

Estudiantes conocen importancia del fomento de Marca País El Salvador



La responsable de trabajar el posicionamiento del concepto que busca destacar a El Salvador en el campo internacional, Morena Valdés, fue la responsable de explicar a los estudiantes el trabajo que el equipo realiza para lograr el objetivo.

Wilber Corpeño

wilber.corpeno@mail.utec.edu.sv

Fotos: Oscar Sosa

La Palabra Universitaria

Los estudiantes del área de negocios y de comunicaciones fueron parte de la conferencia que impartió Morena Valdés, responsable de impulsar la Marca País El Salvador, en la cual detalló ante los jóvenes las diversas estrategias que el equipo de trabajo está realizando para posicionar al país a escala mundial.

La decana de la facultad de ciencias empresariales, Lissette Cristalina Canales, resaltó la importancia que representa para los jóvenes poner este tipo de temáticas en la mesa de análisis, pues es la oportunidad idónea para que conozcan de primera mano el trabajo práctico que se desarrolla para lograr un objetivo de posicionamiento de una marca a escala mundial.

¿El hecho que El Salvador cuente con una nueva marca es realmente un trabajo muy estratégico que hay que realizar para posicionarlo internacionalmente, por lo que es oportuno que ustedes como estudiantes del mundo de los negocios deben tener claro, las implicaciones que contienen todo un proceso de posicionamiento de imagen de un país?, reflexionó la funcionaria de la Utec.

Ante ello, la experta en el desarrollo de estrategias de comunicación comerciales e institucionales y gerente de comunicaciones y mercadeo institucional del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), Morena Valdés, explicó ante los estudiantes el trabajo y estrategias que desde el lanzamiento de la marca país, el pasado mes de marzo, se ha desarrollado en distintos campos en todo el mundo.



Morena Valdés

Contextualizó que la **Marca País El Salvador**, busca generar optimismo, superar retos y mejorar la calidad de vida de los salvadoreños, simboliza el refrescamiento de la identidad nacional, de cara al posicionamiento de otros países de la región, como

"Essential Costa Rica" y de "Honduras, somos para ti", que han logrado consolidarse como emblemas en sus respectivos países, las cuales compiten a nivel mundial con otros conceptos creados para impulsar a naciones como Perú o Colombia, entre otras.

¿El objetivo de la marca país es mostrar las ventajas y oportunidades que ofrece El Salvador como un país donde pueden generarse negocios, inversión y comercio exterior?, acotó la comunicadora.

Resaltó que la marca país es un gran activo que reporta beneficios y reparte la posición política, económica, cultural y social de un país, a través de la cual se incrementa el orgullo de pertenencia, la confianza interna, externa, se estimulan las ventas de productos locales y las exportaciones, además se promueve el turismo.

¿Después de varios estudios hemos determinados que la Marca País El Salvador no puede ser esfuerzo de gestión de gobierno, ni asociada a ningún partido político, sino que es una marca del Estado salvadoreño en su totalidad, una marca de la gente, para la gente y para el mundo?, resaltó.