



Ciclo A DEBATE

EL FUTURO DE LA MARCA ESPAÑA

- **Cristina Garmendia:** “La fórmula para recuperar la marca España es emprender, evolucionar y expandir”
- **Javier González Ferrari:** “Lo peor que se puede hacer en situaciones de crisis es frivolar. Hay que recuperar el patriotismo no el espíritu de la transición”.
- **Juan Irazo Martín:** “ Hay que potenciar la empresa privada para inspirar confianza”.
- **Íñigo Méndez de Vigo:** “Debemos recuperar el espíritu de la transición y la fórmula del consenso”.

Madrid, 19 de junio de 2012.- **Cristina Garmendia Mendizábal**, ex ministra de Ciencia e Innovación; **Javier González Ferrari**, presidente ejecutivo de Onda Cero Radio; **Juan Irazo Martín**, vicepresidente del Instituto de Estudios Económicos, catedrático y decano-presidente del Colegio de Economistas de Madrid; e **Íñigo Méndez de Vigo y Montojo**, secretario de Estado para la UE, han intervenido en un debate, moderado por el columnista, comentarista y catedrático Carlos Rodríguez Braun, en el que se ha abordado el futuro de la marca España, en el contexto de la actual situación económica.

Íñigo Méndez de Vigo, secretario de Estado para la UE, afirmó que los últimos 30 años son los mejores en la historia de España, pero últimamente nos hemos “desinflado” porque no hemos participado activamente en Europa. “Aunque seguimos siendo un país preparado y sólido debemos tomar protagonismo en Europa. Depende de nosotros saber llevar los intereses de nuestro país al parlamento europeo y convertirlos en temas prioritarios”.

La ex ministra de Ciencia e Innovación, Cristina Garmendia ha insistido en que la sociedad no ha prestado suficiente atención a la marca España, ni tampoco lo han hecho los medios de comunicación. “España es la novena potencia mundial en ciencia, está a la cabeza del mundo en ensayos clínicos, en los cinco primeros puestos en energías renovables, y de esto no se habla en los medios de comunicación”.





Garmendia declaró que en este momento en Europa hay que tomar decisiones urgentes pero también importantes. “En Europa nos jugamos nuestro futuro y no nos detenemos a pensar en lo importante. Le pregunto al gobierno ¿cuáles son los grandes retos que debemos afrontar de aquí a 10 años?. Debemos explorar nuevas fuentes de energía, apoyar el desarrollo tecnológico de nuevas soluciones y enfrentar el cambio climático. La fórmula para recuperarnos es emprender nuevas ideas, evolucionar en nuevos sectores como la biotecnología, sin olvidar los antiguos sectores en los que somos líderes como el textil, y expandir lo que somos como país”.

Javier González Ferrari, presidente ejecutivo de Onda Cero Radio ha afirmado que “Hicimos una transición modélica y no hemos sabido evolucionar al ritmo que evoluciona la sociedad”. Agregó que lo peor que se puede hacer en situaciones de crisis es frivolar: “No podemos no contar la verdad, pero sí podemos no añadir dramatización porque produce frustración en la ciudadanía”.

Juan Iranzo, vicepresidente del Instituto de Estudios Económicos, ha mantenido que “No inspiramos confianza por la pérdida de credibilidad en las instituciones y en el sistema financiero español. Sin embargo, somos líderes e inspiramos confianza en el sector servicios: textil, telefonía, energía y hostelería”.

Iranzo concluyó apostando por la empresa privada. “Hay que entender que el sector público no puede resolvernos todos los problemas. Debemos centrarnos en crear un marco económico adecuado para la consolidación fiscal del gasto no solo a corto plazo”.

“El futuro de la marca España” es el octavo de una serie de debates en los que la Fundación Canal aborda periódicamente cuestiones de interés general relacionadas con la economía, la política y la sociedad.

Síguenos en **Facebook** y **Twitter**
@Fundacioncanal
#aDebateFC

