



Marca país: Latinoamérica tiene el activo, falta despertarlo

Por Aurora Retes Dousset



Dr. José María Cubillo, director del Branding Spine Latam Forum y presidente de la Fundación Marca País.

El Dr. José María Cubillo, director del Branding Spine Latam Forum y presidente de la Fundación Marca País, llama a los empresarios iberoamericanos a convertirse en embajadores activos de sus territorios.

En entrevista exclusiva con Voz Empresarial, el Dr. Cubillo, su mensaje es claro: identidad, perseverancia y conocimiento son las palancas que transforman regiones.

El próximo 27 de mayo se realizará la tercera edición del Branding

Spine Latam Forum, evento internacional que reunirá a ponentes de nueve países con presencia activa en 14 naciones y 37 instituciones colaboradoras, 26 de ellas universidades. México lidera la participación académica con siete instituciones —tres de ellas en el estado de Sonora— la sede para la transmisión virtual en Hermosillo será la Universidad de Ciencias Aplicadas de Norteamérica (UCAN), consolidando a nuestra macro región como referente de conciencia territorial en América Latina. Bajo el concepto Unlocking —desbloquear, poner en movimiento— el foro propone que los territorios dejen de ser espectadores de su propia imagen y asuman la gestión estratégica de su reputación como herramienta de desarrollo económico.

Un país que no impulsa sus activos no los tiene, resume el Dr. Cubillo, para quien la diferencia entre territorios que prosperan y los que se estancan no está en la riqueza de sus recursos, sino en la voluntad de sus personas para ponerlos en valor.

Despierten. Tengan presente el gran activo que tienen en sus manos. Cada uno de ustedes, creyendo en sí mismos, tiene un potencial enorme. De

ustedes depende aprovechar esa oportunidad. — Dr. José María Cubillo. Para la Pyme mexicana y latinoamericana, el experto ofrece una hoja de ruta concreta: la imagen del país de origen es el primer criterio de decisión de compra en mercados internacionales. No se trata de grandes presupuestos de marketing, sino de autenticidad, calidad constante y orgullo de origen. Las herramientas digitales actuales permiten una proyección global desde cualquier escala. Casos como la alpaca peruana —presente en pasarelas de Milán y Nueva York— o la gastronomía sonorensis en expansión ilustran que el tamaño del negocio no limita el alcance de la marca.

En materia geopolítica, Cubillo identifica una ventana histórica: mientras Europa enfrenta tensión bélica creciente y Asia

vive reconfiguración de alianzas, América Latina permanece como zona de estabilidad con potencial para convertirse en gran potencia comercial global al 2040, siempre que elija cooperar antes que fragmentarse. Juntos son mucho más fuertes. No sean cicateros con la sinergia, exhortó.

Datos del evento:

Países participantes: 14

Instituciones colaboradoras: 37

Países con ponentes: 9

Universidades mexicanas: 7

Transmisión en vivo desde UCAM

Hermosillo · 8:00 AM · 27 de mayo,

2025 | Capítulo Hermosillo ·

Macrorregión Norte Sinaloa-Sonora

*** Directora Voz Empresarial
Medios | Noticias | Editorial |
Asesoría Marcaje Personal |
Comunicación Cel. 66 22 23 05 57 |
aretos0@gmail.com**

