

Promoción de las marcas españolas y de la imagen país



Carmen Peñalver

El Foro de Marcas se crea el 14 de julio de 1999 con la firma de un convenio entre 17 empresas y el Ministerio de Industria y Energía, dirigido en ese momento por Josep Piqué. Nació así el Foro con la finalidad de mentalizar a la sociedad y a las administraciones públicas de la necesidad de proteger las marcas como elementos claves de competitividad en las relaciones económicas internacionales. Tras la firma de dicho convenio, en el año 2001 se constituye formalmente la Asociación de Marcas Renombradas Españolas. Actualmente el Foro tiene una doble estructura: la Asociación de Marcas Renombradas Españolas, de la que forman parte más de 100 empresas, y la Fundación Foro de Marcas Renombradas Españolas, de la que forman parte el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y de Cooperación, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, ICEX España Exportación e Inversiones, la Oficina Española de

Patentes y Marcas, la Cámara de Comercio de España y las Secretarías de Estado de Turismo y de la España Global. El órgano de gobierno de la Asociación es la Junta Directiva, mientras que el órgano de gobierno de la Fundación es el Patronato.

¿Cuáles han sido los grandes hitos de la institución en estos 20 años?

Por un lado, podemos destacar los hitos relacionados con la consolidación y el crecimiento del Foro como alianza público-privada: en 2002 se creó la Fundación FMRE, en 2005 se amplió el Patronato con la integración del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, en 2010 el Foro alcanzó la cifra de 100 empresas asociadas, en 2018 Ignacio Osborne tomó el relevo de José Luis Bonet en la presidencia del Foro de Marcas, y en este mismo año, 2019, se han integrado en el Patronato de la Fundación las Secretarías de Estado de Turismo y de la España Global.

Por otro lado, nos gustaría destacar algunos hitos relacionados con la creación de actividades y proyectos de con-

tinuidad del Foro: Embajadores Honorarios de la Marca España (EHME) (2005): reconocimiento público a personas, físicas o jurídicas, de nacionalidad española, que han contribuido significativamente a la generación y al fortalecimiento de una imagen positiva de España en el exterior; Amigos de la Marca España y de las Marcas Españolas (2010): reconocimiento a personalidades no españolas que se han destacado por su vinculación y apoyo con España o con las marcas españolas en sus respectivos países; Club de Marcas de Alto Potencial Internacional (Club MAPI) (2012): iniciativa del Foro de Marcas que apoya a las empresas que apuestan por la marca para que tengan éxito en su proceso de internacionalización; Atlas de las marcas líderes españolas (2013): herramienta que muestra la presencia internacional de las principales empresas españolas publicada por primera vez en versión impresa y digital, y actualizada anualmente en su versión *online* (atlas.marcasrenombradas.com); Spain Through its Wineries (2016): proyecto que nace gracias a la



colaboración entre el FMRE y la Organización Mundial de Turismo (OMT) con el objetivo de posicionar España como un referente internacional en turismo enológico. Presenta una nueva oferta turística fruto de la unión de nueve de los grupos bodegueros más importantes de España.

¿Qué tipo de actividades y proyectos llevan ustedes a cabo?

Llevamos a cabo actividades de promoción de las marcas españolas y de la imagen país, tanto en España como en el exterior, sesiones y encuentros de intercambio de experiencias, jornadas para dar a conocer las buenas prácticas de las empresas españolas internacionalizadas, proyectos singulares de colaboración entre socios, así como publicación de investigaciones e informes.

¿Cuál es el perfil de los miembros del Foro de Marcas y cuáles son los sectores más representados?

Los miembros del Foro son empresas españolas con marcas líderes en sus respectivos sectores o categorías, con un alto grado de internacionalización y que apuestan por la marca como princi-

pal activo de competitividad. La media de negocio internacional de los miembros del Foro es del 54% y la facturación de sus miembros suma más de 420.000 millones de euros.

Los sectores más representados actualmente en el Foro son: Alimentación y Bebidas (23%), Infraestructuras, Industria y Tecnología (22%), Servicios (16%), y Moda y Accesorios (15%).

El Foro acaba de cumplir 20 años, ¿por qué sigue siendo más que importante su labor?

Los pilares sobre los que se fundó el Foro siguen siendo hoy en día fundamentales para mejorar la competitividad de la economía española. Además, el Foro es la única institución que une a las marcas líderes y a las administraciones públicas en un mismo organismo bajo el objetivo del interés general, lo que es un logro de un valor incalculable que es necesario seguir manteniendo.

Los pilares sobre los que se fundó el Foro son los siguientes: la empresa española debe apostar por la internacionalización y depender menos del mercado doméstico; dicha expansión internacio-

nal debe hacerse apoyándose en factores de competitividad como la marca, que generen diferenciación y valor, y, por tanto, ventajas competitivas duraderas; la imagen país es un factor que afecta en mayor o menor medida a la competitividad de la empresa española en su proceso de internacionalización. En el ámbito empresarial, son las marcas líderes con una sólida presencia internacional las que contribuyen a mejorar y prestigiar dicha imagen; es necesario unir fuerzas entre las empresas y las administraciones públicas en favor de intereses generales compartidos, desarrollando mecanismos de colaboración público-privada.

¿Qué es el Foro de Marcas Renombradas Españolas y cuál es su propósito?

El Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) es una alianza público-privada integrada por más de cien de las principales empresas españolas con marcas líderes en sus respectivos sectores junto con el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y de Cooperación, el Ministerio de Industria, Co-

mercio y Turismo, ICEX España Exportación e Inversiones, la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), la Cámara de Comercio de España y las Secretarías de Estado de Turismo y de la España Global.

Su propósito es fomentar a todos los niveles la importancia estratégica de las marcas e impulsar su internacionalización como palanca clave para la mejora de la competitividad de la economía española, contribuyendo así a potenciar la imagen de España y del conjunto de sus empresas a través de la unión de esfuerzos entre las marcas líderes españolas y las administraciones públicas competentes.

¿Cómo se financian ustedes?

El Foro se financia fundamentalmente a través de las cuotas de sus asociados. También cuenta con un apoyo finalista, para algunos proyectos concretos, por parte de los organismos públicos que componen la institución.

¿Por qué pertenecer al Foro? Háblenos de su Decálogo.

El Foro es una organización multisectorial con una estructura un tanto compleja por lo que, para facilitar la comprensión de lo que aportamos a los posibles futuros miembros, elaboramos hace tiempo un decálogo con los principales motivos por los que pertenecer al Foro de Marcas: por ser la institución que agrupa a las marcas líderes españolas; por participar en un proyecto que defiende los intereses generales del país y de la Marca España; por constituir una alianza de colaboración público-privada; por pertenecer a una organización que defiende la relevancia estratégica de la marca como activo clave de competitividad; por formar parte de una entidad que defiende la importancia de la internacionalización de la empresa española y promueve medidas para que se apoye dicho proceso; por ser una plataforma de relación y colaboración entre las marcas líderes españolas y las administraciones públicas; por las posibilidades de relación y sinergias con otras marcas líderes españolas; por tener acceso a la experiencia y conocimiento de otras empresas líderes españolas sobre el proceso de internacionalización de sus marcas; por participar en actividades, publicaciones y proyectos singulares liderados por el Foro; por apoyar a las empresas de ma-

yor potencial (MAPI) en su proceso de internacionalización con marca.

Con posterioridad a su fundación, han puesto en marcha el Club MAPI. ¿En qué consiste y qué objetivos prioritarios tiene?

El Club de Marcas de Alto Potencial Internacional (Club MAPI) fue creado por el Foro de Marcas en 2012 con el objetivo de poder vincular al mismo a empresas que apuestan por la marca como principal activo de competitividad y por la internacionalización como estrategia empresarial, pero que se encuentran en una fase de expansión exterior o un tamaño inferior a la de los miembros del Foro. El Club MAPI cuenta actualmente con 30 miembros y trata de vincular y acompañar desde el Foro a aquellas empresas que tienen un mayor potencial de crecimiento internacional.

¿Hasta qué punto es positivo para ustedes tener entre sus miembros a los Ministerios del Gobierno de España, al ICEX, Oficina Española de Patentes y Marcas y Cámara de Comercio de España?

Es muy positivo, es más, la esencia del Foro es la colaboración público-privada

da y esta no sería posible sin contar con los organismos mencionados en nuestro patronato.

En el Foro, usted ha pasado de vicepresidente segundo a presidente. ¿Por qué aceptó el nuevo cargo, cuándo y con qué objetivos?

He mencionado muchas veces que “soy el primer presidente después de José Luis Bonet” porque los 20 años de historia del Foro han ido muy ligados a su figura como presidente. Asumí el cargo a finales de 2018 con mucha ilusión y con el objetivo de seguir trabajando en la consolidación del Foro y sus retos de futuro.

¿Cuáles son las grandes cifras del Foro?

El Foro lo forman 111 miembros, 6 organismos públicos y 30 del Club MAPI. La suma de la facturación de sus miembros es de 423.436,18 millones de euros, y el porcentaje de facturación de sus miembros sobre PIB es del 35%. La media de negocio internacional es del 54%. El Foro ha reconocido a 52 Embajadores Honorarios de la Marca España y a 117 Amigos de la Marca España y de las Marcas Españolas ■

