

Convocatoria para encontrar la marca de Bogotá finaliza el próximo 12 de septiembre
El Tiempo
dd/mm/aaaa: 09/09/2010

Los cerros, encabezados por Monserrate, el centro histórico y el Museo del Oro llevan la delantera.

El próximo 12 de septiembre culmina la campaña para que los bogotanos opinen cuál debería ser la marca que identifique a la ciudad ante el resto del mundo. Gracias a una iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá, el Instituto de Turismo, la gestión de Invest in Bogotá y el apoyo de Casa Editorial EL TIEMPO, más de 3.000 personas ya han expresado su opinión sobre qué es lo más positivo que tiene la capital que merece ser compartido. En esa gran variedad de opiniones se destaca, por ejemplo, la oferta cultural de la ciudad, su diversidad y la ciclo vía. A la pregunta de qué imagen pondrían en una postal de Bogotá, los cerros con Monserrate; el centro histórico (Candelaria) y el Museo del Oro llevan la delantera. Y si se trata de identificar a la ciudad con una frase, la que más ha sobresalido entre los participantes es "Bienvenidos a Bogotá, ciudad de la cultura" o "Bienvenidos a Bogotá, ciudad de la diversidad" y "Bienvenidos a Bogotá, ciudad de todos y todas". Lina Castaño, vicepresidenta de Gestión Cívica y Social de la Cámara de Comercio, dice que con la marca Bogotá se espera transmitir un mensaje positivo que oriente a los actores de la ciudad a incrementar la inversión de capitales, el número de turistas y generar un mayor dinamismo en los negocios. "La marca de ciudad generará para Bogotá una visión colectiva sobre sus atributos positivos y sobre las características por las cuales espera ser diferenciada de otras ciudades", explica Castaño. La convocatoria para que los ciudadanos participen, a través de la página www.esbogota.com, terminará el próximo 12 de septiembre. Luego se invitará a empresas reconocidas en mercadeo de ciudades para que evalúen los resultados y presenten propuestas con la marca definitiva de la capital.

Fuente: **El Tiempo** (dd/mm/aaaa: 09/09/2010)

Encuentre este artículo en:

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7899771>