

La Ciudad Sostenible, reto para el Turismo.

Rosa María Chacón*

Sandra Ornes**

INTRODUCCIÓN

Las ciudades son grandes responsables de las transformaciones que afectan al planeta en el siglo XXI, por ser el lugar donde se concentran el mayor número de personas, ya para el 2010 supera el 50% de la población mundial viviendo en ciudades y en América Latina alcanza el 75%, es allí donde se localizan la mayoría de las actividades del hombre y por consiguiente, los avances tecnológicos. Al mismo tiempo, es en las ciudades donde se crean las estructuras sociales estables, necesarias para cambiar el modelo de desarrollo del mundo, que está siendo hoy tan cuestionado y que requiere de nuevas fórmulas para lograr caminos que frenen los grandes problemas causados, sin lugar a duda, por la Revolución Industrial (siglo XVIII al XX), convirtiendo al hombre en el esclavo del nuevo sistema económico y social.

En este contexto, las ciudades Latinoamericanas, demandan respuestas social, políticas y económicas que satisfagan las necesidades del hombre, superen las desigualdades con respecto al acceso a los servicios que ofrece la ciudad y reduzcan el crecimiento de los asentamientos urbanos no controlados, en zonas no aptas. Es allí donde el turismo puede tener un rol fundamental para la ciudad bajo criterios de sostenibilidad.

* Rosa María Chacón, Doctora, Profesora del Departamento de Planificación Urbana, Universidad Simón Bolívar-Caracas, Venezuela. Edif MEU. Ofic. 120. Telef. 0058-212-9064043, rmchacon@usb.ve

** Sandra Ornes, Magister, Profesora del Departamento de Planificación Urbana, Universidad Simón Bolívar Caracas, Venezuela. Edif MEU. Ofic. 103. Telef. 0058-212-9064047, sornes@usb.ve

I. La sostenibilidad urbana y la valoración de la imagen

El Desarrollo Sostenible encara la necesidad de encontrar formas de vida donde la inclusión, el respeto por la vida de todos los seres, el reforzamiento de los valores patrimoniales, cambios en el uso de recursos, inversiones y en la orientación de los cambios tecnológicos e institucionales y armonizar el crecimiento económico con un desarrollo social con equidad y protección y conservación ambiental y mejoramiento de la imagen urbana.

No obstante en América latina, las ciudades han afrontado grandes problemas que tienen sus raíces en el modelo de gestión y planificación imperante, evidenciado a través de: la falta de preparación técnica y capacidad gubernamental y económica para afrontar la presión del crecimiento urbano; la ausencia de planificación adecuada; la debilidad institucional para entender la ciudad en forma integral, por lo que dificulta la dotación y gobernabilidad.

Ante esta condición, se requiere de nuevos modelos de vida capaces de responder a la acumulación de problemas funcionales, sociales y del medio ambiente y a los procesos de transformación que se vive actualmente; una visión integral del desarrollo urbano, tanto en los procesos de planificación como en su integración con la gestión y gobierno de la ciudad; la implementación de modelos de desarrollo sostenible que respondan adecuadamente a todos los grupos sociales; y ciudadanos que visualicen la ciudad, entiendan la calidad de su entorno de vida, en particular los espacios públicos.

En consecuencia, existe la necesidad de encontrar un equilibrio no solamente limitado a lo económico, social y ambiental, planteado por el informe Brundtland en su

definición de desarrollo sostenible, sino además lo relacionado con la necesidad de contar con un desarrollo humano e institucional capaces de entender los problemas globales y los modelos de desarrollo acordes con la realidad planetaria, y una estructura de servicios que responda de forma equitativa a todos los habitantes. (Ver figura No. 1).

Figura No. 1



Fuente: Vilorio, Chacón 2008.

Solamente, se podrá lograr una imagen urbana atractiva en la medida en que las ciudades construyan tejido productivo-empresarial para generar empleo, sean equitativas e incluyentes, seguras con capacidad para garantizar la vida y los bienes colectivos e individuales, eficientes con buenos sistemas de movilidad, servicios, redes, comunicaciones

y tecnología de punta, ciudades ambientalmente sana que garanticen la calidad de los bienes ambientales urbanos colectivos.

II. El marketing de ciudad y su relación con la sostenibilidad.

El marketing urbano es una herramienta urbana estratégica que comprende la acción a corto plazo y la dirección a largo plazo, a los fines de mejorar la economía local, la calidad de vida de sus ciudadanos y visitantes, el atractivo territorial y la efectividad institucional. Exige el permanente contacto con sus grupos objetivo (mercados), reconocen sus demandas, definen y desarrollan productos, y genera una estrategia comunicacional que promueva a la ciudad.

En el entorno global actual, las ciudades cada día más se constituyen en el lugar de preferencia de localización de las personas y las empresas, a consecuencia de su dinámica cambiante, la calidad de sus equipamientos y servicios, las posibilidades de intercambio y encuentro, y conforman un espacio permanente de aprendizaje, creatividad y sinergia colectiva (Ver figura No.2).

La ciudad deben estar en la capacidad de responder a las expectativas y necesidades de sus actores, renovar e innovar a nivel de sus potencialidades y atractivos, y de esta manera poder competir en un mercado permanentemente en movimiento y cambio. (Piñango y Malave, 1994).

Figura No.2
Aportes de los paradigmas y enfoques emergentes para la “re-imaginación” del Marketing Estratégico de Ciudades



Fuente: Fernández G. y Friedmann R. (2007)

Desde el punto de vista del marketing de ciudades Seisdedos (2007), considera que las ciudades deben alcanzar altos valores ambientales y/o ciudades sostenibles, en torno a: la conexión con las estrategias económicas de la ciudad; la voluntad y compromiso político amplio y de largo plazo; la participación comprometida de sus habitantes en los programas de gestión urbana; y la inversión.

Tan solo las ciudades que aprendan y que sean capaces de aprovechar las últimas tecnologías y desarrollar hasta el límite del progreso, serán competitivas y capaces de generar rentas públicas basadas en la participación y en el incremento de conocimientos. Las ciudades que quieren ser competitivas y humanas en el futuro deberán ser ciudades de aprendizaje y de un acceso igualitario a este.

III. El marketing urbano, el turismo, y la sostenibilidad urbana local

El marketing urbano tiene como una de sus manifestaciones la proyección y posicionamiento turístico de las ciudades, y este sólo podrá ser alcanzado si se toman en cuenta las tres dimensiones del turismo en áreas urbanas, definidas por Memoine (1999): la información, incluyendo la promoción, la capacitación de recursos humanos y la participación de la comunidad, que permitirá construir consensos en torno a la definición de la imagen de la zona que se desea transmitir; el producto: que es la ciudad, y que incluye los niveles de servicios de infraestructura y de red, y las condiciones territoriales ofrecidas al turista y los habitantes; el impacto: es el efecto que la presencia de turistas y sus actividades asociadas genera sobre el ambiente y los componentes socioeconómicos.

En el marco de la actividad turística, cada ciudad se centra de manera diferenciada en estas dimensiones, y la instrumentación de la sustentabilidad y la definición de las consecuentes estrategias de gestión urbana, tal como el marketing de ciudades, “plantea un esfuerzo sistémico, holístico, donde todos los grupos reflexionan, deciden, se comprometen, actúan y asumen responsabilidades que se desprenden de ello” (Molina, 1994; 104).

En este contexto, existen una gran variedad de elementos relacionados con la calidad y gestión de la ciudad por evaluar, tales como: los servicios públicos y de red, servicios comerciales y de alojamiento, la seguridad ciudadana, la integración social, la vialidad y transporte, los espacios públicos, mantenimiento de áreas verdes y recreacionales, etc.; de los cuales se deben servir no solo el turista, sino el ciudadano local.

Por lo tanto, el turismo debe planificarse como componente integral del plan de desarrollo urbano de la ciudad, distrito o región, donde tanto el sector público como el privado participen como inversionistas; entendiendo que, en ningún caso, el producto turístico debe tratar de adecuarse a sus mercados hasta el punto de crear problemas ambientales o sociales locales (OMT, 1999).”

IV. Ciudades suramericanas exitosas, transformadas desde la gestión municipal. características, logros y enfoques.

La complejidad urbana y las demandas de sus ciudadanos para el mejoramiento de su calidad de vida, implica una necesaria renovación y transformación de la ciudad, a partir del reconocimiento del cambio de las condiciones internas y externas, la evolución de los valores y necesidades de los ciudadanos, el manejo y gestión de los recursos naturales y financieros, y el posicionamiento de la ciudad en relación a su ambiente exterior.

Ante esta demanda, los gobiernos locales acuden, según sus particularidades, a planes urbanos, planes estratégicos, planes de turismo y/o proyectos de alto impacto de manera puntual como activadores de la dinámica de transformación; con la finalidad de establecer las prioridades colectivas e institucionales, así como definir el proceso a través del cual se realizarán las mejoras a favor de la ciudad y sus habitantes.

En este sentido, son evidentes las experiencias relativamente recientes pero exitosas de las ciudades suramericanas, que se han atrevido a soñar con una ciudad distinta, para todos, de calidad, y diferenciadas en función de sus potencialidades. Cada una de las intervenciones se vincula mayoritariamente con una de las dimensiones de la sostenibilidad,

aunque se relacione e impacte en las restantes; favoreciendo de esta manera una visión e intervención integral de la ciudad, tal como se presenta en las tablas siguientes:

Tabla No.1
 Estrategias de transformación de algunas de las principales ciudades suramericanas,
 considerando las dimensiones de la sostenibilidad.

Ciudad- País	Indicadores	Condición Inicial que motiva el cambio	Actores Promotores y/o tomadores de decisiones	Ejes Estructurantes de intervención, de acuerdo a los principios de Sostenibilidad.	Beneficios Esperados y/o logrados
Bogotá-Colombia Población: 7.243.698 hab. (2009)	IDH Declaración de Bogotá, Región 0,88 (alto) (año 2009) A nivel de País 0.715 (Año1990) 0.772 (Año 2000) 0.807 (año 2007) ICUR (2010) 74,46	-Ciudad abandonada. -Importantes niveles de inseguridad y violencia. -Débil integración urbana. -Espacios públicos deteriorados e invadidos por la actividad comercial. -El crecimiento y evolución de la ciudad a requerido de la formulación del Plan de Ordenamiento Territorial y los Planes de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas.	-Gobierno Local -Sector Privado -Comunidades	Nueva ciudad con base en dos ejes estratégicos para el cambio: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>La cultura ciudadana</u>, que implica mejores niveles de seguridad ciudadana, el respeto por las leyes, el respeto y reconocimiento de las autoridades, y el efectivo ejercicio de la ciudadanía ▪ <u>Espacio público y sistema de transporte</u>: el lugar del intercambio donde se ejerce la democracia, la no exclusión y la igualdad social. <p>Sostenibilidad Ambiental:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Proyectos de mejoramiento urbano, recuperación y ampliación de espacios públicos (bibliotecas, ciclo-rutas, alamedas, plazas y parques de diferentes escalas) -El transporte público como articulador de la ciudad.(Sistema de Transporte Masivo Transmilenio; ciclo-rutas, egulaciones locales (pico y placa-medida de administración del tránsito), el Día Sin Carro (1 día al año) , 25% de sobre-tasa a la gasolina, cuyos recursos se invierten en infraestructura de transporte y mantenimiento vial. -Mejoramiento de los equipamientos públicos, para los ciudadanos locales y visitantes. <p>Sostenibilidad Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Rescate de valores ciudadanos y de convivencia. -Construcción de compromiso ciudadano con la ciudad, a través de la reeducación. -La inclusión social. -Promoción de la autogestión de los ciudadanos en los barrios. <p>Sostenibilidad Económica:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Potenciación de la ciudad como destino turístico. -Formalización de los vendedores ambulantes. <p>Sostenibilidad Político-Institucional.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Clara continuidad en las política de ordenación urbana, el rol político del ciudadano en permanente acción y toma de decisiones. 	-Hacienda municipal saneada. -Espacios públicos de calidad, seguros y totalmente aprovechados. -Mejoramiento de la calidad urbana y de vida. -Aumento del empleo formal, para beneficio de la economía local. La formación de líderes, y las estrategias de mediación y búsqueda de consenso; y el mismo acompañado con obras de infraestructura y servicios y regulaciones que mejorarían la calidad urbana en el mediano plazo. el cambio del patrón de uso del vehículo particular y su incidencia en la salud ciudadana, generando alternativas de movilidad. - Adquisición de nuevas opciones de esparcimiento y encuentro, condición que se circunscribe en el marco del Plan Maestro de Espacio Público de la ciudad de Bogota

Fuente: Elaboración propia.; Revista América Economía- Ranking de Ciudades 2010; PNUD. Puig T.

Tabla No.2
 Estrategias de transformación de algunas de las principales ciudades suramericanas,
 considerando las dimensiones de la sostenibilidad.

Ciudad- País	Indicadores	Condición Inicial que motiva el cambio	Actores Promotores y/o tomadores de decisiones	Ejes Estructurantes de intervención, de acuerdo a los principios de Sostenibilidad.	Beneficios Esperados y/o logrados
Curitiba- Brasil Población: 1.797.408 hab (2007)	IDH (Departamento, Región) 0,85 (año 2000) A nivel de País 0.7150 (Año1990) 0.790 (Año 2000) 0.813 (año 2007) ICUR (2010) 67,6	-Deterioro urbano y ambiental. -Presupuesto público limitado. -Reducido índice de área verde por habitante. -Equipamientos Urbanos deficientes. - Plan Agache (1943): orienta al gobierno local hasta el año 1958, en cuanto a la intervención urbana centradas en grandes obras de infraestructura vial aún existentes, momento cuando se crea el Departamento de Urbanismo.	-Gobierno local. -Sector Privado -Comunidades	(desde el año 1971) Sostenibilidad Ambiental -Rediseño de lo imposible. -Mejoramiento de la movilidad urbana. -Crecimiento de manera ordenada y lineal, principalmente a lo largo de ejes estructurales, tangenciales al centro y de circulación rápida. Peatonalización de varias vías en el centro. -Aumento de los m2 de área verde por habitante. -Proyectos de revitalización urbana. -Proyecto de gestión responsable de residuos. Sostenibilidad Social: -La participación ciudadana en la toma de decisiones. Sostenibilidad Económica: -Reconversión de viejas zonas industriales. Sostenibilidad Político-Institucional -Compromiso como el coordinador de los servicios de la ciudad. -Construcción de mecanismos de financiamiento urbano (plusvalías).	-Mejoramiento de la calidad ambiental urbana y de vida. -Ubicación en el quinto lugar dentro del ranking de ciudades brasileras por la cantidad de empleos generados (ingreso nominal mensual alrededor de los 783\$). -El 42% de las empresas poseen programas de reciclaje (Prefectura de Curitiba, 2007). -Una verdadera justicia social para superar las diferencias sociales existentes, los niveles de pobreza y violencia. -Aumento del índice de área verde por habitantes de 0,5 m2 (1970) a 51 m2 (2007) - índice sintético de satisfacción de calidad de vida del 81,75%. -Índice municipal de desarrollo humano (IDHM-PNUD) de 0,856.

Fuente: Elaboración propia.; Revista América Economía- Ranking de Ciudades 2010; PNUD; Prefectura de Curitiba, en Puig T.

Tabla No.3
 Estrategias de transformación de algunas de las principales ciudades suramericanas,
 considerando las dimensiones de la sostenibilidad.

Ciudad- País	Indicadores	Condición Inicial que motiva el cambio	Actores Promotores y/o tomadores de decisiones	Ejes Estructurantes de intervención, de acuerdo a los principios de Sostenibilidad.	Beneficios Esperados y/o logrados
Quito- Ecuador Población: 1.619.800 hab (2010)	IDH (Departamento, Región) 0,80 (año 2009) A nivel de País 0,744 (Año1990) s/i (Año 2000) 0,806 (año 2007) ICUR (2010) 58,63	-Burocratización y dispersión de Actores. -Imagen de inseguridad de la ciudad. -Pérdida del paisaje cultural de la ciudad. -Altos niveles de pobreza. -Débil movilidad interna. -Espacios públicos subutilizados. -Ciudad Insegura. -Baja calidad de los equipamientos. -Poco liderazgo en la gestión pública. -Débil comunicación interna. -Escasa generación de empleo. -Limitada aparición de nuevas empresas. -Limitada accesibilidad aérea.	-Gobierno local. -Sector Privado -Comunidades	(desde el año 2002) Sostenibilidad Ambiental: -Proyectos de renovación urbana. -Sostenibilidad del territorio y del paisaje. -Mejoramiento de los equipamientos, infraestructuras y servicios. -Valoración de los recursos naturales y patrimoniales. Sostenibilidad Social: -Responsabilidad social (corporativa y pública). -Mejoramiento de la calidad de vida. -Recuperación del patrimonio cultural. -Profesionalización del sector turismo. -Sensibilización de la población hacia el turismo como actividad estratégica. Sostenibilidad Económica: -Ciudad de Quito como destino turístico y patrimonio de la humanidad. (Incluye creación de nuevos productos turísticos y promoción de inversiones). -Mejoramiento de la competitividad. Sostenibilidad Político-Institucional: -Calidad de gestión.	-Mejoramiento de la calidad de vida. -Recuperación y revitalización del Centro Histórico. -Nuevas plazas, miradores y espacios de convivencia. -Nueva oferta hotelera. -Mejoramiento de la accesibilidad y el estacionamiento. -Rehabilitación de equipamientos e infraestructura pública.

Fuente: Elaboración propia.; Revista América Economía- Ranking de Ciudades 2010; PNUD. Plan Q 2012- Plan Estratégico de Turismo de Quito.

Tabla No.4
 Estrategias de transformación de algunas de las principales ciudades suramericanas,
 considerando las dimensiones de la sostenibilidad.

Ciudad- País	Indicadores	Condición Inicial que motiva el cambio	Actores Promotores y/o tomadores de decisiones	Ejes Estructurantes de intervención, de acuerdo a los principios de Sostenibilidad.	Beneficios Esperados y/o logrados
Barquisimeto- Venezuela Población: 1.018.900 hab (2009)	IDH (Departamento, Región) 0.80 (2008) A nivel de País 0.790 (Año1990) 0.802 (Año 2000) 0.844 (año 2007) ICUR (2010) s/i	-Enorme segregación física, económica y social. -Desorden administrativo. -Distanciamiento del gobierno de sus comunidades. -Deterioro de instalaciones y espacios públicos. -Problemas de distribución de agua por acueductos e insuficiencia de fuentes locales. -54% de la población vive en barrios. -Movilidad reducida y limitada (tránsito urbano e interregional), accesos y transporte público).	-Gobierno local. -Sector Privado -Comunidades	(desde el año 2004) Sostenibilidad Ambiental -Visión de ciudad productiva, de intercambio, para la educación, cultural, para la salud, de convenciones, y ciudad parque. -Desarrollo Estratégico y cambio estructural de la ciudad. - Planes de revitalización e integración urbana, bajo un enfoque policéntrico. -Sistema de movilidad con función integradora. -Agenda de proyectos de largo alcance y alto impacto. -Expansión urbana planificada, control y gestión ambiental. Sostenibilidad Social -Fortalecimiento de los servicios médicos especializados. -Diversificación de la oferta en educación superior. Sostenibilidad Económica -Reactivación y Desarrollo de centros productivos, principalmente industriales y agro-industriales, según la vocación del territorio. -Incremento de la competitividad de las empresas metalmecánicas y de fundición. -Facilitación de importaciones y exportaciones agrícolas. Sostenibilidad Político-Institucional -Promoción de la participación pública y privada en los proyectos de la ciudad. -Trabajo conjunto entre los distintos niveles del poder público. -Acercamiento y atención a la gente. -Coordinación institucional. -Incentivos Fiscales.	-Mejoramiento en la movilidad (automotriz y ferroviario) y accesos. -Mejoramiento del abastecimiento de agua de la ciudad (Proyecto Yacambú-Quibor). -Saneamiento de la cuenca del río Turbio. -Expansión del parque de generación eléctrica (generación, transmisión y distribución). -Revitalización de la ciudad (restauración de edificaciones, construcción de paseos y bulevares, animación urbana, habilitación de barrios y parques. -Formalización de comerciantes populares. -Fortalecimiento del comercio mayorista y el desarrollo agro- industrial e industrial. -Consolidación de los sectores productivos. -Plan de capacitación hacia la formación empresarial y cooperativas. -Equipamientos de posicionamiento turístico (centro cultural, religioso, gastronómico, artesanal, de convenciones, ferial, y agro-turístico). -Aplicación de incentivos fiscales para potenciar la inversión privada (exenciones de impuestos y tasas por servicios urbanísticos).

Fuente: Elaboración propia.; Revista America Economía- Ranking de Ciudades 2010; PNUD. Barquisimeto 2004-2008. Experiencia de una gestión urbana transformadora

De acuerdo a estos resultados, las ciudades suramericanas comparten fundamentalmente los mismos problemas y deficiencias, y todas han reconocido la importancia de su capital humano y del fortalecimiento institucional como promotores de la transformación urbana. De manera específica se valoriza el mejoramiento de la calidad urbana y la calidad de vida, la reducción de las desigualdades sociales y la igualdad de oportunidades; se demanda la voluntad política y compromiso político-institucional por el cambio; y se reconoce y promueve la participación ciudadana en la toma de decisiones; como destinatarios finales.

Estos son elementos fundamentales dentro de la competitividad de un territorio, que de acuerdo a Castells y Borja en Paz (2005; 182),

“dependen del funcionamiento integrado del sistema urbano-regional, recursos humanos calificados, apoyo estatal a la creación de sinergias y a los procesos de innovación, solidez institucional y gobernabilidad con participación ciudadana, y definición de un proyecto de ciudad”.

Sin embargo, aún falta mucho por recorrer, ya que a pesar de los avances y logros derivados de las intervenciones urbanas y la visión integral de su complejidad, aún se registran en las ciudades suramericana importantes niveles de desigualdad, y que son necesarias superar para poder asumir el modelo de la justicia social, ambiental, económica, propios de la sostenibilidad, acompañado de una decidida voluntad y compromiso político de los actores locales.

CONCLUSIONES

Los gobiernos locales poco a poco han venido asumiendo el rol de promotores de la ciudad, condición que implica pasar por un proceso de modernización de la administración pública local, tanto a nivel técnico como político, cuyo fin sea el desarrollo de capacidades para coordinar y dinamizar las fuerzas de la ciudad, bajo criterios de sostenibilidad.

Esta labor requiere reconocer que la realidad urbana está sujeta permanentemente a situaciones complejas y de incertidumbre, donde el pensamiento estratégico se presenta como una herramienta a favor no solo de la satisfacción de las necesidades de los habitantes y residentes, sino también de los visitantes e inversionistas; respetando los recursos sociales, económicos, ambientales y político-institucionales existentes.

En este contexto, el marketing urbano representa una herramienta-proceso que facilita la transformación profunda de la ciudad y la potenciación del turismo urbano, a partir del reconocimiento de sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades y la toma de decisiones conjunta entre los actores locales involucrados. De esta forma las ciudades podrán desarrollar su competitividad y posicionarse en el mercado global, garantizando las condiciones más aceptables y equitativas para sus habitantes, sin comprometer la viabilidad de la ejecución de las intervenciones urbanas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALCALDIA DE BARQUISIMETO (2008): “Barquisimeto 2004-2008. Experiencia de una gestión urbana transformadora”. Cámara Inmobiliaria del Estado Lara. Barquisimeto.

CHIAS MARKETING (2007): “Plan Q 2012- Plan Estratégico de Turismo de Quito”. Barcelona-España. Disponible en: <http://www.optur.org/quito-plan-turistico-2012.html> (Consulta: 14/07/2010).

FERNANDEZ, G. y FRIEDMANN, R. (2007): “La gestión y liderazgos en el diseño e implementación de planes estratégicos de marketing de ciudades: un balance y propuestas a partir de la experiencia alemana”. Gestión Estratégica Urbana. Universidad Nacional de Quilmes. IX Coloquio Internacional de Geocrítica- Porto Alegre, 28 de mayo - 1 de junio de 2007- Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

MEMOIRE, Aida: “Tourism and the City: the challenge of Sustainability”. Disponible en: <http://www.soc.titech.ac.jp/uem/eco-tour/cities-tour.html> (Consulta: 26/10/99).

MOLINA, Sergio: “Turismo y Ecología”. Edit. Trillas. México 1994.

O.M.T: “Guía para Administradores Locales: desarrollo turístico sostenible”. Madrid. 1999.

PAZ, Sergio (2005): “Gestión Estratégica y posicionamiento de ciudades. La marca de ciudad como vector para la proyección internacional”. Revista Venezolana de Gerencia (RVG)- Universidad del Zulia. Año 10. No.30, Pag.177-195.

PIÑANGO, R. Y MALAVE, J. (1994): “Conclusiones: La Complejidad de la Gerencia Municipal” en “Gerencia Municipal” de Janet Kelly. Ediciones IESA. Caracas.

PNUD. Índice de Desarrollo Humano. Disponible en: www.undp.org

PUIG, Toni (2009): “Marca Ciudad”. Edit. Paidós. Buenos Aires.

REVISTA AMÉRICA-ECONOMIA. Ranking de Ciudades 2010. Disponible en:
<http://rankings.americaeconomia.com/2010/mejoresciudades/ranking.php>

SEISDEDOS, G. (2007): “Del city marketing al City management”. Edit. Prentice-Hall. España.

VILORIA, D. y CHACÓN, R. (2009): “Capitales Urbanos para el desarrollo, Sustentabilidad Urbana y Políticas Públicas.”. Revista Quivera. UAEM. Toluca-México.