



17.01.2017

DISCURSO DEL MINISTRO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN EN EL ACTO DE PRESENTACIÓN DEL VIDEO DE MARCA ESPAÑA

1

Saludos y agradecimientos.

Como Ustedes saben, TVE ha estrenado 2017 con un nuevo vídeo institucional de Marca España. Con éste ya son 3 los años que hemos tenido la ocasión de recibir las campanadas con un producto audiovisual que sintetiza en unos pocos minutos lo mucho que representa España y sus gentes.

Por ello, no puedo sino felicitar a todo el equipo de Marca España por el excelente trabajo realizado y al propio ente público por su generosidad y, sin duda, su alto sentido de Estado.

Dice la sabiduría popular española que “El buen paño en el arca se vende”, dando a entender que lo que tiene valor no necesita una gran estrategia de “marketing”. Es cierto, pero Marca España se creó precisamente para vender muy buen paño que a veces ni nosotros mismos sabemos valorar.

En efecto, este nuevo vídeo es un testimonio de una realidad que no siempre se conoce: España no solo es un país de enorme riqueza, calidad y diversidad, sino que hoy, más que nunca, es capaz de dejar una profunda huella en el mundo.

Notoriedad y reputación no es algo que, sin embargo, se adquiera fácilmente. Es el fruto del trabajo y del esfuerzo de todos, ciudadanos, empresas, instituciones y administración, que durante décadas han trabajado con tesón, contribuyendo decisivamente a forjar nuestra imagen colectiva.

Marca España por su parte ha ayudado sin duda a revertir la tendencia de deterioro de nuestra imagen, incrementando nuestra reputación internacional. Así se refleja en el último informe del “Reputation Institute” relativo a julio de 2016, ocupando España el puesto 17, consolidándose así la recuperación iniciada en 2014.

Es asimismo especialmente relevante la mejora de la autoestima de los españoles, que ha mejorado considerablemente en 2016 y se sigue cerrando la brecha entre imagen exterior e interna. En apenas dos años la brecha se ha reducido un tercio, pasando de 10,9 puntos a 3,7.

Y se ha mostrado un instrumento útil para nuestras empresas. Según el sistema de indicadores del Sistema de Inteligencia Aplicado de Marca España (MESIAS), la confianza depositada por los directivos y empresarios en la Marca España se sitúa en 2016 en un 68,9% con un crecimiento de 8,5 puntos desde 2014

Marca España ha trabajado en estos cuatro años sobre la base de tres grandes líneas de actuación: el seguimiento de la imagen de España, la coordinación, impulso y ejecución de iniciativas, y la estrategia de comunicación.



El primer pilar ha sido el fortalecimiento y desarrollo de herramientas de análisis de nuestra imagen. Además del trabajo con los instrumentos existentes, como el Barómetro del Real Instituto Elcano, el Barómetro de la imagen de España o el Country Rep Track; se han desarrollado nuevos instrumentos como el Seguimiento de la imagen de España en la prensa internacional elaborado por GAD3, el ya citado MESIAS, o el Índice de Imagen en los mercados financieros IMAFIN, elaborado por ACCENTURE. Mención especial merece la Red de Interlocutores Ministeriales para la mejora del posicionamiento de España en rankings internacionales, desarrollado gracias al apoyo de Deloitte.

Además de la labor coordinadora con múltiples actores públicos y privados, Marca España ha desarrollado proyectos propios entre los que destaca la serie de sellos y el posterior libro filatélico, el espectáculo audiovisual de videomapping en 3D “España Hoy”, el portal de GastroMarcaEspaña; así como una serie de actos de presentación tanto en España como en el exterior.

Finalmente, un elemento crucial ha sido la comunicación, fundamentada en el paso del lenguaje analógico al digital, la incorporación de la emoción a la información y el uso de las innovaciones tecnológicas disponibles.

Este trabajo conjunto no solo es importante, sino que es necesario. La experiencia nos ha demostrado lo frágil que puede llegar a ser la reputación de un país en circunstancias adversas. Hay que aprovechar por tanto este viento favorable para reforzar la acción coordinada de todos los actores públicos y privados, así como de la sociedad civil, sin cuyo concurso no puede concebirse una estrategia de imagen y reputación país como Marca España.

Querido Alto Comisionado,

La creación de la Oficina del Alto Comisionado para la Marca España supuso poner una primera piedra en la gestión consciente y coordinada de la imagen de España. Gracias al apoyo de muchos, este proyecto es hoy una realidad; pero no es más que el comienzo. Debemos ser conscientes de lo mucho que aún queda mucho por hacer para que se nos conozca más y mejor. Queda mucha Marca España por hacer y debemos hacerlo todos juntos.

Marca España somos todos.

Muchas gracias.