

**GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR
EN EL CONGRESO**

C
.
D
I
P

4
5
8
1

0
8
0
2
1
2

1
9
:
2
8

A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

El Grupo Parlamentario Popular en el Congreso, al amparo de lo establecido en el artículo 193 y ss. del vigente Reglamento de la Cámara, tiene el honor de presentar la siguiente **Proposición no de Ley relativa al desarrollo de un Plan General de Marca España**, para su debate en pleno.

Madrid, 08 de febrero de 2012



Fdo.: Alfonso ALONSO ARANEGUI
PORTAVOZ

GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR
EN EL CONGRESO

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

C
.
D
I
P

4
5
8
1

0
8
0
2
1
2

1
9
:
2
8

El fuerte impacto de la crisis económica ha relegado a la economía española a la duodécima posición mundial siendo superada por países considerados economías emergentes. El actual Gobierno ha anunciado que quiere promover con eficacia iniciativas que identifiquen la marca España con calidad y competitividad para afrontar esta cuestión con mucha mayor eficacia y con prioridad absoluta. Una muestra de ello es la creación del nuevo Ministerio de Economía y Competitividad.

La persistencia de importantes desequilibrios macroeconómicos, y la dificultad de recuperar una senda de crecimiento sostenible y generador de empleo, ha deteriorado rápidamente 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.

Recuperar una posición entre las diez primeras economías del mundo debe ser un objetivo prioritario, al que se tienen que orientar todas las decisiones de la política macroeconómica.

Pero además, y a un nivel más 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 ponga de relieve 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

Existen distintas iniciativas referentes a la imagen país, construidas principalmente desde el sector público, sin tener en cuenta la dimensión cultural, la sociedad civil, o los aspectos mediáticos y de comunicación que debe constituir la base de una arquitectura de la Marca España.

Por todo ello, el Grupo Parlamentario Popular en el Congreso, formula la siguiente

PROPOSICIÓN NO DE LEY

«El Congreso de los Diputados insta al Gobierno a desarrollar un Plan General de Marca España, que, en el marco de los principios de austeridad presupuestaria de la presente Legislatura, abarque todas las dimensiones que configuran nuestra imagen país, económica, cultural, social, empresarial, deportiva, tecnológica, histórica y medioambiental, contando con la participación de todos los agentes que operan en las diferentes dimensiones, y que sirva para promover una imagen potente de España en el exterior como un factor estratégico de competitividad y prosperidad para la sociedad española.»