

Avellaneda, 31 JUL 2017

VISTO:

El Expediente 539/2017, y

CONSIDERANDO:

Que Secretaría General, Dra. Patricia Domench, propone al Consejo Superior de la Universidad, la creación del Centro de Estudios de Imagen País (CEIP).

Que el objetivo del mismo es realizar estudios académicos, investigaciones, contribuir a la formación de funcionarios públicos y especialistas en la materia, así como colaborar con proyectos tendientes a la construcción de un Marco Teórico para la Gobernanza Pública de la Marca País y las Marcas Públicas, su regulación y protección a nivel nacional e internacional; y coadyuvar en el desarrollo, gestión y comunicación de esta política pública.

Que el Dictamen de la Comisión de Vinculación y Cooperación de fecha 21 de junio del 2017, resuelve por unanimidad recomendar su aprobación y posterior creación.

Que se ha aprobado por unanimidad en la sesión LIV° del Consejo Superior de la Universidad.

Que la presente se dicta en virtud de las atribuciones conferidas al Consejo Superior de la Universidad Nacional de Avellaneda de acuerdo al Art. 45 del estatuto de la Universidad Nacional de Avellaneda.

POR ELLO,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE
AVELLANEDA

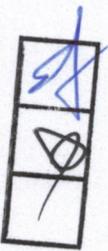
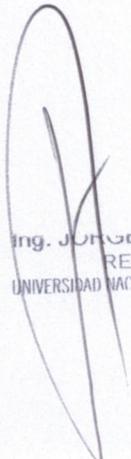
RESUELVE:

ARTÍCULO N°1: Aprobar la creación del Centro de Estudios Imagen País, de acuerdo a lo establecido en el Anexo I que se acompaña a la presente.

ARTÍCULO N°2: Establecer como organización básico del CEIP la designación de un coordinador, cargo que desempeñará personal con un perfil técnico profesional de una disciplina afín al objeto del centro, que cuente con experiencia en conducción de proyectos y aptitudes específicas del cargo que oportunamente designara el Rector, ajustando su actuación a las reglamentaciones que dictara la Secretaria General.

ARTÍCULO N°3: Las tareas a desempeñar serán efectuadas por estudiantes avanzados de la Universidad y profesionales Técnicos de las distintas disciplinas involucradas en los diferentes proyectos.

ARTÍCULO N°4: Todo proyecto a desarrollar, deberá contar con su correspondiente fundamentación, metas, cálculo de recursos humanos y financieros, como así también su fuente de financiamiento. La Universidad no financiara con fondos propios el funcionamiento del centro.

Ing. JORGE F. CALZADILLA
RECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA



ARTICULO N°5: Regístrese, comuníquese a todas las dependencias. Cumplido, archívese.

RESOLUCIÓN CS N° 372 - 17

Ing. JORGE F. CALZONA
RECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA



CENTRO DE ESTUDIOS DE IMAGEN PAÍS (CEIP)

Fundamentación

En un contexto en el cual la agenda política internacional asiste a la tensión entre la globalización iniciada a fines de Siglo XX y los nuevos nacionalismos surgidos, entre otras causas, de la crisis económica global de la primera década del Siglo XXI, las "marcas de territorio" resultan el emergente de la comunicación de la nueva diplomacia pública.

Estas "marcas de territorio" pueden escalarse desde las Marcas de Ciudades hasta las Marcas Países en tanto resulten un elemento que englobe atributos diferenciales de un espacio para conseguir determinado posicionamiento¹.

Este elemento aglutinante, condensado en una Marca País, requiere de una gestión que, además de procurar la atracción de turistas, la estimulación de la inversión interna y el impulso a las exportaciones, genere un proceso de construcción de identidad nacional.

En América Latina, estos procesos de construcción de Marcas Países se iniciaron en la primera década del Siglo XXI, siendo Argentina uno de los pioneros.

Desde el año 2004, Argentina desarrolla una Estrategia Marca País que ha tenido como objetivos no sólo influir en las percepciones de los públicos internacionales sino también promover la identidad y el orgullo nacional.

Argentina ha establecido recientemente entre sus Objetivos de Gobierno el correspondiente a Inserción Inteligente al Mundo que contiene entre sus prioridades a la Marca País, cuyo objetivo es posicionar a nuestra nación en el mundo en base a valores que puedan transmitir la potencialidad y los atractivos.

Actualmente, más de 18 países de América Latina y el Caribe poseen una Estrategia de este tipo o están en proceso de construcción como iniciativas de mejora de la percepción de su Imagen.

Entre éstos, las configuraciones organizacionales que atienden a la gestión de la Marca País se clasifican en cuatro esquemas, conforme su grado de coordinación intragobierno: a) unidades dependientes de la máxima autoridad política (México); organismos de promoción de exportaciones y comercio exterior (Uruguay, Perú, Colombia, Paraguay, Ecuador, El Salvador, Costa Rica, República Dominicana entre otros), organismos que

¹ Conforme López Lita, Rafael y Benloch, María Teresa (2006) "¿Necesitamos marcas territorio? En Técnica Económica 175: 50-52.

tienen a su cargo la política turística (Argentina, Brasil y Cuba) y organismos de configuración público privada (Chile).

Paralelamente, el enfoque asociado a la Marca País como estrategia de posicionamiento internacional, se ha ampliado hacia el concepto de Imagen País, el cual comprende no sólo la difusión de los atributos diferenciales y la construcción de una identidad nacional, sino también el manejo de la percepción presente y futura del mismo.

Aún habiendo transcurrido más de una década desde el inicio de la política de Marca País en América Latina, no existe todavía un Marco Teórico para la Gobernanza Pública de las Marcas Públicas (regionales o subnacionales) ni del manejo de la Imagen País que agrupe los criterios de buenas prácticas en materia de organización pública de la gestión, pautas de formulación y gestión de la Estrategia Marca País / Región / Ciudad, capacitación de los funcionarios vinculados a la gestión de esta política y, por sobre todo, la necesaria coordinación intergubernamental que se requiere para llevar adelante en forma exitosa una política pública esencialmente horizontal y abarcativa como ésta.

Por su parte, los recursos humanos que deben gestionar estas políticas carecen de una formación específica en la materia, lo que dificulta su implementación, demora los procesos de ejecución e impide una correcta medición de resultados.

Así las cosas, la creación de marcos de referencia para la aplicación de políticas públicas relacionadas con la Marca País o Estrategias Marca País, permitirán una aplicación previsible de los recursos destinados por los gobiernos a estas políticas.

Por su parte, un Programa de Capacitación de los funcionarios involucrados en la gestión de este tipo de políticas públicas contribuirá al fortalecimiento institucional y a la mejora de la calidad y eficiencia de la gestión pública en los tres niveles de gobierno.

Finalidad

La finalidad del Centro de Estudios de Imagen País CEIP es realizar estudios académicos, investigaciones, contribuir a la formación de funcionarios públicos y especialistas en la materia, así como colaborar con proyectos tendientes a la construcción de un Marco Teórico para la Gobernanza Pública de la Marca País y las Marcas Públicas, su regulación y protección a nivel nacional e internacional; y coadyuvar en el desarrollo, gestión y comunicación de ésta política pública.

Objetivos

Son objetivos del CEIP:

- Constituirse como un espacio de interacción entre el ámbito académico, el gobierno y la sociedad civil que actúe como *think tank*, agente de transferencia de conocimientos y formador de capacidades públicas de gestión en materia de Marca País, contribuyendo a alcanzar una mayor calidad institucional en los países de la región.
- Fomentar el desarrollo de propuestas y acciones que transfieran el conocimiento acumulado y la capacidad técnica reunida en el Centro a las organizaciones del sector público regional, nacional y subnacional vinculadas con la gestión de la Imagen País y/o acciones de Diplomacia Pública.

Actividades

Las actividades básicas del CEIP son:

- 
- Promover al desarrollo académico de la materia en la Argentina y en América Latina.
 - Asistir a las organizaciones del sector público regional, nacional y subnacional que lo requieran en el diseño de políticas tendientes a la construcción de Gobernanza Pública en la materia.
 - Promover el fortalecimiento de las organizaciones vinculadas a la gestión de la Marca País, Imagen País y Marcas Públicas.
 - Organizar seminarios de estudio y conferencias sobre Gobernanza Pública de Marca País, Imagen País y Marcas Públicas.
 - Estudiar y propiciar reformas normativas y regulatorias para el mejoramiento del sistema.
 - Promover el intercambio de experiencias con instituciones similares del país y del extranjero.
 - Toda otra acción conducente al logro de los objetivos que oportunamente se apruebe a propuesta del Centro.

Financiamiento

Para el funcionamiento del CEIP se prevé un financiamiento mixto proveniente de la provisión de servicios de asesoramiento profesional a las entidades nacionales, regionales y subnacionales, acciones cooperadas de investigación con las entidades antes mencionadas, así como la recepción de fondos provenientes de créditos no reintegrables de Organismos Multilaterales de Crédito, de Asociaciones Regionales y ONGs.