

# Ocho figuras para vender la marca España

**GALARDONES/** Los embajadores honorarios recibieron ayer su acreditación. Son, junto a las administraciones públicas y las enseñas españolas líderes en sus sectores productivos, los mejores comerciales de la imagen país en el mundo.

**G. Escribano.** Madrid

No son diplomáticos, pero tienen el cargo de embajadores. Representan a España y lo hacen en sus esferas de éxito, ya sean los negocios, el deporte o la ópera. Son los embajadores honorarios de la Marca España y ayer recibieron su acreditación de manos del Príncipe de Asturias.

“Hoy nadie duda de que en España tenemos talento para hacer bien muchas cosas y en muy diversos ámbitos”, dijo, durante la ceremonia, el embajador en Cultura y tenor Plácido Domingo. “Los embajadores podemos contribuir a comunicar la nueva realidad de la España actual, como país dinámico, moderno, avanzado y tecnológico”, añadió.

Los embajadores honorarios no tienen ninguna atribución institucional. Su labor es difundir la imagen de España en sus diferentes esferas de acción, aunque este compromiso suele ir más allá. Son, junto a las administraciones públicas y las empresas, el tercer vértice de la gestión de la imagen país. La acreditación se realiza cada dos años y el título es de por vida, tal y como demostró ayer la presencia de Severiano Ballesteros.

## Mercados internacionales

“Con esta iniciativa logramos sumar el valor de nuestras marcas y empresas que compiten en los mercados internacionales con la valía de los embajadores”, dijo en su intervención el Príncipe de Asturias, que añadió que, “sin duda, las marcas españolas líderes posicionan a nuestro país en un lugar preferente. Por eso, hay un beneficio en ambos sentidos: al favorecer a nuestras marcas se favorece la marca España, y al intensificar la imagen de España se intensifica la de nuestras empresas”.

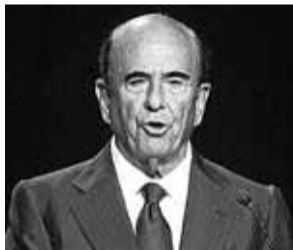
Para potenciar las enseñas

**Las marcas españolas líderes posicionan a nuestro país en un lugar preferente**



Foto de familia del acto de acreditación de los embajadores honorarios de la Marca España.

## La tercera promoción de los embajadores honorarios



### EMILIO BOTÍN

El presidente de Banco Santander fue nombrado diplomático de la marca España en Gestión Empresarial. Su carácter y su liderazgo han sido claves en el proceso de expansión internacional del banco.



### PAU GASOL

El reciente ganador de la NBA con Los Angeles Lakers recibió la mención en Deportes por ser el jugador que más ha destacado en la generación más brillante de baloncestistas. Su hermano Marc recogió el título.

### PLÁCIDO DOMINGO

El referente mundial del *bel canto* aceptó la responsabilidad como representante del mundo de la Cultura por su exitosa carrera internacional y la dirección de las Óperas de Washington y Los Ángeles.



### ENRIC PUIG

El rey del perfume fue galardonado, a título póstumo, por toda una vida de trabajo dedicada a la promoción y el impulso de un grupo empresarial con una extensa cartera de marcas renombradas.



### AGENCIA EFE

Es la primera agencia de noticias en español y la cuarta en el mundo, con una red de 3.000 periodistas que distribuyen tres millones de noticias. La agencia recibió el cargo de Embajadora en la categoría de Comunicación.



### MARGARITA SALAS

Esta investigadora cuenta con una amplia carrera en biología molecular y pertenece a varias academias. Colabora en numerosas publicaciones científicas. Es la elegida para representar a España en Ciencia e Innovación.

### KIKE FIGAREDO

El prefecto apostólico de Battambang (Camboya) ha consagrado su vida a ayudar a discapacitados y a eliminar las minas antipersona. En 1997, fue Premio Nobel de la Paz. Es el embajador español en Acción Social.



### JUAN SEBASTIÁN ELCANO

El buque escuela de la Armada es embajador de la imagen de España desde su primer viaje en febrero de 1928. Por sus innumerables viajes, fue galardonado como embajador en la condición de Relaciones Institucionales.



En la primera fila y de izq. a dcha.: Amparo Fernández, subsecretaria del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; Emilio Botín, presidente de Banco Santander; María Jesús Figa, subsecretaria del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación; Miguel Sebastián, ministro de Industria, Turismo y Comercio; los Príncipes de Asturias; Antonio Brufau, presidente de Repsol; Plácido Domingo, tenor; José Luis Bonet, presidente de Foro de Marcas Renombradas Españolas (Fmre); y Esteban Parro, Alcalde de Móstoles. En la segunda fila, y de izq. a dcha.: Álex Grijelmo, presidente de la Agencia EFE; Margarita Salas, investigadora; Emilio Nieto, almirante de Acción Marítima; Marc Gasol, baloncestista; Kike Figaredo, prefecto apostólico de Battambang; Eulalia Alsina, viuda de Enric Puig; y Antonio Abril, vicepresidente de Fmre.

y empresas españolas, el ministro de Industria, Miguel Sebastián, anunció durante el acto que prepara una reducción del 13% de las tasas necesarias para registrar una marca, lo que supondrá un ahorro de 2,7 millones de euros para el tejido empresarial español.

Sebastián compartió la opinión de otros asistentes y dijo que las empresas españolas ocupan los primeros puestos mundiales en áreas estratégicas como las energías renovables, las telecomunicaciones, las nuevas tecnologías, la construcción o las infraestructuras. El ministro apuntó que “la marca España debe identificarse con valores como la calidad, la innovación, la competitividad y el respeto al medio ambiente”.

En este sentido, Antonio Brufau, presidente ejecutivo de Repsol recaló que “el futuro de la marca España pasa por un modelo en el que la I+D sea el motor de nuestras marcas y tengamos la competitividad como sello. No podemos excluir otros factores importantes en la marca: la RSC y la sostenibilidad”.

**La enseña España debe identificarse con valores como la calidad, la I+D y la competitividad**

Una iniciativa de:



**Expansión**

Patrocinan:

Interbrand

GARRIGUES



Colabora:

