

## DESARROLLO DE MARCA PAÍS Y TURISMO

### El caso de estudio de México

*Lina María Echeverri*  
CESA, Bogotá – Colombia  
*Christian A. Estay-Niculcar*  
F.U. Iberoamericana, Guayaquil – Ecuador  
*Camila Herrera*  
*Juliana Santamaría*  
CESA, Bogotá – Colombia

*La estrategia de marca país se ha convertido en un propósito de los gobiernos por mejorar su reputación en mercados internacionales. El resultado final de aplicar la estrategia de marca país no es sólo enmendar la imagen de un país, sino cambiar la percepción de los visitantes (turistas e inversionistas) a través de una experiencia positiva sobre un destino. El artículo tiene como finalidad analizar los retos y experiencias de la estrategia de marca país de México desde su creación, evolución y resultados más recientes. México tuvo la intencionalidad de construir y consolidar su marca país buscando una diferenciación en mercados internacionales. Para el estudio, se aplicó una investigación exploratoria y casuística con el propósito de describir una situación real enmarcada en hechos y acontecimientos históricos durante la iniciación ejecución de la estrategia de marca país de México.*

**PALABRAS CLAVE:** *imagen país, marca país, posicionamiento, turismo. JEL: M31*