

España: Mejorar su prestigio dándose a conocer mejor

Carmen González Enríquez | Directora del Observatorio Imagen de España del Real Instituto Elcano

Publicado el 28/7/2015 en *The Diplomat in Spain*.

Acaban de presentarse los resultados de la **edición del 2015 del SIDIR, Sistema de Indicadores de la Distancia entre Imagen y Realidad**, que elabora el Real Instituto Elcano, y cuyo objetivo es señalar los aspectos de la realidad española que son mejores que la opinión pública internacional sobre ellos. Se trata de un ejercicio de comparación entre datos de encuesta (los del Country RepTrak referidos a los ciudadanos de los países del G-8) y datos estadísticos internacionales de diferentes fuentes de prestigio.

España ocupa ya una muy posición alta en el ranking de prestigio de los países, en el **puesto 17 sobre las 55 principales economías del mundo**, por encima de Francia (**Country RepTrak 2015**). Pero esa posición podría ser aún más alta si la opinión pública internacional conociese mejor algunos aspectos de la realidad española:

1.- La seguridad física. Según los datos de la ONU, España es el 4º país más seguro del mundo respecto al riesgo de sufrir una muerte por asesinato, si excluimos a los mini-Estados de menos de 3 millones de personas. Es además, el más seguro del mundo occidental: los tres que están por encima en el ranking de seguridad son países asiáticos (Japón, Singapur e Indonesia). España es además, **según Eurostat**, el cuarto país más seguro de la Unión Europea para todo tipo de delincuencia registrada. Sin embargo, esta seguridad de nuestro país no es suficientemente conocida fuera, y España ocupa el puesto 19 en el ranking de imagen en este aspecto.

2.- La atracción de turismo en general y de eventos en particular. Nuestro país se ha convertido en la tercera potencia mundial tanto en la atracción de turistas como de celebración de ferias y conferencias, pero ocupa el puesto 11 (turismo) o 18 (eventos) en el ranking de imagen.

3.- España ocupó el 10º puesto del mundo por el volumen de la **inversión extranjera** recibida en 2013 (año de referencia en la comparación). También ocupa el 10º puesto mundial en la evaluación que realiza el Index of Economic Freedom, que mide la ausencia de restricciones a la inversión exterior, a la par con Suiza, Italia, Singapur y Bélgica. Sin embargo en el ranking de imagen como “país para invertir” España está en la posición 21.

4.- Por el volumen de sus exportaciones, España ocupa la posición número 12 mundial, por encima de India o Canadá, siete puntos por encima de su posición en el ranking de imagen (puesto 19).

5.- El valor económico de las marcas comerciales españolas es muy alto. Según el cálculo que elabora el **Brand Directory** identificando a las 500 marcas más valiosas del mercado internacional, España ocupa la posición número 11 por la cantidad de marcas que se encuentran entre esas 500. En comparación, en la encuesta de opinión, España está en el puesto 17 cuando se pide a los entrevistados que valoren a los países en función

del número de marcas importantes que tienen, lo que hace pensar que muchas personas conocen marcas españolas sin saber que lo son.

La calidad y el interés del entorno natural es otro de los aspectos en los que la realidad española es mejor que su imagen internacional. Con 5 lugares declarados Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO, España está en el 8º lugar mundial, aunque hay que señalar que los países que ocupan los primeros 7 lugares son mucho más grandes que el nuestro (Australia, China, EEUU, Rusia, Canadá, Brasil e India). Sin embargo, ocupa el puesto 13º en el ranking de imagen. Tampoco es suficientemente conocida fuera de España la calidad de sus infraestructuras, tanto en lo que se refiere a la densidad de su red de transporte (puesto 18) como a la extensión de la banda ancha de acceso a internet (puesto 21).

En resumen, se abre ante las instituciones, empresas y sociedad españolas un campo amplio de elementos en los que **España puede escalar puestos en la competencia internacional por el prestigio** –cada vez más relacionado con el éxito económico y político- por la vía de dar a conocer mejor al mundo su realidad.