



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Estrategias de internacionalización, diplomacia urbana e imagen de ciudad : experiencias comparadas de ciudades iberoamericanas



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Fernández, G. (Dir.) (2017). Estrategias de internacionalización, diplomacia urbana e imagen de ciudad: Experiencias comparadas de ciudades iberoamericanas (Proyecto de investigación). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/981>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Presentación

Proyecto de Investigación

- 1. *Título:* “Estrategias de internacionalización, diplomacia urbana e imagen de ciudad. Experiencias comparadas de ciudades iberoamericanas”**

**Director: Gabriel Fernández
Gasalla**

CONVOCATORIA UNQ 2015



**Secretaría de Investigación
Presentación de Proyecto de Investigación - 2015**

Completar el formulario en todos sus puntos sin borrar ni modificar ningún campo y entregarlo a la Secretaría de Investigación de la UNQ.

La propuesta de nuevo Proyecto deberá cumplir con los requisitos establecidos en el Reglamento para Subsidios de Investigación aprobado por Resolución (CS) N° 107/15.

2. Título del Proyecto: “Estrategias de internacionalización, diplomacia urbana e imagen de ciudad. Experiencias comparadas de las ciudades iberoamericanas”

2. Fecha de inicio: 01 de mayo de 2015 **Fecha de finalización:** 30 de abril de 2017

3. Director y codirector:

Función	Nombre Completo	Área/Disciplina	E-mail
Director	Gabriel Fernández	Economía/gestión urbana	hmgfernandez@gmail.com
Codirector			

4. Radicación:

a) Departamento (*Según el Art. 11º del Reglamento de Subsidios para Investigación, los Proyectos de Investigación deberán estar radicados en el Departamento de pertenencia de su Director.*)

**Departamento de Economía y Administración
Prof. María Elisa Cousté**

b) Instituto/Centro/Laboratorio/Observatorio/Unidad de Investigación (*si corresponde*):

5. Resumen del Proyecto de Investigación:

a) Resumen (*Hasta 400 palabras que deben incluir enfoque, objetivos, metodología, resultados e impacto esperado del proyecto*)

El proyecto se encuadra en una línea de investigación que centra la cuestión de la imagen urbana en general, y los signos de identificación ciudadana (marca-ciudad) en particular, en el marco de las estrategias de internacionalización de los Estados subnacionales, y de la

diplomacia urbana como una herramienta de análisis calificada dentro de la diplomacia blanda (*soft power*). La investigación tiene como objeto la actuación internacional de gobiernos locales en estas temáticas, abarcando en el análisis las actividades de inserción internacional y diplomacia blanda que desarrollan otros actores relevantes en la vida de las ciudades como empresas, ONGs, movimientos sociales, universidades, etc.

La perspectiva del equipo de investigación, desde su conformación en 2003, ha sido abordar la cuestión de las marcas territoriales desde un enfoque crítico que asume la necesidad de las ciudades de contar con nuevos signos de identidad ciudadana pero salvando la extrapolación simplista de técnicas mercadológicas a entidades de naturaleza complejas como las ciudades. Asimismo se consideró a la marca como un constructo sociohistórico y al diseño de marcas de ciudades como un proceso de creatividad ciudadana, de producción simbólica de carácter social y como un potenciador de las posibilidades de inserción competitiva y sustentable en el sistema urbano mundial, fuertemente vinculado a la necesidad de mejorar la calidad de vida urbana y las condiciones de participación de la sociedad civil.

El proyecto funda los fundamentos de su corpus teórico en la revisión crítica de la teoría dualista de Kagan¹; el concepto de signos de identificación ciudadana en confrontación con el de marca-ciudad², y las interpretaciones que fundamentan una nueva forma de poder político a nivel local desde una concepción de las políticas públicas de imagen y de reputación de las ciudades³.

Durante la ejecución del proyecto se indagará la relevancia de diferentes factores motivadores de la internacionalización de las ciudades iberoamericanas: la crisis y transición de modelos, la búsqueda de recursos y de construcción de políticas públicas alternativas, el involucramiento de las ciudades en procesos económicos globales y la búsqueda de protagonismo político, la oferta de cooperación internacional y las estrategias de los gobiernos locales y de las instituciones de la sociedad civil en relación a las entidades ofertantes; la evolución de la institucionalidad de las relaciones internacionales entre ciudades hacia perspectivas basada en el enfoque de la diplomacia urbana y el rol de los procesos de diseño y gestión de signos de identificación de ciudad como recursos estratégicos de diplomacia blanda.

La estrategia metodológica se basará en técnicas de investigación cualitativa para abordar el análisis de las estrategias de internacionalización de treinta ciudades iberoamericanas⁴, los fundamentos conceptuales de sus estrategias, la articulación con otras áreas del

¹ Kagan, R Poder y debilidad. Taurus, Madrid, 2003

² Fernández, G y Paz, S “Mas allá del Marketing de Ciudades: hacia una política pública de diseño y gestión de los signos de identificación de ciudad” en *Scripta Nova* REVISTA ELECTRÓNICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES, Universidad de Barcelona. ISSN: 1138-9788. Depósito Legal: B. 21.741-98 Vol. IX, núm. 194 (95), 1 de agosto de 2005.

³ Van Ham, P. Place Branding. The estate of the art. The Annals of the American Academy of Political and Social Science. Pp 1-24

⁴ Se ha elaborado un listado tentativo para comenzar a desarrollar la investigación que incluye a las siguientes ciudades iberoamericanas. **De Argentina:** Quilmes, Berazategui, La Plata, Rosario, Villa Gesell, Mar del Plata, Salta, Tigre, Mendoza, Paraná, San Luis y Gualguaychú **De Colombia:** Armenia, Medellín, Cali, Bogotá, Barranquilla y Manizales. **De España:** Gijón, Avilés, León, La Coruña y Madrid. Guayaquil (Ecuador), Ciudad Obregón (**México**), Santiago y Valparaíso (**Chile**), Asunción (**Paraguay**), Rio de Janeiro (**Brasil**) y Caracas (**Venezuela**)

gobierno local y con los lineamientos de política externa del Estado-Nación correspondiente.

En cuanto a los resultados esperados, Los estudios e investigaciones académicas realizadas en la temática de la articulación de la identidad e imagen de las ciudades y la diplomacia de ciudades son relativamente recientes y está en un claro proceso de ampliación en la Argentina, recibiendo el influjo creciente de las investigaciones conceptuales y metodológicas desarrolladas a nivel internacional. El desarrollo de las ciudades, los complejos y contradictorios problemas que conllevan, requieren de un creciente esfuerzo de investigación actualizada para conocer, en particular, el impacto de las profundas transformaciones en el sistema urbano mundial y sus consecuencias sobre el entramado de flujos materiales inmateriales que vinculan asimétricamente las relaciones internacionales urbanas,

El resultado de la investigación será un aporte para su conocimiento, a la vez que abrirá senderos para avanzar teóricamente sobre la problemática de la gestión de ciudades en dimensiones poco exploradas en nuestro medio.

Como un resultado de los vínculos generados a partir del proyecto de investigación se promoverá la organización de una Red Iberoamericana de Estudios en Diplomacia Urbana con académicos y especialistas de la región. También, como parte de esa actividad de promoción de la cooperación e intercambio académico se relanzara la publicación "Imago Urbis", revista académica electrónica, orientada en la segunda época a la difusión de estudios teóricos y empíricos sobre estrategias de internacionalización, diplomacia urbana e imagen de ciudad.

Para la UNQ esta investigación tiene la utilidad de ampliar el espacio de reflexión en un tema de plena actualidad, que le permitirá enriquecer la oferta de materias en la Diplomatura en Economía y Administración y en la Licenciatura en Comercio Internacional, en la Licenciatura en Economía del Desarrollo y en las carreras de posgrado que actualmente se dictan en la mencionada universidad.

b) Palabras clave (*consignar las palabras clave del proyecto*)

DIPLOMACIA URBANA-INTERNACIONALIZACION-DIPLOMACIA PUBLICA-SIGNOS DE IDENTIFICACIÓN CIUDADANA-PODER BLANDO

c) Tipo de investigación (*marcar según corresponda*)

Básica	Aplicada	<input checked="" type="checkbox"/>	Experimental
--------	----------	-------------------------------------	--------------

d) Área del conocimiento (*Marcar el área de conocimiento del proyecto, elegir sólo una*)

Administración	Física	Ingeniería Petrolera
Agronomía	Geofísica	Ingeniería Química
Antropología	Geografía	Ingeniería Textil
Arquitectura	Geología	Lingüística
Astronomía	Historia	Literatura, Filología y Bellas Artes
Biblioteconomía y Archivonomía	Información	Matemática

Biología		Ingeniería Mecánica		Medicina	
Ciencia Política y Administración Pública		Ingeniería Minera		Medicina Veterinaria	
Ciencias de la Salud		Ingeniería Aeronáutica		Oceanografía	
Contabilidad		Ingeniería Civil		Odontología	
Demografía		Ingeniería de Comunicaciones, Electrónica y Control		Pesca	
Derecho y Jurisprudencia		Ingeniería Eléctrica		Psicología	
Economía	x	Ingeniería Industrial		Química	
Educación		Ingeniería Marina y Portuaria		Sociología	
Farmacia		Ingeniería Marina y Portuaria		Zootécnica	
Filosofía		Ingeniería Nuclear		Otras. Especificar (.....)	

e) Objetivo Socioeconómico (Marcar el campo de aplicación del Proyecto)

Energía (Producción)		Agropecuaria (Producción y Tecnología)	
Espacio (Exploración y Explotación)		Industrial (Producción y Tecnología)	
Defensa y Seguridad		Desarrollo Socioeconómico y Servicios	x
Medio Terrestre (Exploración y Explotación)		Desarrollo de la Educación la Ciencia y la Tecnología	
Salud Humana (Desarrollo, Protección y Mejoramiento)		Promoción General del Conocimiento	
Ordenamiento Territorial		Otros. Especificar (.....)	

6. Propuesta de investigación y objetivos (hasta 2 carillas)

Enunciar claramente el problema de planteado y los objetivos de la investigación.

El proyecto se encuadra en una línea de investigación que centra la cuestión de la imagen urbana en general, y los signos de identificación ciudadana (marca-ciudad) en particular, en el marco de las estrategias de internacionalización de los Estados subnacionales, y de la diplomacia urbana como una herramienta calificada dentro de la diplomacia blanda (*soft power*).

La investigación tiene como objeto la actuación internacional de gobiernos locales en estas temáticas, abarcando en el análisis las actividades de inserción internacional y diplomacia blanda que desarrollan otros actores relevantes en la vida de las ciudades como empresas, ONGs, movimientos sociales, universidades, etc.

El proyecto tiene como **objetivos generales**:

1. Generar un marco conceptual que permita abordar de forma innovadora la problemática de las estrategias de internacionalización de las ciudades, diplomacia urbana y marca-ciudad de las ciudades iberoamericanas.
2. Comprender la diversidad de enfoques que subyacen en la implementación de estrategias de internacionalización de las ciudades iberoamericanas a través de un estudio empírico basado en metodología cuantitativa.
3. Transferir los conocimientos teóricos y empíricos generados con el fin de mejorar la gestión estratégica y posicionamiento de las ciudades a través de la construcción de agendas de políticas públicas que incluyan a la imagen e identidad de la ciudad como componentes intangibles como herramientas claves de esa estrategia.

En cuanto a los **objetivos particulares** se procurará:

- a) Identificar y analizar los cambios profundos en las estrategias de internacionalización de las ciudades a partir de las transformaciones experimentados por los sistemas urbanos en las últimas décadas, en particular el rol asumido por la diplomacia urbana como expresión a nivel local de la diplomacia pública.
- b) Realizar un trabajo de revisión crítica de los supuestos y conceptos básicos de los cuerpos teóricos que indagan la identidad y la imagen urbana para aportar a la generación de un paradigma con raíces en las particularidades de las ciudades iberoamericanas.
- c) Promover la implementación de nuevos instrumentos de internacionalización urbana, diplomacia de ciudades que coadyuvan a fortalecer los procesos de diseño y gestión de signos de identificación de ciudad desde un enfoque que jerarquice el rol de la sociedad civil y la creatividad e imaginación ciudadana⁵

7. Estrategia de abordaje y metodología (hasta 2 carillas)

Describir la estrategia de abordaje del problema y la metodología a emplear, señalando los aspectos innovadores del enfoque.

La metodología se basará en métodos de investigación cualitativa para abordar el análisis de las estrategias de internacionalización de treinta ciudades iberoamericanas⁶, los fundamentos conceptuales de sus estrategias, la articulación con otras áreas del gobierno local y con los lineamientos de política externa del Estado-Nación correspondiente.

A través de técnicas de investigación cualitativa como entrevistas en profundidad, entrevistas semiestructuradas, el grupo focal y examen de documentos se recopilará y sistematizará información básica para conocer las estrategias de internacionalización y los programas de diplomacia urbana de las ciudades iberoamericanas seleccionadas que ya desarrollaron, o desarrollan, algún tipo de actividad internacional.

⁵ En relación a la generación de campos creativos sinérgicos y los eventos de intervención de grandes grupos (*large group intervention*) para el diseño de signos de identidad urbana:

- Fernández, G.; Paz, S. Más allá del marketing de ciudades: hacia una política pública de diseño y gestión de los signos de identificación de ciudad. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2005, vol. IX, núm. 194 (94). <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-194-94.htm>

- Fernández, G. Aportes para la generación de nuevos programas de investigación del habitat urbano. En Fernández, G. (ed.). *Habitat Metrópolis*. Buenos Aires: Ediciones Cooperativas, 2004, p 11-57

- Fernández, G. La imagen de ciudad como recurso para la gestión estratégica del desarrollo urbano. En Fernández, G. y Leva, G. (eds.). *Lecturas de Economía, Gestión y Ciudad*, Buenos Aires: Editorial Universidad Nacional de Quilmes, 2004, p 55-85

- Friedmann, R Identidad e imagen corporativa para ciudades, en *Revista Chilena de Administración Pública*, N° 9.1996

⁶ Se ha elaborado un listado tentativo para comenzar a desarrollar la investigación que incluye a las siguientes ciudades iberoamericanas. **De Argentina:** Quilmes, Berazategui, La Plata, Rosario, Villa Gesell, Mar del Plata, Salta, Tigre, Mendoza, Paraná, San Luis y Gualaguaychú **De Colombia:** Armenia, Medellín, Cali, Bogotá, Barranquilla y Manizales. **De España:** Gijón, Avilés, León, La Coruña y Madrid. Guayaquil (Ecuador), Ciudad Obregón (México), Santiago y Valparaíso (Chile), Asunción (Paraguay), Rio de Janeiro (Brasil) y Caracas (Venezuela)

la investigación tiene como foco la actuación internacional de gobiernos locales, abarcando en el análisis las actividades de inserción internacional que desarrollan otros actores relevantes en la vida de las ciudades como empresas, ONGs, movimientos sociales, universidades, etc.

8. Plan de actividades y cronograma (hasta 2 carillas)

A) Generar un marco conceptual que permita abordar de forma innovadora la problemática de la internacionalización, la diplomacia urbana y la imagen de ciudad

Duración: 6 meses (aproximadamente)

Actividades:

- Recopilación y sistematización de material bibliográfico vinculado con el objeto de estudio
- Seminario interno : «Análisis de las nuevas tendencias en los procesos de internacionalización de los espacios urbanos » (elaboración de paper)
- Taller « Reflexiones acerca de las potencialidades y limitaciones del enfoque de la diplomacia urbana para la internacionalización de las ciudades gestión de la ciudad » con invitación a funcionarios de gobiernos locales y especialistas (elaboración de paper)
- Seminario interdisciplinario a través de video conferencias: «Estrategias de internacionalización y diplomacia urbana. Experiencias desde los gobiernos locales y la sociedad civil. (discusión de papers y conclusiones)

B) Estudio empírico

El estudio empírico tiene como objeto investigar la opinión de los dirigentes municipales de las ciudades latinoamericanas sobre las motivaciones que los llevaron a desarrollar actividades internacionales a través de redes de ciudades y asociaciones de municipios. Se elaborará un cuestionario que será enviado a los dirigentes de las 30 ciudades seleccionadas y se desarrollarán entrevistas en profundidad y dirigidas para sondear los fundamentos conceptuales y metodológicos de los programas de internacionalización de las ciudades y su articulación complementaria con estrategias implementadas por instituciones de la sociedad civil.

Primera etapa: Confección de listado de instituciones, funcionarios y especialistas consultados

Duración: 4 meses (aproximadamente)

Actividades :

- Se identificará individuos, organizaciones e instituciones locales relevantes en los ámbitos político-administrativo, económico-comercial, social, religioso y cultural.

- Se elaborará un listado de ciudades Iberoamericanas involucradas en alguna red y/o asociación internacional de ciudades
- Se elaboró un listado tentativo de personas que ocupan cargos formales en dichas organizaciones e instituciones.

Segunda etapa: Corrección de listado de consultados presuntamente influyentes mediante el enfoque consideracional

Duración: 3 meses

Actividades :

- Corrección reputativa de las organizaciones e instituciones locales relevantes en los ámbitos político-administrativo, económico-comercial, social, religioso y cultural.
- Se elaborará un listado tentativo de personas que ocupan cargos formales de relevancia en dichas organizaciones, instituciones y redes.

Tercera etapa: Aplicación de encuesta y recopilación, procesamiento e interpretación de resultados de la encuesta y entrevistas

Duración: 8 meses

Actividades :

- Elaboración del cuestionario y realización de una prueba piloto
- Aplicación de cuestionarios
- Recopilación y procesamiento de datos de la encuesta
- Cruzamiento e interpretación de datos empíricos (software estadístico)
- Redacción de un artículo académico.

Cuarta etapa: Estudio del proceso de conformación de los enfoques que sustentan las políticas públicas de internacionalización, diplomacia urbana y de diseño y gestión de la marca de ciudad de las ciudades seleccionadas y los condicionamientos internos y contextuales.

Duración: 7 meses (aproximadamente)

Actividades :

- Identificar temas controversiales (*issues*) relevantes
- Elaborar artículo sintetizando los resultados obtenidos al momento.

Quinta Etapa: Definición de componentes claves para la elaboración de estrategias de internacionalización, diplomacia urbana e imagen de ciudad para la ciudades Iberoamericanas con el objetivo de aumentar la efectividad de formulación e implementación de políticas urbanas.

Duración: 4 meses (aproximadamente)

Actividades:

- Taller para definir componentes requeridas para el mejoramiento de la efectividad en las políticas públicas de internacionalización de las ciudades, y su ponderación desde enfoques de diplomacia urbana blanda, y su vinculación sinérgica con las estrategias de las instituciones de la sociedad civil, aplicando los resultados de la investigación
- Elaboración de artículo académico

Sexta etapa: Síntesis de actividades investigativas, difusión y publicación

Duración: 4 meses (aproximadamente)

Actividades :

- Organización de un Seminario Internacional «Diplomacia Urbana en Iberoamerica : experiencias innovadoras desde los gobiernos locales y la sociedad civil »
- Lanzamiento de la « Red Iberoamericana de Estudios en Diplomacia Urbana »
- Elaboración de un artículo académico, publicación y difusión del documento final
- Edición de un libro de carácter científico con los resultados obtenidos
- Edición de un libro de divulgación

9. Impacto del Proyecto

Desarrollar brevemente el impacto esperado de los resultados de la investigación en las capacidades institucionales de la UNQ (académica, de extensión, de vinculación y transferencia y en la formación de recursos humanos).

Los resultados de la investigación permitirán avanzar en una temática poco estudiada, en particular desde un enfoque que enfatiza en la imagen y la identidad urbana como un recurso intangible imprescindible para lograr procesos de desarrollo urbano sustentados en el compromiso y la participación ciudadana.

El equipo de investigación se conformó en el año 2003 y a la fecha ha desarrollado proyectos I+D en la Universidad Nacional de Quilmes que analizaron la instalación creciente como objetivo en la agenda de los gobiernos urbanos del desarrollo de marcas de ciudades

poderosas y con capacidad para impactar en la imagen gestada entre los potenciales inversores, visitantes o nuevos residentes de esas ciudades. En algunas ciudades, disponer de una marca y un valor de marca de alto impacto era un componente esencial en todos los planes de marketing de ciudades. De este modo la marca se transformaba en un bien patrimonial público y se concebía como un servicio prestado por la gestión gubernamental.

La perspectiva del equipo de investigación en la cuestión de las marcas territoriales (en particular el caso de las marcas de ciudades) fue abordar desde un enfoque crítico que asuma la necesidad de las ciudades de contar con *nuevos signos de identidad ciudadana* pero salvando la extrapolación simplista de técnicas mercadológicas a entidades de naturaleza complejas como las ciudades. Asimismo se consideró a la marca como un *constructo sociohistórico* y al diseño de marcas de ciudades como un *proceso de creatividad ciudadana*, de *producción simbólica de carácter social* y como un potenciador de las posibilidades de inserción competitiva y sustentable en el sistema urbano mundial, no divorciado de la necesidad de mejorar la calidad de vida urbana y las condiciones de participación en la ciudad.

Los estudios e investigaciones académicas realizadas en la temática de la articulación de la identidad e imagen de las ciudades y la gestión urbana son relativamente recientes y esta en un claro proceso de ampliación en la Argentina, recibiendo el influjo creciente de las investigaciones conceptuales y metodológicas desarrolladas a nivel internacional. El desarrollo de las ciudades, los complejos y contradictorios problemas que conllevan, requieren de un creciente esfuerzo de investigación actualizada para conocer, en particular, el impacto de las profundas transformaciones morfológicas y funcionales experimentadas en el sistema urbano mundial

El resultado de la investigación será un aporte para su conocimiento, a la vez que abrirá senderos para avanzar teóricamente sobre la problemática de la gestión de ciudades en dimensiones poco exploradas en nuestro medio.

Por lo anterior, es de suma relevancia investigar esta temática, que por su relación con el conjunto de los aspectos urbanos interactúa con otras miradas, insumiendo y alimentando conocimientos con otras disciplinas asociadas directamente con los estudios gestión de las áreas metropolitanas- Tal es el caso de la sociología urbana, arquitectura, y las relativamente recientes orientaciones adoptadas por el campo de la geografía, la antropología y la psicología.

- **Impacto en las capacidades académicas**

Para la UNQ esta investigación tiene la utilidad de ampliar el espacio de reflexión en un tema de plena actualidad, que le permitirá enriquecer la oferta de materias en la Diplomatura en Economía y Administración y en carreras de grado y posgrado que actualmente se dictan en la universidad.

Paralelamente al desarrollo del proyecto se consolidará un equipo de trabajo constituido por jóvenes investigadores con inserción institucional en la universidad donde se lleva a cabo y además se profundizarán los nexos y redes con otros centros académicos que estudien temáticas similares, estas serán instituciones nacionales y del exterior.

.Por otra parte, en el marco del proyecto se fortalecerá la política de formación de recursos humanos habida cuenta que se dirigirán dos tesis de maestría de estudiantes de la Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo de la UNQ con temas articulados al objeto de investigación del proyecto.

- **Impacto en cooperación nacional e internacional**

Además, a través de esta investigación, la UNQ puede profundizar y establecer nuevos contactos con otros centros académicos nacionales y de otros países, por los necesarios intercambios de los avances de investigación, la construcción de redes de especialistas y los eventos académicos que a partir de esta investigación se realizarán en la UNQ, en los que los integrantes del equipo organizarán y participarán a lo largo de la ejecución del proyecto a nivel local, nacional e internacional.

Entre las actividades proyectadas para el primer año de ejecución se incluyen las negociaciones para fundar una **Red Iberoamericana de Estudios en Diplomacia Urbana**, y con vistas al logro de este objetivo ya se han generado contactos con académicos y especialistas de la región.

En este sentido, cabe destacar que el antecedente del equipo de investigación como fundador y organizador de la **Red Internacional de Marketing y Desarrollo Urbano**, que integran las siguientes instituciones: Universidad Camilo Cienfuegos de Matanzas (Cuba), Universidad de León (España), Instituto Tecnológico Superior de Cajeme (México), Universidad Nacional de Quilmes (Argentina), Universidad de Buffalo Nueva York, Universidad Simón Bolívar (Venezuela), Universidad Panamericana de Guadalajara (México), Universidad Autónoma del Estado de México (México), Universidad Tecnológica del Sur de Sonora (México), Universidad de Las Américas (Puebla-México), Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora (México), Asociación Metrópoli-30 Bilbao (España) y la Asociación Civil Cajeme 2020 (México)

Además el equipo de investigación relanzará la edición la revista electrónica de investigación especializada en gestión estratégica urbana e imagen de ciudad **IMAGO URBIS** <gestión -imagen-ciudad> <http://imagourbis.unq.edu.ar> como una modalidad que tiende a potenciar los vínculos académicos a nivel nacional e internacional

- **Impacto en vinculación y transferencia**

Se contempla la generación de productos de la investigación con características apropiadas para su transferencia en servicios de consultoría y asesoría a gobiernos locales e instituciones de la sociedad civil.

- **Impacto en extensión**

Se prevé realizar la divulgación de los resultados de la investigación a través de actividades de capacitación y actualización en el marco del Programa de Graduados de la Secretaría de Extensión de la UNQ.

10. Composición del equipo de investigación

a) Organización del Equipo

Describir la organización del equipo de investigación. En el caso de incluir integrantes no pertenecientes a la UNQ, describir y justificar su participación en el Proyecto.

El grupo de investigación es pionero en la difusión del enfoque del marketing territorial en el medio local y unos de los equipos de referencia en los estudios que articulan los procesos de planificación estratégica con la gestión de la imagen urbana.

Los integrantes provienen de cuatro proyectos I+D aprobados y evaluados satisfactoriamente en las instancias de evaluación internas y externas de la Universidad Nacional de Quilmes (proyectos I+D de investigación *Construir-Habitar-Pensar: modalidades de producción y gestión de la RMBA (2003-2005)*; *Gestión Estratégica Urbana (2005-2007)* y *Gestión, liderazgo y organización de la ciudad en condiciones de complejidad e incertidumbre (2007-2011)* y *Condicionamientos morfológicos y funcionales urbanos en la percepción de la imagen e identidad de las ciudades. El caso del municipio de Quilmes (Buenos Aires – Argentina) (2011-2013)*

El equipo se integra con tres docentes –investigadores categorizado en el programa de incentivos, de los cuales uno asumirá las funciones de director del Proyecto y un investigador externo a la UNQ.

Se ha convocado al Dr. Norberto Muñiz Martínez, de la Universidad de León (España) como investigador externo del proyecto por tratarse de un especialista referente a nivel internacional en estudios de imagen, identidad y gestión urbana, de amplia trayectoria en el ámbito académico y en la coordinación de proyectos en diversas ciudades latinoamericanas; La convocatoria al Dr. Reinhard obedece a la necesidad de contar entre los integrantes del equipo de investigación con un especialista de amplia trayectoria en el estudio de la casuística y participación en proyectos en ciudades con características diversas.

El Dr. Norberto Muñiz de la Universidad de León (España) aportará su experiencia en el análisis de la identidad de ciudades del mundo; el análisis crítico de la aplicación de los principios del marketing de ciudades al ámbito de la gestión de las ciudades y un aporte decisivo en el diseño de encuestas, entrevistas, en el procesamiento y sistematización de datos y en la coordinación de equipos de relevamiento de información para las actividades de investigación y de transferencia de servicios y consultoría y en el estudio empírico de la imagen e identidad urbanas aplicadas al desarrollo urbano.

Los investigadores pertenecientes a la UNQ son Germán Leva y Carolina Tkachuk, que han realizado sus experiencias en la investigación académica en los proyectos arriba mencionados. Las tareas generales programadas para estos colaboradores incluyen:

- a) Detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales relevantes que integrarán las fuentes de información primarias, secundarias y terciarias necesarias para las actividades del proyecto.
- b) Colaborar en la organización de eventos científicos promovidos desde el proyecto o en colaboración con otras instituciones académicas.
- c) Participar en carácter de ponentes en congresos y seminarios vinculados a las problemáticas estudiadas

- d) Publicar artículos en revistas científicas especializadas.
- e) Integrar los equipos dedicados a transferir resultados de investigación en servicios y consultorías

b) Integrantes

Completar Anexo I.

11. Solicitud de fondos y justificación de los mismos

Consignar el monto solicitado teniendo en cuenta el "X" asignado en la presente convocatoria. Para la determinación del (N) deberá tener en cuenta el Capítulo VI del Reglamento de Subsidios para Investigación, R. (CS) 107/15. Justifique en función de los objetivos y resultados esperados del Programa.

Tenga en cuenta los rubros elegibles establecidos en el Artículo 41º del Reglamento de Subsidios para Investigación, R. (CS) N° 107/15.

El 10 % del monto total a otorgar son gastos generales de la UNQ.

Monto=7900* proyecto=1* N=3= \$23700

1. bienes de consumo= 1500
2. bibliografía= 3000
3. difusión de resultados= 3000
4. servicios de terceros= 0
5. viajes y viáticos= 8000
6. gastos de trabajo de campo y equipamiento= 5830
7. Gastos Generales de la UNQ= 2370

12. Recursos disponibles

Consignar si cuenta con recursos de otras fuentes de financiamiento que serán aplicados para la ejecución del Proyecto. Detallar fuente de financiamiento y período.

13. Observaciones

Consignar aquí la información adicional que considere necesario agregar.

14. Anexos y documentación respaldatoria

Verificar que la presentación incluya los siguientes anexos y documentación respaldatoria

a) Anexos

- **Anexo I:** Listado de integrantes.
- **Anexo II:** CV del director, codirector, si corresponde, y de los integrantes. (completar el CVar, *Currículum unificado y normalizado a nivel nacional*, <http://cvar.sicytar.mincyt.gob.ar/auth/>). Los Cvs no deben presentarse impresos, sólo deben adjuntarse al CD que forma parte de la presentación.
- **Anexo III:** Copia digital de al menos 3 publicaciones representativas de la producción del grupo de investigación. De los libros deben adjuntarse la copia de la tapa, el índice, la introducción y los datos de impresión. NO adjuntar publicaciones impresas. Sólo deben guardarse en el CD que forma parte de la presentación.

b) Documentación respaldatoria

Adjuntar, si corresponde, certificados de becas y/o de posgrado en curso.

15. Referencistas

Indicar pares que puedan ser consultados por la Comisión Evaluadora Externa sobre esta propuesta. Detallar nombre, dirección, correo electrónico y teléfono.

1) Prof. Bernardo Kosacoff

Director CEPAL (Argentina)
Paraguay 1178 - 2 Piso, C1057AAR, Buenos Aires, Argentina
Casilla de Correo 4191, C1000WAA, Buenos Aires, Argentina
Teléfonos: (5411) 4815 7810 (rotativas)
Fax: (5411) 4815 2534
e-mail: bkosacoffcepal@tournet.com

2) Dr. Mark Gottdiener

Universidad de Buffalo. Department of Sociology, Nueva York
430 Park Hall Buffalo, NY 14260-4140
Teléfono: (716) 645-2417 x-403 (trabajo)
FAX: 716- 645-3934
E-mail: mgott@acsu.buffalo.edu

3) Dr. José Pancorbo Sandoval

Universidad de Matanzas (Cuba)
Depto Economía. Facultad de Ingeniería Industrial y Economía
Autopista a Varadero, km 3.5, Matanzas.
Teléfono: (53) (52) 26 17 48.
e-mail: jose.pancorbo@umcc.cu

4) Dra. Rosa María Chacon

Directora del Instituto de Estudios Regionales y Urbanos IERU
Universidad Simón Bolívar (Venezuela)
Edif.. Mecánica y Estudios Urbanos.
Piso 1, Baruta, Edo Miranda, Apartado Postal 8900, Caracas 1080. Venezuela
Tel (58212) 9064034/4035/4043
Fax: (58212) 906.4039
e-mail: rmchacon@usb.ve

5) Dr. Miguel Cervantes Blanco

Catedrático del Departamento de Dirección y Economía de la Empresa.
Universidad de León (España)
Campus de Vegazana s/n 24071 León
Te: 987-29-14-38
ddemcb@unileon.es

6) Lic Alfonso Martinez Cearra

Director General Bilbao Metrópli-30
Gran Vía, 45-48011 Bilbao (España)
Tel: 39.944158685
Fax: 944153424
E-mail: director@bm30.es

7) Arq. Enrique Longinotti

Director Carrera de Especialización Teoría del Diseño Comunicacional
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Universidad de Buenos Aires
Escuela de Posgrado
Ciudad Universitaria, Pabellon III, 4º Piso (C1428BFA) Ciudad de Buenos Aires
Te: (011) 4789-6236
Fax: (011) 4789-6240
Email: posgrado@fadu.uba.ar dicomunicacional@fadu.uba.ar

8) Dra. Victoria de Elizagarate

Catedrática del Área de Comercialización e Investigación de Mercados.
Profesora Titular de Universidad del País Vasco (España)
Plaza de Oñati, s/n .San Sebastián (España)
Email:egpdeguv@se.ehu.es

9) Dra Elsa Patiño Tovar

Coordinadora de la Red Nacional de Investigación Urbana (México)
Juan de Palafox y Mendoza 208. 2º patio 3º piso cubículo 4. 7200. Puebla
Tel: (222)246283
Fax: (222) 2324506
Email: rniu@siu.buap.mx

10) Dr. Teodoro Luque Martínez

Catedrático del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Granada (España)
Campus de Cartuja s/n. 18071. Granada
Email: tluque@ugr.es

11) Dr. Manuel Marrero

Depto Economía. Facultad de Ingeniería Industrial y Economía.
Universidad de Matanzas (Cuba)
Autopista a Varadero, km 3.5, Matanzas.
Teléfono: (53) (52) 26 17 48.
e-mail: manuel.marrero@umcc.cu

16. Autorización

Autorizo que la información declarada sea publicada, parcial o totalmente, por la Universidad Nacional de Quilmes.

17. Declaración Jurada

Por la presente declaro que la totalidad de la información presentada es veraz (*firma y aclaración del director y del codirector del Proyecto*)