



Barómetro
marca ciudad

Evaluación de marca ciudad **ANTOFAGASTA**

Desde las asociaciones espontáneas y cualitativas, la imagen de Antofagasta es igual a **la postal más vista de la zona.**



Barómetro
marca ciudad

LAPLAYA
SOL TRANQUILO
ÁRIDO VACACIONES
PORTADA FAMILIA
LEJANA FEA MAR
NORTE ARENA CARO
TURISMO SECA GRANDE
DESERTO CALOR, MINERÍA
COBRE TRABAJO



visión humana
La otra mirada

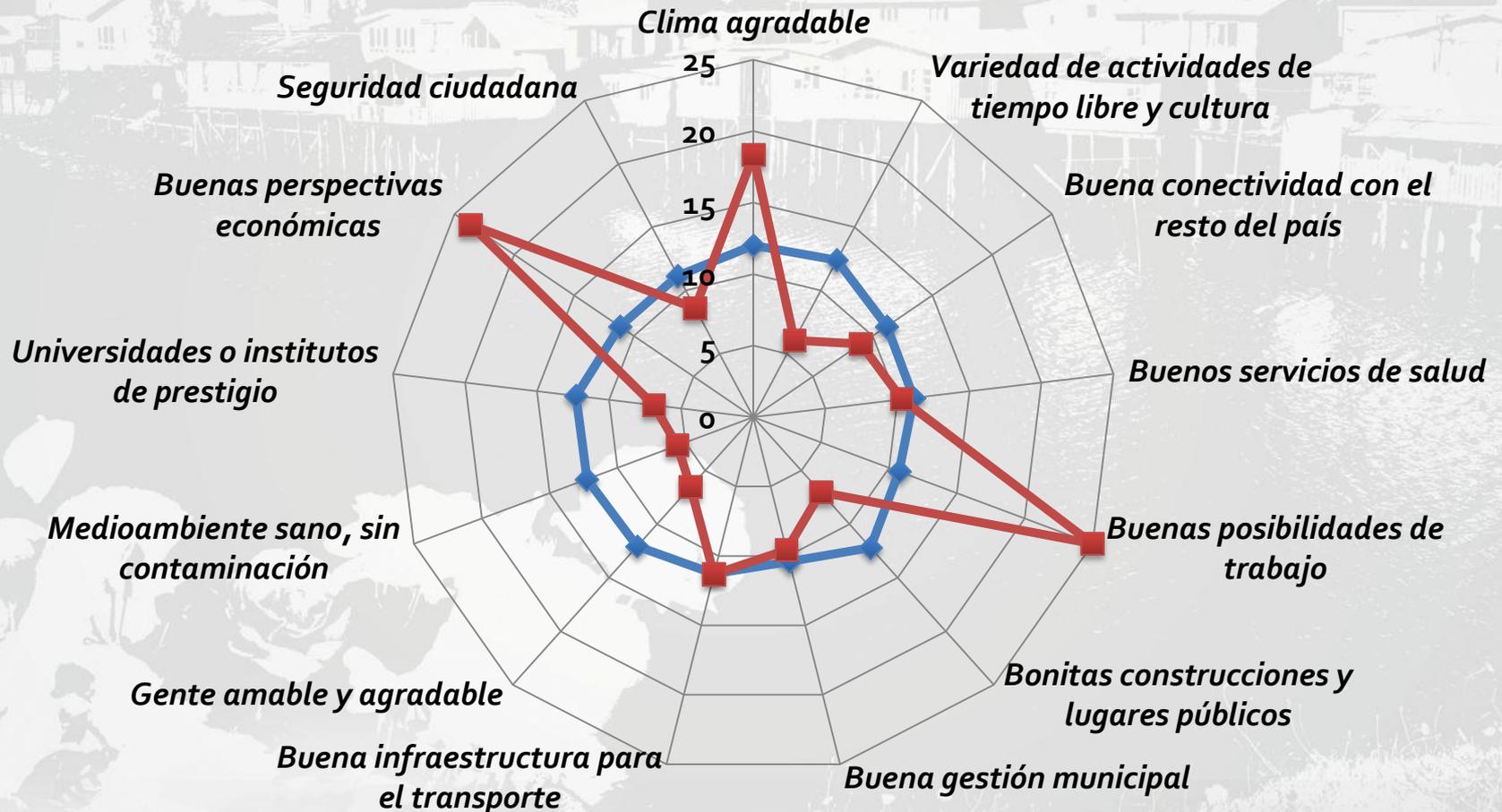
Aunque claramente hay más postales o historias que contar.



Antofagasta es más que una ciudad, es una zona, es una región.

Desde la evaluación específica, destaca **en perspectivas laborales y económicas**, como en también en la valoración de su clima.

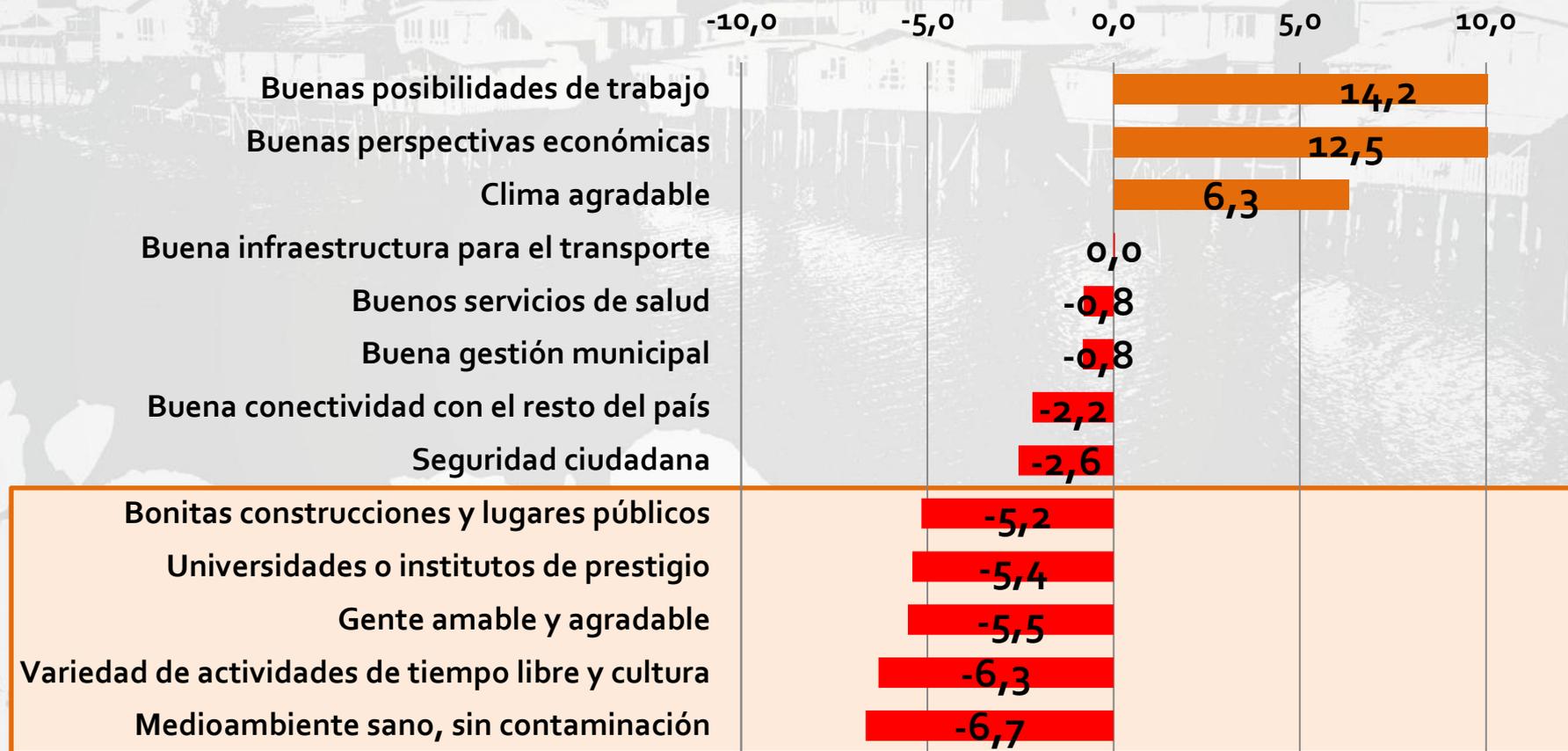
— Promedio Otras Ciudades — Antofagasta



Análisis de diferenciales en atributos

% que elige a cada ciudad entre las 3 que más proyectan una imagen asociada al atributo, sin considerar la ciudad en la que reside

Mientras se muestra claramente **más débil en** aspectos gratificantes que podrían posicionarla **como una ciudad con mayor calidad de vida.**

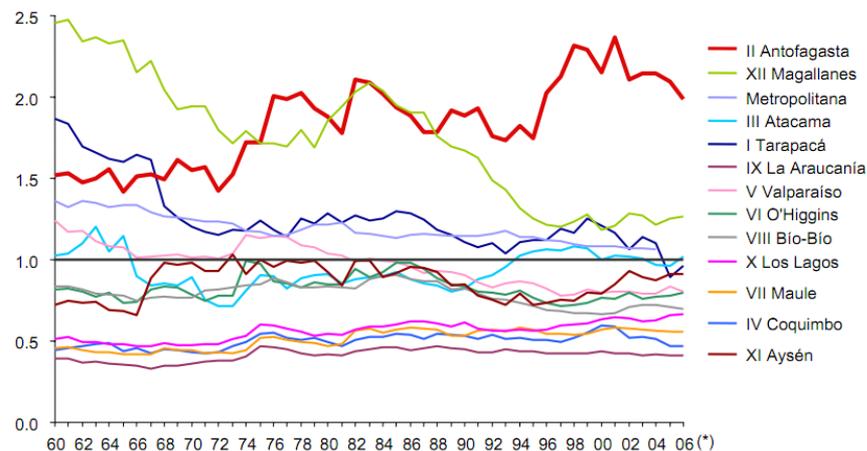


Las asociaciones son coherentes con una ciudad-región que genera **riqueza económica** para el país y para sus habitantes.

- Tasa de crecimiento económico sobre el promedio nacional.
- PIB per cápita más alto del país.
- Conformación socioeconómica más alta del norte de Chile.
- Mas alta participación de las exportaciones.

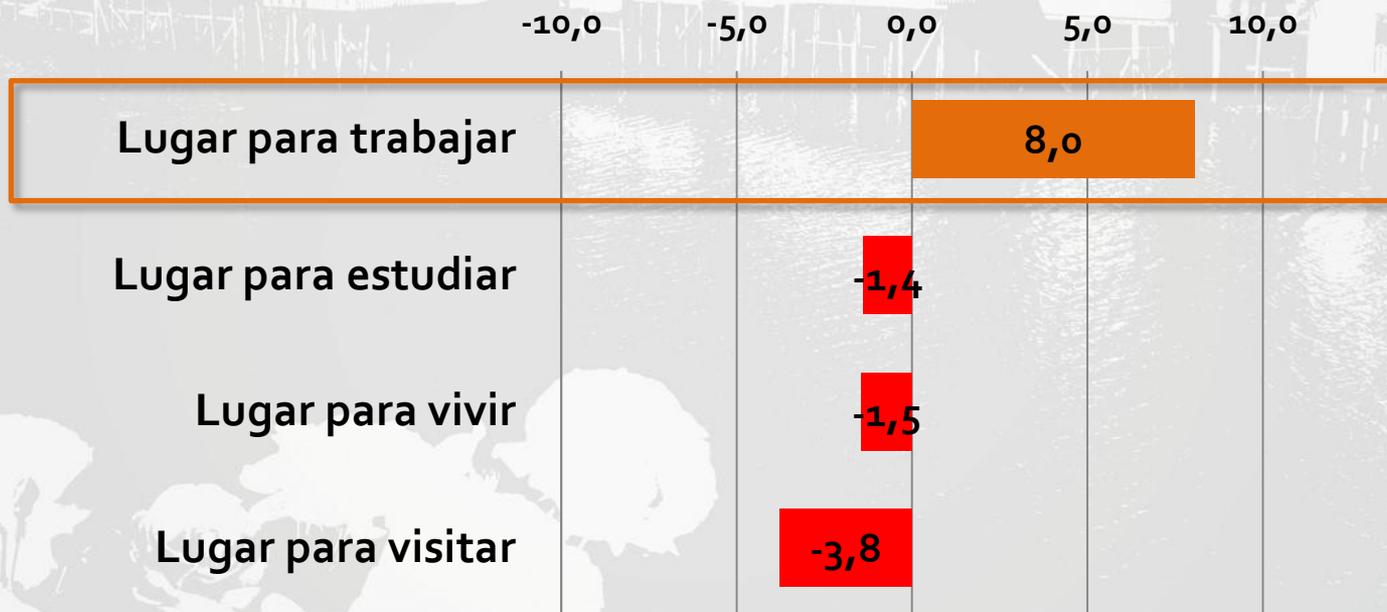


PIB per cápita: Región /País



(*) Cifra 2005-2006 estimada en base a INACER. Para la Región Metropolitana cifras hasta 2004.
Fuentes: Mideplan, Banco Central de Chile e Instituto Nacional de Estadísticas.

La gran diferenciación de Antofagasta se sustenta en un aspecto **funcional**, que tiene que ver con la **conveniencia económica y laboral**.



Esto tiene sustento en la relación que parte importante de la comunidad de Antofagasta tiene con la ciudad.

Una ciudad de inmigrantes con fuerte presencia de extranjeros y personas de otras partes del país, a la que le cuesta generar elementos identitarios propios, más allá de la minería.

Una ciudad *de paso...*

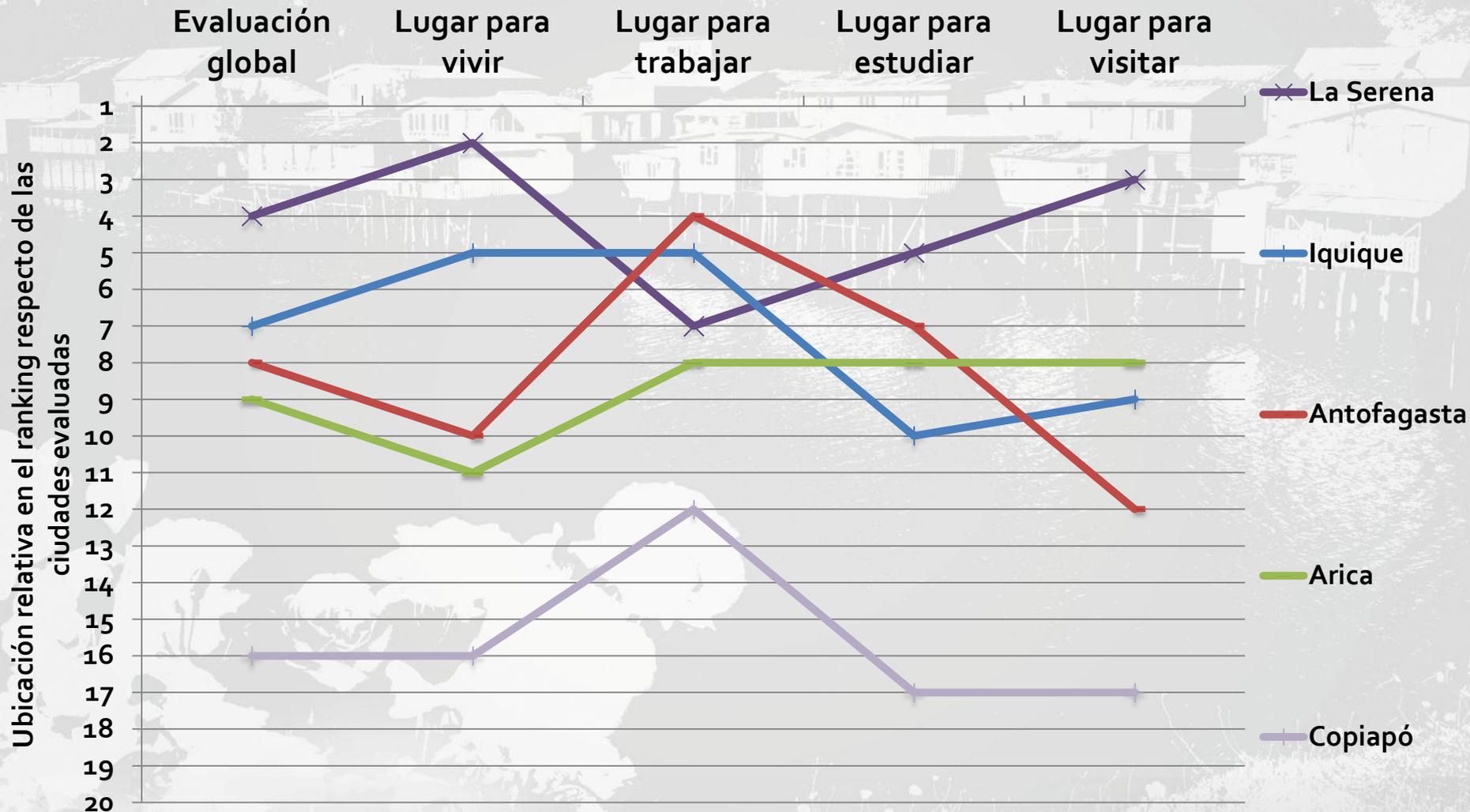
Donado por la Colonia Alemana residente en Antofagasta. Inaugurado en 1910.



La Torre del Reloj (replica del Big Ben). Donado por la colectividad inglesa.

Nombre de calle: Los Inmigrantes

En el Norte, junto con Copiapó es la ciudad con el perfil más unidimensional.

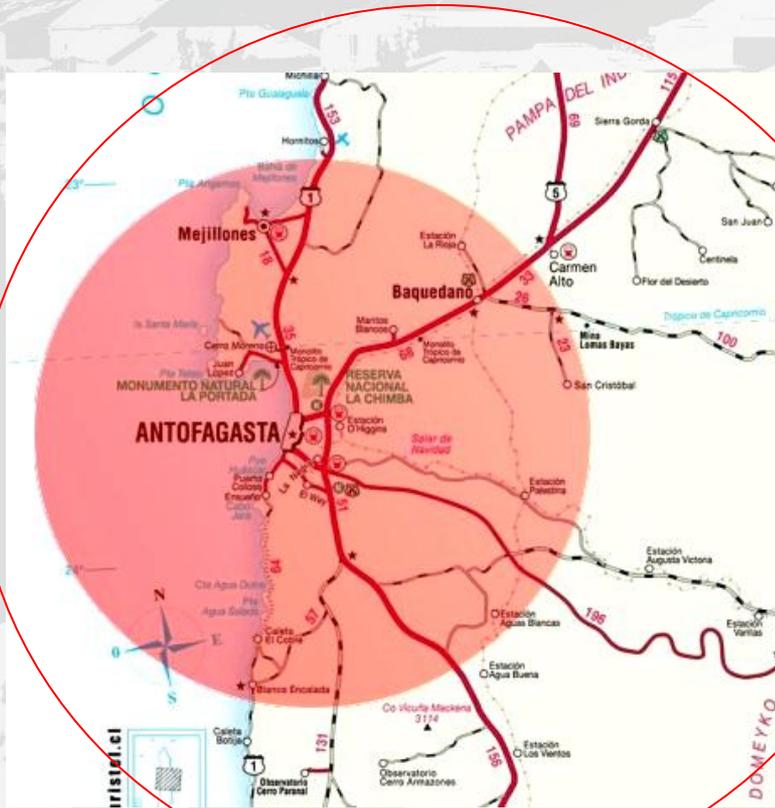


Al igual que una marca país, una marca ciudad es una imagen que se construye desde distintas dimensiones y desde la realidad.



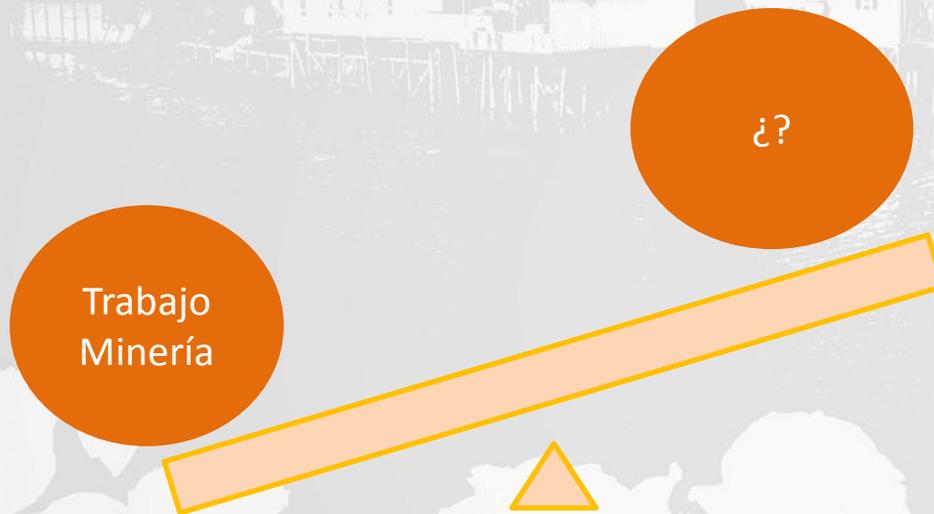
Una buena marca ciudad está conectada con sus habitantes/visitantes, tiene que generar orgullo y aportar a que tengan una vida mejor.

Antofagasta tiene **potencial** para posicionarse como la **capital del norte de Chile**.



- Fortalezas como ciudad productiva con un aporte importante al desarrollo PAIS: capital mundial de la minería.
- Mayor desarrollo de servicios que la desmarcan del posicionamiento playa-sol de otras ciudades del norte.
- Capital histórico: LA PERLA DEL NORTE.

Sin embargo también tiene el **desafío de equilibrar la balanza** para fortalecer su vínculo con la comunidad.



Mantener o aumentar las perspectivas económicas y laborales, **complementado con otras cualidades de la ciudad** y así lograr sobreponerse a las percepciones negativas detectadas:

- *Medio ambiente*
- *Variedad de actividades*
- *Amabilidad de la gente*
- *Calidad de las instituciones de educación*
- *Infraestructura*

Más aún en el contexto actual donde crecimiento económico no es sinónimo de desarrollo e incluso despierta desconfianzas.

Antofagasta ha sabido encontrar y explotar la riqueza desde el fondo de la tierra, pero necesita explotar otras riquezas más visibles...

Su ciudad, y no sólo su producto de exportación (minería), merece ser un foco de atracción.

- ¿Cómo **conjug**ar la buena evaluación de las perspectivas económicas y laborales con las condiciones que hacen de Antofagasta una ciudad para vivir y/o visitar?
- Por sobre todo ¿En el contexto nacional, qué **territorio** quiere ocupar Antofagasta en la mente de las personas? ¿Cuál es su aporte en el desarrollo de la identidad país?



Barómetro
marca ciudad

Evaluación de marca ciudad **ANTOFAGASTA**