

## El espaldarazo a una marca España fuerte

Raúl Peralba\*



**Cuando algunos oyen Mercedes Benz, Apple, Chanel, Julio Iglesias o París, más allá de recordar un coche, un ordenador, un perfume, un cantante o una ciudad, sienten una cierta emoción interior. ¡Son marcas! La marca es la imagen que las personas construimos en nuestra mente a partir de una realidad. La marca España es la imagen que tienen en su mente los propios españoles y los ciudadanos de otros países, basada en una realidad con características propias. Hay que lograr que la imagen sea igual o**

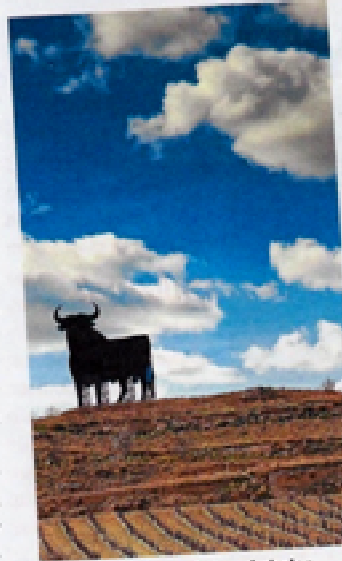
**mejor que esa realidad real. ¡Tenemos que trabajar más nuestra marca país! Y esta puede ser una buena ocasión...**

¿Y para qué una marca España fuerte? ¡Para influir en el resto del mundo! Influir en beneficio, primero, de los propios españoles (más turismo, inversiones, confianza, internacionalización, menor prima de riesgo, etcétera) y, también, de países amigos con los que queremos colaborar.

¿Cómo y cuánto podría mejorar la marca España con Madrid 2020? ¡Sin duda mucho! Pero dependerá de nosotros mismos y de

lo que hagamos antes y después. Hablando de lo deportivo llevamos años con un protagonismo significativo; sin embargo, tal vez, podríamos haberlo aprovechado mejor. Por ejemplo, tenemos lo que se conoce como la "Armada del tenis español", con tres primeros espadas del ranking; pero, siendo española la cadena de confección más importante del mundo, Zara, y contando con otras como Mango o Adolfo Domínguez, no hemos creado marcas, al estilo Lacoste o Fred Perry, que aprovechen la fama de los deportistas.

Somos el tercer fabricante y exportador de zapatos, con marcas como Camper o Panamá Jack, y no hay zapatos españoles reconocidos para tenis, golf, motociclismo o fútbol. Hemos tenido a Seve Ballesteros, somos el país más deseado por los golfistas europeos y no tenemos ningún fabricante de palos reconocido. Una anécdota sobre el tema: Katsuhiko Miura (sí, en Japón también hay Miuras...) produce de forma artesanal los mejores hierros forjados con su nombre. Muy apreciados por



**ICONO.** Uno de los símbolos emblemáticos de la marca España.

los buenos jugadores, son carísimos, y cuentan que vino a Toledo a aprender cómo forjábamos el acero para nuestras espadas... Tenemos los mejores motoristas y un bicampeón de F1 y no parece que Repsol lo aproveche para diferenciar su imagen en el mundo del automóvil.

Nos regocijamos de lo "buenos que somos", pero podríamos hacer más. Es cuestión de ingenio, habilidad y trabajo en equipo, como en el deporte.

Si sale, será una nueva gran oportunidad. Barcelona'92 mejoró la percepción de la ciudad y ayudó a que España reforzara su imagen de país moderno. Ahora los Juegos para Madrid ayudarían a recuperar una marca deteriorada por la crisis y por políticos mejorables...

Si queremos una marca España fuerte y competitiva debemos comenzar por entender que es el resultado del trabajo de todos y cada uno. Además de buenos deportistas, necesitamos buenos políticos, empresarios, funcionarios, académicos y ciudadanos de a pie para no desperdiciar las ocasiones que nos ofrecen los éxitos deportivos.

Esperemos ganar Madrid 2020 y que logremos un efecto multiplicador notable.

\*Raúl Peralba es presidente de Positioning Systems.