



Plantearon la colaboración e identidad como ejes para construir Marca Región

EN VALDIVIA. Actores del mundo público, privado, academia y de otros sectores participaron ayer en charla de experto internacional Robert Govers sobre las claves para la “marca de un lugar”.

María Alejandra Pino C.
mariaalejandra.pino@australvaldivia.cl

Hace un año y medio, la Fundación Imagen de Chile y el Gobierno Regional de Los Ríos firmaron un convenio a fin de trabajar colaborativamente en la construcción de una marca que fortalezca la imagen del territorio a nivel internacional.

En ese trabajo se ha ido avanzando. Pero generar una identidad de la región y posicionarla no es un proceso rápido, así lo explicó la directora ejecutiva de la Fundación, Rossana Dresdner, quien enfatizó en que “no se trata de armar un logo y un eslogan”.

En el marco de la creación de esa marca -indicó- Los Ríos tiene todas las condiciones para ir avanzando en su identidad regional. Y para que ello pueda concretarse, detalló que se requieren dos elementos: generosidad de parte de los distintos sectores (esto es, no pensar individualmente sino que en la región); y paciencia.

En el contexto de ese trabajo es que la Fundación junto con el Gobierno Regional, la Corporación Regional de Desarrollo Productivo y Sematur invitaron ayer a distintos representantes de sectores económicos de la región (pesca, industrias creativas, turismo, entre otras), de la academia, de servicios públicos y de otras áreas a presenciar ayer la charla magistral dictada por el experto internacional en place branding (“marca de lugar” en español), académico y conferencista, Robert Govers.

“Este evento reafirma que nuestro compromiso como Marca Chile con la región de Los Ríos y su proceso sigue intacto”, aseguró Rossana Dresdner y, en esa línea, señaló que “tenemos la convicción de que Los Ríos es un aporte a la promoción del país”.



EL OBJETIVO PLANTEADO ES AVANZAR EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA REGIÓN PARA POTENCIAR IMAGEN DE LOS RÍOS INTERNACIONALMENTE.



EXPERTO ROBERT GOVERS DICTÓ CHARLA MAGISTRAL



NIMBUS E IMAGEN DE CHILE FIRMARON CONVENIO.

ELEMENTOS CLAVES

Robert Govers señaló que Chile está haciendo un buen trabajo en la construcción de una marca país. Y pese a que -dijo- es una tarea de largo aliento, destacó que en Anhoit Nation Brands Index, Chile está dentro de los diez países que más rápido han crecido en su reputación. En esa medición, que considera a 50 países, pasó del lugar 41 en el año 2023 al 38 en 2024, respecto de reputación.

Este último concepto -explicó- se refiere a las creencias o

percepciones que las personas tienen de un lugar, a nivel interno y externo, “y cuando hablamos de Marca País, es la percepción que las personas en el resto del mundo tienen de un país” y agregó que “el efecto de la reputación es: ¿la gente te admira?, ¿tienen una actitud positiva hacia ti?, ¿cuáles son las consecuencias conductuales de la reputación?”.

¿Cómo mejorar en la construcción de esta Marca Chile? Al respecto, Govers enfatizó también en el trabajo colaborativo

de las partes interesadas, porque -sostuvo- “no es el gobierno solo el que puede cambiar la imagen del país”, sino que “es el sector privado, las empresas exportadoras. Por supuesto, la industria del vino es importante, los frutos de Chile son importantes, la minería”. Y también apuntó a la sociedad civil, “todos deberían ser embajadores del país”. Y si a aquello, se suman acciones como las que realiza Imagen de Chile, vinculadas a la prensa extranjera y la divulgación en redes sociales,

la construcción de ese relato -dijo- será más sólida.

IDENTIDAD: LA CLAVE

Consultado sobre recomendaciones a Los Ríos para que avance en la construcción de su Marca Región, indicó que “el punto de partida es la identidad” y, en ese sentido, planteó que un relato coherente con las características del territorio y de su gente contribuirá a que las percepciones de las personas sobre la región sean positivas y, por lo tanto, crezca su reputación. Por eso

-declaró- una de las primeras acciones es generar grupos de discusión y estudios con personas que están familiarizadas con la identidad de la región, como historiadores, antropólogos, arquitectos, artistas, diseñadores.

En tanto, Víctor Palma, jefe del Programa de Uso de Marca Imagen Chile, entregó algunos datos sobre Los Ríos. Primero, subrayó que todas las regiones aportan a la imagen de Chile: vino, minga, portada de Antofagasta, selva valdiviana, mencionó y destacó que el mayor valor es la diversidad.

¿Y qué se conoce de Los Ríos en el mundo? Aquí hizo referencia a la cerveza, remeros, Universidad Austral, Festival Internacional de Cine Valdivia, Noche Valdiviana, selva valdiviana, entre otros elementos; mientras que acerca de los temas que están llamando la atención a nivel internacional apuntó, por ejemplo, a Valdivia Ciudad Humedal y a los taxis fluviales.

TRABAJO REGIONAL

Sobre esta materia, el gobernador regional, Luis Cuvertino, indicó que Los Ríos, desde su creación, siempre ha buscado su identidad; sin embargo -expuso- “nunca se llegó a una conclusión más consensuada”.

Desde esa perspectiva, valoró la posibilidad que entregó la Fundación de establecer una alianza y enfatizó en la tarea de que “todos y todas podamos construir esta Marca Regional. Es una búsqueda absolutamente necesaria”.

La actividad se realizó en el Hotel Puerta del Sur en Valdivia, oportunidad en donde, además, la Fundación Imagen de Chile firmó un convenio con la Corporación Nimbus, representada en el acto por su director Felipe Mena, que permitirá a esta institución usar la Marca Chile en el evento deportivo internacional de trail running Torrencial. ☞