



distrito

CORE
CONSEJO REGIONAL
Gobierno Regional Metropolitana
de SantiagoFCh
FUNDACIÓN CHILE

Alianzas con marcas, Bryant Park, ciudad de Nueva York

Financiamiento

- Experiencias
- Modelo de Negocio
- Apropiación

FINANCIAMIENTO:



Gestión a través de
Bryant Park BID

ORGANIZACIÓN:
Bryant Park BID



CIUDAD:
Nueva York

AÑO:
1992 a la
fecha



PAÍS:
Estados Unidos

Bryant Park Corporation, fundada en 1980, es la entidad dedicada a la gestión, renovación y operación de Bryant Park en la ciudad de Nueva York. La corporación se creó con el objetivo de restaurar el histórico Bryant Park, que había experimentado un grave deterioro en la década de 1970.

Con el fin de mantener activo el parque se han identificado las actividades sociales que pueden realizarse en el espacio público del distrito, tales como comer, ver películas o hacer deporte, y las vincula con marcas que ofrecen bienes o servicios relacionados, considerando también que se trata de un lugar muy turístico de la ciudad. De este modo, ofrece a un conjunto de empresas que buscan publicitarse la oportunidad de utilizar el espacio público como una plataforma para ese objetivo, permitiéndoles amplificar su marca y conectar con sus consumidores a través de experiencias en estos espacios. Con esta acción, la corporación busca financiamiento para sus actividades a la vez que mantiene activo el espacio público.

Si bien el modelo se basa en la tradicional fórmula de vender publicidad, su innovación radica en asociar el espacio público a determinadas prácticas sociales que, a su vez, pueden vincularse con marcas de bienes o servicios específicos. Esto permite crear una relación más orgánica entre la experiencia del usuario y la presencia de las marcas en el distrito.

La publicidad es una práctica sostenible en el tiempo, pero su éxito depende de que el espacio sea atractivo para las marcas. En este sentido, una vez que el distrito logra consolidar una base de empresas patrocinadoras que financian su activación, se genera un círculo virtuoso en el que la inversión publicitaria contribuye a mejorar el entorno, haciéndolo aún más atractivo para nuevas marcas y visitantes.

En algunos casos, las empresas no solo publicitan sus bienes o servicios, sino que también los comercializan dentro del distrito, estableciendo una alianza en la que el distrito se beneficia al activar su espacio y fortalecer su imagen como un lugar dinámico y atractivo, mientras que las empresas obtienen visibilidad y acceso a un público objetivo dentro del distrito.

CONTEXTO

Experiencia en Bryant Park de Manhattan, espacio público central de la ciudad de Nueva York en zona de oficinas y comercio y colindante a la Biblioteca Pública de Nueva York..

OBJETIVO

Generar ingresos para el distrito mediante la venta de espacios publicitarios vinculados a experiencias en un entorno público atractivo y concurrido.

ACCIONES

Coordinación con diferentes representantes de las marcas que auspician las actividades para la realización de ellas, tales como festivales de yoga, cines, comida entre otros.

RESULTADOS:

Un espacio público vibrante, financiado por auspiciadores y desarrolladores de experiencias recreativas, gastronómicas, formativas y deportivas.

Recaudación de fondos a través de la comercialización publicitaria del espacio público para actividades colectivas.

Acciones realizadas:

- Empresas auspiciadoras: Bank of America, L'OR Coffee, The New York Times, Lululemon, Netflix, Southwest Airlines, HBO, Talenti, Meta, Zara, entre otros.
- Eventos destacados: Festival de Cine Paramount, Yoga Calia, comidas de The Porch y el Mercado de Invierno.

APRENDIZAJES

Esta práctica fomenta el análisis del uso potencial del espacio público para identificar oportunidades y establecer alianzas estratégicas según las características de cada distrito.

CONTACTO

📍 1065 Avenue of the Americas, Suite 2400
New York, NY 10018 <https://bryantpark.org/>

☎ 212-768-4242
✉ info@bryantpark.org



Mercado al aire libre, inspirado en Europa, reúne a artesanos de la ciudad de Nueva York y de todo el mundo. Ubicado a lo largo de las alamedas, plazas y terrazas de Bryant Park, los locales disponen en quioscos personalizados de diseño único, conocidos como "joyeros", considera artesanías locales, productos gourmet y regalos exclusivos de distintas partes del mundo.



La pista de patinaje de Bank of America Winter Village en Bryant Park, de 17,000 pies cuadrados, ofrece acceso gratuito, alquiler de patines, espectáculos y eventos. Permanece abierta todos los días durante la temporada.