

## ¿Por qué una Marca Ciudad para Bogotá?

El Tiempo

dd/mm/aaaa: 26/11/2010

La globalización les ha permitido a las ciudades integrarse más y conquistar nuevos horizontes.

Y esto, a la vez, les ha generado altos niveles de competencia.

¿Cómo un producto como Bogotá enfrenta, en ese contexto mundial, esta competencia?

Como cualquier producto: identificando y potencializando ese componente que la hace diferente y única.

Bogotá posee innumerables razones para tener su sello propio: ocupa el sexto puesto entre las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina y el 79 entre 330 ciudades en el ranking de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones. Vive un 'boom' hotelero sin antecedentes y su Aeropuerto Internacional Eldorado es el segundo de mayor movimiento en la región.

Así mismo, cuenta con un Plan Maestro de Turismo; un Plan Integral de Seguridad Turística; un inventario actualizado de hoteles, agencias y atractivos; una amplia red de Información Turística y es hoy el principal destino de los turistas extranjeros que llegan al país.

Este conjunto de atributos debe ser capitalizado a través de una sólida estrategia de posicionamiento, cuya pieza principal será la Marca Ciudad, iniciativa liderada por el IDT, en alianza con la Cámara de Comercio e Invest in Bogotá.

Tras un proceso que incluyó la participación de ciudadanos, de agencias de publicidad y de un jurado especializado, la Marca Ciudad se conocerá en los primeros días de diciembre, para que todos los bogotanos nos apropiemos de ella y hagamos de la ciudad un destino turístico competitivo y sostenible.

Fuente: **El Tiempo** (dd/mm/aaaa: 26/11/2010)

Encuentre este artículo en:

[http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/por-que-una-marca-ciudad-para-bogota\\_8460491-4](http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/por-que-una-marca-ciudad-para-bogota_8460491-4)