



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO



DIÁLOGOS PARA UNA CDMX GLOBAL



**Resultados de la Sobremesa Ciudad
Atractiva**



¡Gracias por tu participación!

La primera sobremesa reunió a actores gubernamentales y no gubernamentales en un diálogo para recabar orientaciones y recomendaciones para la construcción de la estrategia internacional de la Ciudad de México en materia de turismo e inversión.

Tu participación ha resultado en un gran aporte para este ejercicio. Nos mantendremos en contacto contigo para compartir los siguientes pasos por una #CDMXGlobal. *Diana Alarcón. Coordinadora General de Asesores y Asuntos Internacionales de la Ciudad de México. Elio Villaseñor. Director de Iniciativa Ciudadana para la Promoción de la Cultura del Diálogo AC.*

Principales resultados

Preguntas orientadoras: ¿De dónde partimos y dónde estamos como ciudad atractiva? ¿Hacia dónde debemos avanzar? ¿Cuál es la agenda internacional de la Ciudad de México en materia de turismo y atracción de inversiones? (objetivos, grupos, sectores o áreas de gobierno, motivaciones, necesidades, incentivos) ¿Con quiénes trabajar desde la ciudad y en el mundo?

Principales reflexiones:

- El diálogo multiactor permitió repensar los temas de turismo, inversión extranjera, comercio internacional, que aporten a un desarrollo integral, cohesionado e inclusivo y cómo le damos contenido al Artículo 20 sobre Ciudad Global.
- Se coincide, en general, que la CDMX es una ciudad globalizada no solo por su historia, sino por su cultura, patrimonio, nivel de inversión, presencia de universidades y otros factores a la par de Milán, Beijing, Toronto, San Francisco, Sao Paolo, Nueva York, Ámsterdam, Buenos Aires, etc. En tal sentido, la CDMX debe plantearse cuál es el modelo de internacionalización que puede desarrollar.
- Pero en términos de competitividad con otras ciudades del mundo, la CDMX debe valorar sus capacidades en infraestructura de conectividad, movilidad, de ecosistemas de desarrollo tecnológico y de innovación relacionados a cadenas de triple o pentahélice, la calidad de espacio público, de jornadas largas de trabajo, de vivienda digna asequible y otras variables importantes.
- En términos de inversiones, la CDMX necesita ofrecer seguridad jurídica. Esto requiere una mejora regulatoria, mayor vinculación entre las aptitudes laborales y programas de formación técnica y universitaria, garantizar una mayor seguridad pública, desenredar los embrollos burocráticos a los que se enfrentan los prestadores extranjeros de servicios turísticos, convenciones, importadores y empresarios extranjeros en general.

- La inclusión y la cohesión social se convierte en un reto prioritario. Urge diseñar políticas que atiendan zonas de la ciudad históricamente excluidas de la promoción turística, de la inversión privada, de la generación de empleo digno, incluyendo a los pequeños comerciantes.
- La CDMX está obligada colaborar desde los municipios circunvecinos con los que comparte la región de la Zona Metropolitana del Valle de México y los diversos empresarios, cámaras, universidades, colectivos, comerciantes, para que su trabajo también abone a favor de la ciudad.
- La ciudad ha tenido avances y transformaciones importantes. Es cada vez más reconocida gastronómica y culturalmente, como una ciudad tolerante e inclusiva. Es una ciudad con gran contenido cultural y de patrimonio cultural de la humanidad, con una cantidad importante de museos comparable con muy pocas ciudades en el mundo. La CDMX tiene 62 museos solo en el centro histórico, y una gran cantidad de representaciones culturales en las diversas colonias y barrios. También es una ciudad con gran contenido de eventos deportivos, de participación comunitaria, etc.
- El turismo religioso es otra área de oportunidad por la derrama económica y por el componente cultural, lo que puede conllevar a estimular el turismo social, el turismo de barrio. Aún se requiere la apropiación de las calles, del espacio y transporte público en cada una de las colonias y barrios de la capital.
- Lo que viene hacia adelante es una ciudad que ofrece un turismo cultural, deportivo, gastronómico, religioso, de festivales que se pueden convertirse en un referente, en experiencias únicas como el Festival Internacional de Culturas Amigas y el próximo Festival del Día de Muertos.
- Las diversas cámaras y confederaciones de la industria tanto de servicios, como de alta tecnología y otras pueden fungir como aliados para que se aprovechen espacios y foros realizados en la CDMX para promover a las empresas mexicanas o incentivar a que los empresarios o empresarias mexicanas salgan del país.
- Es tiempo de involucrar a las universidades y a los investigadores en las acciones de carácter internacional, impulsando el turismo como un espacio de innovación, desarrollo tecnológico e investigación aplicada.

- También es momento de aprovechar los avances y experiencias en tecnologías de la información, en plataformas digitales para reorientarlos, regularlos, o adaptarlos desde nuestras propias innovaciones como gobierno y sociedad hacia una ruta efectivamente incluyente que, contribuyan a generar mejores condiciones de calidad de vida y bienestar de las personas que habitan esta ciudad.
- La acción internacional de la CDMX tiene que ser interinstitucional y multiactoral. Incluye a las dependencias de gobierno, las empresas, las universidades, las cámaras, las asociaciones y al ciudadano de a pie.
- La ventaja actual para una agenda de internacionalización es que la CDMX es dueña de su propio destino, no depende del ámbito federal para realizar su acción internacional, y además cuenta con una coordinación general de asuntos internacionales que va a apuntalando e involucrando a las distintas instancias de la administración pública y a la sociedad capitalina en la operación sustantiva y técnica de sus relaciones hacia el exterior.
- Mejorar la calidad de vida de la gente es la forma más óptima y eficaz de promoción turística y atracción de inversiones. Esto lleva necesariamente a considerar que la mejor política exterior es la mejor política interior, las personas que habitan esta ciudad pueden ser muy buenos embajadores de la marca Ciudad de México, para eso tenemos que vivirla, sentirla, disfrutarla, percibirla como un buen lugar para vivir.
- Por ello es importante promover que aquellos y aquellas habitantes de la ciudad que tienen o se relacionan fuertemente con el extranjero, que encabezan o son parte de asociaciones o redes de carácter internacional para que se conviertan en embajadores de buena voluntad, embajadores naturales de nuestra ciudad.
- En tal sentido, requerimos de la construcción de una narrativa conjunta.

Participantes (en orden alfabético):

Central de Abastos; Centro de Gestión y Cooperación Internacional para el Desarrollo; Centro de Investigaciones sobre América del Norte/UNAM; City Explorer; Comisión Europea; Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo; Coordinación General de Asesores y Asuntos Internacionales de la CDMX; Forbes Latam; Indeporte de la CDMX; Iniciativa Ciudadana para la Promoción de la Cultura del Diálogo; Instituto Mexicano para la Competitividad; International Chamber of Commerce; Secretaría de Cultura de la CDMX; Secretaría de Desarrollo Económico de la CDMX; Secretaría de Turismo de la CDMX.

Sigamos en contacto

Estaremos atentos a tus comunicaciones, recomendaciones y sugerencias. Escríbenos a cdmxglobal@gmail.com o llámanos al (55) 55.14.10.72 y al (55) 55.10.11.39 de lunes a viernes en horario de 10 am a 6 pm.

