

Nuestra

Nebrija

Número 01 - 2012



CARLOS ESPINOSA DE LOS MONTEROS

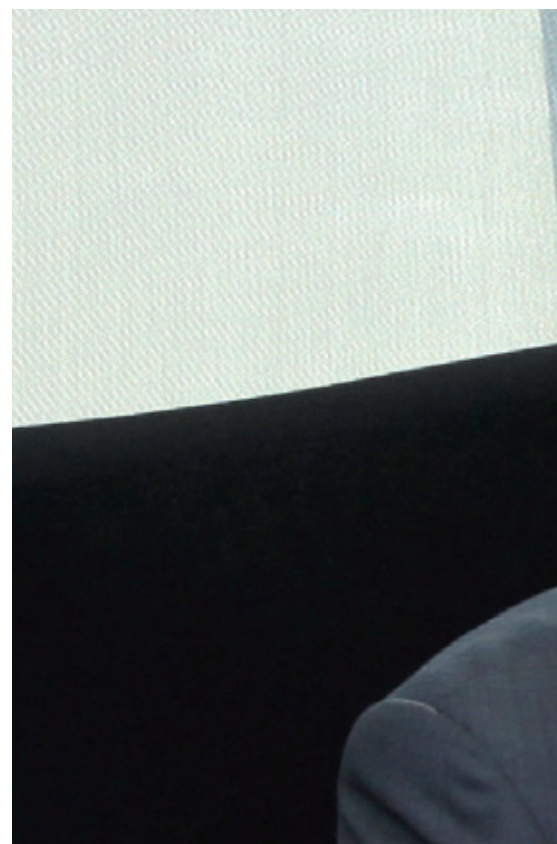
El reto de mejorar
la imagen de
España

ENTREVISTA **Carlos Espinosa de los Monteros, Alto Comisionado de Marca España**

“Tenemos que darnos cuenta de la enorme contribución que ha hecho España al mundo”

Carlos Espinosa de los Monteros, empresario de éxito y patrono de la Universidad Antonio de Nebrija, fue nombrado -en julio de este año- Alto Comisionado de Marca España. Aunque sus funciones no serán retribuidas, tendrá rango de Secretario de Estado y dependerá funcionalmente del Presidente del Gobierno, a través del Consejo de Política Exterior, y orgánicamente del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

El objetivo principal de Marca España será mejorar la imagen exterior de nuestro país, así como impulsar acciones de promoción internacional desde la Administración Pública y también bajo la colaboración público-privada.



¿Qué valores se potenciarán desde Marca España para revalorizar la imagen exterior de nuestro país?

Tras analizar cuáles son los puntos fuertes y débiles de nuestra imagen exterior, vemos que estamos bien en temas como: país agradable para visitar y vivir, cultura, clima y paisaje, amabilidad o gastronomía. Estamos peor en cuanto a país serio, riguroso, tecnológicamente avanzado y organización territorial.

Marta Saavedra

Editora de Nuestra
Profesora de la Facultad de
Ciencias de la Comunicación



¿Es importante que los españoles recuperen la confianza en su país para mejorar la imagen exterior de España?

No concibo que haya personas que no quieran y valoren a su país, pero sí es cierto que en España el orgullo de pertenencia se ha debilitado mucho en los últimos años. Los españoles tenemos que mirar a nuestra historia antigua y reciente y darnos cuenta de la enorme contribución que ha hecho España al mundo.

Y de nuestro enorme progreso económico y social, así como de nuestra capacidad de adaptarnos a los profundos cambios que nos ha tocado vivir.

¿Cómo afecta la situación económica y de los mercados a nuestra imagen? ¿Tiene Marca España entre sus objetivos incentivar el movimiento inversor?

De la misma forma que la buena imagen de un país le ayuda a exportar más, reci-

bir más inversiones del exterior y más turistas y pagar menos por su deuda, una mala imagen nos lo pone todo más difícil. En cuanto a la inversión extranjera, los cincuenta años transcurridos desde el Plan de Estabilización han permitido ver con suficiente perspectiva los efectos beneficiosos que han tenido para un país como España de ahorro y tecnología reducidos. Marca España, a través del ICEX -que englobará al antiguo Invest in Spain- va a conceder una prioridad máxima a la atracción de inversores.



Carlos Espinosa de los Monteros en el acto de posesión de su cargo en Marca España junto al Presidente del Gobierno, Mariano Rajoy.

“Nebrija ha pasado de ser una <<boutique>> universitaria a ser una auténtica Universidad por méritos propios”

Marca España coordinará los activos de distintos ámbitos y, en áreas como el deporte, España sí tiene una imagen positiva. ¿Qué valores de nuestros deportistas aplicaría a los dirigentes y empresarios para que la situación económica mejore?

Yo creo que el deporte español ha ofrecido bastantes lecciones. En primer lugar, sirve para sacar a la superficie un sentimiento que existe, pero está solo latente en algunas personas, que es el orgullo de ser español. En segundo lugar, sirve para aglutinar e integrar a un país que en los últimos años ha tendido en exceso a realizar lo regional o local sobre lo nacional. Además, los deportistas españoles en general han transmitido espíritu

de sacrificio, caballerosidad, generosidad, capacidad de lucha y sufrimiento, valores todos ellos indispensables para una situación como la que vivimos en nuestra economía.

Y la Universidad Española, ¿qué imagen proyecta al exterior?

La universidad española ha crecido desorbitadamente y en algunos casos con detrimento de la calidad. Todavía la universidad española, especialmente la privada, resulta atractiva para muchos estudiantes extranjeros que ven, estudiando en España, la oportunidad de perfeccionar su conocimiento del segundo idioma más hablado y estudiado en el mundo. Cuanto mayor sea la calidad de los estudios universitarios más se prestigiará la Universidad

española y con ella nuestro país, como ha ocurrido ya con varias Escuelas de Negocios que ocupan posiciones de liderazgo en los rankings internacionales.

¿Cómo cree que afectará la emigración de talento y la reducción de las partidas presupuestarias destinadas a la investigación a este puntal de España como marca?

Seamos optimistas y pensemos que los jóvenes que ahora emigran volverán y lo harán mejor formados. En cuanto a la reducción de partidas dedicadas a la investigación, confío en que sea por poco tiempo y se pueda compensar en gran parte con mejoras en la gestión de los recursos escasos.

Como patrono de la Universidad Nebrija, ¿cómo ha evolucionado la imagen de la institución desde su llegada al patronato en 1994 hasta la actualidad?

De forma espectacular y en todos los sentidos; ha pasado de ser una “boutique” universitaria a ser una auténtica Universidad por méritos propios. Ha modificado en profundidad, para acercarse al mercado y cumplir con Bolonia, su cartera de estudios y títulos. Se ha internacionalizado muy rápidamente y, lo más importante, ha tenido siempre la calidad como guía irrenunciable.

Citando su libro, ¿qué “cosas que le enseñó la vida gracias a la empresa” trasladará a la gestión de Marca España?

Pues creo que casi todo es aplicable, pero en esta primera fase en que recibo tantas ideas, consejos y sugerencias, quizás la humildad sea la mejor compañera. También el no tener miedo al cambio y ser valiente luchando sin desfallecer, pese a los tiempos que nos ha tocado vivir, pueden ser consignas que me facilitarán mi trabajo tan complejo y apasionante como el que tengo por delante.



TRAYECTORIA PROFESIONAL

Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense y en Ciencias Empresariales por ICADE, Carlos Espinosa de los Monteros es Técnico Comercial y Economista del Estado y MBA por la Northwestern University. Ha sido Vicepresidente del Instituto Nacional de Industria, Presidente de Iberia y Aviaco, miembro del Comité Ejecutivo de International Air Transport Association, Presidente del Círculo de Empresarios, de la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones, de la Organización Internacional de Constructores de Automóviles y Presidente del Consejo de Administración de Mercedes Benz España.

Actualmente, es Presidente de Fraternidad - Muprespa, consejero de Inditex y de Acciona. Fuera de España, es consejero del grupo inglés Yell y de la ingeniera Arcadis.

Reconocido con la Gran Cruz de la Orden del Mérito Civil en 2009, ha sido uno de los ejecutivos más destacados en la industria española en los últimos 35 años, sobre todo en el área de motor. Domina el inglés, el francés y el alemán, es padre de cinco hijos, seguidor apasionado del Real Madrid y aficionado al arte moderno.

DENTRO DE LA UNIVERSIDAD NEBRIJA

El Alto Comisionado de Marca España es Patrono de la Universidad Antonio de Nebrija. Su relación con la Universidad se remonta a 1994 cuando fue padrino de la segunda promoción de la institución. Ya entonces compartió con los recién titulados su visión crítica pero constructiva, animándoles a una formación constante y abierta. Más recientemente, en una mesa redonda celebrada en la Universidad sobre Marca España, afirmó: “La imagen se forja todos los días, entre todos y con nuestras acciones”.