



ANALES DEL CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C. PROYECTOS DE ACUERDO

AÑO IV N°. 2860 DIRECTOR: DAGOBERTO GARCÍA BAQUERO. MARZO 07 DEL AÑO 2019

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

PROYECTO DE ACUERDO N° 075 DE 2019 SEGUNDO DEBATE “POR MEDIO DEL CUAL SE DICTAN LOS LINEAMIENTOS PARA EL USO DE LA MARCA CIUDAD “BOGOTÁ” Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”

2264

PROYECTO DE ACUERDO N° 075 DE 2019

SEGUNDO DEBATE

“POR MEDIO DEL CUAL SE DICTAN LOS LINEAMIENTOS PARA EL USO DE LA MARCA CIUDAD “BOGOTÁ” Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”

TEXTO DEFINITIVO DEL PROYECTO DE ACUERDO 075 DE 2019, APROBADO EN PRIMER DEBATE EN SESIÓN DE LA COMISIÓN TERCERA PERMANENTE DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, REALIZADA EL DÍA JUEVES 07 DE MARZO DE 2019

PROYECTO DE ACUERDO N° 075 DE 2019

“POR MEDIO DEL CUAL SE DICTAN LOS LINEAMIENTOS PARA EL USO DE LA MARCA CIUDAD “BOGOTÁ” Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”

EL CONCEJO DE BOGOTÁ D. C.

En uso de sus facultades constitucionales y legales, y en especial las conferidas por el Decreto-Ley 1421 de 1993 en su artículo 12, numerales 1, 13 Y 25

ACUERDA

Artículo 1º. OBJETO. Dictar lineamientos para el uso de la Marca Ciudad “Bogotá”, creada en el marco de la estrategia de mercadeo de ciudad, basada en la apuesta público-privada de largo plazo de la que son titulares el Instituto Distrital de Turismo, la Cámara de Comercio de Bogotá e “Invest In Bogotá”.

La Marca propenderá por incidir positivamente en la percepción que se tiene de la ciudad, así como incrementar el turismo, el comercio, el sentido de pertenencia, atraer la inversión y aumentar la visibilidad del territorio.

Artículo 2°. Lineamientos de la Marca:

- Mantener la identidad visual de la marca de acuerdo con lo establecido en los registros concedidos por la autoridad competente
- Ser una propuesta de valor del territorio y su sostenibilidad para generar reputación, imagen y pertenencia, a fin de posicionar a Bogotá como una ciudad líder en desarrollo humano, atractiva para el talento creativo y para atraer la inversión y el turismo.
- Contribuir a la generación de un imaginario colectivo positivo, que genere apropiación de los ciudadanos por Bogotá.
- Construir en el tiempo, de manera consistente, una imagen de ciudad creativa, pujante y joven en permanente transformación.

Parágrafo 1: La marca ciudad “Bogotá” en ningún caso reflejará elementos diferentes a los que caracterizan a Bogotá.

Parágrafo 2: La marca podrá ser visibilizada en los atractivos turísticos, terminales de transporte terrestre y aéreo, y tener presencia en el mobiliario urbano, plazas de mercado, parques metropolitanos y zonales de cada localidad, así como en los eventos de ciudad.

Para espacios como centros de convenciones, terminales de transporte terrestre y aéreo y peajes de entrada y salida, se podrá gestionar su uso con el apoyo de las entidades competentes.

Artículo 3°. Componentes. La Administración Distrital propenderá para que la estrategia de posicionamiento de la marca ciudad cuente con los siguientes componentes:

- Una estrategia de promoción de ciudad, construida con base en asociaciones positivas generadas por proyectos específicos, dirigida a habitantes de Bogotá, nacionales y extranjeros.
- Un sistema de identidad visual para la marca ciudad que unifique la aplicación de dicha herramienta de mercadeo.
- Una herramienta de medición de los indicadores de percepción y presencia, con el fin de verificar su impacto.

Artículo 4°. Licenciamiento de la Marca Ciudad. El Instituto Distrital de Turismo, “Invest in Bogotá” y la Cámara de Comercio de Bogotá, podrán licenciar y/o otorgar autorizaciones de uso de la Marca Ciudad a las empresas o proyectos que se quieran vincular a la estrategia de posicionamiento de la ciudad Bogotá D.C.

Artículo 5°. Acuerdo de Uso. Para la participación en eventos dirigidos a promover a Bogotá, en el país o fuera de él, la Administración Distrital solo usará la marca de ciudad.

Artículo 6. La Administración Distrital, a partir del 1 de enero de 2021 solo usará la frase y/o el escudo de la “Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.” o la marca ciudad para distinguir cualquier edificación, monumento o sitio público, dotaciones, papelería, elementos de merchandising, vehículos, publicidad y propaganda oficial.

Artículo 7°. Vigencia. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE