


**GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR  
EN EL CONGRESO**



**A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS**

El Grupo Parlamentario Popular en el Congreso, al amparo de lo dispuesto en el artículo 180 y siguientes del vigente Reglamento del Congreso de los Diputados, presenta la siguiente **Moción consecuencia de la Interpelación urgente al Gobierno** sobre las medidas que va a tomar el Gobierno para fortalecer la "Marca España" y contribuir al posicionamiento estratégico de las empresas españolas en los mercados internacionales, para su debate en el próximo Pleno.

Madrid, 16 de junio de 2011



Fdo. SORAYA SAÉNZ DE SANTAMARÍA ANTÓN  
PORTAVOZ

**GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR  
EN EL CONGRESO**

**EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

La crisis económica ha relegado a la economía española a la duodécima posición mundial siendo superada por países considerados economías emergentes.

Nuestra economía sigue padeciendo importantes desequilibrios macroeconómicos, en particular de las finanzas públicas, y la dificultad de recuperar una senda de crecimiento sostenible y generador de empleo, lo que ha provocado un rápido deterioro de la imagen de España en los mercados internacionales, lo que se ha convertido en un lastre para un adecuado posicionamiento estratégico de las empresas españolas en el exterior.

La recuperación de un mejor posicionamiento entre las principales economías del mundo debe ser un objetivo irrenunciable, al que se tienen que orientar todas las decisiones de la política macroeconómica. Pero además, a nivel microeconómico, es necesario construir una imagen país abanderada por la Marca España, sobre la base de los factores de competitividad empresarial, culturales, sociológicos, históricos, medioambientales y tecnológicos, que tenga valor intrínseco y sea independiente y ajena a los vaivenes de la gestión política de estos recursos que constituyen el patrimonio nacional.

La arquitectura de la Marca España, como imagen del país que se quiere proyectar al exterior, tendría que empezar con un análisis de la percepción propia a nivel nacional de las capacidades del país, para luego analizar la imagen actual de España en el exterior, su posicionamiento y reposicionamiento en función de las capacidades y valores que se deseen transmitir.

## **GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR EN EL CONGRESO**

Actualmente existen distintas iniciativas referentes a la imagen país, construidas, principalmente, desde el Estado, sin tener en cuenta la dimensión cultural y empresarial, a la sociedad civil, ni los aspectos mediáticos y de comunicación que constituyen la base de una arquitectura de la Marca España.

Por ello, es necesario desarrollar un Plan General de Marca España, que debería contar desde su concepción con todos los agentes mencionados, sociales, políticos y empresariales, y abarcar todas las dimensiones señaladas, cultural, histórica, deportiva, económica y mediática, facilitándoles a todos ellos una participación activa en el diseño y ejecución del Plan.

Este Plan debería formar parte de una estrategia a largo plazo de crecimiento y de configuración de una imagen país potente, que se convierta en un factor estratégico de competitividad y prosperidad para toda la sociedad española.

Por todo lo anteriormente expuesto, el Grupo Parlamentario Popular en el Congreso formula la siguiente **Moción consecuencia de la Interpelación urgente al Gobierno**:

“El Congreso de los Diputados insta al Gobierno a:

1. Desarrollar un Plan General de Marca España que abarque todas las dimensiones que configuran nuestra imagen de país, económica, cultural, social, empresarial, deportiva, tecnológica, histórica y medioambiental que sirva para promover una imagen potente de España en el exterior como factor estratégico de competitividad y prosperidad.
2. Reforzar la evaluación sistemática (análisis coste-beneficio) del impacto de los instrumentos de promoción de la Marca España.

**GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR**  
**EN EL CONGRESO**

3. Favorecer las acciones de promoción de las empresas y productos españoles para enriquecer la imagen de España como "Marca de Calidad" y, en especial, crear una desgravación fiscal para las inversiones en promoción de las marcas empresariales cuando a su vez promocionen el nombre de España.
  
4. Potenciar la coordinación entre el Gobierno de España, a través del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio con Comunidades Autónomas, Cámaras de Comercio, y demás agentes protagonistas en la promoción de la Marca España.
  
5. Promocionar los instrumentos del Estado (CESCE, FIEM, Línea ICO Internacionalización, Sistema CARI, Plan de Iniciación a la Promoción Exterior) para favorecer la participación de las empresas españolas, especialmente las PYMES, y fortalecer su posición en el exterior.