

ÍNDICE

PRIMERA PARTE: DE LA MARCA A LA INTELIGENCIA..... 11

LA INTELIGENCIA AL SERVICIO DE LA MARCA PAÍS 13

- Marca país en contexto 13
- Inteligencia para la gestión de la marca país 27
- Inteligencia económica para la gestión global de la e-Reputación de la marca país 51

USOS DE LA INTELIGENCIA PARA LA GESTIÓN DE LA MARCA PAÍS..... 55

- Uso defensivo de la inteligencia económica..... 55
- Uso de la inteligencia económica para ejercer acciones de lobby..... 64
- Uso de la inteligencia jurídica para la gestión de la marca país 70
- Uso de la inteligencia financiera para la gestión de la marca país 74
- Uso de la inteligencia económica para la gestión del talento y los recursos humanos 78
- Posibles problemas jurídicos en cuanto a la utilización de herramientas informáticas y acciones de vigilancia e inteligencia..... 81

¿Y COMO LO HACEN OTROS PAÍSES?..... 87

- El caso de Japón..... 87
- El caso de Francia 93
- Control de la revolución de la inteligencia económica en otras áreas globales 108

SEGUNDA PARTE. CENTRO DE INTELIGENCIA MARCA ESPAÑA

..... 117

- Objetivos, funciones y estructura de un centro de inteligencia para la marca país 119
- Aspectos a monitorizar y agentes institucionales que intervienen 131
- El centro de inteligencia de la Marca España..... 157
- ROI de inteligencia para la Gestión de la marca país..... 199

CONCLUSIÓN..... 209

BIBLIOGRAFÍA..... 213

BIBLIOTECA UNIFE