**Editorial Imago Urbis N°1**

**[Enero, febrero, marzo de 2004]**

**EDICION ESPECIAL DE IMAGO URBIS DEDICADA AL 1° ENCUENTRO DE LA RED INTERNACIONAL DE MARKETING Y DESARROLLO URBANO EN CIUDAD OBREGON, SONORA, MEXICO**

El presente número de IMAGO URBIS está dedicado del Primer Encuentro de Marketing y Desarrollo Urbano realizado en la ciudad Obregón en el Estado de Sonora (México) los días 5, 6 y 7 de noviembre del 2003.

Este evento organizado por la Universidad Camilo Cienfuegos de Matanzas (Cuba), la Universidad de León (España) y el Instituto Tecnológico Superior de Cajeme (México) congregó a académicos, miembros de ONG, altos funcionarios de gobiernos locales con los objetivos de:

I. Impulsar el desarrollo académico del Marketing Urbano y el estudio y de nuevas herramientas para la gestión urbana sustentable desde una visión multidisciplinaria.

II. Crear la Red Internacional de Marketing y Desarrollo Urbano que tendrá como objetivo impulsar los conocimientos y aplicación de la Planificación Estratégica y cooperación al desarrollo según el enfoque del marketing de la ciudad a través del establecimiento de plataformas comunes de colaboración e intercambio de conocimientos y experiencias.

 La misión de este evento fue promover el desarrollo sostenible y diferenciado de los municipios y ciudades en lo económico, social y ambiental para elevar la calidad de vida de la sociedad en congruencia con la política, los programas y planes estatales, a través de la participación de la población y las entidades del territorio.

Desde la Red Internacional de Marketing y Desarrollo Urbano se impulsaran los conocimientos y la aplicación de la planificación estratégica y la cooperación al desarrollo según el enfoque del marketing de ciudad a través del establecimiento de plataformas comunes de colaboración e intercambio de conocimientos, experiencias y recursos (fundamentalmente información) entre entidades y profesionales de aquilatada solvencia académica vinculados a este ámbito, dirigido a docentes, investigadores, funcionarios de organismos internacionales, gobierno, directivos de organizaciones no gubernamentales e instituciones de educación superior y consultores especializados en las temáticas urbanas, relacionados con las áreas de estudio.

En el evento participaron como miembros fundadores de la Red de Marketing y Desarrollo Urbano 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 Búfalo 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 (México)**

 **Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora (México)**

 **Asociación Metrópoli-30 Bilbao (España)**

 **Asociación Civil Cajeme 2020 (México)**

 **Universidad Central de Chile**

 **Programa DELNET del Centro Internacional de Formación de la OIT (Organización Internacional del Trabajo)**

 En el Acuerdo para la conformación oficial de la Red Internacional de Marketing y Desarrollo Urbano las instituciones fundadoras declararon:

a) Tener el interés de realizar acciones y actividades tendientes a formalizar y legalizar la Red Internacional de Marketing y Desarrollo Urbano la cual tiene como misión: generar y promover la aplicación del conocimiento de distintas disciplinas desde la perspectiva internacional del marketing urbano con la finalidad de potenciar el desarrollo sostenible de las ciudades.

b) Que parten del concepto de ciudad como un proyecto abierto que se debe desarrollar de manera coordinada por administraciones públicas, entidades locales, instituciones académicas, sector privado, organizaciones no lucrativas y sociedad civil para la consecución del desarrollo sostenible, y del concepto de marketing de ciudad como enfoque ínter y multidisciplinario de orientación de la ciudad a la satisfacción de necesidades y deseos de ciudadanos y públicos destinatarios con la finalidad de mejorar la calidad global y la posición competitiva de las ciudades.

c) Que la visión de los fundadores consiste en ser un grupo líder de referencia para la implementación de marketing urbano en el ámbito de las ciudades.

d) Que el propósito de la Red es el reconocimiento del enfoque de marketing de ciudad como pauta metodológica eficaz para el desarrollo de los proceso de planificación estratégica y la colaboración, intercambio de conocimientos y experiencias entre entidades investigadoras, desarrolladoras y aplicadoras de marketing urbano.

e) Que los objetivos de la Red Internacional de Marketing y Desarrollo urbano son:

* Impulsar el desarrollo académico del marketing urbano y el general el estudio y la propuesta de nuevas herramientas para la gestión urbana sostenible desde la visión multi e interdisciplinaria.
* Desarrollar actividades de asesoría de planes territoriales.
* Facilitar la relación entre entidades públicas y privadas
* Buscar y promover fuentes de financiamiento para el desarrollo de actividades para el cumplimiento de los objetivos planteados por la red.

f) Que los ámbitos de intervención de la Red Internacional de Marketing y Desarrollo Urbano son:

* Investigación y desarrollo de nuevos conocimientos y experiencias vinculados a la planificación estratégica y al desarrollo regional y sectorial desde el enfoque metodológico del marketing de ciudades.
* Formación y cualificación de recursos humanos para el ejercicio de actividades investigadoras y profesionales vinculadas a la planificación estratégica, la gestión del desarrollo o cualesquiera otras actividades que estén adscritas a los procesos de desarrollo regional y sectorial.
* Gestión de conocimientos, tanto entre las entidades asociadas a la red, como el propio grupo u otras de carácter local, regional, nacional y supranacional vinculadas a la planificación estratégica y los desarrollos regional y sectorial. En este ámbito se contemplan la celebración de congresos, seminarios, encuentros de intercambio, puesta en marcha de plataformas de comunicación, realización de actividades de benchmarking a nivel internacional, organización de procesos de formación interna para los miembros asociados, asistencia a eventos vinculados al ámbito objeto del grupo, entre otros.

 Como estrategia para el fortalecimiento de la Red se propuso la publicación de los resultados de investigación a través de la revista IMAGO URBIS. Es por ello que este numero de IMAGO URBIS está dedicado a la difusión de los resultados del Encuentro y difundir las actividades de la Red.

En la sección "Artículos" de IMAGO URBIS se presentan las conferencias de los ponentes del Primer Encuentro de la Red de Marketing y Desarrollo Urbano:

 **Gestión ambiental y calidad de vida urbana**. Dra. Rosa María Chacón y Urb. Carolina Castillo. Especialistas en planificación territorial y urbana. Departamento de planificación Urbana. Grupo de investigación ¨ Vida urbana y ambiente universidad Simón Bolívar, Caracas, Venezuela.

 **Marketing Estratégico y Participativo de Ciudades.** Dr. Reinhard Friedmann. Especialista en Gestión pública municipal y regional. Capacitación municipal. Marketing municipal y Regional. Universidad Central de Chile.

**Imagen de ciudad y gestión urbana. Aportes para el análisis genealógico de un campo disciplinar.** Presentación de la revista electrónica especializada en gestión urbana e imagen de ciudad IMAGO URBIS. Prof. Gabriel Fernández. Especialista en Economía Urbana. Director del Proyecto "Construir-Habitar-Pensar: modalidades de producción y gestión de la Región Metropolitana de Buenos Aires en el nuevo milenio". Universidad Nacional de Quilmes (Argentina)

**Perspectivas en Marketing Urbano.** Dr. Norberto Muñiz. Especialista en Marketing Urbano. Universidad de León. España. Dr. Miguel Cervantes Blanco. Especialista en Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de León. España. Dr. José Pancorbo de Sandoval. Especialista en Marketing de ciudad. Universidad Camilo Cienfuegos. Cuba.

 En la sección "Planes y proyectos" están disponibles los documentos de trabajo presentados en el marco del Evento por las autoridades de los municipios de Cajeme, Guaymas, Agua Prieta y Nogales que sirvieron de base en las mesas de trabajo "Análisis de la problemática regional: Ciudades Costeras, Ciudades Industriales y Ciudades Fronterizas de Sonora". **[NO DISPONIBLES EN ESTA COMPILACION DE IMAGO URBIS]**

Para adherir a la Red Internacional de Marketing y Desarrollo Urbano se han establecido las siguientes condiciones:

Solicitud mediante carta de adhesión exponiendo los motivos de incorporación, experiencia y conocimiento sobre las áreas de alcance de la Red y manifestando la aceptación de la misión, visión y objetivos de la misma.

Adjuntar dos cartas de recomendación de dos entidades fundadoras.

Si desea adherir a la Red puede contactar al Prof. Gabriel Fernández

Correo electrónico: hmgfernandez@gmail.com

Teléfono: (+54 11) 4365-7100 interno 5655

Correo postal: Roque Sáenz Peña352 (B1876BXD), Bernal, Buenos Aires, Argentina.