La reputación de España en el mundo

Real Instituto Elcano y RepTrak Company

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

6. Principales conclusiones

Anexo: diferencias significativas

1. Introducción

El estudio *La reputación de España en el mundo* tiene por objetivo analizar la percepción que tiene de nuestro país una muestra representativa del público general de 24 países, entre ellos los pertenecientes al influyente grupo del G8 y la propia España.

Como más adelante se analizará, se ha producido un descenso general de la reputación de los países, vistos tanto desde el G8 como desde América Latina y desde los demás países en los que se realiza la encuesta, un descenso achacable a un clima pesimista causado por la crisis económica. Casi todos los países cuyo prestigio mide este estudio han sufrido un descenso en la valoración global que reciben por parte de los ciudadanos de los demás países, e incluso del propio. En ese contexto, España ha bajado desde los 75 puntos en la escala 0–100 a los 73 (o, lo que es lo mismo, de 7,5 a 7,3 en la escala 0–10) lo que supone un pequeño cambio. España desciende un puesto en el ranking, pasando del puesto número 13 al 14 de los países con mejor reputación según los entrevistados en el antiguo G8. Este es el resultado del indicador Pulse que mide la estima, la confianza, la admiración y la buena impresión general. El cambio de posición (de la 13ª a la 14ª) se debe a que Bélgica, con una puntuación muy semejante a la española, 73 puntos, ha pasado a superarla en décimas (73,7 frente a 73,1) en 2021.

La percepción que los españoles tenemos de nuestro país se ha visto más lastrada que la observada en el exterior. De hecho, vuelve a la situación previa a 2020, en la que se sitúa por debajo de la reputación que tiene el país entre ciudadanos del G8, evidenciando el efecto negativo que la crisis –primero sanitaria y ahora social y económica– está teniendo en la autoestima de los españoles.

2. El modelo *Country RepTrak®*

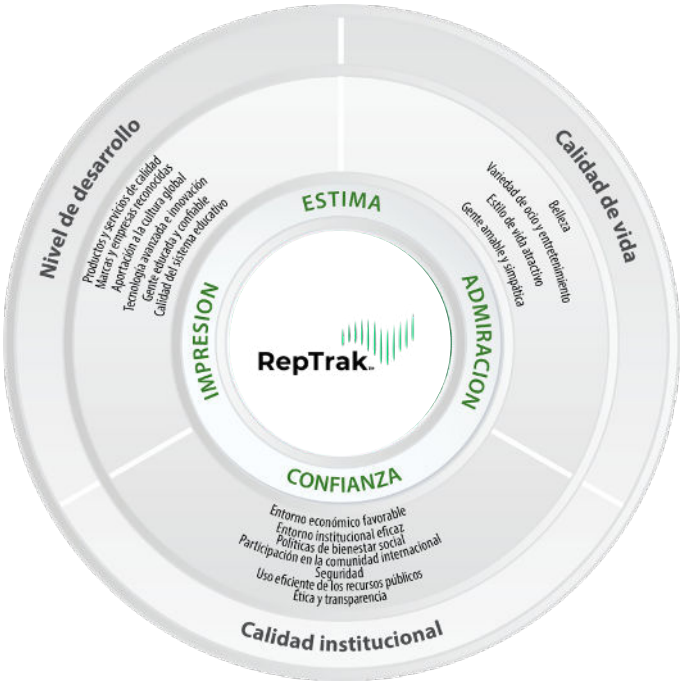
La reputación de un país –como la de una institución, empresa o persona– se basa en el conjunto de percepciones que se tiene de ella. Para "capturar" este conjunto de percepciones se ha desarrollado un indicador denominado *Pulse*, que mide el atractivo emocional que despierta el país. El indicador *Pulse* es un constructo matemático basado en la admiración, el respecto, 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 y gestionarla estratégicamente. Es necesario, pues, un segundo nivel de análisis que explicite las causas de este atractivo emocional. Para ello, el modelo identifica diferentes atributos reputacionales agrupados en dimensiones. Cada uno de estos atributos o variables se corresponden con otros tantos ámbitos de la realidad de un país.

Al igual que con el *Pulse*, la investigación empírica permite conocer las valoraciones que los encuestados tienen de estos atributos. Con posterioridad, un análisis estadístico (*driver analysis*, una técnica que compagina un análisis factorial con uno de regresión) determina el peso específico de cada uno de estos atributos en la reputación global del país. Estos son los atributos y las frases que se ofrecen a los entrevistados para que indiquen, en una escala de 0 a 100, hasta qué punto creen que esa frase describe al país en cuestión:

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”

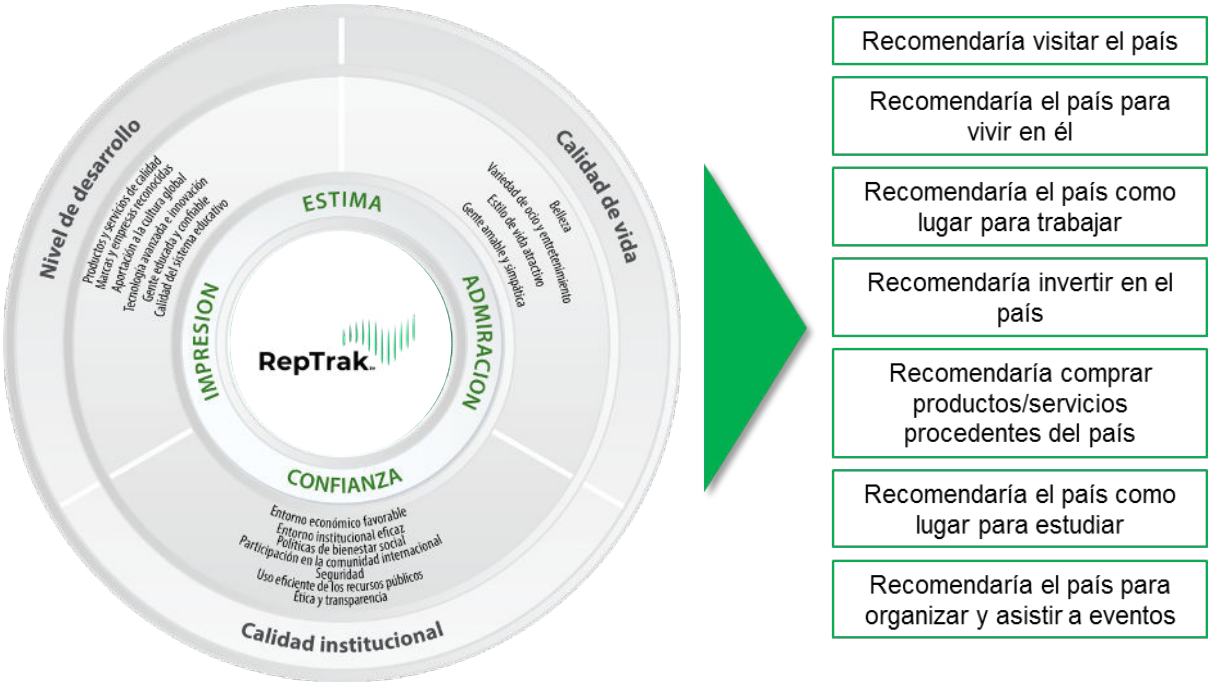


Estos 17 atributos reputacionales se agupan en las siguientes tres dimensiones:

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

Además de cuantificar el atractivo emocional que despierta y de explicitarlo racionalmente, el modelo correlaciona la reputación de un país con un conjunto predefinido de comportamientos favorables, como son recomendar visitarlo, 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.

Mediante un cálculo de regresiones logísticas se detecta la influencia de las diferentes variables reputacionales en cada uno de estos comportamientos.



Para la realización de este estudio se ha preguntado a una muestra de público general de 24 países sobre sus percepciones tanto de su propio país como de otros (hasta un máximo de dos países por encuestado).

No obstante, con el fin de que los datos resulten homogéneos y comparables, el ranking que se presenta aquí recoge únicamente las valoraciones del público general del G8 (Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Rusia, el 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, Irlanda, Italia, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, el Reino Unido, República Checa Rusia, Rumanía, Suecia, Suiza, Ucrania.
Asia–Pacífico: Arabia Saudí, Australia, Corea del Sur, China, Emiratos Árabes Unidos, Filipinas, India, Indonesia, Irán, Israel, Japón, Kazakstán, Kuwait, Malasia, Nueva Zelanda, Paquistán, Qatar, Singapur, Taiwán, Tailandia, Turquía.
África: Argelia, Egipto, Nigeria, Sudáfrica.

Como ya se ha comentado, además del G8 (Rusia, EEUU, Canadá, Francia, Italia, Japón, Reino Unido, Alemania) el trabajo de campo del estudio *Country RepTrak® 2021* también se llevó a cabo en estos otros países (países que evaluaron a España):

Europa: España, Países Bajos, Bélgica, Polonia y Portugal.
África: Marruecos.
América: Brasil, México, Argentina, Chile, Perú y Colombia.
Asia–Pacífico: China, Australia, India y Corea del Sur

Ficha técnica

- Target: población general.
- Muestra total: 24.000 entrevistas. La distribución de la muestra se ha realizado en cada país por cuotas de sexo y edad.
- Metodología CAWI (entrevistas *online*) en todos los países.
- La recogida de información se llevó a cabo entre enero y marzo de 2021.
- 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.

¿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 *Country RepTrak®* permite identificar su grado de relevancia.

De acuerdo con los datos del estudio 2021, los pesos de cada una de las variables valoradas son los siguientes:

CALIDAD DE VIDA
36,7%

ATRIBUTO	PESO
Gente amable y simpática	**7,6%**
Entorno natural	**7,0%**
Estilo de vida	**6,7%**
Ocio y entretenimiento	**6,7%**

CALIDAD INSTITUCIONAL
36,8%

ATRIBUTO	PESO
Seguridad	**7,0%**
Ética y transparencia	6,6%
Respeto internacional	6,3%
Bienestar social	6,0%
Entorno institucional/político	5,9%
Uso eficiente de los recursos	5,5%
Entorno económico	5,3%

NIVEL DE DESARROLLO
26,5%

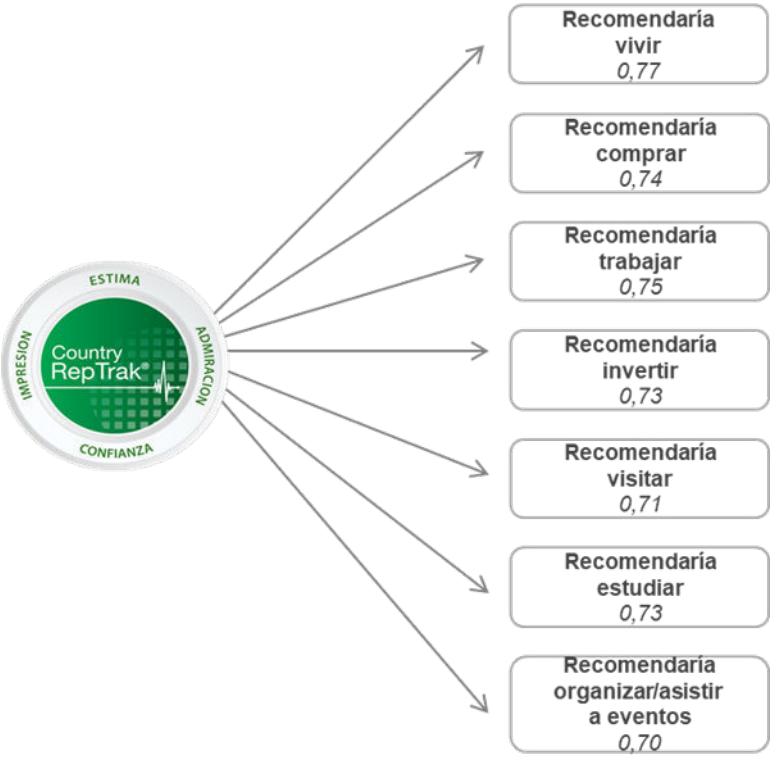
ATRIBUTO	PESO
Gente educada y confiable	5,4%
Calidad de productos y servicios	5,4%
Cultura	5,1%
Sistema educativo	4,7%
Marcas y empresa reconocidas	4,7%
Tecnología e innovación	4,1%

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: R2 ajustado = 0,745, n=79.800

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 0,70 y un 0,77 en el G8. Este dato confirma la íntima **dependencia** que existe entre la reputación de un país y las actitudes hacia el mismo.

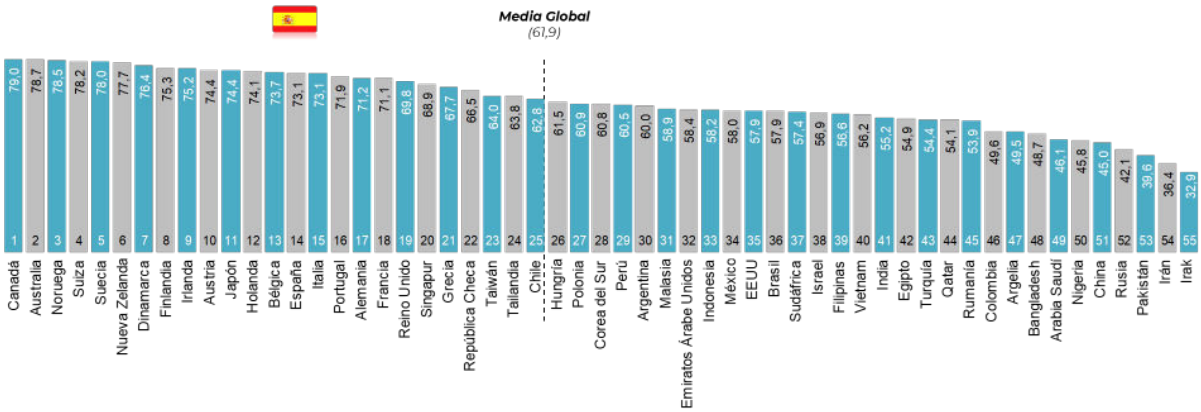


3. La reputación de España en el mundo

a. La reputación de España en el G8

En 2021, España desciende un puesto en el ranking general (55 países) alcanzando la 14ª posición debido a que su ligero descenso en la valoración Pulse (–2,8 en la escala 0–100) es algo mayor que el descenso experimentado por Bélgica (–2,1). En cualquier caso, la valoración de España sigue significativamente por encima de la media de los países medidos y de países europeos tan relevantes como Italia, Alemania, Francia o el Reino Unido.

Reputación país según el G8 – Situación 2021



Canadá es el país con mejor reputación mundial en 2021, a pesar de que desciende ligeramente y no alcanza un nivel excelente (por encima de 80 puntos en la escala 0–100) –como sí lograban en 2020 tanto Canadá como el resto de los siete primeros países del ranking en 2020. Canadá obtiene 79,0 puntos *Pulse*. Tras el país norteamericano se sitúan Australia (78,7) y Noruega (78,5), que superan a Suiza (4º puesto), la cual en 2020 lideraba la clasificación. El resto del *top ten* de este año lo integran Suecia (78,0), Nueva Zelanda (77,7), Dinamarca (76,4), Finlandia (75,3), Irlanda (75,2) y Austria (74,4).

Los países europeos son mayoría en este *top* 10, siendo los escandinavos los que muestran un mayor dominio –los cuatro nórdicos (Suecia, Noruega, Finlandia y Dinamarca) se sitúan entre los ocho primeros del ranking.

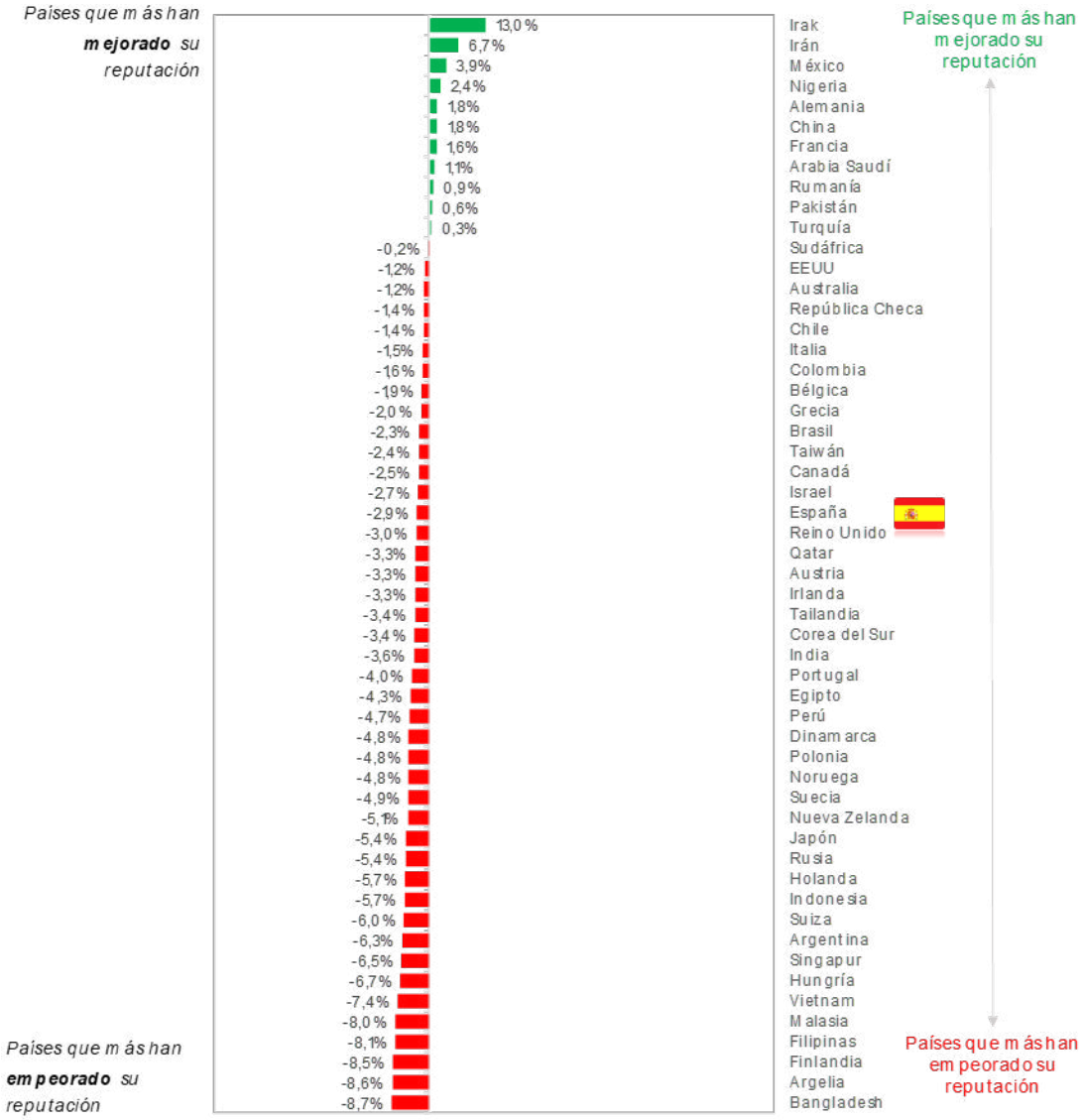
Al igual que en años anteriores, algunas de las más importantes potencias económicas del mundo obtienen o bien una valoración moderada, como EEUU (57,9 puntos *Pulse* y 35º puesto en el ranking) o bien claramente baja, como China (45,0 y 51º).

Respecto a la evolución, la tendencia general del 2021 ha sido de descenso general, como ya se ha mencionado. Sólo hay un país de los 55 con una subida superior al 10%: Irak (+13%). Por detrás, con subidas menos marcadas se sitúan Irán (+6,7%), México (3,9%) o Nigeria (2,4%), mientras que el resto de países que muestra evoluciones

positivas (Alemania, China, Francia, Arabia Saudí, Rumanía, Pakistán y Turquía), logran mejoras muy pequeñas, inferiores al 2%.

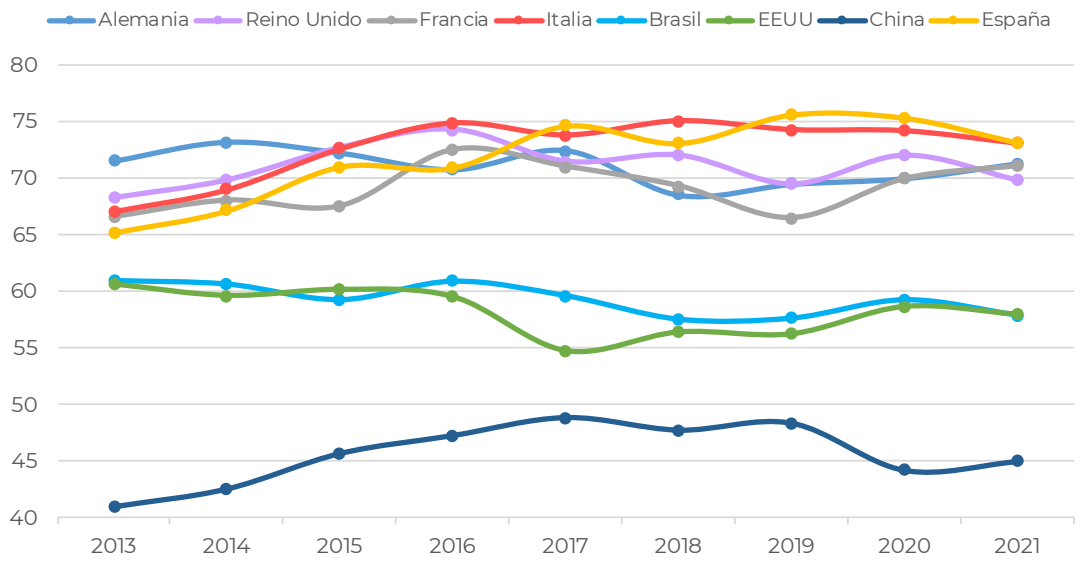
El resto de los países analizados presenta evoluciones negativas, destacando Bangladesh, Argelia, Finlandia, Filipinas y Malasia, con retrocesos iguales o superiores al 8%.

Evolución de la reputación país en el último año



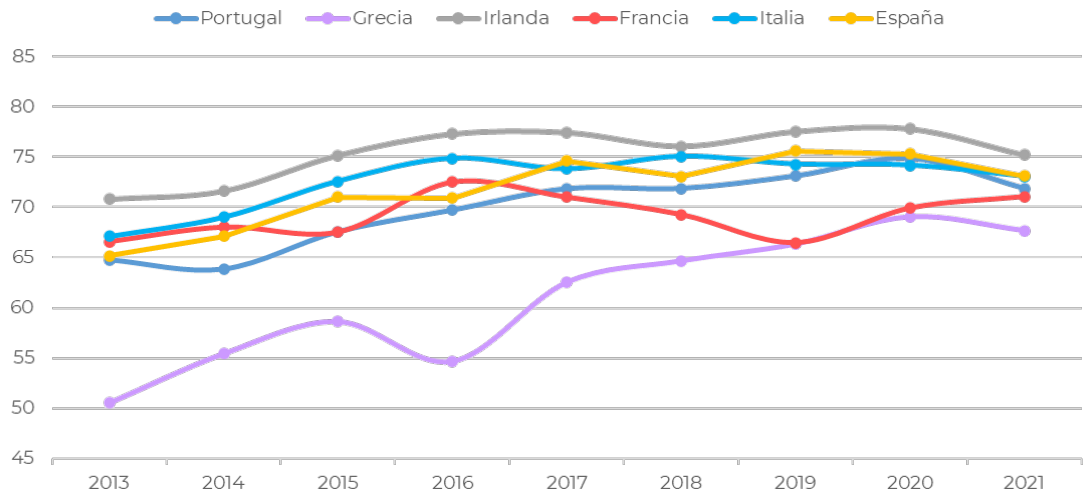
A la hora de analizar la evolución de la reputación de las principales potencias económicas mundiales, se aprecia una evolución dispar frente a 2020: mientras China y Francia muestran mejoras en su reputación, el resto de los países acusa descensos.

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



Por su parte, la positiva evolución de la percepción internacional de los países afectados por la anterior crisis económica (Portugal, Italia, Irlanda, Grecia y España) se ve truncada en 2021, con correcciones en todos estos países.

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



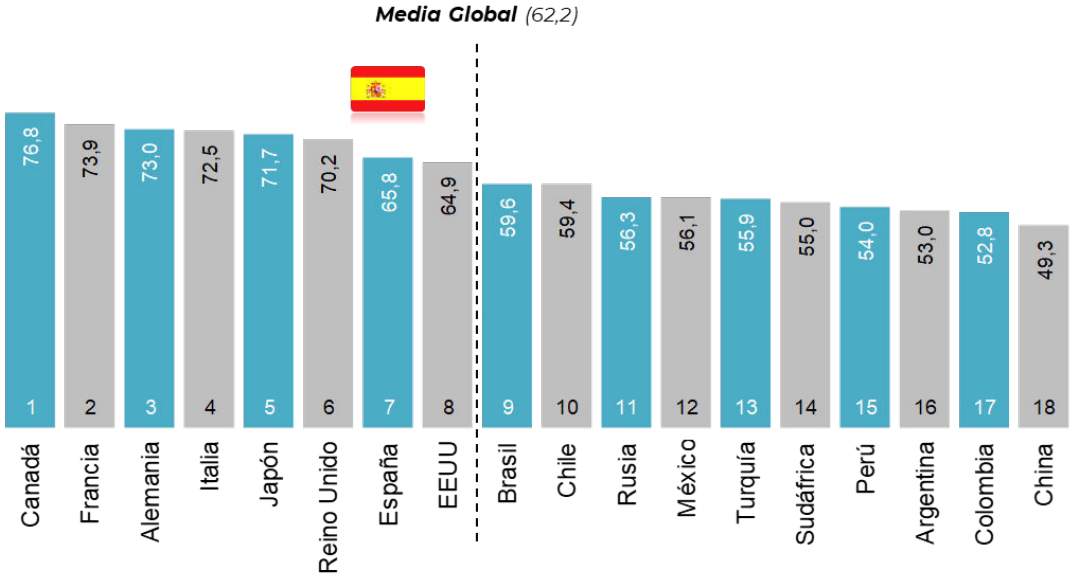
Francia muestra una evolución opuesta, manteniendo la tendencia alcista que arrancó en 2020, situándose a escasa distancia de Italia y España.

b. La reputación de España en América Latina

En este apartado analizaremos la percepción que, de un conjunto de 34 países entre ellos España, tiene el público general encuestado en América Latina (México, Brasil, Perú, Argentina, Chile y Colombia).

Los resultados básicos se resumen en el siguiente ranking:

Reputación país según América Latina – Situación 2021



Como en el caso del G8, también en América Latina se reduce la reputación de la mayoría de los países, incluida España, pero nuestro país mejora ligeramente su posición en el ranking (pasa del puesto 8º al 7º), ya que Portugal, que estaba dos décimas por encima de España, ha sido excluida de la lista de países que se evalúan desde América Latina.

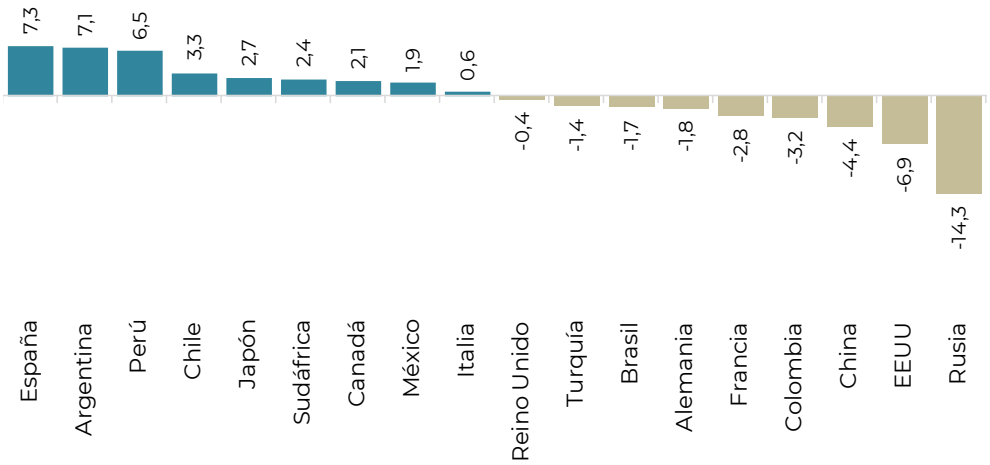
Si bien la posición de nuestro país en esta clasificación no es comparable con la obtenida en el G8, pues el número de países analizados difiere, si podemos observar algunas diferencias importantes en la posición de algunos países con relación a España. Por ejemplo, EEUU está mucho más próximo a España que en el ranking del G8, mientras que Francia, Italia, Alemania y el Reino Unido están mejor valorados.

Canadá continúa encabezando el ranking latinoamericano, aunque también muestra un descenso en su reputación (de 82,2 puntos *Pulse* a 76,8), seguido de Francia (73,9), Alemania (73,0) e Italia (72,5). Todos ellos ven descender su reputación frente a 2020. Por su parte, China (49,3), Colombia (52,8) y Argentina (53,0) cierran el ranking. De ellos, sólo Colombia ve mejorar su reputación desde el año pasado.

La comparación de ambos rankings, el G8 y el latinoamericano, arroja interesantes matices. Por ejemplo, países que en el *set* latinoamericano tienen una reputación débil, como Argentina (53,0) y Perú (54,0), alcanzan un nivel intermedio entre ciudadanos del G8 (60,0 y 60,5 respectivamente). En el extremo opuesto, naciones como Rusia, EEUU

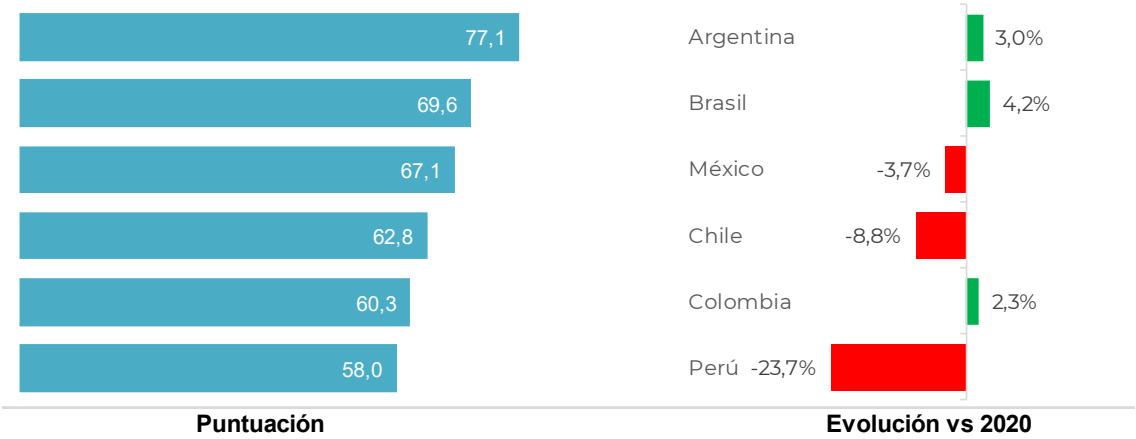
o China consiguen mejorar sensiblemente su indicador *Pulse* en el ranking latinoamericano en relación con el obtenido en el G8: 14,3; 6,9 y 4,4 puntos *Pulse* de diferencia, respectivamente.

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 muestra la importante diferencia entre la valoración del país que mejor nos valora (Argentina, con 77,1 puntos) y el que menos (Perú, 58,0 puntos): casi 20 puntos de diferencia.

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



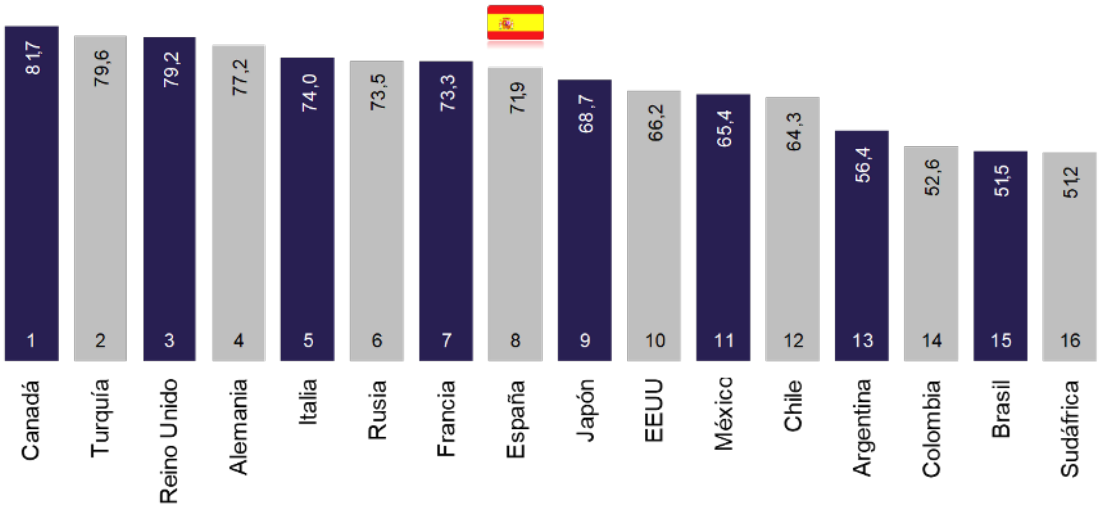
c. La reputación interna de España

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

De acuerdo con el ranking de autopercepción de nuestro estudio, de los seis países europeos incluidos en esta clasificación, España es último en términos de valoración interna.

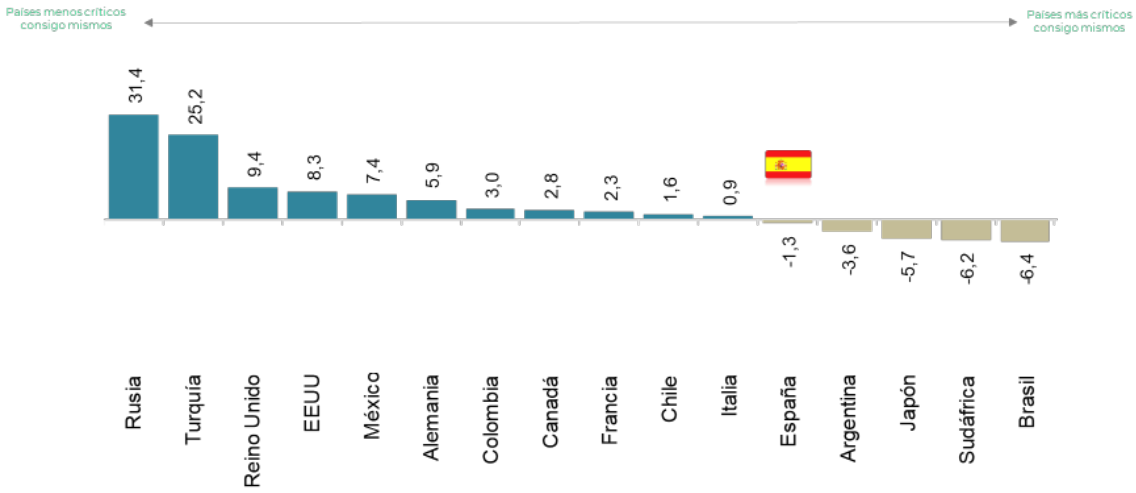
Canadá (81,7 puntos *Pulse*) y Turquía (79,6) son los países que mejor se autoevalúan, por encima incluso de las puntuaciones que les otorgaron los ciudadanos del G8.

Reputación interna



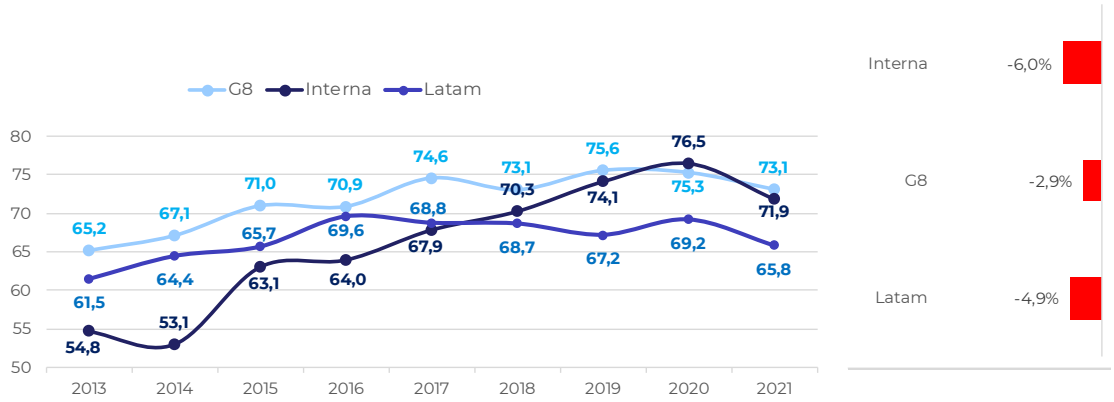
La comparación de ambas reputaciones muestra que, por lo general, la autopercepción tiende a valores más altos que la percepción externa, aunque con excepciones. El gráfico siguiente permite mostrar las excepciones a esta regla, entre las que se encuentra España. El resto de los países que se ven peor de cómo los ven más allá de sus fronteras son Argentina, Japón, Sudáfrica y Brasil.

Diferencia de reputación entre la valoración interna y externa



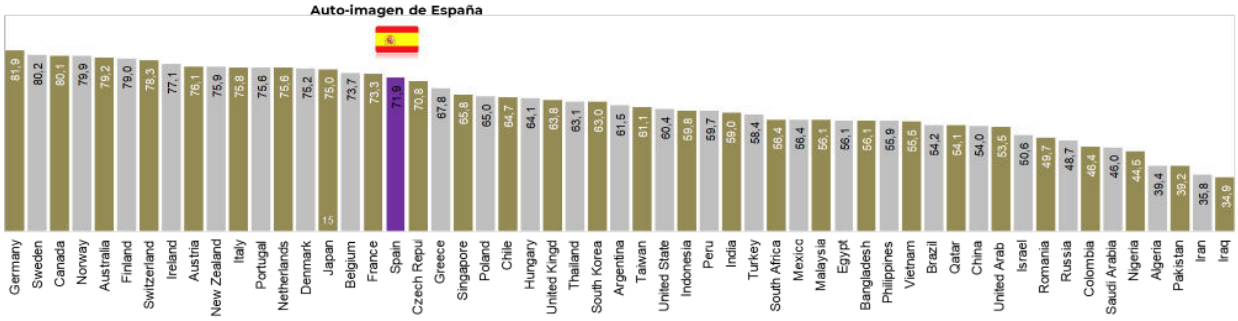
Este año España regresa a la tónica anterior a 2020, en la que la reputación interna es inferior a la obtenida externamente entre países del G8, debido a una mayor caída en la percepción entre los propios españoles que la registrada en esos países.

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

Reputación país según España



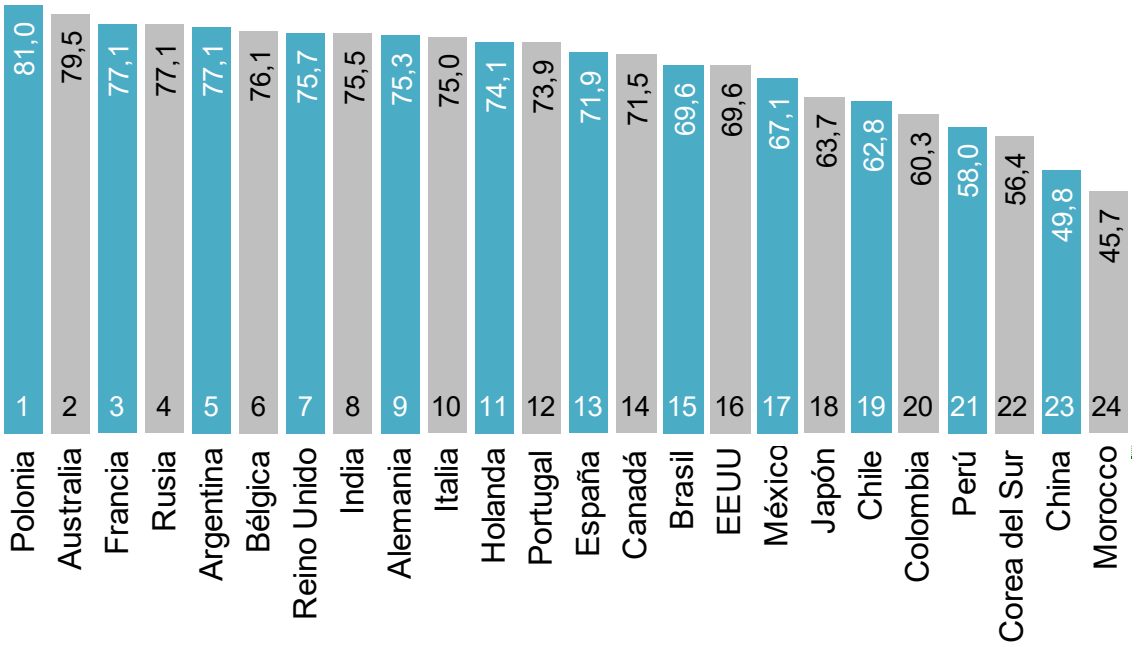
Alemania (81,9), Suecia (80,2) y Canadá (80,1) con un nivel de reputación “Excelente”, lideran el ranking entre los encuestados españoles, al revés que Irak (34,9), Irán (35,8), Pakistán (39,2) y Argelia (39,4), que son los peor valorados. La valoración que los españoles se otorgan coloca a España en el puesto 19 de la escala de prestigio, frente al puesto 14 que se obtiene para España en la clasificación basada en las percepciones de los entrevistados en el G8.

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. Polonia es el país que mejor valora a España, con una puntuación de 81,0 puntos, seguida de Australia, Francia, Rusia y Argentina, todos con una valoración superior a 77 puntos.

Por el contrario, es en Marruecos, China, Corea del Sur y Perú donde España tiene un reconocimiento más bajo dentro del conjunto de países analizados, con valoraciones inferiores a 60 puntos.

Reputación de España en los diferentes países



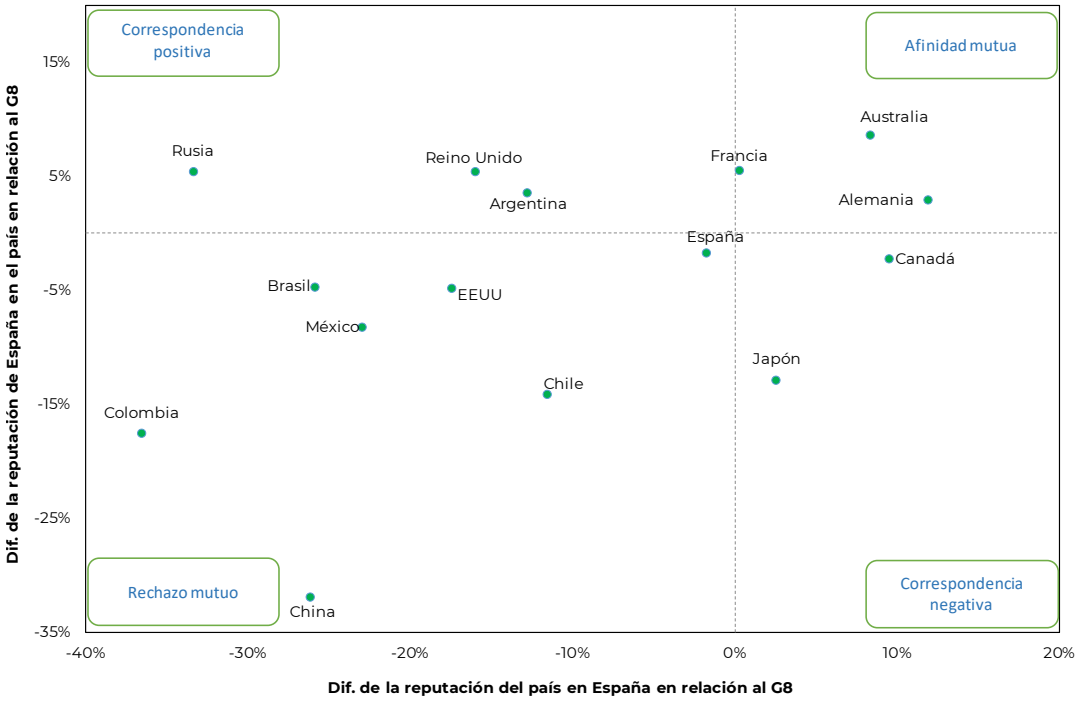
Al comparar la reputación de España desde la perspectiva individual de los países anteriormente mencionados frente a la puntuación media de los países del G8, se observa que países como Francia, Rusia, el Reino Unido, Alemania y otros países europeos perciben más positivamente a España que la media de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

Por el contrario, países como Marruecos, China, Corea del Sur, Perú o Colombia 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. Marruecos no es valorado desde España, puesto que no

pertenece al grupo de las 55 principales economías del mundo, y por esta razón no aparece en el gráfico.

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 Australia, Alemania y Francia.

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, el Reino Unido y Argentina.

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, que es el caso de Canadá y Japón.

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 aparecen Brasil, EEUU, China, Colombia, México y Chile.

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 analiza la valoración de un conjunto de atributos que permiten identificar los puntos fuertes y débiles de un determinado país.

Según la valoración de España por parte del G8, es evidente que la calidad de vida es lo mejor valorado ya que, en los cuatro atributos de dicha dimensión, España recibe las puntuaciones y posiciones más altas:

- Entorno natural (13er lugar con 80,3 puntos)
- Ocio y entretenimiento (6º lugar con 79,6 puntos)
- Gente amable y simpática (6º lugar con 77,3 puntos)
- Estilo de vida (10º lugar con 76,9 puntos)

Los cuatro atributos pertenecen a la misma dimensión, Calidad de Vida, y tienen una importante influencia en la reputación total. En conjunto, para el total de países evaluados, el 36,7% de su reputación se explica por los atributos de esta dimensión. De hecho, la amabilidad y simpatía de la gente es el atributo con mayor peso (7,6%) en la construcción de reputación de los países según las valoraciones realizadas por el G8.

A esos atributos, se le suma otra fortaleza de España, su Seguridad, atributo con el segundo mayor peso en el modelo (7,0%) y en la que obtiene una puntuación de 72,2 puntos, situándose en decimosexto lugar entre los países considerados más seguros.

Sin embargo, España recibe puntuaciones más débiles en los atributos que forman la Calidad Institucional de un país:

- Ética y transparencia (17º lugar con 66,2 puntos)
- Tecnología/innovación (21er lugar con 66,5 puntos)
- Entorno institucional/político (17º lugar con 67,3 puntos)
- Uso eficiente de los recursos (17º lugar con 67,2 puntos)

Los atributos relacionados con el entorno institucional y la ética, y la transparencia tienen mayor peso en la reputación de un país que el uso eficiente de los recursos o la tecnología/innovación. Este último es el menos relevante 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 antes comentadas.

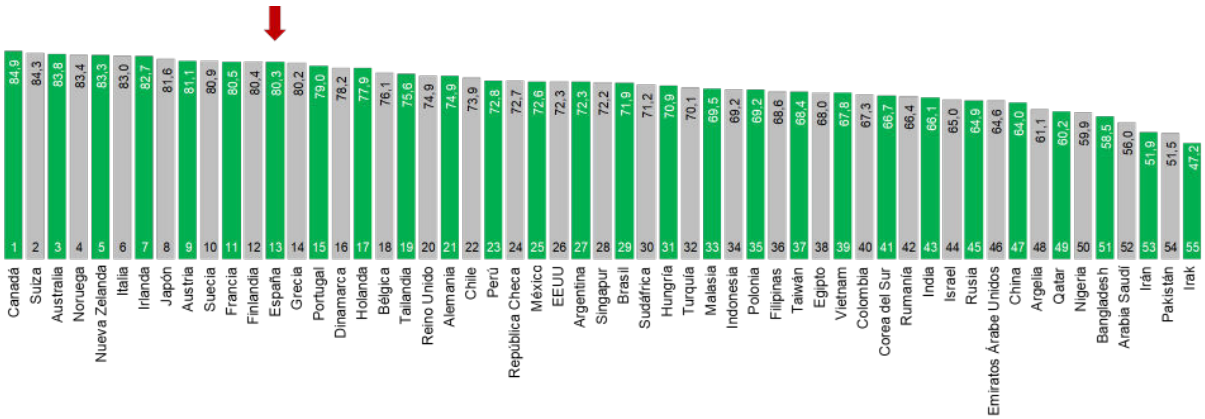
A continuación, se analizan cada uno de los diecisiete atributos en detalle, lo cual permite conocer la posición de España en el ranking de países según la valoración recibida en cada aspecto concreto que conforma la reputación de un país.

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 muy favorable tal como se ha mencionado anteriormente. Entre los 55 países analizados ocupa el puesto decimotercero, por detrás de Finlandia y por delante de otros países del Sur de Europa, como Grecia o Portugal.

Entorno natural



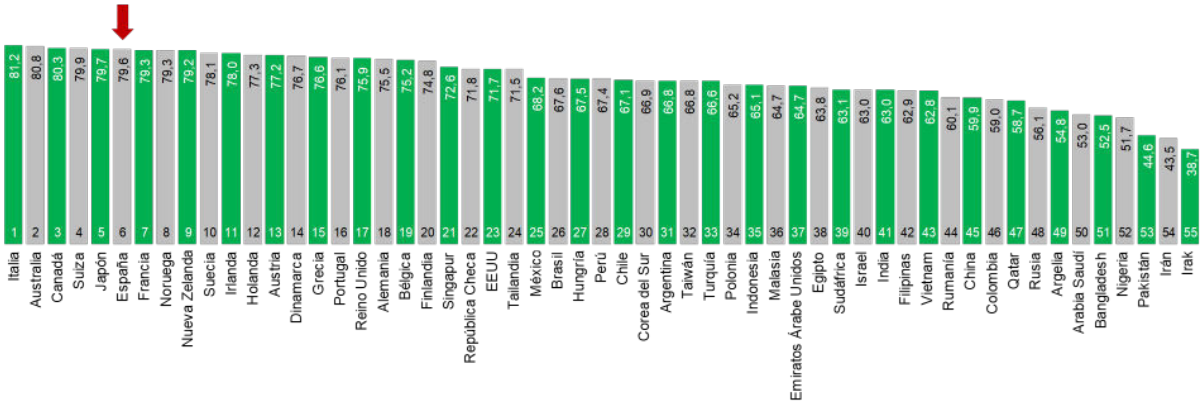
La clasificación de países más bellos y con mejor entorno natural lo lidera Canadá, seguido de Suiza y Australia, paises conocidos por sus paisajes singulares. En el extremo opuesto se encuentran los países peor valorados por su entrorno natural, entre los que están Pakistan, Irán y por último Irak. Puede intuirse aquí el efecto de "halo" o de contagio que afecta a la valoración de aspectos concretos de cada país y que, como en este caso, puede resultar en valoraciones negativas de elementos particulares de un país como consecuencia de una valoración negativa del conjunto.

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 junto con "gente amable y simpática", y "cultura"), a sólo 1,6 puntos del país mejor valorado.

Ocio y entretenimiento



El país con el mejor reconocimiento entre los ciudadanos del G8 por su oferta de entretenimiento es Italia (81,2) seguido de Australia y Canadá.

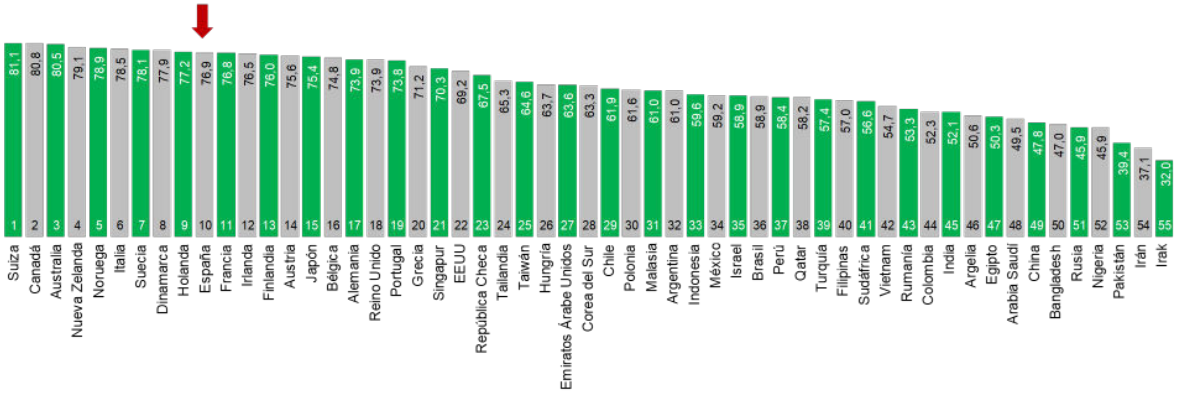
De nuevo son los países de Oriente Medio y Pakistán los que ocupan los últimos lugares en este atributo.

Estilo de vida

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

En este atributo España obtiene una valoración fuerte (76,9 puntos) y ocupa la décima posición, inmediatamente por detrás de los Países Bajos y por delante de países como Francia, Irlanda y Finlandia.

Estilo de vida



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

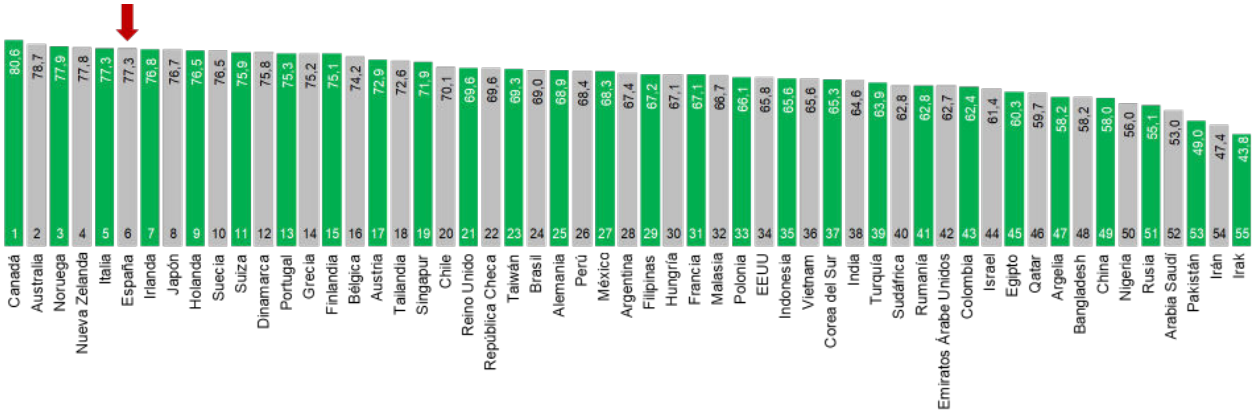
Por el contrario, de nuevo países como Pakistán, Irán e Irak son los países peor valorados en cuanto a estilo de vida se refiere, desde la perspectiva de los países del G8.

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.

La amabilidad y simpatía de los españoles es evaluada muy favorablemente y sitúa a España en el sexto lugar en este atributo, que se convierte así, en uno de los mejor valorados.

Gente amable y simpática



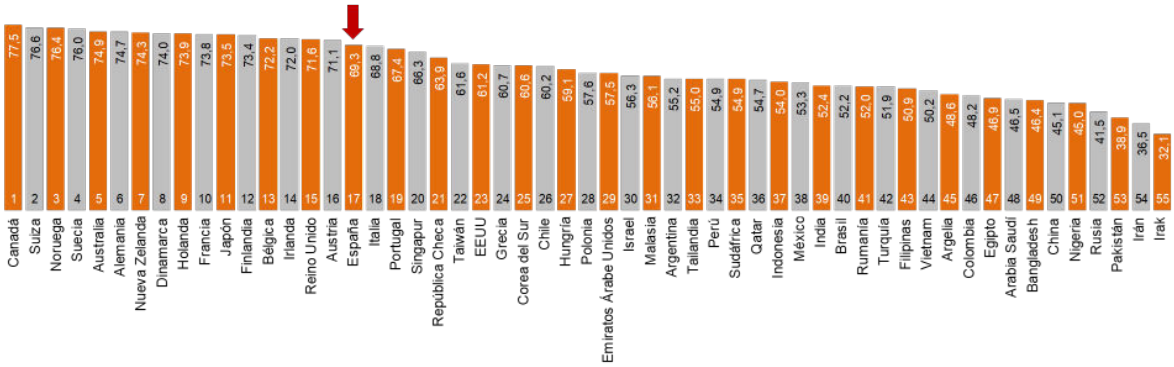
La lista la lideran Canadá, Australia, Noruega, Nueva Zelanda e Italia. De nuevo los países de Oriente Próximo y Pakistán cierran el ranking.

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

Entrando ya en los atributos relacionados con la Calidad Institucional, las valoraciones de España son algo menores, así como sus posiciones en el ranking.

En cuanto al compromiso internacional con la comunidad global, España se mantiene en la posición 17, por detrás de Austria y por delante de Italia.

Respeto internacional



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

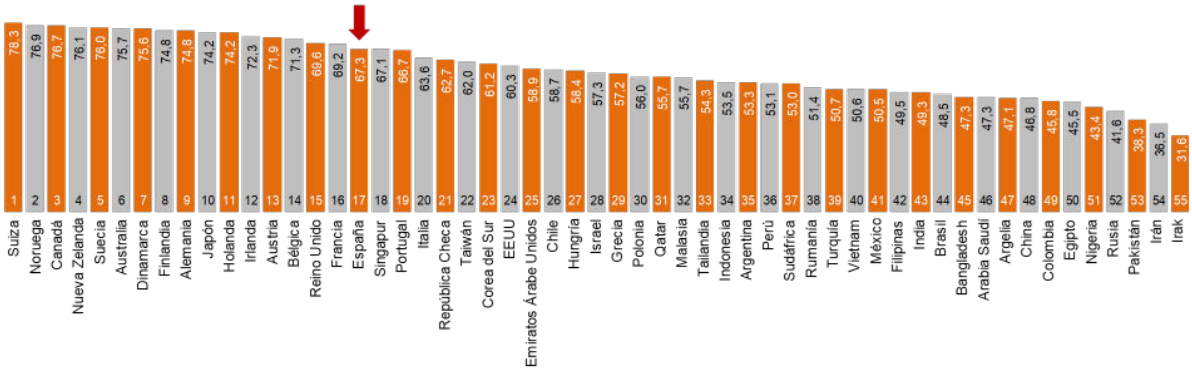
Por el contrario, aquellos países considerados como los menos responsables y respetados internacionalmente son Rusia, Pakistán, Irán e Irak.

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 pasa del puesto 19 al 17, con puntuaciones muy similares a las obtenidas por el Reino Unido y Francia.

Entorno político/institucional



Suiza encabeza la clasificación en este atributo, seguido Noruega, Canadá y Nueva Zelanda. Todos los países nórdicos se encuentran entre los 10 primeros.

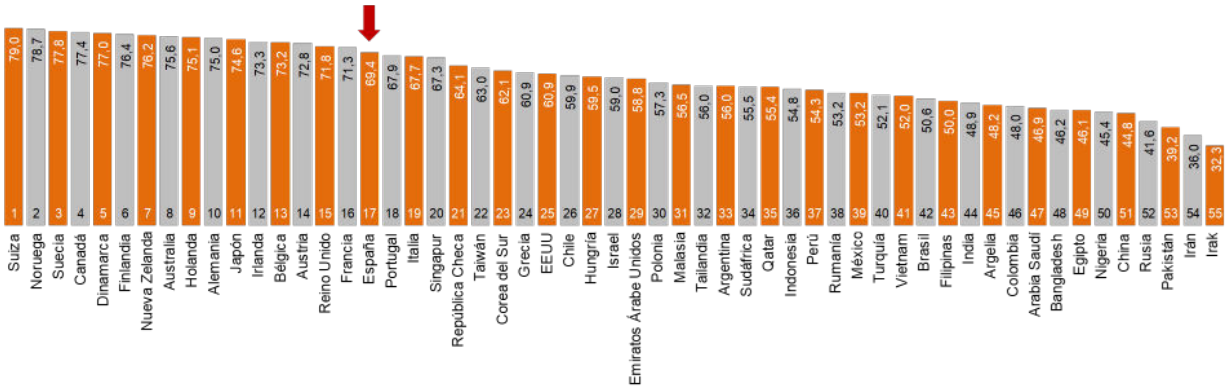
Siguiendo el patrón presentado en atributos analizados anteriormente, Pakistán, Irán e Irak ocupan los últimos puestos del ranking con puntuaciones muy pobres, por debajo del 50 sobre 100. En total, 14 países, situados entre las 55 primeras economías del mundo, suspenden en este apartado, con porcentajes por debajo del 50.

Bienestar social

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

En lo relativo al bienestar social, España mejora también su posición, pasando del 19º al 17º puesto con una valoración moderada (69,4), por delante de Portugal, Italia, Grecia o Hungría, pero por debajo de muchos otros países de la UE.

Bienestar social



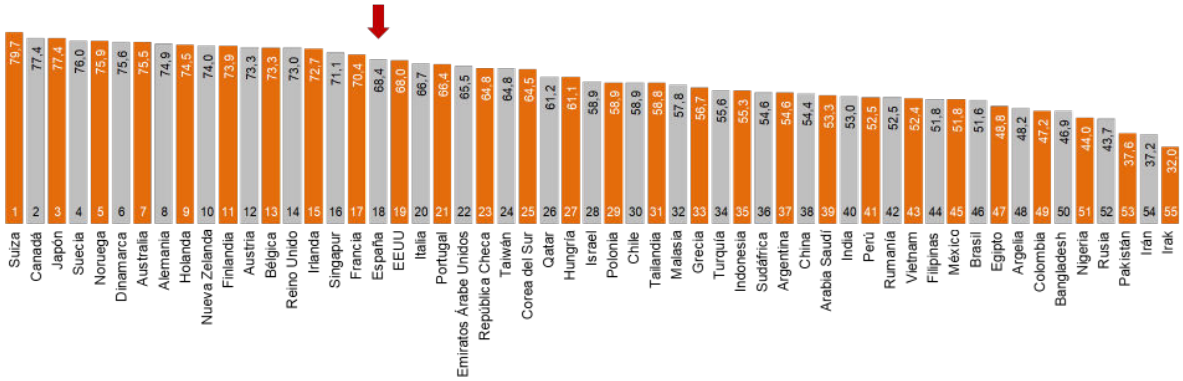
De nuevo se pone de manifiesto la admiración general hacia el bienestar social en los países nórdicos, ya que Noruega, Suecia, Dinamarca y Finlandia se encuentran entre los seis primeros. El ranking lo cierran de nuevo Pakistán, Irán e Irak.

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 muestra cuán favorable es este entorno para los negocios. Como ya se ha comentado con anterioridad, España presenta aquí una valoración tibia (68,4), pero en el ranking de países pasa a ocupar la posición 18ª (estaba en la 21ª en el 2020), situándose por detrás de la mayoría de los países nórdicos y centroeuropeos, y por delante de, entre otros, EEUU, Italia y Portugal.

Entorno económico



Lideran el ranking aquellos países con economías especialmente prósperas y desarrolladas como Suiza, Canadá y Japón, seguidos de los nórdicos.

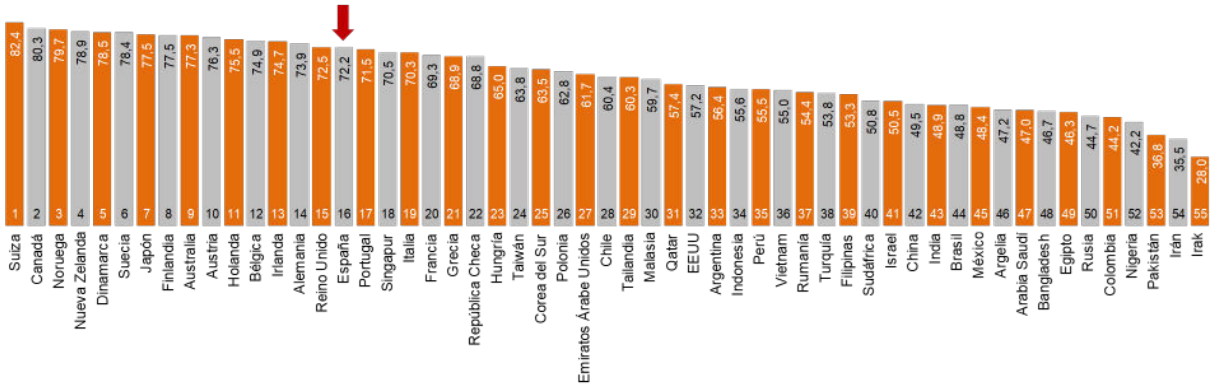
Importantes potencias económicas como China, India y Rusia se encuentran en la segunda mitad de la tabla (puestos 38º, 40º y 52º).

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 por su peso en la reputación de los países, España goza de una buena valoración (72,2) y se sitúa en decimosexto lugar, justo por delante de Portugal y Singapur, y dos posiciones por delante de la que ocupaba en 2020.

Seguridad

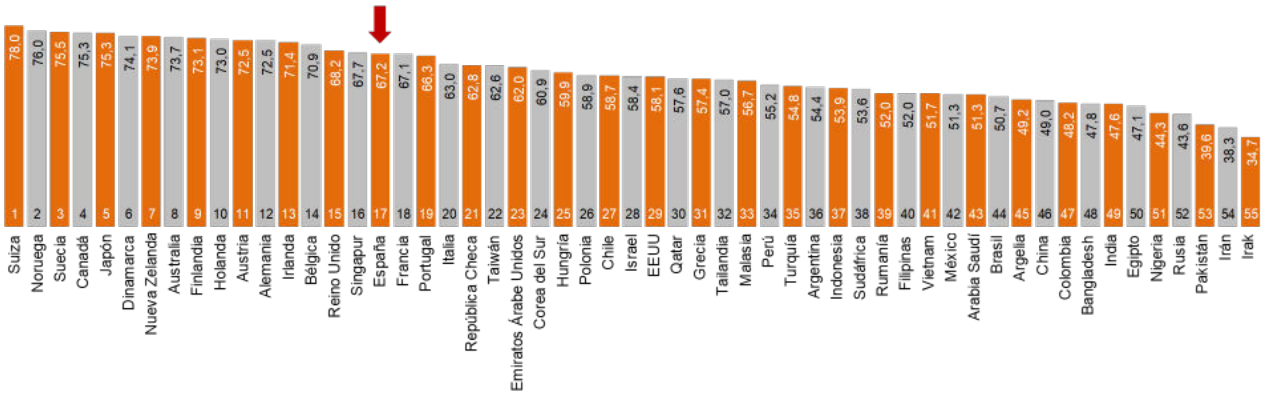


Aquellos países más apreciados por sus niveles de seguridad son Suiza, Canadá y Noruega. Mientras que Nigeria, Pakistán, Irán e Irak inspiran los niveles más bajos de confianza en su seguridad, entre los 55 países analizados.

Uso eficiente de los recursos públicos
"Funciona eficientemente: no impone impuestos innecesarios ni malgasta los recursos"

La posición de España en esta variable es similar a la obtenida en los demás atributos del grupo que hacen referencia a la Calidad Institucional. Ocupando el 17º puesto, España se sitúa inmediatamente por detrás de Singapur, el Reino Unido y Bélgica, y por delante de Francia y Portugal. En 2020 se encontraba en el puesto 18º.

Uso eficiente de los recursos públicos

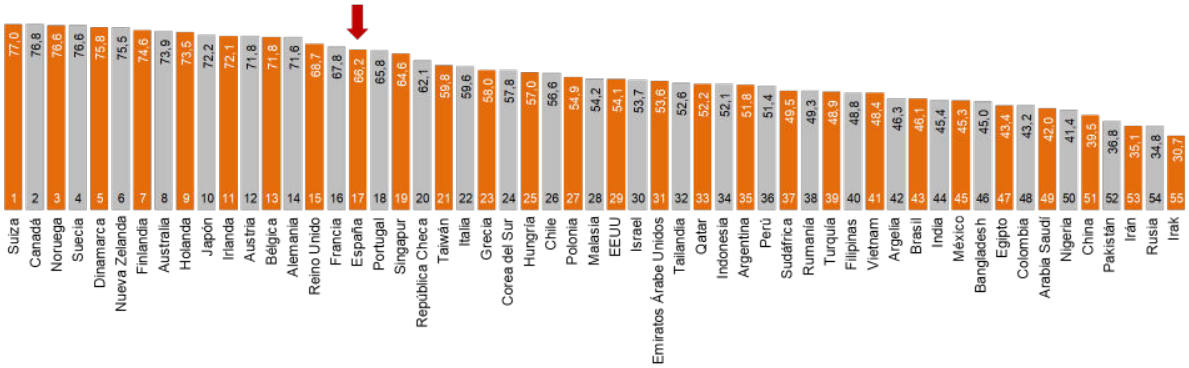


Suiza es percibida como el país que mejor uso hace de sus recursos públicos, junto con Noruega, Suecia y Canadá.

Ética y transparencia
"País ético con alto nivel de transparencia y bajo nivel de corrupción"

También en lo que respecta a este atributo España se encuentra en el 17º lugar en el ranking de percepciones, dos puestos por encima del 2020. España se encuentra justo por detrás de Francia y el Reino Unido, y por delante los demás países del Sur de Europa (Italia, Grecia y Portugal).

Ética y transparencia



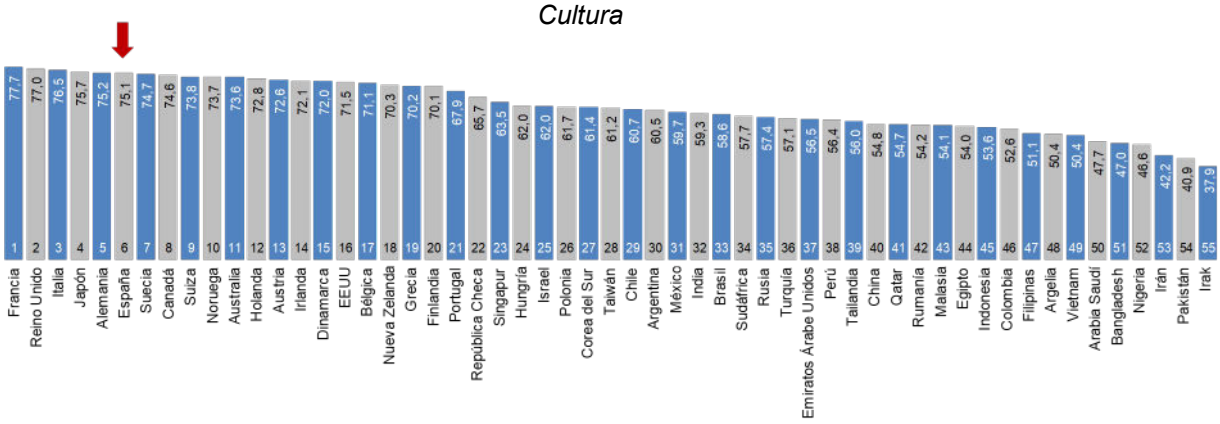
Los países nórdicos son los mejor percibidos en este atributo, junto con Suiza y Canadá. Una buena parte de los países evaluados (18 de los 55) “suspenden” en esta materia, es decir, menos del 50% de los entrevistados en el G8 consideran que son países “éticos”. Irán, Rusia e Irak ocupan los tres últimos puestos, con puntuaciones muy bajas.

Cultura

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

En cuanto a su aportación a la cultura global, España, con una valoración de 75,1 puntos, se encuentra en la sexta posición, tres puestos por encima de lo obtenido en 2020. El ranking es liderado por los países europeos Francia, el Reino Unido e Italia, seguidos de Japón y Alemania.

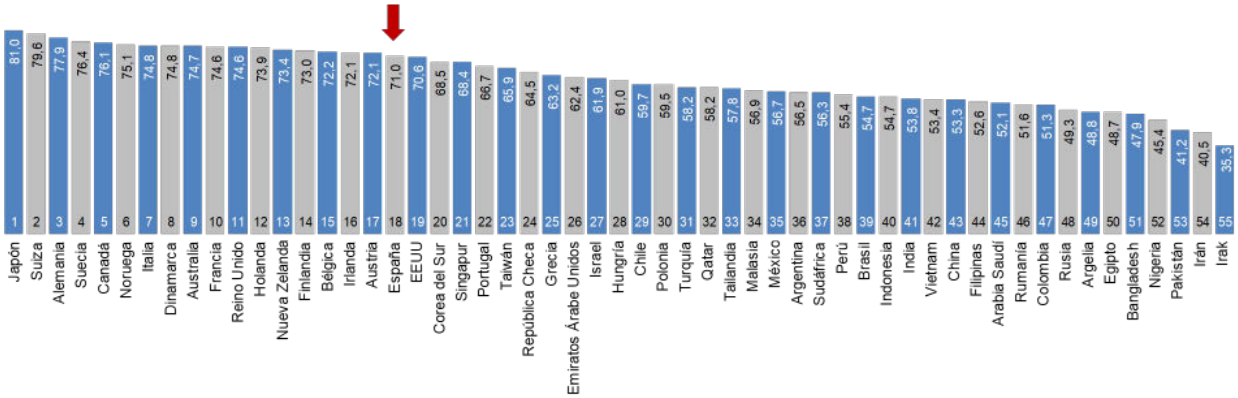
Cultura



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 (71 puntos) y la posición que ocupa en este caso es la 18ª, dos posiciones por encima de la ocupada en 2020. A pesar de eso, la mayoría de los países occidentales de la UE, entre los que se encuentran las primeras 55 economías del mundo, están por delante de España en este atributo. Este dato muestra de nuevo la relativa debilidad de España, en el contexto europeo, en uno de los elementos más importantes del poder económico, el atractivo de sus productos.

Calidad de productos y servicios

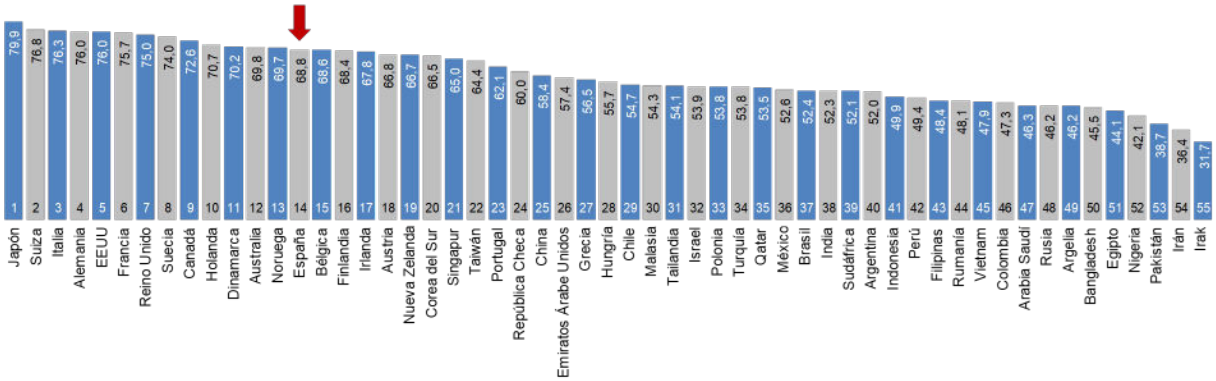


Japón, Suiza y Alemania encabezan el ranking en cuanto a calidad de productos y servicios se refiere. Por su parte, China pese a su importancia en el comercio internacional de productos y servicios no obtiene un reconocimiento a la calidad y se sitúa en la mitad baja de la clasificación (posición 43).

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

España mejora en la posición relativa del ranking frente al año anterior, pasando del 16º al 14º puesto en el ranking, justo por detrás de Noruega y por delante de Bélgica.

Marcas y empresas reconocidas



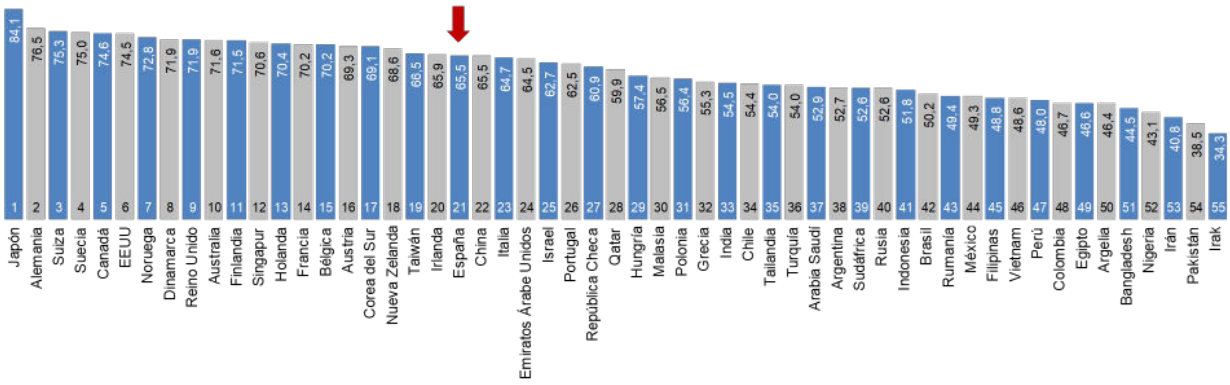
La industria japonesa suma un logro adicional a la reconocida calidad de sus productos y servicios, obteniendo el primer lugar y con una diferencia significativa respecto al siguiente en este atributo de marcas y empresas reconocidas, gracias a sus empresas punteras. Suiza e Italia le siguen en el ranking y EEUU empeora frente al año anterior, cayendo de la segunda a la quinta posición.

Tecnología/innovación

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

España obtiene una valoración moderada en tecnología e innovación. En términos comparativos éste es uno de sus peores resultados, pues ocupa la 21ª posición (aunque mejora su posición relativa frente al año pasado). En el contexto de países de la UE se sitúa por delante de Italia, Portugal, República Checa, Hungría, Polonia, Grecia y Rumanía, es decir, Europa del Sur y del Este, pero por debajo de la mayoría de los países de Europa Occidental.

Tecnología/Innovación



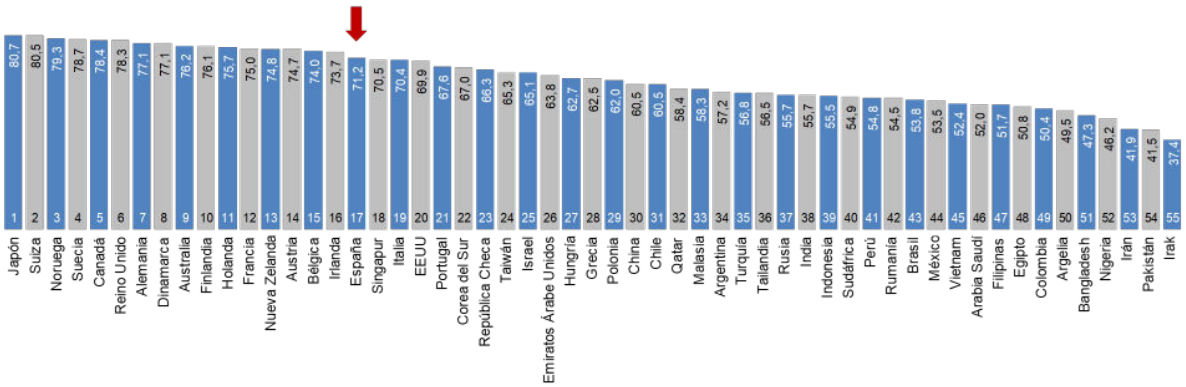
Japón añade al liderazgo logrado en calidad de productos y servicios, y al de marcas y empresas reconocidas, la primera posición en el ranking de innovación y tecnología, alcanzando una puntuación notablemente más alta que los países que aparecen en segundo y tercer lugar, Alemania y Suiza.

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 clasificaciones internacionales, el conjunto del sistema educativo no destaca tanto y España se sitúa en el 17º puesto en cuanto a la valoración de este atributo (una posición por encima de la alcanzada en 2020).

Sistema educativo



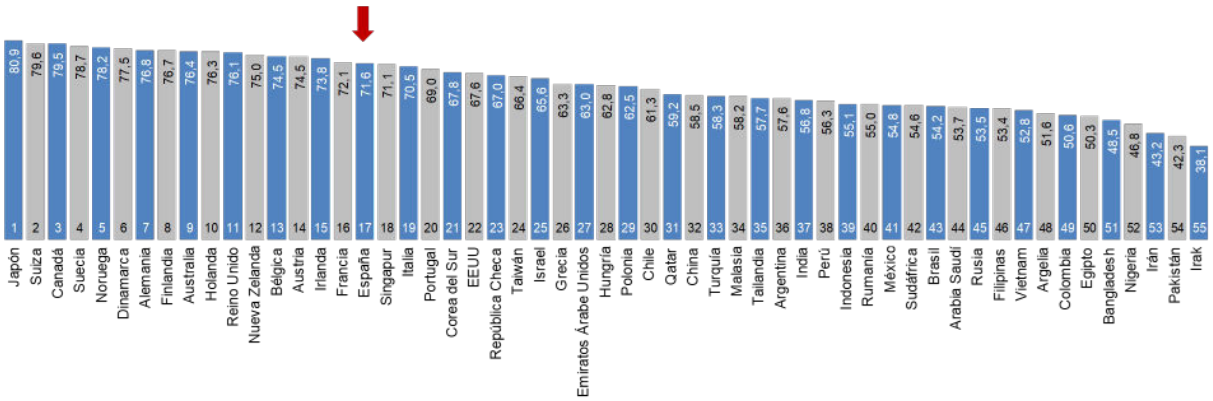
Los países mejor valorados por su sistema educativo son Japón, Suiza, Noruega y Suecia. EEUU, a pesar de contar con excelentes universidades, queda relegado al 20º lugar, probablemente por la percepción de menor calidad en su sistema educativo básico.

Gente educada y fiable

"La gente del país es educada y fiable"

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 17º lugar, mejorando la posición alcanzada el año pasado, aunque obteniendo puntuaciones inferiores a las de la mayoría de los países de la UE de Europa Occidental evaluados en esta encuesta.

Gente educada y fiable



Los países que encabezan este ranking son Japón, Suiza y Canadá, mientras que los ciudadanos de Irán, Pakistán e Irak se consideran los menos fiables del conjunto de países medidos, según los ciudadanos del G8.

b. Fortalezas y debilidades de España en América Latina

De modo similar a lo que acontece en el G8, las principales fortalezas de la reputación española en los países latinoamericanos encuestados se articulan alrededor de las variables del entorno natural, en la que España alcanza una valoración de 75,7, y la del ocio y entretenimiento, también con una valoración muy favorable (75,2). España ocupa en estos atributos la quinta posición en el ranking de los 18 países evaluados desde América Latina.

También el estilo de vida de los españoles y el sistema educativo son otras fortalezas percibidas por los latinoamericanos con respecto a nuestro país. En el caso del estilo de vida, España recibe una valoración de 71,5 puntos y ocupa la séptima posición del ranking. La variable sistema educativo (72,0) alcanza la octava posición.

Observando otros atributos relevantes para la construcción de la reputación, como la seguridad o la amabilidad y simpatía, España no logra en América Latina una puntuación fuerte, quedando en un nivel intermedio.

Por el contrario, nuestras principales debilidades se refieren, en opinión de los encuestados, al comportamiento ético y transparente (55,6), al uso eficiente de los recursos (55,5) y al entorno institucional/político (57,4).

En cuanto al liderazgo por variables, Canadá está más presente en la cabecera en las variables de Calidad Institucional y Calidad de Vida, mientras que Japón, Alemania y EEUU se alternan en los puestos de cabeza de los rankings de los atributos correspondientes a “Nivel de Desarrollo”. Italia y Francia también se encuentran en los primeros puestos de la clasificación en “Calidad de Vida”.

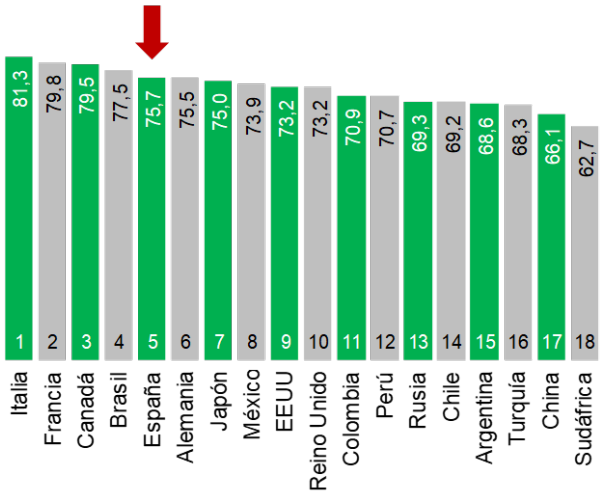
El número de países valorados por los encuestados en América Latina ha descendido notablemente (de 34 a 18), por lo que no pueden hacerse comparaciones respecto a las posiciones en los rankings entre 2020 y 2021.

En cualquier caso, puede señalarse que España está valorada desde América Latina por encima de cualquier país de la zona, excepto en las variables “entorno natural”, donde Brasil supera a España, y “amabilidad y simpatía”, donde Brasil, México y Colombia quedan por encima.

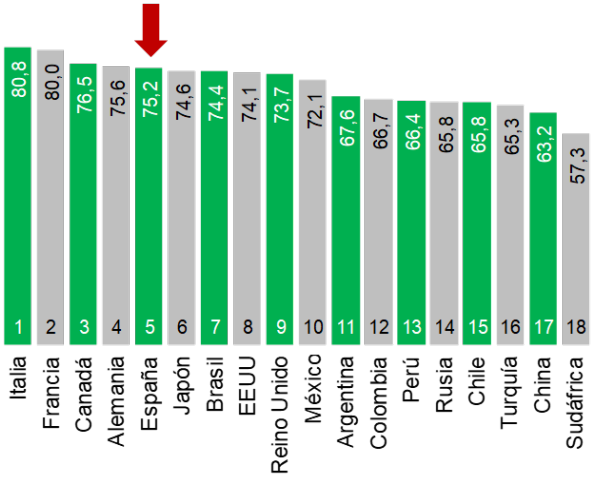
Hay que destacar que en el atributo “entorno económico” y en el de “empresas y marcas reconocidas” China resulta mejor valorada que España.

En las siguientes páginas se muestra la valoración en cada uno de los atributos de los países analizados por los ciudadanos de América Latina.

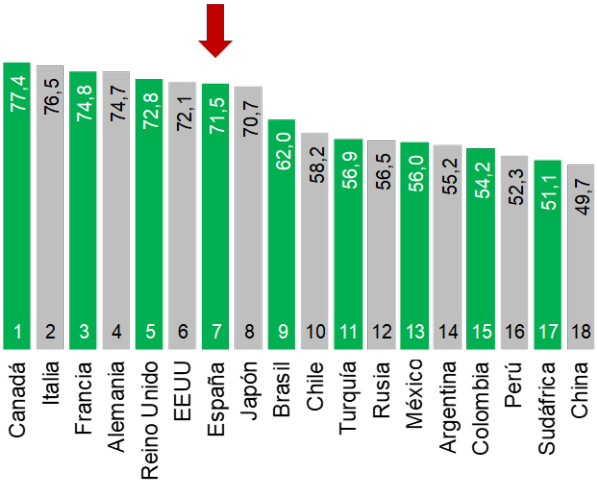
Entorno natural



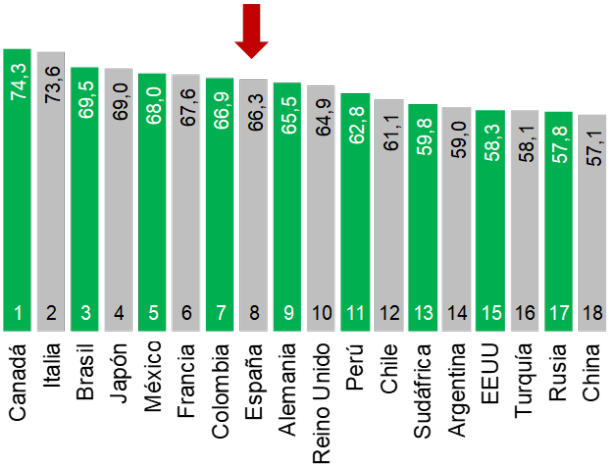
Ocio y entretenimiento



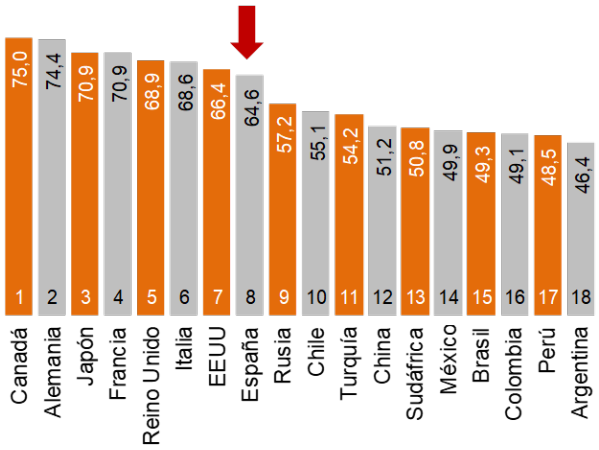
Estilo de vida



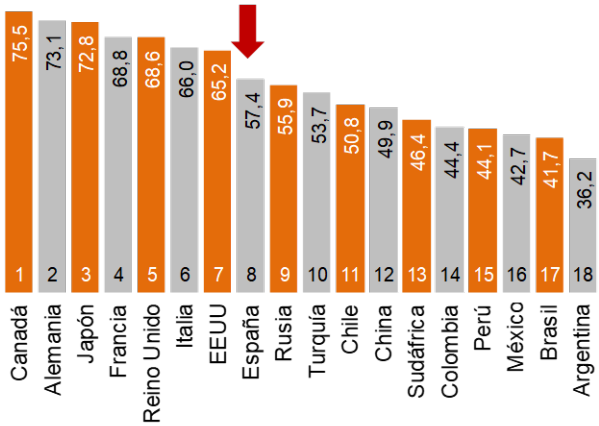
Gente amable y simpática



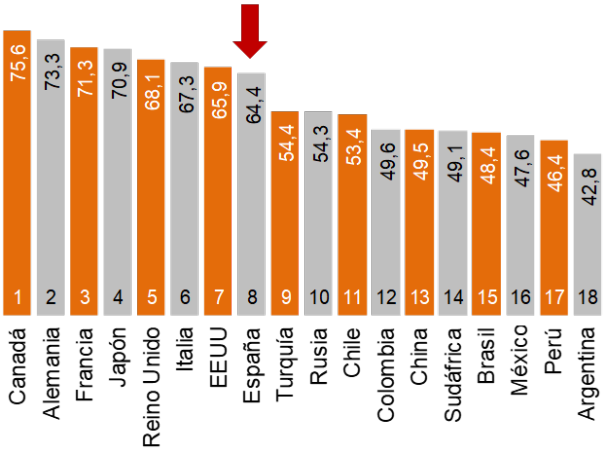
Respeto internacional



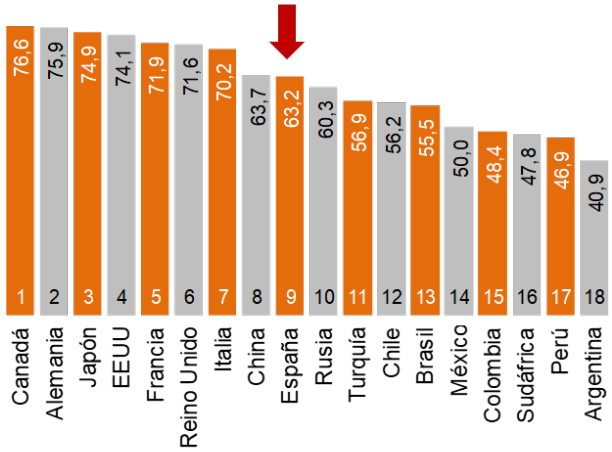
Entorno político e institucional



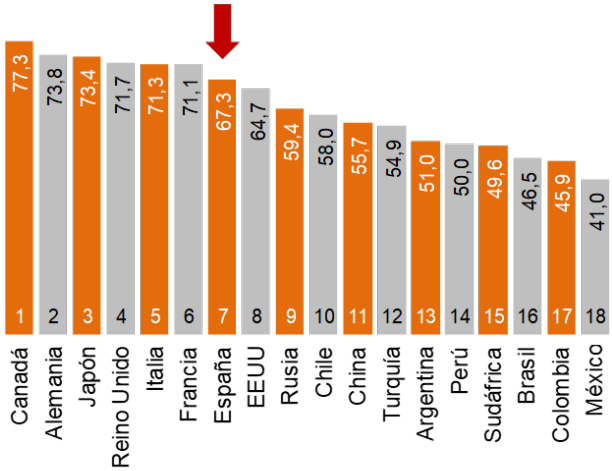
Bienestar social



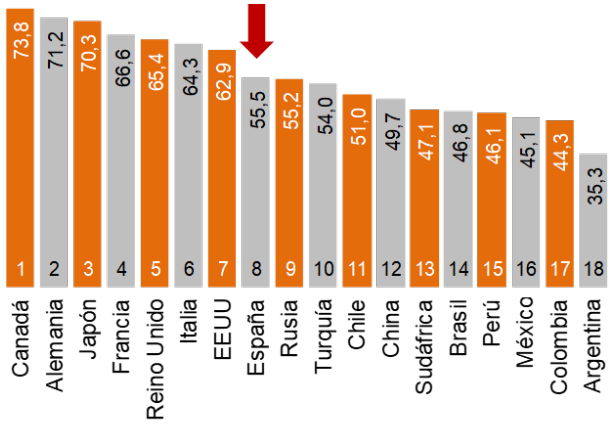
Entorno económico



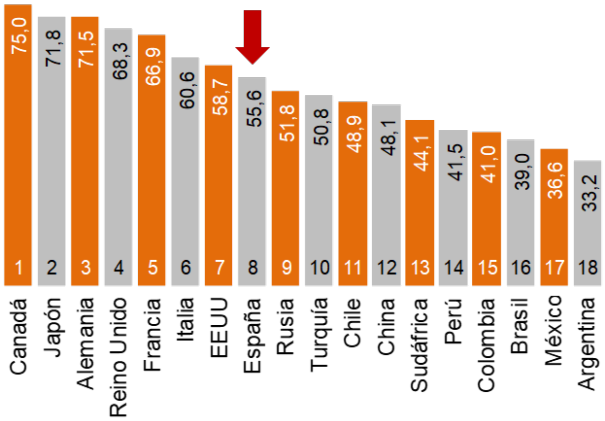
Seguridad



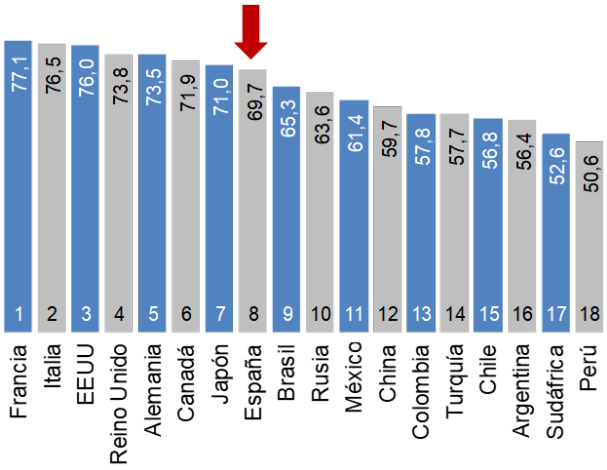
Uso eficiente de recursos públicos



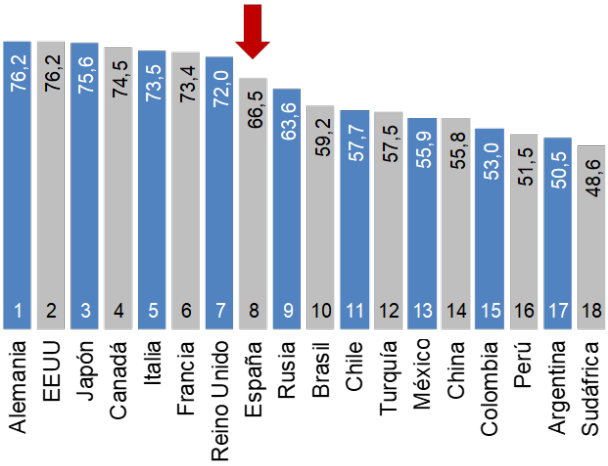
Ética y transparencia



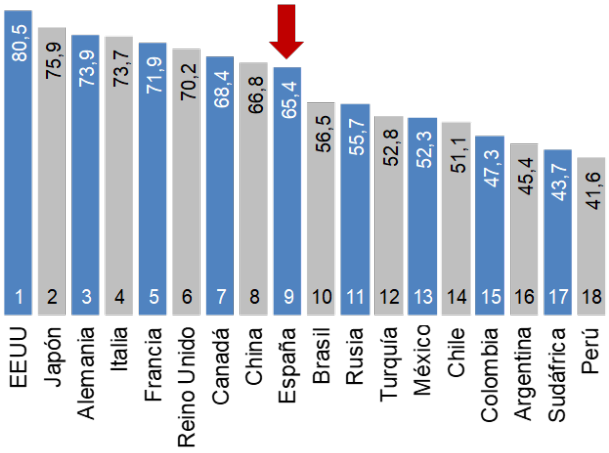
Cultura



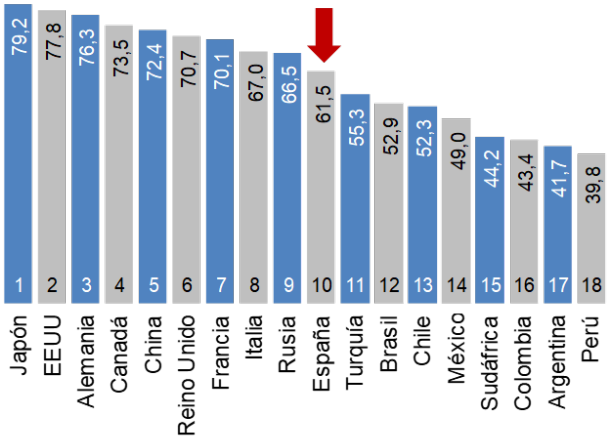
Calidad de productos y servicios



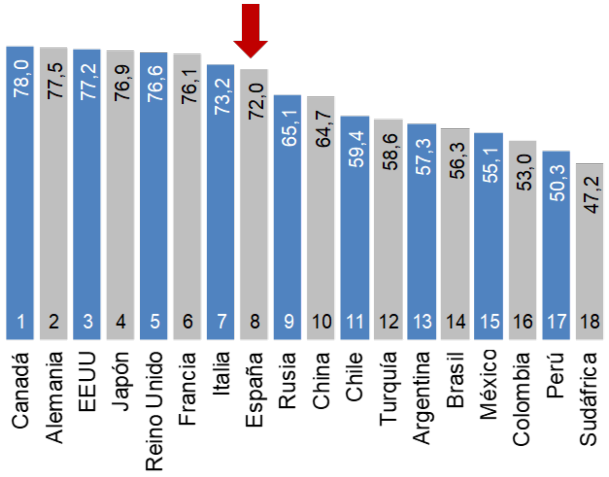
Marcas y empresas reconocidas



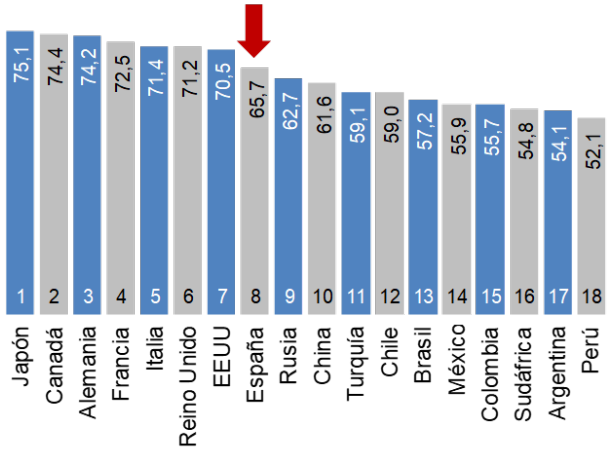
Tecnología/Innovación



Valora la educación



Gente educada y fiable



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 refleja una opinión mucho más favorable entre los primeros, tanto en términos absolutos como relativos. De hecho, el G8 valora mejor a España en 16 de los 17 atributos analizados. Sólo en el caso del sistema educativo la puntuación recibida es menor entre los países del G8 que en América Latina.

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

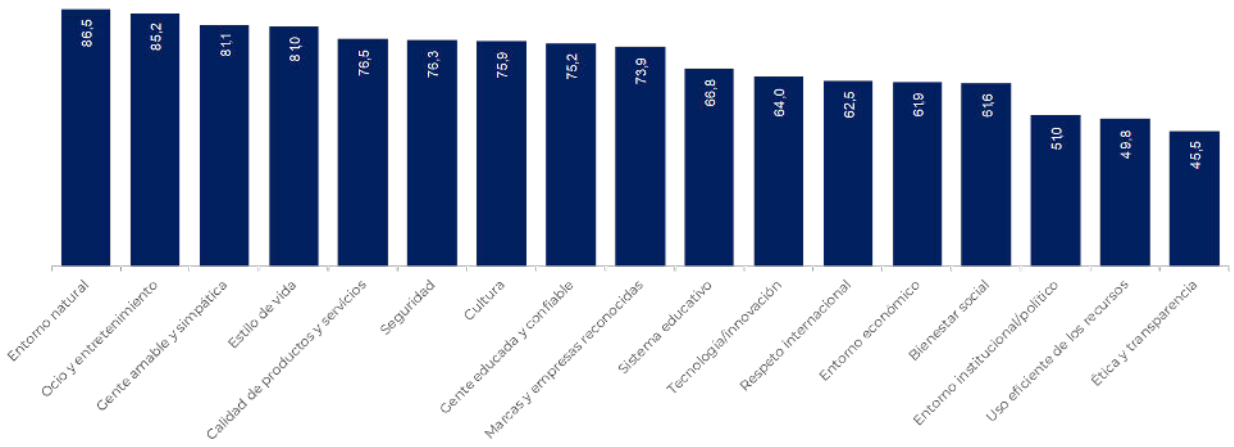
c. Fortalezas y debilidades internas de España

Nuestra autopercepción de las variables reputacionales difiere del panorama dibujado por los encuestados en el G8, sobre todo en tres variables: la ética y transparencia, el uso eficiente de los recursos y el entorno político e institucional, donde la valoración de los españoles sobre su propio país es muy inferior a la que se hace desde el G8 o desde América Latina. Sin embargo, hay semejanza en lo que respecta a la alta valoración dada a los atributos de la dimensión “Calidad de Vida”.

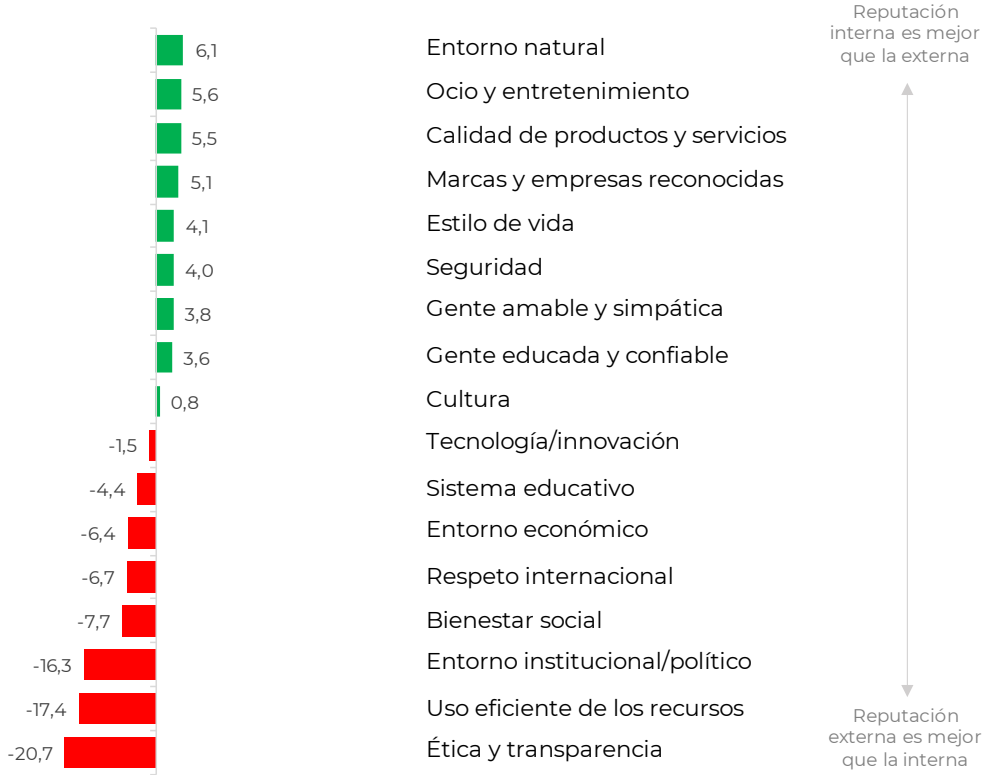
Los atributos de esta dimensión son los mejor valorados por los españoles, destacando entorno natural, ocio y entretenimiento, gente amable y simpática y el estilo de vida. Todos ellos se colocan en niveles “Excelentes” con valoraciones por encima de los 80 puntos. La calidad de productos y servicios, la seguridad y la cultura no alcanzan la excelencia, pero logran puntuaciones fuertes (76,5, 76,3 y 75,9 respectivamente).

Resulta llamativo que los valores que los españoles damos a estas siete variables sean en todos los casos superiores a las que otorgan a España en sus respectivas evaluaciones tanto los ciudadanos del G8 como los latinoamericanos, lo que, por otra parte, contrasta fuertemente con el dato de que globalmente nuestra autovaloración sea inferior a nuestra valoración internacional.

Atributos internos de España



Diferencia entre la valoración externa (G8) e interna de los atributos de España

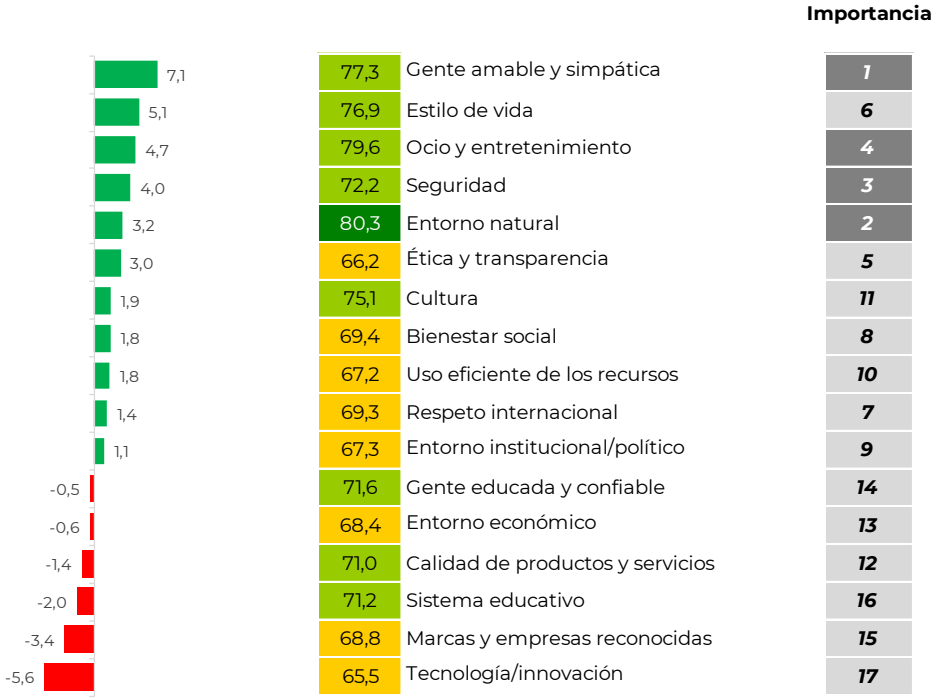


d. Perfil competitivo de España

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

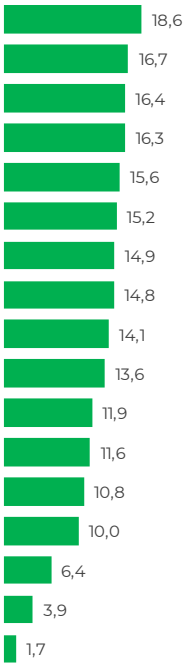
Como muestra el siguiente gráfico, nuestras ventajas competitivas se encuentran en las variables de “Calidad de Vida” y “Seguridad”. Por el contrario, las principales desventajas competitivas se concentran alrededor de varias de las variables *hard* de la reputación de cualquier país como son las relacionadas con el “Nivel de Desarrollo” (excepto la cultura).

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



La situación mejora cuando nuestro perfil competitivo se mide con relación a la media de los valores latinoamericanos valorados por los propios latinoamericanos. En este caso, España aparece mejor evaluada en todos los aspectos que la media de la evaluación de los latinoamericanos sobre sus propios países.

Perfil competitivo de España según América Latina



Dif vs set de referencia		Importancia (peso)
67,3	Seguridad	3
72,0	Sistema educativo	15
65,4	Marcas y empresas reconocidas	16
64,4	Bienestar social	10
55,6	Ética y transparencia	6
71,5	Estilo de vida	2
61,5	Tecnología/innovación	17
64,6	Respeto internacional	5
57,4	Entorno institucional/político	11
63,2	Entorno económico	14
66,5	Calidad de productos y servicios	9
69,7	Cultura	13
55,5	Uso eficiente de los recursos	12
65,7	Gente educada y confiable	8
75,2	Ocio y entretenimiento	4
75,7	Entorno natural	7
66,3	Gente amable y simpática	1

5. La economía de la reputación: la reputación de España y la creación de valor

Además del anterior análisis multidimensional de la reputación, el cuestionario indaga sobre variables de disposición hacia los países, medidas a través del acuerdo con estas frases:

Recomendaría ese país para vivir
Recomendaría ese país para comprar
Recomendaría ese país para trabajar
Recomendaría ese país para invertir
Recomendaría ese país para visitar
Recomendaría ese país para estudiar
Recomendaría ese país para asistir a eventos

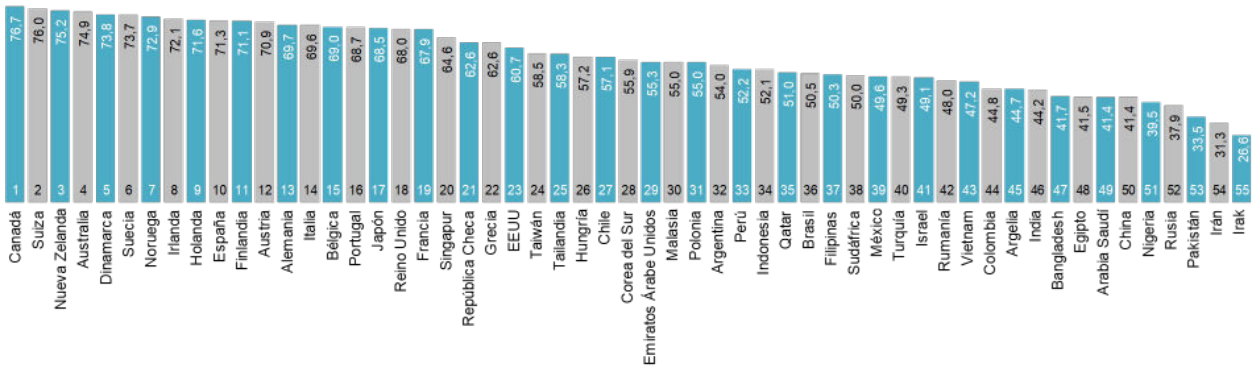
En la misma línea de lo detectado en las preguntas anteriores, se observa un descenso general de las disposiciones favorables hacia todos los países, fruto del clima de pesimismo ocasionado por la crisis económica. En este contexto, el dato más relevante es la posición que ocupa España en el ranking que resulta de ordenar los resultados de mayor a menor.

a. Comportamientos favorables hacia España en el G8

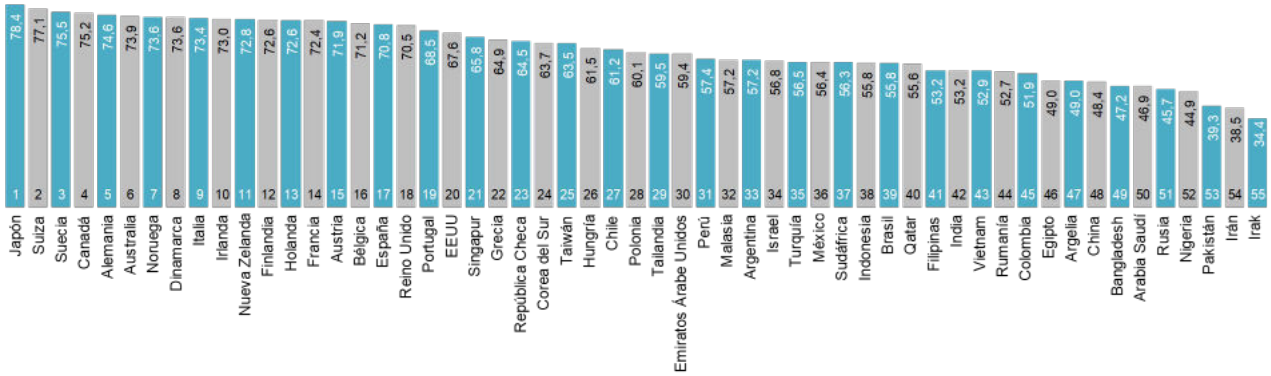
En los países del G8 España mantiene prácticamente la misma posición que el año anterior en el ranking de las 55 principales economías, subiendo un puesto o bajando otro en los diferentes indicadores, excepto en el caso del turismo, donde se ha producido un gran salto favorable a España, medido a través de la pregunta “recomendaría visitar”. España estaba en el puesto 14º en el año 2020 y ha pasado al 9º en el 2021, adelantando a Grecia, el Reino Unido, Dinamarca, los Países Bajos y Finlandia, que se encontraban por delante en el 2020. Parece claro que esta evolución positiva se debe a la situación de cada país ante la pandemia de COVID–19. Cuando se realizó el anterior trabajo de campo, en marzo–abril del 2020, España estaba especialmente presente en la prensa internacional por ser uno de los primeros Estados europeos, con Italia, en decretar el confinamiento de la población. Un año después, extendida la pandemia a toda Europa y a todo el mundo, España vuelve a recuperar su posición relativa como imán del turismo.

En coherencia con los datos que vimos anteriormente, vivir en España o visitarla como turista son los dos comportamientos más recomendables, en opinión de los entrevistados, en relación con nuestro país, muy por delante de los otros cinco.

Recomendaría vivir

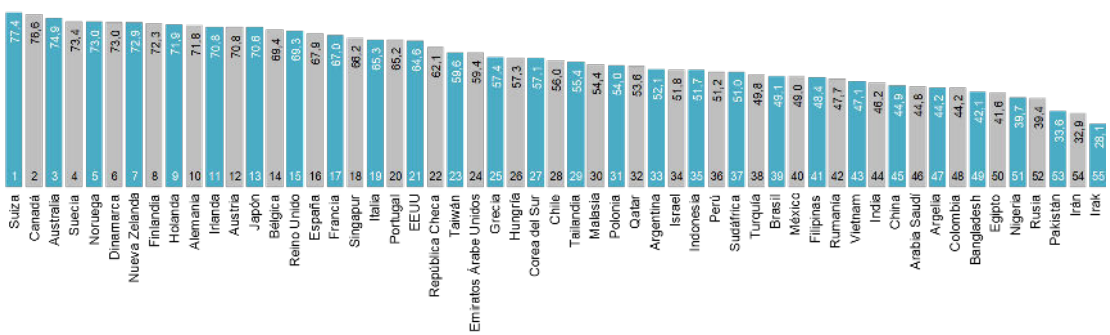


Recomendaría comprar



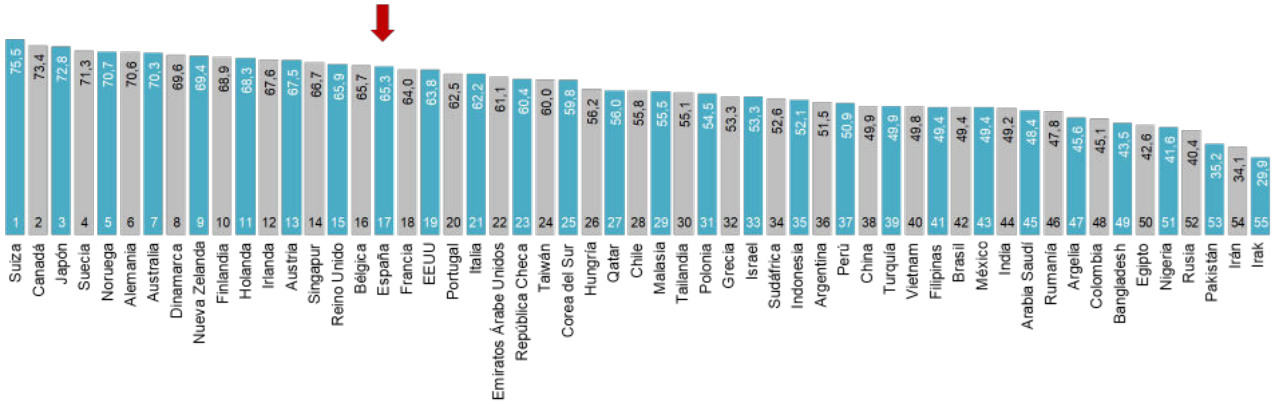
Posición en 2020: 17ª

Recomendaría trabajar



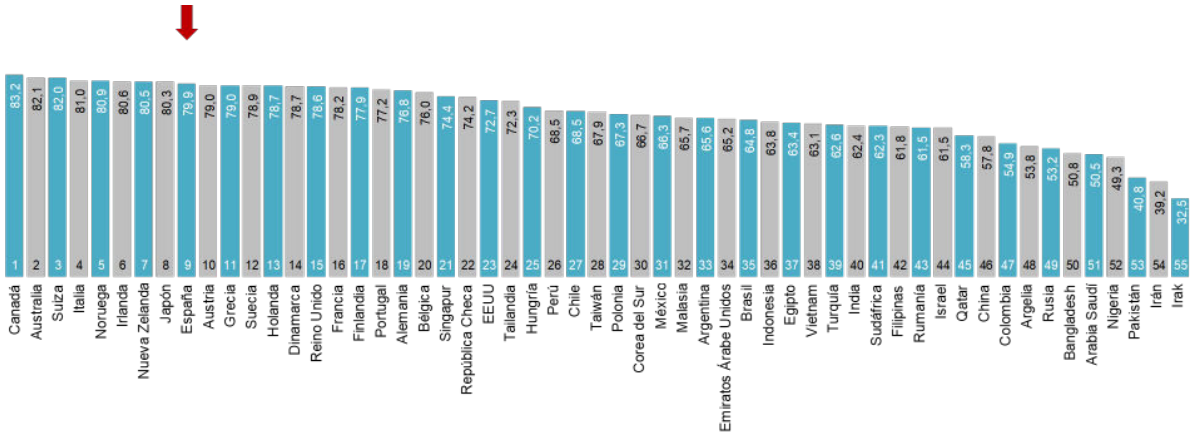
Posición en 2020: 17ª

Recomendaría invertir



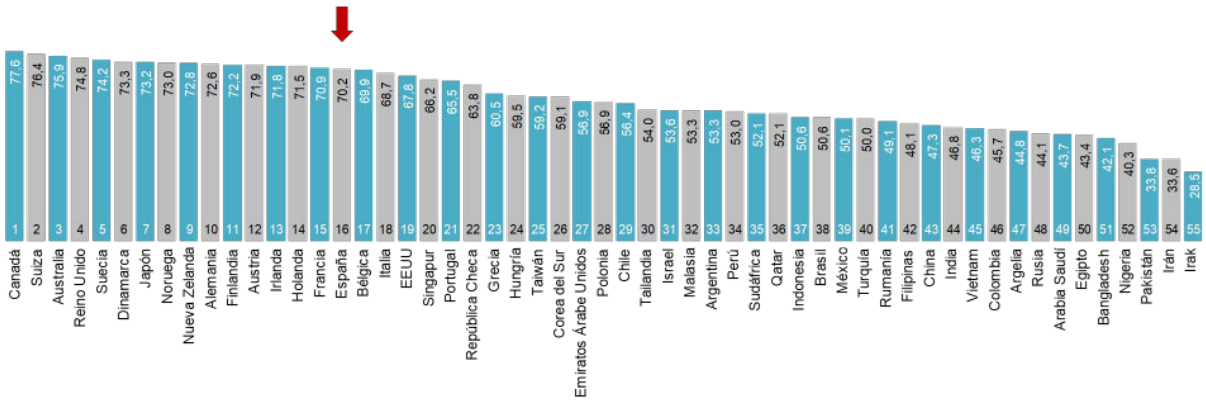
Posición en 2020: 18ª

Recomendaría visitar



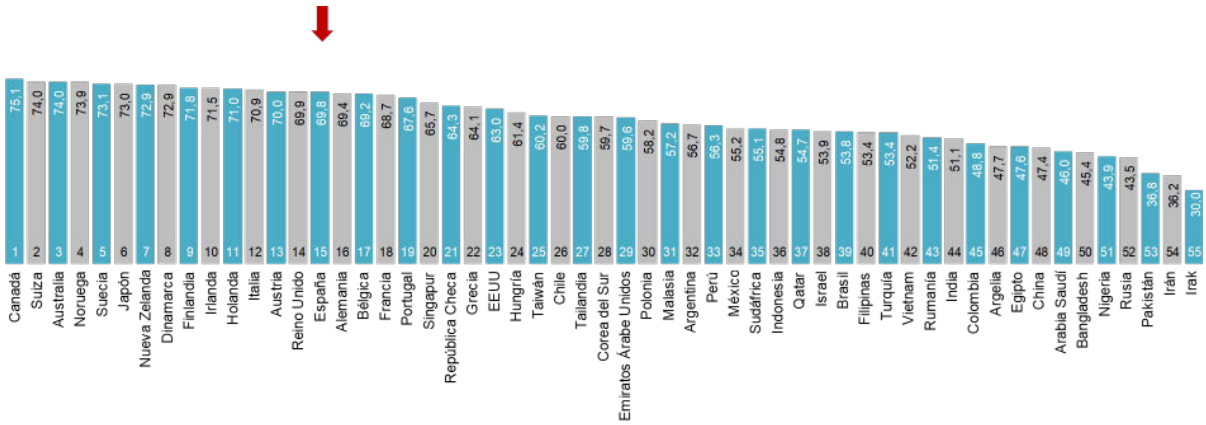
Posición en 2020: 14ª

Recomendaría estudiar



Posición en 2020: 16ª

Recomendaría asistir a eventos

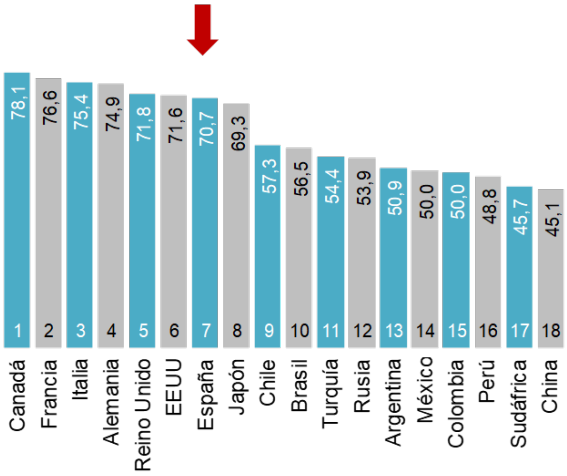


Posición en 2020: 14ª

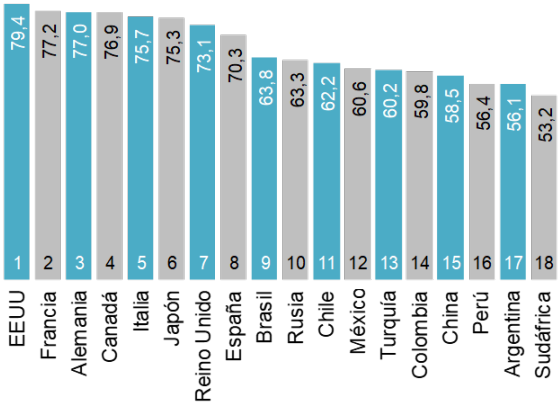
b. Comportamientos favorables hacia España en América Latina

También en América Latina se percibe en general una estabilidad del prestigio de España medido en esta forma de “recomendaciones”. Nuestro país mantiene el mismo puesto que tenía en 2020 (o se mueve sólo en una posición) en todos ellos, situándose entre las posiciones 4ª y 8ª. También en este grupo de países, lo más “recomendado” respecto a España es visitarla (4º puesto)

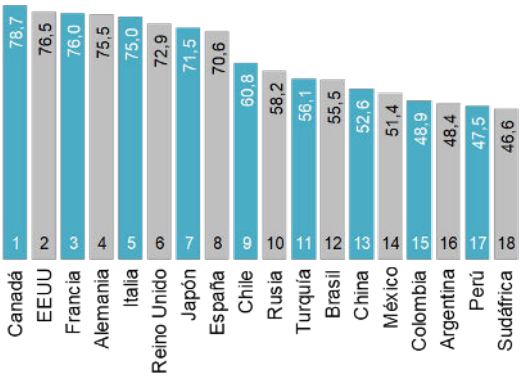
Recomendaría vivir



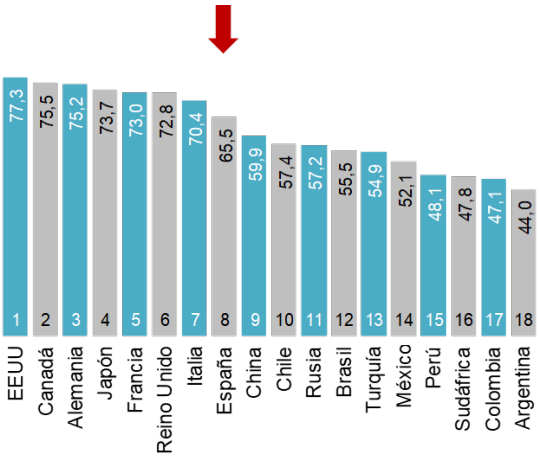
Recomendaría comprar



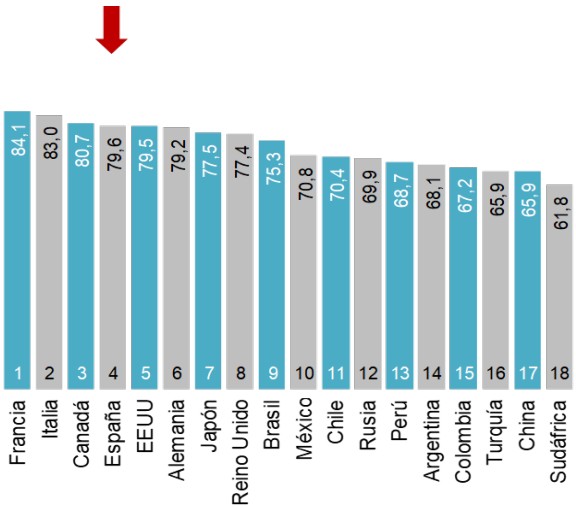
Recomendaría trabajar



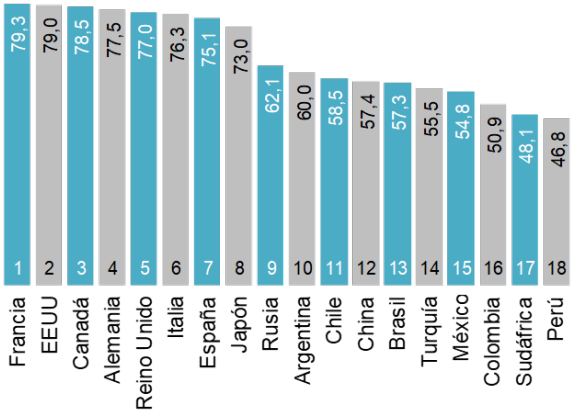
Recomendaría invertir



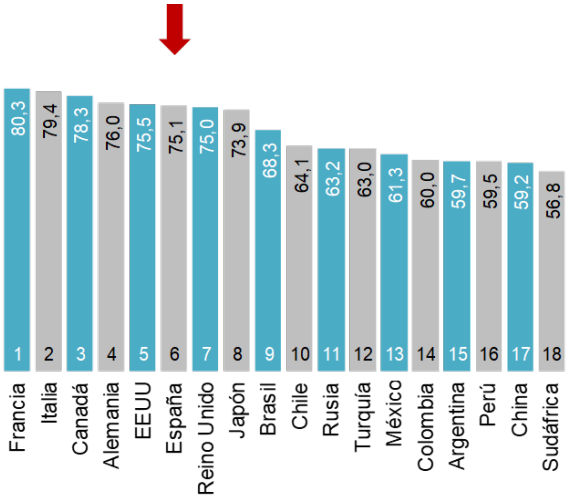
Recomendaría visitar



Recomendaría estudiar

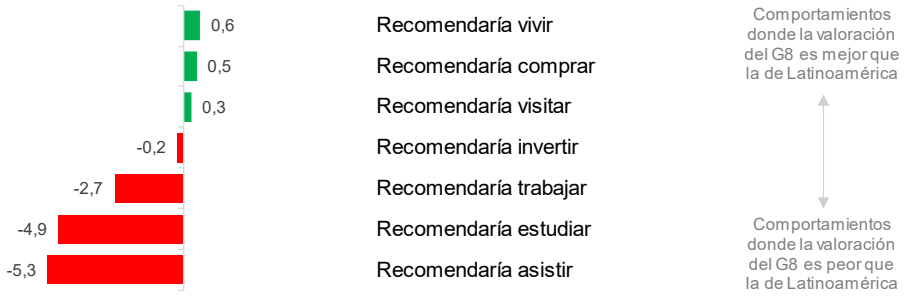


Recomendaría asistir a eventos



Los países del G8 están más dispuestos que los latinoamericanos a recomendar vivir, visitar o comprar en España, pero menos a recomendar trabajar, estudiar o asistir a eventos en nuestro país.

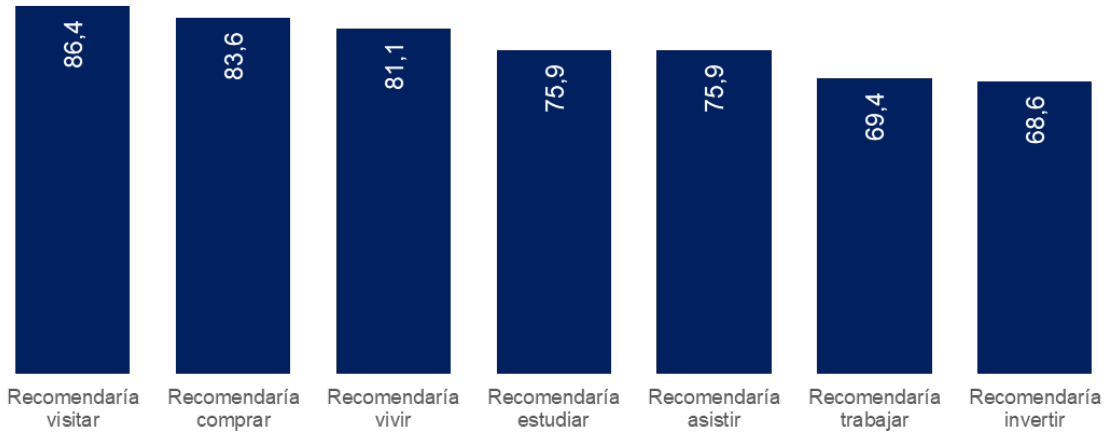
Diferencia entre la valoración del G8 y la de América Latina en las actitudes de apoyo hacia España



c. Comportamientos favorables internos de España

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

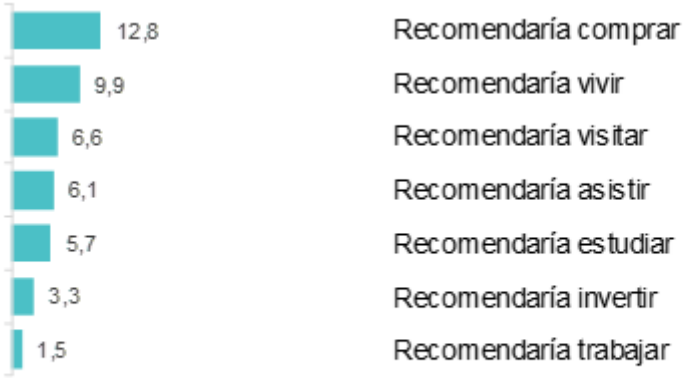
Actitudes de apoyo de España



Por el contrario, el contexto económico especialmente duro por la crisis causada por la COVID–19 puede explicar los bajos niveles de apoyo a la hora de recomendar trabajar o invertir en el país.

En cuanto a las diferencias que existen entre la valoración externa e interna, la visión de los españoles es en todos los casos mejor que 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 en España.

Diferencia entre la valoración externa (G8) e interna de las actitudes de apoyo hacia España



6. Principales conclusiones

Tanto la mayoría de los países que se sitúan entre los 20 más prestigiosos, como la media de los 55 países evaluados vieron disminuir su reputación con relación a 2020. La situación de crisis e incertidumbre generada por la pandemia –no sólo sanitaria, sino social y económica– está pasando factura a la reputación de los países en general.

En este clima general de descenso de las valoraciones sobre los demás países y sobre el propio, España se mantiene en el grupo de cabecera del prestigio. Ocupaba el puesto 13º en 2020 y pasa al 14º porque Bélgica desciende un poco menos que España en el índice *Pulse*, que mide de forma genérica la admiración y simpatía hacia el país, y la adelanta en el ranking.

Sin embargo, cuando se examinan los atributos que componen los principales elementos influyentes en la imagen internacional de un país, España mejora su posición relativa, es decir, su posición en el ranking, en 15 de los 17 atributos y se mantiene igual en los otros dos.

Particularmente importante, por lo que supone como predictor de comportamientos futuros, es la gran recuperación del atractivo turístico de España, que ha pasado a colocar al país en el 9º puesto en el ranking de entrevistados en el G8, muy por encima de la posición que tenía en 2020 (14ª).

España alcanza niveles muy altos de prestigio en los cuatro atributos que tienen más peso estadístico en la valoración global del conjunto de los países: la amabilidad y simpatía, el entorno natural, el ocio y la seguridad.

La autovaloración de los españoles interrumpe el camino de recuperación que había recorrido en los últimos años y vuelve a caer por debajo de la valoración externa.

Anexo: diferencias significativas

La siguiente tabla muestra las diferencias que resultan significativas en la comparación entre países o entre atributos, en función del tamaño de las muestras y de las desviaciones típicas de cada media.

	Atributos individuales	*RepTrak® Pulse* y Dimensiones
Autoevaluación de España	4,4	2,2
América Latina	2,9	1,4
Países del G8	2,7	1,3