



Lo último: El riesgo estratégico de la erosión de la «marca»



*"Si labor empeñosa exige los intereses materiales, empeño aún más valioso reclaman los intereses morales"*  
(Juan Zorrilla de San Martín)



**OPIDATA**

**“ EL RIESGO ESTRATÉGICO DE LA EROSIÓN DE LA "MARCA" ESTADOUNIDENSE EN AMÉRICA LATINA ”**

**Por: R. EVAN ELLIS**

MIEMBRO SENIOR NO RESIDENTE DEL CENTRO DE ESTUDIOS ESTRATÉGICOS E INTERNACIONALES (CSIS)

**LEGADO A LAS AMERICAS**

EVAN ELLIS    GEOPOLITICA    NOTICIAS DESTACADAS    OPIDATA

# El riesgo estratégico de la erosión de la «marca» estadounidense en América Latina

📅 mayo 11, 2026    👤 Legado a las Américas

Por: R. Evan Ellis [1] Especialista en seguridad hemisférica y relaciones Estados Unidos/América Latina



La competencia estratégica entre Estados Unidos y China no solo se disputa en el terreno económico y militar, sino también en el plano simbólico y cultural. Un reciente estudio regional revela un deterioro significativo de la percepción estadounidense en América Latina.

### La importancia de la “marca” nacional

Desde productos de lujo, hasta cadenas de restaurantes, despachos de abogados y otras empresas de servicios, los líderes empresariales comprenden el valor de su «marca» y gastan miles de millones de dólares y un esfuerzo enorme para protegerla y promocionarla. Entienden que el bienestar de su empresa se basa en parte en cómo los clientes «sienten» respecto a su producto y cómo adoptarlo, por encima de las alternativas, les hace sentirse consigo mismos. Los líderes empresariales comprenden que, en mayor o menor medida, asociarse con su producto y empresa no es solo una decisión fría, sino una decisión emocional. El supuesto «mal comportamiento» por parte de la empresa, incluso las declaraciones polémicas del CEO, pueden acabar con las ventas. Recíprocamente, gastar en «hacer el bien» —aunque haga poco bien real— no se desperdicia necesariamente si puede posicionar eficazmente a la marca.

Así como los líderes empresariales deben considerar—pero también ver más allá—las transacciones en brutos dólares, los líderes políticos deben considerar el poder militar y económico, pero también respetar cómo el poder y los intereses nacionales están arraigados en la marca del país, incluidas las redes de instituciones, alianzas y confianza que lo sostienen. Es irónico que lo que generaciones de estudiantes de posgrado y profesionales defienden como «rismo» se base en valorar solo una pequeña parte de lo que constituye el poder y la influencia reales en el sistema internacional. Es igualmente irónico que algunos utilicen el término «**pragmatismo**» para defender políticas que corren el riesgo de desperdiciar las bases a largo plazo del poder y la seguridad nacional, con el fin de asegurar beneficios a corto plazo para un subconjunto de la entidad política.



“El 67% considera a China el mejor socio en tecnologías digitales, frente al 19% que elige a Estados Unidos.”



Una encuesta de opinión amplia y creíble publicada recientemente a 12.000 personas en 10 países latinoamericanos, «**AMLAT Radar**», documenta un declive sustancial y multidimensional de la «marca» estadounidense en la región, frente a sus competidores estratégicos como China.

El 36% de los encuestados identifica a la RPC como el mejor modelo de desarrollo para su país. Estados Unidos, que ha caído 13 puntos porcentuales desde la última vez que se realizó la encuesta en 2022, ni siquiera termina segundo, sino tercero, por detrás de Japón.

Aún más preocupantes son las respuestas sobre qué país sería el mejor socio para sí mismo en áreas específicas. En cuanto al comercio, el 49 % considera a China el mejor socio, frente al 26 % que elige a Estados Unidos. En cuanto a tecnologías digitales, el 67% considera a China el mejor socio, frente a apenas el 19% de EE. UU. En cultura y educación, un asombroso 40% eligió China, mientras que solo un 18% se inclina hacia la cuna de los perritos calientes, la tarta de manzana y el rock and roll.

## **AMLAT Radar y el deterioro de la imagen estadounidense**

Los nuevos datos de AMLAT Radar también ilustran cómo el nuevo tono, las políticas y las acciones del gobierno de EE. UU. durante 2025 han moldeado las percepciones e impactado en la marca estadounidense. Entre las 12.000 personas encuestadas, los encuestados ven que las políticas de la actual Administración de EE. UU. son un 28% más negativas que positivas.

Aunque Estados Unidos sigue siendo considerado líder en algunas áreas, lo que los encuestados ahora lo identifican con China, en comparación con China, también es preocupante desde la perspectiva de sus respectivas marcas. Entre los 12.000 encuestados, el 54% ve a Estados Unidos como líder mundial en poder militar, y el 49% en «contraterrorismo», ambas áreas enfatizadas en acciones y declaraciones desde Panamá hasta Canadá, Groenlandia, Venezuela e Irán. China, en cambio, es identificada por el 75% de los encuestados como líder mundial en desarrollo tecnológico y por el 63% en Inteligencia Artificial, frente al 12% y 20% de EE. UU., que antes se consideraba el estándar incuestionable en estos campos. Incluso si las percepciones del encuestado no coinciden con la realidad, son un problema si Estados Unidos espera que los países de la región se abstengan de colaborar con la RPC en estas áreas, debido a la presumible atracción abrumadora del acceso a EE. UU. en esos ámbitos.

## **Coerción, pragmatismo y pérdida de influencia**

Estados Unidos está lejos de perder su posición económica, cultural y militar profundamente arraigada en América Latina. La aceptación por parte de la región de la RPC como modelo y socio refleja sin duda una comprensión limitada entre los encuestados sobre sus riesgos como **socio**



tecnológica y orden.

Aun así, los resultados del radar AMLAT deberían ser una alarma para los responsables políticos estadounidenses, algunos de los cuales presumen que el dominio militar, económico y tecnológico histórico de EE. UU. significa que puede aplicar su influencia, tomar medidas y reducir los incentivos para alinearse y cooperar con EE. UU. sin consecuencias. El énfasis reciente de Estados Unidos en **la coerción** y **el transaccionalismo** en la búsqueda de sus intereses, la retórica que a veces falta de respeto hacia la región y su gente, y las políticas que generan costes para los vecinos estadounidenses, que cada vez más se sienten más impuestos de lo acordado, están **perjudicando la imagen estadounidense** y abriendo puertas a sus adversarios como China. EE.UU. **La reducción de programas** para atender necesidades educativas, médicas y sociales en la región, proteger los derechos individuales y fortalecer sus instituciones, y comunicar la importancia de la democracia y de Estados Unidos como fuente de bien, probablemente no ayude.

## El desafío estratégico para Washington

Como saben los empresarios eficaces, el verdadero «realismo» requiere considerar todos los factores críticos para el bienestar de la empresa, y el verdadero «pragmatismo» es el trabajo difícil, aunque no siempre atractivo, de invertir en los fundamentos de la empresa, su marca y sus relaciones para preservar su viabilidad a largo plazo. La misma lógica se aplica a la gestión eficaz del interés nacional de Estados Unidos. Implica una adopción pragmática, realista y equilibrada de la democracia, el empoderamiento del individuo, los mercados libres, el Estado de derecho y el poder nacional. En un Washington D.C. muy diferente hace no tantos años, esas ideas en peligro de extinción se llamaban en su día «conservadoras».

[1] **Sobre el autor:** R. Evan Ellis es Investigador Senior No Residente en el Centro de Estudios Estratégicos e Internacionales (CSIS). Este artículo fue escrito a título personal, en su tiempo libre. Las opiniones expresadas aquí son estrictamente suyas.

 **Versión en inglés disponible aquí:**

 **The Strategic Risk of the Eroding U.S. “Brand” in the Americas** 

Este artículo forma parte de **Opidata**, la plataforma editorial de Legado a las Américas para el análisis de temas clave en la región.

 Más contenidos en  <https://legadoalasamericas.org>

 Para recibir nuevos artículos, suscríbete a nuestro boletín o séguinos en redes sociales.



← VI Conferencia de Juventud de las Américas 2026 - Inscripciones abiertas

The Strategic Risk of the Eroding U.S. "Brand" in the Americas →

## 👍 También te puede gustar



Inauguración de las actividades de Legado a las Américas en Ecuador

📅 noviembre 1, 2023





## Visión y Metas de Legado a las Américas

📅 octubre 15, 2022



## Opidata #8: La cumbre de los BRICS, China y la contraorden antiliberal emergente



## Deja una respuesta

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos obligatorios están marcados con \*

Comentario \*

Nombre \*

Correo electrónico \*

Web

Guarda mi nombre, correo electrónico y web en este navegador para la próxima vez que comente.

Publicar el comentario



## Escuela de Lideres - Tercera Presentación

### Pensamiento



REUNIONES PRESENCIALES

## Presentación de Legado a las Américas en el Perú

📅 febrero 15, 2024 👤 admin

2 DE NOVIEMBRE Se realizó el primer evento presencial de Legado a las Américas en la ciudad de Lima, Perú



### Primer evento de Legado a las Américas en Colombia

📅 febrero 8, 2024



### Inauguración de las actividades de Legado a las Américas en Uruguay

📅 noviembre 29, 2023



noviembre 1, 2023

## Quiénes Somos

---



Quiénes hemos decidido constituir el Movimiento Legado a las Américas, somos asociaciones nacionales y continentales, así como ciudadanos de 15 naciones, a los que nos motiva el unirnos para bregar juntos en una acción centrada en una Carta de Principios que nos son comunes, a fin de alcanzar la meta que nos hemos propuesto, la cual es un reavivamiento ético y cívico, y como resultado de este, una renovación y reforma en el campo político, económico y social. Podemos definirnos como un movimiento de conciencia.

## Enlaces Útiles

---

[Área de Trabajo](#)

---

[Contacto](#)

---

[Formas de participar](#)

---

[Escuela de Lideres](#)

---

[Temas de Estudio](#)

---

[Publicaciones](#)

---

[Blogs](#)

---

[Videos](#)



---

Org. Fundadoras

---

Cursos Presidenciales

---

Activismo Cívico

---

Red Continental

*“La ocasión como el fierro; se ha de machacar caliente”*

José Hernández –

“Martín Fierro”



Copyright © 2026 [Legado a las Americas](#). Todos los derechos reservados.

Tema: [ColorMag](#) por ThemeGrill. Funciona con [WordPress](#).