

ESTRATEGIA | MARCA

Un sello de calidad para pymes excelentes

Las empresas que obtienen el reconocimiento de una marca de garantía se aseguran de que cumplen los estándares de calidad más exigentes, acceden a campañas de promoción de sus productos y son reconocidas al **salir al exterior**.

Alejandro Galisteo, Madrid

Cada vez que algún representante del fútbol gallego sorprende a los colosos de la liga, como el Real Madrid o el Barcelona, los periódicos del día siguiente abren con un titular que se repite en cada gesta: *Galicia Calidade*. "Gracias a este nombre hemos conseguido que se reconozca la excelencia de los productos de nuestra comunidad en toda España, por eso nos relacionan con todo lo bueno que sucede en Galicia", señala Alfonso Cabaleiro, director gerente de Galicia Calidade, una marca de garantía que numerosas pymes de esa región han conseguido asociar a sus productos.

Por la campaña de marketing continua que supone vincularse a marcas con tanta fuerza o la certificación de calidad que aporta a su actividad, muchas empresas deciden unir sus nombres al de estas instituciones. Así, para conseguir que el logo de estas enseñanzas aparezca junto al de su firma, los responsables deben prestar atención a ciertas cuestiones:

• **¿Productos o servicios?** Cada marca de garantía está dirigida por un consejo regulador –normalmente son instituciones públicas– que, en sus estatutos, establecen quién puede llevar o no su distinción. "Cada una fija sus propios criterios y pueden incluir tanto a pymes que ofrezcan productos como a las que provean servicios", señala Rocio Pe-



ris, directora de la oficina de Madrid de Pons IP.

A diferencia de las indicaciones geográficas, que hacen hincapié en el origen del producto, estos sellos garantizan la calidad de quien los porta. "Las empresas que llevan la distinción **Madrid Excelente** han sido sometidas a exámenes exigentes que vigilan no sólo la calidad del producto o servicio final. Se controlan aspectos como la gestión de la empresa, el trato a sus empleados o la política de RSC y respeto al medio ambiente", señala Javier Ruiz, portavoz de la fundación Madrid Excelente.

• **Mejora continua.** Además, conseguir el sello no se traduce en que la empresa ostente este reconocimiento de por vida: debe mantener los estándares de calidad que le exige el consejo regulador mientras lleve su logo. "Son examinadas año tras año y se identifican áreas de mejora en las que deben obtener una mejor calificación cuando sean evaluadas de nuevo", afirma Ruiz.

De este modo, aunque las pymes tengan que pagar una cuota de entrada, estas instituciones velarán por que se conviertan en empresas cada vez mejores y más consolidadas, ya que llevan el nombre de firmas cuya filosofía es la calidad. "Respondemos con un sello ante las entidades que hagan negocios con nuestras asociadas", señalan fuentes del sello de Puerto de Valencia.

VENTAJAS

- **Identificación.** Los negocios que unen su nombre al de una marca de garantía asocian sus valores con los de un amplia **trayectoria**, es reconocido por un buen número de personas y tiene una filosofía que promueve la excelencia.
- **Promoción.** De la mano de los sellos de certificación, las pymes acceden a ferias y actos **publicitarios** donde pueden dar a conocer sus productos.
- **Formación.** Los consejos de regulación de los sellos obligan a las pymes a mantener unos estándares de calidad. Para que puedan cumplirlos, les ofrecen **formación**.
- **Internacionalización.** Cuando un cliente extranjero observa en el envase de un producto el logo de un sello de este tipo identifica que se trata de un artículo **español** y que cuenta con calidad.

IBÉRICOS DE SALAMANCA

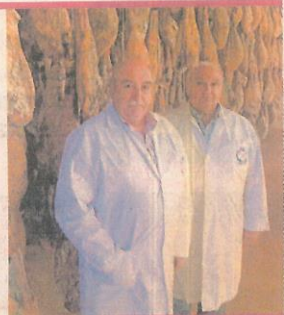
Diferencias con las D.O.

Las marcas de garantía agrupan a empresas, productos y servicios. Por contra, las indicaciones geográficas –como las denominaciones de origen (D.O.)– distinguen a productos agrícolas. Las últimas reconocen la **singularidad** de una región, mientras que las de garantía abarcan un territorio mayor.

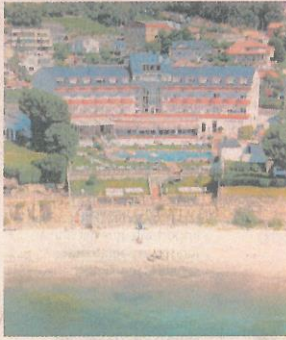
Coto reservado al mejor jamón

Entre el pantano de Santa Teresa y las montañas de la Sierra de Béjar se extiende un terreno conocido como 'El Coto'. En este paraje de la dehesa castellana, a principios del siglo XX, Juan Pablo Ramos cumplió su sueño al crear El Coto Ramos, un proyecto empresarial ligado a su tierra que respetaba la actividad a la que se había dedicado su familia: la ganadería porcina para obtener sus derivados, como el jamón y la chacina. "Hemos conseguido que tanto los herederos como nuestros empleados, catorce en la actualidad, transmitan los valores que dominan en la vida cotidiana de la zona, manteni-

do la tradición al elaborar nuestros productos", afirma Juan Pablo Ramos, cuarta generación y actual director de la compañía. El Coto Ramos, tras analizar pros y contras, se unió hace cuatro años a la marca de garantía Ibéricos de Salamanca: "No nos costó mucho obtener la certificación, pero sí que tuvimos que renovar y adaptar algunos papeles de la empresa", señala Ramos, que valora como positiva su experiencia con la marca. "Nuestros **embutidos ibéricos** tienen un sello con el que no cuenta la competencia". Además, bajo este paraguas han acudido a ferias y aparecen en los medios.

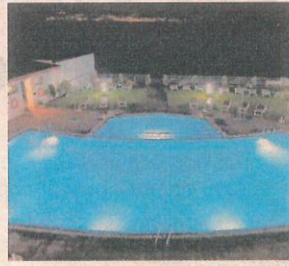


GALICIA CALIDADE



El descanso del emigrante

La morriña por la tierra, el sentimiento de nostalgia más reconocible en Galicia, fue lo que llevó a Francisco González a regresar de Venezuela a Sanxenxo, localidad de la que habían emigrado sus padres hacía más de 40 años. "Decidí volver hace 25 años y en 1995 monté un **hotel** fruto de la inversión familiar de toda una vida de trabajo al otro lado del Atlántico", señala González, el director del negocio. Así, el Hotel Spa Nanin Playa fue una apuesta por la modernidad desde el origen, y se dirigió a un público de la zona para que se sintiera como en casa cuando pasaba sus vacaciones en las instalaciones de este espacio.



"Siempre hemos entendido que en la calidad está uno de los valores de nuestro establecimiento, por eso hemos ido certificándolo", afirma González sobre los logos que figuran en la recepción de su hotel: el sello Sicted, la Q de calidad y finalmente Galicia Calidade. "Fuimos a por esta marca y ha significado una mejora en los procedimientos y en la forma de trabajar", explica el director del hotel. Entre los motivos de obtener esta certificación, González señala cómo el público actual cada vez valora más las opiniones de otros clientes en Internet, "y Galicia Calidade es uno de los referentes a nivel nacional".

El sabor gallego de las carnes de raza Duroc

Tras más de 30 años haciendo llegar la carne del ganado gallego hasta las mesas más exigentes de toda la geografía, el matrimonio formado por Manuel Núñez y Asunción Torre decidió poner su nombre a estos productos que tan buena fama habían alcanzado. Así nace la compañía Torre de Núñez, especializada en elaborar **jamonones** y embutidos artesanos utilizando la carne de la raza Duroc como base de sus más de cien referencias que se venden en 22 países. "Podemos presumir de los sellos de calidad más exigentes", señala José Manuel Núñez, director gerente de la compañía. Como no podía ser de otra forma, al ser gallegos, lucen el sello de Galicia Calidade. "Buscábamos el reconocimiento de nuestro saber hacer y defender nuestras tradiciones", afirma el responsable, que con el sello ha conseguido que el cliente que no los conocía compre sus productos con confianza.



MADRID EXCELENTE



Consultores certificados

En 1998, la consultora donde trabajaban Francisco Mogollón y Mauricio Redondo cerró. Una situación que ambos aprovecharon para dejar de ser compañeros y convertirse en socios. Así fundaron ACMS, una consultora especializada en proyectos relacionados con la certificación y acreditación en sectores como laboratorios, gestión **medioambiental** y normas ISO. "Al principio, nuestros usuarios eran pequeñas empresas que se limitaban a implantar normas ISO de calidad o de

medio ambiente. Con los años, hemos trabajado con clientes tan potentes como hospitales", señala Mogollón. Un gran impulso para acceder a esos perfiles fue que ACMS obtuviera el sello de Madrid Excelente. "Nos pusieron todo tipo de facilidades para poder ligarlo a nuestro nombre", señala el fundador de ACMS, compañía que en 2001, cuando obtuvo la certificación, era la más pequeña de las que integraban la marca, compartiendo espacio con organizaciones como Ifema o Telefónica.

Un café que conquista el mundo

En una época en la que las tertulias que reunían en Madrid a literatos y bohemios en torno a los cafés de la capital empezaban a decaer, la compañía familiar Cafés Guilis iniciaba su actividad. Era 1928 y, desde entonces, esta pyme no ha dejado de crecer. "Controlamos todo el proceso, desde que llegan los granos verdes hasta el tueste: el origen de las semillas, cómo se recojen, que sean todas de variedad arábica y el tiempo que están en el horno", señala Nacho Écija, responsable de co-

municación de la firma. En su apuesta por la calidad, en 2003 consiguieron que su gestión fuera certificada con una normativa ISO, pero no se conformaron. "Consolidada la calidad, debía llegar la excelencia", señala Écija sobre la incorporación de la marca Madrid Excelente a su empresa. "Ha favorecido el posicionamiento de nuestro producto en Madrid". Además, el sello les ha abierto las puertas de varias ferias internacionales, llevando su café hasta el otro lado del océano.



PUERTO DE VALENCIA

De maderos a contenedores

Cuando la familia Soler inició su actividad en el puerto de Valencia, a sus embarcaderos sólo llegaban troncos de madera empleados en la industria levantina. Sin embargo, al comenzar a arribar contenedores de transporte marítimo se hacía indispensable depositar estos 'container' en recintos amplios. Para dar respuesta a esta demanda, en 1982 nace Trans-Base Soler, que adecuó sus instalaciones para crear el primer **depósito** de contenedores en el puerto de la ciudad del Turia. "Colaboramos activamente desde los inicios de la marca Puerto de Valencia para desarrollar las garantías que los depósitos de contenedores debían cumplir", afirma Alfredo Soler, su director. Con el sello, han conseguido que los miembros del sector les confíen las mercancías que llegan a sus costas.



40 años controlando aduanas

Desde 1967, Gabriel Ravello había ejercido como agente de aduanas en el puerto de Valencia, herencia que recogió de su padre, quien había desempeñado el mismo oficio 20 años antes. Con esta trayectoria, Ravello decidió fundar, en 1997, una compañía con la que comparte nombre para formalizar su actividad y profesionalizar su carrera profesional. "Somos **operadores** autorizados por la Unión Europea, pudiendo actuar en todo el territorio nacional", afirma el fundador de la pyme. Para conseguir estos permisos resultó determinante ir de la mano de la marca de garantía Puerto de Valencia, cuyos responsables les facilitaron contactos y trámites burocráticos. "Por sus pliegos, trabajamos siguiendo procedimientos de calidad, lo que nos ayuda en nuestra gestión interna".

