

# El desarrollo de una marca país... La exitosa experiencia canadiense... Keep Exploring

Juan Guillermo Quintero

Ana Karina Rojas

*Universidad Metropolitana*

## Resumen

En el entorno internacional, se ha venido observando que para lograr una sinergia favorable entre turismo y desarrollo, muchas naciones han venido aprovechando las ventajas brindadas por una Estrategia de Marca País como un símbolo que le está permitiendo respaldar y consolidar su imagen ante el resto del mundo, ganando competitividad y logrando beneficios sorprendentes para promover su actividad turística al mismo tiempo que fortalecen sus economías. Según Simon Anholt, experto inglés en medir la reputación internacional de los países, Canadá, logró en los últimos años, construir una de las mejores Marca País del mundo, cambiando la imagen que se tenía de ella en el exterior y mejorando la percepción que otros tenían sobre sus productos, su gente, cultura y el turismo que se podía desarrollar en esa nación. Canadá emprendió el desarrollo de una Estrategia de Marca País porque de alguna manera existía una desconexión entre los ciudadanos y los organismos estatales, razón por la cual, era necesario impulsar una buena imagen del gobierno tomando en cuenta los servicios ofrecidos. Los esfuerzos para la promoción del país se iniciaron con acciones destinadas a alcanzar sectores empresariales identificando oportunidades para captar inversión. En este sentido, en el sector turismo, este país adelantó iniciativas conjuntamente con el gobierno, el sector privado y profesionales tanto en las provincias como el resto del territorio para incrementar los ingresos de exportaciones turísticas y de esta manera lograr promocionar la Marca País Canadá.

**Palabras clave:** entorno internacional, turismo, desarrollo, Marca País.

