

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, etc.) y, también, de países amigos con los que queramos colaborar.

Pero dependerá de nosotros mismos y de lo que hagamos antes y después.

Hablando de lo deportivo llevamos años con un protagonismo muy significativo; sin embargo, tal vez, podríamos haberlo aprovechado mejor. Por ejemplo, tenemos lo que se conoce como la “armada del tenis español”, con tres Nº1 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 ó 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 los buenos jugadores, son carísimos, y cuentan que vino a Toledo a aprender como forjábamos el acero para nuestras espadas...

Tenemos los mejores motoristas y dos pilotos en Fórmula 1 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 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.

Raúl Peralba (Alias Ralph Whitestone)

Publicado por El Mundo-Magazine (pág. 19) Domingo 1 de Septiembre de 2013