


Tirada: 9.800	<h1>Anuncios</h1>	Superficie: 240,00 cm²	
Difusión: 9.500		Ocupación: 20.19%	
Audiencia: 33.250	Nacional	Semanal	Valor: 498,64
Ref: 4046952	Publicidad		Página: 17
	1ª Edición	06/02/2012	1 / 1



Marca país

José Miguel Sánchez Guitián
 ESIC Editorial
 Madrid, 2012

“Toda Marca País sumergida en una Sociedad Líquida experimenta un empuje vertical y hacia la superficie igual al peso que desarrollan sus gobiernos, sus marcas y la gente que habla de ella”. Es difícil resistirse a la tentación de reproducir esta adaptación del Principio de Arquímedes “aplicado a una Marca País Líquida” con la que arranca este libro escrito por José Miguel Sánchez Guitián quien, entre otras actividades, ha sido asesor del gabinete del anterior Ministro de Industria, Turismo y Comercio, y responsable del proyecto de imagen de España.

El objetivo de este libro es indagar en el reflejo colectivo que supone una Marca País y ofrecer un enfoque estratégico para gestionar ese activo. Un tema, sin duda, del mayor interés en este momento en el que la percepción de esta marca atraviesa por horas bajas arrastrada por el tsunami económico.

“¿Cómo nos vemos? ¿Cómo nos ven? ¿Qué atributos evocamos en los directivos de empresas internacionales cuando piensan en dónde invertir? ¿Qué opinan de nuestro ‘know how’ en determinadas áreas, de nuestras capacidades profesionales? ¿Qué papel cumplen gobiernos, instituciones y marcas en la formación y transformación de la simpatía que sentimos hacia la ingeniería alemana, la tecnología japonesa, las playas españolas o las escuelas de posgrado americanas?”, se plantea en autor. Sánchez Guitián lleva a los países a la categoría de productos/marcas que compiten en un gran supermercado metafórico y mundial en el que el éxito para vender la mercancía depende en gran medida de la visibilidad con la que se exhibe en el lineal, asegura.

Y para ello hay pautas a seguir y, sobre todo, reflexiones que hacer en cuanto a, por ejemplo, la credibilidad política, el interés mediático, la diplomacia pública, la expansión y calidad empresarial, etcétera, aspectos todos ellos en los que bucea Sánchez Guitián.