

# esencial<sup>®</sup> COSTA RICA

## MERCADO DE LA MARCA PAÍS

Al igual que las marcas comerciales, los países compiten entre sí y aquellos que logren una marca fuerte y positiva tendrán ventaja al posicionarse en la mente de los compradores, turistas e inversionistas.

En la esencia de Costa Rica se concentran las grandes riquezas de su tierra: bellezas naturales reconocidas en el mundo, exquisitas y coloridas frutas, ingeniosas ideas y gente cálida y talentosa.

Nuestra ventaja competitiva ante un mercado internacional es que, al igual que una esencia, Costa Rica es un país pequeño y concentrado pero lleno de un gran valor único, generado principalmente por su gente. Los ticos forman una nación orgullosa de su legado y dispuesta a hacer historia ante el mundo.

## HISTORIA

Durante las últimas décadas, Costa Rica se ha posicionado como un reconocido destino verde, pero en la actualidad el país ofrece mucho más que esto, por lo que se debe contar al mundo y generar una imagen más integral.

Es así como se concibió la marca país *esencial* COSTA RICA, una herramienta competitiva para dar a conocer esas otras bondades que se deben contar al mundo.

Durante el proceso de construcción de la marca, se determinó que tanto la población nacional como internacional tenían una imagen parcial de las virtudes del país. Este proceso se concentró en establecer una plataforma de posicionamiento para el país, centrado en su gente, su talento y sus valores.

El objetivo detrás de *esencial* COSTA RICA es mostrarle al mundo la esencia del costarricense: trabajador y talentoso, con gran capacidad innovadora y deseos de superación. La esencia del país son los ticos y su calidad humana, siempre latente.

El proceso de construcción de la marca se extendió durante cinco años, con mayor concentración en los dos últimos antes del lanzamiento, cuando se buscó asesoría de una firma especialista en desarrollar marcas país. En 2012 se realizaron estudios de mercado, nacionales e internacionales, en los cuales la marca demostró ser exitosa para el logro de sus objetivos y en 2013, fue presentada públicamente a través de eventos con diferentes públicos de interés.

El logo *esencial* COSTA RICA contiene dos elementos: 1) el término *esencial* escrito a mano alzada que representa el rasgo humano, el talento y la creatividad del costarricense y 2) el COSTA RICA – en letra de bloque que refleja un país moderno, serio, responsable y confiable para hacer negocios.

Como toda marca, el logotipo o la expresión visual es únicamente "la punta del iceberg", el trabajo más intenso se concentra en dar a conocer los valores y atributos que sustentan la marca y que le darán vida a lo largo de su posicionamiento.





## UNA CARTA DE PRESENTACIÓN AL MUNDO

*esencial* COSTA RICA es una herramienta de competitividad cuyo propósito es posicionarse en la mente de turistas, compradores internacionales e inversionistas. Permite presentar al país de una manera integral y diferenciada, aportándole valor ante los ojos del mundo.

Aquellos destinos que logren una marca fuerte y positiva, tendrán una ventaja competitiva clave a la hora de lograr una mayor recordación en las audiencias meta, lo cual es vital para diferenciar a Costa Rica de otros países.

## ELEMENTOS INNOVADORES DE LA MARCA

Dos grandes innovaciones se han logrado a través de la marca país:

### Evaluación integral para empresas exportadoras

*esencial* COSTA RICA se ve representada por cinco valores: Excelencia, Sostenibilidad, Progreso Social, Innovación y Origen. Para hacer tangibles estos valores se creó un protocolo de evaluación que señala con claridad las empresas que los viven y proyectan.

Desde su creación, este innovador protocolo buscó entender la realidad de Costa Rica, reconocer a las empresas que representan sus valores y guiar a aquellas que aún muestran áreas de mejora. El protocolo funciona como un modelo de desarrollo inclusivo al que pueden aspirar grandes, medianas, pequeñas y microempresas de todos los sectores, creando un círculo virtuoso que enriquece al país y su economía.

### Catálogo Costa Rica Food Specialties

Como parte de una estrategia enfocada al comprador internacional, se creó bajo los lineamientos gráficos de la marca país, el primer catálogo de productos de exportación de la industria alimentaria costarricense. Diseñado bajo los más altos estándares, fomentando la competitividad de este sector a través de bienes con alto valor agregado.

Esta herramienta comercial se ha distribuido en las ma-

yores cadenas internacionales de supermercados, ferias internacionales del sector, embajadas, consulados y las oficinas de promoción comercial de la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), lo cual le ha abierto puertas al sector alimentario costarricense a nivel internacional.



## VALORES DE LA MARCA PAÍS

### Excelencia

A través de este valor se busca que las organizaciones ofrezcan productos con valor agregado, selectos y refinados, que evidencien el talento, el ingenio y la especialización del recurso humano costarricense y que demuestren excelencia en sus productos, servicios, procesos e infraestructura.

tos, servicios, procesos e infraestructura.

### Sostenibilidad

A través de este valor, *esencial* COSTA RICA se traza una meta viva, el camino hacia el futuro y la unión entre la gestión ambiental, social y financiera.

### Progreso social

Es la capacidad de las organizaciones de articular la satisfacción de las necesidades básicas de sus colaboradores, así como brindar adecuadas plataformas de bienestar y desarrollo para que su talento humano logre mejorar su calidad de vida y llegar a su máximo potencial profesional y personal.

### Innovación

Gestión sistematizada de generación de valor para la organización y sus clientes, a través de la transformación creativa de una o más dimensiones del negocio. La creación de soluciones nuevas no es una condición necesaria ni tampoco suficiente para que exista innovación, se requiere la creación de nuevo valor para todos los actores involucrados.

### Origen

Para efectos de la marca país, se entiende que tiene origen aquella organización, producto o servicio desarrollado, patentado, mejorado o auténtico de Costa Rica.

## *esencial* COSTA RICA EN EL MUNDO

La marca país ha viajado a través de diversos eventos a países de Europa, Asia y América, transmitiendo el mensaje de que Costa Rica es un país concentrado, lleno de un valor único que le da el talento de su gente y los valores de su pueblo.

Asimismo, se promociona al país en medios masivos en mercados de interés, así como en campañas específicas como el Mundial de Fútbol FIFA 2014, en el cual hubo presencia de marca en spots publicitarios durante partidos con audiencias meta.



[www.esencialcostarica.com](http://www.esencialcostarica.com)

## *esencial* COSTA RICA EN CIFRAS

Costa Rica ocupa el primer puesto en Latinoamérica en el Good Country Index, 2014 y el puesto 22 a nivel mundial.

Costa Rica cubre solo el 0.03% de la superficie del planeta, pero tiene el privilegio de ser el hábitat del 5% de la biodiversidad existente en todo el mundo.

Costa Rica tiene 2504 empresas exportadoras de las cuales el 81% son PYMES.

Costa Rica exporta 4562 productos a 146 países diferentes.

Costa Rica ocupa el primer lugar en Latinoamérica en el Índice de Progreso Social.