



## **Marca país esencial Costa Rica: herramienta para la competitividad**

**Milena Saborío Villalobos  
CEGESTI**

Cada lugar en el mundo se distingue por características propias en términos de cultura, geografía, historia y otros elementos diferenciadores que lo identifican y le dan valor. Estos elementos llegan a ser la base para la creación de su marca país, que busca mejorar la imagen y acentuar las cualidades para atraer inversión difundiendo los valores del lugar.

De este modo, por medio de la explotación de la marca, tal como se da entre empresas, se presenta la competencia entre países. En esta competencia, la imagen positiva de una nación representa un activo invaluable que tiene la habilidad de continuar fortaleciéndose e inclusive identificando aspectos y productos específicos de acuerdo con la percepción que se posea a nivel mundial. Este es el caso de los vinos de Chile, relojes de Suiza, quesos de Italia, turismo verde y de aventura de Costa Rica, historia y arqueología inca de Perú, entre muchos otros.

### **Definición de marca país**

La marca país se define como “una propuesta de valor que ofrece un país a visitantes e inversionistas” (Echeverri Cañas, s.f.); es utilizada como un mecanismo de mercadeo y comunicación a nivel nacional e internacional. Permite diferenciar el origen, por lo cual genera un valor intangible a través de la creación de imagen y notoriedad de una nación. (Wikipedia, s.f.)

Busca destacar la diversidad de aspectos positivos de un país, de acuerdo con las estrategias nacionales establecidas. A estas, se adicionan los aspectos asociados a la región que se deseen enfatizar como valor agregado; entre ellos se pueden mencionar: población, cultura, arte, educación, salud, desarrollo económico, valor del dinero,

productos, industria, turismo, belleza natural, gastronomía, vida nocturna, descanso, deportes, entre otros conceptos de acuerdo a cada país.

En otras palabras, la marca país es una estrategia de posicionamiento que busca fortalecer los sectores empresariales, ya sean de turismo, exportaciones e inversión extranjera directa. Lo hace por medio de una identidad propia frente a los mercados internacionales.

El proceso de definición de esta marca por lo general inicia con la ejecución de estudios de percepción tanto a lo interno como a lo externo de la nación, con el fin de establecer la apreciación a diferentes niveles. Posteriormente, se desarrolla el concepto de la marca y se generan procesos de posicionamiento en el mercado.

### **esencial Costa Rica**

En Costa Rica, en el 2013 se definió como marca país esencial Costa Rica. Esta se basa en diferentes atributos de acuerdo a los resultados de los estudios previamente realizados, en los que se destaca que la esencia se concentra en las grandes riquezas de la tierra y en las personas costarricenses.

Figura 1. Atributos de esencial Costa Rica

Auténticos	Concentración
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pacíficos</li> <li>• Solidarios</li> <li>• Amigables</li> <li>• Hospitalarios</li> <li>• Cálidos</li> <li>• Positivos</li> <li>• Pura vida</li> <li>• Receptivos</li> <li>• Abiertos al intercambio</li> <li>• Acogedores</li> <li>• Pluriculturales</li> <li>• Ingeniosos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belleza natural</li> <li>• Ubicación</li> <li>• Biodiversidad</li> <li>• Diversidad</li> <li>• Selecto</li> <li>• Especializado</li> <li>• Refinamiento</li> <li>• Para conocedores</li> </ul>
Articulador de valor	Orgullo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento humano</li> <li>• Crecimiento</li> <li>• Vocación emprendedora</li> <li>• Productividad</li> <li>• Aprovechamiento de oportunidades del futuro</li> <li>• Calidad</li> <li>• Plataforma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia</li> <li>• Paz y Derechos Humanos</li> <li>• Educación</li> <li>• Sostenibilidad</li> <li>• Democracia</li> <li>• Calidad de vida</li> <li>• Conservación</li> <li>• Deseo de superación</li> </ul>

Fuente: PROCOMER, 2015.

Dichos atributos son transformados en cinco valores de la marca. Cada valor dispone de componentes, requisitos e indicadores; estos -como características diferenciadoras respecto a otras marcas- se basan en criterios de normalización internacional que permiten efectuar la evaluación de la conformidad de cada criterio.

Figura 2. Valores de esencial Costa Rica



Fuente: PROCOMER, 2015.

En Costa Rica, las organizaciones que desean la obtención de la licencia de uso de la marca país deben realizar un proceso de licenciamiento. Este consiste en la evaluación del desempeño de los cinco valores dentro del alcance establecido; de esta se genera un informe técnico, el cual es analizado por la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), quien determina si se brinda el otorgamiento de dicha licencia.

Cada uno de los valores evaluados busca el mejoramiento continuo, con el fin de lograr mayores capacidades de competencia tanto a nivel interno como externo. El proceso se realiza de acuerdo con los diferentes enfoques, entre los que se consideran:

- **Excelencia:** considera temáticas relacionadas con la planificación estratégica, el enfoque al cliente, la calidad, la relación con proveedores, el mejoramiento continuo.
- **Sostenibilidad:** involucra los tres ámbitos del desarrollo sostenible, el ambiental, el social y económico.
- **Progreso social:** incluye aspectos como salud ocupacional, condiciones socioeconómicas, educación, movilidad laboral, equidad e igualdad de género.
- **Innovación:** implica todo el proceso de gestión de la innovación, desde la estrategia hasta la ejecución.
- **Origen costarricense:** considera que la organización tiene origen nacional sea por la cantidad de trabajadores, el capital, mercancías, propiedad intelectual, entre otros.

## Conclusión

Como se mencionó, la marca país se muestra como un elemento diferenciador que destaca las características positivas de una nación a nivel internacional. Su finalidad es lograr la atracción de inversión; por esto, a nivel empresarial, licenciarse representa competitividad, reconocimiento internacional y apertura de mercados.

En el caso de Costa Rica, además del posicionamiento en el mercado, la marca busca la mejora continua de las organizaciones licenciadas, por medio de la evaluación de los cinco valores, lo que conlleva mayor respaldo.

## Referencias bibliográficas

Echeverri Cañas, L.M. (s.f). ¿Qué es marca país?. *Observatorio de Marca e Imagen País*. Recuperado de: <http://paismarca.com/que-es-marca-pais-2/>

PROCOMER. *esencial Costa Rica*. (2015). Recuperado de: <http://www.esencialcostarica.com/>

Wikipedia. Marca país.

---

### Éxito Empresarial

*Es una publicación periódica de CEGESTI.*

Puede seguir este boletín en



Para leer los artículos publicados anteriormente,  
visite: [www.publicaciones.cegesti.org](http://www.publicaciones.cegesti.org)