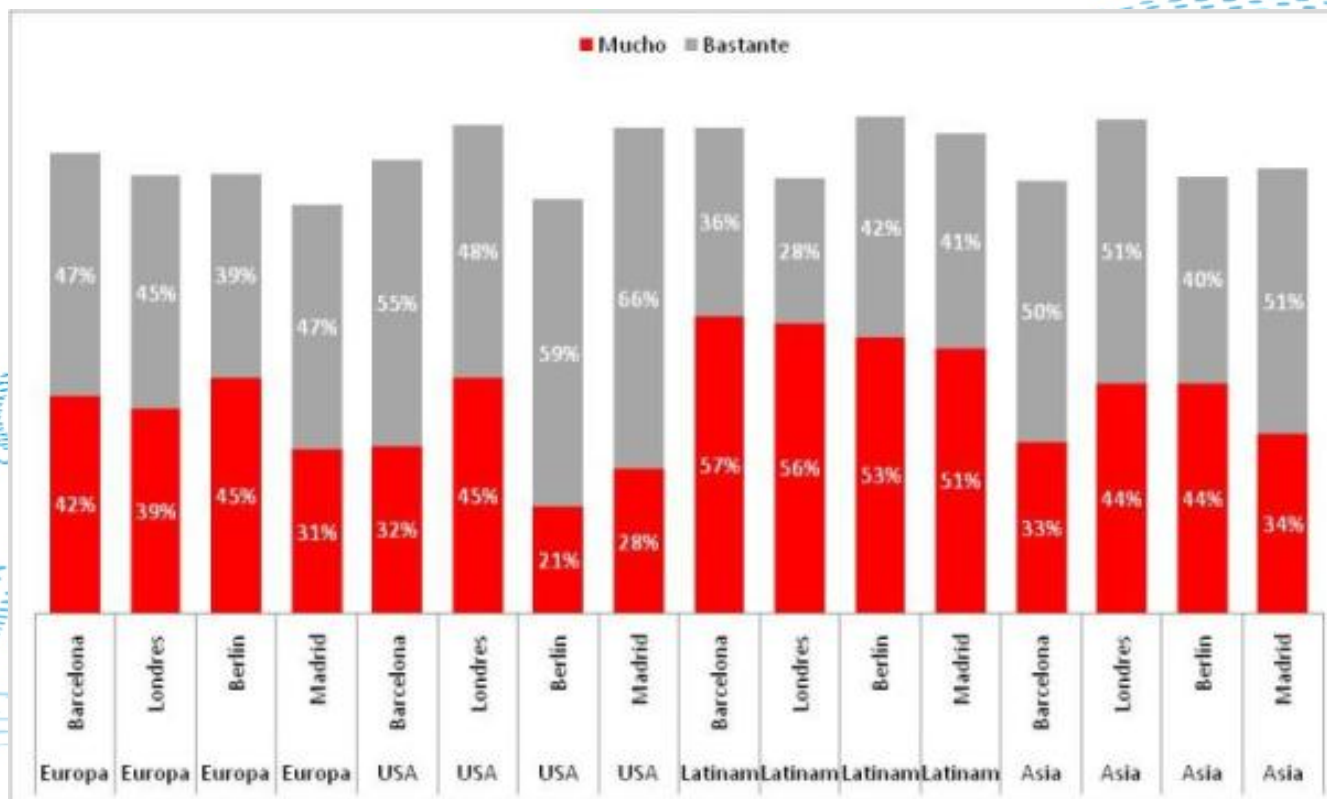
Ciudad y país de negocios

A nivel económico Barcelona se vincula al turismo

¿Des de un punto de vista económico con que vincularías Barcelona?



Adecuación y atractivo para la organización de eventos empresariales



Regiones

Fuente: Estudio cuantitativo MEDIAPRO®

Todas las regiones coinciden en percibir un bajo nivel de conocimientos de idiomas principalmente el inglés

Ciudad y país de negocios

Barcelona hub de la innovación

¿ Des de un punto de vista científico y de innovación, qué vinculas a Barcelona?

Rasgos globales



Europa



Latinoamérica



EE.UU.



Asia



Penetración



Ciudad y país de negocios

Barcelona ciudad vinculada a la creatividad



Barcelona
(37%)



Londres
(31,2%)



Berlín
(35,3%)



Madrid
(33,2%)

¿Qué marcas comerciales asocias a Barcelona?

EL CORTE INGLES
COCA COLA
REAL MADRID
NISSAN
MANGO
FC BARCELONA
desconozco
NIKE
ADIDAS

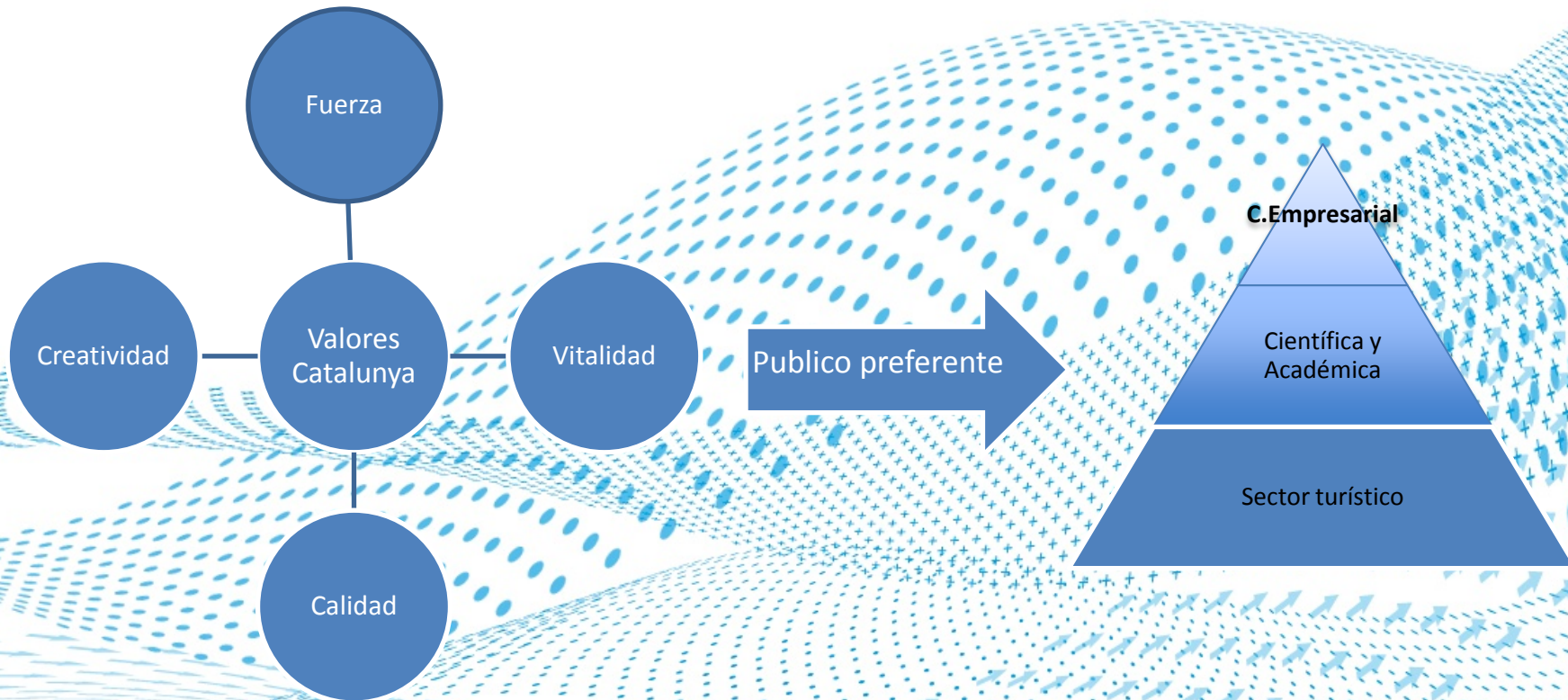
MASSIMO DUTTI
DIESEL
CAMPER
SEAT
ZARA
LOEWE
SANTANDER
ARMANDO TESTA
POMME
TELEFONICA

Penetració

- 10-20%
- 5-10%
- <5%

Ciudad y país de negocios

Catalunya tierra de talento



Ciudad y país de negocios

Catalunya tierra de talento



Ciudad y país de negocios

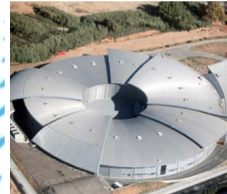
Barcelona



Catalunya



- Debe potenciarse cómo ciudad de negocios
- Gran potencial como hub de la innovación (empresa + investigación + universidad)
- Se dibuja como capital europea de la creatividad
- Ciudad para el emprendimiento tecnológico e innovador
- Posicionada en el mapa global



- Tiene una gran potencial cómo país de negocios
- Cuenta con valores como la Fuerza (tejido empresarial y asociativo) y la Calidad
- Se perfila como tierra de talento. país innovador y vanguardista
- País de emprendedores
- Necesidad de proyectarse como marca internacional

Barcelona y Catalunya, de la confrontación al entendimiento

***Sumar las marcas de país y capital
para atraer negocio internacional y
apoyar la globalización local***

Estudios:
Barcelona a ojos del mundo
Posicionamiento estratégico de la marca Catalunya

Esade Brand Institute
14/12/2011