

España recupera su prestigio internacional

Viernes 20 de febrero de 2015. Publicado en The Diplomat in Spain.

Carmen González Enríquez es directora del Observatorio Imagen de España del Real Instituto Elcano | @cgzalez_elcano

La **crisis económica** ha pasado una factura importante a la **imagen internacional de España**, que ahora comienza a recuperarse. El prestigio del país se situó en una posición muy alta en los años en que la prensa internacional hablaba con frecuencia del “milagro español” en la primera mitad de la década del 2000, cuando el PIB español crecía a un ritmo muy superior al del resto de la Unión Europea. Pero la crisis, el paro, los recortes del gasto público, el aumento de la prima de riesgo y la aparente inminencia en 2012 de un rescate “a la griega” hundieron la imagen del país. Desde finales de 2012, que marca el punto más bajo del prestigio español, su imagen se ha ido recuperando, como muestran las sucesivas [oleadas del Barómetro de la Imagen de España \(BIE\)](#) realizado por el Real Instituto Elcano.

En esta evolución los resultados económicos y la fiabilidad de las instituciones nacionales que gestionan la economía son los elementos decisivos, de tal modo que **la evolución del prestigio corre paralela a la de la prima de riesgo**. España ha visto como se detenía su descenso en la escala de prestigio internacional y comenzaba la mejoría a lo largo del 2013 y 2014 acompañando a su salida de la zona de riesgo financiero, una mejoría que confirma no sólo el último [Barómetro de la Imagen de España \(5ª oleada\)](#) sino también la [encuesta internacional de reputación internacional, el Country Rep.Track](#), realizado por el Reputation Institute en colaboración con el Real Instituto Elcano.

En el presente, las perspectivas internacionales sobre la evolución en el futuro de la economía española han mejorado claramente. Si en marzo del 2013, en la [3ª oleada del BIE](#), sólo uno de cada diez entrevistados creía que la economía española iría a mejor en los meses siguientes, en [diciembre del 2013 \(4ª oleada\)](#) los optimistas eran el 36% y ahora (5ª ola del BIE, enero 2015) ese grupo ha crecido hasta el 42%. La valoración de España como país en el que invertir o al que acudir como turista ha mejorado también de forma ligera pero significativa, algo que resulta confirmado por el [aumento de la inversión extranjera directa en el país durante el 2014](#) y el récord batido ese año en la llegada de turistas.

Especialmente relevante para España es la **opinión alemana sobre nuestro país**: en una escala de 0 a 10, los alemanes se conceden a sí mismos la nota más alta, un 8,4, pero el segundo país que mejor valoran es España, con un 6,9, por encima de Francia, el Reino Unido, EEUU, Italia y a distancia de Grecia. En esta valoración de los alemanes sobre España pesa mucho la buena opinión sobre las reformas emprendidas en nuestro país, presentadas en Alemania como un ejemplo a seguir por las economías del Sur.

Siguiendo en el terreno económico, hay que señalar la **positiva valoración** en todos los países de la muestra (Francia, Reino Unido, Alemania, EEUU, Brasil, México, Indonesia, Corea del Sur, Argelia y Marruecos) de las **empresas españolas** ubicadas en su territorio, que alcanza el notable, con más de 7 puntos en la escala 0-10, en Latinoamérica y el Magreb. Una buena noticia es también que el aceite de oliva y el vino españoles reciban la misma intención de compra que el aceite italiano o el vino francés (excepto en la propia Francia en el caso del vino), o que sólo los británicos prefieran comprar un vaquero fabricado en el Reino Unido frente a otro *made in Spain*. Sin embargo, el **déficit en la imagen tecnológica** española se aprecia en la preferencia en todos los países por comprar un frigorífico alemán frente a uno español. En este terreno España sigue teniendo una asignatura pendiente.