

Chile es destacado como caso de éxito por consistencia en Marca País

Informe de Marcas País de Futurebrand resaltó el trabajo de Chile como un modelo para otros países de la región.



La marca país de Chile fue destacada a nivel sudamericano en voz de representantes de las oficinas de turismo de la región. Un reporte de Futurebrand puso al país como un ejemplo de solidez y referente de éxito, en un contexto latinoamericano donde prima una percepción de fragilidad institucional.

El estudio Marcas país en América Latina 2024: La voz de los protagonistas, desarrollado por Futurebrand, incluyó una sección de Casos de Éxito, donde consultaron por modelos a seguir o acciones determinadas que generaron admiración. Perú, Chile, Costa Rica y Uruguay fueron las marcas país más mencionadas.

Sobre estos países, el estudio reflexionó que “han establecido organismos especializados en la gestión y control de la marca país, han logrado mantener su identidad a lo largo del tiempo y destacarse en la región, incluso en entornos políticos inciertos, consolidándose como marcas sólidas y referentes de éxito”.

La importancia de las exportaciones de Chile

El posicionamiento de una marca país genera identidad, unicidad y diferenciación a nivel internacional.

En este contexto, el estudio

“La marca Perú es para nosotros un gran caso y ejemplo de integración, capilaridad y esfuerzo del país por simbolizar el mercado peruano desde la cultura y la regionalidad. Otro ejemplo es Chile, que sigue siendo la más constante en sus esfuerzos de branding.”

Fábio Nascimento,
Marca País Brasil.

subrayó el aporte que para Chile ha significado la exportación de frutas mediante una alianza público-privada entre la Asociación de Exportadores (Asoex) y ProChile.

Como resultado se presentó Frutas de Chile, una iniciativa que “no solo unifica la oferta bajo una identidad común, sino que también transmite el compromiso de la industria con la calidad y la satisfacción del consumidor”.

“Chile resalta por su estrategia de promoción y Perú por su impulso del turismo gastronómico.”

Daniella Cabellos,
Marca País Venezuela.

“Considero que Uruguay, Costa Rica y Chile integran un triángulo virtuoso en ejemplos de marca país sólidos y consistentes en el tiempo.”

Larisa Perdomo, Marca País Uruguay.

Para la muestra Futurebrand realizó entrevistas con 20 gestores de marcas país, considerando a los encargados de la promoción turística también responsables de fomentar las exportaciones de bienes y servicios, y al mismo tiempo, de atraer inversiones.

Así es la estructura de la marca país

La marca chilena está bajo la tutela de Imagen de Chile, un organismo de carácter público-privado encabezado por Alberto van Klaveren, en condición de ministro de Relaciones Exteriores.

Como representantes del gobierno también lo integran: Mario Marcel, ministro de Hacienda; Diego Pardow, ministro de Economía, Fomento y Turismo; y Carolina Arredondo, ministra de las Culturas, Artes y Patrimonio.

Por el sector privado y en el cargo de directores con mayor vínculo con la industria del turismo destacan Evelyn Henríquez (ChileSertur), María Angélica Valenzuela (Wines of Chile), Joel Martínez Ponce (La Bicicleta Verde) y Bárbara Vallejos (Mujeres en Turismo Chile).

La mesa del organismo cuenta también con Juan Suil (ex-presidente CPC), Eugenio Tironi (sociólogo), Gina Ocqueteau (Asech), Fernando Reyes Matta (diplomático), María Isabel Lara Millapán (poeta), Paula Escobar (periodista), Amparo Cornejo (Sonami), Pedro Güell (Académico) e Iván Marambio (Frutas de Chile).

“La gran labor de Imagen de Chile consiste en gestionar la marca país para robustecer la reputación de Chile y mejorar la apreciación espontánea de otros en torno al país. Esto se traduce en diseñar e implementar una estrategia coordinada que busca visibilizar a Chile a través de una identidad única y competitiva, que dé coherencia entre lo comercial, económico, cultural, político y social”, detalla el sitio Marcachile.cl.