



# “La marca es el principal activo para la competitividad”

**Nombre:** José Luis Bonet. **Cargo:** Presidente del Foro de Marcas Renombradas Españolas. **Actividad:** Presidente de Freixenet y de Fira de Barcelona.

Texto: **José María Triper**  
Fotos: **Julia Robles**

**J**osé Luis Bonet Ferrer lleva 30 años al frente de Freixenet. Nominado director general en 1977, desde su designación la firma no deja de crecer. Presidente de Fira de Barcelona desde el año 2004, gestor de reconocido prestigio, dialogante y con una amplia experiencia empresarial, es uno de los promotores y fundadores del Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE), institución de la que también es presidente.

**El Foro de Marcas Renombradas Españolas nace en 1999 como inicia-**

**tiva de 17 marcas líderes para potenciar y defender las marcas españolas y como plataforma de apoyo a la internacionalización. ¿Cuál el balance de su actividad? y ¿cuál es la evolución en cuanto al número de empresas?**

Efectivamente, el Foro nace en 1999 como una iniciativa de 17 empresas líderes con marcas notorias o renombradas y con proyección internacional. En estos ya casi nueve años hemos participado en la consolidación de la institución, en su carácter dual. Por un lado, la Asociación de Marcas Renombradas Españolas, que cuenta en este momento con 83 empresas asociadas con marcas líderes en sus respectivos sectores. Estas empresas representan cerca del 30% del PIB de España y su porcentaje de negocio internacional supone una media del 40% de su facturación. Por otro lado, en estos ocho años también se ha consolidado la estructura de la Fundación Foro de Marcas Renombradas Españolas, en la que las empresas trabajamos conjuntamente con la administración competente. Hoy en día, forman parte de la Fundación, constituida al efecto, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), la Oficina Española de Patentes y Marcas y el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. En definitiva, el balance es positivo, ya que el proyecto se ha consolidado tanto desde el punto de vista empresarial como de la administración competente. Ahora todos estamos de acuerdo en que juntos vamos más rápido.

**El Foro ha firmado un acuerdo con el ICEX que le convierte en socio estratégico de la Administración en el desarrollo de las políticas de apoyo a la internacionalización empresarial. ¿Cuáles son los contenidos y objetivos?**

El acuerdo con ICEX se desarrolla en tres niveles: Por un lado, el asesoramiento y evaluación de las solicitudes del Plan de promoción de marcas españolas. El Foro aporta su conocimiento y experiencia para valorar los distintos planes presentados. Además, en base a este trabajo el Foro propondrá a ICEX una serie de sugerencias para crear un Plan de marcas más atractivo y más ajustado a las necesidades e intereses

de las marcas españolas. Por otro lado, el Foro y el ICEX trabajarán conjuntamente en la puesta en marcha del Plan de Marcas Embajadoras Españolas, un ambicioso proyecto que pretende fortalecer la imagen comercial de España en los principales mercados internacionales. Finalmente, también desarrollaremos conjuntamente un plan específico para el apoyo de lo que hemos denominado Marcas con Alto Potencial de Internacionalización (MAPI), aquellas marcas españolas que en los últimos años han experimentado un importante crecimiento y que empiezan a despuntar internacionalmente.

### **El Plan de Marcas Españolas es uno de los principales resultados de la colaboración entre el ICEX y el Foro de Marcas. ¿Cuáles son los resultados?**

El Foro presta un apoyo técnico, desde su conocimiento y *expertise*, al ICEX en la evaluación de las propuestas de planes de marca presentados. El objetivo del Plan es apoyar la internacionalización de las marcas españolas. El Plan de marcas se creó en 2003 a propuesta de nuestra Asociación y se ha ido consolidando en años sucesivos, pero desde el Foro seguiremos aportando al ICEX nuestras ideas y colaboración para crear un Plan todavía más ambicioso en recursos y más ajustado a las necesidades e intereses de las marcas españolas de acuerdo a su estadio de internacionalización.

### **La gran mayoría de las empresas miembros del Foro son empresas grandes. ¿Está abierta también esta iniciativa a las pymes?**

Forman parte del Foro aquellas empresas con marcas renombradas o notorias líderes en sus respectivos sectores e implantación internacional, pero desde este año vamos a incorporar también una dimensión MAPI para favorecer más rápido el desarrollo internacional de otras marcas que, no reuniendo todavía los requisitos anteriores, cuentan no obstante con alto potencial de desarrollo a nivel internacional.

### **Uno de los principales problemas que tienen las empresas españolas en sus procesos de internacionalización es el desfase que todavía existe entre la percepción y la realidad de los productos y servicios españoles. ¿Cómo con-**

### **tribuye el Foro a mejorar la percepción internacional del Made in Spain?**

Las empresas del Foro, con su desarrollo internacional han contribuido decisivamente a mejorar la imagen internacional de España y, por supuesto, del *Made in Spain*. Estamos convencidos de que la buena labor de las empresas líderes españolas en los mercados internacionales contribuye a corregir ese desfase entre la percepción y la realidad de los productos y servicios españoles. Queda mucho por hacer, pero la base es que la imagen de España se asocie a los productos y servicios de nuestras marcas líderes, y para ello estamos trabajando en el diseño de un Plan de Marcas Embajadoras. Además, el Foro contribuye junto con otros organismos a la reflexión institucional en favor de la Marca España.

### **El concepto de la marca y su consideración como factor estratégico en el negocio de la empresa es relativamente reciente, al menos en España. Se puede afirmar que "la revolución de la marca ha comenzado"**

La revolución de la marca que comenzó a finales del siglo XIX en el mundo capitalista se ha ido acelerando. En España empezó con retraso, pero ahora mismo está en marcha y acelerándose. No hay duda de que la marca es el principal activo estratégico para garantizar la competitividad de las empresas en un mercado cada vez más global.

### **Finalmente, los pasados días 22 y 24 de enero el Foro realizó una presentación de las marcas españolas en China.**

Aprovechando el Año de España en China se ha llevado a cabo una doble presentación del Foro y sus marcas en Pekín y Shanghai, con la colaboración del Club de Exportadores e Inversores Españoles y con el apoyo del ICEX, la Embajada de España, el Instituto Cervantes, y las Oficinas Económicas y Comerciales de España en Pekín y Shanghai. Esta presentación se inscribe en un plan China que el Foro va a poner en marcha y que se desarrollará hasta la Exposición Universal de Shanghai 2010, y que tiene el propósito de ayudar a la consolidación de las empresas españolas instaladas en China. Procuraremos estimular nuevas incorporaciones y mejorar la imagen de España en este importante mercado.

## **Grandes marcas de España**



**El Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) ha presentado la nueva edición del libro Grandes Marcas de España, que este año se ha editado en versión trilingüe, en español, inglés y chino mandarín. Patrocinada por el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y con prólogo del ministro de Industria, Turismo y Comercio, Joan Clos, esta prestigiosa publicación recoge las historias de éxito de las marcas líderes españolas, convirtiéndose así en una herramienta ideal de promoción internacional de las principales marcas españolas. En la edición de este año se ha ampliado el número de historias hasta alcanzar las 137, dando así cabida a otras marcas renombradas y notorias de las propias empresas asociadas al Foro. Además, también se han incluido las historias de éxito de las marcas más representativas del Club de Exportadores e Inversores Españoles, institución con la que el Foro de Marcas Renombradas Españolas mantiene una eficaz colaboración en apoyo de las empresas españolas en el exterior.**