

- ▶ la “marca” es el reflejo de una identidad.
- ▶ la “marca” es una promesa.
- ▶ la promesa de un “beneficio”.
- ▶ ¡un “beneficio” mayor que el que ofrecen los demás!

Reflexiones sobre Marca “Lugar”

EL POSICIONAMIENTO DE LA

«**Marca España**»

Y SU COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL



Raúl Peralba

XII Premio del Círculo de Empresarios

Prólogos de
Claudio Boada y
Eduardo Fayos-Solà

PIRÁMIDE

¿Encaja la definición oficial?

Es un signo distintivo que indica que ciertos bienes o servicios han sido producidos o proporcionados por un país, una ciudad, un lugar determinados.

(Adaptado de la definición de OMPI/IPWO)

MAD

about you

No es un es un logo original!!!

Europa
China
Caribe
Nueva York
Madrid
La Costa del Sol

¿Cómo se construye
la “Marca lugar”?

Gobierno

Instituciones
Públicas y Privadas

Constructores de la
“Marca Lugar”

Empresas y
Marcas Líderes

Referentes de la
Sociedad Civil.

Tres “productos”:

1. Turismo.
2. Inversiones In-Out/
Implantaciones.
3. Productos y/o Servicios.

Tres “productos”:

1. Turismo.

El nombre funciona como una marca de un producto o servicio.

Destinos turísticos.

Las percepciones son
“postales” en la mente...

También eventos..

2. Inversiones In-Out/ Implantaciones.

También funciona como una
marca de un producto o servicio.

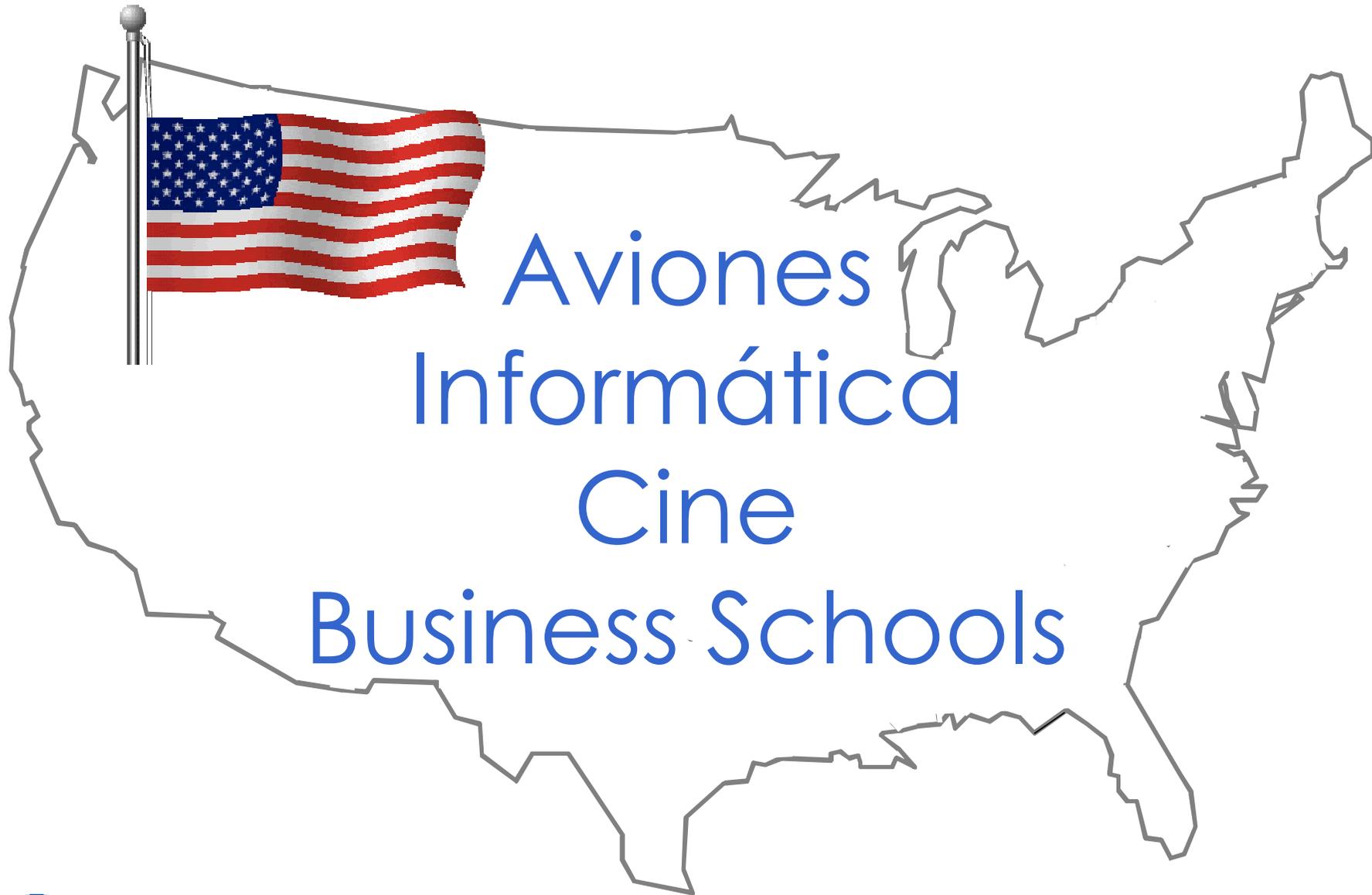
Estudio de “conveniencia”

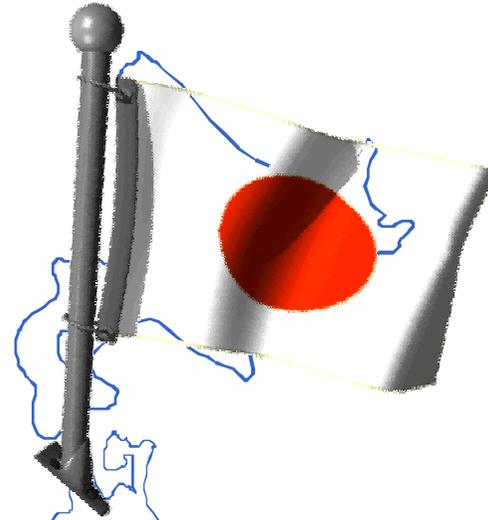
- Negocios accesibles.
- Entorno competitivo.
- Facilidad de adaptación.
- Recursos.
- Infraestructuras.
- Localización.
- Calidad de vida!!!!

3. Productos y/o Servicios.

No funciona igual...

Los países están posicionados...

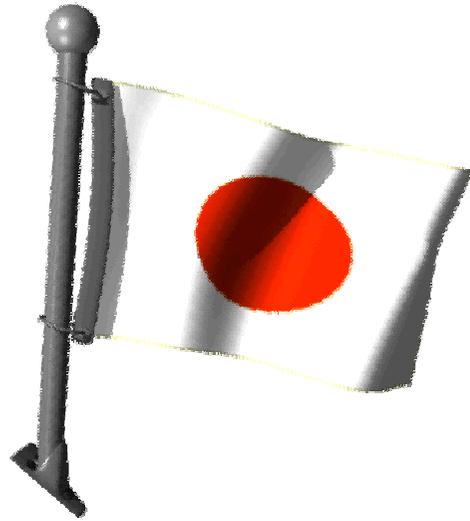




Electrónica Robótica Fotografía

Las Marcas Renombradas son
las locomotoras del “Made in...”





SONY

TOSHIBA

Nintendo®

Panasonic

Canon

Nikon

- ▶ La marca país/ciudad-lugar es la “marca corporativa” no de los “productos”.

Modelo estructural teórico.
Posicionamiento de Marcas y el efecto “Made in...”



Fuente: Tesis Doctoral de Raúl Peralba – Julio/2006

Adaptado de Kim y Chung (1.997) *Journal of International Studies*.

Hay que sintonizar la imagen de cada marca con la “imagen país/ciudad”.

Puede ser el efecto contrario....

Empresa-País.
Nokia-Finlandia..



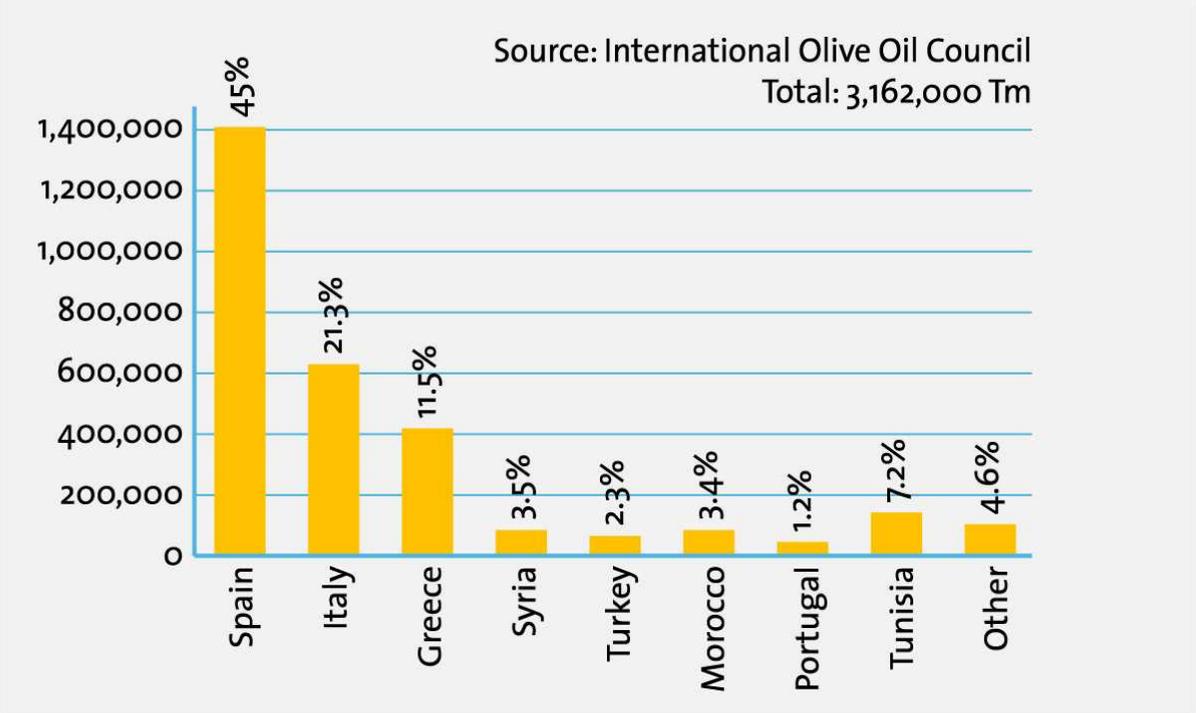
España en:

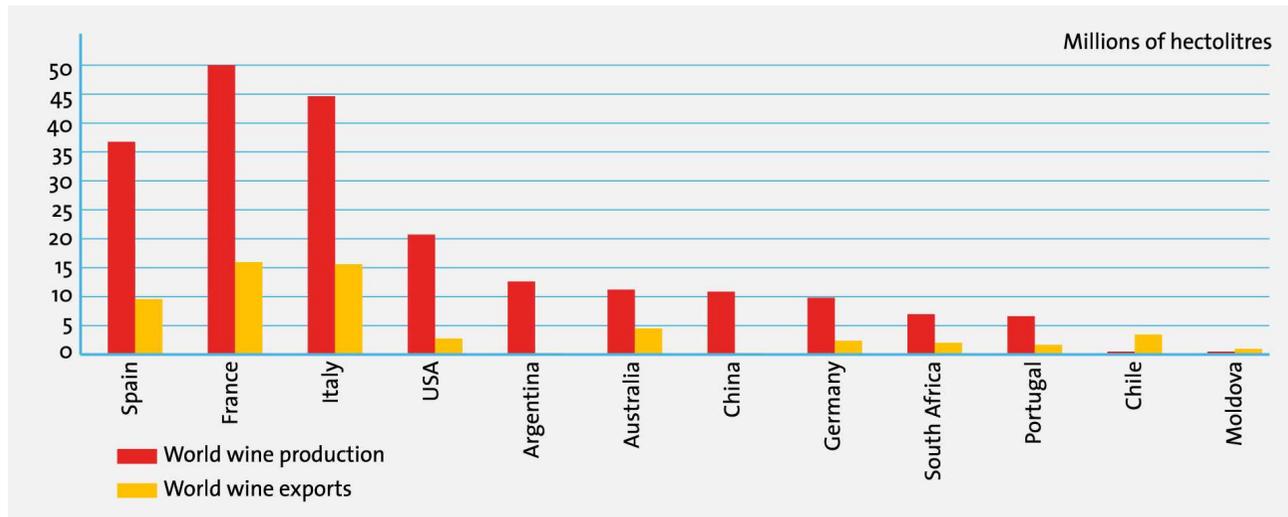
1. Turismo.
¡Va muy bien!
2. Inversiones-Implantaciones.
No va tan mal...
3. Productos y/o Servicios.
¡Hay que mejorar!

- ▶ 12° PIB del mundo por poder de compra.
- ▶ 13° Exportador total, (17° de mercancías y 5° en servicios).
- ▶ 6° Inversor internacional.
- ▶ 2° Destino turístico del mundo (60 millones de turistas/año).
- ▶ 2° Inversor en Latinoamérica.
- ▶ 1° En gestión internacional de infraestructuras.
- ▶ 2° Energía Eólica y el país que más crece.
- ▶ 1° Energía Solar fotovoltaica y Bioenergía.
- ▶ 1° Productor mundial de biocombustibles.
- ▶ 2° fabricante de automóviles de Europa, tras Alemania y habiendo superado a Francia en 2009.
- ▶ 8° fabricante de automóviles del mundo, tras India y delante de Francia.
- ▶ 1° País Europeo en la industria de autopartes.
- ▶ 4° exportador de libros.
- ▶ El 3° productor y exportador de zapatos del mundo.
- ▶ **“Propietario” del segundo idioma más utilizado en los negocios.**

- ▶ **Cítricos:** España es el **primer exportador**
- ▶ **Hortalizas y Frutas:** España es el **mayor exportador**, seguido de EE.UU. y Países Bajos.

- ▶ **Aceituna: 1º productor y exportador mundial**, con un 30% de la producción y un 55% de la exportación mundial.

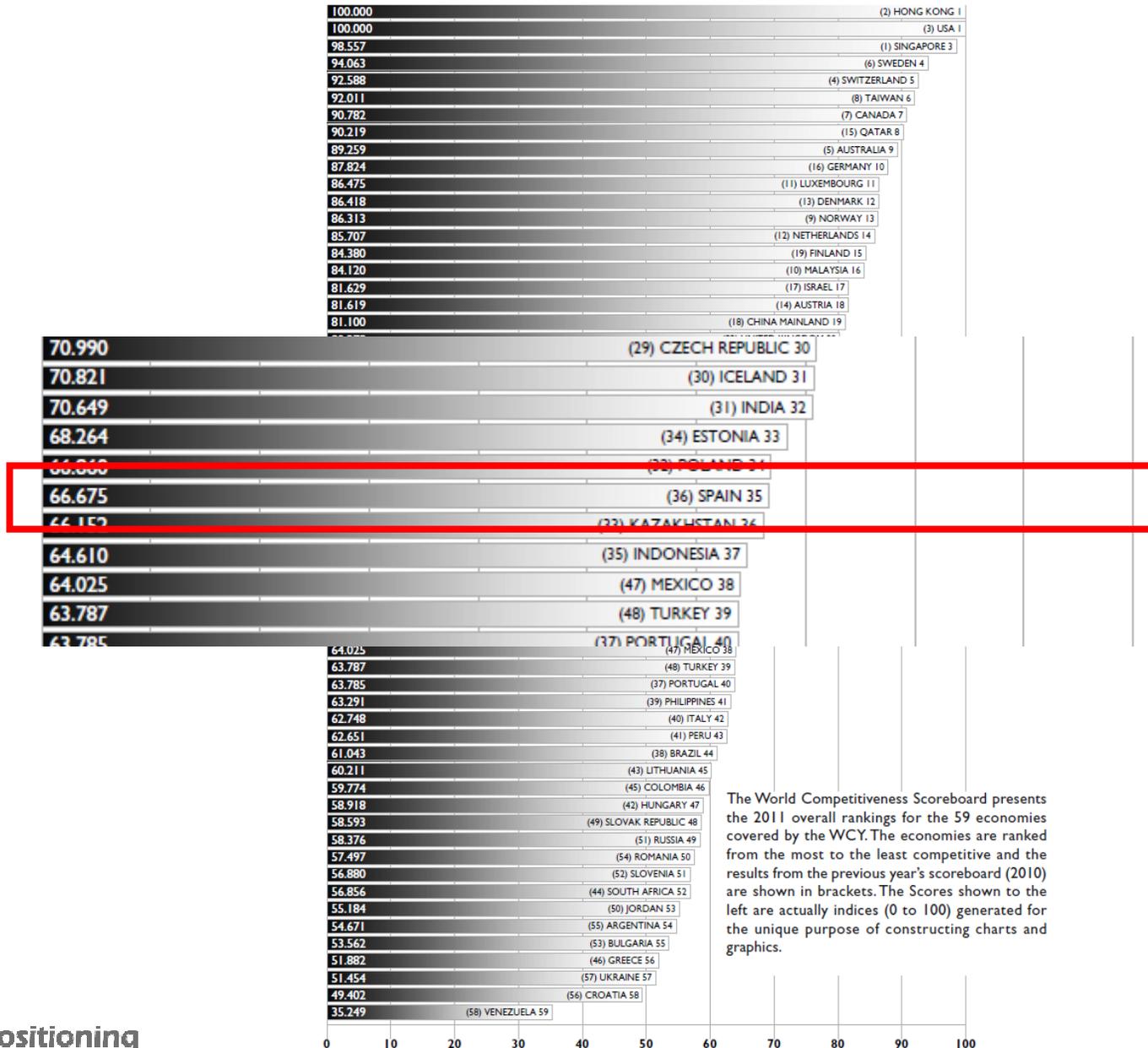




An outline map of Spain, showing the main peninsula and the Balearic and Canary Islands. The map is centered on the Iberian Peninsula.

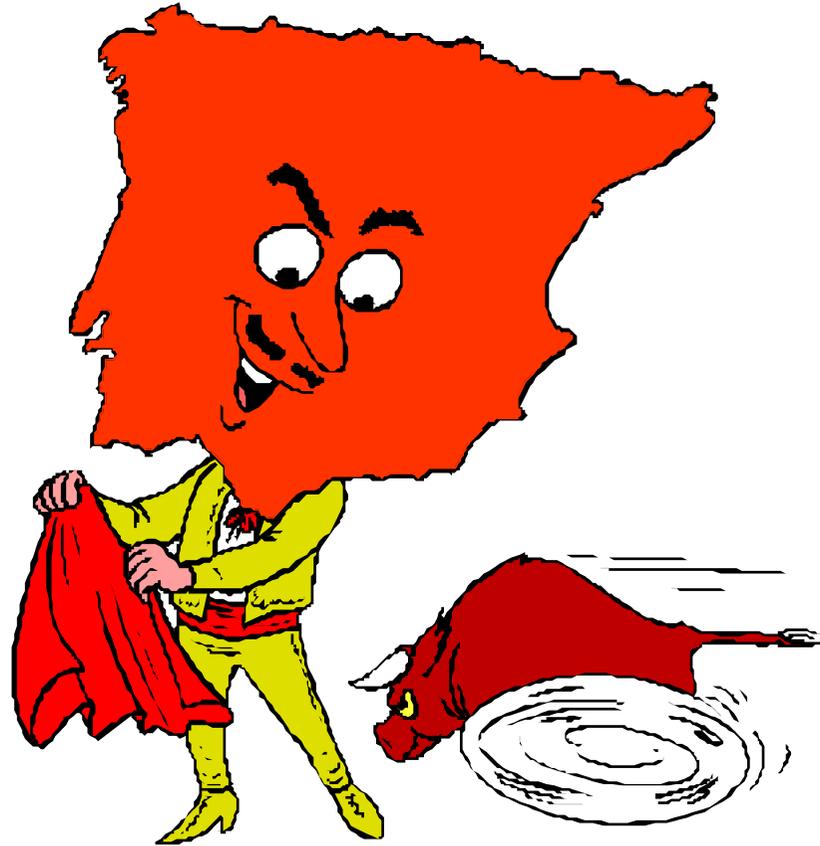
Moda y confección.
Alimentación.
Aceite de oliva.

THE WORLD COMPETITIVENESS SCOREBOARD 2011



The World Competitiveness Scoreboard presents the 2011 overall rankings for the 59 economies covered by the WCY. The economies are ranked from the most to the least competitive and the results from the previous year's scoreboard (2010) are shown in brackets. The Scores shown to the left are actually indices (0 to 100) generated for the unique purpose of constructing charts and graphics.

España:Datos Subjetivos



Siesta y Fiesta