

AVANCE CUC CUC



Reflexiones
sobre la Marca
Madrid

Choiseul

Editorial

7

- El momento de la Marca Madrid 7
Eduardo OLIER; J. Óscar ÁLVAREZ

I. Perspectivas desde las instituciones

11

- La importancia de la Marca Madrid para la región 13
Ignacio GONZÁLEZ

- Marca Madrid y la ciudad 17
Ana BOTELLA

- Madrid, un gran escaparate de la Marca España 27
Carlos ESPINOSA DE LOS MONTEROS

- El turismo y la Marca ciudad 31
Marta BLANCO

- Marca Madrid: de capital imperial a *smart city* 35
Antonio M. CARMONA

- La creación de Marca como impulso de las ciudades: la experiencia de Barcelona 41
Xavier TRIAS

II. Marca Madrid y actividad económica

49

- Tráfico aéreo y Marca Madrid 51
Juan CIERCO

- Proyecto Canalejas, potenciando la Marca Madrid 61
Andrés PAN DE SORALUCE

ARIO

- 67 **Marca Madrid y el comercio**
Hilario ALFARO
- 75 **Marca Madrid y alta gastronomía**
David MUÑOZ
- 83 **Madrid y el deporte**
Enrique CERESO
- 87 **Marca Madrid y las empresas del sector
turístico**
Jesús GATELL
- 93 **Hoteles y Marca Madrid**
Kike SARASOLA
- 99 **Marca Madrid y el sector financiero**
Pablo RIVERA
- 111 **Contribución del Área de Cultura de la
Fundación Mapfre al turismo de Madrid**
Pablo JIMÉNEZ
- 115 **Marca Madrid y las Ferias y Congresos
Internacionales**
Luis Eduardo CORTÉS
- 121 **Educación superior con Marca Madrid**
Eduardo NOLLA
- 125 **Tráfico aéreo y Marca Madrid**
Elena MAYORAL
- 133 **La importancia de la Marca Madrid para
la atracción de inversiones**
Rocío GÜEMES
- 141 **Madrid, capital de la moda**
Leonor PÉREZ

Marca Madrid y atracción de talento Miguel A. NAVARRO 149
<i>Branding Madrid</i> Olivier VALLECILLO 155
El reto del crecimiento urbano para la Marca Madrid Javier EGUIDAZU 165
El efecto de las marcas renombradas sobre la Marca Madrid Miguel OTERO 171
Marca Madrid también desde Barcelona Jordi CORNET 179

III. Otros aspectos

189

Inteligencia Económica para la Marca Madrid Guillermo J. CHENA 191
El siglo XXI, un siglo de Megaciudades. Los retos de las grandes ciudades en la era global Jorge OLCINA 211
Marca-Ciudad y mundo digital. La creación de Capital Conversacional alrededor de la Marca Madrid Laura CASTILLO 237
La reputación de Madrid en la opinión pública del G8 Fernando PRADO 245