FUNDACIÓN FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS

INFORME DE AUDITORIA DE CUENTAS ANUALES PYMES

ESFL

EJERCICIO 2022

INFORME DE AUDITORIA DE CUENTAS ANUALES PYMES ESFL EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE

Al Patronato de FUNDACIÓN FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS

Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales PYMES ESFL de FUNDACIÓN FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS (la Fundación), que comprenden el balance abreviado ESFL a 31 de diciembre de 2022, la cuenta de pérdidas y ganancias abreviada ESFL y la memoria abreviada ESFL correspondiente al ejercicio terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales PYMES ESFL adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de la Fundación a 31 de diciembre de 2022, así como de sus resultados y flujos de efectivo correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación (que se identifica en la nota 2.1 de la memoria abreviada ESFL) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección *Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales PYMES ESFL* de nuestro informe.

Somos independientes de la Fundación de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, que son aplicables a nuestra auditoría de las cuentas anuales en España según lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas. En este sentido, no hemos prestado servicios distintos a los de la auditoría de cuentas ni han concurrido situaciones o circunstancias que, de acuerdo con lo establecido en la citada normativa reguladora, hayan afectado a la necesaria independencia de modo que se haya visto comprometida.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Aspectos más relevantes de la auditoría

Los aspectos más relevantes de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido considerados como los riesgos de incorrección material más significativos en nuestra auditoría de las cuentas anuales PYMES ESFL del periodo actual. Estos riesgos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de las cuentas anuales en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre éstas, y no expresamos una opinión por separado sobre esos riesgos.

Hemos determinado que no existen riesgos más significativos considerados en la auditoría que se deban comunicar en nuestro informe.

Responsabilidad del Presidente del Patronato en relación con las cuentas anuales PYMES ESFL

El Presidente del Patronato es responsable de formular las cuentas anuales PYMES ESFL adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la Fundación, de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable a la Fundación en España, y del control interno que consideren necesario para permitir la preparación de cuentas anuales libres de incorrección material, debida a fraude o error.

En la preparación de las cuentas anuales PYMES ESFL, el Presidente del Patronato es responsable de la valoración de la capacidad de la Fundación para continuar como empresa en funcionamiento, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con la empresa en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento excepto si los administradores tienen intención de liquidar la Fundación o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales PYMES ESFL

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales PYMES ESFL en su conjunto están libres de incorrección material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión.

Seguridad razonable es un alto grado de seguridad, pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España siempre detecte una incorrección material cuando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en las cuentas anuales PYMES ESFL.

Como parte de una auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas en España, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- Identificamos y valoramos los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales PYMES ESFL, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una incorrección material debida a fraude es más elevado que en el caso de una incorrección material debida a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionadamente erróneas, o la elusión del control interno.

- Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la Fundación.

- Evaluamos si las políticas contables aplicadas son adecuadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por los administradores.

- Concluimos sobre si es adecuada la utilización, por el Presidente del Patronato, del principio contable de empresa en funcionamiento y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Fundación para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en las cuentas anuales PYMES ESFL o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, los hechos o condiciones futuros pueden ser la causa de que la Fundación deje de ser una empresa en funcionamiento.

- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de las cuentas anuales PYMES ESFL, incluida la información revelada, y si las cuentas anuales PYMES ESFL representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran expresar la imagen fiel.

Nos comunicamos con el Presidente del Patronato de la Fundación en relación con, entre otras cuestiones, el alcance y el momento de realización de la auditoría planificados y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

Entre los riesgos significativos que han sido objeto de comunicación al Presidente del Patronato de la Fundación, determinamos los que han sido de la mayor significatividad en la auditoría de las cuentas anuales PYMES ESFL del periodo actual y que son, en consecuencia, los riesgos considerados más significativos.

Describimos esos riesgos en nuestro informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente la cuestión.

Capital Auditors and Consultants SL
Inscrita en el ROAC Nº S1886

Capital Auditors and Consultants, S.L.
B85296754 - R.O.A.C. S1886

Javier Sánchez Serrano.
Inscrito en el ROAC Nº 17.554
Madrid, 29 de junio de 2023

Fundación Foro de Marcas Renombradas Españolas

Cuentas Anuales PYMES ESFL

31 de diciembre de 2022

FUNDACION: FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS
BALANCE PYMES ESFL A 31 DE DICIEMBRE 2022 Y 2021
(expresado en euros)

Activo	Notas de la memoria	31/12/2022	31/12/2021
B) ACTIVO CORRIENTE		**290.208,11**	**290.392,80**
III. Usuarios y otros deudores de la actividad propia	**5**	**73.842,95**	**54.317,95**
3. Otros		*73.842,95*	*54.317,95*
IV. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	**8**	**13.861,18**	**12.080,09**
VIII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes		**202.503,98**	**223.994,76**
TOTAL ACTIVO (A+B)		**290.208,11**	**290.392,80**

Patrimonio neto y pasivo	Notas de la memoria	31/12/2022	31/12/2021
A) PATRIMONIO NETO		**266.196,12**	**271.053,73**
A-1) Fondos propios	**7**	**266.196,12**	**271.053,73**
I. Dotación fundacional/Fondo social		**30.000,00**	**30.000,00**
1. Dotación fundacional/Fondo social		*30.000,00*	*30.000,00*
III. Excedentes de ejercicios anteriores		**237.628,78**	**286.370,69**
IV. Excedente del ejercicio		**(1.432,66)**	**(45.316,96)**
C) PASIVO CORRIENTE		**24.011,99**	**19.339,07**
III. Deudas a corto plazo		**1.574,64**	**-**
3. Otras deudas a corto plazo		1.574,64	-
VI. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar		**22.437,35**	**19.339,07**
1. Proveedores	*6*	16.510,00	17.614,07
2. Otros acreedores	*8*	5.927,35	1.725,00
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)		**290.208,11**	**290.392,80**

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

FUNDACION FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS
CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS PYMES ESFL
31 de diciembre de 2022 y 2021
(expresado en euros)

Pérdidas y ganancias	Notas de la memoria	31/12/2022	31/12/2021
A) Excedente del ejercicio			
1. Ingresos de la actividad propia	**9.5**	**468.349,62**	**150.732,00**
c) Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones		140.000,00	85.732,00
d) Subvenciones, donaciones y legados imputados al excedente del ejercicio	10	328.349,62	65.000,00
8. Gastos de personal	9.3	(7.299,82)	-
9. Otros gastos de la actividad	**9.4**	(462.482,46)	(198.400,59)
A.1) EXCEDENTE DE LA ACTIVIDAD (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)		(1.432,66)	(47.668,59)
14. Ingresos financieros		-	2.351,63
A.2) EXCEDENTE DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS (14+15+16+17+18)		-	2.351,63
A.3) EXCEDENTE ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)		(1.432,66)	(45.316,96)
19. Impuestos sobre beneficios		-	-
A.4) Variación de patrimonio neto reconocida en el excedente del ejercicio (A.3 + 19)		(1.432,66)	(45.316,96)
B) Ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto		-	-
B.1) Variación de patrimonio neto por ingresos y gastos reconocidos directamente en el patrimonio neto (1+2+3+4)		-	-
C) Reclasificaciones al excedente del ejercicio		-	-
C.1) Variación de patrimonio neto por reclasificaciones al excedente del ejercicio (1+2+3+4)		-	-
D) Variaciones de patrimonio neto por ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto (B.1 + C.1)		-	-
E) Ajustes por cambios de criterio		-	-
F) Ajustes por errores		-	-
G) Variaciones en la dotación fundacional o fondo social		-	-
H) Otras variaciones		-	-
I) RESULTADO TOTAL, VARIACIÓN DEL PATRIMONIO NETO EN EL EJERCICIO (A.4+D+E+F+G+H)		(1.432,66)	(45.316,96)

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

FUNDACIÓN FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS (FMRE)
MEMORIA ANUAL DEL EJERCICIO FINALIZADO
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022

FUNDACIÓN	FUNDACION FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS (FMRE)
Nº DE REGISTRO	666
C.I.F.	G- 83355768
EJERCICIO	2022

NOTA 1. Actividad de la fundación

1. **Los fines de la fundación, según su establece en su Estatutos, son:**

La Fundación se constituye con el objeto de promover las marcas renombradas españolas, tal y como se definen en las normas nacionales e internacionales que regulan esta materia, especialmente en las de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual y su contribución a la imagen y prestigio de España, tanto en el territorio nacional como en el extranjero. Para la consecución de su objeto, la actividad de la Fundación perseguirá, preferentemente, los siguientes fines:

a) Fomentar las marcas renombradas españolas como factor favorecedor de la competitividad y generador de progreso.
b) Favorecer la permanente internacionalización de la marca renombrada española como cauce privilegiado para elevar la imagen de España.
c) Contribuir a la sensibilización sobre el papel estratégico de las marcas renombradas españolas en todos los ámbitos de decisión, públicos y privados, nacionales e internacionales.
d) Estudiar y proponer iniciativas, normativas y otras actuaciones públicas orientadas a la consecución de un marco jurídico adecuado para la protección de las marcas renombradas españolas.
e) Promocionar la imagen exterior de las empresas y de los productos españoles mediante la implantación internacional de sus marcas, en su caso en colaboración con las instituciones públicas y privadas competentes en la materia, contribuyendo al mismo tiempo a la integración progresiva de las marcas españolas en la imagen de Marca Comunitaria.
f) Difundir la experiencia de internacionalización de las empresas con marcas globales en beneficio de la imagen de España y del conjunto de las empresas españolas.

El órgano de gobierno de la Fundación está constituido por el Patronato.

Se le aplica la Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones, Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación y la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las Fundación es sin fines lucrativos, el Real Decreto 1337/2005, de 11 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de Fundaciones de Competencia Estatal, el Real Decreto 1611/2007, de 7 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento del Registro de Fundaciones de Competencia Estatal, el Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad, el Real Decreto 1515/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas y los criterios contables específicos para microempresas, el Real Decreto 1491/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las Fundaciones sin fines lucrativos y el modelo del plan de actuación de las Fundaciones sin fines de lucro, y demás disposiciones legales aplicables.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Fundación Foro de Marcas Renombradas Españolas (F.M.R.E.)
Memoria de las cuentas anuales correspondientes al ejercicio terminado al 31/12/22

Durante el ejercicio 2022, las actividades de la Fundación han consistido en:

A) ACTIVIDADES CON CARGO AL PRESUPUESTO ORDINARIO:

I) Jurado Embajadores Honorarios de la Marca España:

El 5 de octubre de 2022 tuvo lugar la reunión del Jurado que seleccionó a la X promoción de Embajadores Honorarios de la Marca España (EHME), iniciativa creada en 2005, cuyo objetivo es otorgar un reconocimiento público a aquellas personas o instituciones de nacionalidad española que contribuyen significativamente al prestigio y potenciación de la imagen de nuestro país en el exterior.

Esta acreditación, que cuenta con el beneplácito del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, se concede con carácter bienal en seis categorías. La entrega de estas acreditaciones tuvo lugar el 15 de marzo de 2023 en una ceremonia que estuvo presidida por Sus Majestades los Reyes, como en ediciones anteriores.

Los nuevos Embajadores Honorarios de la Marca España de esta X edición son:

Gestión Empresarial: José Manuel Entrecanales, por su excelente gestión como presidente y CEO de ACCIONA, grupo líder en energías renovables e infraestructuras, con presencia en más de 60 países y más de 40.000 empleados, y su compromiso con la sostenibilidad. Es miembro activo de las principales entidades que promueven el desarrollo sostenible y la lucha contra el cambio climático, como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, o el Carbon Pricing Leadership Coalition del Banco Mundial.

Acción social: Luis Rojas Marcos, por su labor social comprometida con la salud mental y por su brillante trayectoria como médico y gestor de servicios sanitarios y organismos en lugares como Nueva York. Rojas Marcos ha sido reconocido internacionalmente por su trabajo con los más desfavorecidos y posee la Orden de las Artes y las Letras de España, entre otros galardones.

Arte y Cultura: Patricia Urquiola, por ser una de las arquitectas y diseñadoras más relevantes a nivel mundial. Ha recibido varios premios internacionales por sus diseños, además de la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes en 2011, y la Orden de Isabel La Católica. Parte de su obra está expuesta en lugares como el Museo de Arte Moderno de Nueva York, el Museo de las Artes Decorativas de París, o el Museo Nacional de Zúrich.

Turismo y Gastronomía: Carmen Riu, por su excelente gestión como consejera delegada al frente de Riu Hotels & Resorts, una de las cadenas hoteleras líderes a nivel mundial, con 100 hoteles en 20 países y más de 28.000 empleados, desde sus orígenes como pequeña empresa familiar. Por contribuir a difundir la calidad y la excelencia de nuestro país gracias a la expansión internacional de este grupo hotelero.

Deportes: Teresa Perales, por su fortaleza y capacidad de adaptación para superar circunstancias personales adversas, y proyectar una carrera paralímpica y pública ejemplar. Perales ha obtenido 27 medallas en los Juegos Paralímpicos, 20 medallas en los Mundiales y 37 medallas en los Campeonatos de Europa, además de 5 récords del mundo. Ha desempeñado también cargos de gestión y responsabilidad pública por su compromiso con la sociedad. Es Premio Princesa de Asturias de los Deportes 2021.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Ciencia e Innovación: Begoña Vila, por su brillante trayectoria como investigadora astrofísica que le ha merecido el reconocimiento internacional y su labor como ingeniera jefa en el equipo del telescopio James Webb. Ha sido condecorada por la NASA con la medalla Exceptional Public Achievement por su liderazgo y logros excepcionales. Es miembro de ECUSA-D C que engloba a la comunidad científica española en las áreas de Washington D C, Maryland y Virginia.

Este reconocimiento se fundamenta en el valor que aportan los EHME por su prestigio internacional a la marca y reputación de España, y el impacto que puede tener su trayectoria y actuación a nivel global. La acreditación tiene carácter honorifico y requiere la previa aceptación del EHME, además de su disposición a colaborar en iniciativas del FMRE que fortalezcan la imagen internacional de nuestro país en el exterior.

El proceso de selección de los EHME es muy participativo. A través de una encuesta, los candidatos son preseleccionados por:

- Las más de 150 empresas asociadas al FMRE
- Las embajadas y consulados de España
- Las oficinas económicas y comerciales de España en el exterior
- Las cámaras de comercio
- Las oficinas de turismo en el extranjero
- Los Institutos Cervantes en el exterior
- Los miembros de Conexión España, red global de directivos.

A partir de los resultados de esta encuesta, un comité técnico del FMRE realiza una preselección de 5 candidatos en cada categoría, que luego son presentados al jurado, integrado por destacados representantes de los ámbitos empresarial, institucional, y de la Administración Pública para su dictamen. Tras la aceptación por parte de los acreditados, se comunican los nuevos embajadores a la Casa Real.

El Jurado de los EHME, reunido el 5 de octubre en Bodegas Osborne de El Puerto de Santa María (Cádiz) y presidido por Antonio Abril, vicepresidente del FMRE, estuvo compuesto por (en orden alfabético): Álvaro Guillén, consejero director de RRII de Acesur; Ana de la Cueva, presidenta de Patrimonio Nacional; Ana Esmeralda Martínez, directora general de Diplomacia Económica del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, y vicepresidenta del FMRE; Ana Sáinz, directora general de la Fundación SERES; Andrés Pereda, director corporativo de la Cámara de Comercio de España; Antonio Bonet, presidente del Club de Exportadores; Antonio Pont, presidente de honor de Borges; Antonio Viejo, director corporativo de Hijos de Rivera; Carlos de Palacio Oriol, presidente de Talgo; Carmen Fernández de Alarcón, CEO Havas; Eva Piera, directora general de Relaciones Externas y Comunicación de Mapfre; Francisco Vallés, secretario general del FMRE; Ignacio Osborne, presidente del Grupo Osborne y presidente del FMRE; Ignacio Sierra, director general corporativo del Grupo Tendam; Javier Serra, director general de Coordinación y Cooperación Institucional de ICEX; Manuel Barbadillo, presidente de Bodegas Barbadillo; Margaret Chen, fundadora y presidenta de honor de China Club Spain; Marta Camacho, directora de Asuntos Institucionales y Gabinete de la Presidencia de Repsol; Marta Torralvo, directora corporativa de RTVE; Mauricio González Gordon, presidente de González-Byass; Miguel Otero, patrono de mérito del FMRE; Pablo Garde, subsecretario de Industria, Comercio y Turismo y vicepresidente del FMRE; Pablo López, director general del FMRE, secretario del jurado; Sara Bieger, presidenta de la Cámara Franco-Española; y Tristán Ybarra, director de exportación del Grupo Ybarra.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

II) Actividad Dubái: la actividad internacional desarrollada por el FMRE en Dubái en 2022 consistió en varias acciones:

1) Reconocimiento a los Amigos de la Marca España: tuvo lugar el 2 de febrero de 2022 en el marco de la cena de gala organizada por el Spain Business Council (SBC) con motivo del día de España en Expo Dubái. Esta ceremonia contó con cerca de 300 asistentes y fue presidida por la ministra de Industria, Turismo y Comercio , doña Reyes Maroto. Tanto ICEX como el Foro de Marcas estuvieron representados al más alto nivel ya que asistieron a la cena y a la ceremonia la secretaria de Estado de Comercio, la consejera delegada de ICEX, el consejero Económico y Comercial en Emiratos Árabes o el presidente, el secretario general y el director general del Foro, junto con una nutrida representación de empresarios.

Este reconocimiento que el Foro de Marcas ya ha realizado en ciudades como Paris, Nueva York, Tokio, México o Hong Kong sirve para reconocer a personas e instituciones locales que hayan contribuido o apoyado significativamente a la imagen de España o de sus empresas y marcas. En esta edición los galardonados fueron:

- H.E. Thani bin Ahmed Al Zeyoudi: ministro de Estado de Comercio Exterior de EAU.
- H.E. Reem Al Hashimy: ministra de Estado de Cooperación Internacional de EAU y directora general de Expo Dubái 2020
- Al Ghurair Investment: por su gestión de la tienda del Pabellón de España en Expo Dubái 2020.
- Etihad Airways: aerolínea nacional que conecta EAU con España desde Abu Dhabi.
- DP World: uno de los mayores operadores de puertos del mundo entre los que se encuentra el de Tarragona.

Estos Amigos de la Marca España fueron seleccionados por un jurado compuesto por:

- Íñigo de Palacio – Embajador de España en EAU y presidente de este Jurado
- Amaya Delgado en representación de Guillermo Cobelo – presidente del Spanish Business Council
- Andrés Salinero – consejero Económico y Comercial en EAU
- Carmen Bueno – comisaria del Pabellón de España en Expo Dubái 2020
- Daniel Rosado - consejero de Turismo en EUA (excusa asistencia a la reunión pero envía propuesta telemática)
- Pablo López – director general del Foro de Marcas Renombradas Española
- Jaime Montalvo – director de Internacional de la Cámara de Españ
- Íñigo Gil Casares en representación de Javier Serra – director general de Cooperación Institucional y Coordinación en ICEX

2) Evento B2B de promoción de la moda española: el 2 de marzo se celebró en el Pabellón de España en Expo Dubái 2020 un evento empresarial B2B organizado por el Foro de Marcas e ICEX donde algunas de las principales marcas españolas de moda, joyería y lifestyle se dieron cita con algunos de los principales grupos de retail de los EAU, así como con medios de comunicación e influencers. Alma en Pena, Aristocrazy, el Ganso, Lladró, Lola Casademunt, Natura Bissé, Pedro del Hierro, Roberto Verino, Springfield, Tous, UNOde50 y Women'secret fueron las marcas participantes en el encuentro.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

El evento dio comienzo con las intervenciones de Andrés Salinero, consejero Económico y Comercial de la Embajada de España en Dubái, y Pedro Vargas, director de Proyectos Internacionales del Foro de Marcas, quienes introdujeron y pusieron en valor el sector de la moda española y las oportunidades que tiene este sector en Emiratos Árabes Unidos. Seguidamente, los cerca de 100 asistentes al encuentro disfrutaron de una visita guiada privada por el Pabellón de España y La Tienda, gestionada por el Foro de Marcas y donde la mayoría de las marcas participantes en el evento comercializan sus productos. Tras la visita, los grupos locales invitados y los representantes de las marcas tuvieron ocasión de conectar entre sí y explorar conjuntamente las oportunidades de colaboración en la región. Para la organización de este evento se contó, por recomendación directa de la Oficina Comercial, con la colaboración de Gulf Business Consulting, agencia especializada en el sector y que se encargó de la captación de los contactos de interés (relevantes operadores de retail en la región) y de la contratación de los servicios necesarios para la realización del evento (azafatas, cátering, espectáculo, decoración y montaje, fotografía, video, etc...).

3) Evento B2B de promoción de la gastronomía española: el 3 de marzo ICEX y el Foro de Marcas organizaron un encuentro B2B gastronómico en Dubái donde importantes marcas de alimentación y bebidas españolas tuvieron la oportunidad de conocer a muchos de los grandes grupos de distribución y comercialización de Emiratos Árabes Unidos con el objetivo de establecer acuerdos comerciales.

Aceitunas Torrent, Acesur, Adam Foods, Gulius, Hijos de Rivera, La Chinata, Marqués de Cáceres, Palacio de Oriente, Vichy Catalán y Virginias fueron las empresas españolas participantes en el evento que tuvo lugar en los jardines de Hotel Westin, que cuenta con el restaurante español 'El Sur'.

Cada una de las marcas de las empresas asistentes contó con una food station, donde los grupos locales y medios de comunicación podían acercarse para conocer más sobre los productos españoles y entablar conversación con los representantes de los mismos. Además, durante el encuentro los invitados degustaron una cena española elaborada por el chef del restaurante empleando los productos de las propias marcas.

Para la organización de este evento se contó, por recomendación directa de la Oficina Comercial, con la colaboración de Sopexa, agencia especializada en el sector de alimentación y bebidas, habitual colaborador de la OFECOMES y que se encargó de la captación de los contactos de interés (importadores, distribuidores y comercializadoras del sector) y de la contratación de los servicios necesarios para la realización del evento (cátering, alquiler del espacio, decoración y montaje, fotógrafo...).

III) Conexión España:

Conexión España es una iniciativa independiente y sin fines de lucro, creada con el objetivo de conectar a nivel global el talento directivo español, que junto con las empresas e instituciones, pretende fomentar el intercambio de conocimiento y experiencia, e impulsar la competitividad e imagen de España.

Se trata de una alianza público-privada que cuenta con 4 entidades promotoras: el Foro de Marcas Renombradas Españolas, la Cámara de Comercio de España, la Confederación Española de Directivos y Ejecutivos, e ICEX-España Exportación e Inversión.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Foro de Marcas Renombradas Españolas

Fundación Foro de Marcas Renombradas Españolas (F.M.R.E.)
Memoria de las cuentas anuales correspondientes al ejercicio terminado al 31/12/22

Durante el año 2022 se han realizado diversas actividades tanto virtuales como presenciales, las más relevantes fueron las siguientes:

- Encuentro virtual con Josep Piqué (27 de enero)
- Presentación oficial de Conexión España (21 de febrero)
- Webinar especial Ucrania (31 de marzo)
- webinar sobre las tendencias y el futuro de la movilidad internacional (30 de junio)
- Encuentro virtual con Trinidad Jimenez (4 de julio)
- Encuentro virtual con Federico J. González (8 de septiembre)
- Desayuno de presentación de Conexión en España con la Cámara de Comercio de España en EAU (Dubái)
- Webinar sobre Criptomonedas y NFTs (29 de septiembre)
- Webinar sobre la industria del fútbol (20 de octubre)
- Webinar de presentación de Conexión España en Hong Kong (20 de octubre)
- Encuentro de Navidad en Madrid (21 de diciembre)

En cuanto a los contenidos, durante 2022 mensualmente se generaron contenidos para la Red Global de Directivos tales como:

- Elaboración mensual de una Newsletter de Conexión España
- Artículos e informes de interés
- Entrevistas a los directivos miembros de Conexión España:

  - Abraham Franco
  - Bisila Bokoko
  - Antonio Basagoiti
  - Bárbara Navarro
  - Pilar Jericó
  - Eva Marcos
  - Iñaki Amaté
  - Carlos Olave
  - Ana José Varela
  - Saúl Bermúdez

- Píldoras de conocimiento sobre los siguientes temas:

  - La Gran Renuncia
  - Geopolítica de los "shocks" de oferta
  - Gestión de talento
  - El papel de la OTAN en la invasión de Ucrania
  - Transformación digital
  - Claves para atraer y retener talento
  - 5 claves para impulsar el cambio en las compañías

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Asimismo, se desarrolló una importante actividad en redes sociales, consistente en la gestión de la cuenta de LinkedIn de Conexión España. El objetivo fue publicar al menos un post semanal para mantener activa la audiencia de Conexión España. Además, se realizaron encuestas y entrevistas sobre las actividades y contenidos de la Red Global con el fin de conocer la opinión y valoración de los directivos sobre los contenidos y las actividades; y se realizaron varias entrevistas individualizadas para recoger feedback directo.

En cuanto al trabajo tecnológico en la plataforma, se han introducido estas novedades:

- Diseño y desarrollo de la página para miembros corporativos
- Gestión del área privada para los miembros de la Red Global de Directivos
- Gestión de la página web de Conexión España y su blog
- Gestión de las herramientas tecnológicas: Mailchimp, Zoom, Vimeo, Hotjar y Google Analytics.

Finalmente, en relación con la gobernanza y gestión de Conexión España, el proyecto cuenta con un Comité de Dirección; un Comité de Actividades y Contenidos; y un Consejo Asesor. Todos estos órganos se reúnen periódicamente con el fin de supervisar y controlar la labor desarrollada por el equipo de gestión del proyecto. En cuanto a los miembros de Conexión España, el ejercicio 2022 finalizó con más de 1000 miembros pertenecientes a la red.

IV) Programa Marca e Innovación:

El Programa MARCA & INNOVACIÓN – DIFERENCIACIÓN COMPETITVA PARA CEOS es una actividad iniciada por el Foro de Marcas Renombradas Españolas a finales de 2019, con el objetivo impulsar la competitividad a nivel global de las empresas españolas y, en concreto, el apoyo que desde las empresas se debe dar a la marca, a la innovación y al diseño. El Programa cuenta con el apoyo tanto del ICEX como de la OEPM.

El Programa prevé la realización de acciones de formación en el marco de la mejora de la competitividad e internacionalización de las empresas españolas, especialmente en materia de intangibles, tales como la marca, la reputación, el diseño y la innovación.

El partner académico seleccionado es la escuela de negocios asociada al Foro, ESIC Business and Marketing School.

El programa Marca e Innovación, Diferenciación Competitiva para CEOS, es una experiencia de aprendizaje intensiva que ofrece las herramientas clave para impulsar la marca y la innovación como palancas de competitividad y generación de valor, aportando los conocimientos esenciales para la toma de decisiones de forma ágil y eficiente en un entorno en constante evolución. Los valores diferenciales de este Programa son los siguientes:

- Está diseñado específicamente para los CEOS de las PYMES españolas
- Se desarrolla en 3 ciudades al año
- Consta de 5 jornadas presenciales en cada una de las ciudades seleccionadas en las que participan unos 30 CEOS por ciudad
- Incluye jornadas *in Company* en cada ciudad
- Cuanta con el apoyo y participación de 3 marcas líderes en cada ciudad
- Combina el conocimiento de los mejores expertos en la materia con la experiencia de 3 grandes marcas en cada ciudad, lo que genera

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Durante 2022, las ciudades seleccionadas fueron Valencia, Murcia y Zaragoza, siendo el contenido desarrollado en cada una el siguiente:

- Jornada 1: importancia del capital intangible; marca y estrategia; *zenbranding*: crear valor a través del equilibrio entre el retorno del corto y del largo plazo de la marca; valor y medición de los intangibles.
- Jornada 2: claves para liderar la innovación; el diseño como valor para el cliente; flexibilidad, agilidad y eficiencia en la gestión; caso práctico y experiencia de una marca líder.
- Jornada 3: transformación para competir en el mundo 4.0; estrategia de *employer branding* y cultura corporativa; Workgroups: marca, innovación y diseño en la estrategia de la empresa
- Jornada 4: reputación y marca, pilares de la confianza; la 'medicina jurídica' y la competitividad perdurable; el rol social de las marcas: propósito y sostenibilidad; caso práctico y experiencia de una marca líder.
- Jornada 5: la marca y la innovación en la agenda del CEO; generar valor para la empresa con los intangibles; diferenciarse o morir, ¿preparado para competir?

El Programa Marca e Innovación cuenta con soporte técnico y audiovisual, existiendo una herramienta digital propia del Programa con un Aula Virtual que sirve para poner los materiales didácticos a disposición de los CEOS tales como presentaciones, estudios, informes, cuestionarios para la evaluación del programa, etc. Así mismo, el Programa cuenta con una web específica que se actualiza periódicamente con contenido propio como vídeo de presentación, otros audiovisuales, calendario del curso en cada ciudad, información sobre el perfil de los ponentes, etc.

V) Campaña 'Valores que construyen sueños':

La campaña 'Valores que construyen Sueños', es una iniciativa conjunta del Foro de Marcas Renombradas Españolas y de la Cámara de Comercio de España. El principal objetivo de esta campaña, dirigida a los jóvenes españoles que cursan estudios de ESO y Bachillerato, es promover la educación en valores, más allá del conocimiento, valores como el esfuerzo, el afán por superación, la perseverancia, el emprendimiento o la humildad para alcanzar metas tanto personales como profesionales.

'Valores que construyen sueños' es el título de la pieza audiovisual sobre la que pivota la campaña. En el audiovisual, siete Embajadores Honorarios de la Marca España (Pau Gasol, Sara Baras, Joan Roca, Edurne Pasabán, Francisco Martínez-Cosentino, Ainhoa Arteta y María Blasco) reflexionan sobre los valores que los han guiado en su carrera profesional y que consideran claves para conseguir el éxito. A través de las preguntas de diversos jóvenes, se escuchan reflexiones sobre la humildad, el esfuerzo, el sacrificio, la disciplina, la perseverancia o el afán de superación. La campaña 'Valores que Construyen Sueños' se está difundiendo entre los jóvenes de toda España a través de los centros educativos y la red de Cámaras de Comercio territoriales y en ella han participado ya más de 3.000 estudiantes de diversas ciudades españolas como Madrid, Santiago de Compostela, Zaragoza, Badajoz, Salamanca, Murcia, Jerez de la Frontera, Valencia, Toledo y Valladolid.

A mediados de 2022 se retomó esta actividad tras el periodo de obligada interrupción a causa de la pandemia de Covid en 2020. Las ciudades elegidas fueron Toledo en Castilla La Mancha donde se presentó la campaña en 18 de octubre; y Valladolid en Castilla y León donde la presentación de la campaña tuvo lugar el 18 de noviembre.

En el acto de Toledo participaron más de 550 alumnos de seis centros educativos de la ciudad. Los alumnos cursaban 3º y 4º de ESO, 1º y 2º de Bachillerato y Grado Superior de FP, de los centros IES Universidad Laboral; IES María Pacheco; Colegio Mayol; IES Azarquiel; Colegio Carmelitas y CES Juan Pablo II.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Ante ellos destacados personajes de la empresa, el deporte y la cultura vinculados con Toledo como Fructuoso López, presidente de JOMA; Eva María Ara Montojo, capitán de corbeta, Secretaría Permanente del Observatorio Militar para la Igualdad del Ministerio de Defensa; Lucas Búa, atleta de la Selección Española de Atletismo y Chus Bocos, enfermera pediátrica del Hospital de Parapléjicos de Toledo, han participado en una animada mesa redonda, moderada por el periodista Darío Montero.

El acto contó con una importante representación institucional de la consejera de Educación, Cultura y Deportes de la Junta de Comunidades de Castilla- La Mancha, Rosa Ana Rodríguez Pérez. También intervino Milagros Tolón, la alcaldesa de Toledo, y la presidenta de la Cámara de Comercio de Toledo, María de los Ángeles Martínez.

Por su parte, el evento de Valladolid, contó con la participación de 200 alumnos de 6 centros educativos de la ciudad. Los alumnos están cursando 3º y 4º de ESO, 1º y 2º de Bachillerato y Grado Superior de FP, de los centros Maristas Centro Cultural Vallisoletano, Centro de menores Zambrana, IES Galileo, Instituto Politécnico Cristo Rey, C.F.P. Temat Escuela Técnica y Santa María Micaela.

Ante ellos destacados personajes de la empresa, la gastronomía, el deporte y la cultura vinculados con Valladolid como el chef Alejandro San José; la directora general de la Bodega José Pariente, Victoria Pariente; la piragüista de la Selección Española de Piragüismo, Patricia Coco y el director de la Joven Orquesta Sinfónica de Valladolid, Ernesto Monsalve han participado en la mesa redonda, moderada por la periodista Gloria Lomana.

La jornada fue clausurada por el vicepresidente de la Cámara de Valladolid, Javier Labarga.

Ambas jornadas contaron con la participación del presidente del Foro de Marcas Renombradas Españolas, Ignacio Osborne, y del presidente de la Cámara de Comercio de España, José Luis Bonet.

VI) Actividad China y Estados Unidos:

El Foro ha seleccionado ambos mercados como prioritarios para las empresas asociadas, por lo que desarrolla sendos planes para China y Estados Unidos son planes paralelos pero independientes, cada uno de los cuales tiene su propio contenido y calendario, estructurado su desarrollo en cuatro líneas de trabajo o ejes de actuación para cada uno de los países/mercados cuyo contenido común es el siguiente:

1. Diálogos
2. Networking
3. Análisis
4. Comunicación

PLAN DE ACCION DE CHINA:

1. Diálogos, son sesiones entre miembros del FMRE y actores relevantes en el mercado chino para intercambiar experiencias y conocimiento sobre el mismo, con especial atención al actual contexto de oportunidad que presentan. Su principal objetivo es favorecer el intercambio de información y experiencias. Se han realizado 2 en el primer semestre del año, que son los siguientes:

1.1 Encuentro sobre el mercado chino organizado junto con Havas, 19 de abril en su Havas Village de Madrid.

1.2 Webinar 'Consecuencias de la política COVID cero en la economía china', que tuvo lugar el 13 de junio.

Francisco Valles
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

2. **Networking**: busca la interacción entre los miembros del FMRE interesados en China con actores relevantes para las relaciones bilaterales, con especial atención a la identificación de sinergias, alianzas y oportunidades de negocio en ambos mercados. Su principal objetivo es favorecer la conectividad tanto entre las empresas españolas como con interlocutores chinos. Tuvieron lugar dos actividades de networking a lo largo de 2022, una en cada semestre, que fueron las siguientes:

2.1 Participación en la presentación oficial de la 5ª Exposición Internacional de Importaciones de China (CIIE), 19 de mayo.

2.2 Reunión de un grupo de directivos y representantes de empresas españolas miembros del FMRE y de la administración pública con el representante de la RP de China para Asuntos Europeos, D.WU Hongbo, y miembros de la delegación de China. Este encuentro tuvo lugar el 13 de septiembre en la sede de Osborne y estuvo conducido por Ignacio Osborne, presidente del Grupo Osborne y del FMRE, y por Pablo López, director general del FMRE, que pusieron en valor la fortaleza del tejido empresarial español en distintos sectores y se les traslado los resultados adelantados y más relevantes del informe que el FMRE ha elaborado junto con ICEX sobre las perspectivas y desafíos de la empresa española en China, que sería presentado unos días después en Madrid. El señor D.WU Hongbo, abordó el complejo contexto actual de China y su evolución futura, señalando que factores como la innovación o la apuesta por el talento son claves de su éxito y prosperidad.

3. **Análisis:** Se ha realizado un Informe de presencia de marcas españolas en China que ha estudiado la actividad y presencia empresarial española en este país, y de empresas chinas en España, así como la imagen de cada país en el otro mercado, con el objetivo de extraer conclusiones que puedan orientar la acción futura de nuestras empresas. También se establecerá sendos observatorios para analizar la información ya existente. El principal objetivo de este eje es generar conocimiento e inteligencia económica de utilidad para las empresas españolas a la hora de abordar decisiones relacionadas con su actividad y presencia en dicho mercado. Por ello, el informe elaborado y presentado en público bajo el título "La empresa española en China: perspectivas y desafíos", empieza dando información macroeconómica de China centrándose en aquellas variables que puedan ser de interés para la toma de decisiones empresariales, tales como la evolución del PIB, de la inflación, el empleo, la deuda exterior, e información sobre la evolución del comercio exterior de China con el mundo, los productos en los que este se basa, sus inversiones exteriores, así como la evolución del comercio exterior bilateral con España, en que productos se concentra y las inversiones exteriores bilaterales. Como previsto, el informe se ha realizado con la colaboración de dos investigadores de la Facultad de Económicas de la Universidad Autónoma de Madrid, y su análisis cuantitativo se ha hecho a partir de una encuesta elaborada que se lanzó a más de 500 empresas de las que contestaron positivamente 142 de ellas, que son las que han conformado el universo de la muestra y cuyas opiniones, retos, obstáculos y diferentes comentarios se han tenido en cuenta en el informe. Asimismo, en él también se incorporan valoraciones no solo cuantitativas sino también cualitativas a tener en consideración, a partir de artículos de opinión sobre diferentes aspectos relacionados con este mercado de 6 expertos en el mismo: Pedro Nueno, Alicia García Herrero, Eduardo Morcillo, Miguel Montoya, Rafael Jiménez y Zigor Aldama, y de la experiencia concreta de una serie de empresas con las que se han realizado una serie de casos prácticos. En este sentido, el informe también incluye 9 casos prácticos elaborados a partir de la información suministrada por 9 empresas españolas con presencia en China en distintos sectores, con distinta antigüedad, con diferentes estructuras organizativas y en donde se exponen sus experiencias prácticas para otras empresas.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Estos casos son los de: CaixaBank, Corporación MONDRAGON, Grupo Osborne, Grupo Simon, Meliá Hotels International, Natura Bissé, Indra y Gestamp. Con todo ello, el equipo investigador que ha realizado el informe extrae una serie de conclusiones tanto de tipo cuantitativo como cualitativo, que puedan ser de interés para las empresas e instituciones que trabajan en este mercado o tienen intención de hacerlo a futuro. Por ello, dado el interés que todas las partes del informe recogen, y habida cuenta del momento que estaba viviendo China el otoño pasado, se tomó la decisión de hacer una presentación pública del mismo que tuvo lugar el 18 de septiembre en el salón de actos de ICEX, ante un público asistente de unas 45 personas de modo presencial y otras tantas en online, representando a empresas, bancos e instituciones interesadas en este mercado. Para esta presentación, se contó con algunos de los protagonistas del informe, que expusieron con más detalle las recomendaciones, desafíos y obstáculos que se recogen en el mismo, y compartieron y expusieron con mayor viveza la situación que ahora se está viviendo en China, principalmente debido a la política que su gobierno ha seguido hasta enero de 2023 de COVID cero, lo que ha significado el cierre de fronteras, de ciudades, confinamientos extendidos en el tiempo, pero sobre todo, la realización de PCR's masivas no solo a las personas sino también a los productos importados que ha ralentizado y obstaculizado la exportación de muchas empresas hacia ese país. Además, dado que se hizo coincidir en el tiempo con la reunión de presentación del 15º Plan Quinquenal que estaba teniendo lugar en ese momento en Beijing, los resultados de este informe fueron ampliamente recogidos en los medios de prensa económica.

4. **Comunicación:** Desarrollo de contenidos de comunicación con el objetivo de dar visibilidad tanto al trabajo desplegado por los grupos de trabajo de China, como a las experiencias de empresas con presencia en ambos mercados, así como entrevistas a directivos o expertos relacionados con estos. Durante 2022 se han enviado las siguientes Newsletters:

- Envío trimestral de newsletters con contenidos de análisis sobre China
- Producción y edición de píldoras de contenidos de los diálogos

PLAN DE ACCIÓN EN EEUU.

Con el mismo esquema de trabajo que el Plan de Acción de China y en paralelo, se han desarrollado bajo el amparo del convenio firmado con el ICEX las siguientes actividades:

1. Diálogos:

1.1 Diálogo con Manuel Muñiz sobre las perspectivas económicas y políticas de EEUU, 13 de diciembre de 2021.

1.2 Claves para el éxito en el mercado de EEUU después de la pandemia, 8 de marzo.

1.3 Tendencias en el mercado laboral estadounidense: ¿de la gran renuncia a la gran oportunidad?, 7 de julio: A este webinario organizado por el Foro asistieron en modo on line 45 directivos interesados en entender las tendencias actuales en el mercado laboral estadounidense, pero sobre todo para conocer los obstáculos, restricciones y oportunidades que puede tener para la empresa española la reciente política instaurada por el anterior presidente Donald Trump denominada "by America" y reforzada por la actual administración de Biden.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

2. **Networking**: Misión tecnológica en Silicon Valley y Seattle con directivos españoles. Semana del 10 de octubre: Participaron 14 empresas (13 + patrocinador) y 23 personas.

3. Análisis:

3.1 Se ha realizado **un Informe de presencia de las empresas españolas en Estados Unidos** con un esquema de trabajo similar al realizado para el mercado chino, con el objetivo igualmente de conocer sus perspectivas, desafíos, obstáculos y retos a los que se enfrentan las empresas habitualmente y con ello, generar conocimiento e inteligencia económica de utilidad para ellas, a la hora de abordar decisiones relacionadas con su actividad y presencia en dicho mercado. En ese sentido, el informe elaborado bajo el título "La empresa española en Estados Unidos: perspectivas y desafíos", empieza dando información macroeconómica de Estados Unidos centrándose en aquellas variables que puedan ser de interés para la toma de decisiones empresariales, tales como la evolución del PIB, de la inflación, el empleo, la deuda exterior, e información sobre la evolución del comercio exterior de EEUU con el mundo, los productos en los que este se basa, sus inversiones exteriores, así como la evolución del comercio exterior bilateral con España, en que productos se concentra y las inversiones exteriores bilaterales. Continúa el informe con el análisis cuantitativo realizado por el equipo investigador de la Facultad de Económicas de la Universidad Autónoma de Madrid a partir de la encuesta elaborada que se lanzó a más de 500 empresas de las que contestaron positivamente 142 de ellas, que son las que han conformado el universo de la muestra y cuyas opiniones, retos, obstáculos y diferentes comentarios se han tenido en cuenta en el informe.

Además se ha querido también conocer en que medida las empresa españolas en Estados Unidos se han visto impactadas por la nueva política comercial estadounidense y cual es su posicionamiento ante ella. Pero, el informe no solo recoge aspectos cuantitativos, sino que también se incorporan en él valoraciones cualitativas a tener en consideración, a partir de artículos de opinión sobre diferentes aspectos relacionados con este mercado de 6 expertos en el mismo: Manuel Muñiz, Cámara de Comercio de Miami, Cámara de Comercio de Nueva York; José Antonio Llorente, Baker McKenzie, y Garrigues y de la experiencia concreta de una serie de empresas con las que se han realizado una serie de casos prácticos. En este sentido, el informe también incluye 8 casos prácticos elaborados a partir de la información suministrada por 8 empresas españolas con presencia en EEUU en distintos sectores, con distinta antigüedad, con diferentes estructuras organizativas y en donde se exponen sus experiencias prácticas para otras empresas. Estos casos son los de Cosentino, CAF, GMV, Acesur, ADEX, Santander, SENER y Mapfre. Con todo ello, el equipo investigador que ha realizado el informe extrae una serie de conclusiones tanto de tipo cuantitativo como cualitativo, que puedan ser de interés para las empresas e instituciones que trabajan en este mercado o tienen intención de hacerlo a futuro.

3.2 **Estudio sobre la imagen de España en Estados Unidos analizada a través de las escuchas activas en redes sociales**. Con la elaboración de este informe se ha perseguido analizar la conversación social sobre "La percepción de España en EEUU" para lo que se encargaron los servicios de la consultora LLYC. El objetivo ha sido identificar cuáles son las temáticas y atributos con las que más se asocia a España y las empresas españolas en Estados Unidos y que configuran parte de la imagen del país y de las empresas. De esta forma, el estudio ha incluido:

- Análisis de la conversación general sobre España
- Análisis de la conversación sobre los principales sectores productivos de España
- Desglose de este análisis por los principales Estados de Estados Unidos

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Para estudiar estas conversaciones sobre España se ha trabajado geografía norteamericana. En concreto, en el análisis de la conversación general sobre España, el estudio se ha centrado en:

- El volumen y evolución de la conversación en los últimos 5 años.
- La identificación de las principales narrativas
- Cuál es el sentimiento sobre la conversación general y las principales narrativas.
- Se ha observado si existen comunidades que se hayan creado y mantenido en el tiempo dentro de las narrativas.

En lo referente al análisis sobre cual es la conversación sobre los principales sectores productivos de España, se ha estudiado:

- El volumen y evolución de la conversación en los últimos 5 años
- Cuál es el sentimiento sobre los sectores
- Se ha tratado de identificar las temáticas promotoras.

Y por último, en lo que concierne al análisis de la conversación general sobre España y Empresas por Estados en EEUU, se ha estudiado:

- Cuáles son los estados más activos y cuales los menos activos
- Si existen diferentes temáticas en las conversaciones en función de que se trate de un estado u otro
- Cuál es el sentimiento general
- Si existen diferentes comunidades entre un estado u otro.

Con todo ello se ha querido identificar y conocer cuáles son los tres productos o servicios que más se asocian a España, cuáles son los atributos que más se asocian a los productos o servicios españoles y por último, saber en definitiva qué imagen tienen los productos cuando vienen con la etiqueta "País de origen España". Y todo ello distinguiendo entre conversaciones en español o en inglés, pues el resultado varía según sea en un idioma u otro Dado el amplio universo de sectores objeto de comercio bilateral entre ambos países, el estudio se ha centrado en analizar las conversaciones alrededor de los siguientes, que son los más representativos de la actividad de las empresas españolas en EEUU: banca; energía; infraestructura; turismo; telefonía; retail; editorial; seguros; tecnología; sector auxiliar automotriz; inmobiliario. Asimismo, en el análisis de las redes durante estos cinco últimos años, se ha estudiado cuales son las marcas más mencionadas en las conversaciones, cual es el sentimiento sobre las mismas y si ese sentimiento hacia la marca aumenta, disminuye o es neutro cuando se le asocia a la marca España.

4. **Comunicación**: Envío de newsletters con contenidos de análisis sobre Estados Unidos.

VII) Evento anual FMRE:

El 21 de noviembre de 2022, se celebró en el Museo del Prado en Madrid el Evento Anual de referencia para el Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) que en esta ocasión se dedicó a analizar el papel de 'España en el mundo'. El acto contó con la asistencia de más de 250 invitados.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

El Evento Anual del FMRE se convirtió en el punto de encuentro de referencia para todos aquellos públicos vinculados al FMRE, como empresas españolas con marcas líderes, autoridades y representantes públicos del Patronato de la Fundación FMRE, representantes de otras instituciones afines, consultores, e investigadores interesados en analizar la imagen internacional de nuestro país, la Marca España.

En este acto, que fue inaugurado por la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, y clausurado por el ministro de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, Jose Manuel Albares, se analizó la imagen y la influencia de nuestro país en el mundo desde los puntos de vista económico, político y social.

En este evento, al que asistieron numerosos directivos de las empresas miembros de FMRE y representantes de varias instituciones que integran su Patronato, se reflexionó sobre la imagen y la influencia internacional de nuestro país. También se analizó el impacto que la Marca España supone en la competitividad de las empresas en los mercados exteriores, además de su repercusión en la atracción de talento, inversiones, o turismo.

La inauguración estuvo a cargo del presidente el Real Patronato del Museo del Prado, Javier Solana, y de ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, quien afirmó que "una de nuestras prioridades es reforzar la colaboración público-privada, por lo que el FMRE es un excelente instrumento para potenciar nuestra imagen país, sin duda un factor de competitividad y clave en la estrategia de internacionalización. El ministerio comparte con el Foro incrementar el grado de sofisticación de la oferta española con factores como son la marca, el diseño y la innovación, factores que aumentan el valor de nuestros productos y servicios. Las marcas se han convertido en motores de crecimiento generando un efector positivo sobre la imagen comercial de nuestro país".

Pablo López, director general del FMRE, explicó en su presentación la nueva etapa iniciada bajo la presidencia de Honor de SM el Rey y la creación la figura de los Miembros Protectores. López desarrolló en su ponencia los territorios en los que opera el FMRE su actuación: los intangibles, la internacionalización y la Marca España en su dimensión económica y empresarial. También explicó el problema de conocimiento de la realidad española y sus atributos, aspecto que mejora con un conocimiento más cercano, "algo que puede impulsarse con mayor comunicación e influencia, además de una mayor coordinación de los diferentes agentes implicados con una visión a largo plazo". Comentó asimismo las cuatro premisas que conforman la estrategia del FMRE en torno a la Marca España: "descubrimiento, credibilidad, garantía *Made By Spain* y colaboración público-privada".

José Manuel Entrecanales, presidente de ACCIONA e Ignacio Osborne, presidente del FMRE y de Osborne, compartieron en un diálogo sus puntos de vista sobre la imagen de España desde el ámbito empresarial. Entrecanales señaló que "España ha llegado al lugar que nos corresponde en el sector industrial, aunque nos queda mucho por hacer. Trabajar con la Administración Pública de otros países siendo extranjero no ayuda, por lo que tienes que ser glocal, con capacidad de integración".

El presidente del Real Instituto Elcano, José Juan Ruiz, realizó la ponencia 'El papel de España en el actual escenario internacional' en la que comentó que "España es un gran país, por sus atributos como la democracia consolidada, el sistema sanitario, la preocupación por el cambio climático, la baja polarización, y la cultura española que no deja indiferente, en un contexto delicado por el choque entre democracias y autocracias". Ruiz señaló que nuestro país es uno de los que "mejor reputación tiene entre el G-8, pero no es así en Latinoamérica donde somos menos admirables, algo que habría que restaurar de una manera urgente".

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Durante la mesa redonda, moderada por la presidenta de EFE, Gabriela Cañas, intervinieron los Embajadores Honorarios de la Marca España Sara Baras, bailaora, coreógrafa y directora, María Blasco, directora del Centro Nacional de Investigaciones Oncológicas, Luis García Montero, director del Instituto Cervantes, y Emilio Butragueño, director de Relaciones Institucionales del Real Madrid que expusieron sus impresiones acerca de la capacidad de España para mejorar su imagen país en todas sus dimensiones: tecnológica y científica, artística, cultural y deportiva. Además de compartir su perspectiva sobre como intensificar el grado de conocimiento de nuestro país en áreas donde no somos todavía suficientemente relevantes.

El presidente de FMRE y presidente de Osborne, declaró que "España cuenta con un prestigio internacional y con una imagen positiva, pero algo desequilibrada", basada más en llamados 'atributos blandos' (calidad de vida, cultura y entorno) y "menos en la dimensión económica y empresarial, como empresas y marcas reconocidas, tecnología e innovación o calidad de productos y servicios". Por lo que consideró que "es importante corregir el grado de conocimiento que se tiene en determinados países sobre España y también su capacidad de influencia, a través de instrumentos de diplomacia pública y económica, para lo que es necesario dedicar recursos y articular la mejor coordinación y colaboración público-privada".

Clausuró el acto el ministro de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, Jose Manuel Albares, quien afirmó que el ministerio está colaborando activamente con el FMRE en varios aspectos como la acreditación de los Embajadores Honorarios de la Marca España o los Amigos de la Marca España en otros países. Albares señaló que "la diplomacia económica es fundamental y transversal en todos los ámbitos de la política exterior, porque sin ella no puede haber una proyección de España, un eje clave para la defensa de la imagen y la reputación, que es un intangible que afecta directamente a las empresas". Albares añadió que se estaba produciendo un nuevo orden mundial con un cambio muy profundo en el modelo económico y social, debido a la guerra en Ucrania, que "ha producido la utilización de recursos económicos como fuente de presión geopolítica. Los europeos buscamos reforzar nuestra soberanía basada en un nuevo modelo de crecimiento para el 2030".

El acto finalizó con una visita guiada privada por las principales salas del Museo del Prado durante la que los invitados tuvieron oportunidad de conocer mejor las principales obras maestras de la pinacoteca. Tras la visita se ofreció un cóctel a los asistentes.

VIII) Proyecto 'Marca España':

Durante 2022, el Foro ha desarrollado una serie de actividades bajo el paraguas 'Marca España' dado que entre los objetivos del Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) está el de reforzar la imagen internacional de España, particularmente en su dimensión económica y empresarial.

Partiendo de este objetivo y teniendo en cuenta la nueva etapa en la que está inmerso el FMRE desde el pasado mes de febrero de 2022 cuando S.M. el Rey aceptó la presidencia de Honor de la Fundación FMRE, surge la necesidad de desarrollar el 'Proyecto Marca España'.

Por tanto, este proyecto consiste en la actualización de la estrategia del FMRE en relación con la Marca España y el diseño y posterior ejecución de un plan de acción a varios años liderado por el FMRE con el objetivo de mejorar la reputación internacional de España y sus empresas.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

El proyecto consta de dos fases:

1. Fase de diseño y planificación (fase que fue presentada públicamente en noviembre de 2022 durante el Evento anual del FMRE)
2. Fase de ejecución (a partir del 2023).

FASE 1: DISEÑO Y PLANIFICACIÓN

La fase de diseño y planificación consta a su vez de tres partes:

1. Análisis y diagnóstico.
2. Actualización de la estrategia.
3. Diseño del plan de acción

1.1 Análisis y diagnóstico:

Completar el diagnóstico ya existente sobre la situación actual de la Marca España a partir de los estudios e informes ya disponibles y completándolo con insights cualitativos extraídos de sesiones de co-inspiración que se organicen con la participación tanto de los miembros del FMRE, como de expertos y representantes de aquellas entidades que se considere que puedan ser partners clave para este proyecto (ICEX, Cámara de España, etc.).

1.2 Actualización de la estrategia:

Partiendo del trabajo ya desarrollado por el Foro en ejercicios anteriores, actualizar y completar la estrategia del FMRE en relación con la Marca España, definiendo fortalezas, atributos, territorios de conversación y mensajes, partners y agentes, mercados y públicos objetivo, etc. Dicha estrategia se contrastará con los directivos y expertos mencionados en las sesiones de co-inspiración.

1.3 Diseño del plan de acción:

A partir del análisis y de la estrategia, diseño de un plan de acción a 2-3 años que defina las iniciativas a que pueda liderar el FMRE (y ejecutar con la colaboración de los partners que se estimen convenientes en cada caso) con el objetivo de mejorar la imagen internacional y la capacidad de influencia de España en el ámbito económico y empresarial a través de acciones específicas en mercados y públicos prioritarios. El trabajo desarrollado se presentará en el mes de noviembre en el Evento Anual del FMRE.

Resumen de necesidades:

- Elaborar un diagnóstico sobre la situación actual de la Marca España a partir de los informes y estudios disponibles.
- Actualizar la estrategia del FMRE en relación con la Marca España.
- Diseñar un plan de acción a 2-3 años.
- Organizar y conducir sesiones de co-creación con marcas, expertos e instituciones. Los insights extraídos de dichas sesiones sirvieron para contrastar, completar y enriquecer tanto el diagnóstico como la estrategia y el plan de acción.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

En noviembre de 2022 durante el Evento anual del FMRE, el director general del Foro presentó un resumen del diagnóstico destacando los siguientes aspectos:

- Imagen de España en general positiva.
- Mayor peso de atributos blandos frente a atributos duros.
- Problema de autoimagen, falta de convencimiento.

Diferencias por países (con foco en México y EE.UU).

- La imagen mejora cuando hay un conocimiento más directo de España (turistas, residentes extranjeros, etc).
- La imagen de España es muy positiva en determinados sectores, tanto B2C (moda-calzado, turismo, gastronomía), como B2B (infraestructuras, automoción, ingeniería, energías renovables), así como en la educación de postgrado (escuelas de negocio).
- Déficit de comunicación.
- Desconocimiento de una parte de la realidad de España.
- Problema no solo de imagen, también de influencia.
- Problemas de coordinación entre los diferentes agentes y falta de un relato común.
- Falta de visión a largo plazo.

En cuanto a la estrategia, se estableció un objetivo general: contribuir a mejorar la imagen y el prestigio internacional de España, especialmente en su dimensión económica y empresarial, apoyándose para ello en las referencias de éxito de las empresas y marcas españolas.

Así como unos objetivos específicos

- Lograr una mayor identificación de España con determinados atributos, sectores o territorios de conversación, creando una imagen de España más equilibrada entre atributos duros y blandos.
- Movilizar a la comunidad de directivos y profesionales españoles residentes en el exterior (Conexión España).
- Activar a los Embajadores Honorarios de la Marca España.
- Potenciar una red de Amigos de la Marca España en los países prioritarios.
- Implicar a las empresas y marcas embajadoras españolas.
- Mejorar la autoimagen, por lo menos en los agentes clave.

La 'Idea fuerza' que se subrayó fue el descubrimiento, España como sorpresa positiva. Basada en atributos como:

- Calidad/Calidad de vida
- Creatividad
- Autenticidad
- Diseño
- Versatilidad
- Fiabilidad

Los pilares sobre los que debería basarse esta estrategia serían: Creadores de futuro, Calidad de vida (en lugar de pasión por la vida) y Garantía 'Made in Spain' (en lugar de Made by Spain), así como los valores bienestar, creatividad y credibilidad (en este caso aplicados a la dimensión económica y empresarial) serían coherentes con nuestra estrategia.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Los Territorios de conversación deberían ser:

- Sostenibilidad
- Diseño e Innovación
- Salud y bienestar

Los países considerados prioritarios para la actividad internacional del propio FMRE son: México y EE.UU.

Los públicos prioritarios en los países objetivo serían:

- Periodistas y líderes de opinión
- Inversores y empresarios
- Estudiantes universitarios

Mientras que en España, los públicos objetivo serían:

- Turistas de negocio que visitan España (no solo de México y EE.UU.)
- Estudiantes de grado y postgrado extranjeros en España
- Corresponsales en España
- Expatriados y directivos extranjeros en España
- Representaciones institucionales en España

También se dijo que los agentes implicados deberían ser:

- ICEX, Turespaña, Instituto Cervantes, MAEC, AC/E.
- Red de Embajadas y Consulados
- Oficinas Económicas y Comerciales
- Cámaras de Comercio de España en el exterior
- Oficinas de Turismo de España en el exterior
- Red de Institutos Cervantes
- Directivos y profesionales españoles en el exterior
- Centros de investigación, centros tecnológicos y parques científico-tecnológicos.
- Asociaciones de profesionales por el mundo (Conexión España, científicos por el mundo, directivos en determinados países, y otros similares)
- Embajadores Honorarios de la Marca España
- Amigos de la Marca España.
- Empresas

En cuanto al Plan de acción del Foro a desarrollar en 2023, se plantearon iniciativas como:

- Evento Anual FMRE centrado en la Marca España
- Anuario de la Marca España
- Toolbox (desarrollo de materiales periódicos: infografías, vídeos, dossier de liderazgo... que se compartan con los "agentes" y se incluyan en un repositorio digital).
- Elaborar listado empresas y profesionales españoles que pertenezcan al Foro en los mercados estratégicos y prospectos que no pertenezcan al FMRE pero que puedan aportar al proyecto. Elaborar listado de profesionales españoles que trabajen en empresas no españolas en los mercados estratégicos.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

- Sesiones de posicionamiento: Crear un mensaje único de la Marca España para alinear y dar coherencia a la percepción y confianza que los profesionales y las mismas empresas españolas en los países estratégicos tiene sobre España y nuestro potencial económico y empresarial a nivel global y regional.
- Crear un decálogo de atributos de las compañías españolas en los países estratégicos. Definir en qué somos los mejores y como contribuimos a la mejora local social y económica.
- Presentaciones por áreas de actuación económica: Reforzar el grado de conocimiento y calidad de la economía y las empresas españolas que operan en cada región, por atributos, sectores/dimensiones y territorios de conversación.
- Elaborar un calendario común.
- Contenido de nuestros especialistas y sus logros: Reforzar el poder blando a través de las historias relevantes de nuestro talento en cada mercado estratégico. Aumentar el grado de percepción sobre el talento de los especialistas españoles que trabajan en cada región sobre la base de su trabajo y contribución al desarrollo social y económico local.
- Creación Índice Marca España (o herramienta de escucha activa)
- Premio Marca España (mejor cobertura periodística sobre España)
- Eventos en España para estudiantes (Brands of Spain Day)
- Casos empresas españolas con universidades o escuelas de negocio de referencia.
- Programa de visitas a empresas y proyectos emblemáticos en España
- Ciclo de desayunos con corresponsales.
- Eventos de reconocimiento a Amigos de la Marca España en México y EE.UU.
- Amigos de la Marca España en UE (Presidencia Española UE)

IX) Proyecto 'Experiencias Turismo España:

El proyecto "SPAIN BRAND EXPERIENCES" busca generar una oferta turística experiencial, singular, exclusiva y de gran valor, basada en los atributos y valores de la marca España a través de la creación de un catálogo de experiencias en torno a empresas de renombre internacional de sectores de actividad no vinculados tradicionalmente a la actividad turística, que se adhieren voluntariamente a la iniciativa, unidas por el valor que el turismo puede aportarles, y por el interés de proyectar la marca España con una propuesta de turismo experiencial de conjunto a nivel de país.

Esta iniciativa cuenta con una oportunidad única para generar y desarrollar un producto turístico experiencial diferenciador, de gran valor y con la singularidad de que sólo se pueda "vivir" en España. Esta singularidad viene determinada por el carácter diferencial de los participantes en la red como marcas españolas referentes, y adicionalmente por la diversidad de vivencias memorables sostenibles en torno a la gastronomía, la moda, el diseño, el deporte, el arte, el bienestar, la salud, etc. que las mismas pueden ofrecer a esos visitantes que buscan conectar con la cultura, los productos, los valores y el estilo de vida de los países que visitan, en este caso España. Se trata de generar una red de empresas españolas líderes en sus respectivos sectores que presten servicios turísticos experienciales de diferentes tipologías:

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

- **Turismo industrial**. Las empresas ofertarán visitas, actividades, vivencias y eventos en sus espacios productivos y divulgativos, compartiendo con los visitantes la historia, los procesos y el saber hacer de las personas, además de otros elementos relacionados del destino turístico donde se localizan sus instalaciones. Y todo ello, estructurando un producto experiencial de conjunto para toda España y articulando un relato común capaz de seducir y fidelizar a visitantes principalmente internacionales, que deseen conectar con la esencia de los atributos de la marca España. ▪ El turismo industrial no se ciñe ni a un tipo de empresa, ni de sector. Por lo tanto, estas experiencias tomarán forma de propuestas de consumo de turismo gastronómico, turismo relacionado con la moda, el diseño, las compras u otro tipo de actividad productiva.

  Se generará un catálogo de **experiencias gastronómicas** asociadas a sus diferentes dimensiones: cultural, histórica y sensorial , a la calidad y diversidad de los productos de las empresas de mayor renombre y la proyección internacional, así como a los territorios donde se localizan, a una cocina cuidada y verdaderamente española, expresión de la dieta mediterránea y, en definitiva, a la oferta de servicios turísticos y a los recursos más característicos del patrimonio gastronómico español desde el origen hasta la mesa. o Este catálogo incluirá propuestas que permita al visitante conectar con la esencia de la gastronomía española: experiencias en olivares, dehesas , huerta, viñedos o paisajes marineros; visitas y experiencias en almazaras, queserías, bodegas de jamón , fábricas y espacios divulgativos de cervezas y otras bebidas, conserveras; rutas temáticas; catas, degustaciones, maridajes y showcookings de productos y platos icónicos de la gastronomía española, etc. , alojamientos gastronómicos y /o propuestas de restauración tradicionales y de vanguardia en sus múltiples formatos.

  La propuesta experiencial incluirá **actividades vinculadas a la moda y el diseño**. Consistirá no solo asistir a desfiles, semanas de la moda y eventos relacionados con el sector del diseño, visitar talleres e interactuar con sus diseñadores etc., sino también conocer lo que cada lugar, ciudad y región consideran moda y cómo la viven.

- **Turismo de compras.** Se propondrán vivencias personalizadas de consumo responsable en las tiendas insignia de las principales marcas retail del país.

- **Turismo deportivo, de salud y bienestar.** Se diseñarán experiencias que mejoren la calidad de vida y la condición física y emocional de los visitantes mediante propuestas experienciales en algunos de los balnearios y centros de salud más relevantes del país, así como experiencias alrededor del deporte.

No obstante, la resolución definitiva de concesión de la ayuda al proyecto 'Experiencias Turismo España' por parte de la Secretaría de Estado de Turismo no fue notificada hasta el segundo trimestre de 2023, motivo por el cual, el arranque de este proyecto ha tenido que ser retrasado a junio de 2023. Por ese motivo, durante 2022 el proyecto únicamente ha generado un gasto menor para la Fundación FMRE derivado del personal contratado por la Fundación FMRE a finales de 2022 para gestionar el proyecto.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

X) Imprevistos y gastos varios:

Partida de gastos que engloba los gastos varios tales como gastos de notaría, comisiones bancarias, etc. como el gasto imprevisto derivado de la organización del primer Patronato Honorífico presidido por Su Majestad el Rey, celebrado en el Palacio de El Pardo el 7 de febrero de 2022. Durante dicha reunión, el Foro tuvo ocasión de compartir con Su Majestad el Rey, Bienvenida y presentación del Foro de Marcas Renombradas Españolas una presentación sobre 'La marca España: un objetivo y un esfuerzo compartidos'; así como trasladarle los proyectos estratégicos del Foro. Asimismo, la entonces Ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, participó en la reunión y realizó una intervención sobre 'La imagen país como parte de la estrategia de internacionalización de la economía española'.

2. Domicilio Social

La Fundación Foro de Marcas Renombradas Españolas (en adelante la Fundación) se constituyó en Madrid y desarrolla sus actividades desde su domicilio social establecido en Calle Ayala, 11.

El órgano de gobierno de la Fundación está constituido por el Patronato.

Adicionalmente, se puede obtener información sobre el desarrollo de sus actividades en el sitio web de la Fundación: http://www.marcasrenombradas.com/

NOTA 2. Bases de presentación de las cuentas anuales PYMES ESFL

2.1. Imagen fiel

Las cuentas anuales PYMES ESFL del ejercicio 2022 adjuntas han sido formuladas por el Presidente del Patronato a partir de los registros contables de la Fundación a 31 de diciembre de 2022 y en ellas se han aplicado los principios contables y criterios de valoración recogidos en el Real Decreto 1491/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las entidades sin fines lucrativos y el modelo del plan de actuación de las entidades sin fines de lucro, las Resoluciones de 26 de marzo de 2013, por las que se aprueban el Plan de Contabilidad de entidades sin fines lucrativos y el Plan de Contabilidad de pequeñas y medianas entidades sin fines lucrativos, en todo lo no modificado específicamente por las normas anteriores, será de aplicación el Real Decreto 1514/2007, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad, la Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones, Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación y la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y el resto de disposiciones legales vigentes en materia contable, y muestran la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la Fundación.

No existen razones excepcionales por las que, para mostrar la imagen fiel, no se hayan aplicado disposiciones legales en materia contable.

Las cuentas anuales adjuntas se someterán a la aprobación del Patronato de la Fundación estimándose que serán aprobadas sin modificación alguna.

Las cuentas anuales PYMES ESFL del ejercicio anterior fueron aprobadas por el Patronato de la Fundación el 15 de junio de 2022.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

2.2. Principios contables no obligatorios aplicados

No se han aplicado principios contables no obligatorios.

2.3. Aspectos críticos de la valoración y estimación de la incertidumbre

La Fundación ha elaborado las cuentas anuales PYMES ESFL del ejercicio 2022 bajo el principio de empresa en funcionamiento, habiendo tenido en consideración, la situación del ejercicio 2022, del incremento de costes derivados de la inflación y de la guerra de Ucrania, así como sus posibles efectos en la economía en general y en la empresa en particular, no existiendo riesgo de continuidad en su actividad.

En las cuentas anuales adjuntas se ha utilizado ocasionalmente estimaciones realizadas por los miembros del Patronato de la Fundación para cuantificar algunos activos, pasivos, ingresos, gastos y compromisos que figuran registrados en ella.

A pesar de que estas estimaciones se han realizados sobre la base de la mejor información disponible al cierre del ejercicio 2022, es posible que acontecimientos que puedan tener lugar en el futuro obliguen a modificarlas (al alza o a la baja) en los próximos ejercicios, lo que se realizaría, en su caso, de forma prospectiva. Básicamente, estas estimaciones se refieren al reconocimiento de ingresos (Véase nota 4.5)

2.4. Comparación de la información

Las cuentas anuales presentan a efectos comparativos, con cada una de las partidas del balance y de la cuenta de resultados, además de las cifras del ejercicio 2022, las correspondientes al ejercicio anterior. Asimismo, la información contenida en esta memoria referida al ejercicio 2022 se presenta, a efectos comparativos con la información del ejercicio 2021.

2.5. Elementos recogidos en varias partidas

No se presentan elementos patrimoniales registrados en dos o más partidas del balance.

2.6. Cambios en criterios contables

Durante el ejercicio 2022 no se han producido cambios significativos de criterios contables respecto a los criterios aplicados en el ejercicio anterior.

2.7. Corrección de errores

Durante el ejercicio 2022 no se han producido correcciones de errores.

2.8. Importancia Relativa

Al determinar la información a desglosar en la presente memoria sobre las diferentes partidas de los estados financieros u otros asuntos, la Fundación, de acuerdo con el Marco Conceptual de las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las entidades sin fines lucrativos, ha tenido en cuenta la importancia relativa en relación con las cuentas anuales del ejercicio 2022.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

NOTA 3. Excedente del ejercicio – Aplicación

La propuesta de aplicación del excedente del ejercicio es la siguiente:

Base de reparto	Ejercicio 2022
Excedente del ejercicio	(1.432,66)
TOTAL BASE D E REPARTO = TOTAL APLICACIÓN	(1.432,66)

APLICACIÓN A	Ejercicio 2022
Excedente de ejercicios anteriores	(1.432,66)
APLICACIÓN = TOTAL BASE D E REPARTO	(1.432,66)

NOTA 4. Normas de registro y valoración

4.1. Créditos y débitos por la actividad propia

La presente norma se aplicará a:

a) Créditos por la actividad propia: son los derechos de cobro que se originan en el desarrollo de la actividad propia frente a los beneficiarios, usuarios, patrocinadores y afiliados.
   - Las cuotas, donativos y otras ayudas similares, procedentes de patrocinadores, afiliados u otros deudores, con vencimiento a corto plazo, originan un derecho de cobro que se contabiliza por su valor nominal. Si el vencimiento supera el citado plazo, se reconocerán por su valor actual. La diferencia entre el valor actual y el nominal del crédito se registra como un ingreso financiero en la cuenta de resultados de acuerdo con el criterio del coste amortizado
   - Los préstamos concedidos en el ejercicio de la actividad propia a tipo de interés cero o por debajo del interés de mercado se contabilizan por su valor razonable. La diferencia entre el valor razonable y el importe entregado se reconoce, en el momento inicial, como un gasto en la cuenta de resultados de acuerdo con su naturaleza. Después de su reconocimiento inicial, la reversión del descuento practicado se contabiliza como un ingreso financiero en la cuenta de resultados
   - Al menos al cierre del ejercicio, se efectúan las correcciones valorativas necesarias siempre que exista evidencia objetiva de que se ha producido un deterioro de valor en estos activos, que se contabilizan aplicando el criterio del coste amortizado.

b) Débitos por la actividad propia: son las obligaciones que se originan por la concesión de ayudas y otras asignaciones a los beneficiarios de la Fundación en cumplimiento de los fines propios.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

- Las ayudas y otras asignaciones concedidas por la Fundación a sus beneficiarios, con vencimiento a corto plazo, originan el reconocimiento de un pasivo por su valor nominal. Si el vencimiento supera el citado plazo, se reconoce por su valor actual. La diferencia entre el valor actual y el nominal del débito se contabiliza como un gasto financiero en la cuenta de resultados de acuerdo con el criterio del coste amortizado.
- Si la concesión de la ayuda es plurianual, el pasivo se registra por el valor actual del importe comprometido en firme de forma irrevocable e incondicional. Se aplica este mismo criterio en aquellos casos en los que la prolongación de la ayuda no está sometida a evaluaciones periódicas, sino al mero cumplimiento de trámites formales o administrativos.

4.2. Activos financieros y pasivos financieros

La Fundación tiene registrados en el capítulo de instrumentos financieros, aquellos contratos que dan lugar a un activo financiero en una empresa y, simultáneamente, a un pasivo financiero o a un instrumento de patrimonio en otra empresa. Por tanto, la presente norma resulta de aplicación a los siguientes instrumentos financieros:

a) Activos financieros:

- Efectivo y otros activos líquidos equivalentes.
- Créditos por operaciones comerciales: clientes y deudores varios;
- Créditos a terceros: tales como los préstamos y créditos financieros concedidos, incluidos los surgidos de la venta de activos no corrientes;
- Valores representativos de deuda de otras empresas adquiridos: tales como las obligaciones, bonos y pagarés;
- Instrumentos de patrimonio de otras empresas adquiridos: acciones, participaciones en instituciones de inversión colectiva y otros instrumentos de patrimonio;
- Derivados con valoración favorable para la empresa: entre ellos, futuros, opciones, permutas financieras y compraventa de moneda extranjera a plazo, y
- Otros activos financieros: tales como depósitos en entidades de crédito, anticipos y créditos al personal, fianzas y depósitos constituidos, dividendos a cobrar y desembolsos exigidos sobre instrumentos de patrimonio propio.

b) Pasivos financieros:

- Débitos por operaciones comerciales: proveedores y acreedores varios;
- Deudas con entidades de crédito;
- Obligaciones y otros valores negociables emitidos: tales como bonos y pagarés;
- Derivados con valoración desfavorable para la Fundación: entre ellos, futuros, opciones, permutas financieras y compraventa de moneda extranjera a plazo;
- Deudas con características especiales, y
- Otros pasivos financieros: deudas con terceros, tales como los préstamos y créditos financieros recibidos de personas o empresas que no sean entidades de crédito incluidos los surgidos en la compra de activos no corrientes, fianzas y depósitos recibidos y desembolsos exigidos por terceros sobre participaciones.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

c) Instrumentos de patrimonio propio: todos los instrumentos financieros que se incluyen dentro de los fondos propios, tal como las acciones ordinarias emitidas.

4.2.1. Inversiones financieras a largo y corto plazo

Préstamos y cuentas por cobrar: se registran a su coste amortizado, correspondiendo al efectivo entregado, menos las devoluciones del principal efectuadas, más los intereses devengados no cobrados en el caso de los préstamos, y al valor actual de la contraprestación realizada en el caso de las cuentas por cobrar. La Fundación registra los correspondientes deterioros por la diferencia existente entre el importe a recuperar de las cuentas por cobrar y el valor en libros por el que se encuentran registradas.

Inversiones mantenidas hasta su vencimiento: aquellos valores representativos de deuda, con una fecha de vencimiento fijada, cobros de cuantía determinada o determinable, que se negocien en un mercado activo y que la Fundación tiene intención y capacidad de conservar hasta su vencimiento. Se contabilizan a su coste amortizado.

Las inversiones en entidades del grupo, multigrupo y asociadas.

Inversiones disponibles para la venta: son el resto de las inversiones que no entran dentro de las cuatro categorías anteriores, viniendo a corresponder casi a su totalidad a las inversiones financieras en capital, con una inversión inferior al 20%. Estas inversiones figuran en el balance adjunto por su valor razonable cuando es posible determinarlo de forma fiable. En el caso de participaciones en sociedades no cotizadas, normalmente el valor de mercado no es posible determinarlo de manera fiable por lo que, cuando se da esta circunstancia, se valoran por su coste de adquisición o por un importe inferior si existe evidencia de su deterioro.

4.2.2. Pasivos financieros

Los préstamos, obligaciones y similares se registran inicialmente por el importe recibido, neto de costes incurridos en la transacción. Los gastos financieros, incluidas las primas pagaderas en la liquidación o el reembolso y los costes de transacción, se contabilizan en la cuenta de resultados según el criterio del devengo utilizando el método del interés efectivo. El importe devengado y no liquidado se añade al importe en libros del instrumento en la medida en que no se liquidan en el período en que se producen.

4.2.3. Inversiones en entidades del grupo, multigrupo y asociadas

Las inversiones en entidades del grupo, multigrupo y asociadas, se valoran inicialmente por su coste, que equivale al valor razonable de la contraprestación entregada más los costes de transacción.

Al menos al cierre del ejercicio, la Fundación procede a evaluar si ha existido deterioro de valor de las inversiones. Las correcciones valorativas por deterioro y en su caso la reversión, se llevan como gasto o ingreso, respectivamente, en la cuenta de resultados.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

La corrección por deterioro se aplicará siempre que exista evidencia objetiva de que el valor en libros de una inversión no será recuperable. Se entiende por valor recuperable, el mayor importe entre su valor razonable menos los costes de venta y el valor actual de los flujos de efectivo futuros derivados de la inversión, calculados bien mediante la estimación de los que se espera recibir como consecuencia del reparto de dividendos realizados por la empresa participada y de la enajenación o baja en cuentas de la inversión misma, bien mediante la estimación de su participación en los flujos de efectivo que se espera que sean generados por la empresa participada. Salvo mejor evidencia del importe recuperable, se tomará en consideración el patrimonio neto de la Fundación participada corregido por las plusvalías tácitas existentes en la fecha de la valoración.

Los pasivos financieros y los instrumentos de patrimonio se clasifican conforme al contenido de los acuerdos contractuales pactados y teniendo en cuenta el fondo económico. Un instrumento de patrimonio es un contrato que representa una participación residual en el patrimonio del grupo una vez deducidos todos sus pasivos.

4.2.4. Valor razonable

El valor razonable es el precio que se recibe por la venta de un activo o se paga para transferir o cancelar un pasivo mediante una transacción ordenada entre participantes en el mercado en la fecha de valoración. El valor razonable se determina sin practicar ninguna deducción por los costes de transacción en que pudiera incurrirse por causa de enajenación o disposición de otros medios. No tendrá en ningún caso el carácter de valor razonable el que sea resultado de una transacción forzada, urgente o como consecuencia de una situación de liquidación involuntaria.

Con carácter general, en la valoración de instrumentos financieros valorados a valor razonable, la Asociación calcula éste por referencia a un valor fiable de mercado, constituyendo el precio cotizado en un mercado activo la mejor referencia de dicho valor razonable. Para aquellos instrumentos respecto de los cuales no exista un mercado activo, el valor razonable se obtiene, en su caso, mediante la aplicación de modelos y técnicas de valoración.

4.3. Transacciones en moneda extranjera

Las operaciones realizadas en moneda extranjera se registran en la moneda funcional de la Fundación (euros) a los tipos de cambio vigentes en el momento de la transacción. Durante el ejercicio, las diferencias que se producen entre el tipo de cambio contabilizado y el que se encuentra en vigor a la fecha de cobro o de pago se registran como resultados financieros en la cuenta de resultados.

4.4. Impuestos sobre beneficios

El gasto por impuesto corriente se determina mediante la suma del gasto por impuesto corriente y el impuesto diferido. El gasto por impuesto corriente se determina aplicando el tipo de gravamen vigente a la ganancia fiscal, y minorando el resultado así obtenido en el importe de las bonificaciones y deducciones generales y aplicadas en el ejercicio.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Los activos y pasivos por impuestos diferidos proceden de las diferencias temporarias definidas como los importes que se prevén pagaderos o recuperables en el futuro y que derivan de la diferencia entre el valor en libros de los activos y pasivos y su base fiscal. Dichos importes se registran aplicando a la diferencia temporaria el tipo de gravamen al que se espera recuperarlos o liquidarlos.

Los activos por impuestos diferidos surgen, igualmente, como consecuencia de las bases imponibles negativas pendientes de compensar y de los créditos por deducciones fiscales generadas y no aplicadas.

Se reconoce el correspondiente pasivo por impuestos diferidos para todas las diferencias temporarias imponibles, salvo que la diferencia temporaria se derive del reconocimiento inicial de un fondo de comercio o del reconocimiento inicial en una transacción que no es una combinación de negocios de otros activos y pasivos en una operación que en el momento de su realización, no afecte ni al resultado fiscal ni contable.

Por su parte, los activos por impuestos diferidos, identificados con diferencias temporarias deducibles, solo se reconocen en el caso de que se considere probable que la Fundación va a tener en el futuro suficientes ganancias fiscales contra las que poder hacerlos efectivos y no procedan del reconocimiento inicial de otros activos y pasivos en una operación que no sea una combinación de negocios y que no afecta ni al resultado fiscal ni al resultado contable. El resto de los activos por impuestos diferidos (bases imponibles negativas y deducciones pendientes de compensar) solamente se reconocen en el caso de que se considere probable que la Fundación vaya a tener en el futuro suficientes ganancias fiscales contra las que poder hacerlos efectivos.

Con ocasión de cada cierre contable, se revisan los impuestos diferidos registrados (tanto activos como pasivos) con objeto de comprobar que se mantienen vigentes, efectuándose las oportunas correcciones a los mismos, de acuerdo con los resultados de los análisis realizados.

El gasto o el ingreso por impuesto diferido se corresponde con el reconocimiento y la cancelación de los pasivos y activos por impuesto diferido, así como, en su caso, por el reconocimiento e imputación a la cuenta de resultados del ingreso directamente imputado al patrimonio neto que pueda resultar de la contabilización de aquellas deducciones y otras ventajas fiscales que tengan la naturaleza económica de subvención.

4.5. Ingresos y gastos

Los ingresos y gastos se imputan en función del criterio del devengo con independencia del momento en que se produce la corriente monetaria o financiera derivada de ellos.

No obstante, la Fundación únicamente contabiliza los beneficios realizados a la fecha de cierre del ejercicio, en tanto que los riesgos y las pérdidas previsibles, aun siendo eventuales, se contabilizan tan pronto son conocidos.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
V° B°: El presidente

Los ingresos por la venta de bienes o servicios se reconocen por el valor razonable de la contrapartida recibida o a recibir derivada de los mismos. Los descuentos por pronto pago, por volumen u otro tipo de descuentos, así como los intereses incorporados al nominal de los créditos, se registran como una minoración de los mismos. No obstante, la Fundación incluye los intereses incorporados a los créditos comerciales con vencimiento no superior a un año que no tienen un tipo de interés contractual, cuando el efecto de no actualizar los flujos de efectivo no es significativo.

Los descuentos concedidos a clientes se reconocen en el momento en que es probable que se van a cumplir las condiciones que determinan su concesión como una reducción de los ingresos por ventas.

Los anticipos a cuenta de ventas futuras figuran valorados por el valor recibido.

Las ayudas otorgadas por la Fundación se reconocen en el momento en que se apruebe su concesión.

Las cuotas de usuarios o afiliados se reconocen como ingresos en el periodo al que corresponden.

Los ingresos procedentes de promociones para captación de recursos, de patrocinadores y de colaboraciones se reconocen cuando las campañas y actos se producen.

4.6. Provisiones y contingencias

Las obligaciones existentes a la fecha del balance surgidas como consecuencia de sucesos pasados de los que pueden derivarse perjuicios patrimoniales para la Fundación cuyo importe y momento de cancelación son indeterminados se registran en el balance como provisiones por el valor actual del importe más probable que se estima que la Fundación tendrá que desembolsar para cancelar la obligación.

La compensación a recibir de un tercero en el momento de liquidar la obligación no supone una minoración del importe de la deuda, sin perjuicio del reconocimiento en el activo de la Fundación del correspondiente derecho de cobro, siempre que no existan dudas de que dicho reembolso será percibido, registrándose dicho activo por un importe no superior de la obligación registrada contablemente.

4.7. Subvenciones, donaciones y legados

Las subvenciones, donaciones y legados, de capital no reintegrables se valoran por el importe concedido, reconociéndose inicialmente como ingresos directamente imputados al patrimonio neto y se imputan a resultados en proporción a la depreciación experimentada durante el período por los activos financiados por dichas subvenciones, salvo que se trate de activos no depreciables en cuyo caso se imputarán al resultado del ejercicio en que se produzca la enajenación o baja en inventario de los mismos.

Si las subvenciones, donaciones o legados fueran concedidos por los asociados, fundadores o patronos se sigue el mismo criterio que el punto anterior, salvo que se otorguen a título de dotación fundacional o fondo social, en cuyo caso se reconocen directamente en los fondos propios de la entidad.

Las aportaciones efectuadas por un tercero a la dotación fundacional o al fondo social también se reconocen directamente en los fondos propios.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Mientras tienen el carácter de subvenciones, donaciones y legados, reintegrables se contabilizan como deudas a largo plazo transformables en subvenciones.

Cuando las subvenciones, donaciones y legados se concedan para financiar gastos específicos se imputarán como ingresos en el ejercicio en que se devenguen los gastos que están financiando.

4.8 Criterios empleados en transacciones entre partes vinculadas

En el supuesto de existir, las operaciones entre las entidades del mismo grupo, con independencia del grado de vinculación, se contabilizan de acuerdo con las normas generales. Los elementos objeto de las transacciones que se realicen se contabilizarán en el momento inicial por su valor razonable. La valoración posterior se realiza de acuerdo con lo previsto en las normas particulares para las cuentas que corresponda.

Esta norma de valoración afecta a las partes vinculadas que se explicitan en la Norma de elaboración de las cuentas anuales 13ª del Plan General de Contabilidad y en la Norma 11ª de valoración de las normas de adaptación. En este sentido:

a) Se entenderá que una Fundación forma parte del grupo cuando ambas estén vinculadas por una relación de control, directa o indirecta, análoga a la prevista en el artículo 42 del Código de Comercio, o cuando las empresas estén controladas por cualquier medio por una o varias personas jurídicas que actúen conjuntamente o se hallen bajo dirección única por acuerdos o cláusulas estatutarias. En particular, se presumirá que dos entidades no lucrativas tienen la consideración de entidades del grupo cuando ambas entidades coincidan en la mayoría de las personas que componen sus respectivos órganos de gobierno
b) Se entenderá que una Fundación es asociada cuando, sin que se trate de una Fundación del grupo en el sentido señalado, la Fundación o las personas físicas dominantes, ejerzan sobre esa Fundación asociada una influencia significativa, tal como se desarrolla detenidamente en la citada Norma de elaboración de cuentas anuales 13ª
c) Una parte se considera vinculada a otra cuando una de ellas ejerce o tiene la posibilidad de ejercer directa o indirectamente o en virtud de pactos o acuerdos entre accionistas o partícipes, el control sobre otra o una influencia significativa en la toma de decisiones financieras y de explotación de la otra, tal como se detalla detenidamente en la Norma de elaboración de cuentas anuales 15ª.

Se consideran partes vinculadas a la Fundación, adicionalmente a las entidades del grupo, asociadas y multigrupo, a las personas físicas que posean directa o indirectamente alguna participación en la Fundación, o en su dominante, de manera que les permita ejercer sobre una u otra una influencia significativa, así como a sus familiares próximos, al personal clave de la Fundación o de su dominante (personas físicas con autoridad y responsabilidad sobre la planificación, dirección y control de las actividades de la Fundación, ya sea directa o indirectamente), entre la que se incluyen los Patronos y los Directivos, junto a sus familiares próximos, así como a las entidades sobre las que las personas mencionadas anteriormente puedan ejercer una influencia significativa. Asimismo, tienen la consideración de parte vinculadas las empresas que compartan algún consejero o directivo con la Fundación, salvo cuando éste no ejerza una influencia significativa en las políticas financiera y de explotación de ambas, y, en su caso, los familiares próximos del representante persona física del Presidente del Patronato, persona jurídica, de la Fundación.

Francisco Valles
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

NOTA 5. Usuarios y otros deudores de la actividad propia

El movimiento habido del epígrafe B.III del activo del balance "Usuarios y otros deudores de la actividad propia" es el siguiente:

Usuarios y otros deudores de la actividad propia		31/12/2021	Aumentos	Disminuciones	31/12/2022
PATROCINADORES	Entidades del grupo	20.624,00	105.000,00	125.624,00	-
	Otras procedencias	33.693,95	580.850,00	540.701,00	73.842,95
TOTALES		**54.317,95**	**695.850,00**	**676.325,00**	**73.842,95**

NOTA 6. Pasivos financieros

a) Clasificación por vencimientos

La clasificación por vencimiento de los pasivos financieros de la Fundación es de un año, atendiendo a su clasificación en el corto plazo del balance PYME ESFL.

NOTA 7. Fondos propios

El movimiento habido del epígrafe A.1 del pasivo del balance ha sido el siguiente:

Fondos propios	31/12/2021	Aumentos	Disminuciones	31/12/2022
Dotación Fundacional/Fondo Social	30.000,00			30.000,00
Excedentes de ejercicios anteriores	286.370,69		(48.741,91)	237.628,78
Excedente del ejercicio	(45.316,96)	45.316,96	(1.432,66)	(1.432,66)
TOTALES	**271.053,73**	**45.316,96**	**(50.174,57)**	**266.196,12**

NOTA 8. Situación fiscal

8.1 Saldos con Administraciones Públicas

La composición de los saldos con Administraciones Públicas es:

Fondos propios	31/12/2022	31/12/2021
Deudora		
Hacienda Pública, deudora por IVA	12.714,02	11.384,87
Hacienda Pública, retenciones y pagos a cuenta	1.147,16	695,22
Acreedora		
Hacienda Pública, acreedora por retenciones practicadas	4.295,29	1.725,00
Organismos de la Seguridad Social, acreedores	1.632,06	-

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Derivado de la inspección de las liquidaciones de IVA de los ejercicios 2013, 2014, 2015 y 2016, por la que le fue denegada la devolución del VIA solicitado de los ejercicios 2015 y 2016, sentencia que fue recurrida por la Fundación, a finales del ejercicio 2020 el TEAR dictó la sentencia por la que reconocía a la Fundación el derecho a cobrar el importe de ese IVA, por importe de 220.348,69 euros, así como la anulación de las sanciones emitidas por la AEAT en su momento.

En el año 2021, la AEAT reconoció el pago de estas a favor de la FMRE, junto con sus correspondientes intereses del 2021 y de demora que ascendió en total a 253.778,13 euros, los cuales fueron cobrados por la Fundación en marzo y abril 2021.

8.2 Impuestos sobre beneficios

De acuerdo con el Título II de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos, las fundaciones gozarán de exención en el Impuesto sobre Sociedades, entre otras, por las siguientes rentas: Los donativos y donaciones recibidos para colaborar en los fines de la Fundación y las ayudas económicas recibidas en virtud de los convenios de colaboración empresarial regulados en el artículo 25 de dicha Ley; las subvenciones, salvo las destinadas a financiar la realización de explotaciones económicas no exentas; las procedentes del patrimonio mobiliario e inmobiliario de la Fundación, como son los dividendos, intereses, cánones y alquileres; y las obtenidas en el ejercicio de las explotaciones económicas exentas relacionadas en el artículo 7 de dicha Ley. Así pues, en la base imponible del Impuesto sobre Sociedades solo se incluirán las rentas derivadas de las explotaciones económicas no exentas.

Así mismo, y para dar cumplimiento a lo prescrito en el artículo 3.1.a) del Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo (Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre) a continuación se identifican las rentas de la Fundación exentas del Impuesto sobre Sociedades a 31 de diciembre de 2022 y 31 de diciembre de 2021, con indicación de sus ingresos y gastos:

Esta Fundación no ha desarrollado durante el ejercicio 2022 actividades no exentas.

Las retenciones que se hubieran practicado en origen en concepto de Impuesto sobre las Rentas del Capital tienen la consideración de pagos a cuenta del Impuesto sobre Sociedades, por lo que la Fundación puede solicitar su devolución cuando la deuda tributaria de dicho impuesto sea inferior al importe de las retenciones practicadas.

La explicación de la diferencia que exista entre el importe neto de los ingresos y gastos del ejercicio y la base imponible (resultado fiscal) del ejercicio 2021 es el siguiente:

	Cuenta de resultados		
	Importe del ejercicio 2021		
Saldo de ingresos y gastos del ejercicio			(45.316,96)
	Aumentos	**Disminuciones**	**Efecto neto**
Impuesto sobre sociedades	-	-	-
Diferencias permanentes	**198.400,59**	**150.732,00**	**47.668,59**
Resultados exentos	198.400,59	150.732,00	47.668,59
Base imponible			**2.351,63**

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

8.3 Otros tributos

No existe ninguna circunstancia significativa respecto a otros tributos.

NOTA 9. Ingresos y Gasto

9.1 Ayudas monetarias y no monetarias

La Fundación no ha dado ayudas monetarias y no monetarias

9.2 Aprovisionamiento

La Fundación no ha tenido compras de aprovisionamiento.

9.3 Gastos de personal

Gastos de personal	Importe 2022	Importe 2021
640 Sueldos y salarios	5.886,25	-
642 Seguridad social a cargo de la empresa	1.413,57	-
TOTAL	**7.299,82**	**-**

9.4 *Otros gastos de actividad*

Subgrupo / Cuenta / Subcuenta	Importe 2022	Importe 2021
623 Servicios de profesionales independientes	22.176,82	8.271,68
626 Servicios bancarios y similares	1.995,01	814,50
629 Otros servicios	438.310,63	189.314,41
TOTAL	**462.482,46**	**198.400,59**

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

9.5 Ingresos. Información sobre:

a) Ingresos sobre la actividad propia

Ejercicio 2022

Actividades	c) Ingresos de promociones patrocinadores y colaboraciones	Procedencia	d) Subvenciones, donaciones y legados de la actividad propia	Procedencia
Conexión España	25.000,00	Camara de Comercio, Industria e Innovacion	25.000,00	ICEX
Actividad Internacional en Dubai	-		38.449,62	ICEX
Proyecto España	10.000,00	Caixa Bank, S.A.	-	
Actividad en China y en EEUU	-		11.400,00	ICEX
Programa Marca e Innovación, Evento FMRE, campaña 'Valores'	-		50.000,00	OEPM
Otros ingresos sin asignación específica	-		166.000,00	Donación
Otras actividades	105.000,00	Asociación de Marcas Renombradas Españolas	37.500,00	ICEX
TOTAL	**140.000,00**		**328.349,62**	

Ejercicio 2021

Actividades	c) Ingresos de promociones patrocinadores y colaboraciones	d) Subvenciones, donaciones y legados de la actividad propia	Procedencia
Conexión España	30.000	25.000	FCEDE/ICEX
Jurado Embajadores Honorarios De La Marca España – IX Edición	-	40.000	OEPM
Spain Business Global	55.732	-	Cámara de España
TOTAL	**85.732**	**65.000**	

b) Ingresos sobre la actividad mercantil

La Fundación no ha tenido ingresos de actividad mercantil.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

NOTA. 10 subvenciones, donaciones y legados

El importe y características de las subvenciones, donaciones y legados recibidos que aparecen en el balance, así como los imputados en la cuenta de resultados se desglosan en el siguiente cuadro:

Cuenta	Origen	Fundación concedente (especificar privada o pública, y en este caso, organismo y Administración concedente)	Finalidad y/o elemento adquirido con la subvención o donación	Año de concesión	Período de aplicación	Importe concedido	Imputado a resultados en ejercicios anteriores	Imputado al resultado del ejercicio actual
740	Administración Estatal	Oficina Española de Patentes y Marcas	Programa Marca e Innovación, Evento FMRE, campaña 'Valores'	2022	2022	50.000,00	-	50.000,00
	Administración Estatal	ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.	Conexión España	2022	2022	25.000,00	-	25.000,00
			Actividad Dubai	2022	2022	40.000,00	1.550,38	38.449,62
			Actividad China & EEUU	2022	2022	11.400,00	-	11.400,00
			Programa Marca e Innovación	2022	2022	37.500,00	-	37.500,00
	Entidad Privada	Acciona	Otros ingresos sin asignación específica	2022	2022	25.000,00	-	25.000,00
	Entidad Privada	Barceló Corporación Empresarial	Otros ingresos sin asignación específica	2022	2022	18.000,00	-	18.000,00
	Entidad Privada	Corporación Hijos de Rivera	Otros ingresos sin asignación específica	2022	2022	18.000,00	-	18.000,00
	Entidad Privada	Diseño Textil	Otros ingresos sin asignación específica	2022	2022	25.000,00	-	25.000,00
	Entidad Privada	Mapfre, S.A.	Otros ingresos sin asignación específica	2022	2022	25.000,00	-	25.000,00
	Entidad Privada	Grupo Osborne	Otros ingresos sin asignación específica	2022	2022	18.000,00	-	18.000,00
	Entidad Privada	Repsol, S.A.	Otros ingresos sin asignación específica	2022	2022	25.000,00	-	25.000,00
	Entidad Privada	Tendam Retail	Otros ingresos sin asignación específica	2022	2022	12.000,00	-	12.000,00
						329.900,00	1.550,38	328.349,62

Las subvenciones recibidas son procedentes de Fundaciones Públicas (OEPM) pertenece a la Administración Estatal y al ICEX España Exportaciones e Inversiones, E.P.E.

La Fundación viene cumpliendo los requisitos legales exigidos para la obtención y mantenimiento de tales subvenciones, donaciones y legados.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Movimientos de partidas del balance, indicando el saldo inicial y final así como los aumentos y disminuciones.

La Fundación no ha tenido movimiento durante el ejercicio presente y pasado en este concepto.

NOTA 11. Aplicación de elementos patrimoniales a fines propios. Gastos de administración

11.1. Actividad de la Fundación

1. Actividades realizadas

ACTIVIDAD 1

A) Identificación

Denominación de la actividad	**Jurado Embajadores Honorarios de la Marca España X Edición**
Tipo de actividad	Propia
Identificación de la actividad por sectores	Otros
Lugar de desarrollo de la actividad	Todas

Descripción: Reunión del Jurado que eligió a la X promoción de "Embajadores Honorarios de la Marca España", reunido en las bodegas del Grupo Osborne en el Puerto de Santa María (Cádiz). El Jurado compuesto por relevantes personalidades del ámbito empresarial, institucional, mediático y académico, seleccionó a aquellas personas, físicas o jurídicas, más destacadas por su apoyo a la imagen de España en el mundo, pertenecientes a las categorías: relaciones internacionales, gestión empresarial, acción social, arte y cultura, turismo y gastronomía, deportes, ciencia e innovación.

El coste total de esta actividad ascendió a 12.615,32 euros.

B) Recursos humanos empleados en la actividad

No aplica. La Fundación habitualmente no tiene personal propio sino que opera con el personal contratado por la Asociación de Marcas Renombradas Españolas. En 2022, la Fundación sí tuvo personal contratado pero únicamente para la gestión del proyecto 'Experiencias Turismo Marca España'

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad (participantes en la reunión del Jurado)

TIPO	Número	
	Previsto	Realizado
Personas Físicas	26	26
Personas Jurídicas	N/A	N/A

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

D) Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos/ Inversiones	Importe	
	Previsto	Realizado
Otros gastos de la actividad	30.000	12.615,32
Subtotal de gastos	**30.000**	**12.615,32**
Subtotal Inversiones	-	-
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	**30.000**	**12.615,32**

E) Objetivos e indicadores de la actividad

Objetivo	Indicador	Cantidad Prevista	Cantidad realizada
Selección de personalidades e instituciones españolas de distintos ámbitos que mejor representan a España a escala internacional	Marca España	30.000	12.615,32

ACTIVIDAD. 2

A) Identificación

Denominación de la actividad	**Actividad Internacional en Dubai**
Tipo de actividad	Propia
Identificación de la actividad por sectores	Otros
Lugar de desarrollo de la actividad	TODAS

Descripción: Actividades de promoción sectorial de las marcas españolas de Moda y de Alimentación y Bebidas (Gastronomía) con dos eventos dirigidos a público especializado, B2B, (distribuidores, importadores, prensa especializada, influencers, etc) que tuvieron lugar en el Pabellón de España de la Expo Dubái 2020 durante el primer trimestre de 2022. Asimismo, se organizó el 2 de febrero de 2022 coincidiendo con el día de España en la Expo una ceremonia de acreditación de los "Amigos de la Marca España en EAU". Dicha ceremonia tuvo lugar durante la cena de gala del Spanish Business Council y contó con la presencia de los más altos representantes de la administración y el gobierno de España.

El coste total de esta actividad ascendió a 97.025,28 euros.

B) Recursos humanos empleados en la actividad

No aplica. La Fundación habitualmente no tiene personal propio sino que opera con el personal contratado por la Asociación de Marcas Renombradas Españolas. En 2022, la Fundación sí tuvo personal contratado pero únicamente para la gestión del proyecto 'Experiencias Turismo Marca España'.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad

TIPO	Número	
	Previsto	Realizado
Personas Físicas	5 'Amigos de la ME en EAU'	5 'Amigos de la ME en EAU'
Personas Jurídicas	22 empresas participantes eventos sectoriales	22 empresas participantes eventos sectoriales

D) Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos/ Inversiones	Importe	
	Previsto	Realizado
Otros gastos de la actividad	100.000	97.025,28
Subtotal de gastos	100.000	97.025,28
Subtotal Inversiones	-	-
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	100.000	97.025,28

E) Objetivos e indicadores de la actividad

OBJETIVO	INDICADOR	Previsto	Realizado
Promoción internacional de las marcas españolas y de la Marca España en el mercado de Emiratos Árabes Unidos	Promoción internacional marcas españolas y Marca España	100.000	97.025,28

ACTIVIDAD. 3

A) Identificación

Denominación de la actividad	**Conexión España**
Tipo de actividad	Propia
Identificación de la actividad por sectores	Otros
Lugar de desarrollo de la actividad	TODAS

Descripción: Red Internacional creada con el objetivo de conectar a nivel global el talento directivo español, que junto con las empresas e instituciones, pretende fomentar el intercambio de conocimiento y experiencia, e impulsar la competitividad e imagen de España. Es por tanto una Red Internacional de directivos y directivas españolas n el mundo conectado en torno a unos intereses y unos contenidos compartidos. Proyecto que ayuda a impulsar la imagen y reputación de España, y dar visibilidad al talento directivo español en el mundo.

El coste total de esta actividad ascendió a 101.102,95 euros.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

B) Recursos humanos empleados en la actividad

No aplica. La Fundación habitualmente no tiene personal propio sino que opera con el personal contratado por la Asociación de Marcas Renombradas Españolas. En 2022, la Fundación sí tuvo personal contratado pero únicamente para la gestión del proyecto 'Experiencias Turismo Marca España'

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad

TIPO	Número	
	Previsto	Realizado
Personas Físicas	1.000	1.000
Personas Jurídicas	N/A	N/A

D) Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos/ Inversiones	Importe	
	Previsto	Realizado
Otros gastos de la actividad	110.000	101.102,95
Subtotal de gastos	110.000	101.102,95
Subtotal Inversiones	-	-
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	110.000	101.102,95

E) Objetivos e indicadores de la actividad

OBJETIVO	INDICADOR	Previsto	Realizado
Conectar a los directivos y directivas españoles expatriados a través de una red de profesionales unidos en torno a unos contenidos de interés compartido	Talento español y Marca España	100.000	101.102,95

ACTIVIDAD. 4

A) Identificación

Denominación de la actividad	**Programa Marca e Innovación**
Tipo de actividad	Propia
Identificación de la actividad por sectores	Otros
Lugar de desarrollo de la actividad	TODAS

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Descripción: Iniciativa promovida por el Foro de Marcas e ICEX, junto con ESIC Business & Marketing School, como socio académico, y apoyada por la OEPM dirigida a CEOs desde las pymes españolas con el objetivo de analizar el impacto positivo que puede tener en la empresa una estrategia basada en la marca, la innovación y el diseño. Una de las principales características de "Marca & Innovación" es su enfoque en la experiencia, más allá del conocimiento. El programa, que comenzó su andadura en 2020 y por el que ya han pasado más de 250 empresas, se seguirá llevando a cabo en distintas ciudades españolas con un programa de 4 días de formación en cada localidad y visitas in – company.

El coste total de esta actividad ascendió a 79.775,95 euros.

B) Recursos humanos empleados en la actividad

No aplica. La Fundación habitualmente no tiene personal propio sino que opera con el personal contratado por la Asociación de Marcas Renombradas Españolas. En 2022, la Fundación sí tuvo personal contratado pero únicamente para la gestión del proyecto 'Experiencias Turismo Marca España'

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad

TIPO	Número	
	Previsto	Realizado
Personas Físicas	87	87
Personas Jurídicas	71	71

D) Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos/ Inversiones	Importe	
	Previsto	Realizado
Otros gastos de la actividad	80.000	79.775,95
Subtotal de gastos	80.000	79.775,95
Subtotal Inversiones	-	-
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	80.000	79.775,95

E) Objetivos e indicadores de la actividad

OBJETIVO	INDICADOR	CUALIFICACIÓN	
		Previsto	Realizado
Formación de la alta dirección de las PYMES en la gestión estratégica de las marcas y otros activos intangibles	Formación e gestión de intangibles	100%	100%

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

ACTIVIDAD. 5

A) Identificación

Denominación de la actividad	**Campaña 'Valores que construyen sueños'**
Tipo de actividad	Propia
Identificación de la actividad por sectores	Otras
Lugar de desarrollo de la actividad	TODAS

Descripción: Programa a desarrollar en colaboración con la Cámara de Comercio de España en una serie de ciudades españolas que promueve la educación en valores de la juventud española como vías para alcanzar las metas personales y profesionales. En 2022, siempre que las circunstancias sanitarias lo permitan, la campaña se seguirá desarrollando entre los jóvenes de toda España a través de los centros educativos y la red de Cámaras de Comercio territoriales. Asimismo, se prevé una campaña en redes sociales y en algún medio o plataforma digital especializado en el segmento de edad que constituye el target.

El coste total de esta actividad ascendió a 7.814,02 euros.

B) Recursos humanos empleados en la actividad

No aplica. La Fundación habitualmente no tiene personal propio sino que opera con el personal contratado por la Asociación de Marcas Renombradas Españolas. En 2022, la Fundación sí tuvo personal contratado pero únicamente para la gestión del proyecto 'Experiencias Turismo Marca España'

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad

TIPO	Número	
	Previsto	Realizado
Personas Físicas	750	750
Personas Jurídicas	N/A	N/A

D) Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos/ Inversiones	Importe	
	Previsto	Realizado
Otros gastos de la actividad	10.000	7.814,02
Subtotal de gastos	10.000	7.814,02
Subtotal Inversiones	-	-
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	10.000	7.814,02

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

E) Objetivos e indicadores de la actividad

OBJETIVO	INDICADOR	Previsto	Realizado
Transmisión a los estudiantes españoles de valores ligados al emprendimiento	Formación en valores	10.000	7.814,02

ACTIVIDAD. 6

A) Identificación

Denominación de la actividad	**Actividad China y Estados Unidos**
Tipo de actividad	Propia
Identificación de la actividad por sectores	Otros
Lugar de desarrollo de la actividad	TODAS

Descripción: Desarrollo de sendos planes de actividad específicos para los mercados estadounidense y chino. Ambos son considerados mercados de interés estratégico para las empresas y marcas asociadas al Foro por lo que se ha puesto en marcha un programa específico focalizado en cada uno de los países que incluye encuentros empresariales informativos con expertos al objeto de analizar oportunidades de negocio en ambos mercados; actividad de networking y conectividad con actores relevantes de ambos países que ayuden a un mejor conocimiento mutuo; estudios, informes e investigaciones sobre la imagen de España y de sus marcas en ambos países; y actividad de comunicación y promoción en redes sociales.

El coste total de esta actividad ascendió a 52.880,24 euros.

B) Recursos humanos empleados en la actividad

No aplica. La Fundación habitualmente no tiene personal propio sino que opera con el personal contratado por la Asociación de Marcas Renombradas Españolas. En 2022, la Fundación sí tuvo personal contratado pero únicamente para la gestión del proyecto 'Experiencias Turismo Marca España'

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad

TIPO	Número	
	Previsto	Realizado
Personas Físicas	N/A	N/A
Personas Jurídicas	N/A	N/A

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

D) Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos/ Inversiones	Importe	
	Previsto	Realizado
Otros gastos de la actividad	50.000	52.880,24
Subtotal de gastos	50.000	52.880,24
Subtotal Inversiones	-	-
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	50.000	52.880,24

E) Objetivos e indicadores de la actividad

OBJETIVO	INDICADOR	Previsto	Realizado
Investigación, análisis y conocimiento sobre 2 mercados internacionales prioritarios para las marcas españolas como el chino y el estadounidense	Promoción internación marcas españolas y Marca España	50.000	52.880,24

ACTIVIDAD. 7

A) Identificación

Denominación de la actividad	**Evento anual FMRE**
Tipo de actividad	Propia
Identificación de la actividad por sectores	Otras
Lugar de desarrollo de la actividad	TODAS

Descripción: Organización de un evento anual en formato híbrido, presencial y telemático, que ses consolide como la cita de referencia y un punto de encuentro para los miembros del Foro de Marcas Renombradas Españolas, tanto empresas como administración pública, sirviendo a su vez como un foro de análisis y reflexión sobre tendencias y retos de interés transversal para los socios

El coste total de esta actividad ascendió a 38.128,51 euros.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

B) Recursos humanos empleados en la actividad

No aplica. La Fundación habitualmente no tiene personal propio sino que opera con el personal contratado por la Asociación de Marcas Renombradas Españolas. En 2022, la Fundación sí tuvo personal contratado pero únicamente para la gestión del proyecto 'Experiencias Turismo Marca España'

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad

TIPO	Número	
	Previsto	Realizado
Personas Físicas	250	250
Personas Jurídicas	N/A	N/A

D) Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos/ Inversiones	Importe	
	Previsto	Realizado
Otros gastos de la actividad	25.000	38.128,51
Subtotal de gastos	25.000	38.128,51
Subtotal Inversiones	-	-
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	25.000	38.128,51

E) Objetivos e indicadores de la actividad

OBJETIVO	INDICADOR	Previsto	Realizado
Encuentro de referencia para socios y ecosistema el Foro de Marcas entorno a la Marca España	Intercambio de experiencias y conocimiento sobre Marca España	15.000	38.128,51

ACTIVIDAD. 8

A) Identificación

Denominación de la actividad	**Marca España**
Tipo de actividad	Propia
Identificación de la actividad por sectores	Otros
Lugar de desarrollo de la actividad	Ámbito nacional

Descripción: proyecto de actualización de la estrategia del FMRE en relación con la Marca España; diseño y posterior ejecución de un plan de acción a varios años liderado por el FMRE con el objetivo de mejorar la reputación internacional de España y sus empresas.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

El coste total de esta actividad ascendió a 61.002,90 euros.

B) Recursos humanos empleados en la actividad

No aplica. La Fundación habitualmente no tiene personal propio sino que opera con el personal contratado por la Asociación de Marcas Renombradas Españolas. En 2022, la Fundación sí tuvo personal contratado pero únicamente para la gestión del proyecto 'Experiencias Turismo Marca España'

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad

TIPO	Número	
	Previsto	Realizado
Personas Físicas	22 participantes en las sesiones	22 participantes en las sesiones
Personas Jurídicas	N/A	N/A

D) Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos/ Inversiones	Importe	
	Previsto	Realizado
Otros gastos de la actividad	50.000	61.002,90
Subtotal de gastos	50.000	61.002,90
Subtotal Inversiones	-	-
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	50.000	61.002,90

E) Objetivos e indicadores de la actividad

OBJETIVO	INDICADOR	CUALIFICACIÓN	
		Previsto	Realizado
Promoción Marca España y marcas españolas	Marca España	100%	100%

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

ACTIVIDAD. 9

A) Identificación

Denominación de la actividad	**Experiencias Turismo España**
Tipo de actividad	Propia
Identificación de la actividad por sectores	Otros
Lugar de desarrollo de la actividad	TODAS

Descripción: Tras una época crítica para el sector turístico y la economía española en general, se hace necesario recuperar las cifras y la posición de España como destino turístico líder y, además, se presenta una oportunidad para repensar el modelo de este sector, apostando por una oferta más sostenible y de mayor valor. Por ello, esta iniciativa del FMRE busca contribuir a la recuperación del sector turístico español, poniendo en valor y aprovechando la oportunidad que nos brinda contar con marcas líderes reconocidas internacionalmente que, mediante la colaboración en la creación de experiencias únicas y acciones de cobranding, permita fidelizar a los turistas extranjeros.

El coste total de esta actividad ascendió a 7.299,82 euros.

B) Recursos humanos empleados en la actividad

En 2022, la Fundación sí tuvo personal contratado pero únicamente para la gestión del proyecto 'Experiencias Turismo Marca España'

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad

TIPO	Número	
	Previsto	**Realizado**
Personas Físicas	N/A	N/A
Personas Jurídicas	N/A	N/A

D) Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos/ Inversiones	Importe	
	Previsto	**Realizado**
Otros gastos de la actividad	230.000	7.299,82
Subtotal de gastos	230.000	7.299,82
Subtotal Inversiones	-	-
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	230.000	7.299,82

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

E) Objetivos e indicadores de la actividad

OBJETIVO	INDICADOR	CUALIFICACIÓN	
		Previsto	Realizado
Catálogo de Experiencias turísticas en torno a la Marca España y las marcas españolas	Promoción Turismo de calidad	100%	100%

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

I. Recursos económicos totales empleados por la Fundación.

Gastos/ Inversiones	Actividad 1	Actividad 2	Actividad 3	Actividad 4	Actividad 5	Actividad 6	Actividad 7	Actividad 8	Actividad 9	No imputados a las actividades	Total
Gatos por ayudas y otros											
a) Ayudas monetarias											
b) Ayudas no monetarias											
c) Gastos por colaboraciones y órganos de gobierno											
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación											
Aprovisionamientos											
Gastos de personal	-	-	-	-	-	-	-	-	7.299,82	-	7.299,82
Otros gastos de la actividad	12.615,32	97.025,28	101.102,95	79.775,95	7.814,02	52.880,24	38.128,51	61.002,90	-	12.137,29	462.482,46
Amortización del inmovilizado											
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado											
Gastos financieros											
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros											
Diferencias de cambio											
Deterioro y resultado por enajenación de instrumentos financieros											
Impuesto sobre beneficios											
Subtotal de gastos	**12.615,32**	**97.025,28**	**101.102,95**	**79.775,95**	**7.814,02**	**52.880,24**	**38.128,51**	**61.002,90**	**7.299,82**	**12.137,29**	**469.782,28**
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes Patrimonio Histórico)											
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico											
Cancelación de deuda no comercial											
Subtotal Inversiones											
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	**12.615,32**	**97.025,28**	**101.102,95**	**79.775,95**	**7.814,02**	**52.880,24**	**38.128,51**	**61.002,90**	**7.299,82**	**12.137,29**	**469.782,28**

Francisco Valles
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

II. Recursos económicos totales obtenidos por la Fundación.

A) Ingresos obtenidos por la Fundación

INGRESOS	Previsto	Realizado
Subvenciones del sector público	150.000,00	162.349,62
Aportaciones privadas	115.000,00	166.000,00
Otros tipos de ingresos	35.000,00	140.000,00
TOTAL INGRESOS OBTENIDOS	**300.000,00**	**468.349,62**

B) Otros recursos económicos obtenidos por la Fundación
No procede

III. Convenios de colaboración con otras entidades

La Fundación en el 2022 celebró convenios de Colaboración con ICEX España Exportación e Inversión, E.P.E..

IV. Desviaciones entre plan de actuación y datos realizados

No se han producido desviaciones significativas entre las cantidades previstas en el plan de actuación y las efectivamente realizadas.

11.2. Aplicación de elementos patrimoniales a fines propios

El destino de rentas e ingresos a que se refiere la Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones, indicando el cumplimiento del destino de rentas e ingresos y los límites a que venga obligada, de acuerdo con los criterios establecidos en su normativa específica y según el modelo que se adjunta.

Bienes y derechos que forman parte de la dotación y bienes y derechos vinculados de forma permanente a los fines fundacionales.

La fundación no posee bienes o derechos que formen parte de la dotación y bienes y derechos vinculados de forma permanente a los fines fundacionales.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Foro de Marcas Renombradas Españolas

Fundación Foro de Marcas Renombradas Españolas (F.M.R.E.)
Memoria de las cuentas anuales correspondientes al ejercicio terminado al 31/12/22

Cuadro de destino de renta e ingresos:

I. CALCULO DE LA BASE DE APLICACIÓN Y RECURSOS MINIMOS A DESTINAR EN EL EJERCICIO 2022

RECURSOS	**IMPORTE**
Excedente del ejercicio	**(1.432,66)**
1.1. Ajustes positivos del resultado contable	
1.1.A) Dotación a la amortización del inmovilizado afecto a actividades en cumplimiento de fines	
1.1.B) Gastos comunes y específicos al conjunto de actividades desarrolladas en cumplimiento de fines, más en su caso, 1.1.C) cambios en criterios contables y subsanación de errores	457.644,99
TOTAL GASTOS DEDUCIBLES	**457.644,99**
1.2. Ajustes negativos al resultado contable	
Ingresos no computables	-
BASE DE CALCULO	**456.212,33**
RENTA A DESTINAR	
Porcentaje	70%
Renta a destinar	319.348,63

1.1. AJUSTES POSITIVOS DEL RESULTADO CONTABLE

1.1.A) Dotación a la amortización del inmovilizado afecto a actividaddes en cumplimiento de fines (Art. 32.4.a) Reglamento RD 1337/2005)

N. Cta	Partida de la cuenta de resultados	Elemento patrimonial afectado a la actividad en cumplimiento de fines	Dotación a la amortización del elemento patrimonial del ejercicio	Importe total amortizado del elemento patrimonial
Total 1.1.A) Dotación a la amortización				

1.1.B) Gastos comunes y específicos al conjunto de actividades desarrolladas en cumplimiento de fines (excepto amortizaciones y deterioro de

N. Cta	Partida de la cuenta de resultados	Descripción del gasto	Porcentaje de imputación a la actividad propia en cumplimiento de fines	Importe
62	9	Embajadores Honorarios Marca España	100%	12.615,32
62	9	Actividad Dubái	100%	97.025,28
62	9	Conexión España	100%	101.102,95
62	9	Programa Marca e Innovación	100%	79.775,95
62	9	Campaña 'Valores que construyen sueños'	100%	7.814,02
62	9	Actividad China y Estados Unidos	100%	52.880,24
62	9	Evento anual FMRE	100%	38.128,51
62	9	Proyecto Marca España	100%	61.002,90
62	9	Proyecto 'Experiencias Turismo España'	100%	7.299,82
Total 1.1.B) Gastos comunes y específicos				**457.644,99**

1.1.C) Resultado positivo contabilizado directamente en el patrimonio netocomo consencuencia de cambios en los criterios contables o subsanación

N. Cta	Partida del patrimonio neto	Descripción del cambio de criterios contables o del error subsanado	Importe
Total 1.1.C) Cambios dde criterios contables y subsanación de errores			

TOTAL 1.1. AJUSTES POSITIVOS AL RESULTADO CONTABLE (Importe de la celda B10 "Total de gastos deducibles" en la tabla I "Base de cálculo de recursos mínimos"	457.644,99

No hay ajustes negativos al resultado contable.

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Recursos aplicados en el cumplimiento de fines

1. Gastos cumplimiento de fines	Importe			TOTAL
Gastos de actividades propias			457.644,99	457.644,99
2. Inversiones en cumplimiento de fines * (2.1.+ 2.2.)	**Fondos propios**	**Subvenciones, donaciones y legados**	**Deuda**	
2.1. Realizadas en el ejercicio				-
2.2. Procedentes de ejercicios anteriores				-
a) Deudas canceladas en el ejercicio incurridas en ejercicios anteriores				-
b) Imputación de subvenciones, donaciones y legados de capital procedentes de ejercicios anteriores				-
TOTAL (1 + 2)				457.644,99

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

II. DESTINO Y APLICACIÓN DE RENTAS E INGRESOS A FINES

Ejercicio	Excedente del ejercicio	Ajustes negativos	Ajustes positivos	Base de cálculo	Renta a destinar		Recursos destinados a fines	APLICACIÓN DE LOS RECURSOS DESTINADOS EN CUMPLIMIENTO DE SUS FINES								
					Importe	%		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Importe pendiente
2018	(11.505,62)	8.850,15	354.346,00	333.990,23	346.018,26	100,00%	354.346,00				354.346,00					-
2019	65.908,24	-	97.748,00	163.656,24	164.634,28	100,00%	97.748,00					97.748,00	65.908,24			-
2020	(69.669,60)	-	167.658,86	97.989,26	89.924,74	91,77%	167.658,86						101.750,62			-
2021	(45.316,96)	-	158.368,18	113.051,22	113.051,22	100,00%	158.368,18							113.051,22		-
2022	(1.432,66)	-	457.644,99	456.212,33	319.348,63	70%	319.348,63								319.348,63	-
TOTAL			0					468.143,00	461.807,00	553.719,03	366.085,62	97.748,00	245.439,97	113.051,22	319.348,63	-

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

11.3 Gastos de administración

Límites alternativos a los gastos de administración (Art. 33 Reglamento R.D.1337/2005)	
5% de los fondos propios	13.309,81
20% de la base de cálculo del Art. 27 Ley 50/2004 y Art. 32.1 Reglamento R.D. 1337/2005. (Se obtiene en la Nota 14)	63.869,73
Resumen gastos de administración	
Gastos resarcibles a los patronos	
Gastos directamente ocasionados por la administración del patrimonio	
Supera (+) / No supera (-) el límite máximo aplicable	**No supera**

NOTA 12. Operaciones con partes vinculadas

A efectos de la presentación de las cuentas anuales una parte se considera vinculada a otra cuando una de ellas o un conjunto que actúa en concierto, ejerce o tiene la posibilidad de ejercer directa o indirectamente o en virtud de pactos o acuerdos entre accionistas o partícipes, el control sobre otra o una influencia significativa en la toma de decisiones financieras y de explotación de la otra, análoga en el artículo 42 del Código de Comercio.

La Fundación ha recibido, durante el ejercicio 2022 ingresos por parte de una parte vinculada de 105.000 euros (siendo en 2021 ingresos por parte de una Fundación vinculada por importe de 20.000,00 euros).

A 31 de diciembre de 2022 la Fundación mantenía una obligación de pago con una parte vinculada (AMRE) por importe de 10.000 euros, que fue pagado a primeros de enero de 2023, así como 1.574,64 euros como cuenta corriente. Por su parte, a 31 de diciembre de 2021 la Fundación mantenía un derecho de cobro a una parte vinculada (AMRE) por importe de 20.624 euros.

NOTA 13. Otra información

1) Cambios producidos en el Patronato durante el ejercicio

Se ha producido cambios en el Patronato

2) Número medio de personas empleadas en el curso del ejercicio

El número medio de personas empleadas en el curso del ejercicio es el siguiente:

	Ejercicio 2022	**Ejercicio 2021**
Total personal medio del ejercicio	0,216	-

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente

Foro de Marcas
Renombradas
Españolas

Fundación Foro de Marcas Renombradas Españolas (F.M.R.E.)
Memoria de las cuentas anuales correspondientes al ejercicio terminado al 31/12/22

3) INVENTARIO

No procede

4) Hechos posteriores

Con posterioridad al cierre del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2022 y hasta la fecha de formulación de estas cuentas anuales PYMES ESFL, no se ha producido ningún hecho significativo.

En Madrid, a 6 de junio de 2023

Francisco Vallés
Fdo. El Secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El Presidente

Fundación Foro de Marcas
Renombradas Españolas
C/ Ayala, 11, 2ª pl
28001 Madrid
CIF: G-83355768

Francisco Vallés
Fdo.: El secretario

Ignacio Osborne
Vº Bº: El presidente