

# Marca Argentina, una estrategia a largo plazo

Hace algo más de dos años, por iniciativa del Gobierno Nacional, las Secretarías de Turismo y de Medios de Comunicación comenzaron a desarrollar una estrategia de Marca que pudiese distinguir a nuestro país en el mundo. Marca Argentina, y el logo que nos representa.

Se organizó una mesa de trabajo a la que se fueron incorporando funcionarios del Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio Internacional y alrededor de 70 asociaciones y entidades representativas de sectores de la producción, los servicios, las ciencias y la cultura, para que también pudiesen ofrecer sus ideas y aportes.

Luego de llegar a algunos consensos y conclusiones, se coincidió en llamar a un concurso público abierto dirigido a diseñadores y agencias de publicidad y comunicación para poder dotar a esta Estrategia de Marca País su identidad visual.

En dicho concurso participaron los más importantes diseñadores del país.

El jurado estuvo integrado por el arquitecto Clorindo Testa, el publicitario Pedro Naón Argerich, el sociólogo Eliseo Verón, el diseñador visual Rubén Fontana, entre otras personalidades. Tras una pri-

Argentina MÁS DE UNA RAZÓN



El jurado eligió por unanimidad al logo creado en conjunto por Guillermo Brea, Carolina Mikalef y Alejandro Luna que, a partir de ese momento se convirtió en la identidad visual de la Estrategia Marca País, es decir, Marca Argentina.

Desde 1940

**SANTOS NEON S.R.L.**

*Laboratorio*

Proveedor del  
fabricante de carteles

Tres Arroyos 1910 Cap. - Argentina  
Tel/Fax: 4582-6884  
neon@santosneon.com.ar  
www.santosneon.com.ar



mera ronda, quedaron 45 agencias y estudios de diseño gráfico que llegaron hasta la selección final. Y en esa instancia, el jurado eligió por unanimidad al logo creado en conjunto por **Guillermo Brea**, **Carolina Mikalef** y **Alejandro Luna** que, a partir de ese momento se convirtió en la identidad visual de la **Estrategia Marca País**, es decir, **Marca Argentina**.

#### Objetivos y Beneficios de esta Estrategia

En términos generales el objetivo fundamental es el de posicionar a nuestro país en el concierto interna-

cional de naciones, con el fin de incrementar el turismo receptivo, las exportaciones, las inversiones extranjeras, y mostrando al mundo el arte, la cultura y los deportes desarrollados en Argentina. Se elaboraron objetivos específicos:

- Presentar a Argentina a través de una estrategia de comunicación coherente, homogénea, sostenida en el tiempo, que facilite la introducción de los productos y servicios de origen nacional en todos los continentes.
- Contribuir al desarrollo de las PyMEs y también de las grandes empresas, al generar valor agregado al producto argentino, acompañado del desarrollo sustentable de una imagen de calidad internacional.
- Impulsar la integración regional de las diferentes cadenas productivas mediante procesos de gestión de calidad, lo cual redundará en un mayor crecimiento económico.
- Lograr una sinergia entre los distintos sectores productivos: turismo, industria, comercio.
- Difundir los valores diferenciales de la oferta argentina en todas sus expresiones productivas, bajo una única estrategia de comunicación.
- Promover la diversidad de expresiones culturales propias, difundiendo el talento argentino en términos de conocimiento aplicado, logrando un reconocimiento como un valor distintivo de todos los bienes y servicios argentinos.
- Potenciar la oferta turística mediante la marca.
- Articular e interrelacionar a las distintas organizaciones e instituciones públicas y privadas, como por ejemplo, la exportación, las cámaras y asociaciones empresariales y gremiales, los profesionales, etc. logrando una sinergia entre las acciones de promoción de los bienes y servicios argentinos.

Distribuidor Oficial

Si Usted piensa en Imágenes  
Cuenta con **BRANDIES**

Brandies

Productos para Imagen Visual



- > Lonas para impresión backlight y frontlight en anchos de 2.50 y 3.20 m
- > Esmerilados, Espejados y Ultrametalizados
- > Calandrados, Fundidos, Fluors y Translúcidos
- > Vinilos para impresión compatibles con las máquinas al solvente

Av. Rivadavia 17394 - Morón | tel.: 4629-1666/1888 | ID: 502\*4478 // 502\*4479 | brandies@speedy.com.ar

## Posicionamiento

El establecimiento de una identidad y de un posicionamiento preciso es el punto de partida de cualquier estrategia de comunicación. **Cristalizar una imagen es diferenciarse, se trate tanto de una empresa, un producto o un país. En el caso de Marca Argentina, apunta a un posicionamiento global que oficiará de "paraguas" para todas las acciones de comunicación de las distintas áreas, sea la de un exportador de letreros, o de un ballet folklórico. En este sentido, el concepto de posicionamiento que, quizá, mejor sintetiza la imagen de Argentina que se desea proyectar es: Diversidad que crea valor. Para sus impulsores, es un concepto que funciona como paraguas para los 4 objetivos principales de esta Estrategia:**

**Para el turismo: diversidad crea vivencias.**

**Para los bienes y servicios: diversidad crea singularidad.**

**Para las inversiones: diversidad crea alternativas.**

**Para la cultura: diversidad crea conocimiento.**

## Capacitación y Difusión

En esta Estrategia se prevén intensos programas de educación, capacitación y difusión de la Marca a escala nacional e internacional. Sus impulsores aclaran al respecto:

- No es lo que define el perfil de país, ni su identidad ni ideología.
- No pretende por sí sola modificar el quehacer industrial y de servicios.
- Tampoco es sólo un slogan, un logo o una campaña publicitaria, sino que todas sus herramientas de comunicación abarcan variables más allá del marketing; incluyendo estrategias de control de calidad, educativas, de capacitación, de redes de distribución y difusión y de programas especiales de expansión de la **Marca Argentina** a todos los sectores que puedan ser involucrados.

## Cronograma de implementación

La decisión de implementar y diseñar esta **Estrategia de Marca País**, señalan a nivel gubernamental, es un desafío que trasciende los colores polí-



**EN TODO EL PAIS**

- **TORNILLOS AUTOPERFORANTES**
- **BULONES, TUERCAS Y ARANDELAS**
- **REMACHES RÁPIDOS**
- **TARUGOS Y TIRAFONDOS**

Distribuidor Oficial de **teL**  
**AUTOPERFORANTES**

Telefax: (011) 4352-0002 / 3    Teléfono.: (011) 4244-0940  
E-mail: aggroup@speedy.com.ar



**CASA SANCHEZ**  
**FUNDADA EN 1930**

MÁS DE 140 EQUIPOS VENDIDOS



**LIDER EN PANTOGRAFOS LASER DESDE 1995**



**UNIVERSAL**  
LASER SYSTEMS INC.  
U.S.A.

AHORA UNA LASER A SU ALCANCE

- **Plásticos bicapa I.P.I USA**
- **Metales laminados para grabadores**
- **Procesadoras e insumos para Fotopolímeros**

**GRABADOS LASER SOBRE TODO TIPO DE MATERIAL**

LIMA 461 • C1073AAI CAPITAL FEDERAL  
TEL. (011) 4383-2246 • 5081-0000 • FAX 4381-1598  
WWW.CASASANCHEZ.COM.AR • E.mail: info@casasanchez.com.ar

ticos para convertirse, con el paso del tiempo, en una herramienta de alto contenido simbólico con múltiples y beneficiosos objetivos. Ya que la comunicación de una imagen sostenida en sus factores diferenciales le permitirá a nuestro país presentarse y posicionarse con un perfil propio en un mundo cada vez más globalizado, indiferenciado y competitivo, destacando sus valores de país rico en recursos naturales y culturales. Se intentará elevar "el orgullo de ser argentino" como efecto motivacional en los distintos sectores del quehacer nacional. El cronograma de implementación de **Marca Argentina** cuenta con 5 etapas:

1. **Fundacional:** se extendió entre enero y julio de 2004, y comenzó con la constitución de un equipo técnico que definió los alcances de la propuesta y elaboró las bases y principios con carácter de inalterables que le darán continuidad a la Marca País.
2. **Consenso y diseño de la estrategia:** abarcó desde agosto de 2004 a julio de 2006, durante la cual se eligió la identidad visual, entre otras acciones.
3. **Institucionalización:** llegará hasta julio del año próximo, y tiene como fin la creación de la institu-

ción Marca Argentina, que será la responsable final de su gerenciamiento a futuro, como así también la de implementar redes y programas especiales y de participación en los más importantes eventos mundiales de este período.

4. **Crecimiento y consolidación:** la Marca se extenderá desde agosto de 2007 a diciembre de 2009. Se tiene previsto que la institución ya creada Marca Argentina implemente la totalidad de los programas y planes estratégicos. Se aplicará el Programa de Gestión de Calidad que permitirá el mejoramiento competitivo de la oferta argentina, así como el apoyo a instituciones, empresas, profesionales y emprendedores.

5. **Relanzamiento:** comenzará en enero de 2010 hacia adelante, con vistas al Bicentenario Patrio. Ese festejo, se prevé, encontrará al país con una imagen sólida, diferenciada y competitiva en el concierto de las naciones. **Que así sea. ■**

**GIGANTOGRAFIAS**

DESDE ROSARIO,  
EL MEJOR SERVICIO  
EXCLUSIVO PARA EL GREMIO!

lona front - lona back - vinilos

Crystal - Sider - Flag - mesh

CALIDAD  
**XL**  
JETI

**XL**  
DIVISION GRAN FORMATO

**LA CALIDAD EN GRAFICA DIGITAL**  
Pte. Roca 1823 - S2000GAC Rosario  
Tel.: 0341 4856315 (rotativas) - e.mail.: xlventas@arnet.com.ar