

- ▶ El Foro cumple 5 años y lo celebra organizando el Congreso de las Marcas Renombradas Españolas: embajadoras de la imagen de España en el mundo

- ▶ Los Embajadores de la Marca España, una acreditación otorgada por el Foro a 7 personalidades que han proyectado a lo largo de su carrera una imagen positiva de España en el exterior

- ▶ El Foro visita Galicia en su año Xacobeo 04 y presenta una jornada sobre "Internacionalización de las Marcas Gallegas"

{ boletín 9

Octubre 2004

FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS

MMMI

Embajadores Honorarios de la Marca España

La entrega de acreditaciones tendrá lugar en un acto ceremonial el próximo otoño, coincidiendo con la celebración del V Aniversario del Foro.



Barcelona fue el lugar escogido por el Foro de Marcas Renombradas Españolas para hacer pública la decisión del jurado sobre las acreditaciones "embajadores honorarios de la Marca España" (EHME).

El acto tuvo lugar el pasado 12 de julio en las instalaciones de Miguel Torres en Penedès. Miguel Torres presidente de compañía y anfitrión de la jornada fue el encargado de recibir al Ministro de Industria, Turismo y Comercio, el Excmo. D. José Montilla y dar la bienvenida a todos los asistentes.

A continuación Jose Luis Bonet, presidente del Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) se encargó de presentar al Foro, y José Pont, presidente del jurado y consejero de Borges, fue el encargado de anunciar públicamente el nombre de los acreditados como embajadores honorarios de la Marca España.

El acto fue clausurado por el ministro de Industria y Comercio, quien recibió el mensaje con gran claridad y entusiasmo y mostró el apoyo a la labor que lleva realizando el Foro desde su fundación. El acto finalizó con un cóctel y una degustación de vinos.

Previamente al anuncio público de los acreditados como EHME, el jurado estuvo reunido en las bodegas de Freixenet, lugar en el que procedieron a la oportuna deliberación. El jurado ha estado compuesto por prestigiosas personalidades del ámbito empresarial, institucional e internacional.

La entrega de premios tendrá lugar en un acto ceremonial el próximo mes de noviembre, coincidiendo con la celebración del V Aniversario del Foro de Marcas Renombradas Españolas.

El concepto de "Embajadores Honorarios de la Marca España" ha sido acuñado por primera vez por

el FMRE como uno de los 3 pilares sobre los que, desde el Foro, se entiende que se apoya la imagen de un país. El primero de estos pilares sería la Administración Pública española, desde el propio Presidente del Gobierno hasta las instituciones y organismos encargados de la promoción y el comercio exterior. El segundo de estos pilares serían las marcas españolas que compiten en los mercados internacionales: en el actual escenario global las marcas hablan de su país de origen y el país habla de sus marcas en un diálogo caracterizado por el apoyo recíproco.

Finalmente, el tercero de estos pilares lo componen aquellos miembros destacados de la sociedad civil que en el ámbito de sus respectivas actuaciones al ser conocidos a nivel internacional actúan de embajadores naturales del país y ayudan a fortalecer su imagen.

V Aniversario del Foro de Marcas Renombradas Españolas

Los distinguidos con las acreditaciones de Embajadores Honorarios de la Marca España en cada una de las siete categorías han sido los siguientes: Juan Antonio Samaranch, El País, José Carreras, Ferrán Adriá, Severiano Ballesteros, Amancio Ortega y Valentín Fuster.



El Foro de Marcas Renombradas Españolas cumple 5 años y para celebrarlo ha organizado el Congreso V Aniversario de las Marcas Renombradas Españolas en una fecha próxima aún por determinar.

Se trata de una puesta de largo del Foro en la que se van a conceder las Acreditaciones a los Embajadores Honorarios de la Marca

España. Un galardón que se ha creado como reconocimiento a personalidades de la sociedad española que han contribuido a promover una buena imagen de España en el exterior a lo largo de los años.

Estas acreditaciones van a ser entregadas en una cena de gala que se celebrará en el Palacio de San-

ta Cruz, sede del Ministerio de Asuntos Exteriores, a la que están invitados los Príncipes de Asturias, además de algunos ministros como el de Economía, Pedro Solbes; el de Asuntos Exteriores, Miguel Ángel Moratinos; y el de Industria, Turismo y Comercio, José Montilla, junto con otros altos cargos de la Administración.

Relaciones Institucionales:



Juan Antonio Samaranch

Ex presidente del Comité Olímpico Internacional, por ser uno de los máximos exponentes del espíritu olímpico, en el que ha destacado por fomentar los valores del deporte a nivel mundial.

Comunicación



El País

Medio de comunicación, por ser el medio de comunicación escrito español con mayor presencia y difusión internacional.

Acción Social



José Carreras

Tenor de prestigio internacional, por hacer de la lucha contra la leucemia su prioridad en la vida y por llevar a todos los rincones del mundo su voz a favor de la lucha contra esta enfermedad

Cultura



Ferrán Adriá

Restaurador de prestigio internacional, principal exponente de la cocina española y haber sido calificado como uno de los maestros de la cocina internacional por medios como The New York Times, la revista Time y Le Monde.

Deporte



Severiano Ballesteros

Jugador de golf, por ser uno de los grandes deportistas españoles con proyección y reconocimiento mundial de este deporte dentro y fuera de las fronteras.

Gestión empresarial



Amancio Ortega

Fundador y presidente de Inditex, por crear un referente mundial de la moda que sirve de escaparate para la industria textil española y que le ha llevado a ser, según el rotativo británico Financial Times, una de las 25 personalidades más influyentes de los últimos 25 años.

Ciencia e Innovación



Valentín Fuster

Director del Instituto Cardiovascular del hospital Monte SINAI y presidente de la American Herat Association, por ser uno de los científicos españoles más reconocidos a nivel internacional y por sus destacadas aportaciones en el campo de la patología y la terapéutica cardíacas.



Al día siguiente la celebración de nuestro V Aniversario continúa con una jornada de ponencias.

En el programa está previsto que se aborden varias temáticas entorno a las marcas como son: Internacionalización de empresas y marcas, Marcas y Reputación Corporativa, Innovación y marcas y Ceos y liderazgo de marcas. Cada una de las ponencias ha sido organizada por las escuelas de negocio asociadas al Foro (IESE, Instituto de Empresa, ESADE y EOI). En dichas ponencias se explicarán casos prácticos de empresas asociadas, además de intervenciones de consultoras de marcas como Wolf Ollins y mensajes de Gurús como Bernd Schmitt, David Aker y Jack Trout.

El Congreso quedará clausurado con unas palabras del Exmo. José Montilla, Ministro de Industria Turismo y Comercio.



Exporta 2004: Un buen escaparate para el foro de marcas renombradas españolas

El Foro organizó una jornada para poner de manifiesto la relevancia que tienen las marcas nacionales en la imagen de España en el mundo



Entre los pasados días 18 y 20 de mayo tuvo lugar en Madrid, en el recinto ferial de IFEMA, la quinta edición de la Feria Internacional de Servicios al Exportador (EXPORTA). El Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) no quiso desaprovechar la oportunidad que significaba este incomparable marco y organizó, el día 19, en colaboración con el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), la jornada "Las marcas españolas: embajadoras de la imagen de España en el mundo".

El programa del día, cuya apertura corrió a cargo de Ángel Martín Acebes, vicepresidente ejecutivo del ICEX, tuvo dos partes bien diferenciadas. La primera se inició con un mensaje de bienvenida y agradecimiento a todos los presentes por parte del presidente del FMRE, José Luis Bonet; posteriormente, Miguel Otero, director general de la Asociación de Marcas Renombradas Españolas, presentó

un balance de los cinco años de andadura del Foro, al tiempo que trazó las próximas líneas de actuación y proyectos futuros del mismo.

En este bloque también se llevó a cabo la exposición de las conclusiones de la encuesta realizada en Internet a nivel mundial sobre la imagen de España y sus marcas en el mundo. El encargado de ello fue Julio Cerviño, director del estudio y colaborador de la Asociación de Marcas Renombradas Españolas.

La segunda parte se centró en un debate en el que se expusieron cuestiones como el modo en que afecta la imagen de nuestro país a las actividades internacionales de una empresa o cómo se cree que puede influir la imagen de España en las Marcas Renombradas Españolas y en sus distintos sectores. Raúl Peralba, presidente de Positioning Systems, hizo las funcio-

nes de moderador en un debate en el que participaron tanto empresarios como personalidades de la Administración Pública Española.

Pedro Moriyón, director general del ICEX y patrono del Foro de Marcas Renombradas Españolas, Juan Manuel Ortega, consejero comercial de España en París, y representantes de algunas de las empresas miembros de la Asociación de Marcas Renombradas Españolas, como Joan Canals, presidente de Pulligan Internacional, Carlos Espinosa de los Monteros, presidente de González Byass y Mercedes-Benz, Josep Pont, consejero del Grupo Borges, o Emilio Butragueño, adjunto al director general del Real Madrid, son algunos ejemplos.

La jornada contó igualmente con la presencia de un nutrido elenco de instituciones invitadas, representantes de embajadas, consejeros comerciales, cámaras de

comercio, empresas españolas de diferentes sectores, medios de comunicación y agencias de consultoría especializadas en marcas. Todos ellos, al igual que todo el público asistente, pudieron degustar al final de la jornada un excelente vino español.

Consolidación del certamen

Desde que en el año 2000 se celebrase por primera vez, EXPORTA ha ido acumulando en cada edición más credibilidad y un mayor éxito de participación hasta posicionarse como la mayor muestra en España dedicada a la exportación. A la de este año, organizada conjuntamente por el ICEX y la Feria de Madrid, han asistido más de 6.500 empresarios con vocación internacional para conocer las últimas innovaciones en el sector de la exportación.

Muestra de la especial acogida que tuvo la feria en todos los sectores profesionales fueron los más de cuatro mil inscritos en los sesenta talleres de trabajo y las jornadas especiales, entre las que se encontraba la del Foro de Marcas Renombradas Españolas.

El certamen, inaugurado por el ministro de Industria, Turismo y Comercio, José Montilla, el vicepresidente de la Feria de Madrid, Fernando Fernández-Tapias, y el vicepresidente ejecutivo del Instituto Español de Comercio Exterior, Ángel Martín Acebes, reunió a una alta representación comercial con la oferta de 146 empresas, las cuales disfrutaron de una superficie de doce mil metros cuadrados.

"Grandes Marcas de España"



La excelente acogida del libro Grandes Marcas de España lo ha convertido en una lujosa tarjeta de presentación del Foro.

El libro recoge con impactantes imágenes y textos la trayectoria y la clave del éxito de un total de 73 marcas españolas y esto ha hecho que se convierta en un importante instrumento en la construcción de una imagen fuerte de la "Marca España" en el extranjero.

El libro ha sido distribuido en sus dos versiones (en español y en inglés), entre numerosas instituciones españolas, fue entregado al Presidente del Gobierno y distribuido por todas las Embajadas y Oficinas Comerciales de España en el exterior.

Una prueba del gran éxito que el libro "Grandes Marcas de España" ha

tenido en el extranjero son los reportajes que nos llegan de medios de comunicación sobre la repercusión que el libro ha tenido en países como Alemania, en concreto en la Feria de Francfort en el cual fue presentado en un acto patrocinado por ICEX. Otra prueba son las innumerables peticiones para adquirir más libros que nos llegan de Oficinas Comerciales como la de Nueva York, Hong Kong, Delhi o Ankara entre otras.

Es por ello que se va a realizar una reedición de la versión inglesa del libro incorporando a diez nuevas marcas asociadas de AMRE y se va a traducir una separata con un resumen del libro en japonés que será incluida en la presentación del libro en la próxima Exposición Universal de Aichi 2005

Presentación en Galicia del Foro de Marcas Renombradas Españolas

Coincidiendo con el Xacobeo 04, el foro visita Galicia y organiza la jornada "La estrategia de internacionalización de las empresas gallegas".



El Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) ha viajado a Galicia los pasados 7, 8 y 9 de julio para presentarse en esa comunidad, coincidiendo con el año Xacobeo.

El programa diseñado a lo largo de tres días ha intercalado jornadas empresariales, con visitas institucionales y culturales. En general un programa muy completo al que se invitó a todos los asociados y patronos, además de empresas gallegas que pueden ser potenciales socios de la Asociación de Marcas Renombradas Españolas.

El programa comenzó el 7 de julio con la recepción de nuestros invitados y un concierto de música clásica, en el que tuvimos la oportunidad de oír la voz de la soprano acompañada por la orquesta Romantic Chamber Goup of London. Posteriormente se ofreció una cena a los asistentes al concierto en el Hostal de los Reyes Católicos.

En la mañana del día 8 tuvimos un desayuno en la capilla Real del hostel Reyes Católicos entre los representantes y asociados presentes del FMRE y el Instituto Gallego de promoción económica (IGAPE).

En dicho desayuno intervinieron como ponentes Dña. Margarita Rodríguez Rama, directora general del IGAPE, D. Jose Luis Bonet, presidente del FMRE, D. Antonio Abril, vicepresidente del FMRE, D. Miguel Otero, director general del FMRE y d. Jose Barreiro, consejero delegado de Televes S.A.

A continuación tuvo lugar una rueda de prensa en la que se presentó al Foro de Marcas Renombradas Españolas a los medios de comunicación gallegos. Allí se encontraban los principales medios gallegos tanto de prensa escrita como de radio y televisión. Algunos de estos medios tuvieron la oportunidad de entrevistar a algunos presidentes de nuestras empresas asociadas como los de

Calvo S. A, Inditex S.A y Freixenet S.A.

La jornada principal del día comenzó a las 11,30 am; contó con un gran número de asistentes entre los que destacaban representantes de empresas gallegas, de instituciones de esa comunidad, y los asociados presentes de AMRE. La jornada bajo el nombre de "El Foro de Marcas Renombradas: La estrategia de internacionalización de las marcas gallegas" , tuvo un enorme éxito y repercusión en los medios de comunicación gallegos. La jornada se dividía en una primera mesa redonda donde se presentaba al Foro de Marcas Renombradas Españolas al público asistente; esta mesa estaba presidida por Jose Luis Bonet , presidente del FMRE, Antonio Abril, vicepresidente del FMRE y Miguel Otero, director general del FMRE.

La jornada continuó con la ponencia "Internacionalización de las Marcas Gallegas" realizada por el profesor de marketing de la

Universidad Carlos III, Julio Cerviño.

La segunda mesa redonda estuvo presidida por representantes de alto nivel de las empresa gallegas asociadas a AMRE que expusieron los respectivos casos de internacionalización de sus empresas y sus claves de éxito. Esta mesa estaba integrada por Jose Luis Calvo, presidente de Conservas Calvo, S.A, Fernando Rodríguez, vicepresidente del consejo de Adolfo Domínguez, César Real, director de área de Pescanova S.A, Manuel Rodríguez, presidente de Rodman, Jorge Lorenzo Souto, director general de Televes S.A y Antonio Abril, consejero secretario gral. de Inditex S.A.

La jornada fue clausurada por el Exmo. D. José Antonio Orza, conselleiro de Economía y Facenda de la Xunta de Galicia y por el Ilmo. D. Santiago Menéndez de Luarca, subsecretario de Agricultura, pesca y alimentación.

Posteriormente se ofreció un almuerzo en un sitio privilegiado como es el Pazo de San Lorenzo, para continuar con una visita a Televes S.A y la posterior Junta Directiva de AMRE.

Por la tarde el FMRE tuvo la oportunidad de asistir como oferente a la misa de peregrino en la Catedral de Santiago de Compostela y después ser recibidos por el alcalde de Santiago, D. Jose Antonio Sánchez Bugallo.

Al día siguiente tuvimos la oportunidad de realizar una visita a Inditex en Arteixo (A Coruña) y ser invitados por la empresa a un almuerzo como finalización del programa de Galicia.

Los Becarios Líder del 2004



Los mejores expedientes de Latinoamérica han visitado España durante este mes en un programa de acercamiento político, económico, social y cultural a la realidad española organizado por la Fundación Carolina, y estuvieron el pasado 15 de julio con el FMRE.

El sitio elegido para recibirlos fue la bodega de Freixenet en Sant Sadurní D'Anoia, en Barcelona, y la bodega de Miguel Torres en Vilafranca del Penedés, también en Barcelona, las cuales se convirtieron en anfitrionas de lujo.

La visita comenzó en Freixenet donde Jose Luis Bonet, presidente del FMRE y de Freixenet, fue el encargado de dar la bienvenida. A continuación, procedimos a una visita a la bodega donde se nos explicó la elaboración del cava y el éxito de la marca Freixenet.

Tras este interesante recorrido,

nos trasladamos a la bodega de Miguel Torres, donde los becarios fueron recibidos por Miguel Torres, presidente de Miguel Torres S.A, A continuación, Miguel Otero, director general del FMRE explicó a los becarios líder qué es el Foro de Marcas Renombradas Españolas y cuáles son sus objetivos. Tras la presentación de Miguel el turno fue para Íñigo Saenz de Miera, en representación de la Fundación Carolina y un representante de los becarios, quien agradeció la amabilidad y hospitalidad del FMRE y alabó la gran labor que éste está realizando en España y declaró que es un ejemplo a seguir por todos los países latinoamericanos.

Al término de estos coloquios se realizó una visita por las bodegas Torres para terminar con una excelente degustación de vinos.

Marcas con Sabor a España

Un estudio de internautas de todo el mundo, realizado por el Foro de Marcas Renombradas Españolas, pone de manifiesto que las marcas españolas son cada vez más identificadas con el "made in Spain".



¿Son nuestras marcas españolas más prestigiosas, igual de conocidas fuera de nuestras fronteras que dentro? ¿Son identificadas dichas marcas como españolas? Para tratar de dar respuesta a estos interrogantes, el Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) ha elaborado el estudio "La imagen de España y sus marcas en el mundo", realizado por vez primera a través de Internet. Las conclusiones obtenidas han sido tremendamente positivas. No solamente hay cada vez más marcas plenamente reconocidas fuera de nuestro país, sino que, además, muchas de ellas son identificadas netamente como marcas "made in Spain".

Según el estudio, hay cuatro sectores en los que la asociación con España es más clara: Alimentación y Bebidas, Turismo, Servicios Financieros y Comunicaciones y Diseño y Moda. En lo que a marcas concretas se refiere, las doce más

renombradas, las consideradas "Top of Mind", son Telefónica, Seat, Zara, Iberia, Repsol YPF, BBVA, Mango, Santander Central Hispano, Osborne, El Corte Inglés, Freixenet y Camper.

Además de identificar a las marcas más conocidas, otro de los objetivos de la investigación era conocer el grado de asociación de una marca con su país de origen. En el caso de nuestro país, el informe establece que tenemos muchas marcas conocidas e identificadas en el extranjero como españolas, pero también que hay otras que no lo son tanto, debido, en muchos casos, a su nombre con poca apariencia española.

Así, las principales empresas identificadas como españolas son: Telefónica, El Corte Inglés, Adolfo Domínguez, Iberia, Torres, Tío Pepe, Zara, Gallina Blanca, BBVA y Majorica. En el otro extremo, en el de las menos relacionadas, se en-

cuentran Keraben, Boomer, Springfield, Tintoretto, Loewe, Panama Jack, Camper, Indra y Kelme.

Los datos obtenidos con el informe han permitido entrever una excelente perspectiva para nuestras marcas, como asegura Miguel Otero, director General de la Asociación de Marcas Renombradas Españolas (AMRE): "Estoy convencido de que a corto plazo nos llevaremos agradables sorpresas. Seguro que algunas marcas aparecerán en breve en los rankings de marcas globales que realizan prestigiosas consultoras internacionales". Este hecho, añade Otero, "va a traer consigo la confianza de todo el conjunto de marcas españolas a la hora de abordar con éxito los mercados internacionales".

Otras conclusiones que se pueden extraer del estudio son los valores, positivos y negativos, con los que

los participantes relacionan a España. Los más votados han sido que es un país económicamente desarrollado, que tiene un buen nivel de vida, un sistema democrático estable y un elevado nivel de educación. Por el contrario, entre los menos valorados han destacado el bajo índice de investigación tecnológica, el elevado número de parados y un sistema poco desarrollado de Seguridad Social.

Datos del estudio

Este trabajo, llevado a cabo el pasado mes de abril, se realizó a través de Internet, y en él participaron personas de todo el mundo. Según Julio Cerviño, director del estudio, estas características posi-

bilitan obtener "una información realmente fidedigna sobre el conocimiento de las marcas españolas en el exterior".

"La rigurosidad del estudio está en que no se pregunta a un segmento de la población experta ni especializada en el tema, sino que se le hace una pregunta al mundo virtual y son los internautas, muy dispersos, muy variados, de distintas edades, culturas e intereses, los que contestan a estas preguntas. Ello ha hecho que haya nuevas marcas que no han aparecido en estudios anteriores y también otras que han fluctuado de posición", añade Cerviño.

Prueba de ello es que en la investigación, dirigida por la Universidad Carlos III y patrocinada por el

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), han dado su opinión internautas de 64 países pertenecientes a los cinco continentes. De ellos, un 56% fueron hombres y un 44% mujeres; respecto a las edades, aunque muy variadas, el grupo principal, con un 41% de las respuestas, estaba comprendido entre los 20 y los 40 años.

La mayoría de los participantes eran universitarios, el 75%, incluido un 17% de post-graduados. Otro dato relevante es que sólo el 7,1% de los encuestados había visitado nuestro país en alguna ocasión. Argentina, Alemania, Francia, Italia, Reino Unido, Singapur, Estados Unidos, Perú y México fueron los países que más respuestas aportaron al estudio.

3. LAS MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA (I)

Las empresas integradas en la "Asociación de Marcas Renombradas Españolas" (AMRE) son 60* y cuentan con una o varias marcas Renombradas y/o Notorias, bien a nivel corporativo o de productos y servicios.

- 
La facturación agregada de las empresas pertenecientes al FMRE es de 167.310,56 millones de € que representan el 25,67% del PIB.
- 
El 34,9% del total de la facturación de las empresas pertenecientes a FMRE proviene del negocio internacional.
- 
Dan empleo a más de 700.000 personas en toda España.

* Ver lista de empresas en la web www.brandsofspain.com y www.marcasrenombradas.com

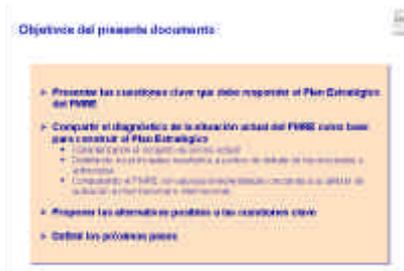
FMRE

La importancia de contar con un plan Estratégico

El Foro de Marcas Renombradas Españolas traza las líneas maestras de sus futuras actuaciones, al tiempo que analiza su situación actual

El Plan Estratégico del Foro de Marcas Renombradas Españolas está cada vez más cerca después de la reunión de trabajo que tuvo lugar el pasado 5 de julio y en la que se pidió la colaboración de todos los socios. La pasada reunión, celebrada el 19 de mayo, tuvo como objetivo analizar la situación actual del Foro, establecer una serie de consideraciones para el futuro y decidir qué iniciativas se tomarán para llevar a cabo esas actuaciones.

Para hacer un análisis del momento que atraviesa el FMRE se estudiaron tres elementos: los socios, la opinión de los mismos y la situación del resto de asociaciones en el mundo con vocación similar a la del Foro. Los sesenta socios miembros comparten unos denominadores comunes, aunque se diferencian por su cifra de facturación, su volumen de exportación o su número de empleados. Por ello, el reto del Foro de Marcas Renombradas Españolas es gestionar su enorme diversidad apoyándose en



objetivos y característicos que unifiquen al grupo.

Mediante 35 encuestas y 15 entrevistas, los socios han expresado su opinión sobre cinco temas clave: número de socios y sus criterios de admisión, naturaleza mixta y su encaje con otras organizaciones, España como marca, sello de marca renombrada y objetivos del Foro de Marcas Renombradas Españolas. Así, se han obtenido interesantes conclusiones, como la preferencia un perfil determinado a un número alto de miembros, la apreciación de la naturaleza mixta y la evidencia de que hay que fortalecer relaciones en todos los escenarios, la necesidad de colaborar con la Administración para potenciar la imagen o la valoración del sello únicamente como elemento jurídico.

Las cuestiones clave que se establecen tras comprobar la situación del FMRE son múltiples. Para empezar, es necesario definir cuáles son los ámbitos de actuación prioritarios del Foro y los interlocutores sobre los que desarrollar su actividad; en el primer aspecto, portavoz de las marcas españolas y ser una plataforma de internacionalización serían los campos de actuación más destacados, mien-

tras que Administración, mundo empresarial y sociedad conformarían los interlocutores más importantes. En lo que respecta a proyectos señalados a corto, medio y largo plazo, los socios apuntan hacia una deducción fiscal por inversión en marca (equiparable a I+D), certificación de marcas renombradas y concienciación de la importancia de la marca como estrategias a seguir en el futuro.

Quién debe ser miembro del Foro es otra cuestión relevante. Existe un consenso general sobre la conveniencia de tener al ICEX y al Ministerio como patronos, ya que su apoyo ha sido clave para conseguir objetivos, como la ley de marcas, por ejemplo. Sin embargo, a los socios les preocupa caer en la burocratización y ralentización, al igual que buscar vías para dinamizar sus relaciones con el Estado. Por último, habría que definir qué relación se debe establecer con otras asociaciones o entidades con ámbito de actuación cercano y cuál es el modelo óptimo de gestión.

Después de tener en cuenta todos estos condicionantes, el Foro de las Marcas Renombradas ha fijado unos pasos para determinar sus acciones futuras, donde el más importante es mantener una reunión de trabajo con los socios y patronos institucionales para perfilar el Plan Estratégico del FMRE.

El Foro de Marcas Renombradas Españolas, en sintonía con los jóvenes diplomáticos

Germán Bejarano, director de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Asuntos Exteriores, les animó a continuar investigando en temas relacionados con la imagen de España



La Escuela Diplomática invitó al Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) en calidad de colaborador e interlocutor destacado a una Jornada sobre marcas, que organizó el pasado 20 de febrero, y cuyo objetivo era formar a los jóvenes diplomáticos en materia de marcas e imagen del país.

Miguel Otero, recientemente nombrado director general de la Asociación de Marcas Renombradas Españolas (AMRE), presentó y moderó el acto. Igualmente, llevó

a cabo una presentación del Foro a los asistentes: quién compone el FMRE, sus marcas, y qué se entiende por Marca España.

El acto de clausura corrió a cargo de Germán Bejarano, director de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Asuntos Exteriores. Germán Bejarano animó a los jóvenes diplomáticos a seguir interesándose en estas cuestiones y a continuar investigando en temas relacionados con la Imagen de España.

El Foro de Marcas Renombradas Españolas aprovechó esta oportunidad para cimentar en la mente de los futuros cónsules o embajadores, la importancia que tienen las marcas como activos estratégicos de las empresas, y como éstas contribuyen a mejorar la percepción del Made in Spain. Tras el buen acogimiento de la Jornada, el Foro ha decidido, no sólo repetirla en futuros años, sino además ampliar su colaboración con la Escuela Diplomática.

CONCLUSIONES INTERVENCIONES

- Javier Noya, investigador del Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos: "España en el exterior resulta un país simpático, pero con problemas de imagen".
- Julio Cerviño, profesor titular de Economía de la Empresa de la Universidad Carlos III: "La identidad Marca País la crean las empresas, los políticos y la sociedad civil.
- Raúl Peralba, presidente de Positioning Systems: "España tiene problemas a la hora de buscar un posicionamiento claro y diferenciador en la mente de las personas".
- José Luis Bonet, presidente del FMRE y presidente de Freixene: "Hay una oportunidad de éxito para el vino español si se aprovechan las estructuras competitivas, las acciones de lobby y los 60 millones de turistas que visitan España cada año".
- Josep Pont, consejero del Grupo Borges: "El aceite es un Imperio que nos hemos dejado arrebatar por no crear marca. Afortunadamente, esta situación está cambiando gracias a las políticas y esfuerzos de las empresas españolas".
- Ángel Alloza, director de Identidad y Reputación Corporativa del BBVA: "Nuestra vinculación a España, ha dotado a la marca BBVA de una identidad más fuerte en los mercados exteriores".

Bienvenidas

En este número damos nuestra más cordial bienvenida al Foro de Marcas Renombradas Españolas a Mirto, Calvo y Rodman, últimos miembros incorporados al proyecto.

MIRTO

Desde hace más de 40 años, Mirto crea, confecciona y distribuye prendas de vestir a nivel nacional e internacional. Empezó fabricando camisas de modo artesano en un pasillo, pero ha sabido crecer y combinar la tradición con los avances tecnológicos. En los años setenta y ochenta creó nuevas sociedades y productos para adentrarse en otros mercados y segmentos del mundo de la moda. Todo dentro de un grupo de empresas de capital familiar y profesional dedicadas a la confección textil, las cuales comercializan más de un millón de prendas de vestir al año y en las que hoy trabajan más de 300 personas.



CALVO

Cuando José Calvo desembarcó en A Coruña en 1.890 procedente de Cuba, se propuso revolucionar y modernizar uno de los sectores más tradicionales de la industria gallega: las conservas de pescado. En 1944, en su casa viguesa de Carballo, montó una pequeña fábrica en la que trabajaba toda la familia. Desde entonces, Calvo no ha dejado de crecer hasta convertirse en una de las conserveras más importantes del mundo, un holding de 1.600 personas con un volumen de negocio de 250 millones de euros y en la empresa líder en el mundo en el mercado del atún.



GRUPO RODMAN

Rodman remonta sus orígenes a 1974, en Vigo. Desde entonces, su preocupación constante ha sido proporcionar embarcaciones que respondan a las más altas exigencias y expectativas de sus clientes. En sus 29 años de historia, ha conseguido posicionarse a la cabeza de la construcción naval en poliéster, con más de 11.000 unidades entregadas que navegan por todo el mundo. El pasado, presente y futuro de Rodman se basa en el cumplimiento de sus principios básicos: una cultura de trabajo en equipo, de calidad total y de mejora continua dirigida a conseguir la satisfacción de sus clientes y empleados, así como la innovación y el desarrollo tecnológico constante.



PRONOVIAS

El grupo Pronovias es una empresa familiar de origen barcelonés nacida en 1964 de capital 100% español. Es el líder mundial en el sector de la novia. Tiene una cuota de mercado del 60 % fuera de España y cuenta con más de 3200 puntos de venta en 60 países del mundo.

Entre sus ambiciosos proyectos está la incorporación al grupo por medio de licencias, de marcas internacionales de diseñadores de prestigio para sus correspondientes colecciones.



COREN

El grupo Coren es una asociación de cooperativas dedicada a la agricultura y a la explotación productos rurales gallegos con una clara orientación hacia la exportación, desde su fundación hace 45 años por D. Eulogio Gómez Franqueira. El grupo Coren abarca amplísimos campos, desde la avicultura de carne y puesta, ganado vacuno, porcino, cunicultura, avicultura alternativa y una red de tiendas de productos precocinados.



NATURA BISSÉ

Natura Bissé internacional es una empresa familiar española dedicada a la cosmética y a la creación de tratamientos estéticos incorporando principios activos en los productos (aminoácidos naturales libres). Natura Bissé fue creada hace 25 años por Ricardo Frisas y en cuya actividad, el mercado cosmético, ha acumulado un extenso Know how que ha supuesto un valor añadido a su producto. Hoy en día la empresa está claramente presente en Estados Unidos, Japón y Reino Unido entre otros.



TEXTILES MORA

Empresa del sector textil dedicada a la elaboración de mantas y productos textiles del hogar, que tuvo sus inicios en los años 40 y hoy por hoy es líder mundial en la venta de este producto. Desde sus comienzos la empresa ha preocupada por la innovación de tejidos y nuevos materiales. Hoy en día textiles Mora exporta a más de 60 países que la posiciona en la primera empresa exportadora en su segmento.



IBERIA

Primera compañía aérea de origen nacional creada en 1927, que hoy es líder indiscutible en España en rutas que unen España con Europa y América Latina y hoy en día está entre las cinco principales compañías aéreas del mundo. Es fundadora y propietaria del 19% de Amadeus (sistema de reservas internacionales líder en el mundo) y forma parte de una de las alianzas mundiales principales (Oneworld).



APPLUS +

Empresa Española de origen catalana creada en el 2003 y perteneciente al grupo Aguas de Barcelona. Applus es líder mundial en certificación en diferentes sectores como el de la automoción, construcción, agroalimentación, el aeronáutico, el naval, el siderúrgico, el petroquímico y el medioambiental entre otros. Las sede principales del grupo de se encuentran en Barcelona, Chicago y Nanjing, siendo sus principales países y donde se encuentra más presente Estados Unidos, China y Europa.



AGENDA

Congreso 5º Aniversario Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE)

El próximo otoño, el FMRE va a llevar a cabo su evento estrella del año, con motivo de celebración de su Vaniversario. El acto consistirá en una cena de gala en la que van a estar presentes personalidades políticas y empresariales, y en la que se van a entregar las acreditaciones a los Embajadores Honorarios de la Marca España. Al día siguiente, se celebrará un Congreso sobre marcas en el que participarán algunas de las empresas más prestigiosas y destacados gurús.

Jornadas de Esade

El próximo 4 de Octubre en la sede de Esade en Barcelona tendrá lugar una jornada sobre: "Las Estrategias de creación de marcas".

La gestión del diseño en la estrategia de la empresa". Al igual que está y en la misma sede, el próximo 8 de noviembre tendrá lugar una jornada bajo el título: "La protección y el registro de diseño. Una visión empresarial para aumentar el valor de la marca".

Congreso del Colegio de Economistas de Cataluña.

El Foro de Marcas Renombradas Españolas colabora en una mesa redonda dentro del Congreso del colegio de Economistas de Cataluña que tendrá lugar el próximo 11 de noviembre en el Hotel Fira Palace de Barcelona.

La mesa redonda bajo el nombre de "La marca, un activo intangible clave para la internacionalización de la empresa catalana" contará con la presencia de Miguel Otero, Director General del Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) y Director Corporativo de Comunicación y RR.II de Chupa Chups, S.A como coordinador.

En calidad de ponentes están José Luis Bonet, Presidente del Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) y Presidente del Grupo Freixenet y Jordi Montaña, Profesor de Marketing de ESADE. Como panelistas estarán Raül Peralba, Presidente de Positioning Systems y Asesor del FMRE, Jorge Grosse, Vicepresidente de Operaciones Internacionales de Miguel Torres SA, Ferrán Soriano, Vicepresidente Económico del Fútbol Club Barcelona (15 min.). El moderador será José Orihuel, Delegado de Expansión en Cataluña.



Este boletín ha sido editado
por el Foro de Marcas
Renombradas Españolas

►► **Contacto**

Eva Barrionuevo

Tel.: 91 426 38 43

Fax: 91 426 38 69

C / Ayala, 11, 2ª planta

28001 Madrid

evab@brandsofspanain.com