

# Tendencias

## La evolución de la marca España

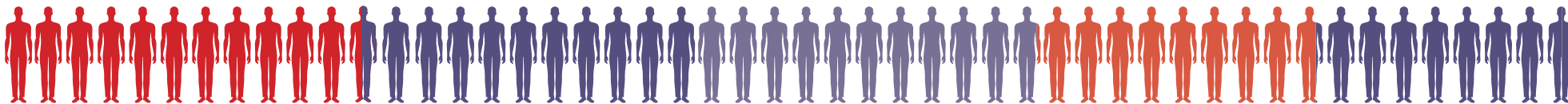
Cultura, arte e idioma  
11,21%

Diseño e innovación  
10,75%

Turismo  
10,98%

Comida, bebidas y gastronomía  
8,88%

Estilo y calidad de vida  
7,94%



El deporte, el cine, la moda, el turismo, las bebidas y el jamón son las bazas españolas para acabar de construir su marca internacional

## MADE IN SPAIN

### El país de Zara busca su hueco en el mundo

ANXO LUGILDE

Santiago de Compostela

**M**ade in Spain, hecho en el país de Zara. Si los productos españoles pudiesen llevar esa leyenda, saltarían las últimas barreras que se les presentan para posicionarse en el mercado global. En la mayoría de los casos no afrontan una desventaja por ser españoles, pero tampoco disfrutan del plus que sí tienen los bienes procedentes de Italia, Alemania o Francia.

La moda, el turismo y la tripleta de jamón, vino y aceite junto con el tirón de personajes globales como Penélope Cruz, Ferran Adrià o Rafael Nadal y el prestigio urbano y deportivo de Barcelona y Madrid son las bazas del Made in Spain, una marca todavía en construcción.

Para un consumidor de cualquier parte del mundo la palabra Alemania evoca maquinaria, ingeniería eficaz. Francia significa lujo. Italia suena a diseño. ¿Y España? "Debe asociarse a pasión, a in-

genio", sostiene Gonzalo Brujó, representante en España de la consultora Interbrand, que elabora el ranking de las mejores marcas del mundo, la clasificación que encabeza Coca-Cola y en la que sólo hay una firma española, Zara. "Quizá en un futuro pueda incorporarse también el Banco Santander", explica Brujó. En es-

te ranking resulta paradigmática la ausencia de las dos mayores compañías españolas, Repsol y Telefónica. "El problema reside en que Interbrand exige estar presente en tres grandes mercados, pero nuestras empresas actúan sobre todo en Europa y Latinoamérica, con poca o nula presencia en EE.UU. y Asia-Pacífico", indica Miguel Otero, director del Foro de Marcas Renombradas Españolas. Según una encuesta de este foro entre directivos de todo el mundo, el 70% identifica a Zara como a una empresa española. "Si le pregun-

tásemos directamente a los consumidores, el porcentaje caería bastante", reconoce Otero, quien pone el ejemplo de Nokia y Finlandia para incidir en que hoy la identidad de un país se construye a partir de sus marcas. Por eso reclama incentivos públicos a fin de que Zara u otras empresas como Mango o BBVA vendan el sello de España.

Es posible distinguir dos visiones sobre la evolución reciente de la marca España, del *made in Spain*. La mayoritaria es la optimista. "En los últimos siete años se ha mejorado muchísimo", afirma Brujó. Destaca la promoción internacional de productos como el aceite y del desarrollo de las empresas del textil, las finanzas o las energías renovables.

"Hace 30 años en las ferias internacionales las empresas españolas se camuflaban como italianas o alemanas. Hoy si sigue ocurriendo eso es a muy peque-

#### Las 10 marcas españolas más conocidas en el mundo

- 1 Zara
- 2 Santander
- 3 Mango
- 4 Real Madrid
- 5 Seat
- 6 Telefónica
- 7 BBVA
- 8 FC Barcelona
- 9 Sol Meliá
- 10 Iberia

LV



**Mayo y Junio 2009**  
**Superofertas**  
**2x1**

**PLAYA BÁVARO**  
República Dominicana  
9 días / 7 noches • **TODO INCLUIDO**  
Hoteles \*\*\*\*/\*\*\*\*\* desde **694**

Consulta precio para las fechas de tus vacaciones

**Todos los destinos, los mejores precios**

Paga tus vacaciones en cómodos plazos **3, 6 y 10 meses sin intereses**

- 3 meses sin intereses. TIN 0% - TAE 0%.
- 6 meses sin intereses. Comisión de apertura 2% TIN 0% - TAE 7,19%.
- 10 meses sin intereses. Comisión de apertura 1,50%. Comisión de estudio 1,50%. TIN 0% - TAE 6,90%.

Sujeto a estudio, aprobación y formalización de Santander Consumer Finance, S.A. Intereses subvencionados por Viajes Marsans, S.A. Oferta válida hasta el 31/01/2010. Autorización RBE 745/09.

**RIVIERA MAYA (Caribe Mexicano)** 9 días / 7 noches • **TODO INCLUIDO**  
Hoteles \*\*\*\*/\*\*\*\*\* desde **794**  
Hotel Occidental Grand Xcaret \*\*\*\*\* desde **865**  
Hotel Valentin Imperial Maya \*\*\*\*\* (Habitación Junior Suite de Luxe) desde **894**

**PLAYA BÁVARO (Rep. Dominicana)** 9 días / 7 noches • **TODO INCLUIDO**  
Hotel NH Real Arena \*\*\*\*\* desde **824**

**CUBA**  
**Combinado La Habana-Varadero** 9 días / 7 noches  
3 noches en La Habana en Alojamiento y Desayuno y 4 noches en Varadero en **TODO INCLUIDO**  
Hotel Meliá Habana \*\*\*\*\*/Hotel Meliá Varadero \*\*\*\*\* desde **1019**



viatges  
**marsans**

marsans.com

902 30 60 90

Precios por persona en habitación doble válidos para salidas desde Madrid en determinadas fechas de Mayo o Junio. Incluye: avión ida y vuelta, estancia en los hoteles y régimen indicado, seguro, asistencia, tasas y carburante. No incluye: visado a Cuba 25€ por persona ni gastos de gestión 10€ por reserva. Precios sujetos a revisión conforme RDL 1/2007. Descuentos ya aplicados.