

## **0.Nombre de la ciudad o red. Nombre y cargo de la persona que contestó el formulario.**

Ciudad de México. Armando López Cárdenas.

### **1. Acciones de atraktividad. ¿Qué es lo que se hace actualmente? \***

¿Su gobierno o su red realizan o impulsan acciones específicas de atraktividad internacional, por ejemplo para promover el comercio exterior, atraer turistas, incentivar los negocios con el extranjero, fomentar intercambios culturales y artísticos con el mundo, importar talento, capital humano y ser sede de grandes eventos internacionales? De ser así, indique las acciones más destacadas (No más de 10 acciones).

- Atracción de visitantes nacionales e internacionales a la Ciudad de México a través de campañas de comunicación en diferentes plataformas.
- Atracción de grandes eventos nacionales e internacionales a través de postulaciones
- Posicionamiento de la marca Ciudad de México en mercados globales
- Fomento y profesionalización de la industria de reuniones en la Ciudad.
- Financiamiento de proyectos estratégicos de gran impacto realizados en la ciudad con el fin de aumentar el flujo de visitantes a la ciudad y consolidar la imagen de la ciudad internacionalmente.

Modelo de promoción del FMPTDF:

- Promoción y desarrollo de la Marca Ciudad en el contexto de la competitividad de las ciudades globales.
- Mejora en la aplicación de recursos destinados a la promoción de la Ciudad, bajo una perspectiva estratégica de negocios que permita estimular el desarrollo económico.
- Construcción de alianzas estratégicas entre los sectores público y privado, combinando los recursos privados con las capacidades gubernamentales locales.
- Instrumentación de un enfoque de promoción integral y transversal donde tengan cabida todos los atractivos de la Ciudad
- Fomento a proyectos de promoción de alto impacto.

### **2. Temas prioritarios. ¿Qué es lo que se busca atraer? \***

¿Cuáles son los temas prioritarios para su gobierno o red en temas de atraktividad internacional? De la siguiente lista, ordene por prioridad: 1) atracción de negocios, comercio, inversiones, 2) grandes eventos, 3) arte y cultura, 4) talento y capital humano, 5) Otro (indique cuál).

- 1) atracción de negocios, comercio, inversiones
- 2) atracción de visitantes
- 3) grandes eventos
- 4) arte y cultura
- 5) talento y capital humano

### **3. Estrategia e institucionalidad. \***

¿Su gobierno o red cuenta con un Plan o Programa que indique la estrategia y los objetivos a seguir en el tema de atracción territorial? ¿Cuál es o cuáles son las dependencias principales encargadas de dicha estrategia?

La estrategia de promoción de la Ciudad de México surge del **Plan General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018**

Eje 3, Desarrollo económico y sustentable

Promover el posicionamiento internacional de la Ciudad de México como destino turístico.

#### LÍNEAS DE ACCIÓN

- Desarrollar y promover la Marca de Ciudad como estrategia de posicionamiento y de diferenciación.
- Promover la identidad cultural de la Ciudad de México como herramienta de promoción en su proyección internacional.
- Fomentar el posicionamiento de la Ciudad de México como destino de turismo de congresos, convenciones y ferias a nivel internacional.
- Gestionar la atención y acogida al turista promoviendo la adaptación de servicios y sensibilización ante el turismo internacional.
- Promover a la Ciudad de México como destino de turismo cultural, deportivo, educativo y médico.
- Desarrollar una estrategia de comercialización turística de la Ciudad de México, de acuerdo a los segmentos de mercado que se determinen de mayor interés.

Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal 2014-2018

Plan de Promoción de la Ciudad de México 2014-2018

Manual Administrativo del Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal

#### **4. Marca. \***

¿Su gobierno cuenta con una estrategia de Marca de Ciudad? ¿Su red tiene o ha trabajado de manera conjunta un documento o manual para la creación de "Marcas de ciudad" en sus territorios? Explique brevemente cuándo inició, qué objetivos contempla y sus principales campañas de difusión. Si tiene links que muestren el logo o el slogan de la ciudad, indíquelos a continuación.

Actualmente el Fondo Mixto de Promoción Turística trabaja en el desarrollo de la Marca Ciudad de México. La estrategia está descrita en el Plan de Promoción de la Ciudad de México en donde la marca juega un papel fundamental para el posicionamiento de la urbe de forma integral y transversal en mercados internacionales, y como factor de favorecimiento al orgullo de pertenencia de los habitantes de la Ciudad.

Las etapas de la implementación de marca CDMX son:

- Diagnóstico y definición
- Arquitectura de marca
- Implementación local
- Comunicación nacional e internacional

#### **5. Marketing territorial.**

¿Cuáles son las atracciones emblemáticas de su ciudad y/o territorios? Por ejemplo: atracciones naturales, patrimonios de la humanidad, ferias, festivales o eventos internacionales, instituciones extranjeras, zonas comerciales, clusters empresariales, etcétera. Mencione hasta 5 aspectos que hagan atractiva a su ciudad o sus territorios y explique cada uno brevemente.

La Ciudad de México posee una inusual mestizaje entre un rico pasado prehispánico y colonial y la modernidad de la infraestructura actual, cuenta además con tres bienes culturales con declaratoria de la UNESCO de patrimonio mundial reconocidos por su gran valor histórico,

cultural y/o arquitectónico (Centro Histórico, Xochimilco, Casa Estudio Luis Barragán y el campus central de la Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de México) símbolos de la toma de conciencia de los Estados y de los pueblos acerca del sentido de esos lugares y emblemas de su apego a la propiedad colectiva, así como de la transmisión de ese patrimonio a las generaciones futuras.

Asimismo cuenta con 13 corredores turísticos que a continuación se detallan: Centro Histórico, Paseo de la Reforma-Zona Rosa, Chapultepec-Polanco, Roma-Condesa, Xochimilco, Tlalpan, Ruta Sur, San Ángel, Ciudad Universitaria, Villa de Guadalupe y Poniente-Santa Fe.

Alberga un importante acervo histórico, pictográfico, archivológico y cinematográfico, ofrece una amplia oferta cultural y de entretenimiento, a la que se han incorporado eventos que forman parte de redes internacionales, por ejemplo festivales de arte y diseño, situando a la Ciudad de México en la ruta de los mejores eventos internacionales lo que nos convierte en una ciudad atractiva para el segmento de turismo cultural, pues somos una de las ciudades en el mundo con más museos.

#### **6. Buenas prácticas o casos de éxito. \***

¿Considera que su gobierno o red cuenta con una buena práctica o caso de éxito en los temas del taller que deba presentarse? Explique brevemente. (No más de 200 palabras por caso). En caso contrario, considere usted necesario que su gobierno / red cuenta con una estrategia programática de atraktividad internacional? ¿Por qué?

La Ciudad de México se encuentra desarrollando una estrategia de promoción transversal e incluyente abarcando diversos sectores como: congresos, cultura, cine, entretenimiento, negocios, vida nocturna, arquitectura, compras, etc. Buscando promocionarse de afuera hacia adentro con el objeto de establecer contactos que permitan el intercambio y conocimiento de estrategias, ideas, experiencias e iniciativas, ejemplo de ello la proyección de "City to City Parthnership" con diversas ciudades a nivel mundial, siendo el primero el celebrado con Nueva York con el objetivo de estimular el turismo entre las dos metrópolis, compartir mejores prácticas y experiencias que permitan contar con mejores herramientas para competir con eficiencia en los mercados globales. Así mismo se realizan alianzas estratégicas con las aerolíneas más importantes y emblemáticas de nuestro país y los grandes operadores a efecto de beneficiarse recíprocamente y promover a nuestra ciudad desde un frente común a nivel nacional e internacional y llevando de manera dinámica el mensaje de lo que la Ciudad de México es: cosmopolita, hospitalaria, rebotante de historia, con una gastronomía e infraestructura de primer nivel, garante de los derechos y la tolerancia. Desarrollándose además campañas de relaciones públicas focalizadas y trabajando con distintas instituciones a efectos de realizar proyectos que permitan darle una mayor exposición e incrementar la afluencia de un importante número de visitantes nacionales e internacionales. Derivado de estas acciones la Ciudad de México logró ser la única ciudad invitada a participar en el New York City Wine & Food Festival, lo que representa una gran oportunidad de promoción y exposición para nuestra capital en un segmento especializado al ser un evento donde participan los íconos culinarios de los chefs de televisión más reconocidos en Estados Unidos y en el mundo.