



Sensibilización Marca Ciudad



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO



ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA CIUDAD



Con su diferencial de ser la metrópoli más alta del mundo, se crea un distintivo gráfico donde la “A” representa la montaña, la meseta donde se encuentra Bogotá. Y la tilde, el acento, simboliza que allí todo sucede con impacto.

De esta forma, Bogotá se enfatiza como una ciudad que está en la cima, que está en lo más alto, de talla mundial, de alto rendimiento, que supera las expectativas, a la altura de las grandes capitales del mundo.



ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA CIUDAD



ACENTOS CON LOS
ATRIBUTOS DE
BOGOTÁ

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA CIUDAD

- ✓ La marca ciudad permite la conexión entre la ciudad y el consumidor y permite establecer vínculos mentales y emocionales con el turista.
- ✓ La marca ciudad es el resultado de un esfuerzo colectivo entre las entidades: Invest In Bogota, la Cámara de Comercio de Bogotá y el Instituto Distrital de Turismo para posicionar a Bogotá como destino reconocido a nivel internacional para la inversión, el turismo y los negocios.







ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA CIUDAD

COMITÉ DE MARCA CIUDAD

- Se institucionalizó el comité integrado por los titulares de la marca ciudad: Cámara de Comercio de Bogotá, Invest In Bogota y el Instituto Distrital de Turismo. Los objetivos del comité son los siguientes:
 - Definir, gestionar y dar seguimiento a la Estrategia de Autorización de Uso de la Marca Ciudad.
 - Identificar nuevos aliados que puedan vincularse a la Estrategia de Autorización de Uso de la Marca Ciudad.
 - Otorgar y negar licencias de uso de marca ciudad.
 - Definir: 1). beneficios que brindaremos a los aliados y empresarios que usen la marca, 2). estrategia de comunicación para que las empresas se vinculen al uso de la marca 3). desarrollo de piezas para aliados
- Operatividad del Comité:
 - Frecuencia de las reuniones: Tercer jueves de cada mes. Se citará a comité extraordinario si es necesario.
 - Secretaría Técnica. Rotativa cada 6 meses. Inicia CCB. (Citar reuniones, seguimiento a compromisos y actas)

11 COMITÉS A LO LARGO DEL 2020

- 28 de mayo de 2020
- 2 de junio de 2020
- 23 de junio de 2020
- 26 de junio de 2020
- 30 de junio de 2020
- 22 de julio de 2020
- 20 de agosto de 2020
- 28 de agosto de 2020
- 11 de septiembre de 2020
- 17 de septiembre de 2020
- 28 de octubre de 2020

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA CIUDAD

FIRMA DE ACUERDO DE USO Y ACTUALIZACIÓN DEL MANUAL DE MARCA

- El 4 de agosto del año en curso, se firmó un nuevo acuerdo de uso de marca ciudad que da los lineamientos para el uso de la marca por los titulares o terceros (empresas o aliados).
- Se diseñó un logo de la marca ciudad con adaptación para temas de inclusión y diversidad sexual.
- Se está haciendo la revisión y actualización de un nuevo manual de marca ciudad que incluye la marca diseñada para temas de diversidad sexual e inclusión, y se eliminan slogans.

AUTORIZACIONES DE USO DE LA MARCA

- Las autorizaciones de uso de la marca ciudad son analizadas y aprobadas en el comité.
- A partir de la institucionalización del comité de marca ciudad, se hizo una revisión de las 150 licencias que fueron otorgadas desde el año 2011, definiendo planes y estrategias de trabajo con algunas de las empresas autorizadas.
- Aplicando el procedimiento de autorización de uso de la marca se ha otorgado autorización a los siguientes empresarios: Barcú, Fenalco, Tejo La Embajada, Sonora Entretenimiento (productores del evento Día del Rock), Corcundinamarca.

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA CIUDAD

PROGRAMA DE EMBAJADORES DE CIUDAD

- **Objetivo:** crear una red o comunidad de personas para generar sentido de pertenencia y apropiación de la marca ciudad. La marca de Bogotá a través de los años ha logrado posicionarse en la mente y en el corazón de los bogotanos.
- Un embajador de Bogotá es aquella persona que representa la esencia capitalina, una ciudad creativa y fuerte, gestora e impulsadora de negocios y oportunidades, a la vez cercana y vivible, que con su trabajo deja a Bogotá en lo más alto.
- **Campaña:** “Lo mejor de Bogotá”. Tiene como objetivo destacar lo mejor de la ciudad a través de contenidos que nos hagan sentir orgullosos de ella.
- Invitaremos a los Embajadores de Bogotá a que publiquen en sus redes por qué Bogotá los llena de orgullo usando el hashtag #LoMejorDeBogotá para que nos ayuden a contarle al mundo lo maravillosa que es nuestra ciudad

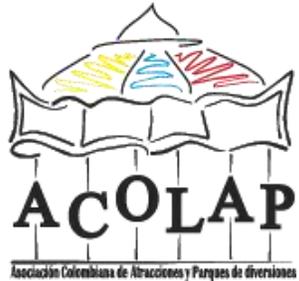
CARTA



CARNÉ



ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA CIUDAD



EMPRESAS ALIADAS DE LA MARCA CIUDAD

- Se identificaron categorías de aliados para la estrategia de mercadeo a través del uso de la marca ciudad: Licenciarios, Partners y Premium Partners.
- Se definió un plan de beneficios (en construcción) que serán otorgados a aliados de la marca.
- Se identificaron gremios con quienes se quiere trabajar en el posicionamiento de la marca ciudad. En ese sentido, se propone hacer reuniones con aquellas empresas afiliadas a los gremios en las que se identifiquen estrategias conjuntas a realizar para el posicionamiento de Bogotá como destino turístico, usando la marca ciudad.



ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA CIUDAD

Licenciatario

Todas las empresas y personas a las que se les entrega autorización de uso de la marca ciudad, sin ningún plan de trabajo adicional.

Partner

Empresas que usan la marca ciudad y con las que se pueden construir planes de trabajo conjuntos para la promoción de la ciudad SIN recursos de contrapartida.

Partner Premium

Empresas que usan la marca ciudad y con las que se pueden construir planes de trabajo conjuntos para la promoción de la ciudad CON recursos de contrapartida.

BENEFICIOS ALIADOS

LICENCIATARIO

- ✓ Presencia marca de la empresa en las páginas web de los titulares de la marca ciudad y en la página www.bogotadc.travel con el reconocimiento de “empresa aliada de Bogotá”.
- ✓ Invitaciones para participar en algunos de los eventos de ciudad realizados por los titulares de la marca (a disposición).
- ✓ Acceso a la agenda de ciudad con los eventos, contenidos y campañas que se adelanten desde la Mesa de Mercadeo de Ciudad (trimestral).
- ✓ Inclusión en los listados de prestadores de servicios turísticos que se encuentran en la página web del IDT. (solo para empresas turísticas)
- ✓ Inclusión de la empresa en la BBDD de la CCB para invitarlas a participar en los eventos y actividades gratuitas de la CCB.

BENEFICIOS ALIADOS

PARTNER

- ✓ Diseño y producción de piezas publicitarias conjuntas de la marca ciudad
- ✓ Producción audiovisual y fotográfica de las locaciones de la empresa para página web y redes sociales – 6 fotos (aplica para empresas de turismo)

PREMIUM PARTNER

- ✓ Desarrollo de pautas conjuntas para la promoción de Bogotá
- ✓ Participación en viajes de familiarización que haga el IDT.
- ✓ Beneficios exclusivos entre marcas pertenecientes al club "Premium Partners"- Descuentos especiales que den las marcas para aquellas que pertenezcan a esta categoría
- ✓ Préstamo de la gigantografía (maqueta) de la marca ciudad para eventos de la empresa que contribuyan con la promoción internacional de la ciudad.

¿CÓMO SER UN ALIADO DE BOGOTÁ?

¿CÓMO VINCULARSE?

- ✓ Le otorgaremos de forma gratuita una Autorización de Uso de la marca durante dos años.

DOCUMENTOS REQUERIDOS

- ✓ Formato de solicitud de uso de la marca ciudad
- ✓ Fotocopia en alta resolución del documento de identidad del representante legal.
- ✓ Fotocopia simple del Certificado de Existencia y Representación Legal de la sociedad con un plazo de expedición no mayor a 30 días (solicitante persona jurídica). En caso de ser entidad pública o ESAL, fotocopia de documento que acredita personería jurídica
- ✓ En dado caso que el representante legal no pueda firmar, deberá otorgar poder debidamente autenticado (si fuere el caso)
- ✓ Registro Nacional de Turismo (si el solicitante es un prestador de servicios turísticos).

Ustedes son parte de la “altura” que representa la marca Bogotá y por eso, **hoy queremos invitarlos a integrar el grupo de empresas representativas de Bogotá que usan la marca** para contar todos los aspectos positivos que tiene la ciudad.

¿CÓMO SER UN ALIADO DE BOGOTÁ?

Buscamos empresas Bogotanas, que representen los diferentes valores que tiene nuestra ciudad y que con su esfuerzo y dedicación, contribuyen todos los días en la construcción de una mejor ciudad para los bogotanos y para nuestros visitantes.

Lo invitamos **usar la marca de Bogotá** en todas las **comunicaciones de su organización** y a **trabajar conjuntamente con nosotros** en la **promoción de Bogotá** como destino atractivo para los negocios, la inversión, la cultura, el turismo y los eventos.





INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO

¡Gracias!



BogotaDC



@BogotaDC

BOGOTÁ