

# Marketing de ciudad: la marca emocional y la gestión de la marca ciudad

CARLOS ALBERTO CANDELA BELLO  
**Instituto Distrital de Turismo - IDT**

Julio 8 de 2021



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE  
**TURISMO**

## DATOS GENERALES BOGOTÁ

Fundada el 6 de agosto de 1538



**8.1**

Millones de habitantes  
(16,3% de la población de  
Colombia)

**25,7%**

Del PIB de Colombia

**2.600**

Metros sobre el nivel del mar

**57%**

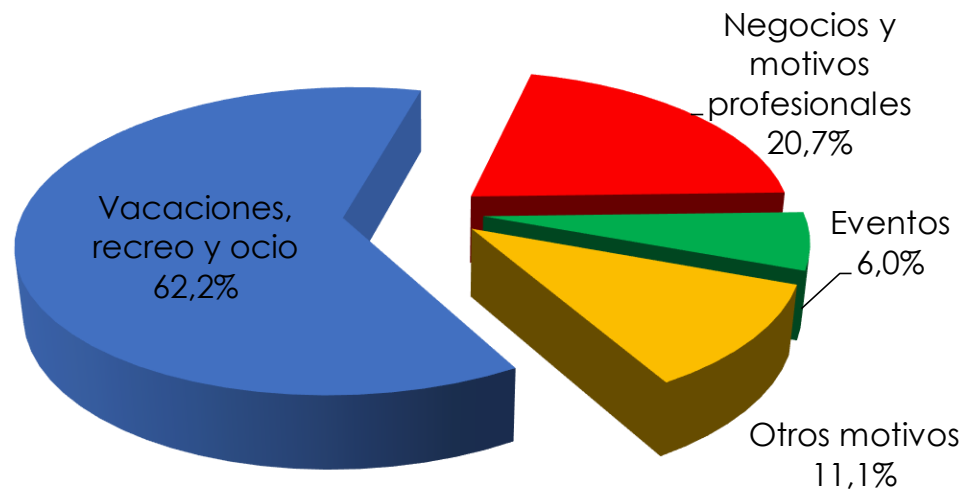
De la Inversión Extranjera Directa de  
Colombia

\*La economía de Bogotá es más grande que la de países  
como Ecuador, Costa Rica o Panamá



# Imaginaríos de ciudad...

## Motivo de viaje que reportan los viajeros extranjeros en Bogotá -2019



Brechas  
Percepción ↔ Realidad

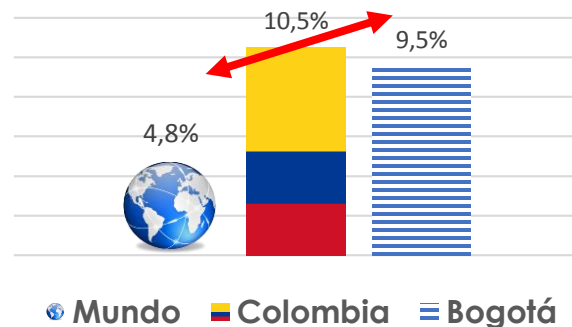
(De los turistas o incluso nuestras)

En años recientes se ha **incrementado el porcentaje de viajeros extranjeros** que visitan Bogotá por motivos vacacionales.

En **2012** este porcentaje fue de **52,4%**

## BOGOTÁ HA CRECIDO AL DOBLE DE LA TASA MUNDIAL EN TURISMO INTERNACIONAL EN LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS

Comparativo crecimiento turismo internacional (Promedio 2010-2019)



## LA CONECTIVIDAD AÉREA INTERNACIONAL DE BOGOTÁ SE DUPLICÓ EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS (2019)



- Cerca de 800 frecuencias semanales en rutas internacionales
- Conectividad directa con 27 países, 45 destinos, 24 aerolíneas
- Aeropuerto El Dorado - tercero en pasajeros en Latam

## LA OFERTA HOTELERA EN BOGOTÁ SE TRIPlicó EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS



- +293%** Crecimiento oferta hotelera en habitaciones (2005-2015)
- 575** Establecimientos de alojamiento y Hospedaje
- 22.100** Habitaciones (32.000 camas)
- 35%** Habitaciones de cadenas internacionales

# GLOBAL DESTINATION CITIES INDEX by MasterCard

Top 20 Fastest-Growing Destination Cities with at Least One Million Overnight Visitors in 2016 (2009–2016 CAGR)

Rank in Growth Rate	Destination City	CAGR	Country	Region
1	Osaka	24.15%	Japan	Asia-Pacific
2	Chengdu	20.14%	China	Asia-Pacific
3	Abu Dhabi	19.81%	UAE	Middle East & Africa
4	Colombo	19.57%	Sri Lanka	Asia-Pacific
5	Tokyo	18.48%	Japan	Asia-Pacific
6	Riyadh	16.45%	Saudi Arabia	Middle East & Africa
7	Taipei	14.53%	Taiwan-China	Asia-Pacific
8	Xi'an	14.20%	China	Asia-Pacific
9	Tehran	12.98%	Iran	Middle East & Africa
10	Xiamen	12.93%	China	Asia-Pacific
11	Jakarta	12.89%	Indonesia	Asia-Pacific
12	Bangkok	12.57%	Thailand	Asia-Pacific
13	Hanoi	11.64%	Vietnam	Asia-Pacific
14	Mumbai	10.42%	India	Asia-Pacific
15	Lima	9.86%	Peru	Latin America
16	Bogota	9.61%	Colombia	Latin America
17	Seoul	9.49%	South Korea	Asia-Pacific
18	Ho Chi Minh City	9.22%	Vietnam	Asia-Pacific
19	Chennai	9.15%	India	Asia-Pacific
20	Dubai	9.07%	UAE	Middle East & Africa

<https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2016/09/FINAL-Global-Destination-Cities-Index-Report.pdf>

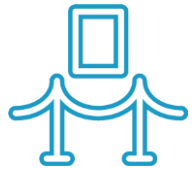
# ALGUNAS **MARCAS INTERNACIONALES** DE HOTELES CON PRESENCIA EN **BOGOTÁ**





## **57** Museos y colecciones

Museo del Oro. El más grande en su tipo en el mundo



## **62** Galerías de Arte



## **50** Teatros

Festival Iberoamericano de Teatro uno de los más grandes del mundo



## Agenda Cultural todo el año



## **550** Km de ciclorrutas

La red más extensa de Latinoamérica



## **5** Zonas Gastronómicas

19 Plazas de mercado

## The New York Times

52 Places To Go in 2018

## The Telegraph

"Bogota is booming... exciting times for this resurgent city"

July 2018



### International Congress and Convention Association

Colombia: Second destination for MICE tourism  
in Latin America



### TRAVELER

The speed at which Bogota is positioning as a new Latin  
American gastronomy reference point is as surprising as its  
cultural background

October 2018



## Leisure Lifestyle Awards 2019

Bogota: Best Leisure Destination in Latin America



# Forbes

“Travel Guide’s 12 Top Destinations Of 2017”

# THE WALL STREET JOURNAL.

Why Bogotá is Now on Ambitious Travelers’ Agendas

March 2018

## Booking.com

From Brisbane to Bogota, booking.com reveals ten up and coming destinations for 2018

# VOGUE

“Bogota, Colombia Is an Irresistible Dining Destination”



TOP 10 OVERALL LATIN AMERICAN CITIES OF THE FUTURE 2019/20			
RANK	CITY	STATE	COUNTRY
1	Mexico City	Federal District	Mexico
2	São Paulo	São Paulo	Brazil
3	Bogotá	Capital District	Colombia
4	Santiago	Metropolitan Region	Chile
5	Monterrey	Nuevo León	Mexico
6	San José	San José	Costa Rica
7	Querétaro	Querétaro	Mexico
8	Silao	Guanajuato	Mexico
9	Tres Ríos	Cartago	Costa Rica
10	Guadalajara	Jalisco	Mexico



**EL TIEMPO**



"Los "Fantasmas y los Personajes Históricos de La Candelaria" regresan para activar la economía local", así anuncia el Distrito la reactivación de uno de los tours más queridos por los ciudadanos en Bogotá. A continuación, le contamos cómo puede participar de estos recorridos y qué se puede encontrar.  
Foto: Néstor Gómez / EL TIEMPO

1/11



**Leading Airport 2020**

**Leading Business Travel Destination 2020**

**Leading City Break Destination 2020**

**Leading City Destination 2020**

**Leading Cultural City Destination 2020**

**Leading Festival & Event Destination 2020**

**Leading Meetings & Conference Destination 2020**

**Leading Regional Tourism Office in South America 2020**

**Bogotá, Colombia**

**South America's Leading Meetings & Conference Destination 2019**

“El Branding cultural deviene de dos procesos: uno que pasa por la **influencia definitiva de la cultura sobre la marca** - podemos decir que la cultura construye marca-, y otro proceso simultáneo basado en el **impacto que la marca tiene sobre el mercadeo y la cultura globalizada**”.





# MARCA CIUDAD

*Place Branding , Branding territorial*

Junto con aspectos como el urbanismo, la cultura, y la administración, hace parte del conjunto de herramientas estratégicas cuyo objetivo es poder competir globalmente.

- Una marca ciudad es "el ADN" que define el destino.
- Está relacionada con lo aspiracional de todos los que vivimos en la ciudad (apropiación) y de sus visitantes.
- Permite pensar en políticas de mediano plazo. Es clave que esa marca se sostenga en el tiempo (Acuerdo 744 de 2019).
- La marca ciudad es el concepto y la forma en que una ciudad es percibida y desea ser reconocida.







## Cuatro principales áreas de acción



## ¿Qué le podemos pedir a la marca?

### **Sinergizar**

Concentrar y enfocar los esfuerzos de marca

### **Integrar**

Contar con un elemento vinculante entre el sector público y el sector privado

### **Concientizar**

Tomar conciencia y generar autoconfianza de las cosas buenas del país

Convenio de  
asociación  
IDT+CCB+IIB

**2008**

**2**

Firma primer  
Acuerdo de  
uso de marca

**2011**

**4**

**BOGOTÁ** **BOGOTÁ**  
Marca definitiva  
ante la SIC

**2018**

**6**

SEPTIEMBRE  
**2018**



CONCEJO DE  
BOGOTÁ, D.C.

Acuerdo 744  
de 2019  
del Concejo  
de Bogotá

**2020**  
**Agosto 4**

Firma nuevo  
Acuerdo de uso  
de Marca Ciudad

**1**

**2010**

**BOGO+Á**  
Primeras  
Propuestas de marca

**3**

**2013**

**BOGOTÁ**  
Evolución de la  
marca

**5**

**BOGO+Á**

**BOGOTÁ**

**BOGOTÁ**



INSTITUTO DISTRITAL DE  
**TURISMO**



**BOGOTÁ**

The word "BOGOTÁ" is written in a large, bold, blue, sans-serif font. Above the letter "A" are three yellow stars of varying sizes, arranged in a cluster.











## ¿QUIÉNES PUEDEN Otorgar la licencia?



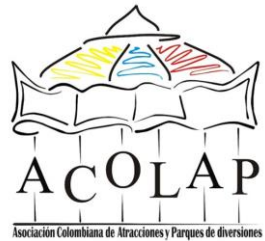
SOLICITUD  
DEL EMPRESARIO

**2020**  
**Agosto 4**

Firma  
Acuerdo de uso  
de Marca Ciudad



## GREMIOS:



## EMPRESAS:

LATAM Airlines  
GHL Hoteles  
Green Travel DMC  
Corcundinamarca  
Tejo La Embajada  
Múcura Experience  
El Cielo Restaurante  
World Economic Forum  
Sociedad Hotelera Tequendama  
Hyatt Place  
Cafés especializados

## ¿CÓMO LICENCIAR LA MARCA CIUDAD?

GRATUITA

- Formato de solicitud de uso de la marca ciudad
- Fotocopia del documento de identidad del representante legal.
- Fotocopia del Certificado de Existencia y Representación Legal de la sociedad con un plazo de expedición no mayor a 30 días.
- Registro Nacional de Turismo (si el solicitante es un prestador de servicios turísticos).



BOGOTÁ



# GRACIAS



@IDTBogota



@bogota\_turismo



@IDTBogota



Instituto Distrital de Turismo