

Invest in Bogotá

**Bienvenid@ a Bogotá,
su ciudad favorita.**

Índice.

01. Estrategia

¿Qué hacemos?

Personalidad
y valores

Audiencia

Razón de
preferencia

Evidencias

Diferencial

Posicionamiento

Esencia
de marca

Pg.3

02. Principios

Poner el punto
en la inversión

Ver para creer

Diversidad

Claridad
corporativa

03. Tono de Voz

Enfoque

Orgullosos

Optimistas

Informativos

04. Lookbook

Elementos de marca

Logo

Arquitectura
de marca

Color

Tipografía

Elementos gráficos

Retícula y
composición

Aplicaciones
gráficas

01. Estrategia de marca.

La esencia de marca es el marco estratégico bajo el cual debemos desarrollar nuestro discurso, es lo que debemos significar en todo lo que hacemos.



1.1. ¿Qué hacemos?

Definición de lo que
somos y de nuestro dominio.
*Describe el tangible del
producto.

Somos la agencia de promoción de inversión de Bogotá: facilitamos la inversión internacional en la ciudad, atraemos eventos y reuniones de talla mundial, y articulamos un ecosistema de emprendimiento de alto impacto.

Somos una iniciativa público-privada entre la Cámara de Comercio de Bogotá y el Distrito Capital, compuesta por Invest in Bogotá y Greater Bogotá Convention Bureau.

Desde Invest in Bogotá, buscamos traer aquella inversión extranjera directa que sea relevante por su alcance y su potencial para transformar la ciudad, y articular y fortalecer su ecosistema de emprendimiento e innovación.

Desde nuestro bureau de convenciones, queremos traer a la ciudad congresos, reuniones y otros eventos corporativos de talla mundial, y convertirnos en el destino preferido para realizarlos en América Latina. Queremos contribuir al desarrollo económico y a la competitividad de Bogotá-Región, y propiciar una mejor calidad de vida para sus habitantes.

1.2. Personalidad y Valores

Definición de la personalidad del producto; cómo es y qué cree. Estos valores definen la voz y el tono de marca.

Dinámica.

Hacemos llamadas, conseguimos datos, asistimos a eventos, visitamos lugares: nos movemos constantemente para conectarnos y ampliar nuestras oportunidades. Somos recursivos y perseverantes al interactuar con múltiples actores en distintos sectores. Estamos abiertos al mundo y siempre en la jugada. Reflejamos el espíritu vibrante de la ciudad.

Experta.

Somos investigadores asiduos y rigurosos. Nos mantenemos muy bien informados sobre lo que ocurre en Bogotá y hemos llegado a conocerla profundamente. Tenemos datos y análisis muy completos y confiables que compartimos con nuestros clientes. Conocemos muy bien no solo la ciudad, sino también cada sector, el panorama regional y el contexto global.

Aliada.

Somos grandes aliados de nuestros clientes, acompañándolos y apoyándolos de forma cercana. Contamos con una red de aliados expertos en diferentes temas y sectores, y un gran poder de articulación de diferentes actores clave para sacar adelante los proyectos en los que trabajamos y asumir los retos que enfrentamos en el camino.

Autoridad.

Somos la autoridad en materia de inversión extranjera. Nos comunicamos de manera formal y profesional en todo momento, manteniendo la seriedad y la sobriedad que caracteriza a nuestra marca. Ser una iniciativa oficial que combina lo público y lo privado nos hace abiertos a los negocios y comprometidos con los resultados, y a la vez nos facilita el acceso a actores clave de ambos sectores.

1.2. Personalidad y Valores

Definición de la personalidad del producto; cómo es y qué cree. Estos valores definen la voz y el tono de marca.

Empática.

Nos relacionamos de forma empática y cercana con todas las personas con quienes trabajamos. Acogemos con calidez a quienes nos visitan, reflejando el servicio y la amabilidad que caracteriza a las personas de la ciudad. También adaptamos la información, las herramientas y las experiencias que compartimos con nuestros interlocutores a sus expectativas y sus necesidades puntuales.

Buena Comunicadora.

Además de contar con datos e información muy completa y profunda de la ciudad, también sabemos comunicarla muy bien en diferentes espacios y formatos. Creamos documentos, presentaciones, encuentros, material audiovisual y demás herramientas para compartir el conocimiento con el que contamos, y así apoyar y facilitar la toma de decisiones de nuestros clientes.

Optimista.

Nos enfocamos en ver todo lo bueno que tiene Bogotá para ofrecerle al contexto internacional. Vemos también su potencial para crecer, para transformarse en un lugar cada vez más atractivo para visitar y para llegar a ser un lugar cada vez mejor para vivir. Les transmitimos a nuestros clientes nuestro amor por Bogotá y nuestra manera de ver su futuro con alegría y esperanza.

Inspiradora.

En el centro de lo que hacemos está promover a Bogotá, y queremos hacerlo con una historia inspiradora. Buscamos contar una historia sobre la ciudad que conecte profundamente con las personas, que las haga sentir su valor y su riqueza. Queremos que las personas perciban la ciudad con una mirada fresca, que la identifiquen como una ciudad divertida, cosmopolita, llena de posibilidades.

1.3. ¿Para quiénes somos?

Audiencia. Descripción de la audiencia de comunicación. Para quién somos y quién es nuestro evangelizador.

Somos para **tomadores de decisiones de inversión que buscan expandir sus negocios en un mercado atractivo.**

Somos para personas que buscan apoyo y conocimiento para tomar decisiones de inversión, o para influir en la toma de estas decisiones. Para personas y organizaciones que buscan un gran destino de inversión en América Latina, y necesitan un puente que los conecte con este destino. Para quienes buscan organizar reuniones y eventos corporativos en un lugar diferente. Para emprendimientos en proceso de crecer, que buscan conectarse

con el entorno de innovación de la ciudad. Particularmente, somos para posibilidades de inversión y eventos relevantes para la ciudad: inversiones de más de 500 mil dólares, que generen mínimo 10 puestos de trabajo, y para eventos de mínimo 2 noches en la ciudad, con la participación de al menos 250 personas no locales.

1.4. ¿Por qué nos prefieren?

Razón de preferencia.
Sentimiento inconsciente
o de extraña que hace que
nuestra audiencia nos siga.

Nos prefieren porque nadie conoce a Bogotá como nosotros.

Conocemos profundamente a Bogotá. Sabemos de la calidad humana que caracteriza a nuestra ciudad: el talento humano joven, capacitado y de gran profesionalismo que tenemos, con altos estándares de servicio y un trato siempre amable y atento. Sabemos de la calidez con la que la ciudad le da la bienvenida a quienes la visitan y acoge a quienes se quedan. Sabemos que es una ciudad conectada con el mundo, con uno de los aeropuertos más importantes de América Latina. Sabemos que es un mercado atractivo, y un lugar turístico con una infinidad

de planes, personas y lugares por descubrir. Sabemos que está rodeada de un ecosistema natural lleno de rutas por explorar, y que es una ciudad cosmopolita, llena de hoteles, distritos feriados, venues tradicionales y no tradicionales para todo tipo de eventos, museos, parques, una activa programación cultural y una amplia oferta gastronómica. Sabemos sobre el dinamismo de su economía y su ubicación estratégica en el continente americano. Sabemos todo esto y queremos compartirlo con el mundo e invitarlos a experimentarlo con nuestro apoyo.

1.5. Evidencias

Las razones y los tangibles por los que creo en la marca y el producto.

Resultados y Reconocimientos:

Nuestros resultados han tenido un impacto positivo para la ciudad y nos han hecho merecedores de varios reconocimientos internacionales (Mejor agencia de promoción de inversión en un país en vía de desarrollo, 2009; Segunda mejor agencia regional de promoción de inversión de Suramérica 2015-2020; entre otros).

Red de aliados:

Contamos con una red de aliados en los diferentes eslabones de las cadenas de valor que nos permiten asesorar y apoyar a nuestros clientes, estar preparados para recibir eventos internacionales y atender las necesidades de los emprendimientos locales.

1.6. ¿Qué nos diferencia?

Diferencial. Eso que hacemos diferente o mejor que los demás.

Nos diferencia nuestra capacidad de centralizar la información sobre la ciudad en un solo lugar.

Nuestra marca lo consolida todo en un solo lugar: aquí centralizamos información de diferentes tipos y proveniente de diferentes actores. También somos un lugar de convergencia de lo público y lo privado. Ésta característica nos hace un reflejo de lo que es Bogotá: un centro donde confluye todo, un lugar

donde convergen personas de todas las regiones del país, donde las personas sienten que encuentran todo lo que quieren, donde pueden hacer diferentes planes, llevar distintos estilos de vida y tener formas diferentes de ver y vivir la ciudad, además de ser la capital de uno de los países más biodiversos del planeta.

Es el lugar que
ocupamos en la mente
de nuestra audiencia.

Para tomadores de decisiones de inversión que buscan expandir sus negocios en un mercado atractivo, somos una agencia público-privada que promueve el desarrollo de Bogotá-Región, apalancándose en un conocimiento profundo de la ciudad, que logra centralizar un solo lugar.

● Audiencia.

● Categoría.

● Razón de preferencia.

● Diferencial.

Es la razón por la cual hacemos todo: es un propósito superior, lo que la marca promueve, defiende y representa en la vida de las personas, el planeta y/o la sociedad. No es un slogan.

Enamorarse de Bogotá: transformar la ciudad.

Queremos que personas y organizaciones se enamoren de Bogotá para que vengan, se queden y participen de la transformación de la ciudad. Queremos que se enamoren de sus posibilidades y que puedan aprovechar y desarrollar su potencial. Queremos enamorar también a nuestro equipo y a las organizaciones aliadas con las que trabajamos, para que tengamos una historia cada vez más rica, profunda e inspiradora que contar sobre la ciudad.

Queremos construir una historia que conecte, que invite a venir a Bogotá, y formar una sola voz para darle más fuerza a esta historia. Enamorarse de la ciudad no es solo ver lo bueno que ya tiene: es también reconocer su potencial, soñar con su mejor versión. Es contar una verdad más profunda de la ciudad: una que venga de la manera más generosa, más atenta y más sensible de verla; una verdad que venga de verla con los ojos de quienes quieren cuidarla y abrirla camino; de quienes se han sentido abrazados por su gente, por sus montañas y por sus posibilidades. Enamorarnos de la ciudad nos da la energía y la perseverancia que exige seguirla estudiando y explorando incansablemente, y que se necesita para

que su transformación sea constante, sostenible en el tiempo. Creemos en la importancia de partir de enamorarse de la ciudad para llegar a transformarla, pues sabemos que incluso las decisiones financieras aparentemente más frías y calculadas tienen mucho de pasional: las percepciones del riesgo, los cálculos de probabilidades, los análisis de datos están siempre atravesados por fuerza afectivas. Con esta transformación que traiga enamorarse de la ciudad, queremos mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Buscamos traer nuevo conocimiento, tecnología e innovación; crear más oportunidades de empleo; desarrollar capacidades en la industria local; mejorar la infraestructura de la ciudad. Queremos internacionalizar la ciudad y posicionarnos cada vez mejor en el contexto regional y global: participar cada vez más y mejor, del mundo del que hacemos parte.

02. Principios de Diseño.

El concepto de diseño y posicionamiento cobra vida a través de 4 principios de diseño que guían cómo nos vemos y sentimos en cada cosa que hacemos:

Principio 1

Poner el punto en la inversión

Buscamos dirigir la atención hacia Bogotá.



Se expresa en:

Jerarquía
Titulares
El Punto



Principio 2

Ver para creer

Lo que decimos lo soportamos con imágenes y cifras.



Se expresa en:

Sistema
Imágenes
Datos



Principio 3

Diversidad

Reflejamos la mega diversidad de Bogotá.



Se expresa en:

Color
Tipografía



Principio 4

Claridad corporativa

Buscamos crear credibilidad en la inversión.



Se expresa en:

Blanco y Negro
Composición



Principio 1

Poner el punto en la inversión.

Buscamos dirigir la atención hacia Bogotá.

Principio 1

Poner el punto en la inversión: Jerarquía.

Identificamos lo más importante (Imagen, gráfico, enunciado, etc.) y lo ubicamos en el primer plano de atención. Nuestro trabajo es **guiar la mirada** de nuestros clientes hacia donde debe estar, en el orden y ritmo que nosotros queramos.



Principio 1

Poner el punto en la inversión: Titulares.

Se expresa en la concreción. Vamos al punto con lo que decimos. Somos expertos en reunir y sintetizar información compleja. Contamos con datos e información muy completa y profunda y la comunicamos de forma sencilla, eficiente y convincente.

Invest in
la mejor
Bogotá
y futuro
posible.

Somos la capital latina del
emprendimiento.

Invest in Bogotá

Principio 1

Poner el punto en la inversión: El Punto.

Una de las herramientas que nos ayuda a reforzar la narrativa de marca es el punto que se desprende del logo. **El punto es una ventana** para mirar hacia Bogotá y todo lo que sucede dentro de ella.



The image shows a browser window with a dark grey header. The top left corner has three colored window control buttons (red, yellow, green). The logo for 'Invest in Bogotá' is in the top left, consisting of a white circle and the text 'Invest in Bogotá'. The top right navigation menu includes 'Nosotros', 'Emprendimiento', 'Bureau', and 'Inversión'. The main content area has a large circular image of a skyscraper under construction in Bogotá, with a cityscape and hills in the background. To the right of the image is the main headline: 'El ecosistema de inversión de Bogotá es el **más importante** de Colombia.' Below this is a sub-headline: 'Actualidad del entorno de negocios. Primer Semestre 2024'. At the bottom of the page is a paragraph of placeholder text: 'Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud'. The bottom left corner of the page has the text 'Es | En'.

Principio 2

Ver para creer.

Lo que decimos lo soportamos con imágenes hipnotizantes y con cifras claras.

Principio 2

Ver para creer: Sistema.

Estamos equipados con las herramientas necesarias para respaldar las historias que queremos contar de Bogotá, **la flexibilidad de nuestro sistema** nos permite elaborar desde informes técnicos con información muy profunda hasta piezas publicitarias de lectura rápida.

Invest in una mejor versión de Bogotá.



Una iniciativa de la
Cámara de Comercio
y la Alcaldía Mayor
de Bogotá.

Síguenos en
[@investinbogota](#)
[investinbogota.org](#)



Principio 2

Ver para creer: Imágenes.

Fotografías expresivas con excelente resolución, donde la ciudad muestre su mejor cara, su energía vibrante, y sus cualidades más atractivas. Buscamos que las personas se enamoren de Bogotá.



Principio 2

Ver para creer: Datos.

Se expresa en la claridad de los datos que usamos: Queremos mostrar con orgullo los hechos, la data, las cifras y las gráficas que respaldan lo que decimos. Buscamos que salten a la vista, sin timidez, atractivos, grandes y claros.



Principio 3

Diversidad.

Reflejamos la mega diversidad de Bogotá.
Nuestra personalidad es expresiva y multifacética.

Principio 3

Diversidad: Color.

Se expresa en el color: La monotonía no va con nosotros. Usamos colores brillantes que reflejan el espíritu vibrante y fresco de la ciudad y sus múltiples caras. Promovemos una Bogotá mega diversa con una amplia variedad de servicios, siempre en crecimiento.



Invest in la Bogotá del futuro.

Una iniciativa de la Cámara de comercio y el Distrito Capital.

investinbogota.org
info@investinbogota.org
@investinbogota

Invest in Bogotá



BOGOTÁ
La capital latina del emprendimiento.

@investinbogota

investinbogota.org



Invest in el año 2026.

Una iniciativa de la Cámara de comercio y el Distrito Capital.

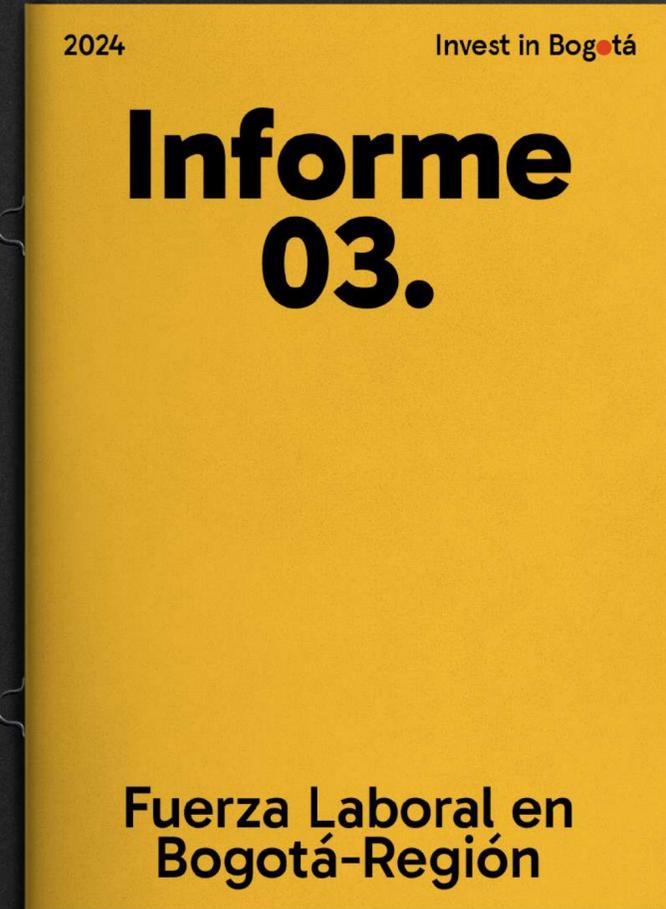
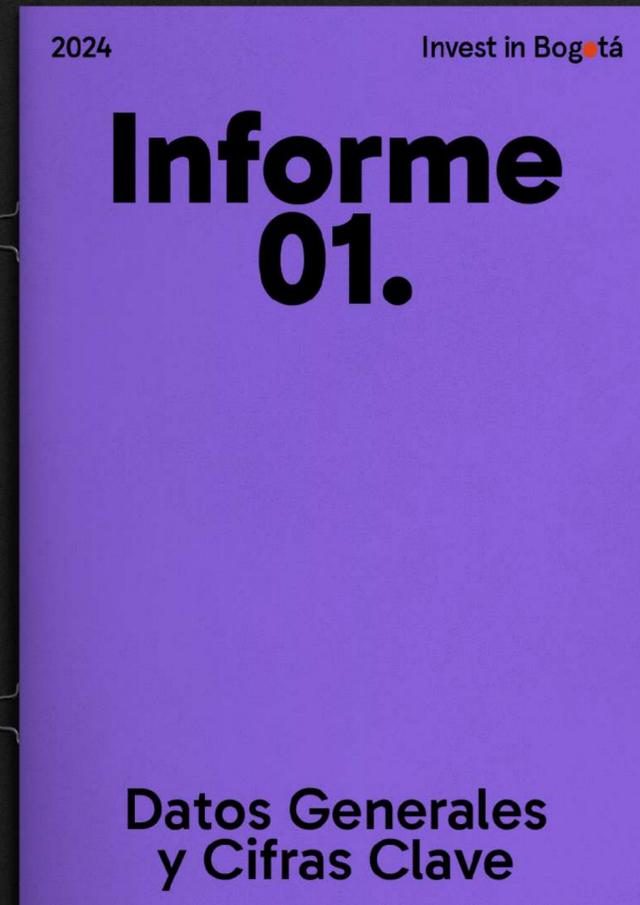
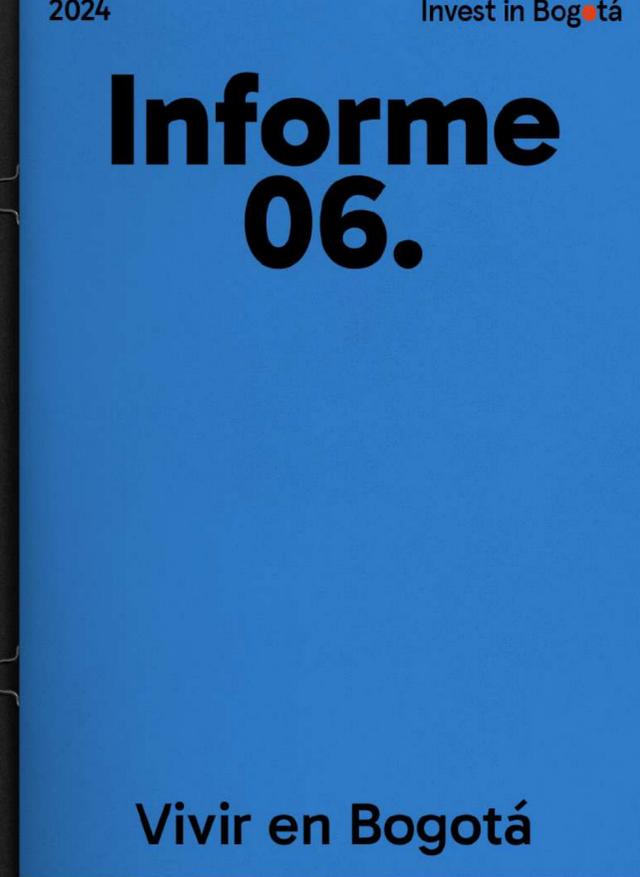
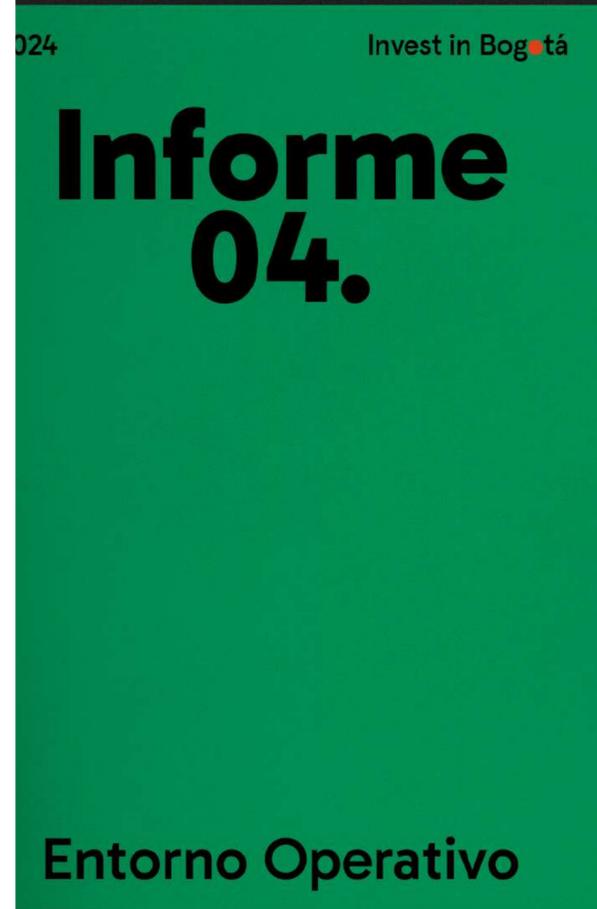
investinbogota.org
info@investinbogota.org
@investinbogota

Invest in Bogotá

Principio 3

Diversidad: Tipografía.

Nuestras palabras resuenan, nos gusta hablar bold, firme y claro, hacernos notar. Jugamos con los pesos tipográficos; la flexibilidad de nuestra tipografía nos permite variedad de entonaciones y voces.



Principio 4

Claridad Corporativa.

Buscamos credibilidad en la inversión. Somos profesionales de la información, la tratamos con sofisticación y maestría.

Principio 4

Claridad corporativa: El Blanco y el Negro.

Estos colores son primordiales en nuestro sistema. **El blanco es nuestra base**, nos aporta claridad, credibilidad y modernidad; **el negro es el color principal para la tipografía**, con algunas excepciones a la hora de destacar información.



Claridad corporativa: Aire.

No le tenemos miedo a los espacios vacíos.

El aire nos ayuda a comunicar la información pausadamente, sin atiborrar la vista. Somos profesionales de la información, la tratamos con detalle, sofisticación y maestría.



03. Tono de voz.

Las siguientes páginas ilustran cómo nos adaptamos a diferentes situaciones y contextos. Queremos tener una voz coherente sin importar dónde aparezcamos. Piense en esto como una guía útil sobre cómo le hablamos a nuestra audiencia.

Orgullosos.
Optimistas.
Informativos.

Mensajes

Estamos orgullosos de Bogotá y por eso hablamos ampliamente sobre sus virtudes. Queremos crecer no solo como agencia sino como comunidad, por eso creemos e impulsamos el potencial de nuestra ciudad capital.

Bogotá, capital latina del emprendimiento.

Mensajes

Orgullosos

Bogotá, capital latina del emprendimiento.

Bogotá es el escenario ideal para eventos de talla mundial.

Somos el hub de negocios de la región.

Optimistas
Informativos



El ecosistema de inversión de Bogotá es el **más importante** de Colombia.

Actualidad del entorno de negocios.

Primer Semestre 2024

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud

Mensajes

Vemos el futuro de la ciudad brillante y lleno de oportunidades y queremos que los demás lo vean igual que nosotros. Queremos mostrarles a todos que vamos bien e inspirarlos a imaginar el futuro junto a nosotros, creciendo juntos. Queremos motivar a la gente a trabajar por la Bogotá que soñamos.

Invest in el año 2026.

Mensajes

Orgullosos

Optimistas

Invest in
el año 2026.

Invest in la mejor Bogotá
y futuro posibles.

Bogotá será líder en
infraestructura inteligente.

Informativos



Una iniciativa de la
Cámara de comercio
y el Distrito Capital.

investinbogota.org
info@investinbogota.org
[@investinbogota](https://www.instagram.com/investinbogota)



Invest in la
mejor Bogotá
posible.

Somos
Somos internet
para tu hogar



Mensajes

Le contamos a nuestra audiencia lo que está pasando en la ciudad. Soportamos la información con cifras y datos veraces que le dan credibilidad a nuestro discurso y viabilidad a nuestras estrategias. Somos transparentes y claros.

**Bogotá tiene el
sistema de salud #1
de América Latina.**

Mensajes

Orgullosos Optimistas Informativos

Bogotá tiene el sistema de salud #1 de América Latina.

576 proyectos de inversión nueva en 10 años.

+20k de empleos directos fueron creados en el 2024.

02.



Infraestructura inteligente.

Fig. 14



Fig. 15



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi etiam accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum rill delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi etiam accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum rill delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi etiam accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum rill delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi etiam accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum rill delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi etiam accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum rill delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi etiam accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum rill delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi etiam accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum rill delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi etiam accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum rill delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi etiam accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum rill delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi etiam accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum rill delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

04. **Lookbook.**

Este capítulo contiene los lineamientos para el uso e implementación de la marca en distintos canales y contextos. Usarlos y respetarlos es clave para generar recordación y constancia en todo lo que comunicamos a través de la marca.



04.1. Elementos de marca.

Logo Principal



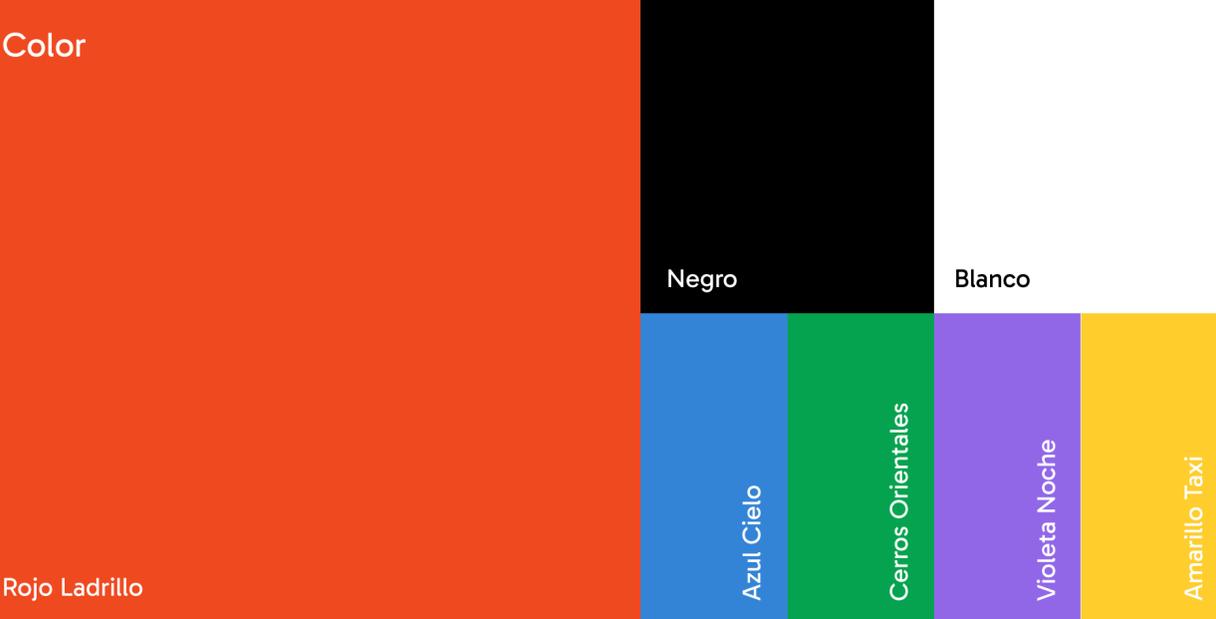
Versiones de Logo



Arquitectura de Marca



Color



El Punto



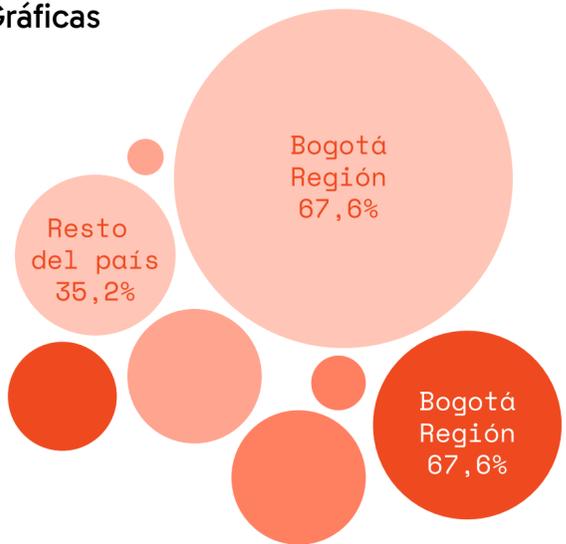
Fotografía



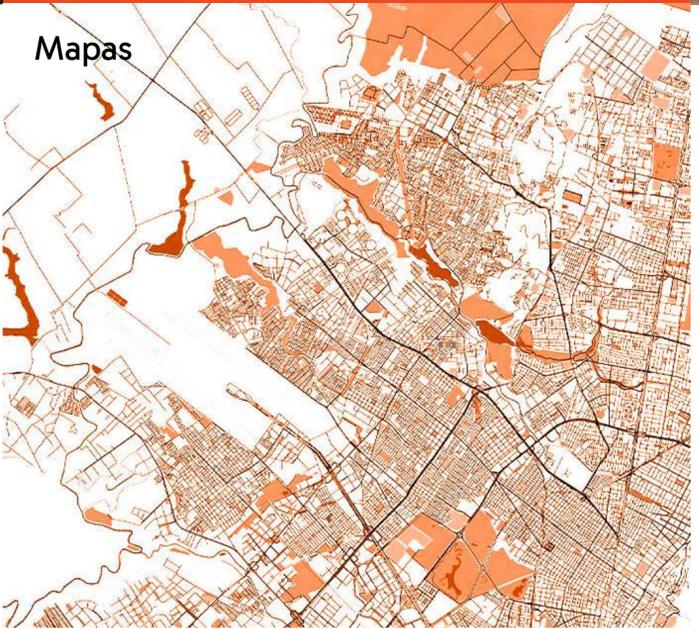
Tipografía

Gabarito.
Regular Medium SemiBold
Bold Extra Bold Black
Space Mono Regular
Italic Bold Bold italic

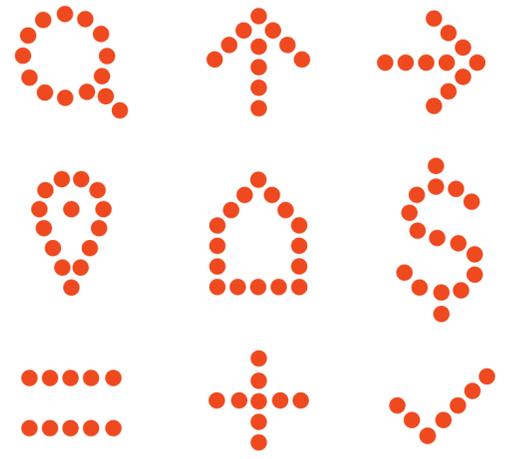
Gráficas



Mapas



Íconos



04.2. Logo.

El logo es el principal activo y diferenciador de la marca, y requiere un enfoque especial en su manejo y presentación.



04.2.1 Logo.

Bogotá está en el centro de la inversión, es el lugar donde todo ocurre. El punto rojo, un símbolo universal, dirige la atención y el enfoque. Es un elemento gráfico que contiene, señala, delimita y guía la mirada.

Al usar solo dos elementos principales, el texto y el punto rojo, el logo es visualmente limpio y fácil de comprender a primera vista. La tipografía moderna asegura que el mensaje sea legible y directo, transmitiendo actualidad y eficiencia.



Invest in Bogotá

04.2.2. Construcción

La marca Invest in Bogotá es un activo valioso y siempre debe usarse con las proporciones correctas como se muestra a continuación:



04.2.3. Espacio Libre

El logo siempre se debe rodear con suficiente espacio libre, que debe ser mínimo o igual a “1x por 1x” en cualquiera de sus versiones.



04.2.4. Escalabilidad

Para garantizar la máxima legibilidad de la marca, el logo no debería usarse en un tamaño menor a 15 píxeles, sin embargo, esto puede variar según la pantalla o la resolución

de impresión. La regla es: si usted lo puede leer sin esfuerzo, su cliente muy seguramente también.



50 px



40 px



30 px



20 px



15 px

04.06.24

Invest in Bogotá

Bogotá: La puerta de Europa hacia el mercado de América Latina.

Mediante una robusta agenda de participación en eventos estratégicos y reuniones con actores clave, Invest in Bogotá, la agencia de promoción de inversión extranjera y de captación de eventos de talla mundial de la capital colombiana fortalece su posicionamiento ante empresas, grupos de interés y entidades público-privadas en Europa. Esto con el fin de presentar oportunidades a inversionistas, con el objetivo de generar dinamismo en la región, empleo, transferencia tecnológica, y para posicionar a Bogotá como una plataforma exportadora comprometida con el cumplimiento de los ODS, entre otros aspectos.

En esta visita a Europa, se han abordado temáticas como la descarbonización, transición a economía circular y compromisos con el cambio climático con la finalidad de migrar hacia una inversión responsable, permitiéndole a Invest in Bogotá explorar oportunidades de inversión para Bogotá Región junto con algunas empresas en Alemania y España, países que fueron priorizados.

Los empresarios manifiestan que pese a las dificultades, ineficiencias y retos de la región, existen cuatro grandes mercados que han sido destino predilecto de inversión y continuarán siendo los mercados referentes y preferidos por este tipo de inversionistas: México, Colombia, Chile y Brasil. Juntos, estos países son responsables de más de dos terceras partes del PIB de Latinoamérica y que presentan grandes oportunidades en áreas como infraestructura sostenible, energías renovables, gestión de residuos, vehículos eléctricos, gestión del agua, alimentos saludables y agronegocios, transición energética, entre otros temas priorizados.

1. En los últimos 10 años Bogotá recibió 576 proyectos de inversión nueva y de expansión de Europa, valorados en USD 9.071 millones que generaron cerca de 50.000 empleos.

2. De acuerdo con cifras de la entidad, los proyectos de inversión nueva que llegaron a Colombia desde Europa entre 2012 y 2022 posicionan a este continente.


María Isabella Muñoz.

Calle 67 # 8-32. Bogotá, Colombia

(+57) 317 7806158
info@investinbogota.org

@InvestInBogota
InvestInBogota.org

Invest in Bogotá

Invest in Bogotá

Invest in Bogotá

María Isabella Muñoz. Directora Ejecutiva.
+57 310 262 3333
imunoz@investinbogota.org

04.2.5. Contraste

Para asegurarse de la buena legibilidad del logo es importante que este siempre genere un alto contraste con el color o la imagen de fondo.

A continuación combinaciones sugeridas en positivo y negativo:

Invest in Bogotá



04.2.6. Versiones

Se crearon diferentes versiones del logo para asegurar que este se pueda adaptar de manera efectiva a diversos contextos, plataformas y necesidades.

Estas versiones permiten que el logo conserve su integridad visual e identidad esencial y transmita su mensaje de manera clara, sin importar el contexto o la plataforma en la que se utilice.



Versión principal



Versión Horizontal



Versión Vertical



Versión Reducida

04.2.6. Versiones

Se crearon diferentes versiones del logo para asegurar que este se pueda adaptar de manera efectiva a diversos contextos, plataformas y necesidades.

Estas versiones permiten que el logo conserve su integridad visual e identidad esencial y transmita su mensaje de manera clara, sin importar el contexto o la plataforma en la que se utilice.



Este logo es nuestra cara principal. Sugerido en grandes formatos (Ej. Vallas publicitarias) y en solitario (Ej. Cierre de un video).



Uso sugerido en piezas gráficas horizontales. (Ej. Banners)



Uso sugerido en piezas gráficas verticales. (Ej. Stories, pendones)



Uso sugerido en piezas de comunicación donde el logo debe ir muy pequeño.

04.2.7. Usos Incorrectos



No invertir o cambiar el orden de los elementos dentro del logo.



No girar el logo.



No deformar el logo, ni cambiar la proporción de los elementos dentro del logo.



No usar versiones de color diferentes a las establecidas en este manual.

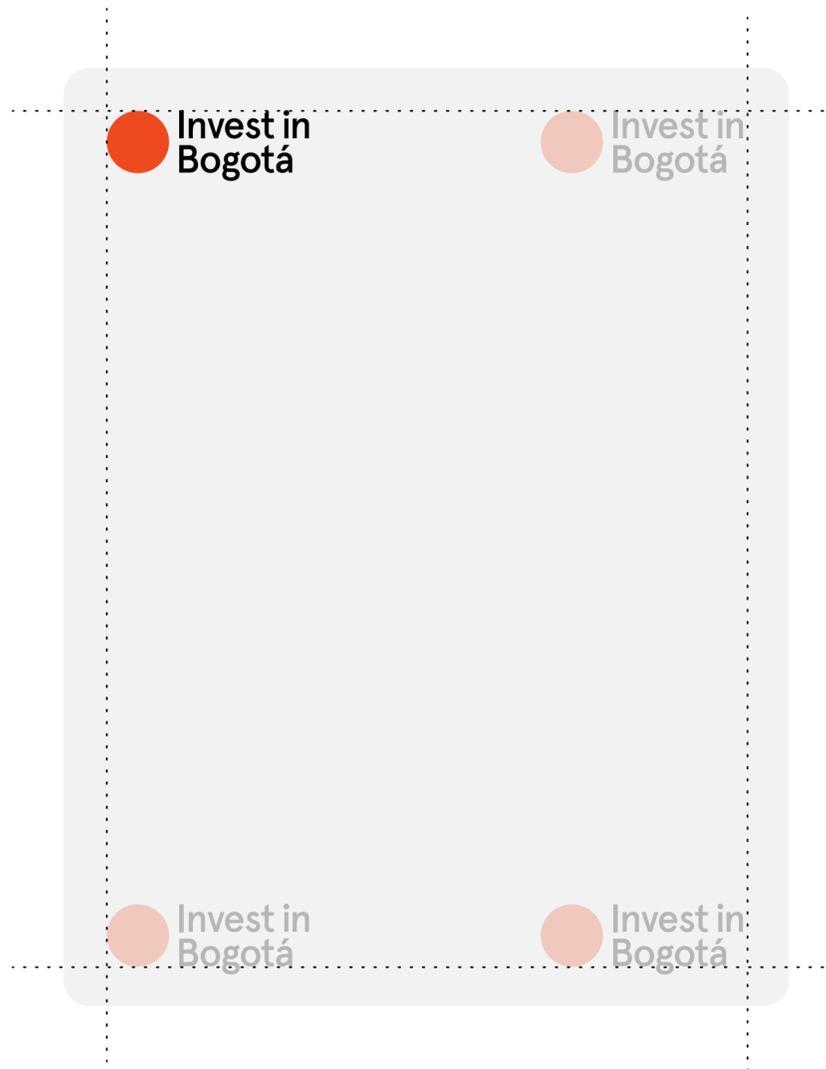


No eliminar o agregar elementos al logo.



No usar el logo con opacidad menor al 100%

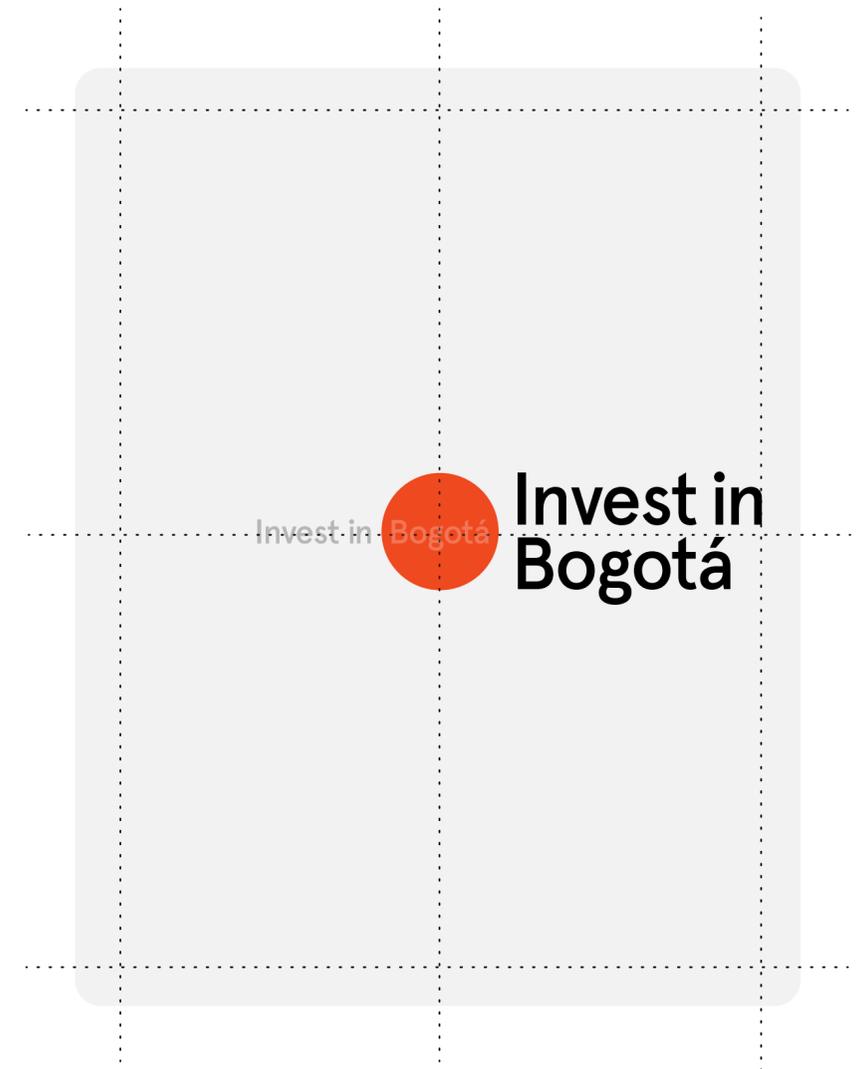
04.2.8. Ubicación del Logo



Todas las versiones del logo se pueden ubicar en cualquiera de las esquinas del formato.



Todas las versiones del logo se pueden ubicar centradas y justificadas a ambos lados.



Las versiones cortas del logo se pueden ubicar centrando el círculo con respecto al formato.
*No aplica para las versiones más horizontales del logo por su extensión.



María Isabella Muñoz. Directora Ejecutiva.

+57 310 262 3333

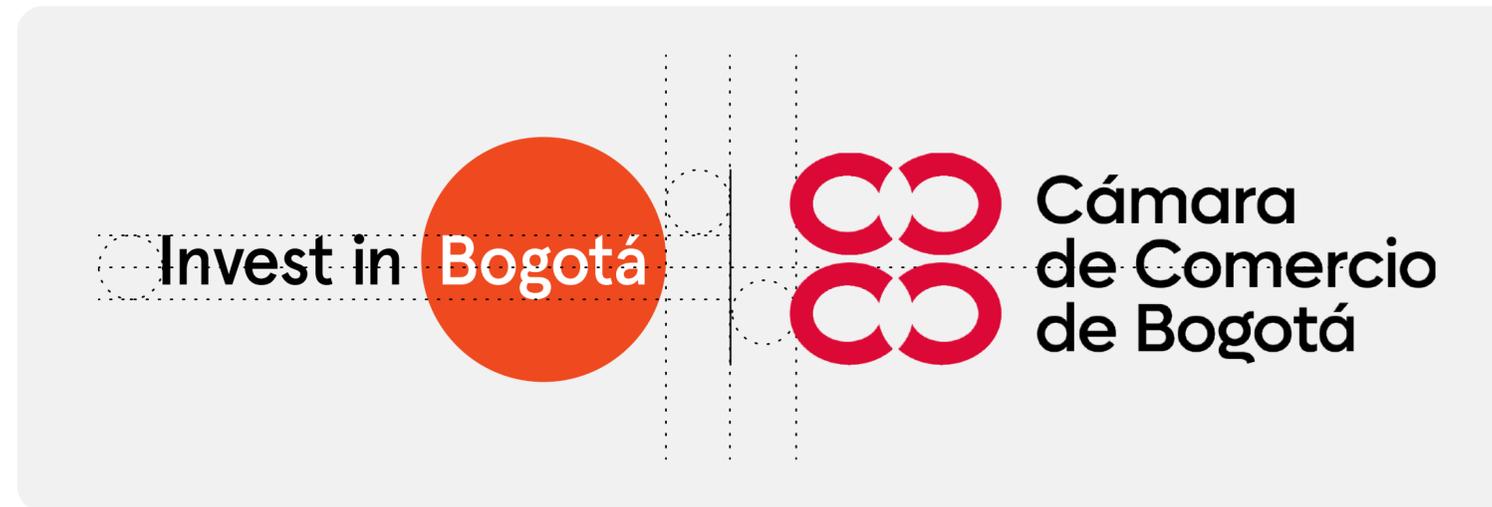
imunoz@investinbogota.org



**Invest in
Bogotá**

04.2.9. Co-branding

Nuestra marca siempre estará en preponderancia, conservando un espacio equivalente a la altura del ascendente y descendente de nuestro logo con una barra que separe las dos marcas, las cuales deberán estar alineadas con respecto a su eje central horizontal.



Invest in una mejor versión de Bogotá.



Una iniciativa de la
Cámara de Comercio
y la Alcaldía Mayor
de Bogotá.

Síguenos en
[@investinbogota](https://twitter.com/investinbogota)
investinbogota.org



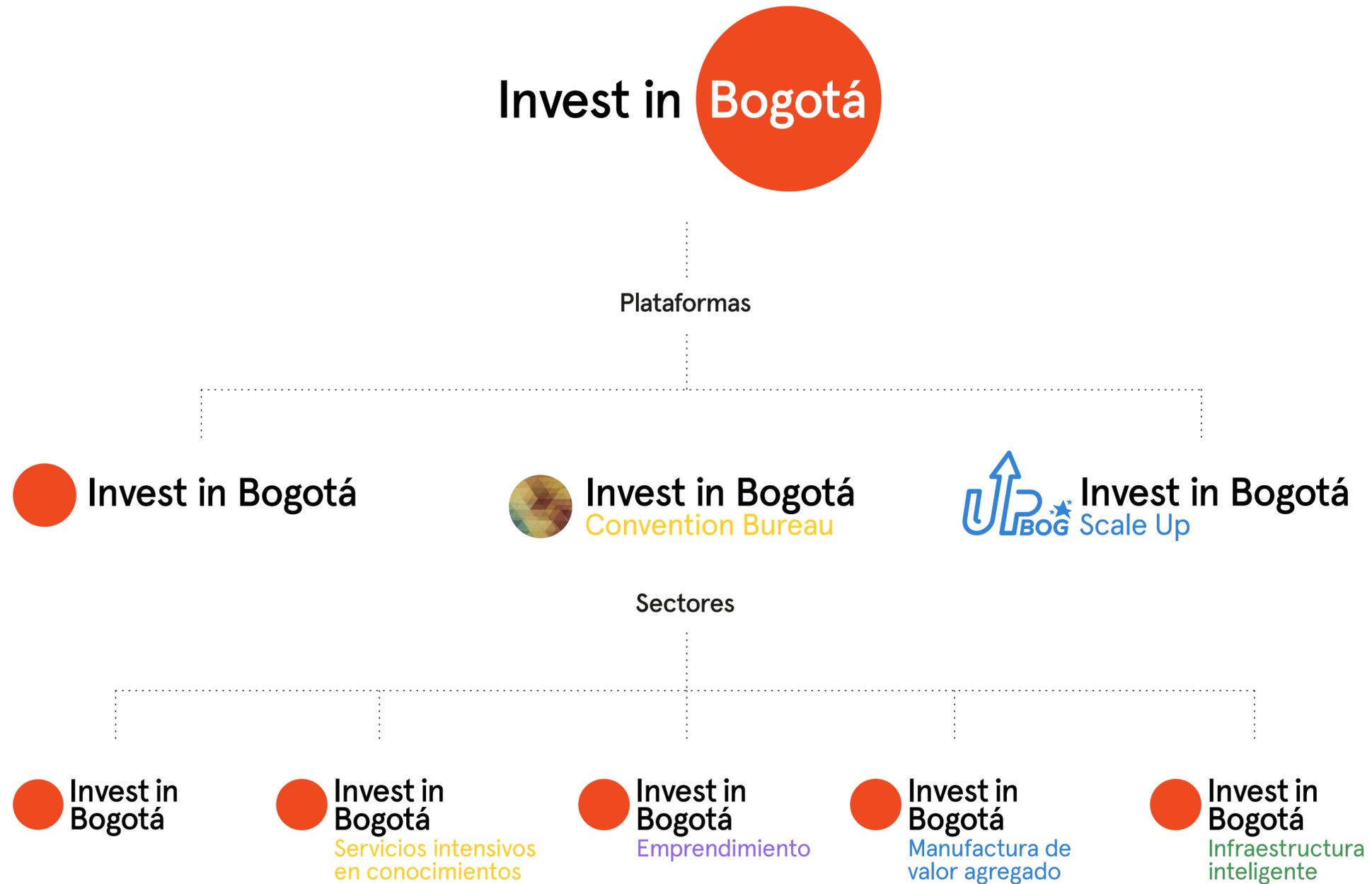
04.3. Arquitectura de marca.

La arquitectura de marca es una herramienta estratégica clave para las empresas con submarcas y subsectores, pues facilita la organización, el posicionamiento y la gestión de la marca, lo que contribuye al orden y al crecimiento coherente.

04.3. Arquitectura de Marca

Esta es la estructura que relaciona la marca principal y sus plataformas y sectores, permitiendo entender cómo se relacionan

entre sí. Esto facilita la navegación por la oferta de productos y permite crear mensajes y estrategias específicas para cada producto.



04.3.1. Plataformas

Esta es la estructura que relaciona la marca principal con las plataformas Convention Bureau y Scale Up. A cada plataforma se le asignó un color principal. Es importante respetar

estos parámetros para generar solidez en las comunicaciones. El uso de estas versiones está destinada a productos específicos de cada plataforma. (Ej. Tarjetas de presentación.)



04.3.2. Sectores

Esta es la estructura que relaciona la marca principal con los diferentes sectores. A cada sector se le asignó un nombre y color principal. Es importante respetar

estos parámetros para generar solidez en las comunicaciones. El uso de estas versiones está destinada a productos específicos de cada sector. (Ej. presentación de Power Point.)



**Invest in
Bogotá**



**Invest in
Bogotá**
Servicios intensivos
en conocimientos



**Invest in
Bogotá**
Infraestructura
inteligente



**Invest in
Bogotá**
Emprendimiento



**Invest in
Bogotá**
Manufactura de
valor agregado

04.3.2. Sectores

Esta es la estructura que relaciona la marca principal con los diferentes sectores. A cada sector se le asignó un nombre y color principal. Es importante respetar

estos parámetros para generar solidez en las comunicaciones. El uso de estas versiones está destinada a productos específicos de cada sector. (Ej. presentación de Power Point.)



**Invest in
Bogotá**



**Invest in
Bogotá**
Knowledge
intensive services



**Invest in
Bogotá**
Smart
infraestructure



**Invest in
Bogotá**
Entrepreneurship



**Invest in
Bogotá**
Value-added
manufacturing

04.4. Color.

A continuación se muestran los valores de color aprobados para la marca. Utilice siempre el modo de color y la formulación de tinta adecuada para cada tipo de aplicación, en pro de garantizar la uniformidad y pureza del color en todos los medios.

Invest in Bogotá es Rojo Ladrillo.

04.4.1. Esquema Principal

La triada de color principal de la marca es rojo, negro y blanco. Estos colores deben estar presentes siempre en todas nuestras piezas y composiciones. El rojo es el color bogotano por excelencia. Es vibrante, intenso

y fuerte, características que representan el carácter dinámico y pujante de la ciudad y ha sido adoptado culturalmente como una forma de representar su historia, su energía y su relevancia en Colombia y el mundo.



Rojo Ladrillo
F63600

HEX ef 49 1f
RGB 239 73 31
CMYK 0 87 100 0
Pantone 172 U/C



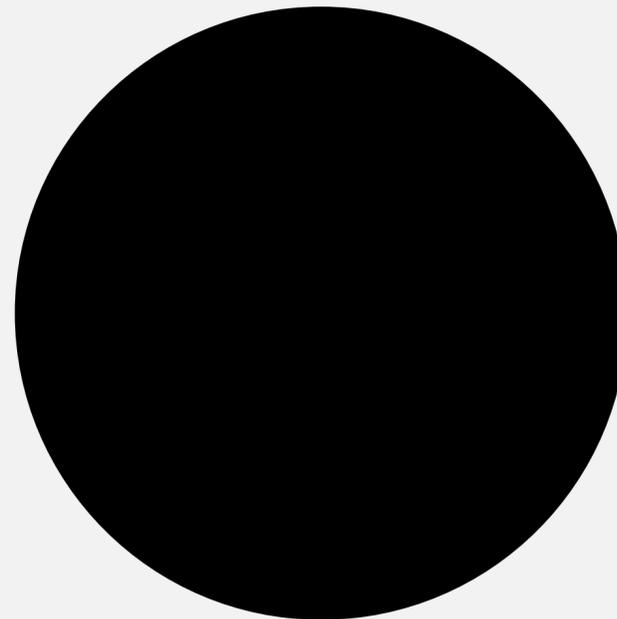
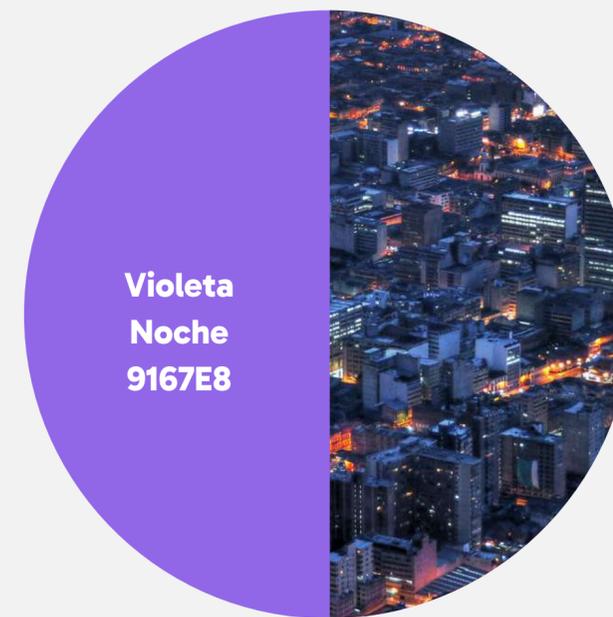
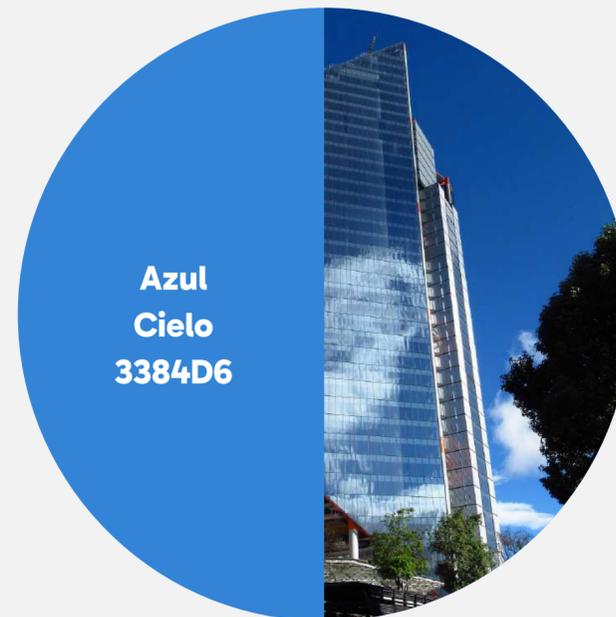
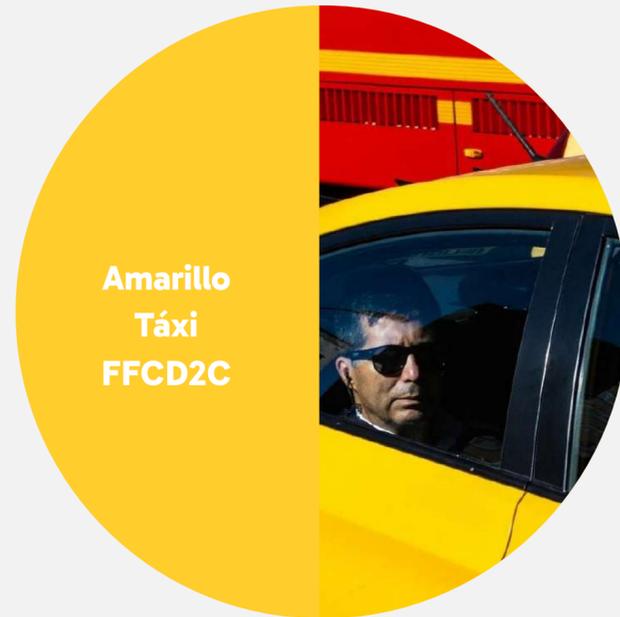
HEX 0 0 0
RGB 0 0 0
CMYK 0 0 0 100
Pantone Black C/U

HEX ff ff ff
RGB 255 255 255
CMYK 0 0 0 0

04.4.2. Esquema Secundario

Bogotá nos inspira, por eso nuestra paleta cromática está construida a partir de sus tonalidades. Este esquema cromático que refleja la diversidad de nuestra ciudad y

sus elementos representativos y a su vez complementa los colores de la marca.



04.4.2. Esquema Secundario

Para complementar el esquema principal, hemos ampliado la paleta de Invest in Bogotá con colores que aportan mayor flexibilidad de uso. Estos colores están destinados a acompañar la gráfica de la marca, añadiéndole brillo y dinamismo. Además, se definieron

como colores representativos de las diferentes plataformas y sectores de Invest in Bogotá, contribuyendo a dar orden a la arquitectura de marca. **(Ver capítulo Arquitectura de marca, pág. 59).**



HEX 05 a3 4f
RGB 5 163 79
CMYK 83 7 100 0
Pantone 354 C/U

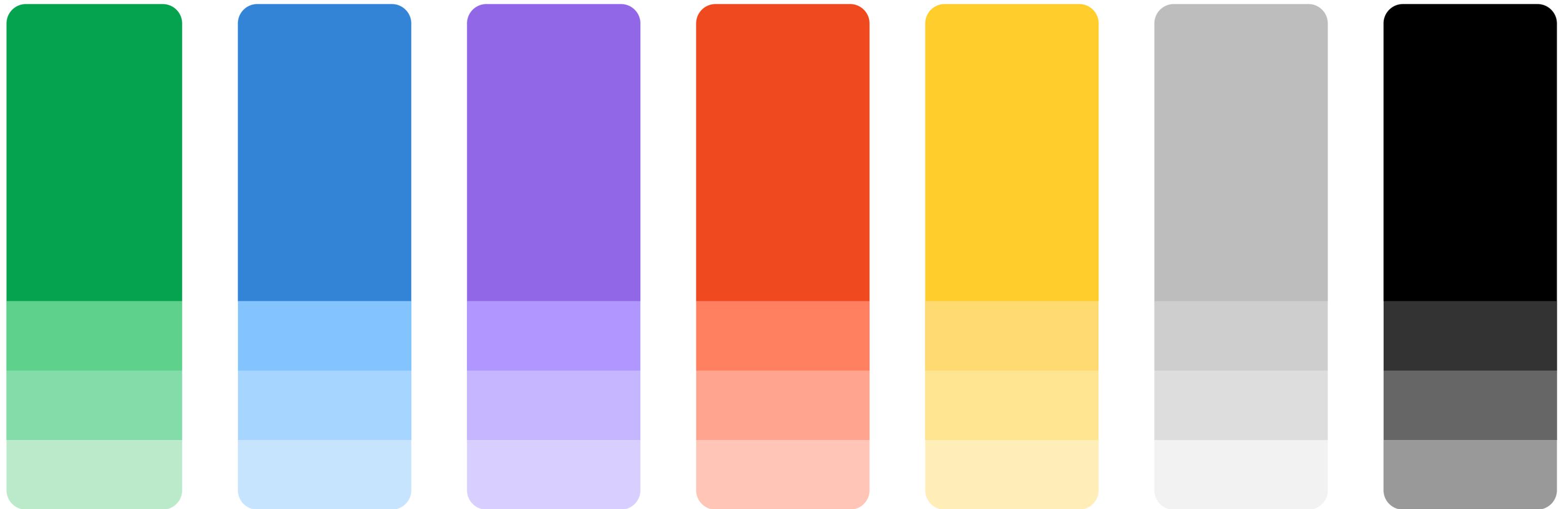
HEX 91 67 e8
RGB 145 103 232
CMYK 56 66 0 0
Pantone 265 C/U

HEX ff cd 2c
RGB 255 205 44
CMYK 0 18 91 0
Pantone 109 C/U

HEX 33 84 d6
RGB 51 132 214
CMYK 80 41 0 0
Pantone 2925 C/U

04.4.3. Esquema Terciario

El esquema terciario de colores está destinado a la construcción de gráficos informativos y visualización de datos, un elemento clave de nuestras comunicaciones. **(Ver capítulo Gráficos, pág. 84).**



04.4.4. Color de Fondo

A continuación, las combinaciones permitidas para las diferentes versiones de logos de Invest in Bogotá, plataformas y sectores según el color de fondo.



04.4.4. Color de Fondo

A continuación, las combinaciones permitidas para las diferentes versiones de logos de Invest in Bogotá, plataformas y sectores según el color de fondo.



04.4.4. Color de Fondo

A continuación, las combinaciones permitidas para las diferentes versiones de logos de Invest in Bogotá, plataformas y sectores según el color de fondo.



04.4.4. Color de Fondo

A continuación, las combinaciones permitidas para las diferentes versiones de logos de Invest in Bogotá, plataformas y sectores según el color de fondo.



04.4.4. Color de Fondo

A continuación, las combinaciones permitidas para las diferentes versiones de logos de Invest in Bogotá, plataformas y sectores según el color de fondo.



Invest in Bogotá
Emprendimiento



Invest in Bogotá
Manufactura de valor agregado



Invest in Bogotá
Servicios intensivos en conocimientos



Invest in Bogotá
Infraestructura inteligente



Invest in Bogotá
Emprendimiento



Invest in Bogotá
Manufactura de valor agregado



Invest in Bogotá
Servicios intensivos en conocimientos



Invest in Bogotá
Infraestructura inteligente

04.4.4. Color de Fondo

A continuación, las combinaciones permitidas para las diferentes versiones de logos de Invest in Bogotá, plataformas y sectores según el color de fondo.



04.4.5. Positivo y Negativo

A continuación, las combinaciones monocromo permitidas para las diferentes versiones de los logos de Invest in Bogotá, plataformas y sectores sobre fondos blanco y negro.

El uso de estas versiones está destinado **únicamente** para situaciones donde la impresión en color no es viable.

Invest in Bogotá

04.4.5. Positivo y Negativo

A continuación, las combinaciones monocromo permitidas para las diferentes versiones de los logos de Invest in Bogotá, plataformas y sectores sobre fondos blanco y negro.

El uso de estas versiones está destinado **únicamente** para situaciones donde la impresión en color no es viable.



04.4.5. Positivo y Negativo

A continuación, las combinaciones monocromo permitidas para las diferentes versiones de los logos de Invest in Bogotá, plataformas y sectores sobre fondos blanco y negro.

El uso de estas versiones está destinado **únicamente** para situaciones donde la impresión en color no es viable.



04.5. Tipografía.

La selección de fuentes de Invest in Bogotá responde a la necesidad de darle una voz con personalidad a la marca y ordenar el sistema tipográfico.



04.5.1. Tipografía del logo.

La tipografía usada en el logotipo de Invest in Bogotá es la Apercu Pro. Es una fuente palo seco muy legible y geométrica que le da un toque informativo y cercano a la marca. **Esta tipografía se usa únicamente en el Logotipo y en sus diferentes versiones.**



Apercu Pro.

04.5.2. Tipografía Principal

La tipografía usada para la comunicación de la marca es fiel al tono y a los valores de Invest in Bogotá. Gabarito también es una fuente palo seco muy legible y geométrica disponible en la plataforma Google Fonts. Esta tipografía puede ser usada en diferentes pesos, principalmente

Regular, para textos largos, **SemiBold**, para usar como negrillas de textos largos y **Bold Extrabold** para titulares. La flexibilidad de pesos de la tipografía nos permite flexibilidad en la composición de piezas.

1 2 3 & % *

Gabbarito

Regular **Semibold Bold Extrabold**

04.5.3. Tipografía

Principal: Interlínea

Interlínea es un término que se refiere al espacio entre líneas de texto. Como marca, queremos lograr consistencia a lo largo de todas nuestras comunicaciones implementando parámetros que garanticen la correcta legibilidad de nuestros mensajes y configuraciones sólidas de cada cuadro de texto. Seguir estas reglas garantizará la solidez de nuestra marca.

a. Para textos con tamaño superior a 50pt y encabezados podemos implementar una interlínea ajustada sin afectar la legibilidad de la información, este valor será equivalente al tamaño de la fuente. ***Ej.: Fuente 50pt = Interlínea 50pt**

b. Cuando el tamaño sea inferior a 50pt se utilizará una interlínea más amplia que garantice una mancha de texto más clara y fácil de leer. No le tenemos miedo al blanco y al vacío, queremos crear composiciones ligeras y aireadas. Para calcular esta medida utilice la siguiente fórmula: **(b).**

Invest in la Bogotá del futuro.

Queremos impulsar a las personas a trabajar en esa mejor versión de Bogotá. Queremos impulsar a las personas a trabajar en esa mejor versión de Bogotá. Queremos impulsar a las personas a trabajar en esa mejor versión de Bogotá.

b. Fórmula:
Tamaño x 1.4 =
Interlínea
Ej. 20pt x 1.4 =
28 pt

04.5.4. Tipografía Principal: Espaciado

Para garantizar la legibilidad de la información el espaciado entre las letras será de 0.

Blogotá
del futuro

Ejemplo:
Espaciado 0.

04.5.5. Tipografía para gráficos.

Space mono es una tipografía que busca complementar el sistema, aportando un lenguaje más técnico. Esta tipografía está destinada exclusivamente para usar en gráficos y visualización de datos.

1 2 3 4 % *

Space Mono

Regular *Italic*

04.5.6. Escala y Jerarquía

Este esquema ejemplifica la proporción que debe mantenerse en las composiciones de texto para que la información se reciba de forma eficiente.

165 pt

Títulos y enunciados.

90 pt

Subtítulos y datos relevantes.

30 pt

Cuadros de texto o información secundaria. Cuadros de texto o información secundaria.

04.5.7. Tipografía: Usos

Nuestro sistema está compuesto por pocos elementos que lo hacen fácil de entender e implementar. Estos son algunos usos y reglas para usar la tipografía Garabito y Space mono.

**Textos
alineados a
la izquierda o
centrados.**

**Hacemos
énfasis en el
punto.**

**Resaltamos
palabras
clave dentro
del texto.**

Space mono
de uso
exclusivo
para gráficas
y datos.

04.5.7. Tipografía: Usos

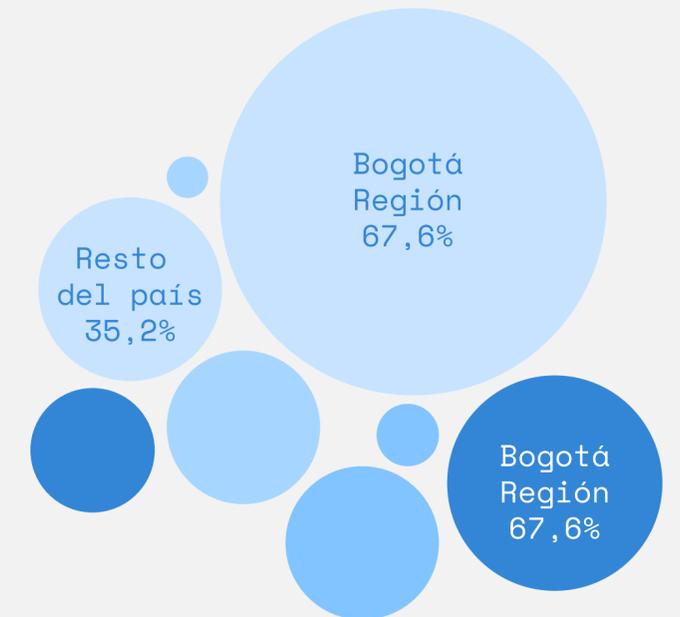
Nuestro sistema está compuesto por pocos elementos que lo hacen fácil de entender e implementar. Estos son algunos usos y reglas para usar la tipografía Garabito y Space mono.



Invest in
la mejor
versión de
Bogotá.

Investin
bogotá.org

Invest in
la Bogotá
del **2026.**



04.6. Elementos Gráficos.

04.6.1. Círculo

Fig. 15



Resto
del país
35,2%

Bogotá
Región
67,6%

Bogotá
Región
67,6%

Bogotá



04.6.1. Círculo: Contenedor



El círculo puede usarse como marco para poner el foco sobre un elemento de la fotografía y siempre se alinearán al eje central vertical u horizontal del formato para mantener equilibrio.



No usar el círculo de forma aleatoria dentro del formato.



No usar un grosor desproporcional.



04.6.1. Círculo: Contenedor

El círculo puede usarse como contenedor de una fotografía. Cuando aparezca el círculo completo deberá estar centrado en el formato al eje vertical u horizontal de la composición.



No deformar el círculo contenedor.



No aplicar marco al círculo cuando sea contenedor de una fotografía.

04.6.1. Círculo: Contenedor



El círculo puede usarse como contenedor de una fotografía. Aunque aparezca el círculo cortado deberá estar centrado en el formato al eje vertical u horizontal de la composición.



No cortar la figura hacia la esquina del formato.

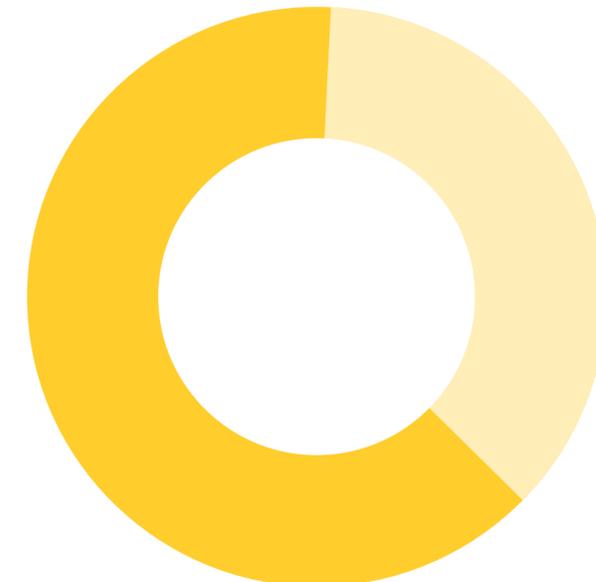
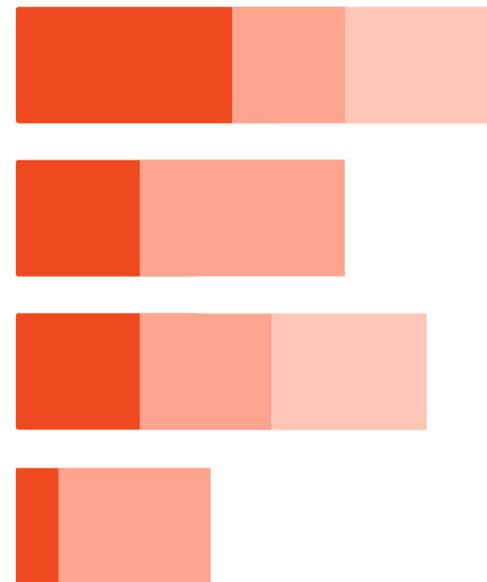
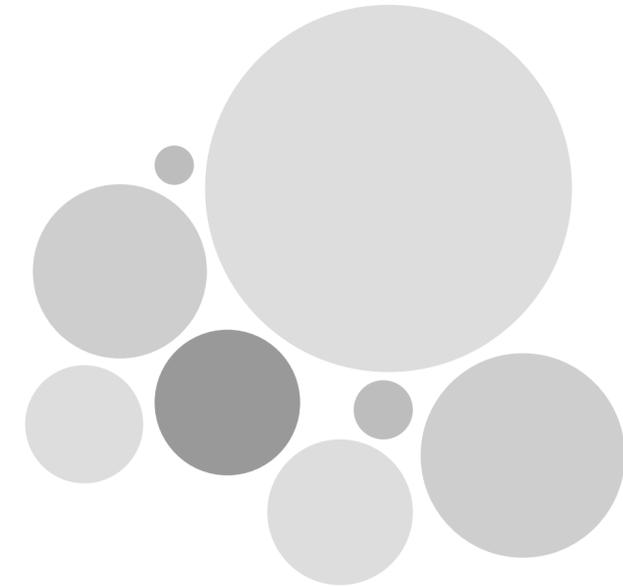
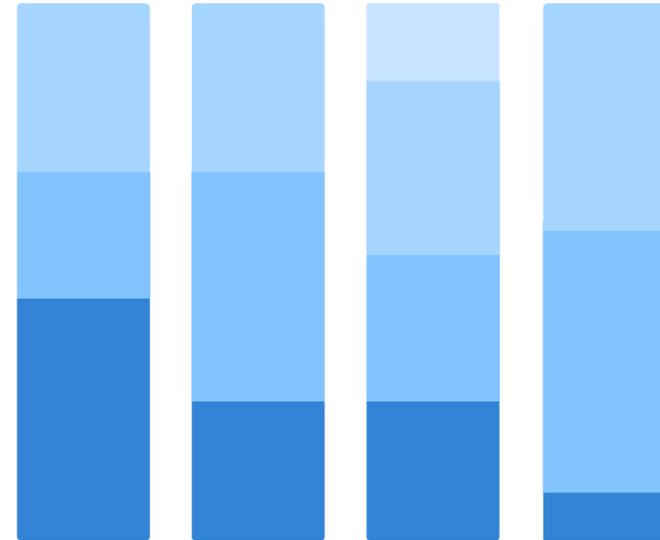
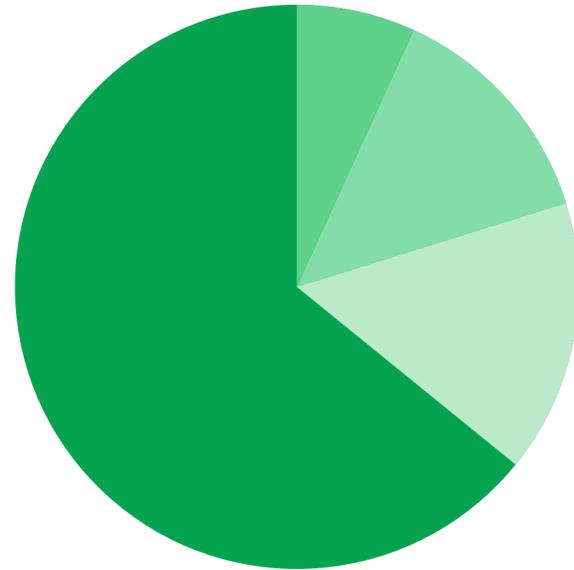


No usar la figura en grandes tamaños al punto de dejar de percibir el círculo.

04.6.2. Gráficos

Las gráficas para visualizar datos soportan nuestra información y son un elemento clave que debe tener un uso adecuado a lo largo de nuestras comunicaciones.

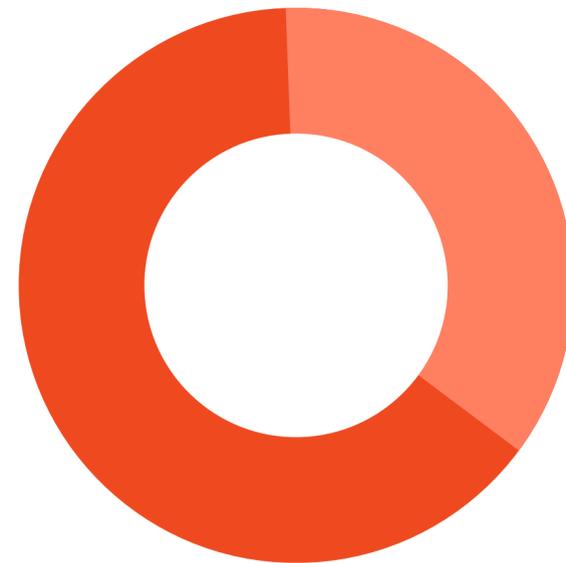
En esta sección se explica el uso de gráficos a partir de las siguientes tipologías, que sirven de base para la construcción de otros elementos infográficos según la necesidad.



04.6.2. Gráficos Circulares

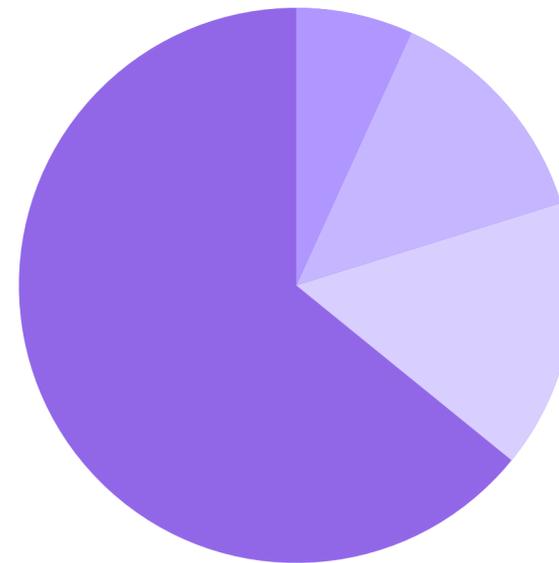
Priorizamos el uso de gráficos circulares para reforzar nuestro concepto de marca, siendo el círculo nuestro principal recurso de identidad. Nuestras gráficas son monocromáticas y es importante que siempre se construyan utilizando tonalidades dentro de la misma gama para mantener unidad y cohesión en los datos que estamos presentando. La cantidad de tonos de un mismo color que se utilicen en una gráfica dependerá de las necesidades de esta. ***Ver capítulo de Color, pg. 69.**

Gráficos tipo dona



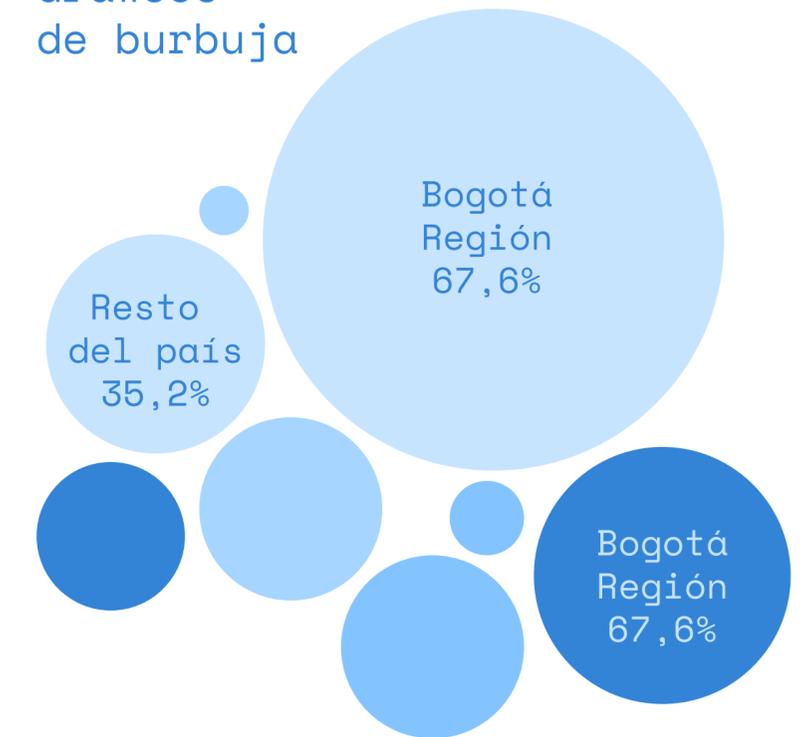
20.2%
Transporte

Gráficos tipo pie



14.2%
Hoteles y Turismo

Gráficos de burbuja

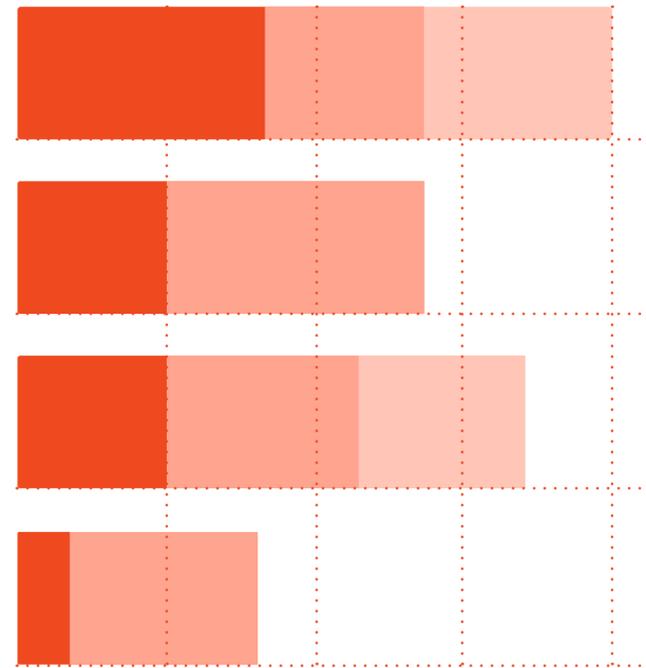


24.6%
Comunicaciones

04.6.2. Gráficos Horizontales

También contamos con otro tipo de gráficas para cubrir todas las necesidades de la marca. Estas funcionan con el mismo sistema cromático para mantener unidad dentro del sistema.

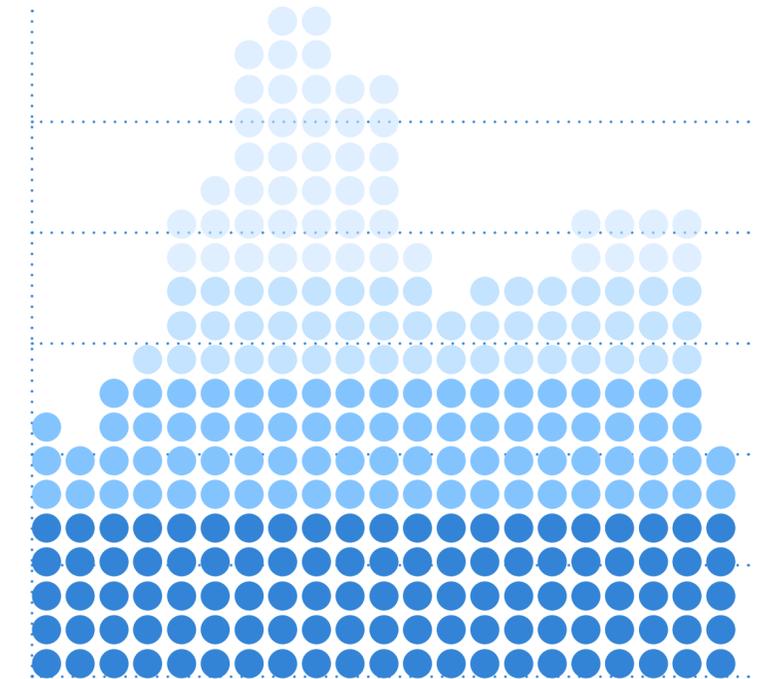
Gráficos de barras



Gráficos de líneas

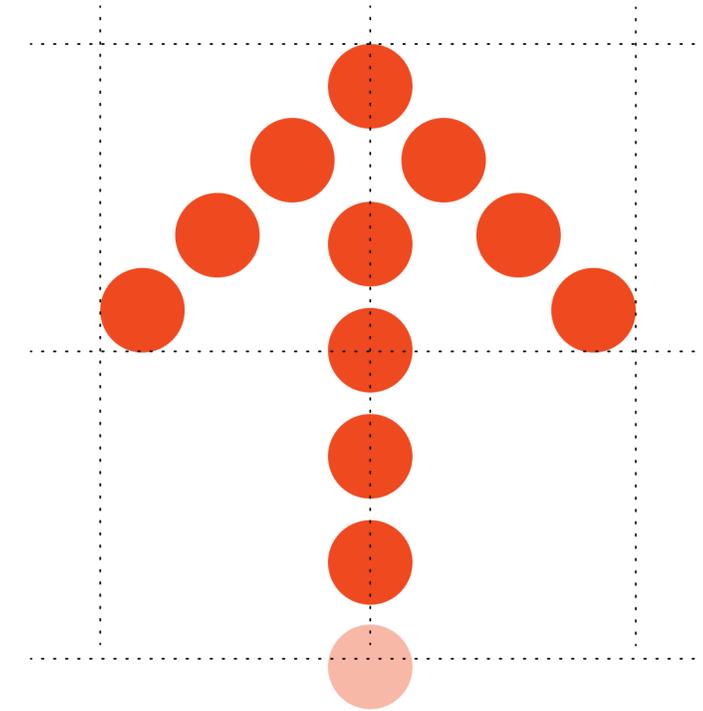
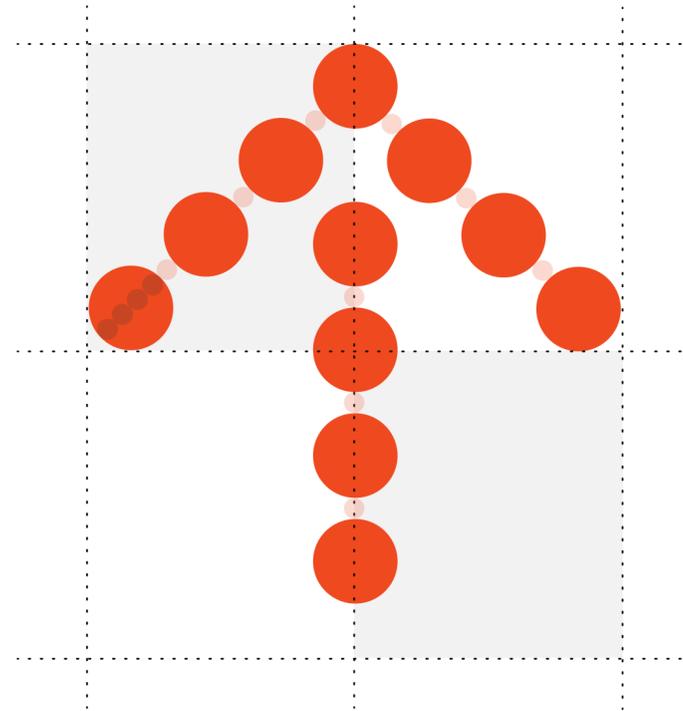
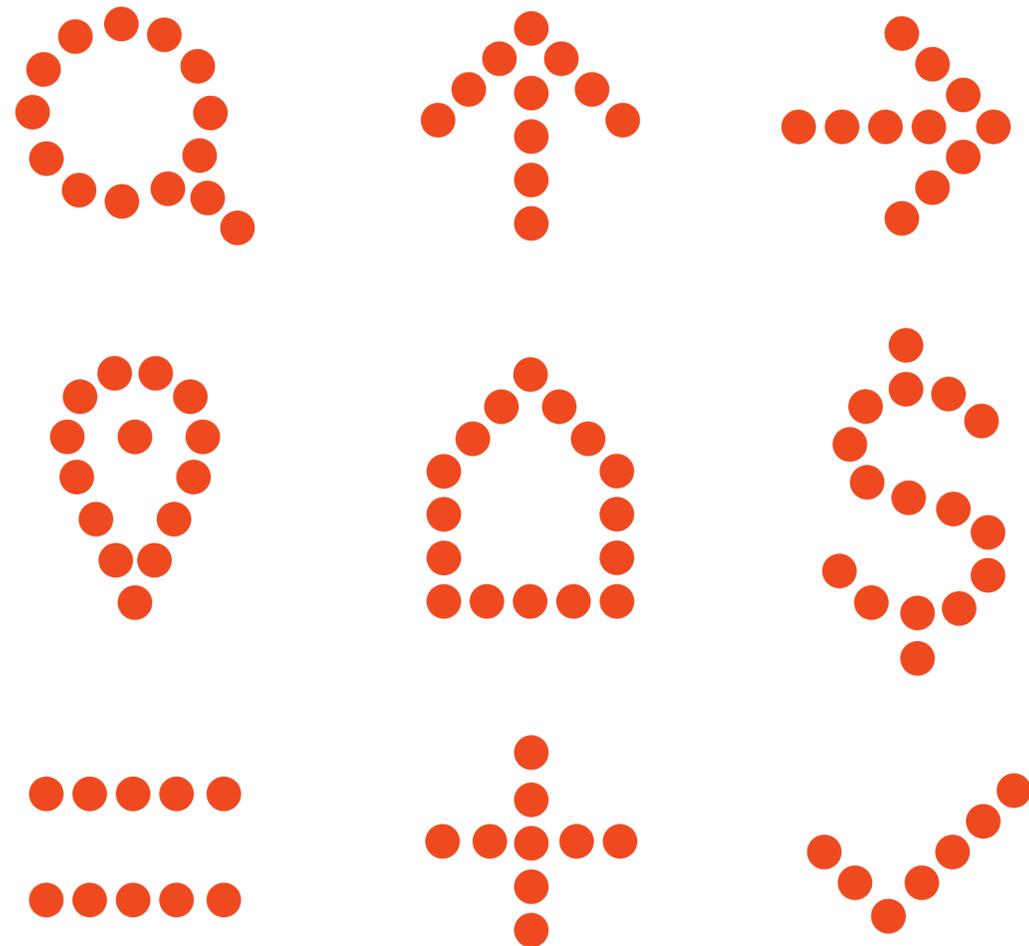


Gráficos de área



04.6.3. Iconografía

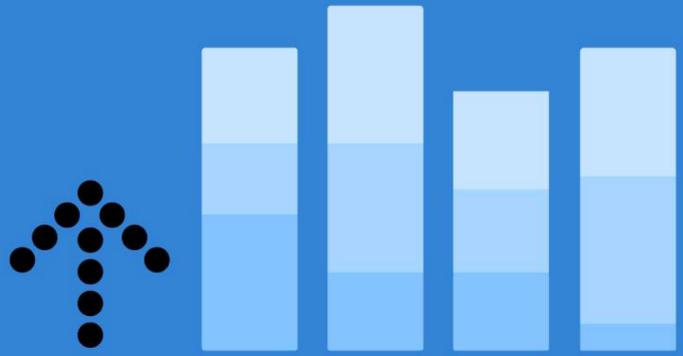
También contamos con el punto como recurso para construir iconografía propia de la marca. Esto refuerza nuestra narrativa y nos aporta un diferencial visual. Estos son algunos ejemplos que sirven como base para la construcción de otros elementos iconográficos según la necesidad.



1. La retícula se adapta según la necesidad de la forma, el único requerimiento es que sea una estructura modular. Todos los puntos deben tener el mismo tamaño y el espacio entre uno y otro equivale a 1/4 del punto.

\$1.539 en inversión.

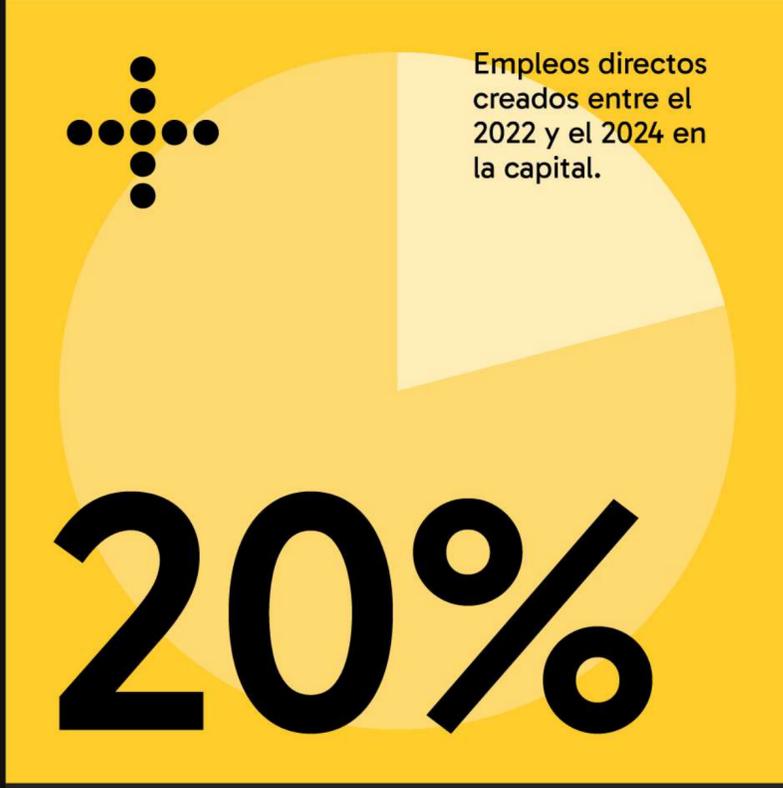
*Cifra de inversión en millones de dólares para Bogotá durante el 2022.



Invest in Bogotá

Sector de Alimentos.

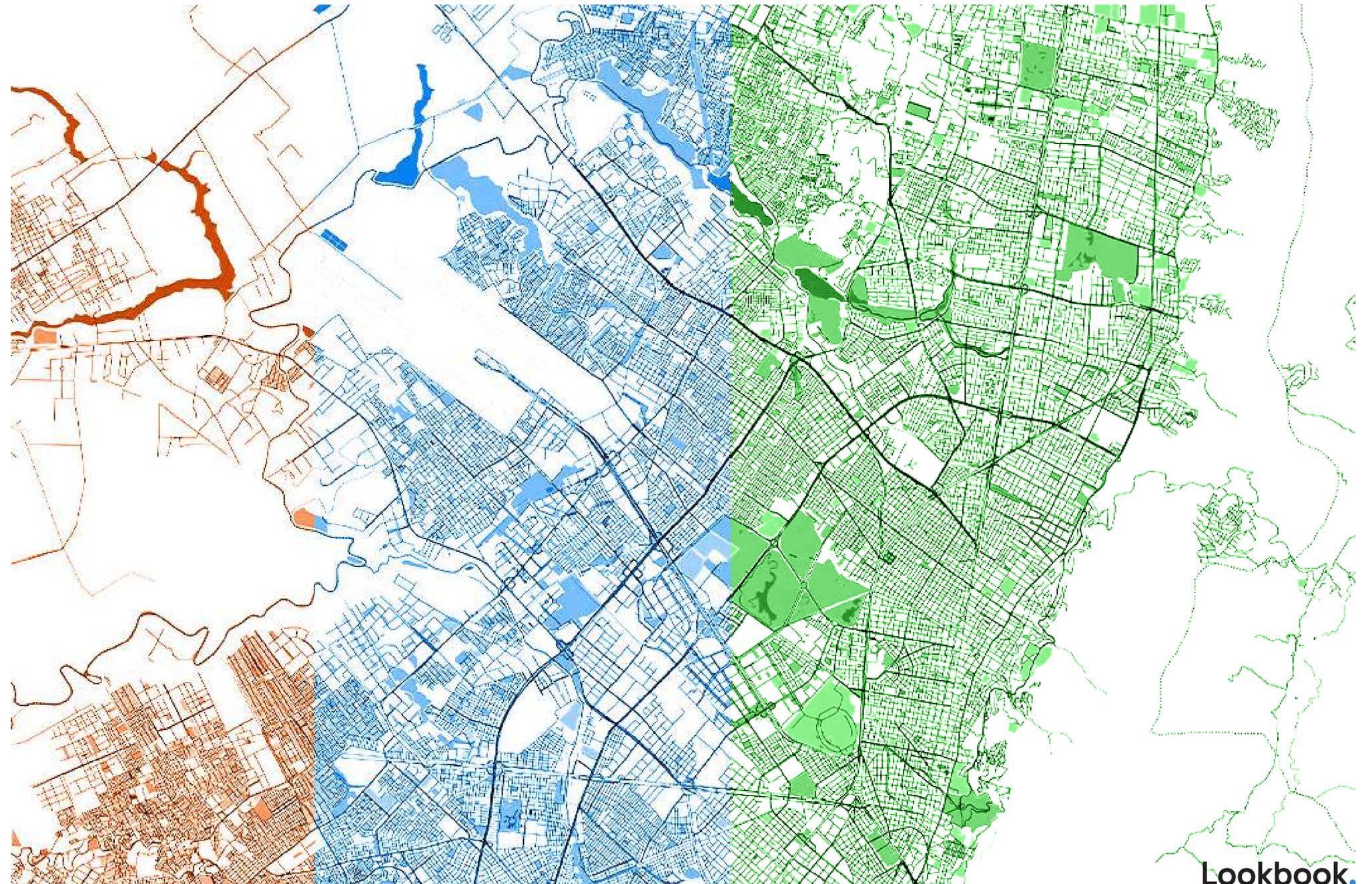
Para el 2024 se estima un crecimiento del 23%.



Empleos directos creados entre el 2022 y el 2024 en la capital.

04.6.4. Mapas

Por la naturaleza de la marca, los mapas son un recurso indispensable para el sistema. Para garantizar unidad, a continuación encontrará una guía para aplicarle color a las imágenes de mapas.



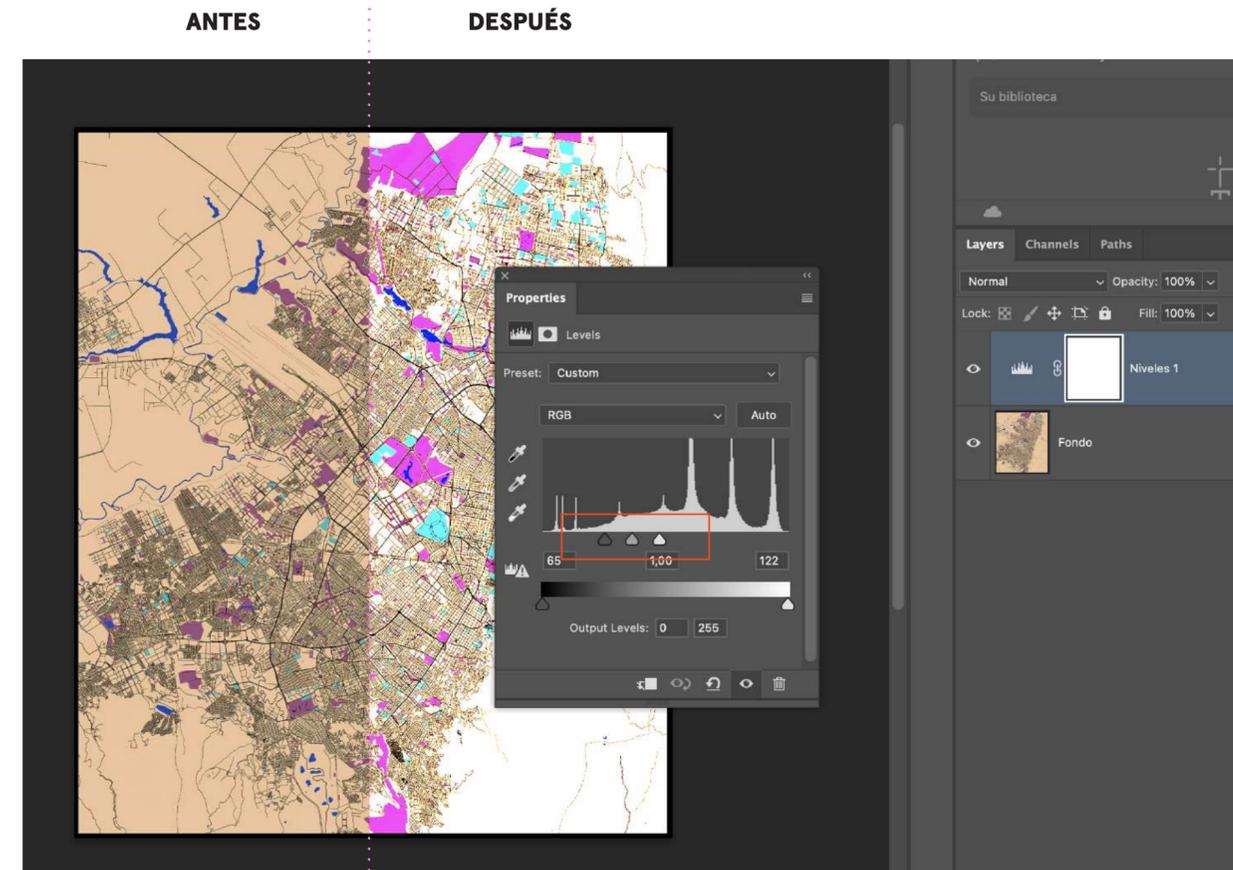
04.6.4. Edición de mapas

1. Inserte la imagen del mapa en Photoshop.

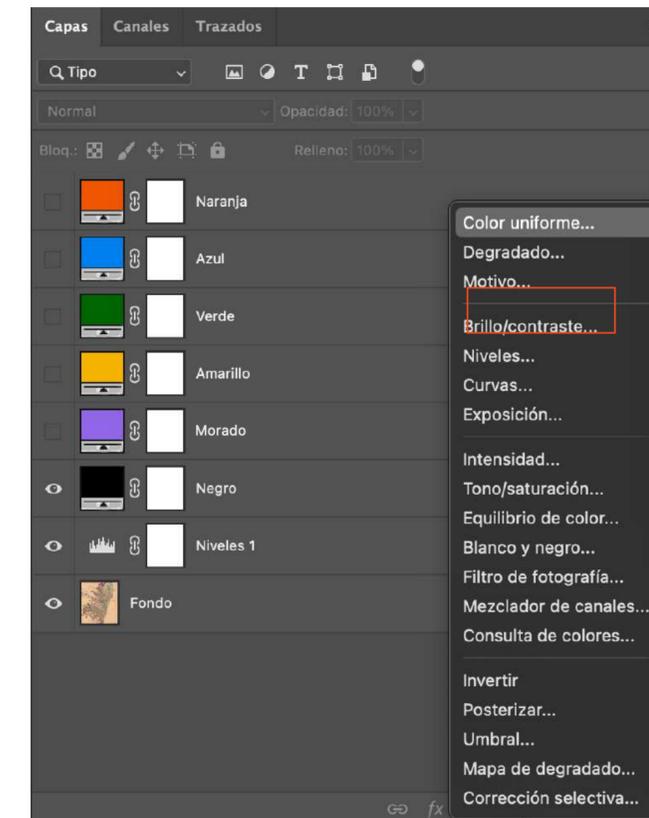
2. Agregue una capa de ajustes de niveles desde la barra inferior de la ventana capas.



6. El resultado final será una imagen en donde todos los elementos que no sean blancos tomarán el color de la capa.



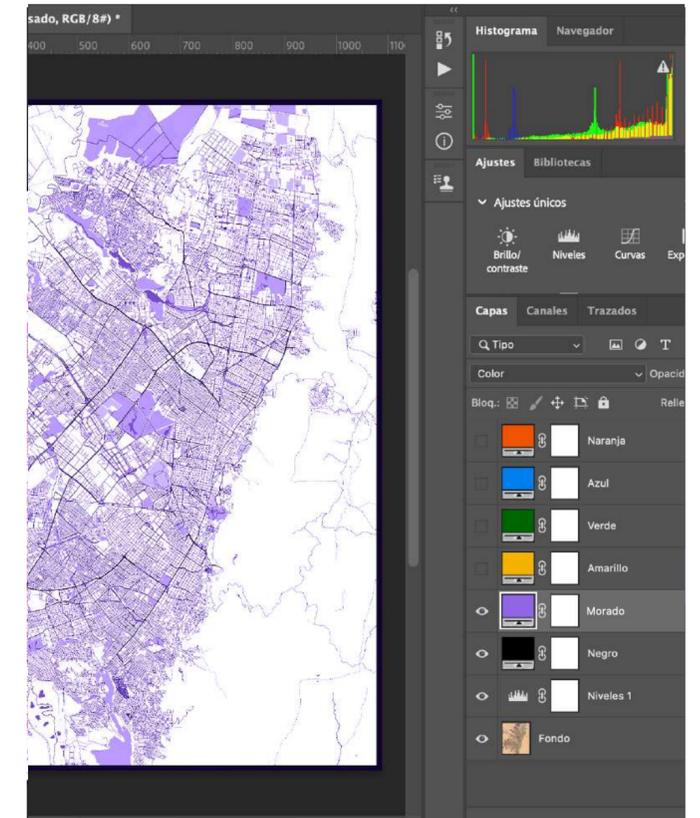
3. Ajuste los niveles de la imagen para lograr un fondo blanco y uniforme.



4. Desde la misma pestaña cree una capa de color uniforme o solid color.



5. Ajuste el modo de fusión de la capa. Este ajuste convierte la capa de color en un elemento traslúcido y permite revelar la información en capas inferiores.



La inversión en la industria de comunicaciones en Bogotá Región también está ganando relevancia. En 2022, este fue el tercer sector con mayor número de proyectos de inversión, con el 9,1%.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

cidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Fig. 18

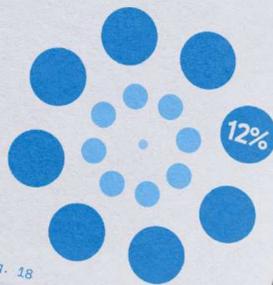


Fig. 18



Fig. 17



Fig. 16



Fig. 17



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

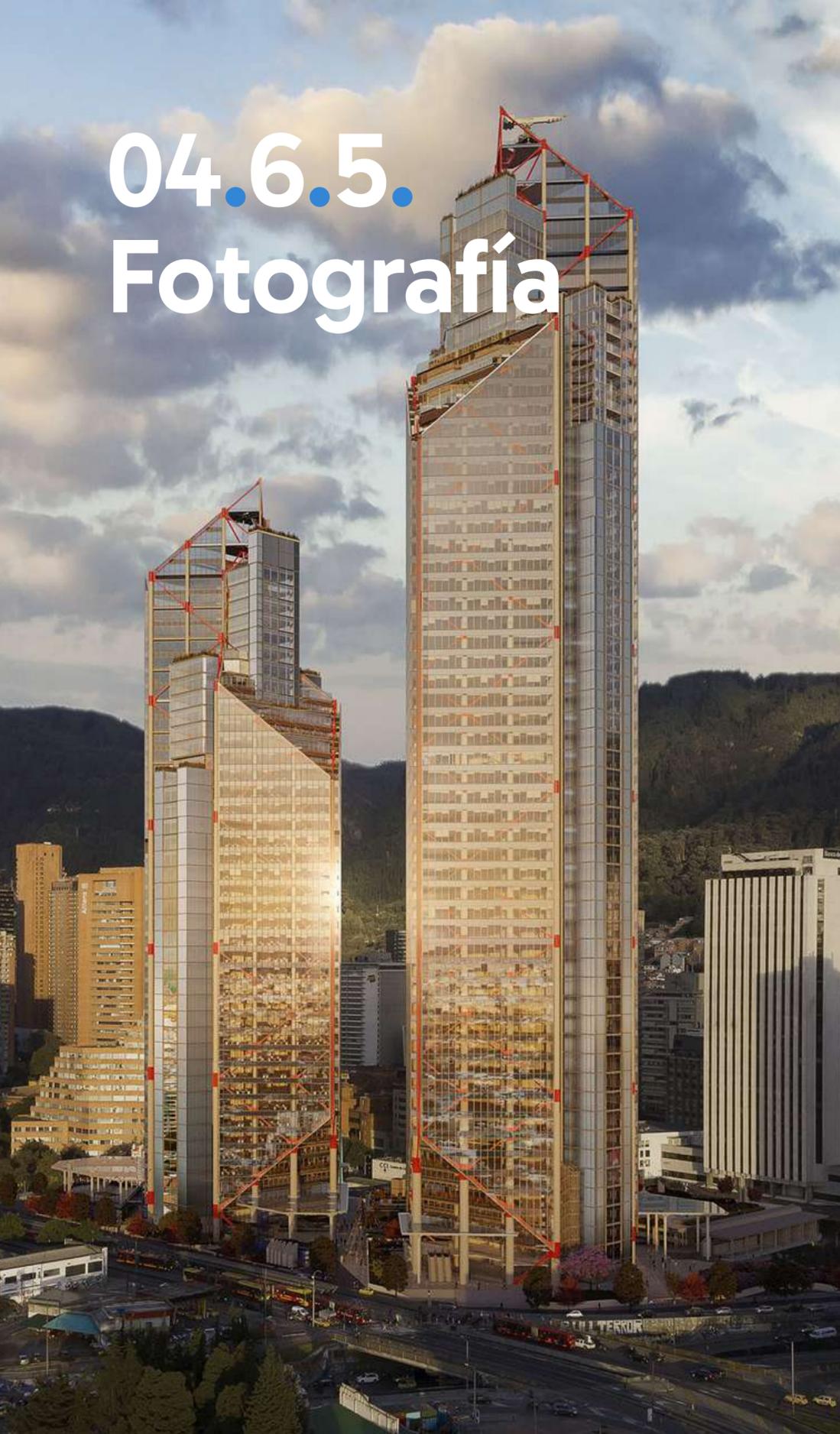
Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

04.6.5. Fotografía



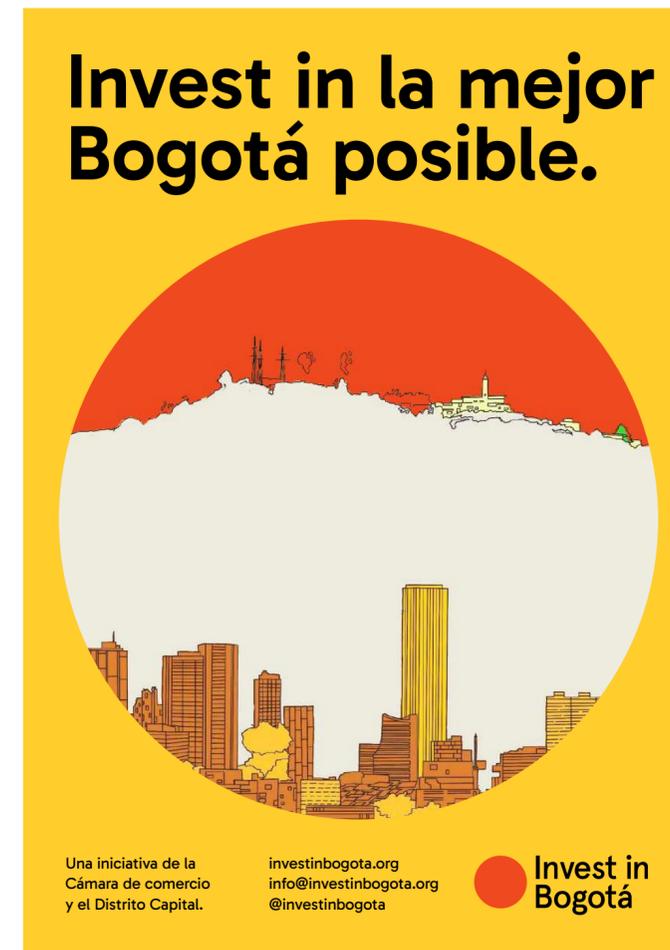
04.6.5. Fotografía

La fotografía es un recurso importante que nos ayudará a contar historias sobre Bogotá y enamorar de ella. Las imágenes se podrán usar como Fondo, contenidas en el círculo o cuadrada/rectangular, siempre teniendo en cuenta los márgenes. ***De ser necesario el uso de ilustraciones, deberán ser usadas de la misma forma.**



04.6.5. Fotografía

La fotografía es un recurso importante que nos ayudará a contar historias sobre Bogotá y enamorar de ella. Las imágenes se podrán usar como Fondo, contenidas en el círculo o cuadrada/rectangular, siempre teniendo en cuenta los márgenes. ***De ser necesario el uso de ilustraciones, deberán ser usadas de la misma forma.**



Buscamos que las personas se enamoren de Bogotá. El uso de fotografías hipnotizantes, nos ayudará a mostrar con generosidad la mejor cara de la ciudad. Recuerde siempre que una imagen a veces puede decir mucho más que mil palabras.

Las imágenes que elegimos deben mostrar siempre nuestro profesionalismo y altísimo nivel de calidad. Nunca usamos imágenes pixeladas, oscuras o flojas.

Categorizamos las imágenes que usamos bajo cuatro categorías:

1. Infraestructura poderosa 2. Ciudad viva 3. Talento Humano 4. Redes-cubrir Bogotá.

04.6.5.1. Infraestructura poderosa

Queremos resaltar la infraestructura de la ciudad de una forma hipnotizante y atractiva. Buscamos mostrar urbanismo de gran escala, diversidad de transporte y arquitectura monumental.

Las fotografías deben transmitir que Bogotá es una ciudad sólida que está en constante crecimiento y está orientada hacia el futuro, bien conectada.

La composición de las fotos invita a pensar una Bogotá proyectada hacia el futuro, sofisticada y competitiva en el contexto global. Buscamos transmitir que Bogotá cuenta con grandes espacios públicos y de encuentro, es una ciudad moderna y capaz de soportar las demandas de una gran metrópoli.



04.6.5.2. Ciudad viva

Queremos transmitir que Bogotá es una ciudad viva, habitada, donde cada día suceden cosas en diversos entornos. Nuestro objetivo es integrar a las personas en la vida urbana, fomentando el uso de los servicios de la ciudad y la exploración de todo lo que tiene para ofrecer.

Bogotá es una oportunidad para conectarse e interactuar, destacando el valor de las redes humanas. Buscamos mostrar momentos cotidianos que le den un sentido auténtico de lugar, situados en los escenarios icónicos que hacen sentir que es Bogotá en su esencia, no cualquier ciudad. El bogotano es diverso, interesante, cálido y humano, reflejando una identidad multiformato que enriquece la experiencia urbana.



04.6.5.3. Talento Humano

Queremos mostrar la diversidad de servicios e industrias que Bogotá ofrece, destacando su entorno dinámico para la innovación, el trabajo en equipo, la tecnología y el progreso.

Es esencial presentar nuestras industrias como poderosas y de gran escala, con una fuerza laboral diversa en espacios de colaboración, intercambio de ideas y enfoque. Este talento humano es el que está construyendo el futuro de nuestra ciudad.



04.6.5.4. Redescubrir Bogotá

Buscamos transmitir una visión vibrante y nueva de Bogotá. Redescubrir Bogotá es encontrarle sus mejores ángulos y sus detalles más interesantes.

Somos expertos de la ciudad y nos la conocemos al derecho y al revés, por eso nos es fácil verle su encanto y transmitirlo al mundo. Queremos mostrar lo que hace diferente y única a nuestra ciudad, su oferta cultural, sus paisajes diversos y su vida urbana vibrante.



04.7. Retículas & Composición.

El sistema visual es lo que articula todos los elementos de la identidad y permite comunicar eficientemente los mensajes que la marca busca transmitir.

Es importante entender que las retículas son la base de todas las composiciones gráficas y nos ayudan a definir cómo se comportan todos los elementos para generar armonía visual y claridad.

04.7.1. Márgenes

Estas páginas lo guiarán paso a paso en la construcción de nuestra cuadrícula y de los principales diseños utilizados en nuestro sistema visual.

Para crear nuestros márgenes, tomamos el lado más largo del formato y lo dividimos en 25.

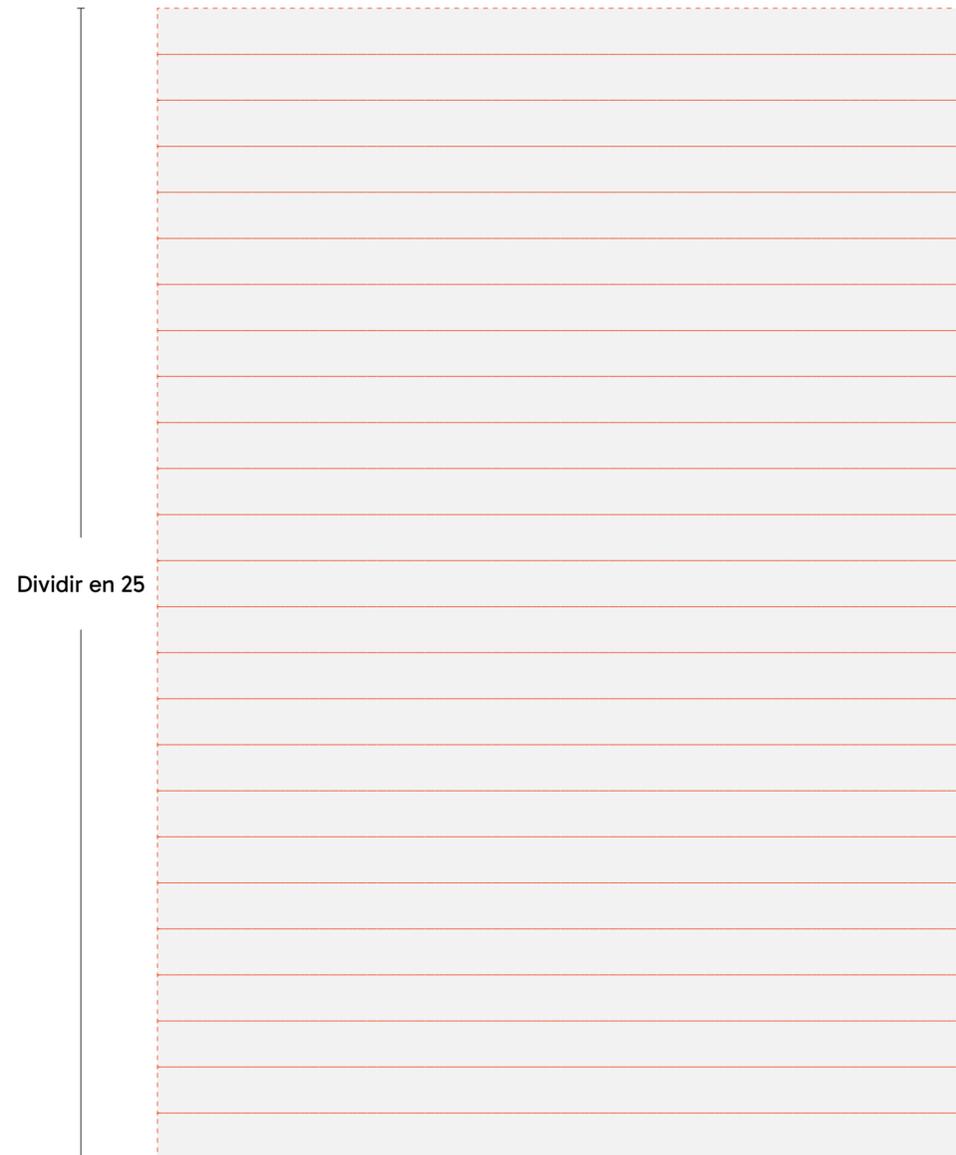


Lado largo
÷ 25 = Margen.

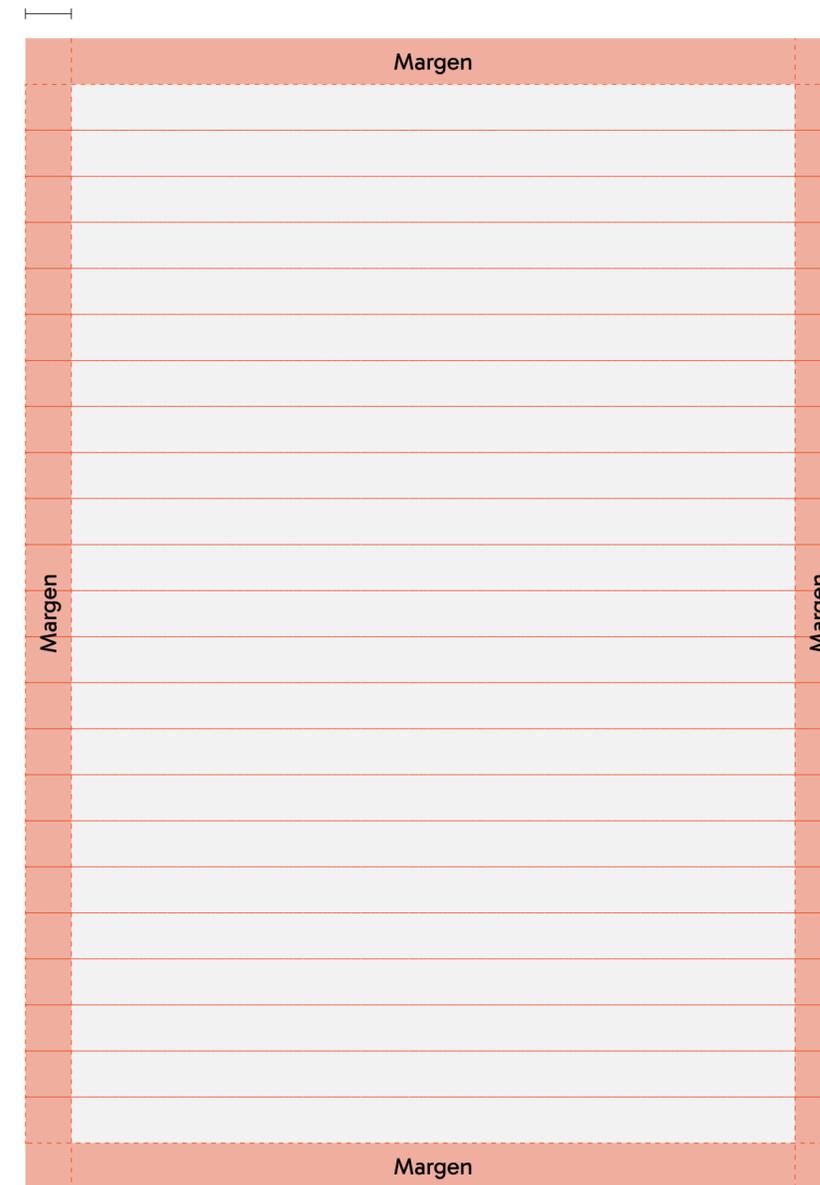
04.7.1. Márgenes

Así obtenemos un margen modular que se adapta a todos los formatos y tamaños de aplicación. La columna exterior se convierte en nuestros márgenes y las 23 interiores en nuestras columnas de contenido.

Nota: En algunos casos extremos (aplicaciones muy anchas o muy altas), puede ser necesario ajustar manualmente sus márgenes para que sean ópticamente correctos.



Las dos filas de cada extremo se convierten en el margen.



04.7.1. Márgenes

Así obtenemos un margen modular que se adapta a todos los formatos y tamaños de aplicación. La columna exterior se convierte en nuestros márgenes y las 23 interiores en nuestras columnas de contenido.

Nota: En algunos casos extremos (aplicaciones muy anchas o muy altas), puede ser necesario ajustar manualmente sus márgenes para que sean ópticamente correctos.

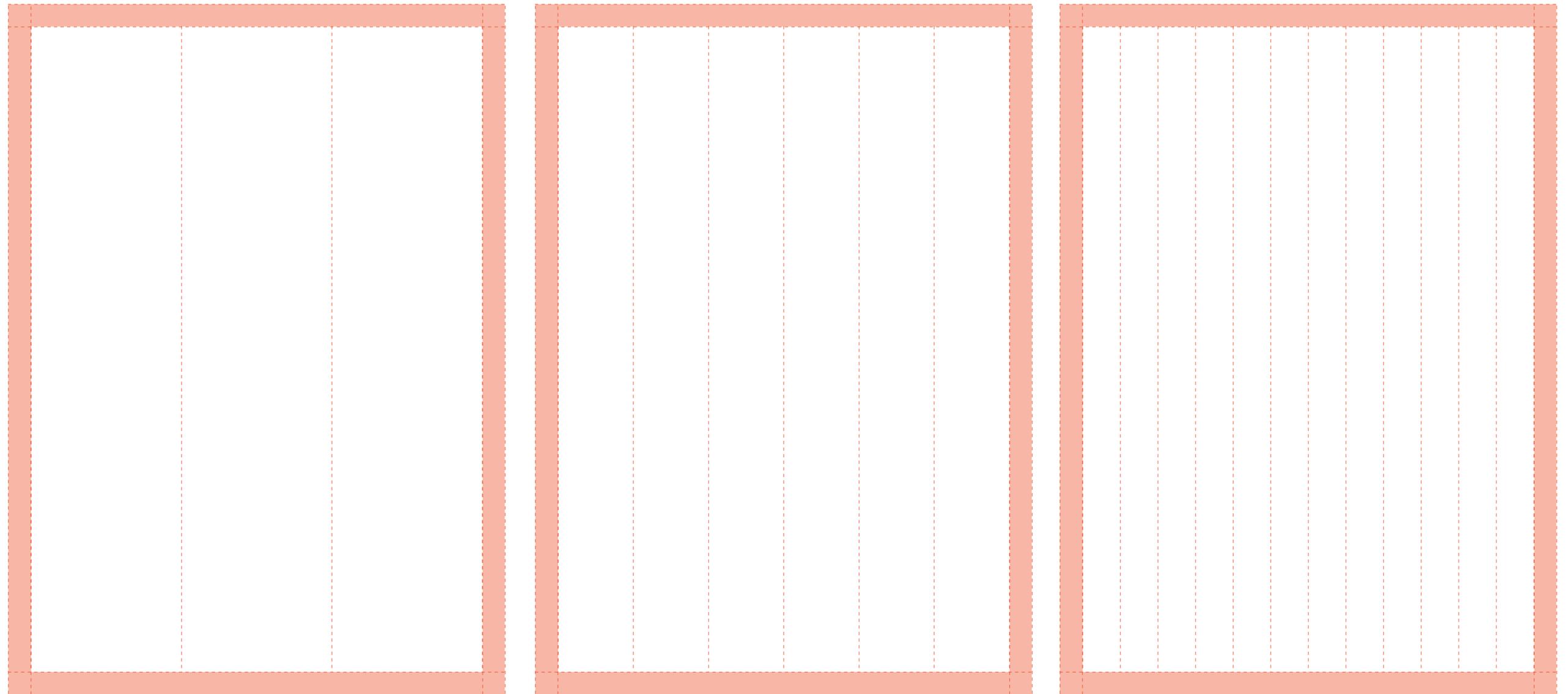


04.7.2. Columnas

Después de crear los márgenes, divida el diseño en 3 columnas para crear nuestra cuadrícula guía de contenidos.

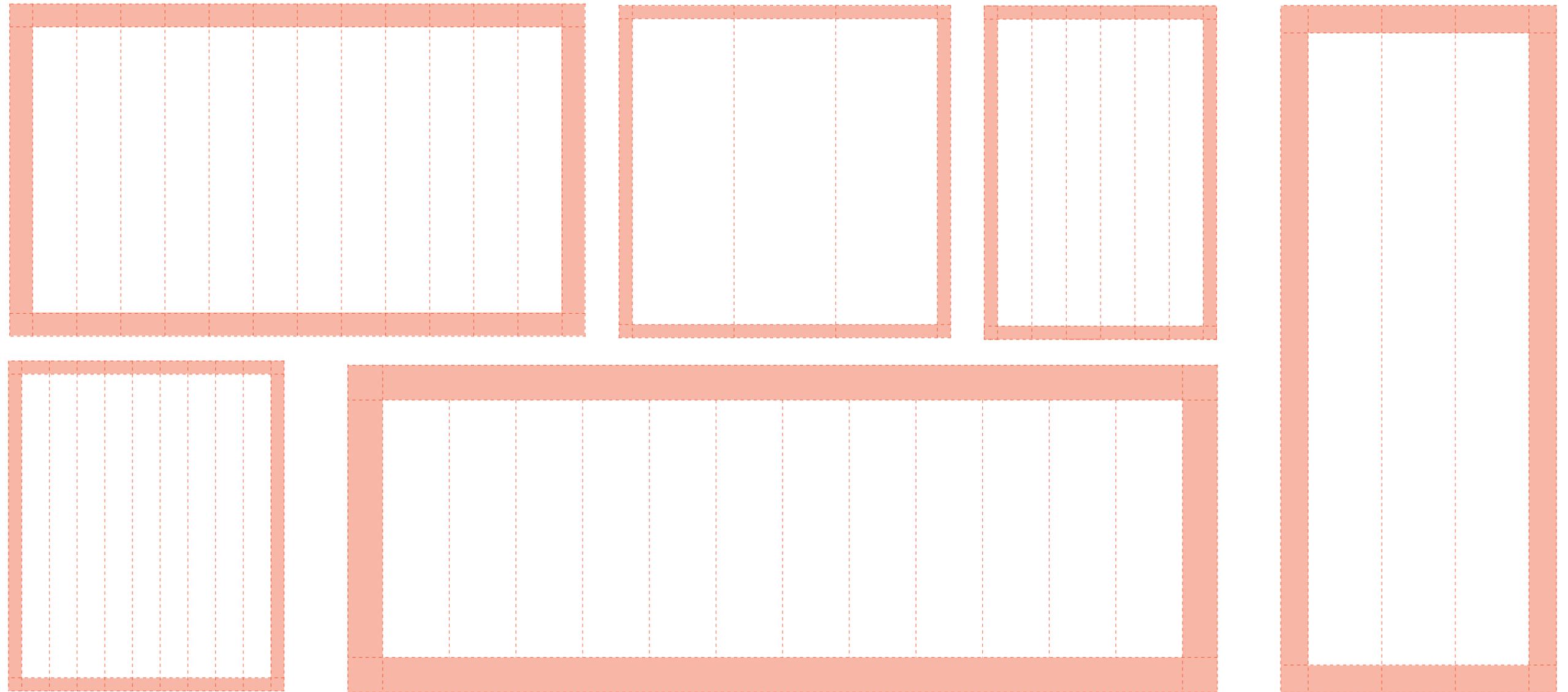
Para mayor flexibilidad, siga dividiendo el diseño en 6 o 12 columnas.

Divida los diseños en función del contenido y de lo que mejor se adapte a la composición. Entre más elementos deba tener la pieza, probablemente necesitará más flexibilidad de composición, por tal motivo, necesitará más columnas.



04.7.3. Flexibilidad

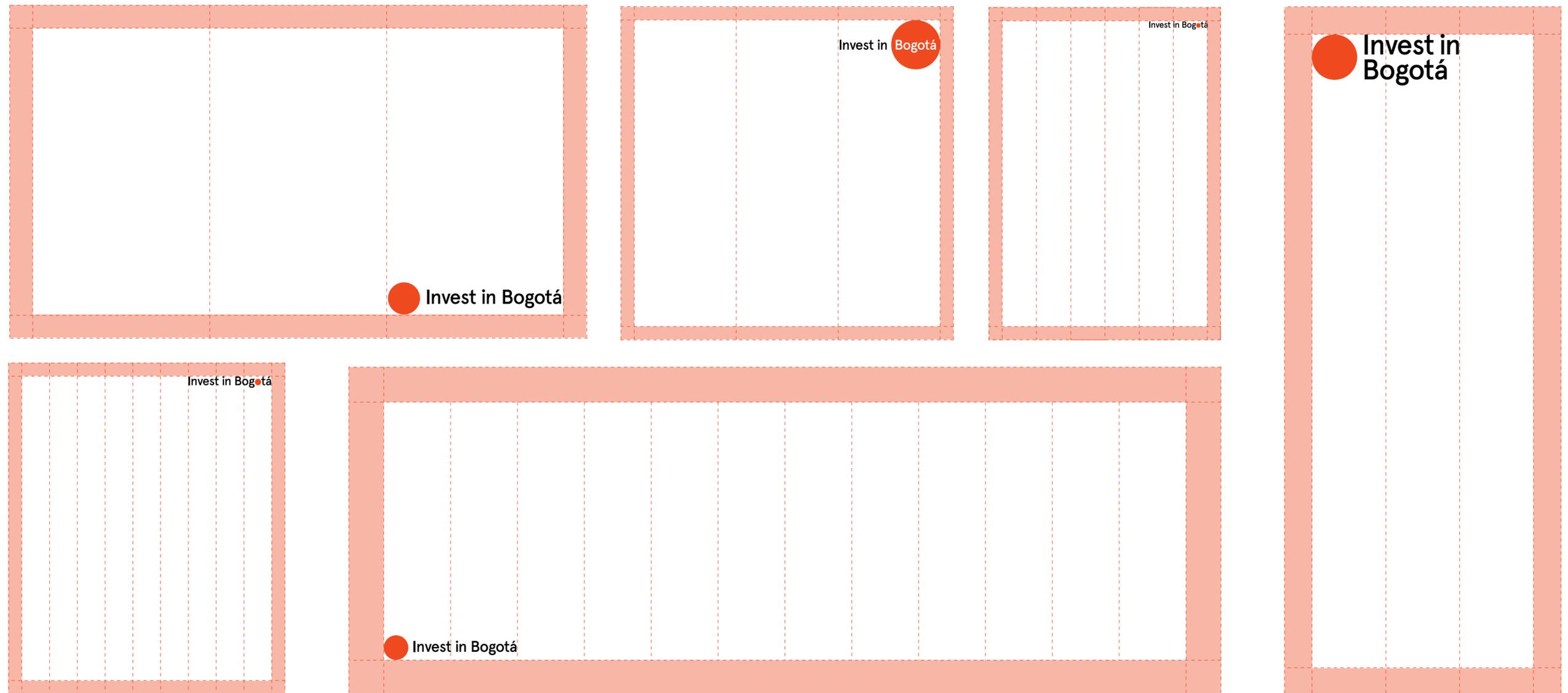
Este sistema de retículas se adapta a una gran variedad de tamaños de formatos para facilitar su uso en todo tipo de aplicaciones.



04.7.4. Composición

Una vez tenemos la pieza con la cuadrícula guía, es momento de componer las piezas. El logo de Invest in Bogotá es el elemento más valioso de nuestro sistema, por eso es lo primero que ubicaremos.

Su tamaño dependerá de la relevancia que tenga en la pieza. Entre mayor complejidad tenga la pieza, probablemente el logo de invest será utilizado en menor tamaño, por ejemplo, en una hoja de un informe.



04.7.4. Composición

Una vez ubicado el logo, es momento de organizar el resto de la información, siempre guiándonos por las columnas y las márgenes que hemos creado.

Nuestra retícula es el imán de la información, a ella fijamos los elementos de la composición, en la retícula confiamos.



La capital latina del emprendimiento.

Invest in la mejor Bogotá posible.

Una iniciativa de la Cámara de comercio y el Distrito Capital.

investinbogota.org
info@investinbogota.org
@investinbogota

Invest in Bogotá

Sector de Alimentos.

Para el 2024 se estima un crecimiento del 23%.

35 Invest in Bogotá

Infraestructura inteligente.

Fig. 14

Fig. 15

Fig. 16

Fig. 17

Fig. 18

Fig. 19

Fig. 20

Fig. 21

Fig. 22

Fig. 23

Fig. 24

Fig. 25

Fig. 26

Fig. 27

Fig. 28

Fig. 29

Fig. 30

Fig. 31

Fig. 32

Fig. 33

Fig. 34

Fig. 35

Fig. 36

Fig. 37

Fig. 38

Fig. 39

Fig. 40

Fig. 41

Fig. 42

Fig. 43

Fig. 44

Fig. 45

Fig. 46

Fig. 47

Fig. 48

Fig. 49

Fig. 50

Fig. 51

Fig. 52

Fig. 53

Fig. 54

Fig. 55

Fig. 56

Fig. 57

Fig. 58

Fig. 59

Fig. 60

Fig. 61

Fig. 62

Fig. 63

Fig. 64

Fig. 65

Fig. 66

Fig. 67

Fig. 68

Fig. 69

Fig. 70

Fig. 71

Fig. 72

Fig. 73

Fig. 74

Fig. 75

Fig. 76

Fig. 77

Fig. 78

Fig. 79

Fig. 80

Fig. 81

Fig. 82

Fig. 83

Fig. 84

Fig. 85

Fig. 86

Fig. 87

Fig. 88

Fig. 89

Fig. 90

Fig. 91

Fig. 92

Fig. 93

Fig. 94

Fig. 95

Fig. 96

Fig. 97

Fig. 98

Fig. 99

Fig. 100

Invest in Bogotá

Agencia de promoción de inversión de Bogotá Región.

Síguenos:
@investinbogota
investinbogota.org

2025 Invest in Bogotá

Informe 03.

Fuerza Laboral en Bogotá-Región

Invest in una mejor versión de Bogotá.

Una iniciativa de la Cámara de Comercio y la Alcaldía Mayor de Bogotá.

Invest in Bogotá

Síguenos en @investinbogota
investinbogota.org

04.7.4. Composición

Una vez ubicado el logo, es momento de organizar el resto de la información, siempre guiándonos por las columnas y las márgenes que hemos creado.

Nuestra retícula es el imán de la información, a ella fijamos los elementos de la composición, en la retícula confiamos.



La capital latina del emprendimiento.

Invest in la mejor Bogotá posible.

Una iniciativa de la Cámara de comercio y el Distrito Capital.

investinbogota.org
info@investinbogota.org
@investinbogota

Invest in Bogotá

Sector de Alimentos.

Para el 2024 se estima un crecimiento del 23%.

35 Invest in Bogotá

Infraestructura inteligente.

Fig. 14

Fig. 15

Invest in Bogotá logo

Invest in Bogotá

Agencia de promoción de inversión de Bogotá Región.

Síguenos:
@investinbogota
investinbogota.org

2025 Invest in Bogotá

Informe 03.

Fuerza Laboral en Bogotá-Región

Invest in una mejor versión de Bogotá.

Una iniciativa de la Cámara de Comercio y la Alcaldía Mayor de Bogotá.

Síguenos en @investinbogota
investinbogota.org

04.7.5. Composición tipo A: Alta

Este tipo de composición funciona para formatos que son más altos que anchos, como las historias de Instagram o pendones.

En este formato, la prioridad es que toda la información sea siempre visible, teniendo en cuenta la interfaz o el lugar donde se va a ubicar.

1. Margen interior y exterior = $\text{Lado largo} \div 25$
2. Área para colocar el logotipo (si aplica)
3. Área para colocar enunciado principal
4. Área para colocar fotografía
5. Área para colocar información secundaria



04.7.5. Composición tipo A: Alta. Resultado.

Este tipo de composición funciona para formatos que son más altos que anchos, como las historias de Instagram o pendones.

En este formato, la prioridad es que toda la información sea siempre visible, teniendo en cuenta la interfaz o el lugar donde se va a ubicar.

1. Margen interior y exterior = Lado largo ÷ 25
2. Área para colocar el logotipo (si aplica)
3. Área para colocar enunciado principal
4. Área para colocar fotografía
5. Área para colocar información secundaria



04.7.6. Composición tipo B: Ancha

Este estilo de composición es adecuado para formatos que son más anchos que altos.

En este tipo de formatos, usualmente se busca transmitir un mensaje más complejo. Por ejemplo: Banners web o una valla publicitaria.

1. Margen interior y exterior = Lado largo ÷ 25
2. Área para colocar el logotipo
3. Área para colocar enunciado principal
4. Área para colocar fotografía
5. Área para colocar información secundaria



04.7.6. Composición tipo B: Ancha. Resultado.

Este estilo de composición es adecuado para formatos que son más anchos que altos.

En este tipo de formatos, usualmente se busca transmitir un mensaje más complejo. Por ejemplo: Banners web o una valla publicitaria.

1. Margen interior y exterior = Lado largo ÷ 25
2. Área para colocar el logotipo
3. Área para colocar enunciado principal
4. Área para colocar fotografía
5. Área para colocar información secundaria



04.7.7. Composición tipo C: Estándar

Este estilo de composición puede funcionar de forma independiente o junto a otras composiciones para transmitir una historia más completa. Por ejemplo: Post de instagram.

Cada composición dentro de este formato debe incorporar un mensaje conciso y completo para que sea comprensible como unidad o como conjunto.

1. Margen interior y exterior = Lado largo ÷ 25
2. Área para colocar el logotipo (si aplica)
3. Área para colocar enunciado principal
4. Área para colocar fotografía/diagrama
5. Área para colocar información adicional



04.7.7. Composición tipo C: Estándar. Resultado.

Este estilo de composición puede funcionar de forma independiente o junto a otras composiciones para transmitir una historia más completa. Por ejemplo: Post de Instagram.

Cada composición dentro de este formato debe incorporar un mensaje conciso y completo para que sea comprensible como unidad o como conjunto.

1. Margen interior y exterior = Lado largo ÷ 25
2. Área para colocar el logotipo (si aplica)
3. Área para colocar enunciado principal
4. Área para colocar fotografía/diagrama
5. Área para colocar información adicional



04.7.8. Composición tipo D: Documento

Este estilo de composición hace referencia a documentos extensos con una alta complejidad en términos de información, donde deben usarse variedad de jerarquías.

1. Margen interior y exterior = Lado largo ÷ 25
2. Área para colocar el logotipo (si aplica)
3. Área para diagramar folios
4. Área para diagramar títulos/subtítulos
5. Área para diagramar textos/Imágenes
6. Áreas para gráficos y pies de página

35 **3** **2** Invest in Bogotá **1**

Infraestructura inteligente. **4**

6 **5**

Fig. 14

Fig. 15

Fig. 16

Fig. 17

Fig. 18

Fig. 19

Fig. 20

Fig. 21

Fig. 22

5 **6** 36

La inversión en la industria de comunicaciones en Bogotá Región también está ganando relevancia. En 2022, este fue el tercer sector con mayor número de proyectos de inversión, con el 9,1%.

Fig. 18

Fig. 17

Fig. 19

Fig. 20

Fig. 21

Fig. 22

6 **5** **37**

Fig. 18

Fig. 17

Fig. 19

Fig. 20

Fig. 21

Fig. 22

04.7.8. Composición tipo D: Documento. Resultado.

Este estilo de composición hace referencia a documentos extensos con una alta complejidad en términos de información, donde deben usarse variedad de jerarquías.

1. Margen interior y exterior = Lado largo ÷ 25
2. Área para colocar el logotipo (si aplica)
3. Área para diagramar folios
4. Área para diagramar títulos/subtítulos
5. Área para diagramar textos/Imágenes
6. Áreas para gráficos y pies de página

35 Invest in Bogotá

Infraestructura inteligente.

Fig. 14

Fig. 15

Fig. 16

Fig. 17

Fig. 18

Fig. 19

Fig. 20

Fig. 21

Fig. 22

Fig. 23

Fig. 24

Fig. 25

Fig. 26

Fig. 27

Fig. 28

Fig. 29

Fig. 30

Fig. 31

Fig. 32

Fig. 33

Fig. 34

Fig. 35

Fig. 36

Fig. 37

Fig. 38

Fig. 39

Fig. 40

Fig. 41

Fig. 42

Fig. 43

Fig. 44

Fig. 45

Fig. 46

Fig. 47

Fig. 48

Fig. 49

Fig. 50

Fig. 51

Fig. 52

Fig. 53

Fig. 54

Fig. 55

Fig. 56

Fig. 57

Fig. 58

Fig. 59

Fig. 60

Fig. 61

Fig. 62

Fig. 63

Fig. 64

Fig. 65

Fig. 66

Fig. 67

Fig. 68

Fig. 69

Fig. 70

Fig. 71

Fig. 72

Fig. 73

Fig. 74

Fig. 75

Fig. 76

Fig. 77

Fig. 78

Fig. 79

Fig. 80

Fig. 81

Fig. 82

Fig. 83

Fig. 84

Fig. 85

Fig. 86

Fig. 87

Fig. 88

Fig. 89

Fig. 90

Fig. 91

Fig. 92

Fig. 93

Fig. 94

Fig. 95

Fig. 96

Fig. 97

Fig. 98

Fig. 99

Fig. 100

36

La inversión en la industria de comunicaciones en Bogotá Región también está ganando relevancia. En 2022, este fue el tercer sector con mayor número de proyectos de inversión, con el 9,1%.

Fig. 18

Fig. 19

Fig. 20

Fig. 21

Fig. 22

Fig. 23

Fig. 24

Fig. 25

Fig. 26

Fig. 27

Fig. 28

Fig. 29

Fig. 30

Fig. 31

Fig. 32

Fig. 33

Fig. 34

Fig. 35

Fig. 36

Fig. 37

Fig. 38

Fig. 39

Fig. 40

Fig. 41

Fig. 42

Fig. 43

Fig. 44

Fig. 45

Fig. 46

Fig. 47

Fig. 48

Fig. 49

Fig. 50

Fig. 51

Fig. 52

Fig. 53

Fig. 54

Fig. 55

Fig. 56

Fig. 57

Fig. 58

Fig. 59

Fig. 60

Fig. 61

Fig. 62

Fig. 63

Fig. 64

Fig. 65

Fig. 66

Fig. 67

Fig. 68

Fig. 69

Fig. 70

Fig. 71

Fig. 72

Fig. 73

Fig. 74

Fig. 75

Fig. 76

Fig. 77

Fig. 78

Fig. 79

Fig. 80

Fig. 81

Fig. 82

Fig. 83

Fig. 84

Fig. 85

Fig. 86

Fig. 87

Fig. 88

Fig. 89

Fig. 90

Fig. 91

Fig. 92

Fig. 93

Fig. 94

Fig. 95

Fig. 96

Fig. 97

Fig. 98

Fig. 99

Fig. 100

37

La inversión en la industria de comunicaciones en Bogotá Región también está ganando relevancia. En 2022, este fue el tercer sector con mayor número de proyectos de inversión, con el 9,1%.

Fig. 18

Fig. 19

Fig. 20

Fig. 21

Fig. 22

Fig. 23

Fig. 24

Fig. 25

Fig. 26

Fig. 27

Fig. 28

Fig. 29

Fig. 30

Fig. 31

Fig. 32

Fig. 33

Fig. 34

Fig. 35

Fig. 36

Fig. 37

Fig. 38

Fig. 39

Fig. 40

Fig. 41

Fig. 42

Fig. 43

Fig. 44

Fig. 45

Fig. 46

Fig. 47

Fig. 48

Fig. 49

Fig. 50

Fig. 51

Fig. 52

Fig. 53

Fig. 54

Fig. 55

Fig. 56

Fig. 57

Fig. 58

Fig. 59

Fig. 60

Fig. 61

Fig. 62

Fig. 63

Fig. 64

Fig. 65

Fig. 66

Fig. 67

Fig. 68

Fig. 69

Fig. 70

Fig. 71

Fig. 72

Fig. 73

Fig. 74

Fig. 75

Fig. 76

Fig. 77

Fig. 78

Fig. 79

Fig. 80

Fig. 81

Fig. 82

Fig. 83

Fig. 84

Fig. 85

Fig. 86

Fig. 87

Fig. 88

Fig. 89

Fig. 90

Fig. 91

Fig. 92

Fig. 93

Fig. 94

Fig. 95

Fig. 96

Fig. 97

Fig. 98

Fig. 99

Fig. 100

04.8. Aplicaciones gráficas.

 Invest in Bogotá

Una iniciativa de la
Cámara de comercio
y el Distrito Capital.

investinbogota.org
info@investinbogota.org
[@investinbogota](https://www.instagram.com/investinbogota)



Invest in la
mejor Bogotá
posible.





Invest in Bogotá



Informe de negocios

Invest in Bogotá

Periodo 2018-2022

Investigaciones e Inteligencia de Mercados

Informe de Negocios en Bogotá

04.06.24

Invest in Bogotá

Bogotá: La puerta de Europa hacia el mercado de América Latina.

Mediante una robusta agenda de participación en eventos estratégicos y reuniones con actores clave, Invest in Bogota, la agencia de promoción de inversión extranjera y de captación de eventos de talla mundial de la capital colombiana fortalece su posicionamiento ante empresas, grupos de interés y entidades público-privadas en Europa. Esto con el fin de presentar oportunidades a inversionistas, con el objetivo de generar dinamismo en la región, empleo, transferencia tecnológica, y para posicionar a Bogotá como una plataforma exportadora comprometida con el cumplimiento de los ODS, entre otros aspectos.

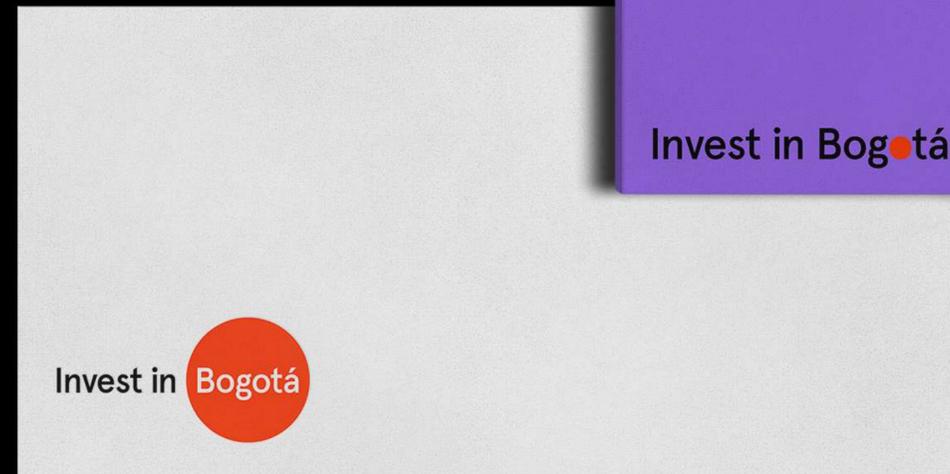
En esta visita a Europa, se han abordado temáticas como la descarbonización, transición a economía circular y compromisos con el cambio climático con la finalidad de migrar hacia una inversión responsable, permitiéndole a Invest in Bogota explorar oportunidades de inversión para Bogotá Región junto con algunas empresas en Alemania y España, países que fueron priorizados.

Los empresarios manifiestan que pese a las dificultades, ineficiencias y retos de la región, existen cuatro grandes mercados que han sido destino predilecto de inversión y continuarán siendo los mercados referentes y preferidos por este tipo de inversionistas: México, Colombia, Chile y Brasil. Juntos, estos países son responsables de más de dos terceras partes del PIB de Latinoamérica y que presentan grandes oportunidades en áreas como infraestructura sostenible, energías renovables, gestión de residuos, vehículos eléctricos, gestión del agua, alimentos saludables y agronegocios, transición energética, entre otros temas priorizados.

1. En los últimos 10 años Bogotá recibió 576 proyectos de inversión nueva y de expansión de Europa, valorados en USD 9.071 millones que generaron cerca de 50.000 empleos.

2. De acuerdo con cifras de la entidad, los proyectos de inversión nueva que llegaron a Colombia desde Europa entre 2012 y 2022 posicionan a este continente.


María Isabella Muñoz.





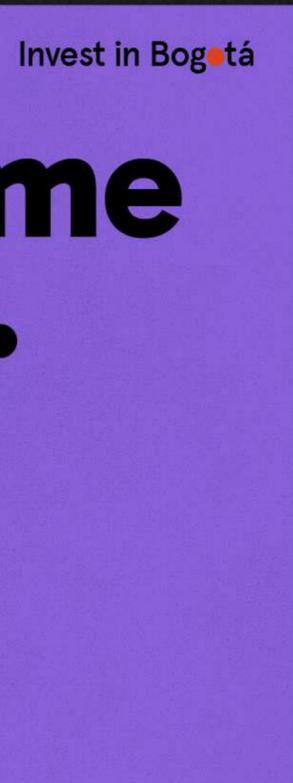
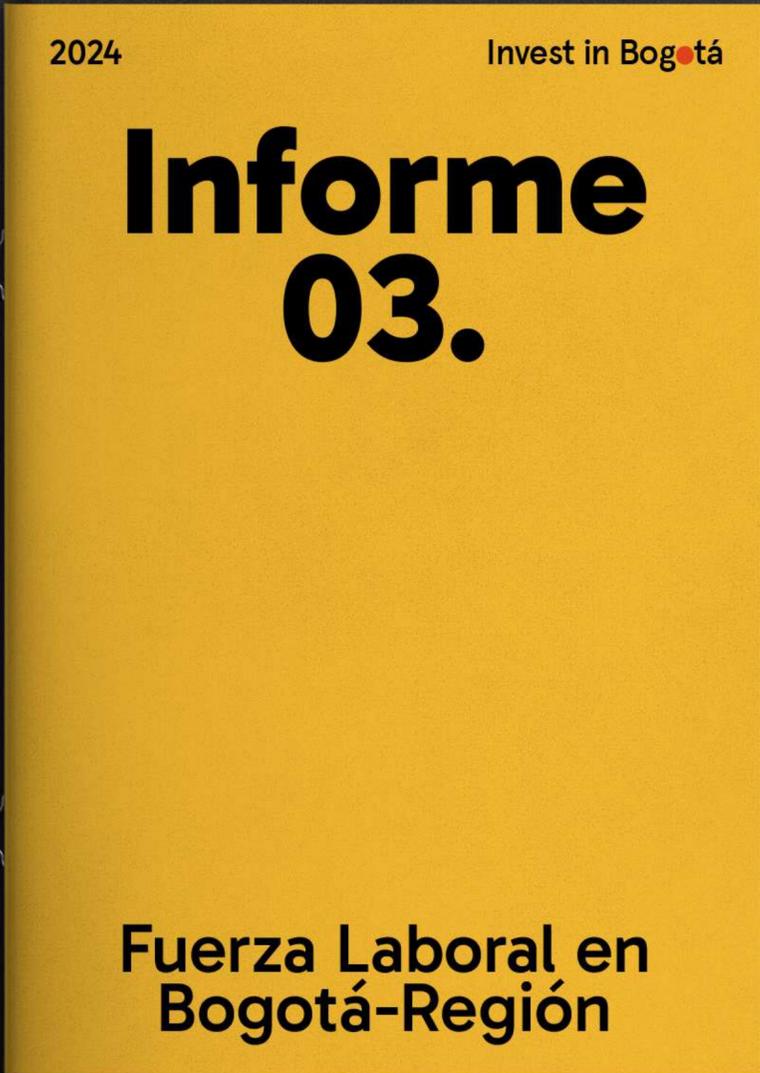
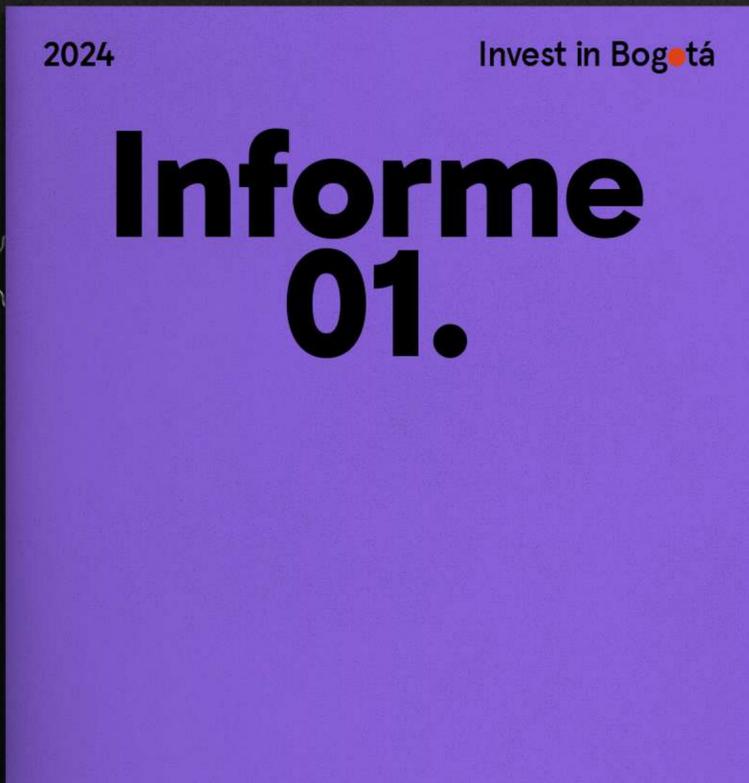
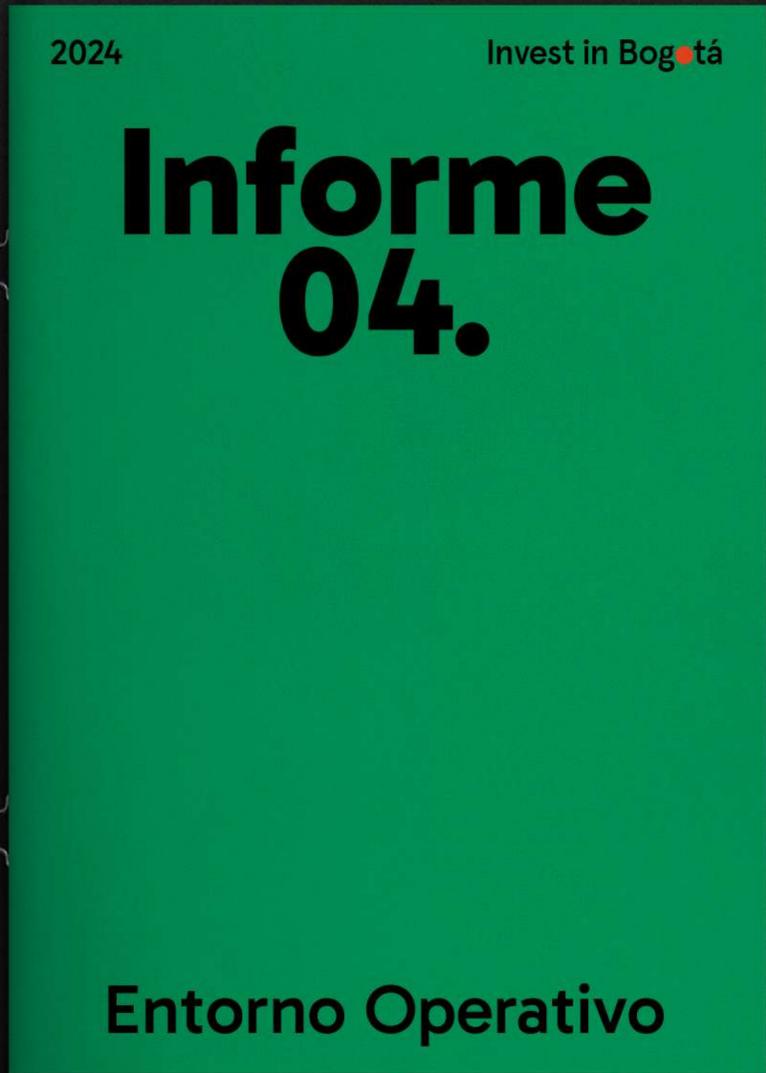
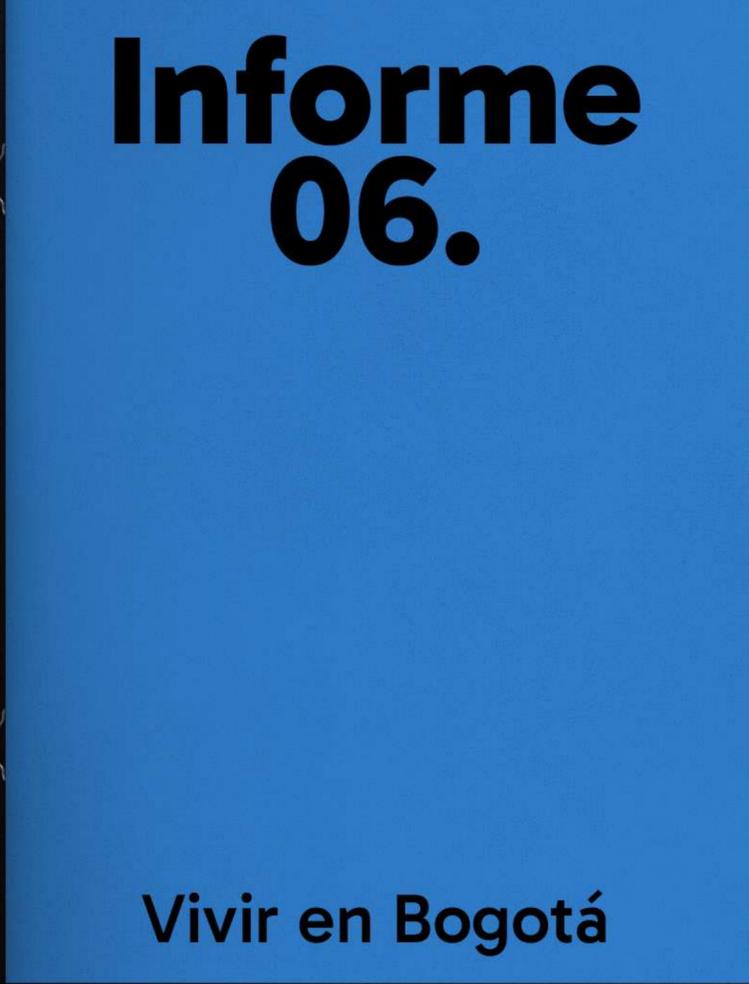
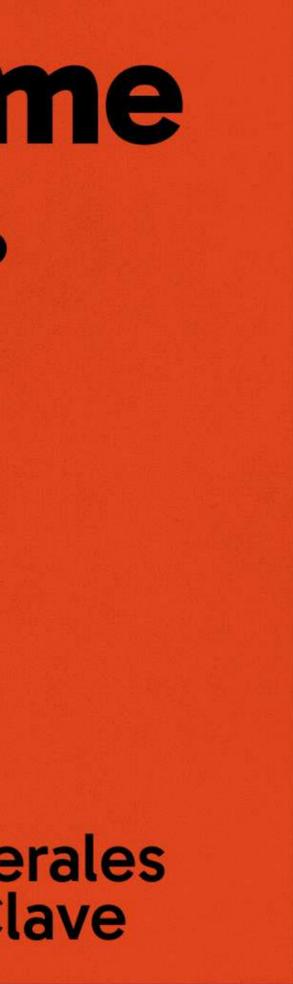
Invest in una mejor versión de Bogotá.

Invest in  Bogotá

Una iniciativa de la
Cámara de Comercio
y la Alcaldía Mayor
de Bogotá.

Síguenos en
[@investinbogota](https://twitter.com/investinbogota)
[investinbogota.org](https://www.investinbogota.org)





2018-2024

Invest in Bogotá

Inversión Extranjera Directa.

Investigaciones e Inteligencia de
Mercados en Bogotá-Región



2018-2024

Invest in Bogotá



20.2%
Transporte

mundial de la capital del País.
Posicionamiento ante empresas, grupos de
interés y entidades público-privadas en
Europa. Esto con el fin de presentar



oportunidades inversionistas, con el
objetivo de generar dinamismo en la
región, empleo, transferencia tecnológica
y para posicionar a Bogotá como una

Mediante una robusta agenda de participación
en eventos estratégicos reuniones con actores
clave. La agencia promoción de inversión
extranjera y de captación de eventos de talla

8.5%
Entretenimiento



14.2%
Hoteles y Turismo



03

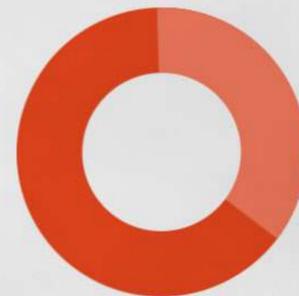
2018-2024

Invest in Bogotá

Talento TI especializado en Bogotá-Región.

En los últimos 10 años Bogotá recibió 576 proyectos de inversión nueva y de expansión de Europa, valorados en USD 9.071 millones que generaron cerca de 50.000 empleos.

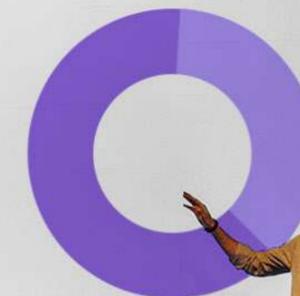
64.7%
Bogotá
Región



20.2%
Transporte

64.7%
Resto
del País

62.0%
Bogotá
Región



14.2%
Hoteles y Turismo

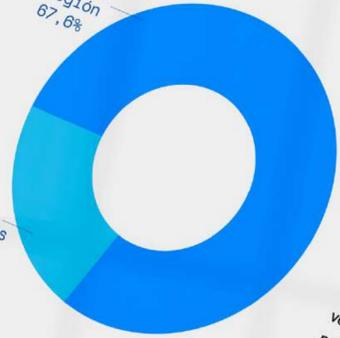
38.0%
Resto
del País



Montos de IED en Bogotá-Región

Fig. 12

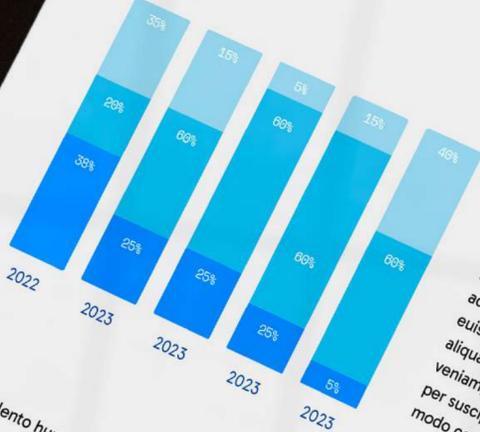
Bogotá Región 67,6%
Resto del país 35,2%



Número de proyectos de IED nueva y de expansión

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate.

Fig. 13



Histórico de IED nueva y de expansión

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.



El ecosistema de inversión de Bogotá es el **más importante** de Colombia.

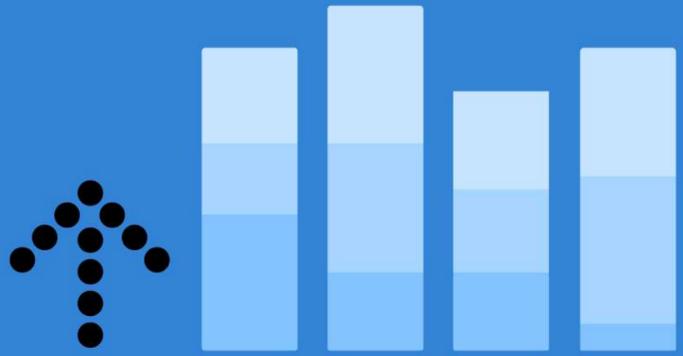
Actualidad del entorno de negocios.

Primer Semestre 2024

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud

\$1.539 en inversión.

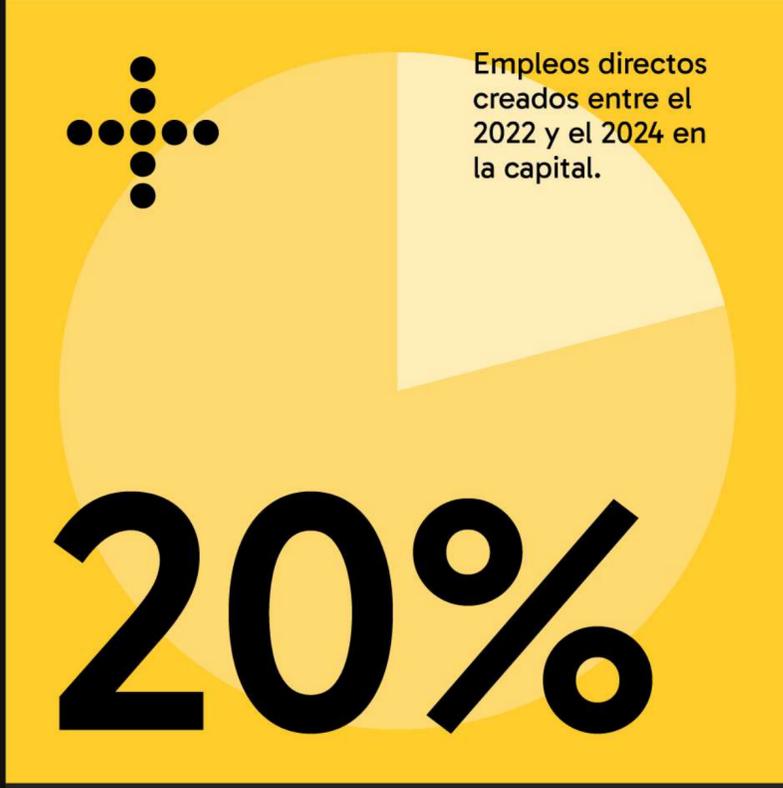
*Cifra de inversión en millones de dólares para Bogotá durante el 2022.



Invest in Bogotá

Sector de Alimentos.

Para el 2024 se estima un crecimiento del 23%.



Empleos directos creados entre el 2022 y el 2024 en la capital.

20%

20:09

investinbogota 2h



Evento virtual

Participa en la rueda de empleo para talento en TI y BPO.

Send Message

20:09

investinbogota 2h

\$83 millones de inversión están proyectadas para energías renovables



83

Send Message

20:09

investinbogota 2h

Conferencia

Como integrar inteligencia artificial en tu empresa.

Cámara de Comercio de Bogotá

Viernes 24 de Mayo 6:30 pm



Send Message



 Invest in
Bogotá

@investinbogota

investinbogota.org

Invest in Bogotá

Invest in Bogotá



María Isabella Muñoz. Directora Ejecutiva.

+57 310 262 3333

imunoz@investinbogota.org



**Invest in
Bogotá**



Invest in la Bogotá del futuro.

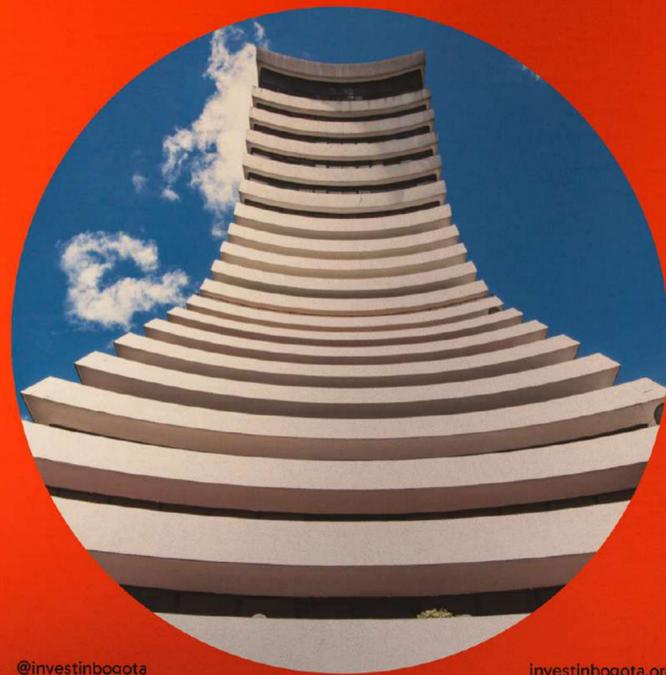
Una iniciativa de la
Cámara de comercio
y el Distrito Capital.

investinbogota.org
info@investinbogota.org
[@investinbogota](https://www.instagram.com/investinbogota)



BOGOTÁ

La capital latina del
emprendimiento.



[@investinbogota](https://www.instagram.com/investinbogota)

investinbogota.org

Invest in el año 2026.



Una iniciativa de la
Cámara de comercio
y el Distrito Capital.

investinbogota.org
info@investinbogota.org
[@investinbogota](https://www.instagram.com/investinbogota)



Invest in Bogotá