

ABSTRACT: Estrategia de Inserción Internacional de países y ciudades: La Marca País y Ciudad.

Lic. Mariana Calvento, Dra. Sandra Colombo,

En la actualidad muchos Estados y Ciudades realizan acciones específicas destinadas a difundir lo positivo de su imagen de manera que los diferencie de los demás, y desarrollan mecanismos claros que les permitan revertir las implicancias de una imagen negativa. Dentro de estas acciones está comprendida la construcción e implementación de las Estrategias Marca País y Ciudad como verdaderas políticas de estado.

La finalidad de las mismas es otorgar un "valor agregado" a todo lo que se hace y produce en un país o ciudad, impulsando las acciones culturales, turísticas, profesionales, artísticas, y de las empresas, porque cuando un país logra una imagen diferencial y sólida, los productos y servicios de ese origen afianzan y enfatizan sus atributos positivos, a la vez que realzan elementos constitutivos de su identidad cultural.

En este trabajo buscaremos analizar estas estrategias de inserción internacional como alternativas de nuestra política exterior, centrándonos en el caso de Argentina. Para ello nos abocaremos a investigar la reciente Estrategia Marca Argentina, y el surgimiento en paralelo de diversas estrategias Marca Ciudad: Rosario, Gesell, entre otras.