

# ABC

## Nota de prensa

### VI Observatorio ABC – Marca España

#### ***“Fuera de España tenemos una credibilidad y presencia enorme”***

- El presidente de Sener, Jorge Sendagorta, ha defendido en el Observatorio de ABC Marca España la posición del sector tecnológico español fuera de nuestras fronteras
- Cuatro ponentes relacionados con distintos sectores tecnológicos han repasado el estado de la tecnología, y sus efectos sobre la imagen que proyecta de España
- La escasa subvención y la falta de inversión en I+D+I, las principales quejas de la industria tecnológica

**Madrid, 16 de enero de 2014.-** El papel de la tecnología en la explotación de la Marca España por el mundo ha sido el centro del debate en la sexta edición del Observatorio ABC – Marca España. Con la presencia de Jose Luis López Gómez, asesor en Tecnología del presidente de Talgo y Premio Inventor Europeo 2013; Cristina Garmendia, presidenta de Genetrix; David del Val, director Video Global Product de Telefónica Digita, y Jorge Sendagorta, presidente de Sener, la mesa redonda ha repasado el estado de la tecnología en España y ha incidido en la importancia que tiene esta industria en el desarrollo de la Marca España fuera de nuestras fronteras.

Ante numerosos representantes del mundo de la tecnología y la comunicación, Cristina Garmendia ha definido al sector como *“uno de los principales soportes de la Marca España”*. Según el presidente de Sener, Jorge Sendagorta, *“uno de los puntos fuertes del sector tecnológico son los ingenieros españoles”*, de quienes afirmaba que están *“extraordinariamente formados”*. López Gómez se mostraba igual de convencido con esta afirmación, asegurando que *“las universidades españolas están muy bien preparadas, pero la sociedad debe dar más importancia a la formación profesional”*.

Según ha apuntado David del Val, director Video Global Product de Telefónica, *“Estados Unidos está muy por delante y es difícil competir con ellos, pero España tiene muy buena imagen en Latinoamérica, y debemos aprovecharlo”*. Por su parte, López Gómez ha recalcado que *“el mejor favor que se puede hacer a la Marca España es ser comprometidos con la calidad”*. Una calidad que se mejora gracias, en parte, a la inversión en I+D, y como apuntaba

David del Val: “Comenzar una empresa en España es complicado, no hay suficiente dinero especializado”. Otro de los factores clave para sacar adelante un proyecto innovador es “la continuidad en el esfuerzo, y en España ha faltado eso” apuntaba Sendagorta. “Se dan impulsos y después se retiran”, recalcaba el presidente de Sener.

Esta ponencia ha marcado el devenir de la mesa redonda, pues, a pesar de la falta de financiación, Garmendia ha querido insistir en **la importancia de la política educativa** para avanzar por camino adecuado. *“La responsabilidad también está en las familias, y si mi deseo es que a mis hijos les pongan menos deberes en el colegio, tenemos un problema”*.

Por último, la mesa redonda ha resaltado que no son los políticos los que crean la Marca España, sino datos tangibles como la construcción de Talgo a la Meca, o los 25 países donde Telefónica está presente, cifras que avalan la ardua tarea del sector tecnológico español.