

La reputación de España en el mundo

Country RepTrak® 2020

Índice de contenidos

1. Introducción

2. Metodología Country RepTrak®

3. La reputación de España en el Mundo

- a. La reputación de España en el G8
- b. La reputación de España en América Latina
- c. La reputación interna de España
- d. Comparativa internacional de la reputación de España

4. Atributos que construyen la reputación de España

- a. Fortalezas y debilidades de España en el G8
- b. Fortalezas y debilidades de España en América Latina
- c. Fortalezas y debilidades internas de España
- d. Perfil competitivo de España

5. La Economía de la Reputación: la reputación de España y la creación de valor

- a. Comportamientos favorables hacia España en el G8
- b. Comportamientos favorables hacia España en América Latina
- c. Comportamientos favorables internos de España
- d. Perfil comparativo de las actitudes de apoyo hacia España

6. Principales conclusiones

1. Introducción

El estudio *La reputación de España en el mundo* tiene por objetivo analizar la percepción que de nuestro país tiene una muestra representativa del público general de 28 países, entre ellos los pertenecientes al influyente grupo del antiguo G8.

Los indicadores de percepción facilitados por este estudio complementan otros de realidad, que conjuntamente son utilizados por el Real Instituto Elcano para analizar la imagen y el prestigio de España.

Como más adelante se analizará en este estudio, la reputación de España en el 2020 continúa su recuperación tras el duro ajuste sufrido en el trienio 2011-2013. El indicador *Pulse* que mide la estima y la confianza se mantiene estable en los 75 puntos en la escala 0-100, lo que supone que el prestigio del país no se ve afectado por la reciente crisis sanitaria. España ocupa el puesto número 13 en el ranking de los países con mejor reputación, de acuerdo a las valoraciones que hacen los habitantes del antiguo G8.

La reputación de España sigue apoyándose fuertemente en las variables más **soft** o blandas, que son aquellas que tienen que ver con el talante de sus habitantes, el estilo de vida, el entorno natural o las posibilidades de ocio y entretenimiento. Las variables **hard**, como el nivel de tecnología e innovación, el reconocimiento de las marcas comerciales y empresas o el sistema educativo, aunque muestran una mejoría, siguen siendo más débiles.

En un lugar intermedio estarían algunas de las variables de la dimensión “calidad institucional”, que con las de naturaleza económico-empresarial fueron las que en mayor medida acusaron el impacto de la pasada crisis económica y que continúan su recuperación en el 2020.

Por último, la percepción que los españoles tenemos de nuestro país continúa acortando distancias con la percepción exterior, después de que en los años más duros de la crisis económica la autoestima registrara una caída acusadísima, de entorno a treinta puntos *Pulse* en el período 2009-2014. A partir del año 2015, coincidiendo con la mejoría de los indicadores macroeconómicos, la percepción española ha iniciado una recuperación que se consolida en este 2020 situándose por encima de la exterior.

2. El modelo *Country RepTrak*[®]

La reputación de un país -como la de una institución, empresa o persona- se basa en el conjunto de percepciones que se tiene de ella. Para “capturar” este conjunto de percepciones hemos desarrollado un indicador denominado *Pulse*, que mide el atractivo emocional que despierta el país. El indicador *Pulse* es un constructo matemático basado en la admiración, el respeto, la confianza y la buena impresión que un país provoca en el entrevistado. Estos datos se obtienen en el trabajo de campo.

En sí mismo, el *Pulse* no aporta más información de la reputación de un país que su atractivo emocional. En este sentido, es insuficiente para captarla en toda su

complejidad. Es necesario, pues, un segundo nivel de análisis que explicite racionalmente el porqué de este atractivo emocional. Para ello, el modelo *RepTrak*[®] identifica diferentes atributos reputacionales agrupados en dimensiones. Cada uno de estos atributos o variables se corresponde con otros tantos ámbitos de la realidad de un país.

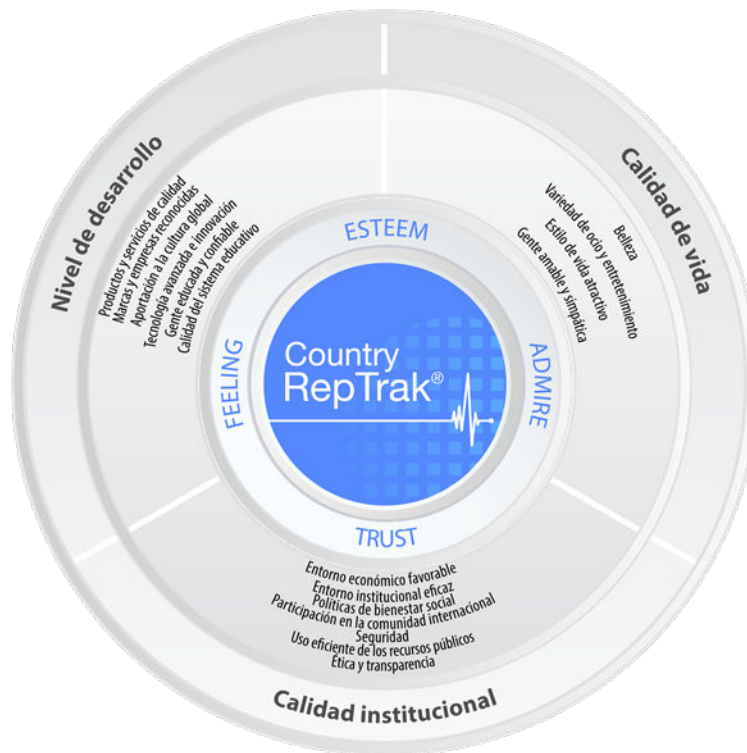
Al igual que con el *Pulse*, una investigación empírica permite conocer las valoraciones que los encuestados tienen que estos atributos. Con posterioridad, un análisis factorial determina el peso específico de cada uno de estos atributos en la reputación global del país. Estos son los atributos:

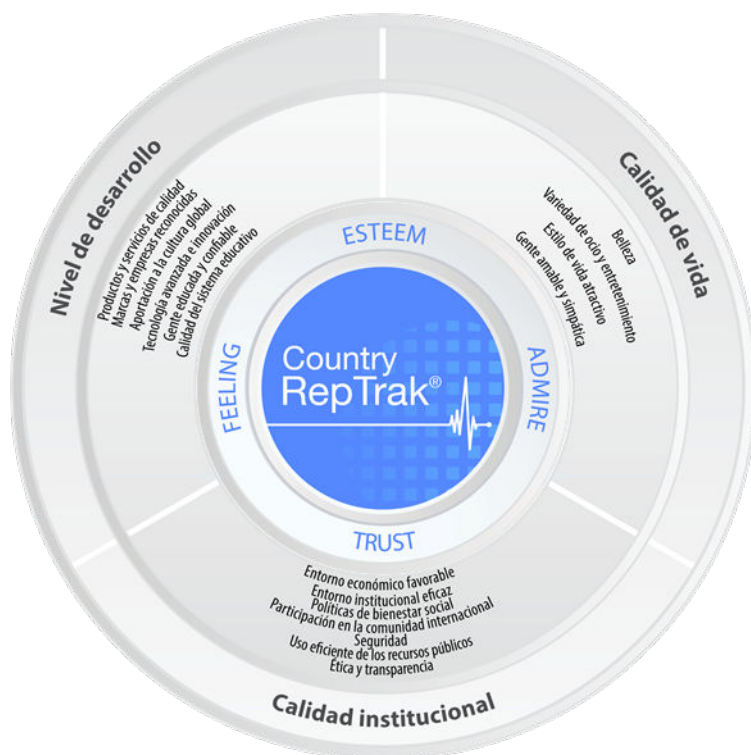
1. **Entorno natural** > “Es un bello país: cuenta con un atractivo entorno natural.”
2. **Ocio y entretenimiento** > “Es un país agradable: ofrece una gran variedad de experiencias atractivas como cultura, gastronomía, deporte y entretenimiento.”
3. **Estilo de vida** > “Ofrece un estilo de vida atractivo: la gente disfruta viviendo allí.”
4. **Gente amable** > “Sus habitantes son amables y simpáticos.”
5. **Marcas y empresas reconocidas** > “Tiene muchas marcas conocidas; es el país de origen de muchas empresas punteras.”
6. **Tecnología/innovación** > “Es tecnológicamente avanzado: está entre los primeros países en crear y comercializar nuevas tecnologías.”
7. **Calidad de productos y servicios** > “Produce bienes y servicios de alta calidad.”
8. **Cultura** > “Contribuye de forma considerable a la cultura global: allí nacieron muchos artistas, científicos, inventores, escritores, deportistas y políticos muy conocidos.”
9. **Sistema educativo** > “Valora la educación: tiene universidades de gran calidad y un sistema educativo excelente.”
10. **Gente educada** > “Sus habitantes son educados y confiables.”
11. **Respeto internacional** > “Es un participante responsable en la comunidad global: apoya buenas causas y sus líderes son respetados internacionalmente.”
12. **Entorno institucional/político** > “Está dirigido por un gobierno eficaz: cuenta con una estructura bien desarrollada de instituciones políticas y legales.”
13. **Bienestar social** > “Ha adoptado políticas avanzadas de carácter social y económico: se preocupa por mejorar el bienestar de todos sus ciudadanos.”
14. **Entorno económico** > “Ofrece un entorno favorable para hacer negocios: cuenta con una economía estable de bajo riesgo y con una infraestructura desarrollada.”
15. **Seguridad** > “Es un lugar seguro: ofrece un ambiente seguro tanto para visitantes como para sus habitantes.”
16. **Uso eficiente de los recursos públicos** > “Funciona eficientemente: no impone impuestos innecesarios ni malgasta los recursos.”
17. **Ética y transparencia** > “Es un país ético con altos niveles de transparencia y bajos niveles de corrupción”

A estos 17 atributos reputacionales se han añadido este año por primera vez dos nuevos: la calidad de la democracia y el cuidado por el medio ambiente. Los atributos se agupan en las siguientes tres dimensiones:

- **Calidad de vida**
- **Nivel de desarrollo**
- **Calidad institucional**

Además de cuantificar el atractivo emocional que despierta y de explicitarlo racionalmente, el modelo Country RepTrak® correlaciona la reputación de un país con un conjunto predefinido de actitudes, como recomendar su visita, vivir, trabajar, invertir y estudiar en él, comprar sus productos y/o servicios, y organizar y asistir a eventos que se celebren en el mismo.





Comportamientos de Apoyo
Recomendaría visitar el país
Recomendaría el país para vivir en él
Recomendaría el país como lugar para trabajar
Recomendaría invertir en el país
Recomendaría comprar productos/servicios procedentes del país
Recomendaría el país como lugar para estudiar
Recomendaría el país para organizar y asistir a eventos

Country Rep Track 2020

Para la realización de este estudio se ha entrevistado a una muestra de público general de 28 países sobre sus percepciones tanto de su propio país como de otros (hasta un máximo de 2 países por encuestado).

No obstante, con el fin de que los datos resulten homogéneos y comparables, el ranking incluido en el estudio recoge únicamente las valoraciones del público general del antiguo G8 (Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Rusia, Reino Unido y EEUU) referidas a los 55 países con mayor Producto Interior Bruto (PIB) del mundo.

Los 55 países evaluados en el estudio son los siguientes:

- **América:** Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, EEUU, México, Perú, Venezuela.
- **Europa:** Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Finlandia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Noruega, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rusia, Rumanía, Suecia, Suiza, Ucrania.
- **Asia-Pacífico:** Arabia Saudí, Australia, Corea del Sur, China, Filipinas, India, Indonesia, Irán, Israel, Japón, Kazakstán, Kuwait, Malasia, Nueva Zelanda, Paquistán, Qatar, Singapur, Taiwán, Tailandia, Turquía, UAE.
- **África:** Argelia, Egipto, Nigeria, Sudáfrica.

demás del antiguo G8 el trabajo de campo del estudio *Country RepTrak® 2020* también se llevó a cabo en estos otros 15 países:

- **Europa:** España, Holanda y Portugal
- **Asia-Pacífico:** Australia, Corea del Sur, India y China.
- **África:** Marruecos.
- **América:** Brasil, México, Argentina, Chile, Colombia y Perú.

Ficha técnica

- **Target:** población general.
- **Muestra total:** 30.000 entrevistas, de las que más de 20.000 se realizaron en el antiguo G8. La muestra fue acorde con la población de cada país por cuotas de sexo y edad.
- **Metodología:** CAWI (entrevistas *on-line*) en todos los países.
 - El periodo de recogida de información se llevó a cabo entre marzo y abril de 2020.
 - Las puntuaciones fueron ajustadas y estandarizadas globalmente teniendo en cuenta el sesgo de cada país, a partir de los datos obtenidos de los diversos estudios *Global RepTrak® Pulse* publicados desde 2006.
 - Las puntuaciones globales utilizadas en el ranking de este estudio recogen las puntuaciones medias otorgadas en los países del antiguo G8.

¿Cómo se construye la reputación de un país?

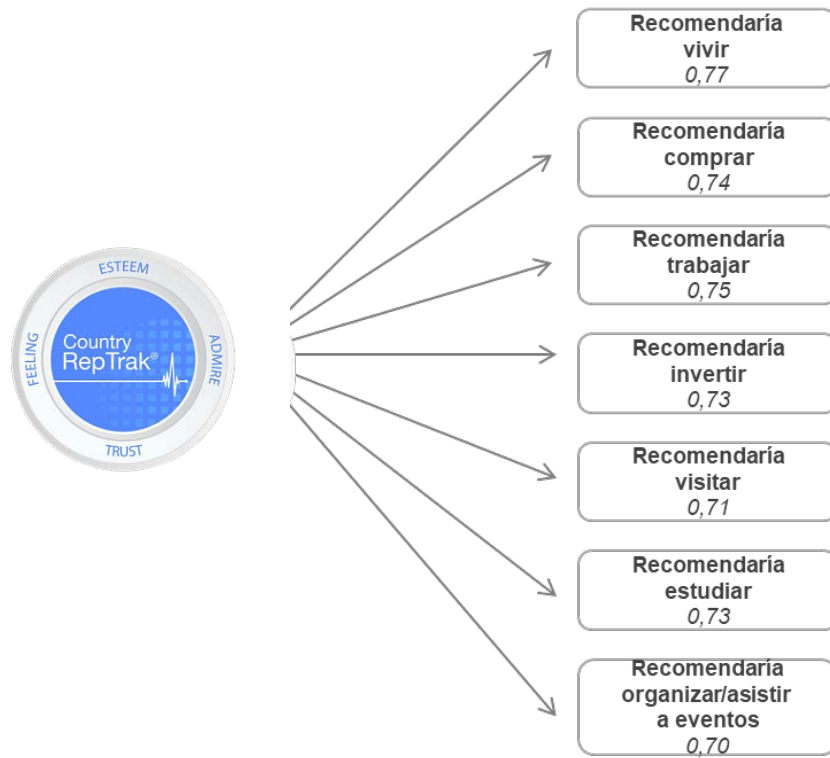
No todas las variables reputacionales tienen la misma importancia a la hora de explicar la percepción de un país. El modelo permite identificar su grado de relevancia.

De acuerdo con los datos del estudio 2020, los pesos de cada una de las variables valoradas por los encuestados en los países del antiguo G8 son los siguientes:



- Es importante señalar que el peso de las dimensiones no es igual a la media de los pesos de las variables que las componen, debido a que se ha calculado el peso del “factor” y no la suma de los pesos de los atributos que mejor lo explican (cada atributo puede tener algo de influencia en otros factores/dimensiones).
- Modelo de pesos por atributo: R2 ajustado = 0,722, n=57.600.
- Modelo de pesos por dimensión: R2 ajustado = 0,722, n=57.600.

En lo que respecta a los comportamientos de apoyo hacia un país (recomendar su visita, vivir, trabajar, invertir y estudiar en él, comprar sus productos y/o servicios, y organizar y asistir a eventos que se celebren en el mismo) hay que destacar que correlaciona con el indicador *Pulse* entre un 0,69 y un 0,76 en el antiguo G8. Este dato confirma la íntima **dependencia** que existe entre la reputación de un país y las actitudes de apoyo hacia el mismo.

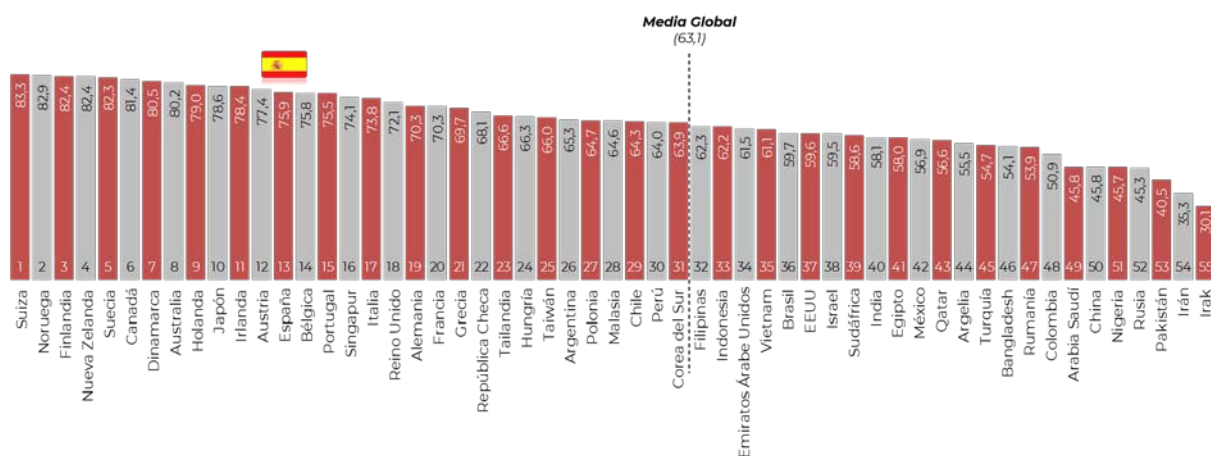


3. La reputación de España en el mundo

a. La reputación de España en el G8

En 2020, España ocupa el puesto 13 en el ranking general (55 países) con un valor del indicador Pulse de 75 puntos (igual que en 2019). Debido a la mejoría de la valoración de Austria, ésta pasa a superar a España en el ránking y en consecuencia España descendiendo del puesto 12 al mencionado 13.

Reputación país según el G8 – Situación 2020



Diferencia significativa= 1,3

puntos

De acuerdo con la escala de fortaleza de la reputación a nuestro país le corresponde un nivel “Fuerte/Robusto”, similar al que consiguen países como Japón (78,6 y 9º) o Irlanda (77,8 puntos *Pulse* y 11º puesto).

Suiza es el país con mejor reputación en 2020, a pesar de que ésta ha experimentado un leve descenso de -0,64 hasta los 83 puntos, pero mejora la posición relativa debido sobre todo al retroceso de Suecia que desciende -1,94 hasta los 82 puntos *Pulse*, aunque manteniéndose en el rango de valoración “Excelente”.

A continuación del país alpino se sitúan Noruega (82,5) y Finlandia (82,3) que superan a la ya comentada Suecia, que pasa a ocupar el cuarto lugar. El resto del *top ten* de este año lo integran Nueva Zelanda (81,9), Canadá (81,0), Dinamarca (80,2), Australia (79,7), Japón (78,6) y Holanda (78,6).

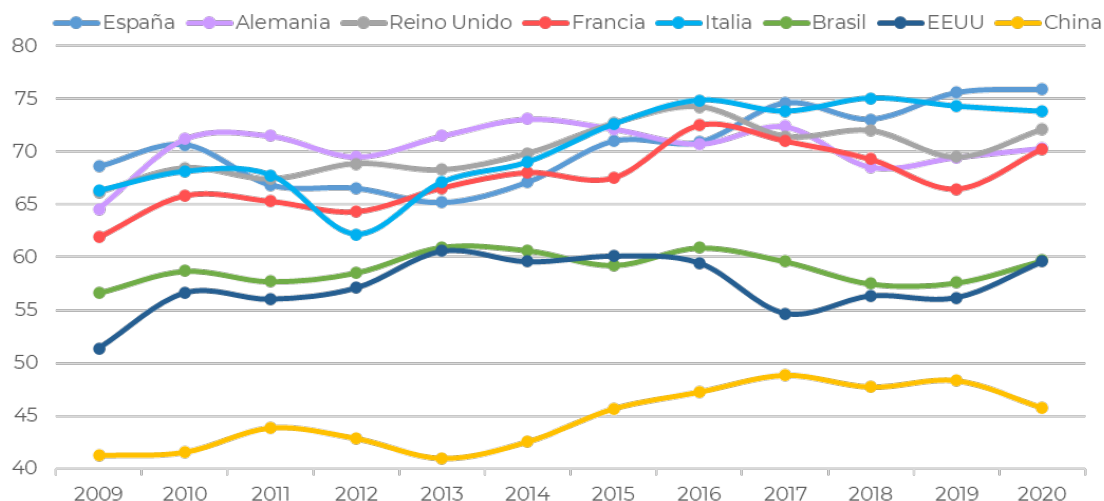
El dominio de Europa no está tan claro como en años anteriores, con solo 6 países entre los diez con mejor reputación. Los líderes europeos siguen siendo los países escandinavos, paradigma del Estado del Bienestar: los cuatro (Suecia, Noruega, Finlandia y Dinamarca) se sitúan entre los nueve primeros del ranking.

Al igual que en años anteriores, algunas de las más importantes potencias económicas del mundo obtienen o bien una percepción discreta, como EEUU (58,6 puntos *Pulse* y 37º puesto en el ranking) o bien claramente negativa, como China (44,2 y 52º), especialmente esta última cuya reputación este año ha estado marcada por los efectos del COVID-19.

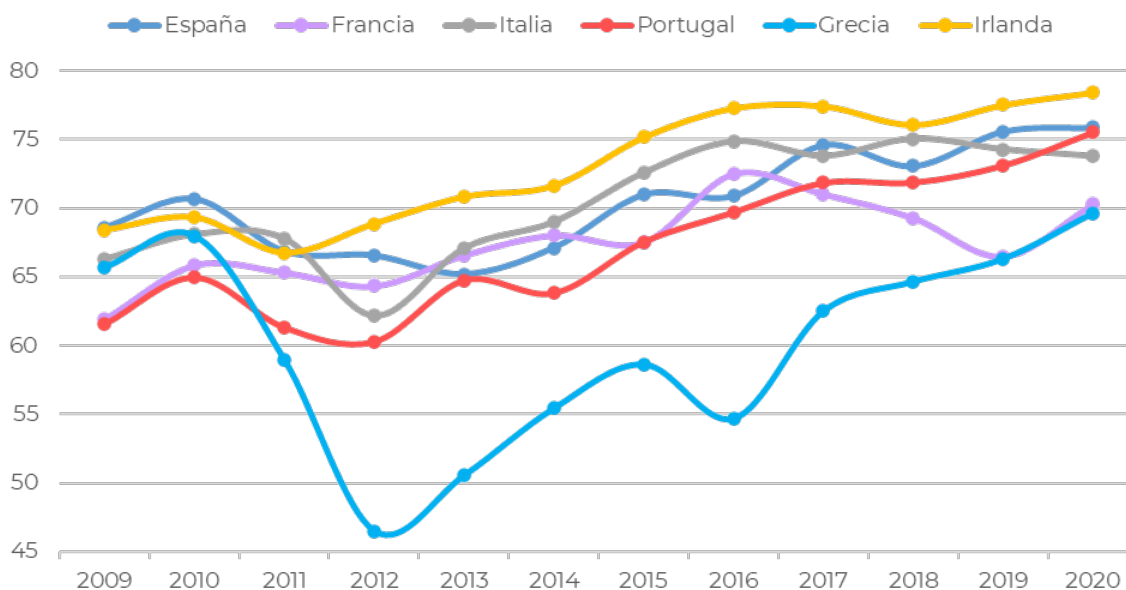
En el capítulo de subidas y bajadas, se pueden observar hasta 14 subidas en reputación por encima del 10%, los mayores incrementos se dan en Pakistán (+26,0%), Irak (+21%), Arabia Saudí (+20,6%). Por detrás, con subidas por debajo de los 20 puntos porcentuales se sitúan Irán (+19,5%), Israel (+12,5%), Bangladesh (+15,8%), Colombia (+15,5%), Argelia (+15,3%), Nigeria (+13,9%), Rusia (12,8%) y Qatar (+11%) que cierra la lista de las 10 mayores subidas en 2020

Entre los que descienden, sólo China presenta una caída significativa.

Evolución de la reputación de las principales potencias en los últimos años



Evolución de la reputación de los países periféricos en los últimos años



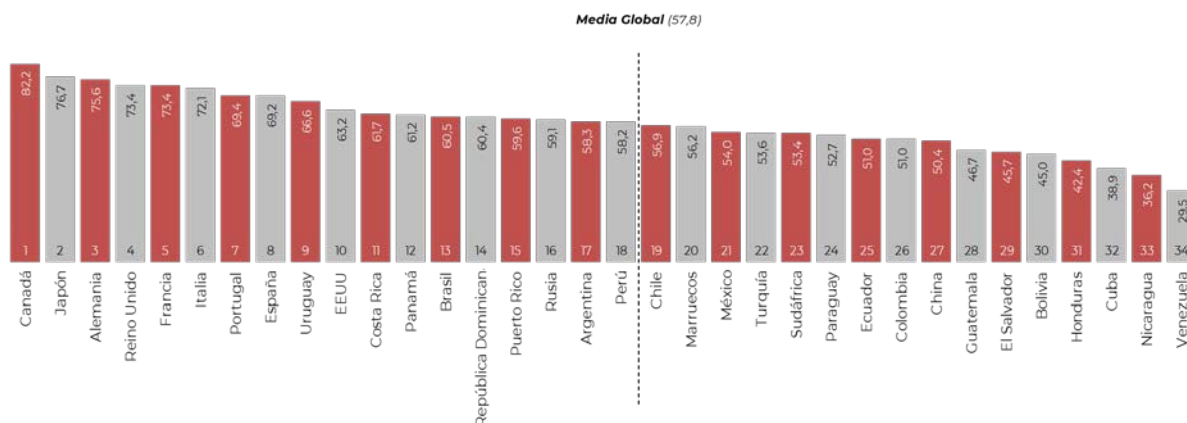
Francia es el país del G8 donde España mejora más su valoración, con una subida de 1,85 puntos con respecto a 2019, pero en general la percepción de España se mantiene estable con leves subidas y bajadas en el G8 sin apenas cambios.

b. La reputación de España en América Latina

En este apartado analizaremos la percepción que, de un conjunto de 34 naciones, entre ellas España, tiene el público general encuestado en Latinoamérica (México, Brasil, Perú, Argentina, Chile, Colombia).

Los resultados básicos se resumen en el siguiente ranking:

Reputación país según América Latina – Situación 2020



Diferencia significativa= 1,7 puntos

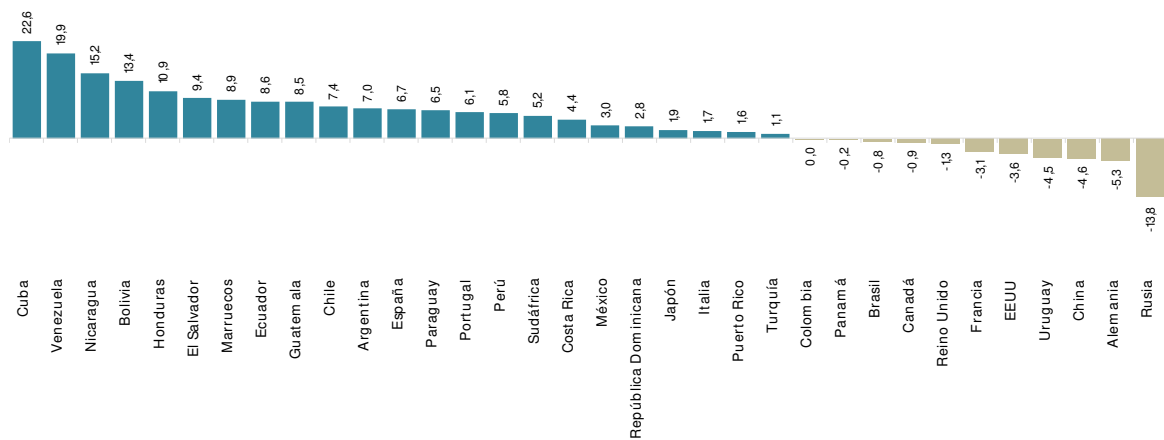
En términos generales, la reputación de España en este set de países latinoamericanos acusa una subida respecto a la registrada en el G8, de +1,9 puntos *Pulse*, hasta alcanzar los 69,2 puntos, un nivel de fortaleza “medio” y la 8ª posición entre los 34 países incluidos en el ranking.

Si bien la posición de nuestro país en este ranking no es comparable con la obtenida en el G8, pues el número de países analizados difiere, si podemos observar cambios relativos en la posición de algunos países en relación a España, como, por ejemplo Estados Unidos, mucho más próximo a España que en el ranking del G8, y Alemania, claramente mejor valorado.

Canadá, con 82,2 puntos *Pulse* encabeza el ranking latinoamericano - recupera el posicionamiento en el rango “Excelente” de la reputación - seguido de Japón (76,7), Alemania (75,6) y Reino Unido (73,3). Por su parte, Venezuela (29,5 puntos *Pulse*), Nicaragua (36,2) y Cuba (38,9) cierran el ranking. Son los únicos 3 países que quedan con un nivel de fortaleza “Pobre”, el más bajo en la escala del modelo *RepTrak®*.

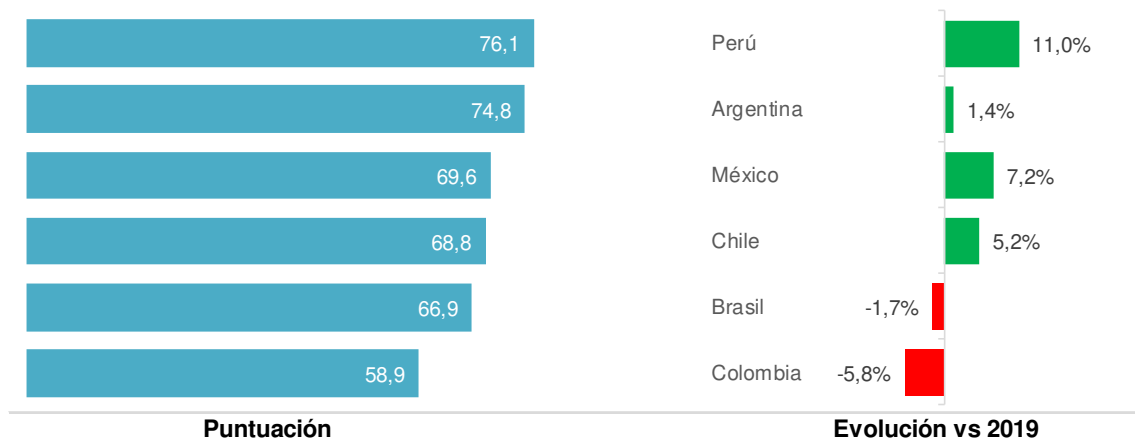
La comparación de ambos rankings, el G8 y el latinoamericano, arroja interesantes matices. Por ejemplo, países que en el set latinoamericano tienen una pésima reputación, como Venezuela (34º), Cuba (32º) o Nicaragua (31º), en el G8 mejora notablemente: +18,9, +22,6 y +16,2 puntos *Pulse* respectivamente. En el extremo opuesto, naciones, como Rusia, Alemania, China, consiguen mejorar sensiblemente su indicador *Pulse* en el ranking latinoamericano en relación con el obtenido en el G8: -13,8, -5,3, -4,6 puntos *Pulse* de diferencia, respectivamente.

Diferencia de reputación entre la valoración del G8 y la de América Latina



El análisis de la reputación de España en cada uno de los seis países del set latinoamericano encuestado también ofrece interesantes conclusiones. La primera de ellas, la importante diferencia entre el *Pulse* del país que más nos admira (Perú, con 76,1 puntos y un nivel “Fuerte”) y el que menos (Colombia, 58,9 puntos y un nivel “Moderado”): más de quince puntos de diferencia. En segundo lugar, el crecimiento de nuestra percepción respecto a 2019: un 2.9%.

Reputación de España en cada uno de los países de América Latina

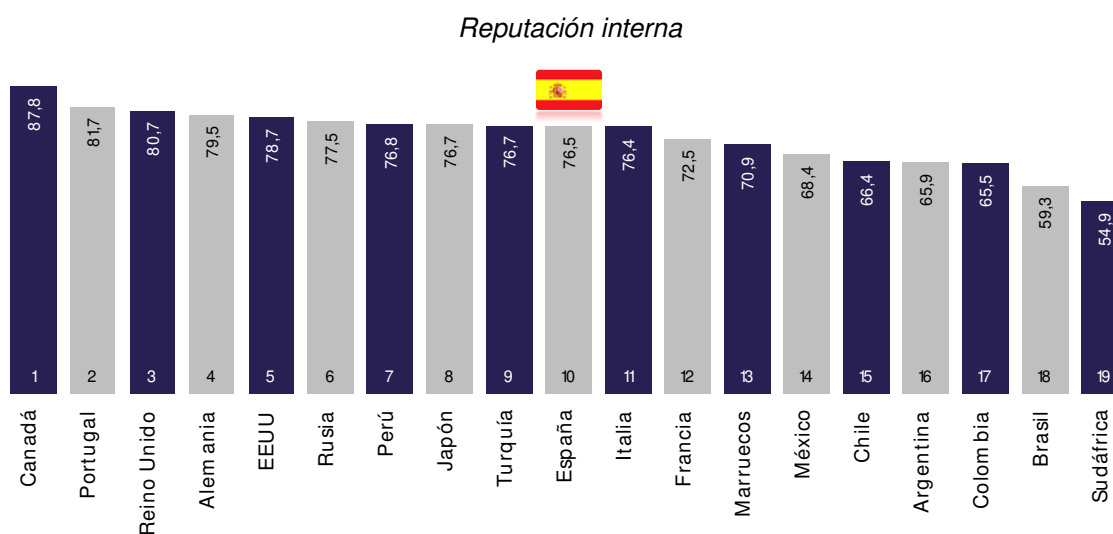


c. La reputación interna de España

La reputación interna es la percepción que los ciudadanos tienen de su país.

De acuerdo con el ránking de autopercepción de nuestro estudio, que recoge las valoraciones referidas a 19 países, España ocupa la 10ª posición. De los siete países europeos incluidos en este ranking, España es el quinto país en términos de valoración interna, por detrás de Portugal (+5,2), Reino Unido (+4,2 puntos), Alemania (+3) y Rusia (+1). Solo Italia y Francia se ven peor que nosotros mismos (-0,1 y -4 puntos *Pulse* respectivamente).

Canadá (87,8 puntos *Pulse*) y Perú (76,5) son los países que mejor se autoevalúan, por encima incluso de las puntuaciones que les otorgaron los ciudadanos del G8. Sudáfrica (57,5), es el que presenta las mayores diferencias.

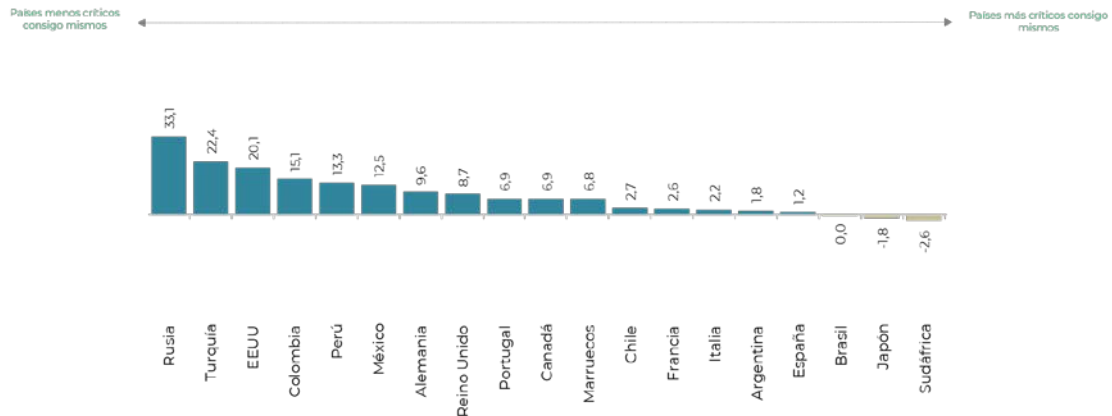


Diferencia significativa= 4,7 puntos

La comparación de ambas reputaciones muestra que, por lo general, la autopercepción tiende a valores más altos que la percepción externa, si bien no es así en todos los casos.

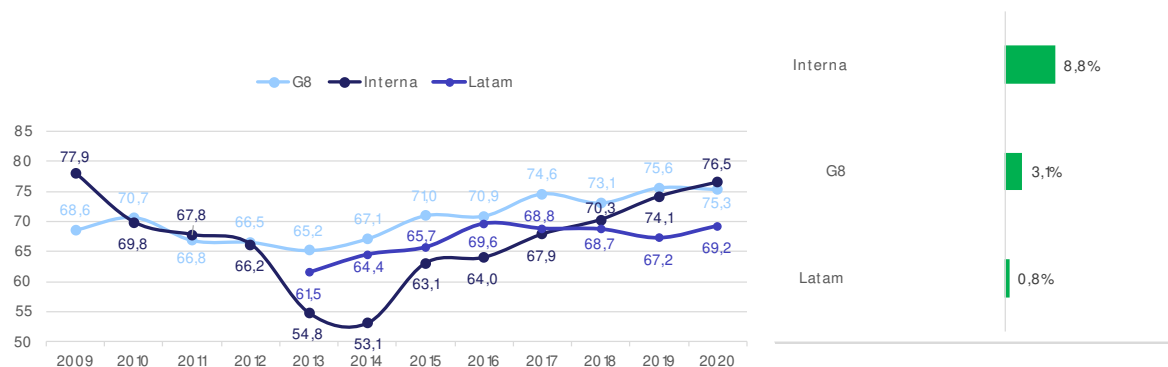
El gráfico siguiente permite visualizar las dos únicas excepciones a esta regla. De los 19 países recogidos en el ranking solo dos se ven peor de cómo los ven más allá de sus fronteras: Sudáfrica (-2,6 puntos *Pulse*), Japón (-1,8). En el extremo de la autoestima sobresalen Rusia (+33,1 puntos *Pulse* más que su percepción exterior), Turquía (+22,4) y EE.UU. (+20,1)

Diferencia de reputación entre la valoración interna y externa



Este año se ha producido el “sorpaso” entre la reputación interna y externa de España. Desde los máximos registrados en 2014, cuando la diferencia fue de 14,1 a favor de la percepción externa. Este año, la reputación interna del país se sitúa levemente por encima de la reputación externa otorgada por los antiguos países del G8 con +1,2 puntos *Pulse* de diferencia positiva. Este fenómeno ya se ha observado en el histórico de medición en el pasado. En el periodo 2009 y 2011, la reputación interna fue superior a la externa, con diferencias entre 9,3 y 0,9 puntos.

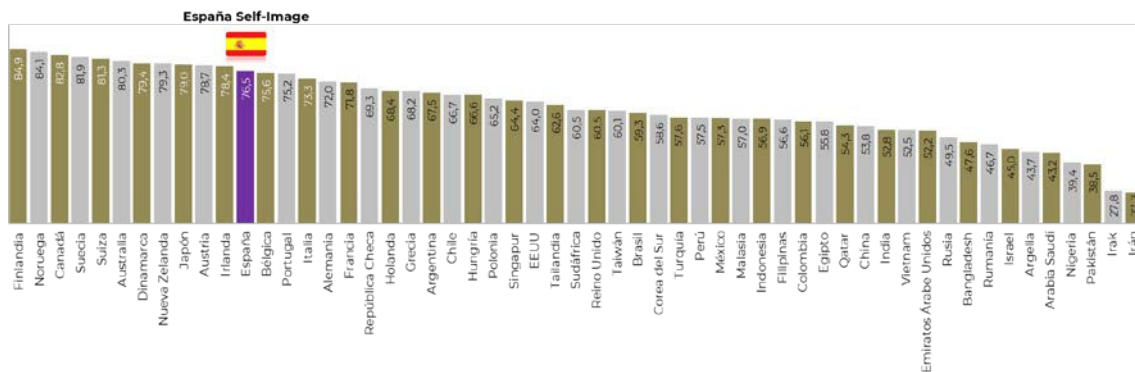
Evolución de la reputación externa e interna de España en los últimos años



Además de preguntar a los españoles la opinión sobre su propio país, también se les pidió evaluar la reputación de otros 32 países.

El siguiente ranking muestra cuáles son los mejor percibidos por los encuestados españoles y quienes, por el contrario, tienen una peor reputación.

Reputación país según España



Diferencia significativa= 1,5 puntos

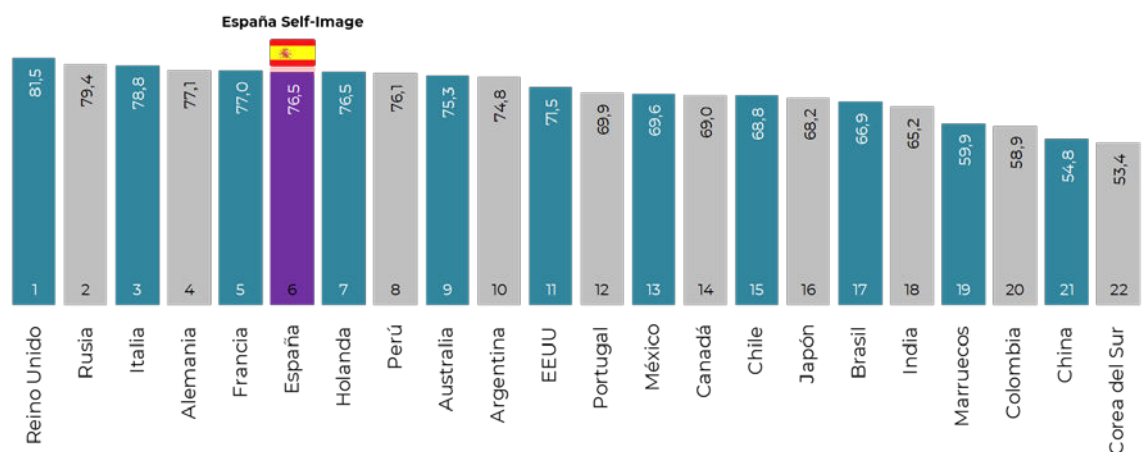
Finlandia (84,9 puntos *Pulse*), Noruega (84,1), Canadá (82,8), Suecia (81,9), Suiza (81,3) y Australia (80,3) todos con un nivel de reputación “Excelente”, lideran el ranking entre los encuestados españoles, al revés que Irak (27,8), Irán (27,2), Pakistán (38,5) y Nigeria (39,4), que son los peor valorados. Cabe destacar que tres de los cinco países mejor valorados por los españoles son países nórdicos.

d. Comparativa internacional de la reputación de España

En esta sección se analiza la reputación de España desde la perspectiva individual de una serie de países a nivel internacional. El Reino Unido resulta ser el país donde mejor se percibe a España, otorgando una puntuación de 81,5 puntos, seguido de Rusia y Italia, ambos por encima de los 78 puntos.

Por el contrario, es en Corea del Sur, China, Colombia y Marruecos donde España tiene un reconocimiento más bajo dentro del conjunto de quince países analizados.

Reputación de España a nivel internacional



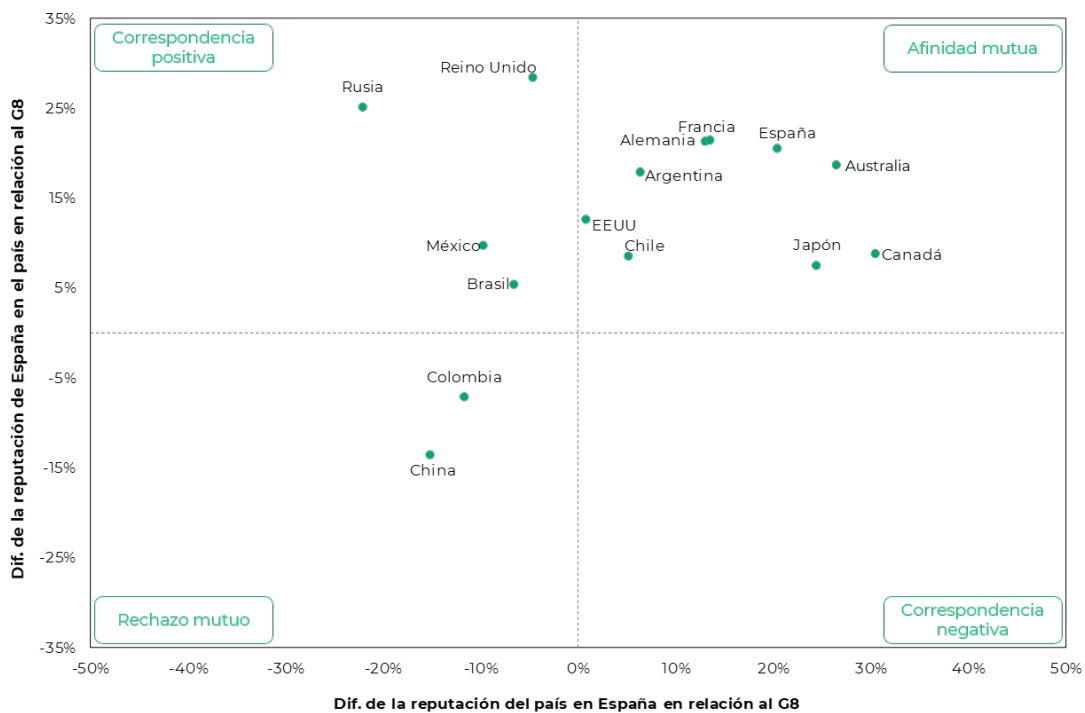
Diferencia significativa= 1,5 puntos

Al comparar la reputación de España desde la perspectiva individual de los países anteriormente mencionados frente a la puntuación media de los países del G8, se observa como países como Reino Unido, Rusia y otros países europeos perciben más positivamente a España en comparación a la totalidad de países del G8.

Por el contrario, países como China, Marruecos, Corea del Sur, Colombia y México valoran peor a España que el conjunto del G8.

Para observar si existen percepciones asimétricas entre España y cada uno de estos países, se calculan las diferencias de puntuación de España en cada uno de estos países con respecto a la puntuación otorgada a España por el G8, por un lado, y las diferencias de puntuación que tales países obtienen en España con respecto a la puntuación concedida por el G8 por el otro lado. El resultado se muestra en el gráfico siguiente que revela las relaciones simétricas o asimétricas que se dan entre países en términos reputacionales.

Relaciones entre España y otros países



Como se observa, se forman cuatro cuadrantes que reflejan el tipo de relación existente. En el primero (afinidad mutua), se sitúan los países en los que España es mejor valorado que en el G8 y que España valora por encima de la valoración que estos países obtienen en el G8. En este cuadrante encontramos a un gran número de países entre ellos: EE.UU., Chile, Japón, Alemania, Argentina.

En el cuadrante de correspondencia positiva se encuentran los países en los que España es mejor valorado que en el G8 y que sin embargo España valora por debajo de la valoración que estos países obtienen en el G8, que es el caso de Rusia, Reino Unido, México y Brasil.

El cuadrante de correspondencia negativa reúne los países en los que España es peor valorado que en el G8 mientras que España los valora mejor que el resultado que obtienen en el G8, pero en este año no se identifica este fenómeno.

Por último, en el cuadrante de rechazo mutuo, se sitúan los países que evalúan a España por debajo de la valoración del G8, al igual que España los valora a ellos por

debajo de la puntuación que el G8 les otorga. Es en este sector dónde aparece únicamente dos países en Colombia y China.

4. Atributos que construyen la reputación de España

a. Fortalezas y debilidades de España en el G8

Una vez analizada la posición global de España según su reputación, el estudio Country RepTrak® también trata de explicar, de forma racional, la reputación país a través de un conjunto de atributos que permiten identificar los puntos fuertes y débiles de un determinado país en términos absolutos.

De acuerdo a la valoración de España por parte del G8, es evidente que la calidad de vida es lo que mejor se percibe del país, ya que, en los cuatro atributos de dicha dimensión, España recibe las puntuaciones y posiciones más altas, aunque empeora su posición relativa en relación con el año anterior:

- Entorno natural (14º lugar con 84,1 puntos)
- Ocio y entretenimiento (6º lugar con 83,4 puntos)
- Gente amable y simpática (9º lugar con 81,5 puntos)
- Estilo de vida (12º lugar con 81,1 puntos)

Los cuatro atributos pertenecen a la misma dimensión Calidad de Vida y tienen una importante influencia en la reputación de un país, llegando a representar en conjunto el 37,2% de la reputación. De hecho, la amabilidad y simpatía de la gente es el atributo con mayor peso (8,4%) en la construcción de reputación del país según las valoraciones realizadas por el G8.

A esos atributos, se le suma otra fortaleza España como es su Seguridad, atributo con el segundo mayor peso en el modelo (7,4%) y en la que obtiene una puntuación de 74.0 puntos, situándose en decimotavo lugar entre los países más seguros.

Sin embargo, España recibe puntuaciones más débiles en los atributos que explican la Calidad Institucional de un país, obteniendo las valoraciones más bajas en:

- Ética y transparencia (19º lugar con 66,8 puntos)
- Tecnología/innovación (23º lugar con 66,6 puntos)
- Entorno institucional/político (18º lugar con 68,4 puntos)
- Uso eficiente de los recursos (18º lugar con 68,6 puntos)

Los atributos relacionados con el entorno institucional y la ética y la transparencia representan un peso importante al hablar de la reputación de un país, mientras que el uso eficiente de los recursos y sobre todo Tecnología/innovación son menos relevantes dentro del modelo.

Al analizar las valoraciones obtenidas por España en cada uno de los atributos del modelo de reputación en comparación a la valoración obtenida por el conjunto de países del G8, se confirman las fortalezas y debilidades ya antes comentadas.

A diferencia del año anterior, los atributos del modelo experimentan una evolución positiva generalizada, con la excepción del estilo de vida, entorno natural y el ocio y entretenimiento, según las percepciones de los países que forman parte del G8.

Evolución de los atributos de España en el último año según el G8



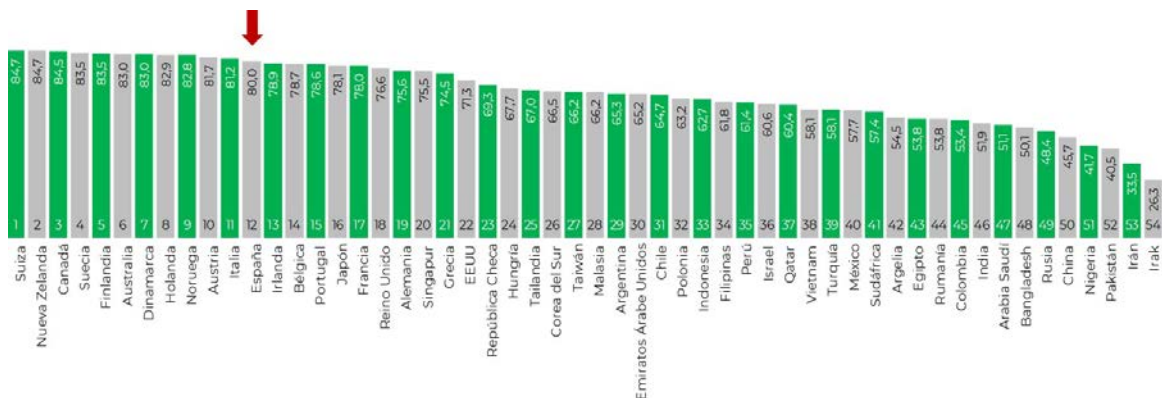
A continuación se analizan cada uno de los diecisiete atributos en detalle, lo cual permite comprobar cuál es la valoración respecto a estos atributos de otros países de interés para España y conocer cuál es la posición de España en el ranking de países según la valoración recibida en cada aspecto concreto que conforma la reputación de un país.

Entorno natural

“Es un bello país: cuenta con un atractivo entorno natural”

El entorno natural es uno de los aspectos en el que España alcanza un reconocimiento favorable tal como se ha mencionado anteriormente. Entre los 55 países analizados ocupa el puesto decimocuarto, por detrás de Dinamarca y logrando situarse por delante de países como Francia, Portugal y Irlanda.

Entorno natural



Diferencia significativa= 2,9 puntos

El ranking de países más bellos y con mejor entorno natural lo lidera Suiza, seguido de Nueva Zelanda y Canadá, países conocidos por sus paisajes singulares.

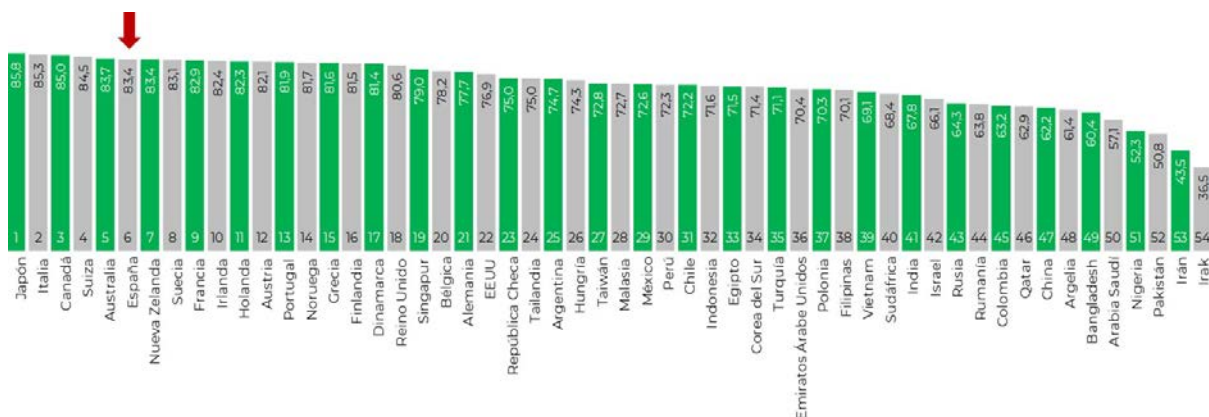
En el extremo opuesto se encuentran los países peor valorados por su entorno natural, entre los que se encuentran Pakistán, Irán y por último Irak.

Ocio y entretenimiento

“Es un país agradable: ofrece una gran variedad de experiencias atractivas como cultura, gastronomía, deporte y entretenimiento”

España se sitúa en la sexta posición del ranking de países con mejor oferta de ocio y entretenimiento (la mejor posición relativa de España), a 2,4 puntos del país mejor valorado.

Ocio y entretenimiento



Diferencia significativa= 2,9 puntos

El país con el mejor reconocimiento entre los ciudadanos del G8 por su oferta de entretenimiento es Japón (85,8) seguido de Italia y Canadá.

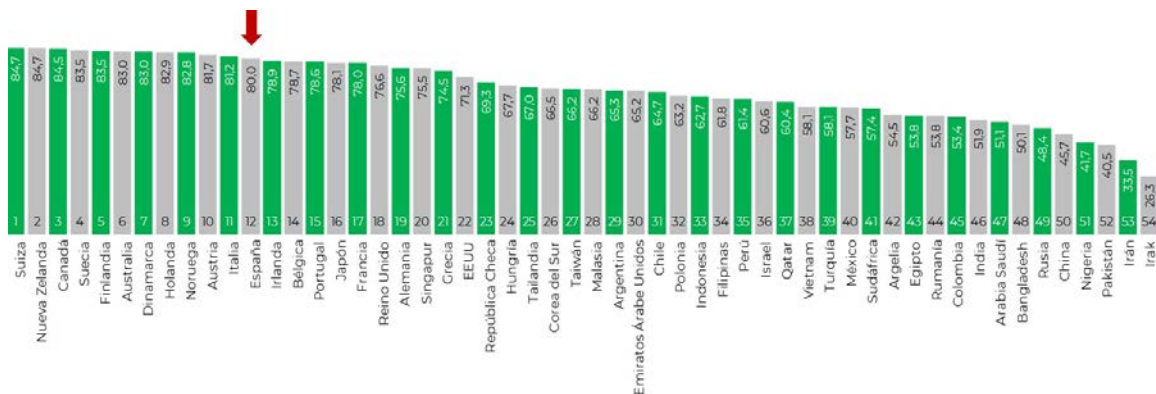
De nuevo son los países de Oriente Medio y Pakistán los que ocupan los últimos lugares en este atributo.

Estilo de vida

“Ofrece un estilo de vida atractivo: la gente disfruta viviendo allí”

En este atributo España obtiene un reconocimiento favorable (80) y ocupa la duodécima posición, inmediatamente por detrás de Italia y por delante de países como Portugal, Irlanda y Francia.

Estilo de vida



Diferencia significativa= 2,9 puntos

Los países más atractivos por su estilo de vida son Suiza, Nueva Zelanda, Canadá, Suecia y Finlandia.

Por el contrario, de nuevo países como Pakistán, Irán e Irak son los países menos valorados en cuanto a estilo de vida se refiere, desde la perspectiva de los países del G8.

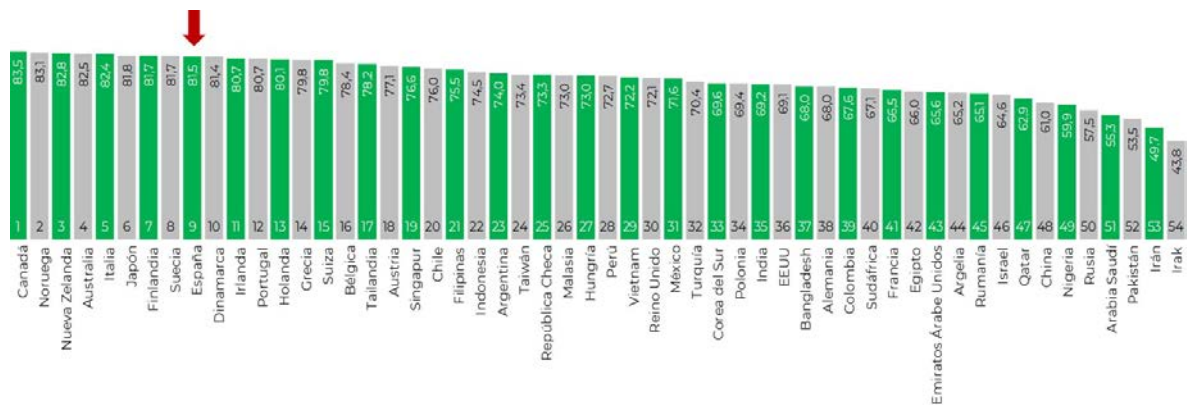
Gente amable y simpática

“La gente es amable y simpática”

Con este atributo que es el de mayor peso en la reputación de un país, terminamos la lista de atributos de la dimensión Calidad de vida.

Si los ciudadanos de un país son los mejores embajadores de su propia nación, los españoles no son la excepción. La amabilidad y simpatía de los españoles es evaluada favorablemente y sitúa a España en el noveno lugar en este atributo.

Gente amable y simpática



Diferencia significativa= 2,9 puntos

La lista la lideran Canadá, Noruega, y Nueva Zelanda que son percibidos como los países más amables y simpáticos; no siendo así en el caso de los países de Oriente Próximo y Pakistán, que cierran el ranking.

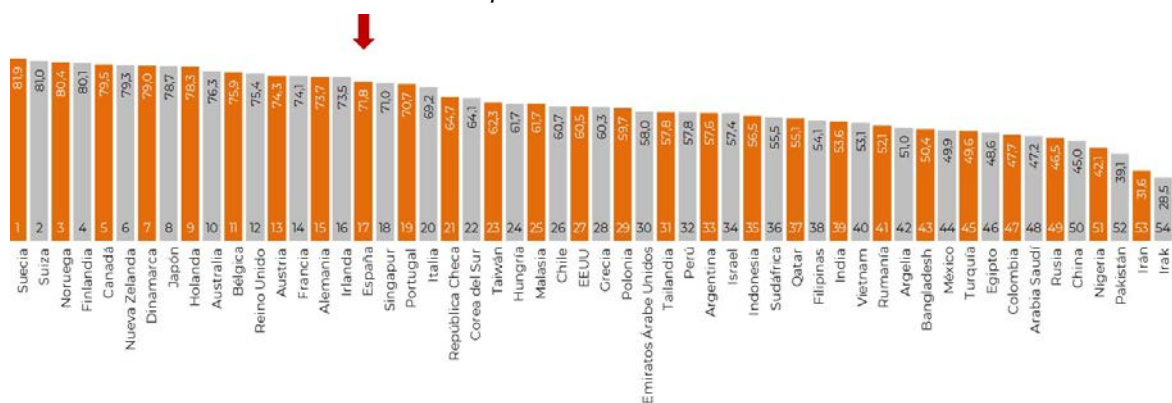
Respeto internacional

"Es un participante responsable en la comunidad global: apoya buenas causas y sus líderes son respetados internacionalmente"

Entrando ya en cuestiones relacionadas con la Calidad Institucional, las valoraciones de España son más discretas así como sus posiciones en el ranking.

En cuanto al compromiso internacional con la comunidad global, España alcanza una valoración de 71,8 puntos y ocupa el decimoséptimo puesto, por detrás de Reino Unido y por delante de países como Portugal, Singapur e Italia.

Respeto internacional



Diferencia significativa= 2,9 puntos

Los países percibidos como los más responsables y respetados a nivel global son en primer lugar Suecia, seguida por Suiza, Noruega, Finlandia y Canada.

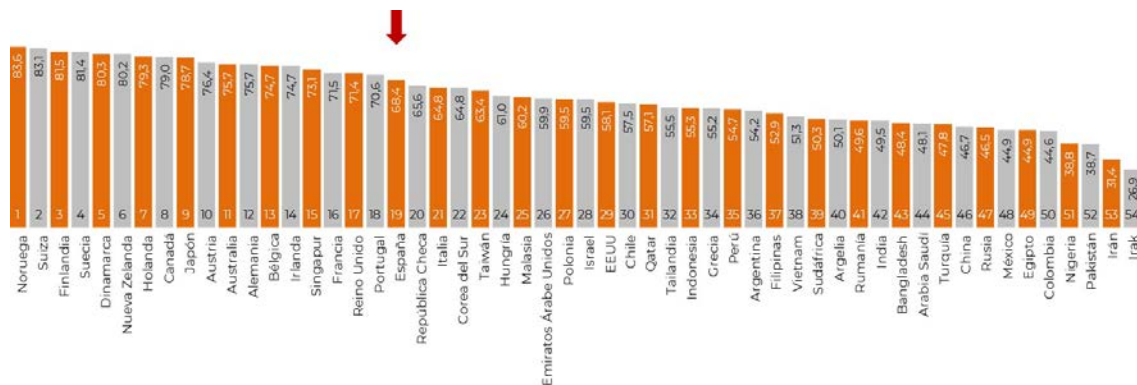
Por el contrario, aquellos países considerados como los menos responsables y respetados internacionalmente son Nigeria, Pakistán, Irán e Irak.

Entorno político/institucional

“Está dirigido por un gobierno eficaz: cuenta con una estructura bien desarrollada de instituciones políticas y legales”

Al tratar sobre el entorno político e institucional y su eficacia, España alcanza un reconocimiento moderado y logra el decimonoveno puesto, con puntuaciones muy similares a los obtenidos en países como Reino Unido y Portugal, aunque inferiores

Entorno político/institucional



Diferencia significativa= 2,9 puntos

Noruega encabeza el ranking en este atributo, seguido por países del norte europeo como Finlandia y Suecia, que ocupa la tercera y cuarta posición.

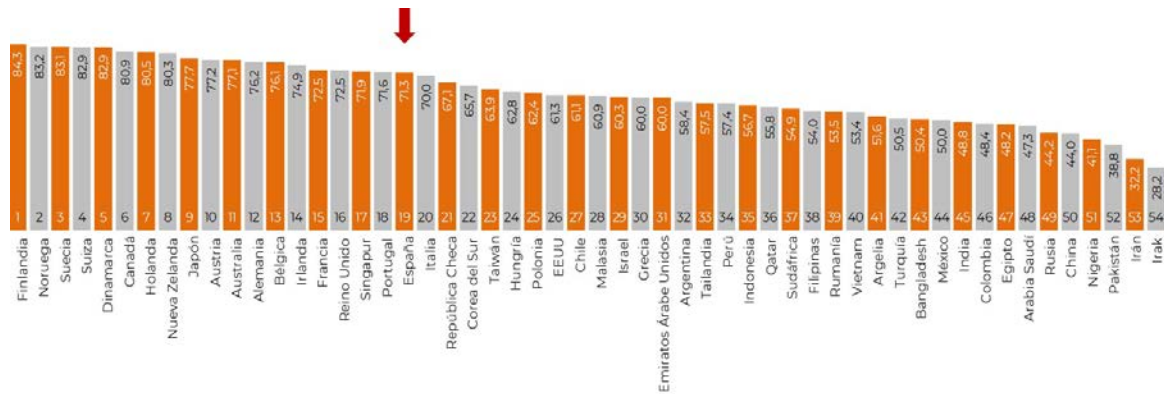
Siguiendo el patrón presentado en atributos analizados anteriormente, Nigeria, Venezuela, Pakistán, Irán e Irak ocupan los últimos puestos del ranking con puntuaciones “Pobres”.

Bienestar social

“Ha adoptado políticas avanzadas de carácter social y económico: se preocupa por mejorar el bienestar de todos sus ciudadanos”

Profundizando en lo relativo al bienestar social, España alcanza el decimonoveno puesto con una valoración moderada (71,3), situándose en el ranking por detrás de la mayoría de los países europeos, solo por delante de Italia.

Bienestar social



Diferencia significativa= 2,9 puntos

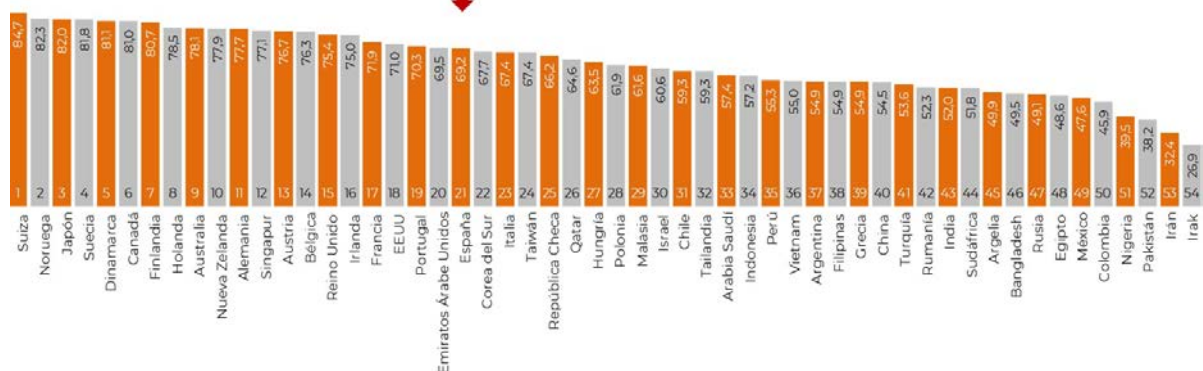
Se evidencia la ejemplaridad a nivel mundial del modelo de bienestar social nórdico, siendo Finlandia, Noruega y Suecia, los países que se encuentran en los tres primeros puestos del ranking, seguido de Suiza y Dinamarca en el top 5. El ranking lo cierran Pakistán, Irán e Irak.

Entorno económico

"Ofrece un entorno favorable para hacer negocios: cuenta con una economía estable de bajo riesgo y con un infraestructura desarrollada"

En referencia a la competitividad de un país, a la estabilidad de su economía y al desarrollo de sus infraestructuras, este atributo trata de explicar cuán favorable es este entorno para los negocios. Como ya se ha comentado con anterioridad, España presenta aquí una debilidad (69,2) y en el ranking de países pasa a ocupar una peor posición (puesto 21º), situándose por detrás de la mayoría de los países europeos, solo por delante de Italia.

Entorno económico



Diferencia significativa= 2,9 puntos

Lideran el ranking aquellos países con economías prósperas y desarrolladas como Suiza, Noruega y Japón.

Otras potencias económicas en función de su PIB como lo son China, India y Rusia se ven relegadas a la segunda mitad de la tabla (40º, 43º y 47º lugar) en términos de reconocimiento, en esta variable, entre los países del G8.

Seguridad

“Es un lugar seguro: ofrece un ambiente seguro tanto para visitantes como para sus habitantes”

En este atributo que es el segundo más importante para construir la reputación de los países, España goza de una buena percepción (74,1) y se posiciona en decimoctavo lugar por delante de Bélgica e Italia.



Diferencia significativa= 2,9 puntos

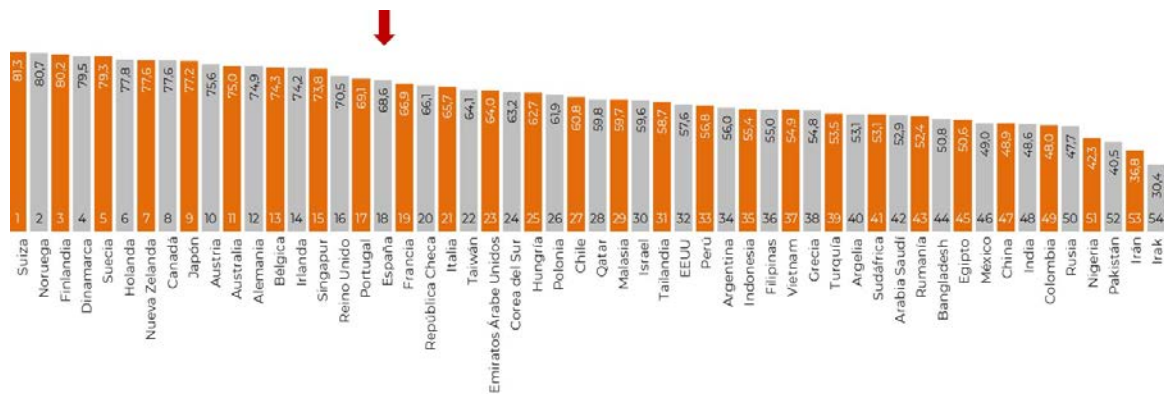
Aquellos países más apreciados por sus niveles de seguridad son Suiza, Finlandia, Noruega y Canadá. Mientras que Nigeria, Pakistán, Irán e Irak inspiran los niveles más bajos niveles de seguridad de la lista de 55 países analizados.

Uso eficiente de los recursos públicos

“Funciona eficientemente: no impone impuestos innecesarios ni malgasta los recursos”

La posición de España en esta variable no es muy diferente a la obtenida en los demás atributos del grupo que hacen referencia a la Calidad Institucional. Ocupando el decimoctavo puesto, España se sitúa inmediatamente por detrás de Singapur, Reino Unido y Portugal, pero por delante de Italia y República Checa.

Uso eficiente de los recursos públicos



Diferencia significativa= 2,9 puntos

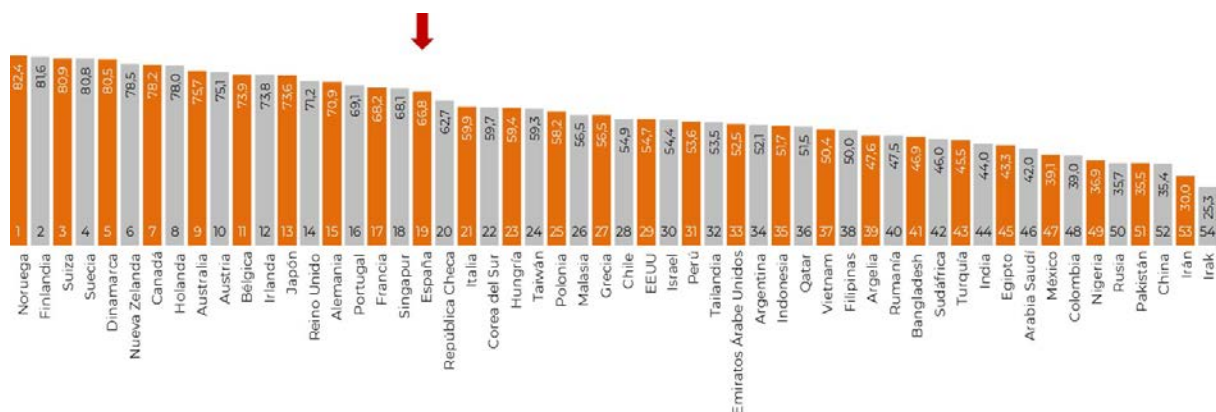
Suiza es percibida como el país que mejor uso hace de sus recursos públicos, junto con Noruega, Finlandia y Suecia.

Ética y transparencia

“País ético con alto nivel de transparencia y bajo nivel de corrupción”

A España se le otorga el decimonoveno lugar en el ranking de percepciones cuando se trata de ética y transparencia, por detrás de Singapur y Portugal, y por delante de Italia y República Checa, aunque a cierta distancia de otros países de la Unión Europea.

Ética y transparencia



Diferencia significativa= 2,9 puntos

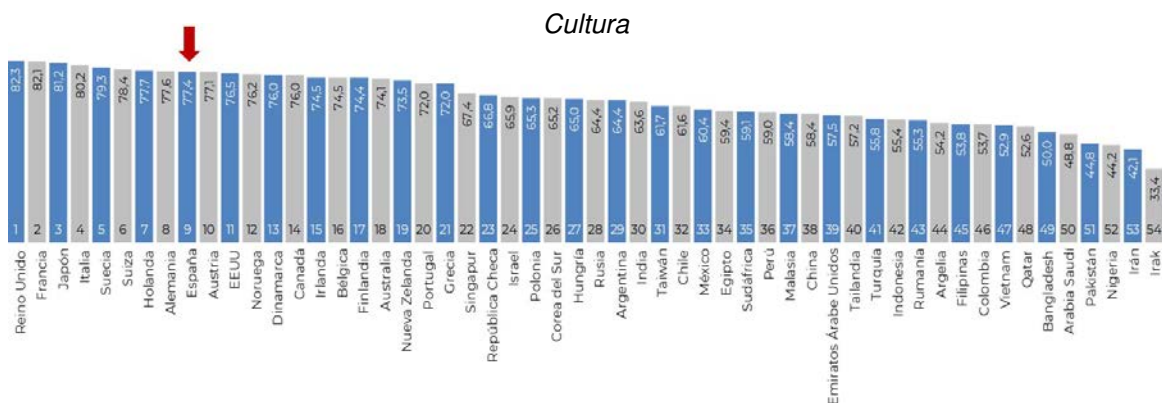
Los países nórdicos son por excelencia los mejor percibidos en este atributo, junto con Suiza y Canadá.

Por el contrario, los dos últimos lugares del ranking los ocupan Irán e Irak precedidos por Rusia y Pakistán.

Cultura

“Contribuye de forma considerable a la cultura global; allí nacieron muchos artistas, científicos, inventores, escritores, deportistas y políticos muy conocidos”

Esta variable hace referencia a la contribución del país a la cultura global. España, con una valoración de 77,4 puntos, se encuentra en la novena posición en un ranking que lideran los países europeos con Reino Unido, Francia y en tercer lugar Japón.

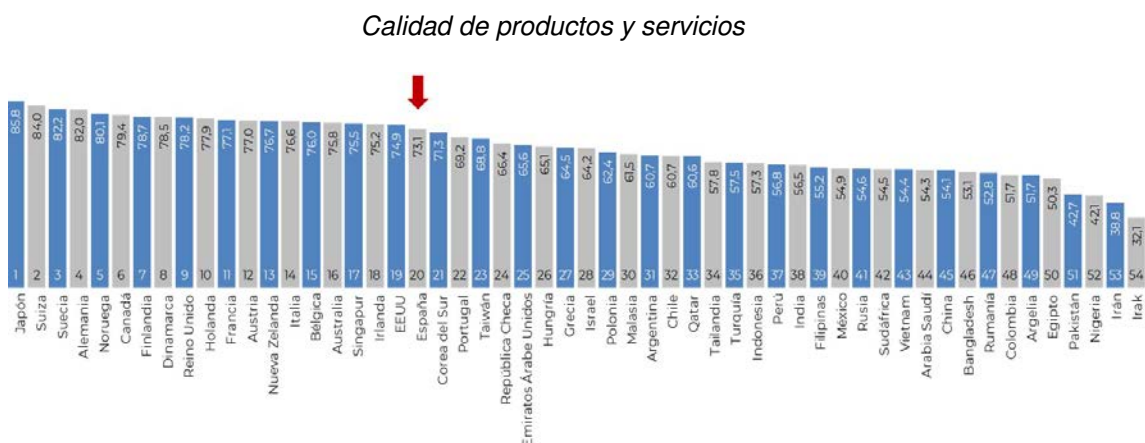


Diferencia significativa= 2,9 puntos

Calidad de productos y servicios

“Produce bienes y servicios de alta calidad”

Entrando en los atributos que conforman la dimensión Nivel de Desarrollo Económico, como la calidad de los productos y servicios que se producen en el país, la percepción de España es fuerte y la posición que ocupa en este caso es el vigésimo. Solo Portugal, República Checa, Grecia, Polonia, Rusia y Rumanía se sitúan por detrás de España, en lo que a países de la Unión Europea se refiere.



Diferencia significativa= 2,9 puntos

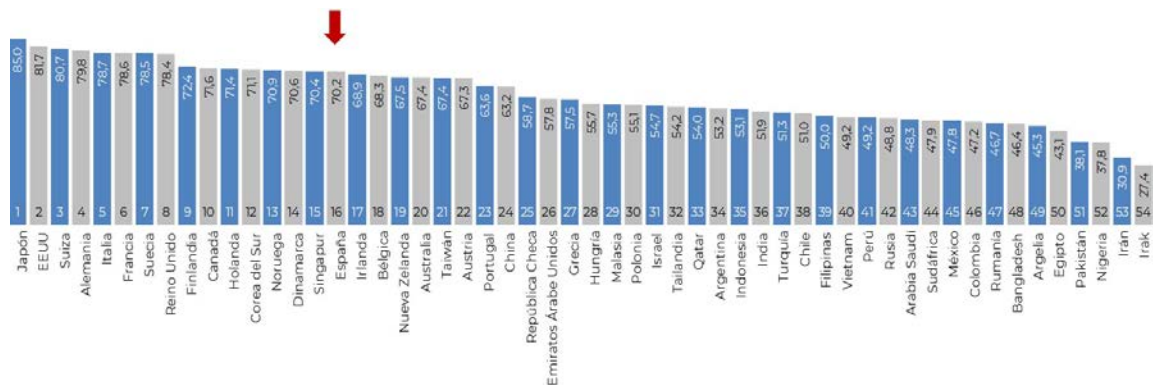
Japón, Suiza y Suecia encabezan el ranking en cuanto a calidad de productos y servicios se refiere. Por su parte, China pese a su importancia en el comercio internacional de productos y servicios no obtiene un reconocimiento a la calidad y se sitúa en la mitad baja del ranking (posición 45).

Marcas y empresas reconocidas

“Tiene muchas marcas conocidas; es el país de origen de muchas empresas punteras”

España mejora en el reconocimiento de sus marcas y empresas en el ámbito internacional, pero empeora su posición relativa pasando del décimo al del decimosexto puesto en el ranking, por detrás de Singapur y por delante de Irlanda.

Marcas y empresas reconocidas



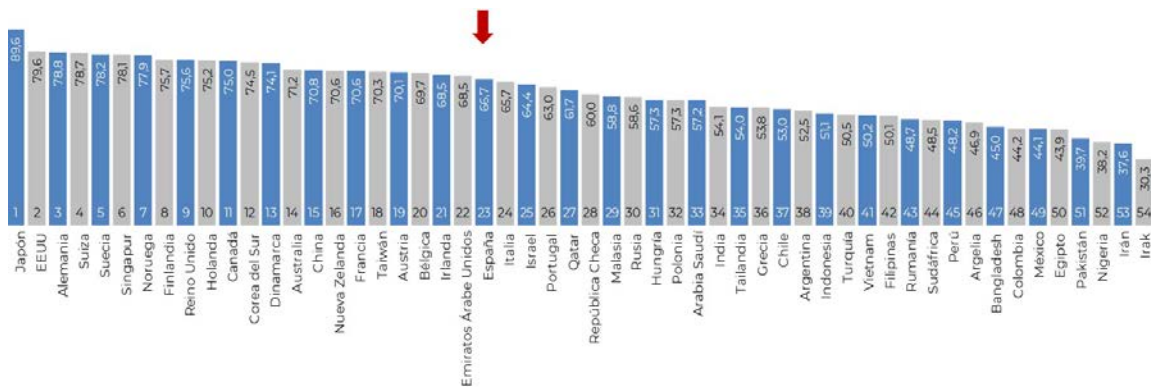
Diferencia significativa= 2,9 puntos

La industria japonesa suma un logro adicional a la reconocida calidad de sus productos y servicios, obteniendo el primer lugar y con una amplia diferencia respecto al siguiente, en el atributo de marcas y empresas reconocidas, gracias a sus empresas punteras. EEUU alcanza la segunda posición en el ranking y Suiza se hace este año con la tercera.

Tecnología/innovación

“Es tecnológicamente avanzado: está entre los primeros países en crear y comercializar nuevas tecnologías”

España obtiene una percepción moderada en tecnología e innovación. En términos comparativos alcanza uno de los peores resultados, pues ocupa la vigesimotercera posición. En el contexto de países de la Unión Europea se sitúa solo por delante de Portugal, República Checa, Polonia, Rusia, Grecia y Rumanía.



Diferencia significativa= 2,9 puntos

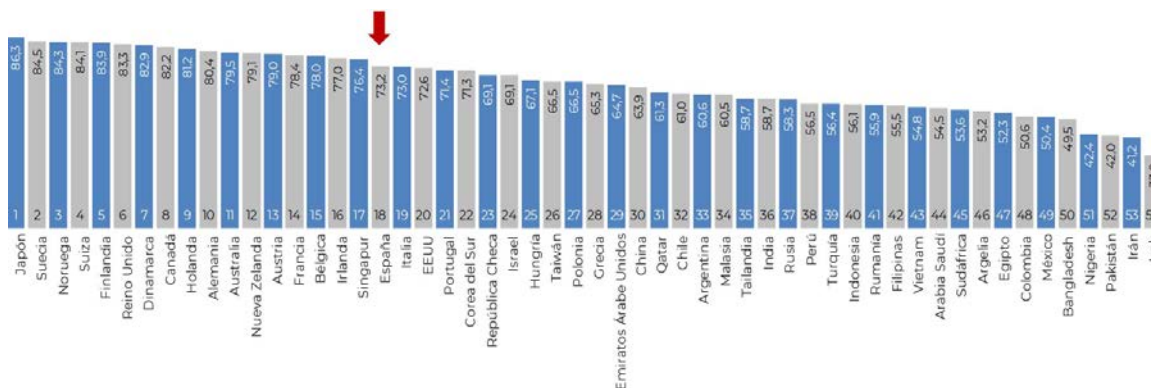
Japón, añade al liderazgo logrado en calidad de productos y servicios, y al de marcas y empresas reconocidas, la primera posición en el ranking de innovación y tecnología, alcanzando una puntuación visiblemente más alta que los países que aparecen en segundo y tercer lugar, EEUU (+10,0) y Alemania (10,8).

Sistema educativo

“Valora la educación: tiene universidades de gran calidad y un sistema educativo excelente”

Aunque algunas de las universidades y escuelas de negocio españolas obtienen valoraciones muy positivas en rankings internacionales, pero España no logra destacar lo suficiente y se posiciona en el decimotercero puesto en cuanto a la valoración del sistema educativo en su conjunto.

Sistema educativo



Diferencia significativa= 2,9 puntos

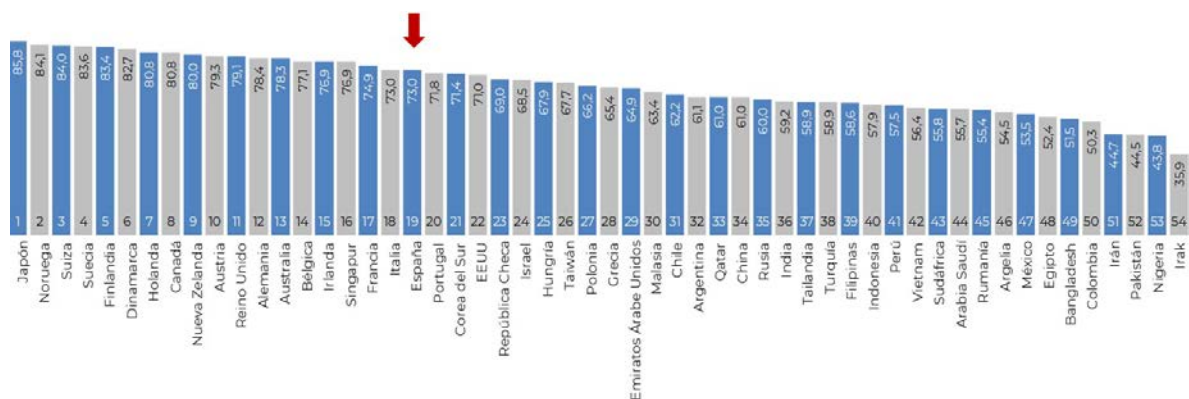
Los países mejor percibidos por su sistema educativo son Japón, Suecia, Noruega, Suiza y Finlandia. EE. UU., a pesar de contar con excelentes universidades, queda relegado al 20º lugar.

Gente educada y confiable

“La gente del país es educada y confiable”

Este atributo valora el reconocimiento de la fiabilidad y buena educación de sus habitantes, en el sentido de responsabilidad y cumplimiento de sus compromisos. Los españoles alcanzan una valoración fuerte en este atributo y se sitúan en el decimonoveno lugar, obteniendo puntuaciones inferiores a la mayoría de sus vecinos europeos.

Gente educada y confiable



Diferencia significativa= 2,9 puntos

Los países que encabezan este ranking son Japón, Noruega, Suiza, Suecia y Finlandia mientras que los ciudadanos de Nigeria, Pakistán e Irak se consideran los menos educados y confiables del conjunto de países medidos según los ciudadanos del G8.

b. Fortalezas y debilidades de España en América Latina

Similar a lo que acontece en el G8, las fortalezas de la reputación española en el set de países latinoamericanos encuestados se articulan alrededor de las variables entorno natural, en la que España alcanza una valoración de 80,5 puntos, y en ocio y entretenimiento, también con una valoración favorable (79,5). En ambos casos mejora la percepción registrada en el año anterior.

Además, el estilo de vida de los españoles, la gente amable y simpática y la seguridad del país son las otras fortalezas percibidas por los latinoamericanos, con respecto a nuestro país. En el caso del estilo de vida, España recibe una valoración de 75,7 puntos *Pulse* y ocupa la cuarta posición del ranking. Ya con una puntuación “Fuerte” encontramos la variable seguridad (71,2) que alcanza la sexta posición en el segundo atributo con más peso en la reputación país.

Nuestro sistema educativo y la cultura son otras dos variables apreciadas por los ciudadanos de Latinoamérica, aunque estas variables reciben menos valoración en la reputación del país que las anteriores.

Por el contrario, nuestras principales debilidades se refieren, en opinión de los encuestados, a nuestro comportamiento ético y transparente (58,1), al uso eficiente de los recursos (59,2). Aunque en todos ellos mejora de forma significativa con respecto al año anterior.

En las siguientes páginas, incluimos la valoración en cada uno de los atributos que conforman la reputación, la valoración de los países analizados por los ciudadanos de Latinoamérica.

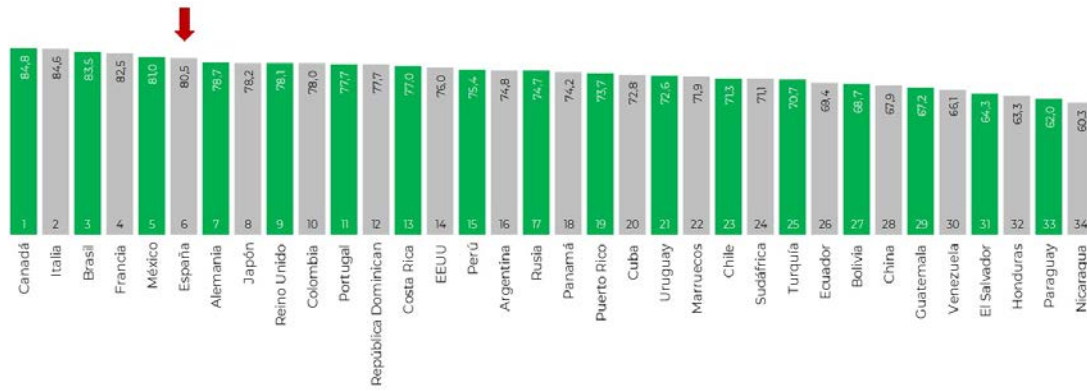
España obtiene la mejor valoración en el atributo entorno natural con 80,5 puntos *Pulse*, ocupando el sexto lugar por detrás de Francia, México, Canadá, Brasil e Italia.

Canadá, Japón y Alemania se disputan el liderazgo en la mayoría de los rankings de las variables. Canadá está más presente en el liderazgo de las variables de Calidad institucional y Calidad de vida, mientras que Japón encabeza los rankings de los atributos correspondientes a Nivel de desarrollo.

Venezuela es el país peor valorado por los encuestados, y cierra el ranking en quince de las diecisiete variables.

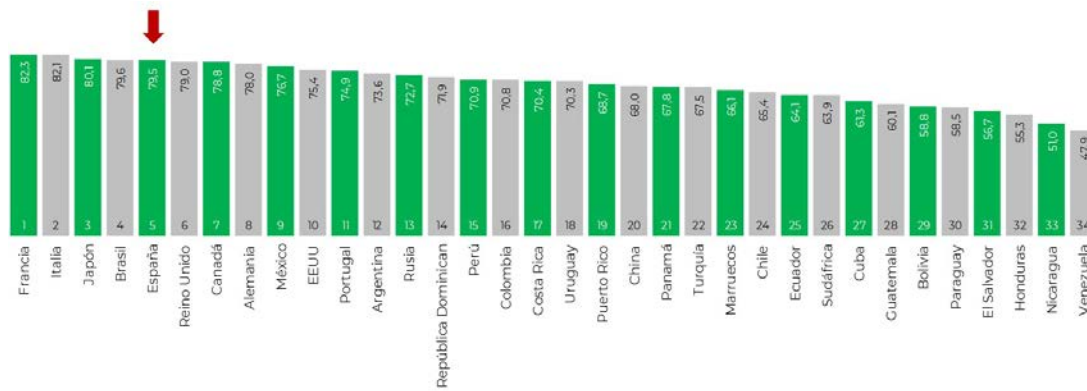
A continuación, se muestra el ranking en cada uno de los atributos evaluados.

Entorno natural



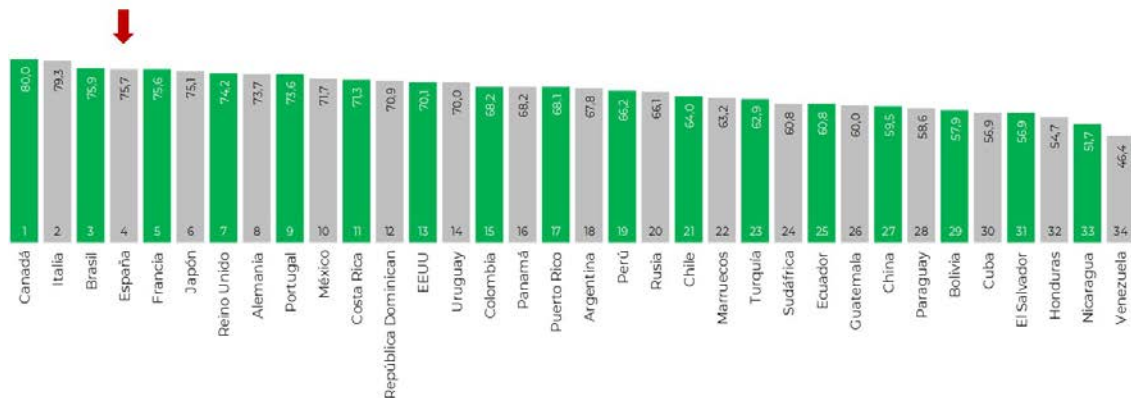
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Ocio y entretenimiento



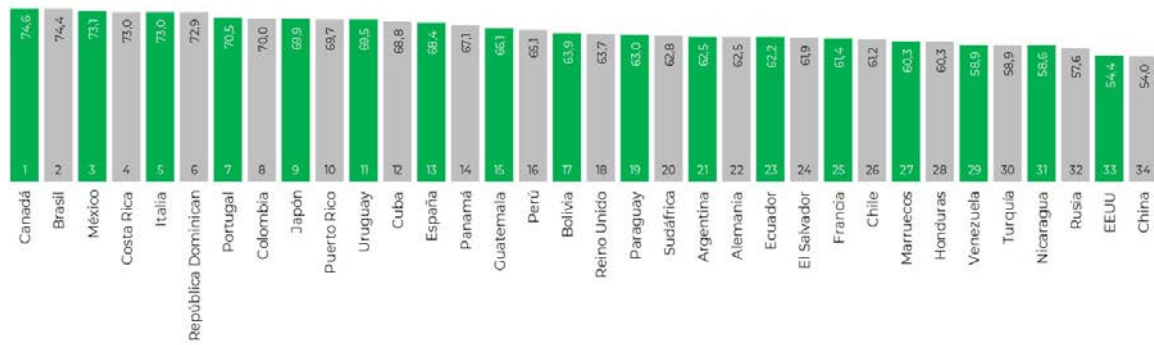
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Estilo de vida



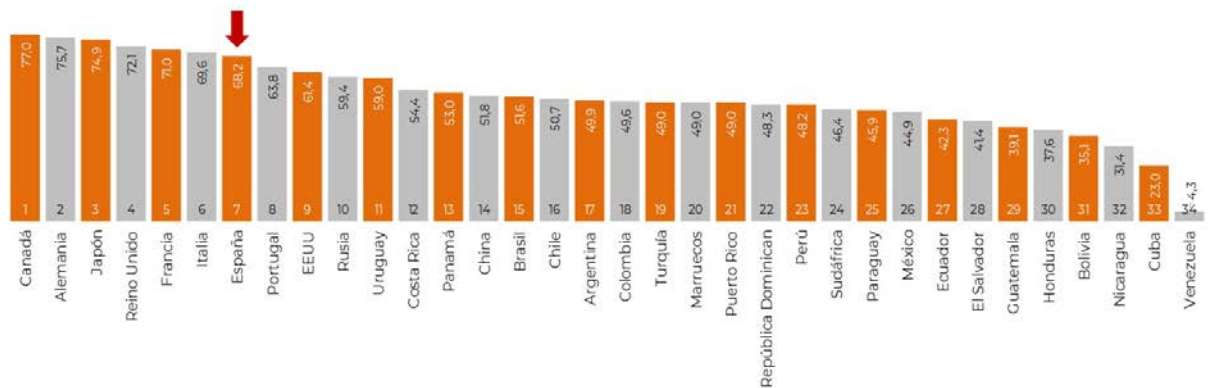
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Gente amable y simpática



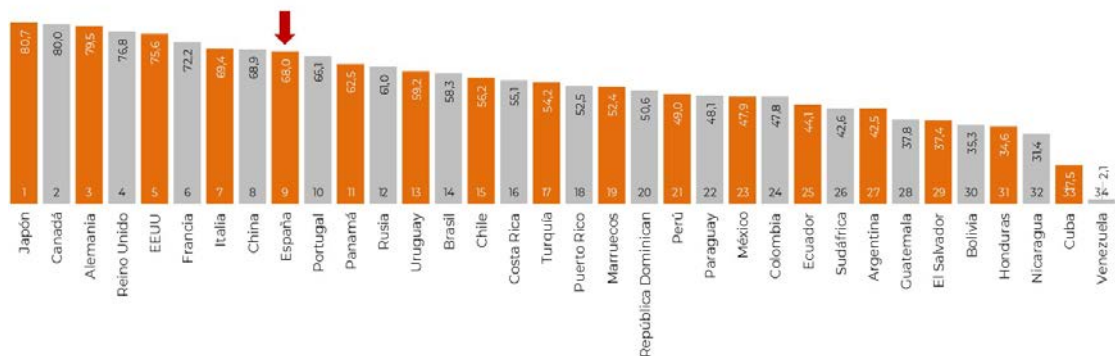
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Respeto internacional



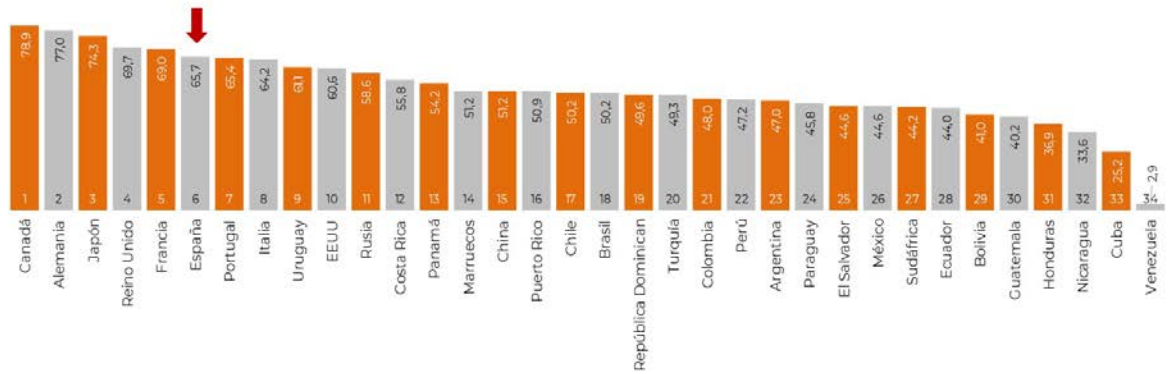
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Entorno político e institucional



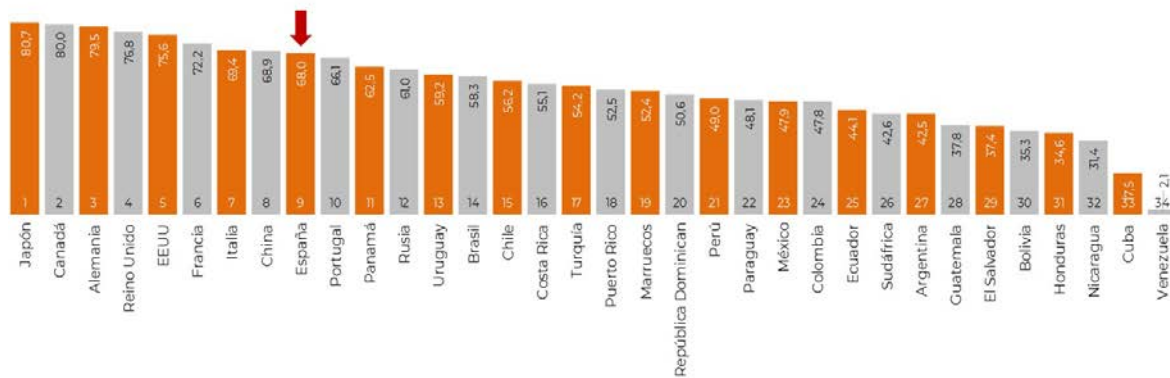
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Bienestar social



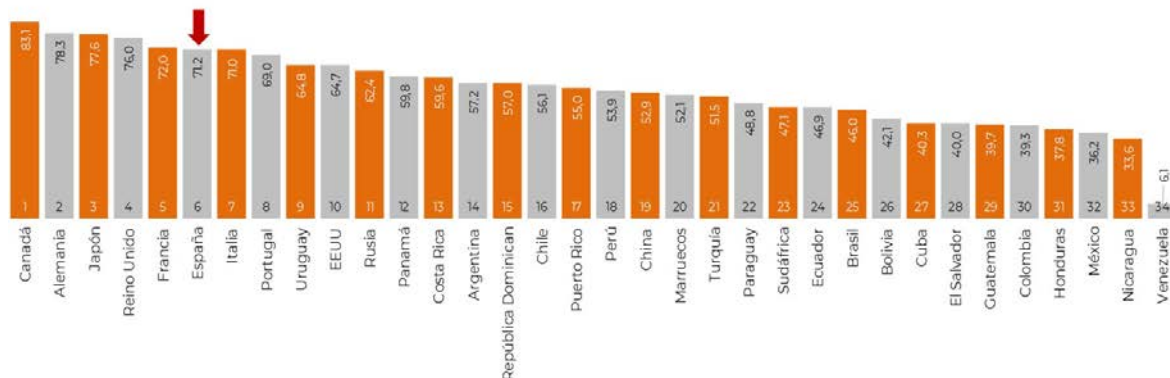
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Entorno económico



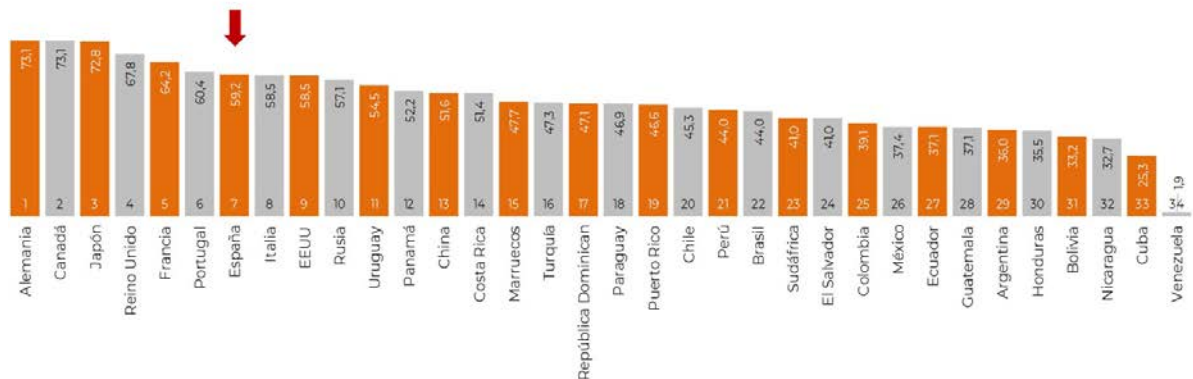
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Seguridad



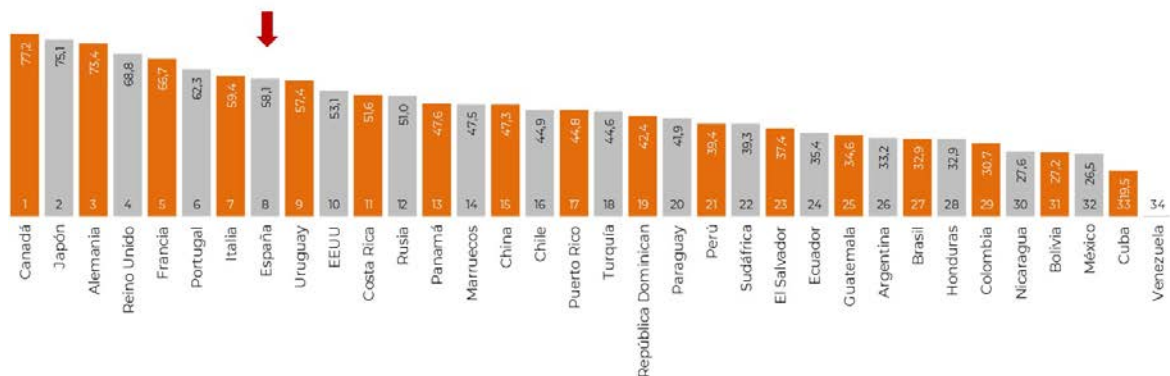
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Uso eficiente de recursos públicos



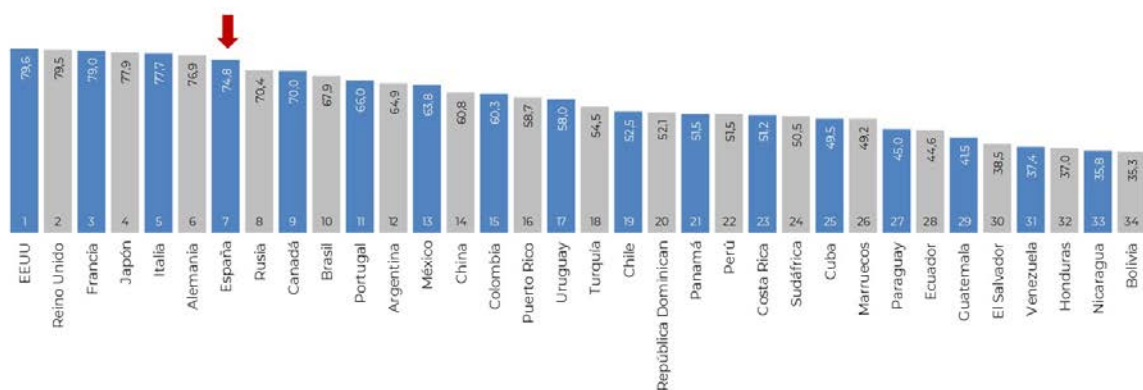
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Ética y transparencia



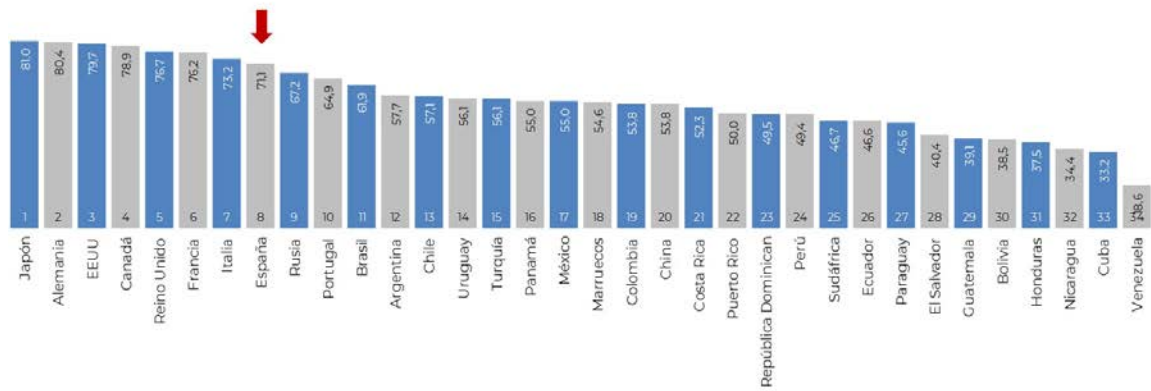
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Cultura



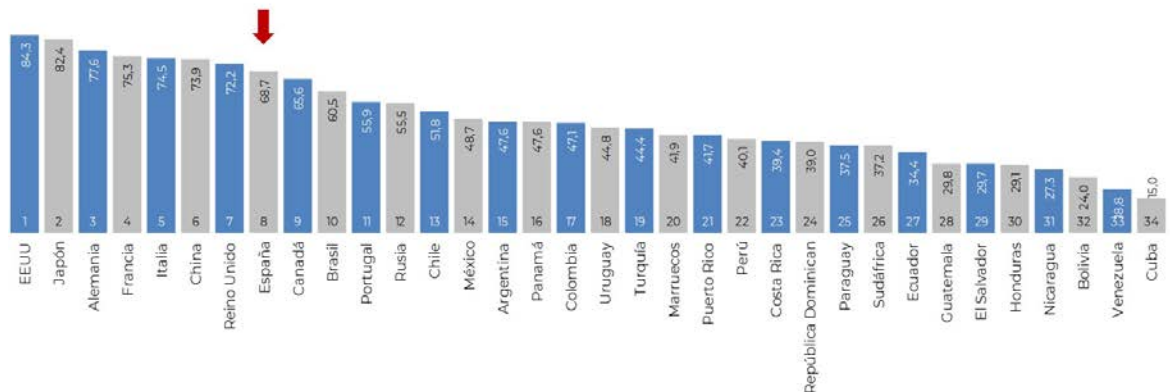
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Calidad de productos y servicios



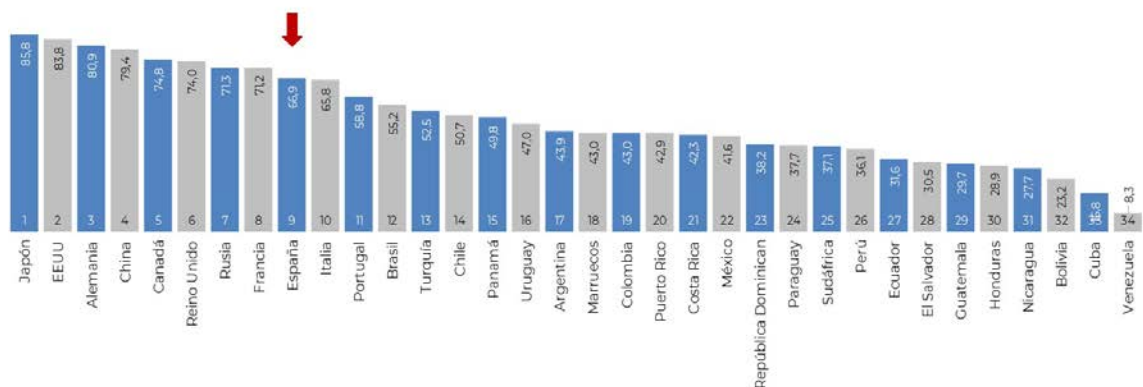
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Marcas y empresas reconocidas



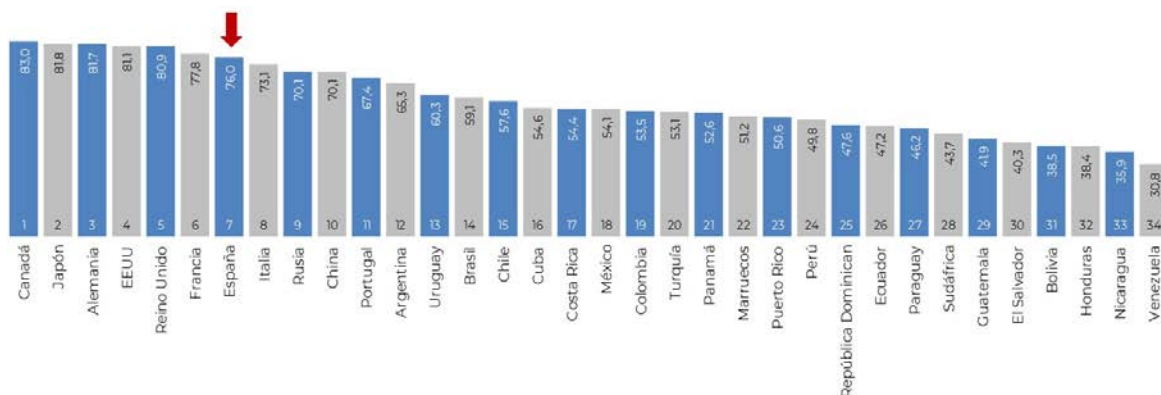
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Tecnología/Innovación



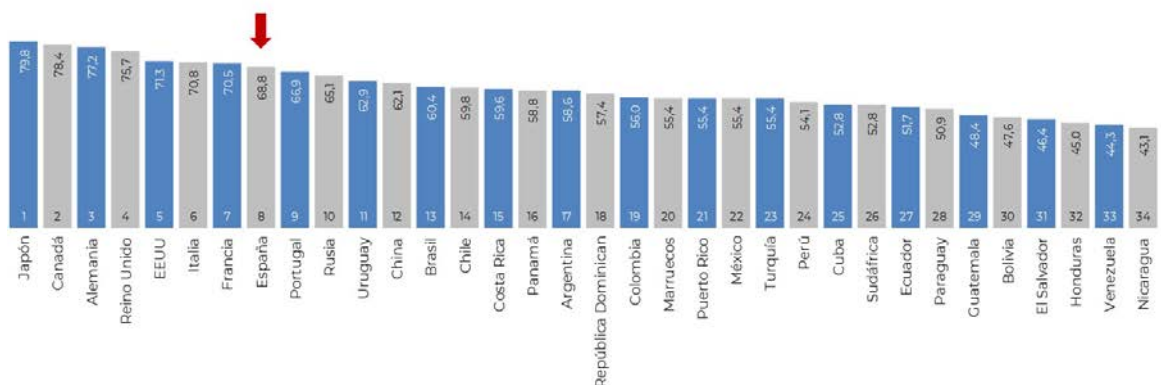
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Valora la educación



Diferencia significativa= 3,5 puntos

Gente educada y confiable



Diferencia significativa= 3,5 puntos

Como ya se ha indicado en otro apartado del informe, la comparación de las diferentes valoraciones para España obtenidas entre los ciudadanos del G8 y entre los ciudadanos latinoamericanos, reflejan una opinión mucho más favorable entre los primeros, tanto en términos absolutos como relativos. De hecho, el G8 valora mejor a España en quince de los diecisiete atributos analizados, solo en dos la puntuación recibida es menor entre los países del G8 (sistema educativo y tecnología/innovación).

Diferencia entre la valoración del G8 y la de América Latina de los atributos de España



La reputación de España en Latinoamérica en 2020 mejora con respecto a 2019 tal y como se ve reflejado en todas las variables analizadas a excepción de la tecnología/innovación y el sistema educativo.

Por otra parte, las variables con mayor subida en 2020 son aquellas que tenían una reputación mas moderada.

Evolución de los atributos de España en el último año según América Latina



c. Fortalezas y debilidades internas de España

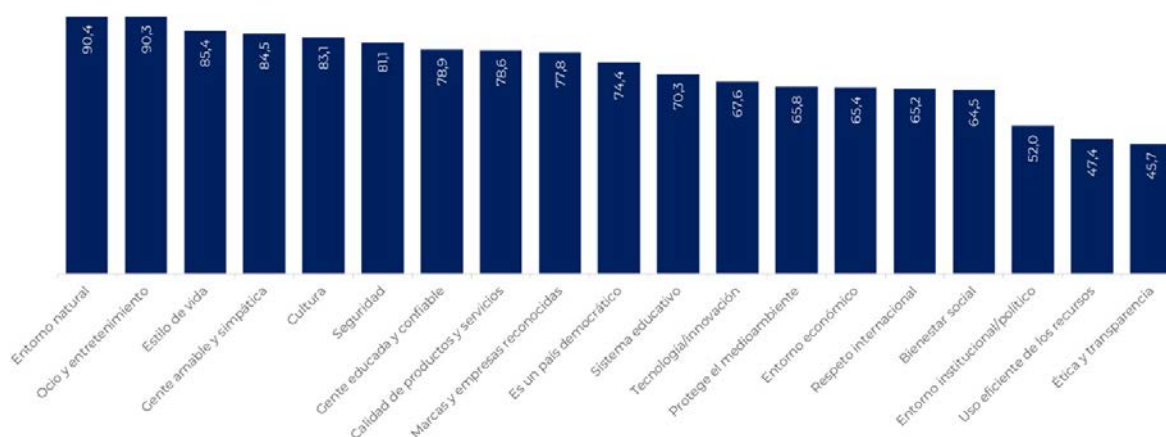
Nuestra autopercepción de las variables reputacionales apenas difiere, en términos generales, del panorama dibujado por los encuestados en el G8 y se muestra en línea, pero quizás con mejores valoraciones cuando lo comparamos con el conjunto de países latinoamericanos. Al igual que estos, los españoles reconocemos la dimensión Calidad de Vida como la clave de la bóveda de nuestra reputación.

Así, son los atributos de esta dimensión los mejor valorados, destacando entorno natural ocio y entretenimiento, estilo de vida, gente amable y simpática y la cultura consiguen niveles “Excelentes” con valoraciones por encima de los ochenta puntos. La seguridad (83,1), la calidad de productos y servicios (78,6), la gente educada (78,9) y las marcas y empresas reconocidas se afianzan en valores fuertes (77,5).

Resulta llamativo que los valores que los españoles damos a estas seis variables sean en todos los casos superiores a lo que otorgan en sus respectivas evaluaciones tanto los ciudadanos del G8 como los del set latinoamericano, lo que, por otra parte, contrasta fuertemente con el dato de que globalmente nuestra autopercepción sea todavía inferior que nuestra percepción internacional. Esta circunstancia confirma que la recuperación de nuestra autopercepción se está logrando, sobre todo, a partir de las variables más *soft* de nuestra reputación.

De hecho, y como muestra el siguiente gráfico, las peores valoraciones, incluso muy por debajo de las medias en el G8 y el set latinoamericano, se las concedemos los españoles a algunos de los atributos considerados más duros como entorno institucional/político (52,0 puntos), el uso eficiente de los recursos (47,4), y ética y transparencia (45,7), con el primero de ellos en un nivel débil y los dos últimos en niveles de fortaleza “Pobres”.

Atributos internos de España



Diferencia significativa= 4,7 puntos

En 2020, los atributos relacionados con la calidad institucional del país son los que presentan las principales diferencias, siendo los españoles los más críticos en relación a estas variables, con considerables diferencias con el antiguo G8 o con la percepción de los países latinoamericanos.

Diferencia entre la valoración externa e interna de los atributos de España



d. Perfil competitivo de España

Si comparamos los valores medios otorgados por el G8 a cada una de las variables reputacionales de España con los obtenidos por los respectivos países que integran este exclusivo grupo obtenemos el perfil competitivo de España en relación al G8.

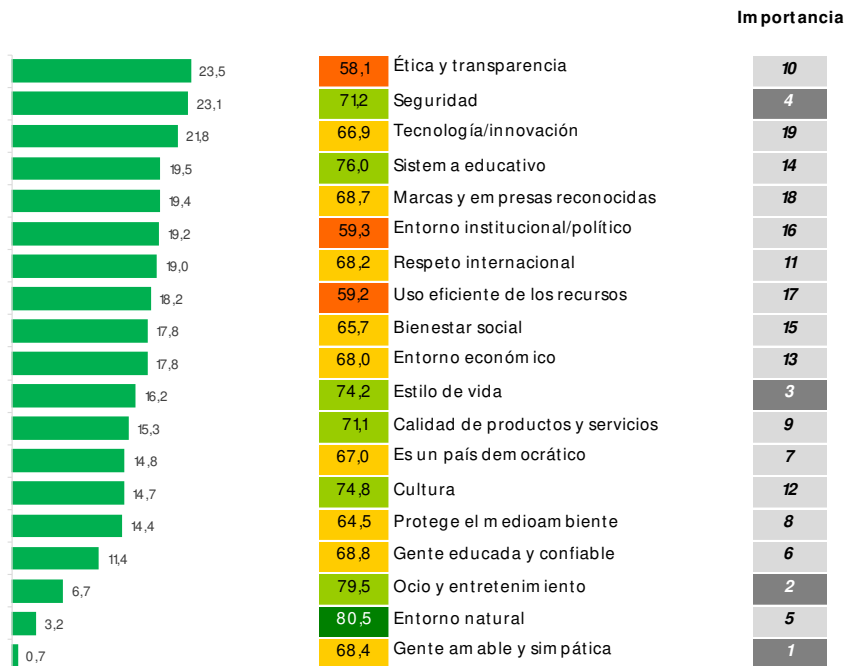
Como muestra el siguiente gráfico, nuestras ventajas competitivas se encuentran en siete variables (la diferencia en cultura es mínima), cuatro de ellas pertenecientes a la dimensión Calidad de vida. Por el contrario, las principales desventajas competitivas se concentran alrededor de varias de las variables *hard* de la reputación de cualquier país como son las relacionadas con las dimensiones Calidad institucional y Nivel de desarrollo.

Perfil competitivo de España según el G8 (diferencias vs G8)



La situación mejora cuando nuestro perfil competitivo se mide en relación a la media de los países del G8 es valorado por los encuestados del set latinoamericano. En este caso, nuestro país obtiene unos resultados mucho mejores.

Perfil competitivo de España según América Latina



5. Actitudes favorables hacia España

a. Comportamientos favorables hacia España en el G8

Recomendaría vivir

Los países del G8 recomendarían 8 países antes que España como lugar para vivir. España, en la novena posición, se sitúa ligeramente por debajo de Holanda y un poco por encima de Irlanda, dejando por detrás a Noruega. Canadá e Irlanda.



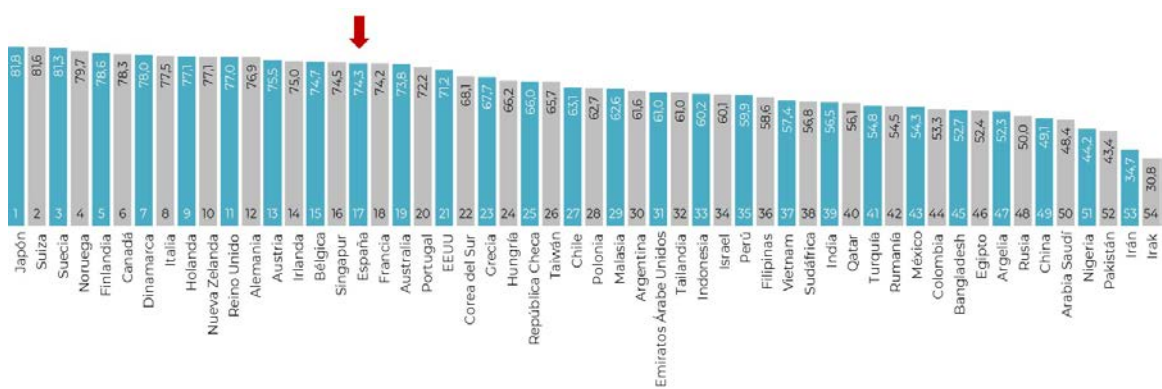
Diferencia significativa= 2,9 puntos

Los países más recomendados para vivir son Italia, Reino Unido, Francia, Suecia y Japón.

Recomendaría comprar

Los productos y servicios españoles se colocan en el decimoséptimo puesto, tres por encima del puesto alcanzado el año pasado. Mejor situados que EE.UU. y los países sudamericanos, aunque por detrás de gran parte de países europeos.

Recomendaría comprar



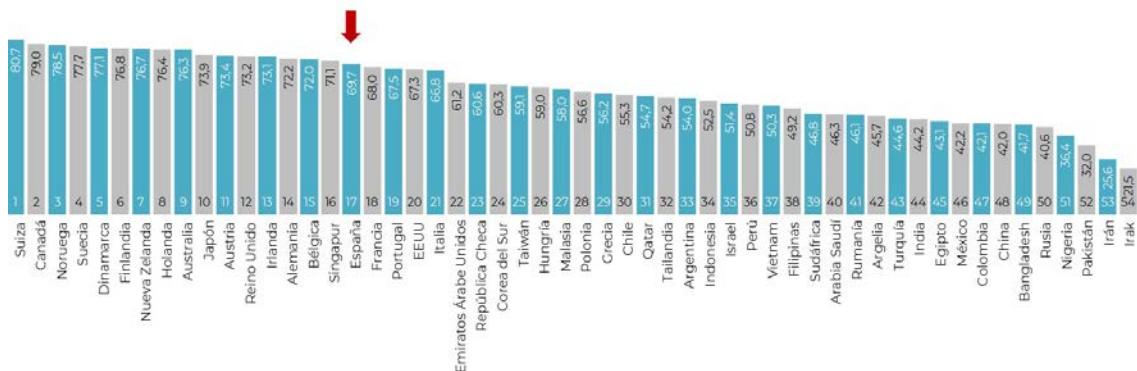
Diferencia significativa= 2,9 puntos

Los japoneses lideran este año el ranking en recomendación de compra, seguidos de los suizos, los suecos, los noruegos y los finlandeses. Por el contrario, Arabia Saudí y Nigeria no obtienen altos niveles de recomendación, situándose en la cola del ranking cerrado por Pakistán, Irán e Irak.

Recomendaría trabajar

Otra de las variables de la metodología en referencia a comportamientos favorables hacia el país es la variable relacionada con el trabajo. España se sitúa a la posición decimoséptima justo por detrás de Irlanda, Bélgica y Reino Unido.

Recomendaría trabajar



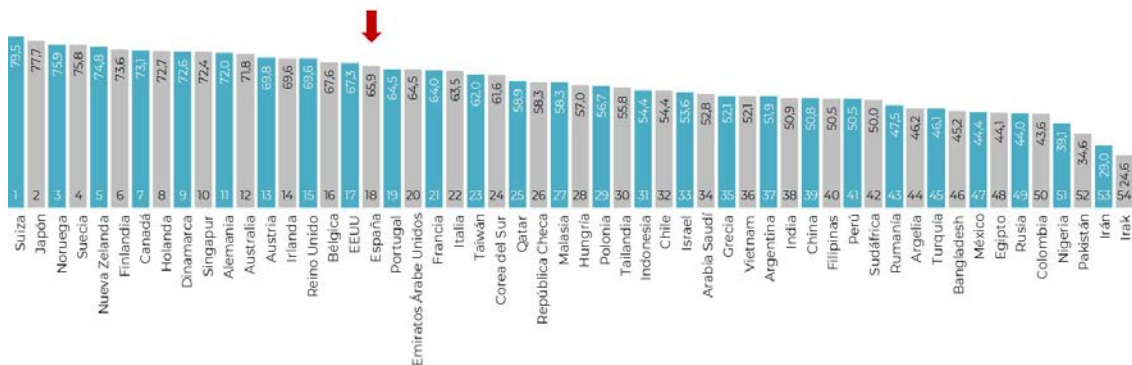
Diferencia significativa= 2,9 puntos

Entre los países más recomendados para trabajar se encuentran Suiza en primer lugar, seguido de Canadá, Noruega, y Suecia.

Recomendaría invertir

La valoración como destino de inversión coloca a la nación española un puesto por encima del ocupado en 2019, subiendo al decimooctavo lugar, justo por detrás de EE.UU.

Recomendaría invertir



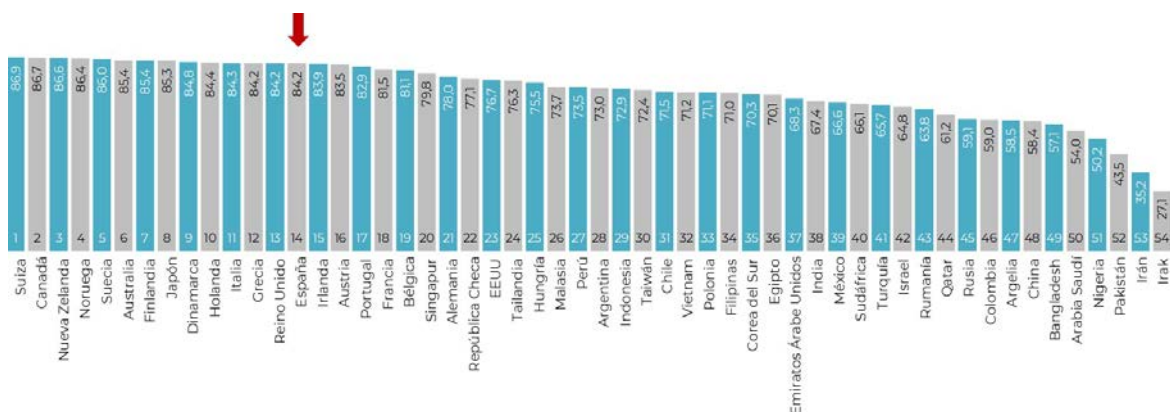
Diferencia significativa= 2,9 puntos

En primer lugar, Suiza se percibe como el país más atractivo a la hora de invertir, seguido por Japón y Noruega, que se sitúan en la segunda y tercera posición respecto al año pasado. China, la gran potencia asiática ocupa una modesta posición en la segunda mitad de la tabla (39º) en comparación con otros países europeos, por detrás incluso de los conocidos tigres del sudeste asiático como Taiwán (23º) o Singapur (10º).

Recomendaría visitar

En relación a la buena imagen turística del país, España logra la posición más alta en las variables de apoyo, y pero empeora su situación respecto al año pasado alcanzando cayendo hasta el puesto decimocuarto por detrás de Holanda, Italia, Grecia o Reino Unido entre otros.

Recomendaría visitar



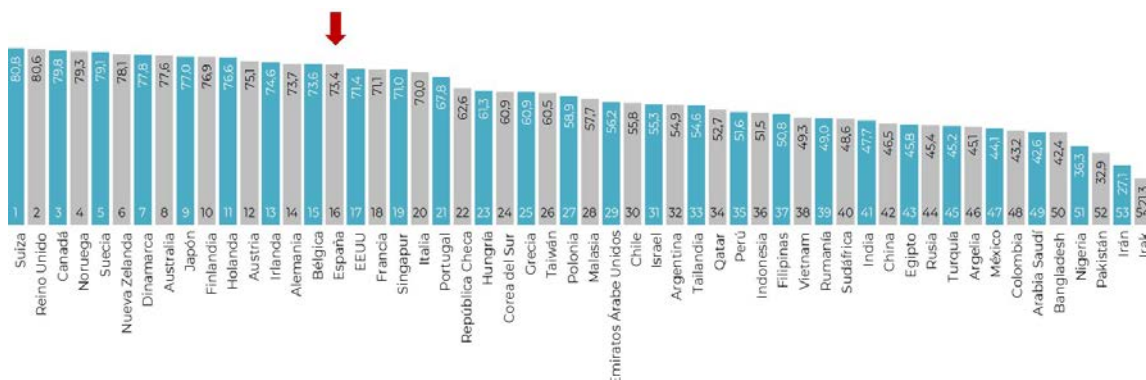
Diferencia significativa= 2,9 puntos

Los países más recomendados para visitar son Suiza, Canadá, Nueva Zelanda, Noruega y Suecia. En el lado opuesto, los menos recomendados como era de esperarse son Pakistán, Irán e Irak.

Recomendaría estudiar

De acuerdo con el ranking que indica la intención de estudiar en universidades y centros de formación de otros países, España se sitúa en la decimosexta posición, por delante de Francia e Italia, quedando por detrás de Irlanda y Austria.

Recomendaría estudiar



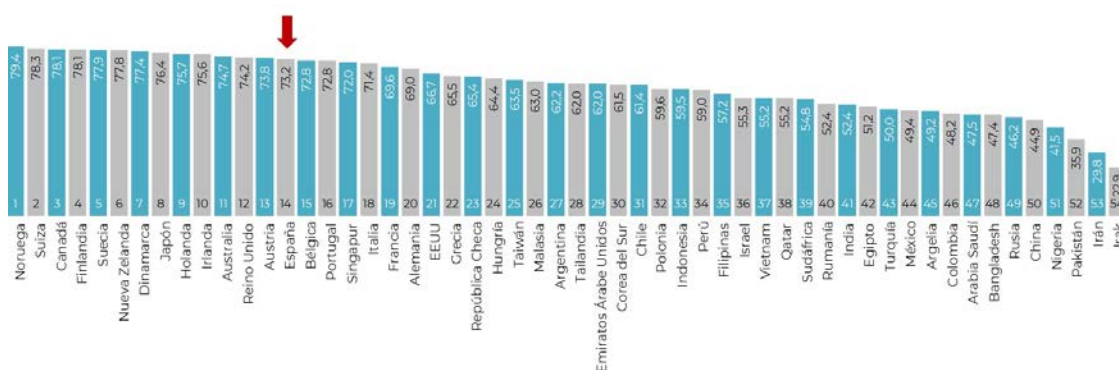
Diferencia significativa= 2,9 puntos

Suecia, Reino Unido y Canadá son también altamente recomendados para recibir educación. EE. UU., país reconocido por el prestigio de sus universidades, se sitúa en la 17ª posición del ranking.

Recomendaría asistir a eventos

España ocupa el puesto decimocuarto puesto, retrocediendo dos puestos respecto a 2019, en la variable que indica la intención de recomendar a un país para asistir a eventos o conferencias, quedando por detrás de Canadá y por delante de Italia. Noruega encabeza el grupo, seguida en este caso de Suiza y Canadá.

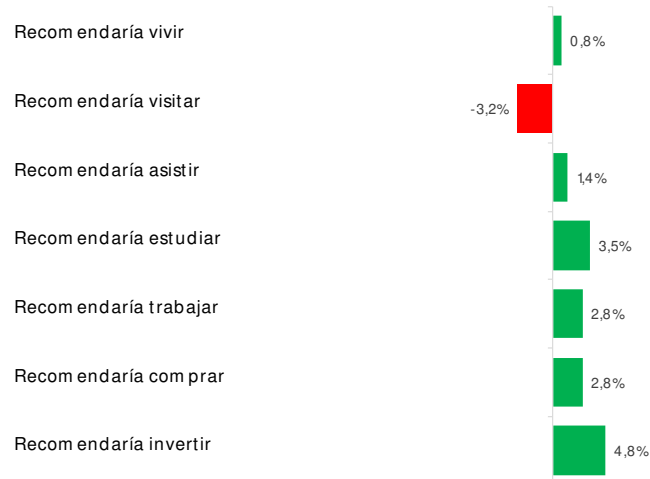
Recomendaría asistir a eventos



Diferencia significativa= 2,9 puntos

Al analizar la evolución del nivel de apoyo por parte del G8 hacia España, se puede apreciar que en el año 2020 ha habido una mejora generalizada en cuanto a las actitudes de apoyo hacia nuestro país, excepto en el comportamiento visitar, que baja, debido sobre todo al impacto del COVID-19 en el ese comportamiento específico.

Evolución de las actitudes de apoyo hacia España en el último año según el G8



b. Comportamientos favorables hacia España en América Latina

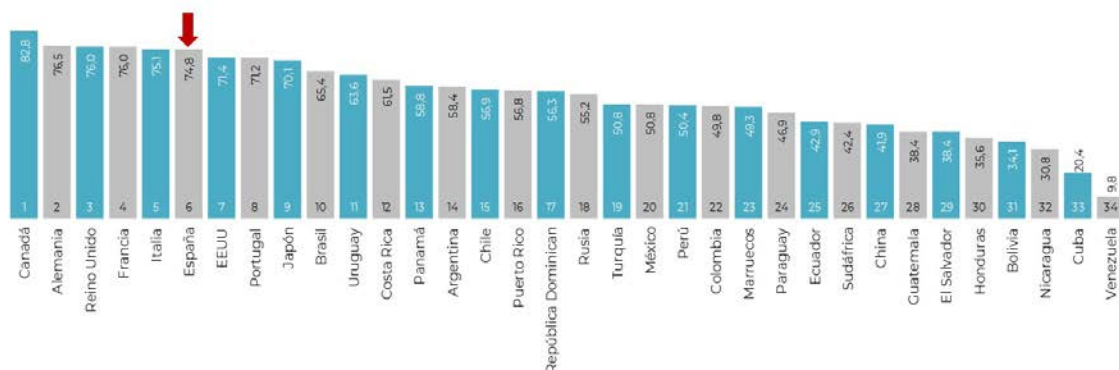
Al tener en cuenta únicamente las percepciones de los países latinoamericanos y evaluar las intenciones de apoyo que tiene este grupo de países hacia el resto y en concreto hacia España, se puede apreciar que el nivel de apoyo hacia la nación española se sitúa en una buena posición (entre la 6ª y 10ª posición).

La mayor recomendación que harían los países latinoamericanos en relación a España es a visitar el país. Por el contrario, no se aprecia una disposición muy alta por parte de los latinoamericanos de recomendar trabajar o comprar en España.

Los países latinoamericanos parecen apoyar en mayor medida a Canadá. A la hora de comprar productos de un país, los latinoamericanos recomendarían a Japón o EE:UU, o la propia Italia antes que España.

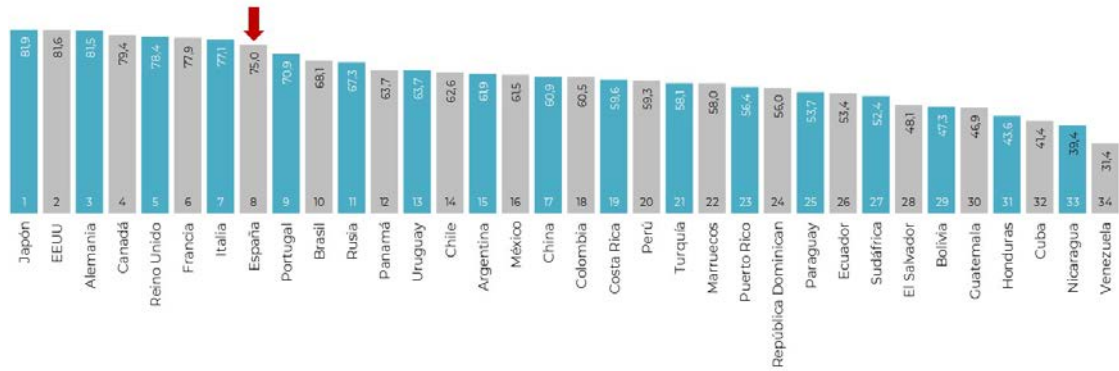
A continuación los rankings por cada una de las actitudes favorables mencionadas:

Recomendaría vivir



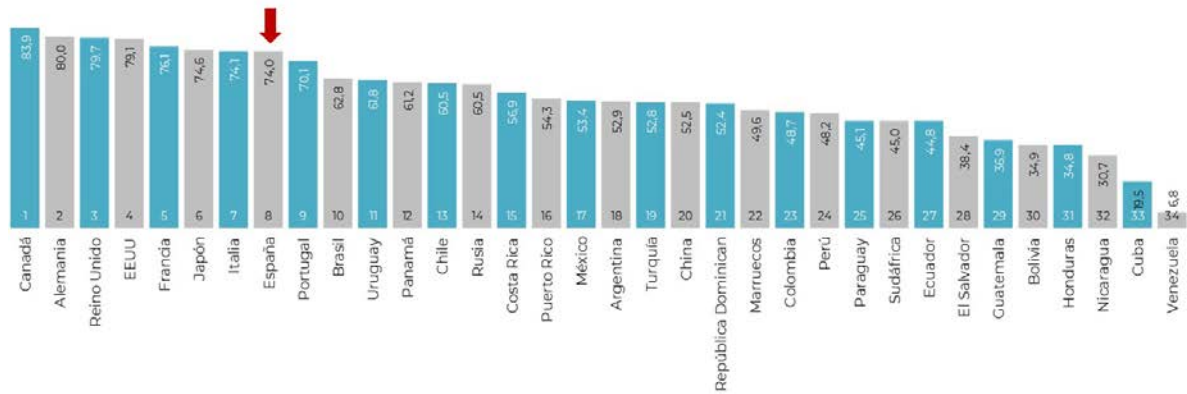
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Recomendaría comprar



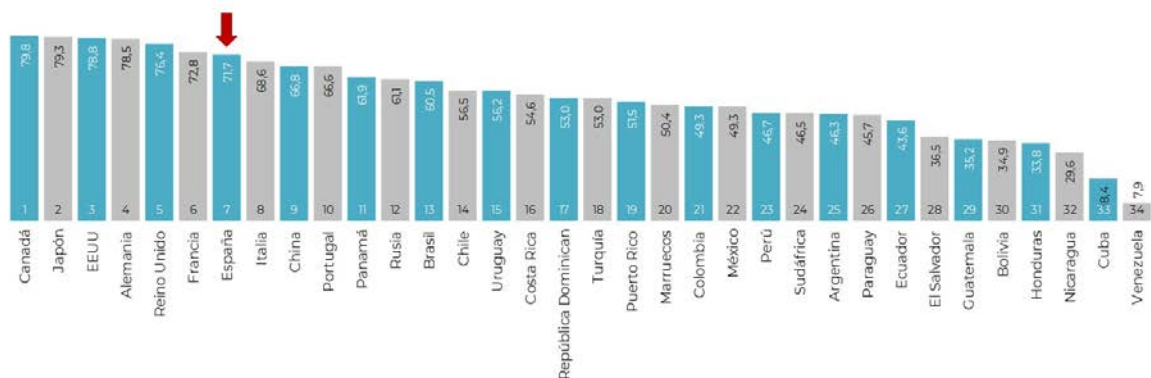
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Recomendaría trabajar



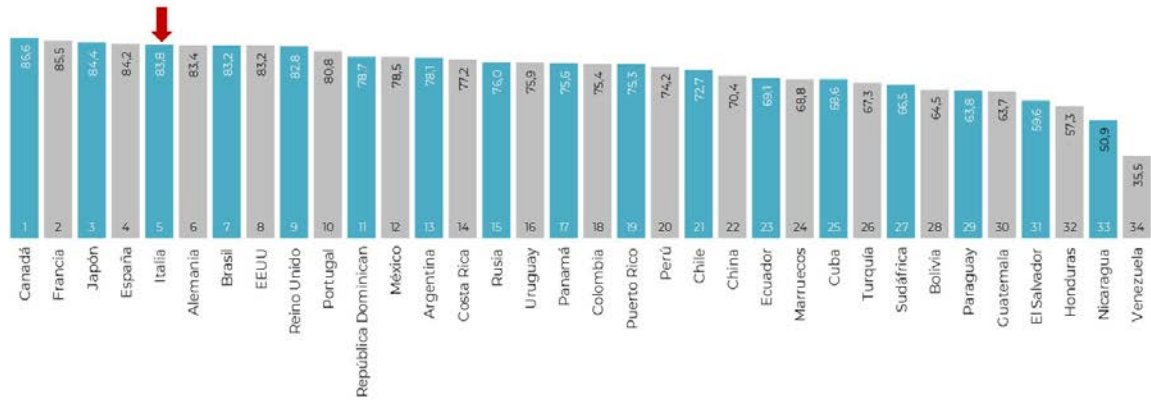
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Recomendaría invertir



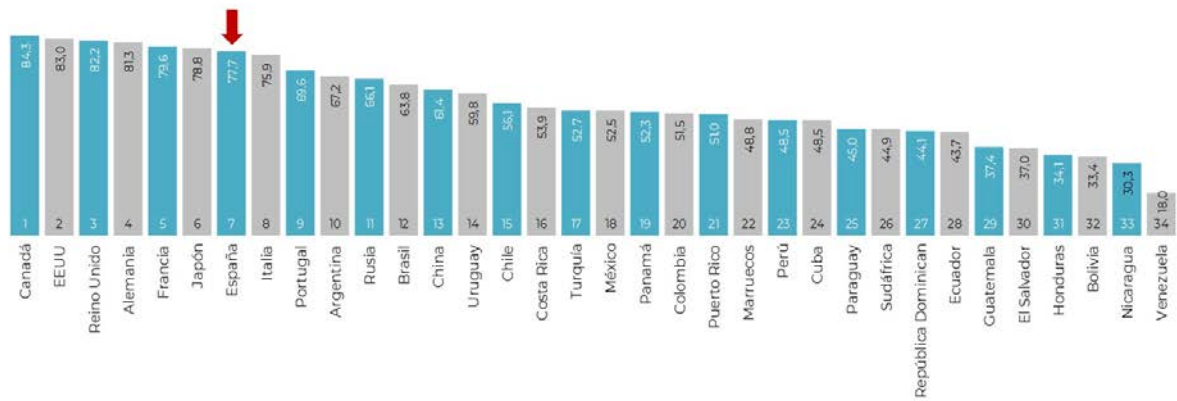
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Recomendaría visitar



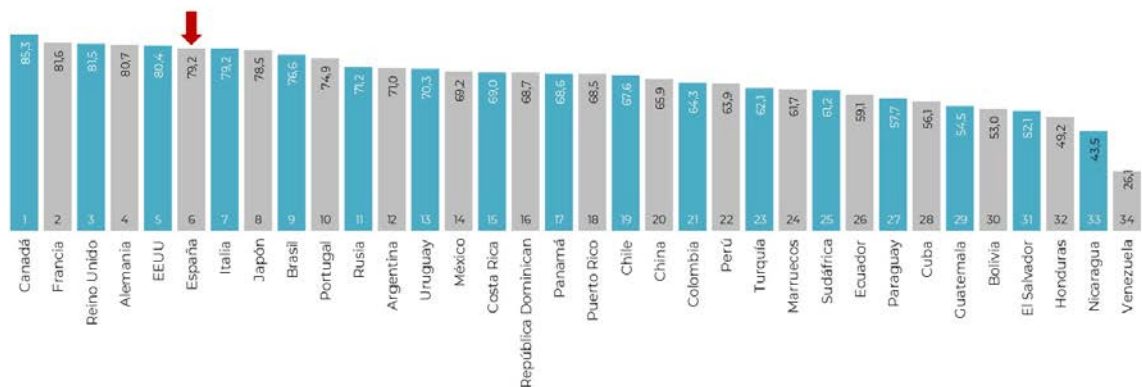
Diferencia significativa= 3,5 puntos

Recomendaría estudiar



Diferencia significativa= 3,5 puntos

Recomendaría asistir a eventos

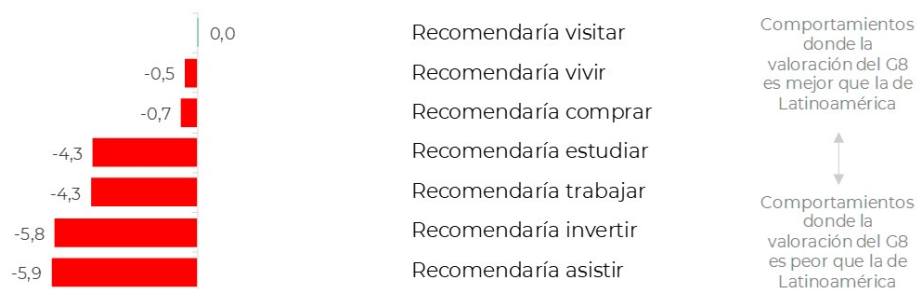


Diferencia significativa= 3,5 puntos

Al igual que en secciones anteriores, se han comparado cada una de las evaluaciones a España según la visión del G8 y América Latina, en este caso se confrontarán las variables de apoyo hacia el país.

El análisis evidencia el cambio de tendencia registrado este año, donde la percepción en Latinoamérica de España ha mejorado y eso ha tenido un impacto en los comportamientos de apoyo donde Latinoamérica concentra mejores actitudes que el G8

Diferencia entre la valoración del G8 y la de América Latina en las actitudes de apoyo hacia España



Este año, los niveles de apoyo presentan comportamientos muy positivos liderado por el atractivo como destino inversor de España. Donde menos se observa la mejora es en aquellos comportamientos relacionados con la visita al país afectado por el COVID-19.

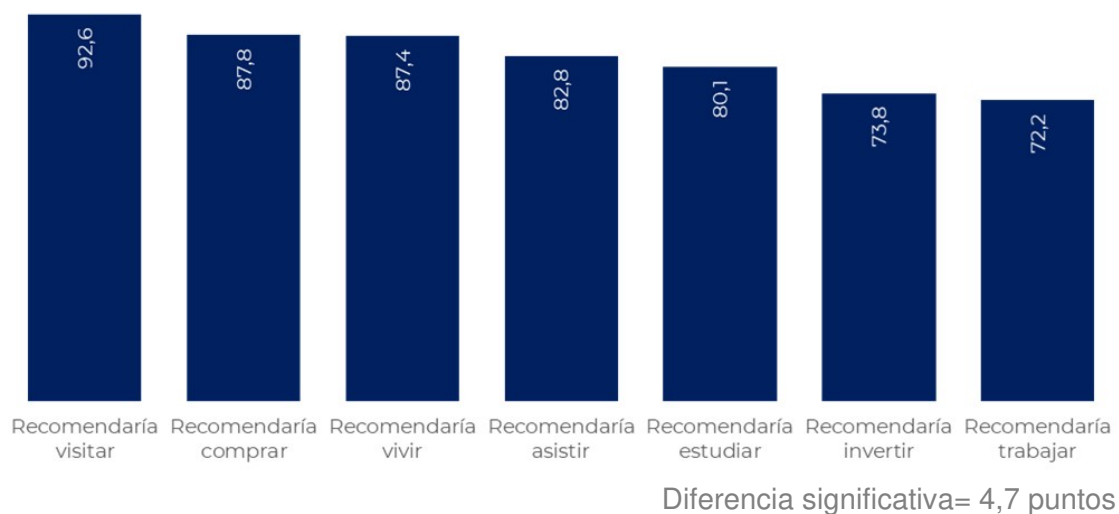
Evolución de las actitudes de apoyo hacia España en el último año según América Latina



c. Comportamientos favorables internos de España

Los propios españoles son conscientes del atractivo natural y de ocio y entretenimiento que ofrece su país, por un lado, de la amabilidad de su población y del estilo de vida atractivo por otro, se muestran altamente dispuestos a recomendar visitar su país, así como a recomendar la compra de productos y servicios españoles.

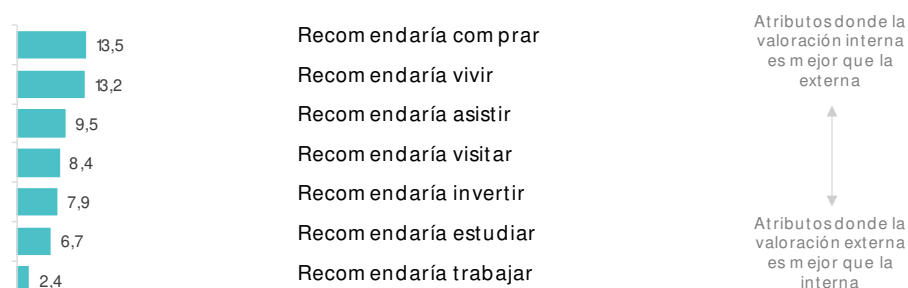
Actitudes de apoyo de España



Por el contrario, el contexto económico especialmente tras la crisis del COVID-19 sigue apuntando a los bajos niveles de apoyo a la hora de recomendar trabajar en el país, así como la inversión en el mismo.

En cuanto a las diferencias que existen entre la valoración externa e interna, la visión de los españoles es en su mayoría mejor a la que tienen los países del G8. El diferencial es especialmente amplio en la recomendación de compra de productos y servicios y en la recomendación de vivir.

Diferencia entre la valoración externa e interna de las actitudes de apoyo hacia España



Sin embargo, los españoles se muestran más pesimistas en cuanto a recomendar trabajar en el país.

d. Perfil comparativo de las actitudes de apoyo hacia España

Comparando los resultados obtenidos por España en las variables de actitud frente a la media de los resultados obtenidos por los países del G8, España presenta ventajas en tres aspectos: recomendaría vivir en el país, recomendaría asistir y recomendaría visitar.

Por el contrario, solo es en recomendaría invertir donde España presentaría un perfil competitivo menos favorable de acuerdo al G8

Perfil comparativo de las actitudes de apoyo hacia España según el G8



Comparando estas intenciones de conducta con los países de América Latina, España presenta notables fortalezas, evidenciando un mayor nivel de apoyo en todos los comportamientos analizados en contraste al otorgado al conjunto de países latinoamericanos. España es visiblemente más recomendado como país para vivir, para estudiar y para visitar.

Perfil comparativo de las actitudes de apoyo hacia España según América Latina



6. Principales conclusiones

La conclusión fundamental del informe 2020 sobre la reputación de España en el mundo es que se observa una estabilización de la reputación a nivel G8 y una mejora cuando se coloca el foco en los países de Latinoamérica. España se coloca en la 13ª posición dentro del ranking, descendiendo un peldaño en relación con 2019 debido a un ligero mejor desempeño de Austria.

Esta estabilización es muy positiva si tomamos en cuenta el contexto especial que se ha vivido en los últimos meses con la crisis del “COVID-19” donde únicamente la reputación de China se ha visto afectada, siendo el efecto para el resto de los países algo puntual en algunos de los comportamientos de apoyo, especialmente en los países con mayor incidencia de la pandemia. Los datos apuntan a una mejora generalizada de la reputación de los países tanto en el antiguo G8 como en Latinoamérica. Sube la reputación de la mayoría de los países, con movimientos especialmente significativos en aquellos países que han tenido descensos reputacionales en los últimos años y vuelven a recuperar parte del territorio perdido, como en el caso de Francia que vuelve a colocarse dentro del TOP 20.

España potencia su perfil tanto en G8 como en Latinoamérica, con subidas significativas en la mayoría de las dimensiones, destacando especialmente en la apreciación de la Calidad Institucional, la que más avanza en ambos casos. Una mejor percepción del “uso eficiente de los recursos” y la “ética/ transparencia” en el G8, así como la “ética/ transparencia” junto al “bienestar social” en Latinoamérica, son los pilares que explican esa mejora del perfil reputacional.

Estas mejoras de la reputación también se encuentran en la valoración que hacen los españoles sobre ellos mismos. Después de años de baja autoestima, ahora ésta se

sitúa por encima de la valoración externa que hace de España tanto el G8 como los países latinoamericanos.

Además, España sigue manteniendo un perfil en su imagen internacional reforzado sobre todo con percepciones muy positivas en atributos “blandos” (gente amable y simpática, estilo de vida, posibilidades de ocio y entretenimiento, ...) aunque con percepciones más moderadas en atributos “duros” (tecnología, ética y transparencia, entorno económico...) pese a la mejoría de la valoración en este último año.

La mejora de la reputación se traslada, aunque tímidamente, a las actitudes de apoyo hacia España. De manera direccional, el país recibe mayores intenciones de apoyo en todos los comportamientos tanto en G8 como en Latinoamérica, con la única excepción de “visitar” por parte de los ciudadanos del G8, con un retroceso debido al impacto de la COVID-19 en la movilidad internacional.

La crisis del COVID-19, como decíamos anteriormente no ha tenido un impacto destacado en la reputación de España, aunque si lo ha hecho en otros territorios como China. El gigante asiático es el único país cuya reputación se ve claramente afectada por la crisis del COVID-19, bajando 6 peldaños en el ranking. Desciende significativamente tanto en el G8, como en Latinoamérica, siendo la “Calidad Institucional” la dimensión más impactada, con aspecto como la seguridad, entorno económico, la ética/ transparencia y el uso eficiente de los recursos como los más lastrados.