

# **SIDIR**

## **Sistema de Indicadores de la Distancia entre Imagen y Realidad**

**Análisis del caso español**  
Octava edición — 2021

**Carmen González Enríquez**  
**José Pablo Martínez Romera**  
Madrid, octubre de 2021



# Sistema de Indicadores de la Distancia entre Imagen y Realidad (SIDIR). Análisis del caso español: Comparativa entre la percepción del antiguo G-8 y la realidad en tiempos de pandemia (Octava edición – 2021)

**Carmen González Enríquez** | Directora del Observatorio de la Imagen de España, Real Instituto Elcano.

**José Pablo Martínez Romera** | Ayudante de investigación del Observatorio de la Imagen de España, Real Instituto Elcano | @jpmromera 

## Índice

(1) Introducción y metodología.....	4
(1.1) Definir las variables objetivas que pueden considerarse equivalentes en la realidad al elemento valorado en la encuesta.....	5
(1.2) Identificar fuentes estadísticas en las que se recojan todos los países valorados en la encuesta sobre imagen .....	7
(1.3) Simultanear en el tiempo las mediciones de imagen y realidad .....	7
(1.4) Mostrar la evolución anual de la imagen y de la realidad españolas al margen de su posición en los rankings .....	7
(2) Resultados .....	8
(2.1) Aspectos en los que la realidad es similar a la imagen .....	9
(a) País para trabajar .....	9
(b) Cultura.....	10
(c) Tecnología e innovación .....	11
(d) Marcas y empresas reconocidas .....	12
(2.2) Aspectos en los que la realidad es peor que la imagen.....	14
(a) País para estudiar .....	14
(b) Sistema educativo .....	15
(c) Estilo de vida .....	16
(d) Entorno político e institucional .....	18
(e) Bienestar social .....	19
(f) País para comprar .....	21
(g) Respeto internacional .....	22

(h) País para vivir.....	23
(i) Ética y transparencia .....	25
(j) Entorno económico.....	26
(2.3) Aspectos en los que la realidad es mejor que la imagen.....	28
(a) País para visitar.....	28
(b) País para asistir a eventos .....	29
(c) Entorno natural .....	30
(d) País para invertir .....	32
(e) Seguridad.....	33
(3) En conclusión .....	34
(4) Anexo.....	36
(a) Sistema educativo: escuelas de negocios .....	37
(b) Sistema educativo: universidades .....	38
(c) Cultura: difusión cultural .....	39
(d) Entorno económico: infraestructura de telecomunicaciones .....	41
(e) Entorno económico: infraestructura de transporte .....	42
(f) Cultura: arte.....	43
(g) Responsabilidad internacional: cooperación militar .....	45
(h) Responsabilidad internacional: emisiones de gases de efecto invernadero..	46
(i) Cultura: deporte.....	47
(j) Ocio y entretenimiento: museos.....	49
(k) Sistema educativo: resultados PISA .....	50
(l) Ocio y entretenimiento: estadios deportivos .....	51

## (1) Introducción y metodología

Un año más, el objetivo de esta edición del SIDIR es mostrar la diferencia entre la realidad española y la evaluación de España realizada por la opinión pública internacional, con especial interés en identificar aquellos aspectos en los que la realidad del país es mejor que la imagen proyectada al exterior.

Este análisis permite medir la distancia entre la posición de España en los rankings internacionales de imagen y su posición en las clasificaciones elaboradas con datos objetivos, relativos a las 55 primeras economías del mundo: Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, EEUU, México, Perú, Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Finlandia, Grecia, los Países Bajos, Irlanda, Italia, Noruega, Polonia, Portugal, el Reino Unido, República Checa, Rusia, Rumanía, Suecia, Suiza, Arabia Saudí, Australia, Corea del Sur, China, Filipinas, India, Indonesia, Irán, Irak, Israel, Japón, Malasia, Nueva Zelanda, Pakistán, Qatar, Singapur, Taiwan, Tailandia, Turquía, Emiratos Árabes Unidos (EAU), Argelia, Egipto, Nigeria, Sudáfrica, Bangladesh, Vietnam y Hungría; este último país ha sustituido a Venezuela con respecto a la edición anterior.

La fuente utilizada para medir la imagen externa de España es la encuesta anual que desde 2009 elabora el *Reputation Institute* en colaboración con el Real Instituto Elcano, el llamado *Country RepTrak*. En concreto, se utiliza la imagen proyectada por España en los países del antiguo G-8 (EEUU, Canadá, Francia, Italia, Alemania, el Reino Unido, Rusia y Japón), de tal manera que la valoración obtenida por España en estos ocho países se compara con la obtenida por los otros 54 países sometidos a evaluación.

La imagen de España, tal y como resulta convertida en variable operativa en las clasificaciones de dicha encuesta, se compone de 24 elementos de valoración: 17 de ellos miden el grado de acuerdo, en una escala de 1 a 100, con frases que indican posibles aspectos positivos de un país (“es un país hermoso”, “es un país que valora mucho la educación”, “es un país seguro”, etc.), y los siete restantes recogen recomendaciones de los encuestados tales como “recomendaría ese país para estudiar”, “para trabajar”, “para vivir”, o “para visitar”. En conjunto, los 24 elementos abordan los principales aspectos relevantes en la configuración de la imagen de un país, desde el aspecto político-institucional al económico y tecnológico, pasando por el cultural, el educativo o el relativo a la calidad de vida. Según los resultados obtenidos en las encuestas, los 55 países son clasificados por orden de valoración media en cada uno de los elementos en evaluación. Como ejemplo, bajo estas líneas puede observarse la clasificación de los países según la valoración que recibieron en función de lo recomendable que es visitarlos. En este caso España aparecía en 2020 en la decimocuarta posición en un ranking encabezado por Suiza.



La posición de España en estas 24 clasificaciones es el indicador utilizado para la variable “imagen” que va a compararse con la realidad española obtenida a través de diversas fuentes estadísticas internacionales. Esa comparación plantea varios desafíos: (1) definir las variables objetivas que pueden considerarse equivalentes en la realidad al elemento que se valora en la encuesta; (2) identificar fuentes estadísticas en las que se recojan datos para todos los países valorados en la encuesta sobre imagen; (3) simultanear en el tiempo las mediciones de imagen y realidad; e (4) identificar la evolución española al margen de su posición en los rankings.

### (1.1) Definir las variables objetivas que pueden considerarse equivalentes en la realidad al elemento valorado en la encuesta

En ocasiones este ejercicio es sencillo, como sucede en el caso de la posición de España según el número de turistas que recibe. Esta es una variable sobre la que existe información fiable y que puede compararse con la imagen de España como país atractivo para el turismo, recogida en la pregunta “¿Recomendaría este país para visitarlo?”. En este caso, la posición de España en la variable de imagen es la 14ª mundial, mientras que en el indicador objetivo, que recoge el número de visitantes recibidos, España es la 2ª potencia mundial, sólo por debajo de Francia. Sin embargo, en otras ocasiones la identificación de una variable objetiva ha resultado imposible porque el elemento que se valora es intrínsecamente subjetivo. Por ejemplo, este sería el caso del atributo “la gente de ese país es simpática”, pues no existe ninguna medición objetiva que permita conocer el grado de “simpatía” de los individuos de un país. De la misma forma, tampoco existen estadísticas internacionales respecto a la “calidad de productos y servicios” o la “confiabilidad de la población”. En relación con este último atributo existen encuestas que miden hasta qué punto los ciudadanos de cada país confían los unos en los otros, pero eso no equivaldría a un indicador que mostrase hasta qué punto cumplen su palabra y dicen la verdad (y por tanto son confiables). Por estas razones, cinco de los ítems que componen la imagen han tenido que ser excluidos de la comparación con variables objetivas, los tres nombrados más el “uso eficiente de los recursos públicos” y “ocio y entretenimiento”, quedando el listado final reducido a 19 elementos frente a los 24 recogidos en la encuesta de imagen.

En otras ocasiones, la definición del atributo es tan amplia e internamente heterogénea que dificulta la elección de un único indicador objetivo para su comparación. A este

respecto, en anteriores informes del SIDIR dicho problema era solventado incluyendo varios indicadores objetivos para cada uno de estos atributos, duplicándose, triplicándose e incluso cuadruplicándose las comparaciones imagen-realidad correspondientes. Así, en anteriores ediciones del SIDIR la valoración internacional de España en lo relativo a los atributos “entorno económico”, “responsabilidad internacional”, “cultura”, “sistema educativo” y “ocio y entretenimiento” era comparada en cada caso con más de una variable objetiva.

Esta comparación de un atributo (imagen) con varios indicadores objetivos daba lugar en ocasiones a resultados poco claros porque podía ocurrir que España estuviera en los rankings de imagen por encima de su realidad en uno de los elementos internos del atributo, pero por debajo en otros. Por ello, para mejorar la claridad y sencillez de la comparación, desde la pasada edición del SIDIR se ha optado por comparar esos atributos internamente heterogéneos, es decir, “educación”, “responsabilidad internacional”, “cultura” y “entorno económico”, con sólo un indicador objetivo, eligiendo aquel que se ha considerado que lo refleja mejor; mientras que el atributo “ocio y entretenimiento”, como ya se ha indicado anteriormente, ha sido excluido de la comparación al estimarse que ninguna de las variables disponibles lo refleja de manera suficientemente fiel.

No obstante, en el Anexo se incorporan los datos correspondientes a esos indicadores objetivos ahora excluidos del cuerpo central del informe, para permitir a los interesados seguir su evolución temporal en relación con las ediciones anteriores del SIDIR.

Existen dos atributos en los que un mismo indicador es utilizado como contraparte objetiva: “lo recomendaría como país para vivir” y “lo recomendaría como país para trabajar”. Aunque es importante saber que España resulta más atractiva como país para vivir que como país para trabajar, no existen dos indicadores objetivos diferentes para comparar ambos atributos, puesto que trabajar en un país exige generalmente vivir en él y, análogamente, muchos de los que deciden trasladarse a vivir en un país necesitan trabajar en él para poder mantenerse. En este caso el indicador utilizado es la tasa de migración neta *per cápita*, definida como la diferencia entre el *stock* de inmigrantes y de emigrantes (incluyendo a los individuos inactivos) con respecto a la población total del país.

Por otra parte, en algunos casos es inevitable que la fuente utilizada como variable objetiva tenga un componente significativo de percepción subjetiva o esté básicamente construida sobre ella. Así, para los atributos relativos al “entorno político e institucional” y al “entorno económico” se han utilizado como fuente los *Worldwide Governance Indicators* del Banco Mundial, que a su vez se elaboran a partir de la opinión de expertos. Esto es debido a la falta de fuentes objetivas que midan estos aspectos con criterios y metodología similares para el conjunto de países incluidos en la muestra. Como ocurre con otros índices que intentan medir fenómenos difícilmente cuantificables (como por ejemplo el de Transparencia Internacional sobre corrupción), la percepción de individuos bien informados por su posición social, económica o política es lo más cercano que puede encontrarse a una medición objetiva.

En otro caso, la variable objetiva de la comparación está formada, a su vez, por un conjunto de encuestas. Se trata del atributo “el país ofrece un estilo de vida atractivo, la gente disfruta viviendo allí”. Aquí se trata de medir el disfrute o la felicidad de los individuos de cada país, y, siendo la felicidad por definición un estado de ánimo y por

tanto subjetivo, la única comparación posible es la que puede realizarse con los datos que miden esa felicidad a partir de encuestas a los individuos. En este caso se han utilizado los datos del *World Happiness Report* elaborado por la ONU, que se basa a su vez en varias encuestas internacionales.

### (1.2) Identificar fuentes estadísticas en las que se recojan todos los países valorados en la encuesta sobre imagen

Este requisito implica, por ejemplo, desechar las numerosas fuentes estadísticas que se refieren sólo a la UE o sólo a los países de la OCDE. En los casos en que la fuente estadística utilizada recoge la mayoría del resto de los 54 países de la encuesta, pero deja fuera a algunos de ellos, éstos últimos han sido eliminados también de la clasificación de imagen para hacer comparables ambas escalas. El caso más destacado es el de Taiwán, que aparece recogido en el *Country RepTrak* pero que está ausente en numerosas estadísticas internacionales dado su limitado reconocimiento internacional.

### (1.3) Simultanear en el tiempo las mediciones de imagen y realidad

Aunque la última oleada de la encuesta de imagen internacional se ha realizado en el año 2021, la publicación de estadísticas internacionales suele sufrir un retraso de al menos un año respecto al momento al que hacen referencia los datos. Ello obliga a utilizar la encuesta del *Country RepTrak 2020*, realizada a comienzos de ese año, para simultanear la comparación de sus datos con los de las estadísticas disponibles más recientes (por lo general de 2019).

### (1.4) Mostrar la evolución anual de la imagen y de la realidad españolas al margen de su posición en los rankings

El objetivo del SIDIR es proporcionar, para cada momento, la medición de la distancia entre la posición de España en el ranking de imagen y su posición en las clasificaciones basadas en datos objetivos. No obstante, al tratarse de la medida de una distancia, su evolución en el tiempo puede deberse tanto a cambios en la posición en el ranking de valoración subjetiva como a cambios en la posición en las clasificaciones de indicadores objetivos. Por tanto, la lectura e interpretación de la evolución de la distancia debe ser muy cuidadosa, ya que la posición en un ranking internacional puede alterarse a raíz de cambios experimentados por terceros países. De tal manera, España podría mejorar en cualquier atributo y, sin embargo, ver disminuida su posición en el ranking porque otro país ha mejorado más o porque nuevos países con un resultado mejor que el español han sido incluidos en la encuesta.

Por ello, para medir específicamente el avance o retroceso de la distancia entre imagen y realidad españolas de año en año, se realiza una comparación entre el porcentaje de aumento o retroceso de la puntuación obtenida por España en cada uno de los atributos en la encuesta (en una escala de valoración 0-100) y el porcentaje de aumento o retroceso en los indicadores objetivos. Esta comparación permite medir la evolución de la distancia entre la imagen de España y su realidad, al margen de cuál haya sido la evolución de los demás países. Es decir, no mide los cambios de posición en un ranking internacional, sino únicamente la evolución nacional. Este resultado es útil para medir la eficacia de las políticas dedicadas a la mejoría del prestigio de España y lo español.

En algunos casos la fuente utilizada para conocer los datos objetivos ha introducido ciertos cambios metodológicos o sufrido retrasos en su actualización que impiden una comparación adecuada. En esos casos no se presentan los datos de evolución temporal.

## **(2) Resultados**

El resultado de la comparación entre la posición de España en el ranking de imagen y en el de realidad para cada uno de los aspectos analizados permite dividir éstos en tres grupos en función de la posición del país:

- 1) Los aspectos de la realidad española en los que la imagen corresponde grosso modo a la realidad (hasta dos puestos de diferencia entre ambas clasificaciones). Existen cuatro ámbitos en los que la posición española en el ranking de imagen y en el de variables objetivas es semejante, lo que implica que la opinión internacional acierta al evaluar a España.
- 2) Los aspectos en los que la realidad española es significativamente peor que la imagen que se tiene de ella en el exterior (más de dos puestos de diferencia entre ambas clasificaciones). En 10 de los ámbitos analizados, la imagen de España sobreestima la realidad, tal y como ésta queda reflejada en las estadísticas internacionales.
- 3) Los aspectos en los que la realidad es significativamente mejor que la imagen, es decir, la posición de España en el ranking de variables objetivas es más alta que la posición en el ranking de imagen (también a partir de dos puestos de diferencia en ambas clasificaciones). En estos aspectos, la imagen internacional española mejoraría si la opinión pública internacional conociese mejor la realidad del país. Este es el caso de cinco de los atributos.

A pesar de que en más de la mitad de los atributos incluidos en el análisis la imagen de España sobrevalora su realidad, cabe destacar que éstos han caído de 11 a 10 con respecto a la pasada edición del SIDIR, a la vez que el número de atributos en los que España tiene una imagen infravalorada han pasado de tres a cinco.

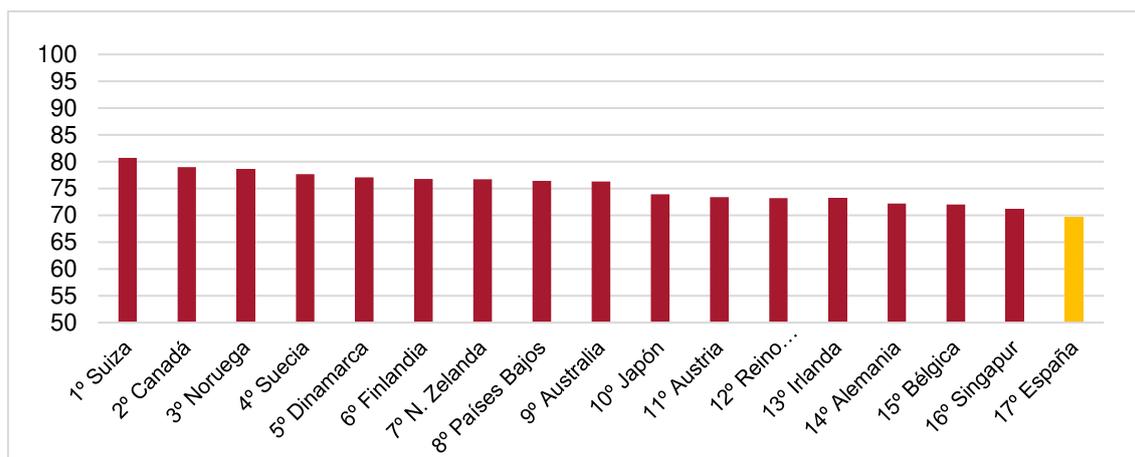
## (2.1) Aspectos en los que la realidad es similar a la imagen

### (a) País para trabajar

Atributo en la encuesta: “Recomendaría España como país para trabajar”.

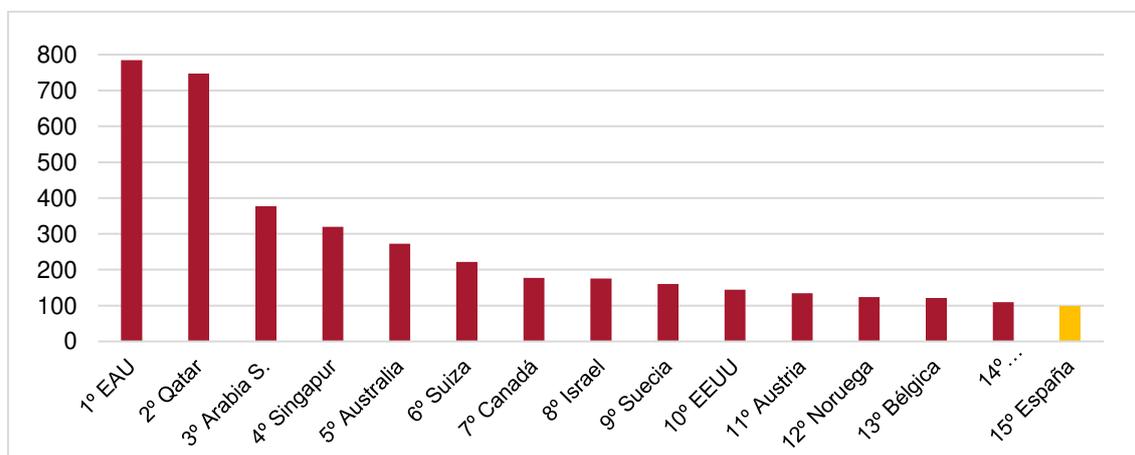
Indicador objetivo: *stock* migratorio neto por 1.000 habitantes (2019).

**Gráfico 1. Posición de la imagen de España como país para trabajar**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 2. Posición de España en el indicador objetivo de país para trabajar**



Fuente: Departamento de Economía y Asuntos Sociales de Naciones Unidas  
[www.un.org/development/desa/pd/content/international-migrant-stock](http://www.un.org/development/desa/pd/content/international-migrant-stock)

**Tabla 1. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en país para trabajar**

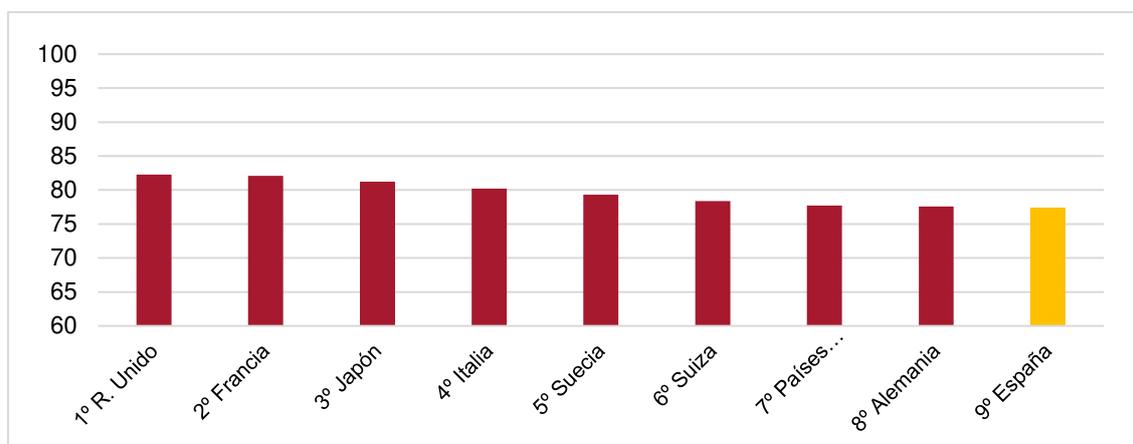
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: <i>stock</i> migratorio neto por 1.000 habitantes		
1 <sup>er</sup> cuatrim. 2019	1 <sup>er</sup> cuatrim. 2020	Δ percent.	2017 <sup>1</sup>	2019	Δ percent.
67,8	69,7	2,8%	99,31	99,86	0,6%

### (b) Cultura

Atributo en la encuesta: “Ese país contribuye de forma considerable a la cultura global; allí nacieron muchos artistas, científicos, inventores, escritores, deportistas y políticos muy conocidos”.

Indicador objetivo: número de Premios Nobel recibidos hasta 2019 (inclusive), en relación con todo el conjunto de Premios Nobel otorgados hasta la fecha a los países incluidos en la muestra<sup>2</sup>.

**Gráfico 3. Posición de la imagen de España en cultura**

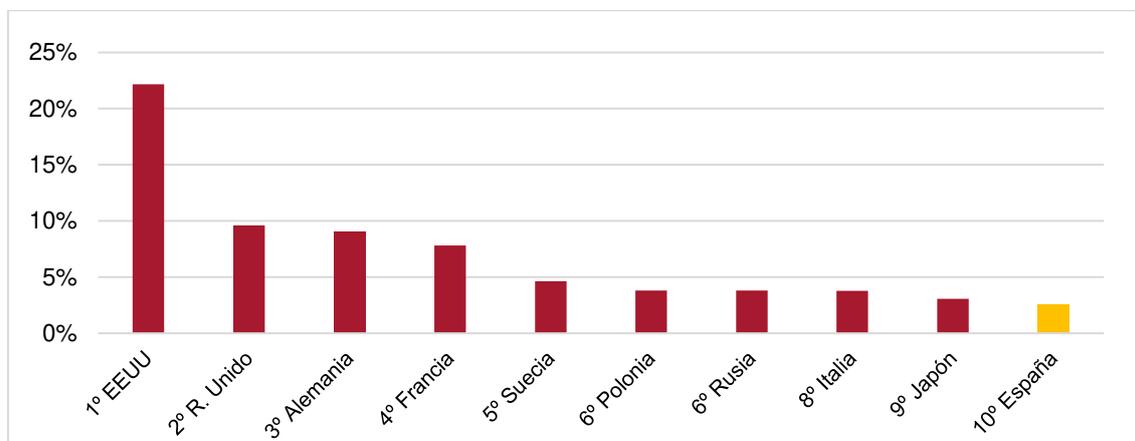


Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

<sup>1</sup> No hay datos disponibles para 2018.

<sup>2</sup> Se contabilizan los Premios Nobel de Literatura, Química, Física, Medicina y Economía; ponderando al 50% el primero y al 50% el total de los de ciencias. Se considera que la repercusión mediática y en la imagen de un país del Nobel de Literatura es similar a la del resto de categorías juntas. Se ha identificado a los individuos según su país de nacimiento y no en el que residían o del que eran nacionales en el momento de recibir el Premio.

**Gráfico 4. Posición de España en el indicador objetivo en cultura**



Fuente: Fundación Nobel, [www.nobelprize.org](http://www.nobelprize.org)

**Tabla 2. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en cultura**

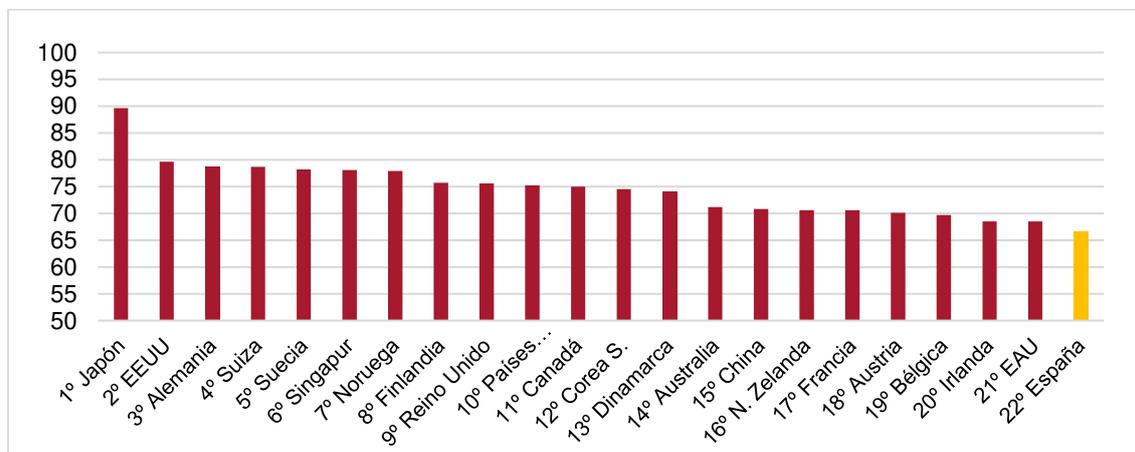
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: porcentaje ponderado de Premios Nobel nacidos en España		
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ porcent.	2018	2019	Δ porcent.
75,7	77,4	2,2%	2,60%	2,55%	-1,9%

*(c) Tecnología e innovación*

Atributo en la encuesta: “Es un país tecnológicamente avanzado: está entre los primeros en crear y comercializar nuevas tecnologías”.

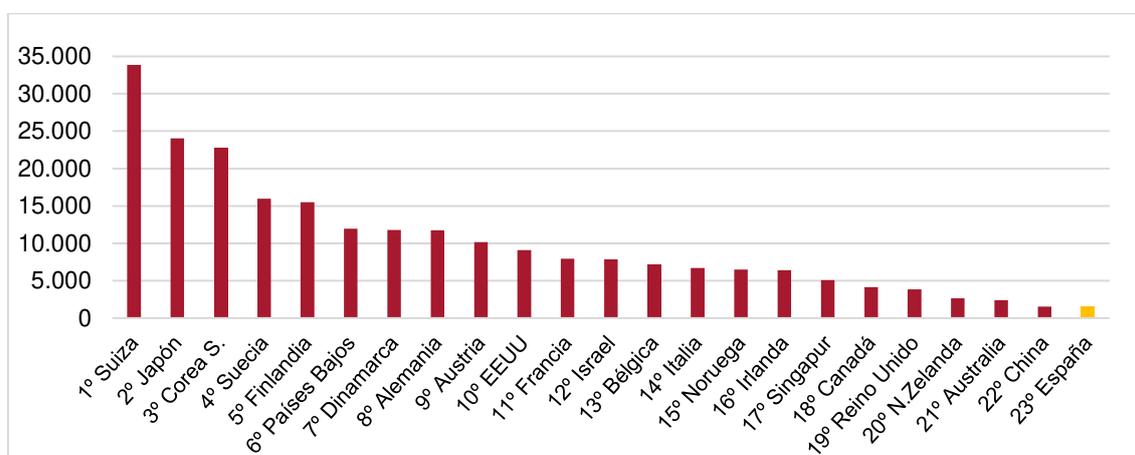
Indicador objetivo: número de patentes en vigor por millón de habitantes (2019).

**Gráfico 5. Posición de la imagen de España en tecnología e innovación**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 6. Posición de España en el indicador objetivo de tecnología e innovación**



Fuentes: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; [www3.wipo.int/ipstats/index.htm?tab=patent](http://www3.wipo.int/ipstats/index.htm?tab=patent)

**Tabla 3. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en tecnología e innovación**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: Patentes en vigor por millón de habitantes		
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ porcent.	2018	2019	Δ porcent.
62,3	66,7	7,1%	769,4	1486,4	93,2%

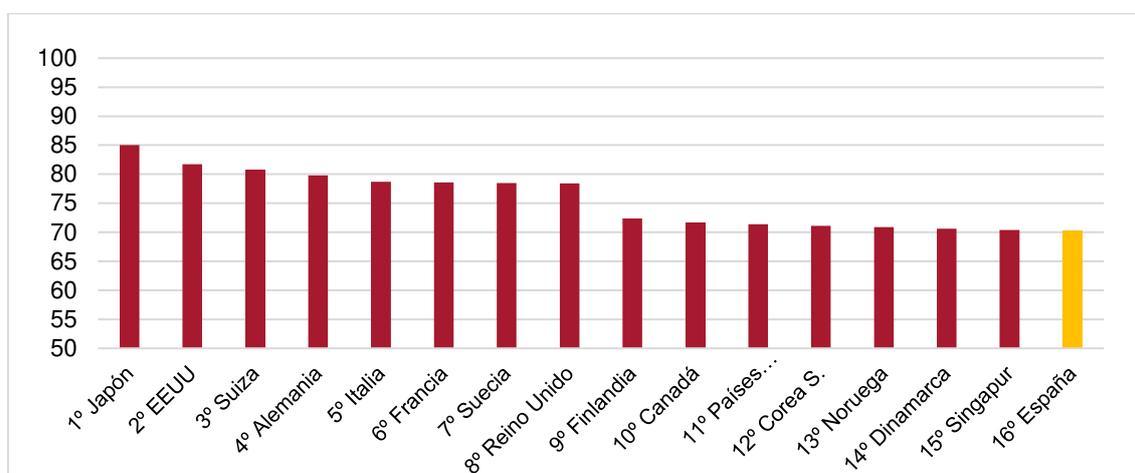
*(d) Marcas y empresas reconocidas*

Atributo en la encuesta: “Tiene muchas marcas conocidas; es el país de origen de muchas empresas punteras”.

Indicador objetivo: número de compañías originarias del país situadas en la lista *Forbes Global 2000* elaborado por la revista Forbes (2020)<sup>3</sup>.

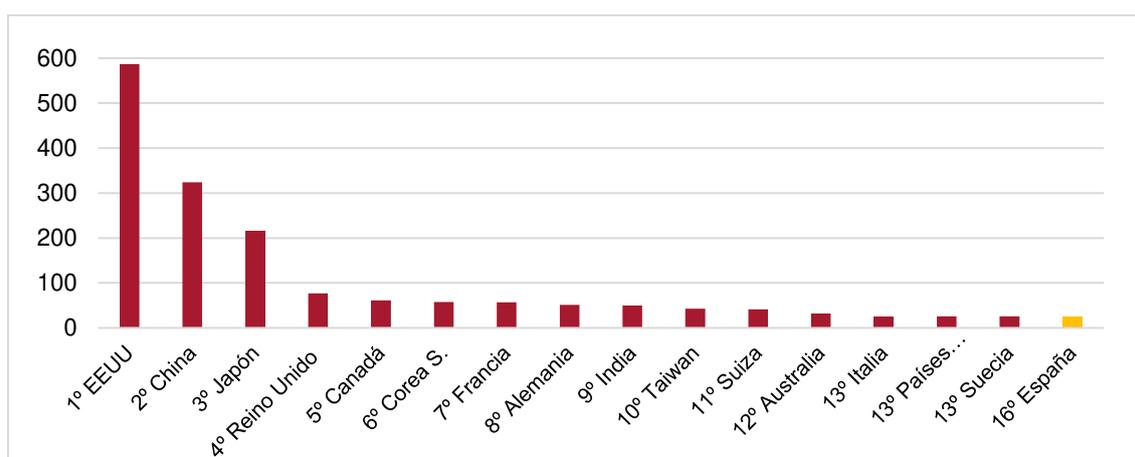
<sup>3</sup> La lista se elaboró con datos recopilados entre abril de 2019 y abril de 2020. La clasificación de las compañías por parte de Forbes está basada en cuatro variables: ventas, beneficios, activos y valor de mercado.

**Gráfico 7. Posición de la imagen de España en marcas y empresas reconocidas**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 8. Posición de España en el indicador objetivo de marcas y empresas reconocidas**



Fuente: Forbes Global 2000, [www.forbes.com/global2000](http://www.forbes.com/global2000)

**Tabla 4. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en marcas y empresas reconocidas**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: compañías españolas en la lista <i>Forbes Global 2000</i>		
1º cuatrim. 2019	1º cuatrim. 2020	Δ porcent.	2019	2020	Δ porcent.
67,9	70,2	3,4%	22	25	13,6%

Las tres primeras marcas españolas en este ranking fueron Banco Santander, Iberdrola e Inditex.

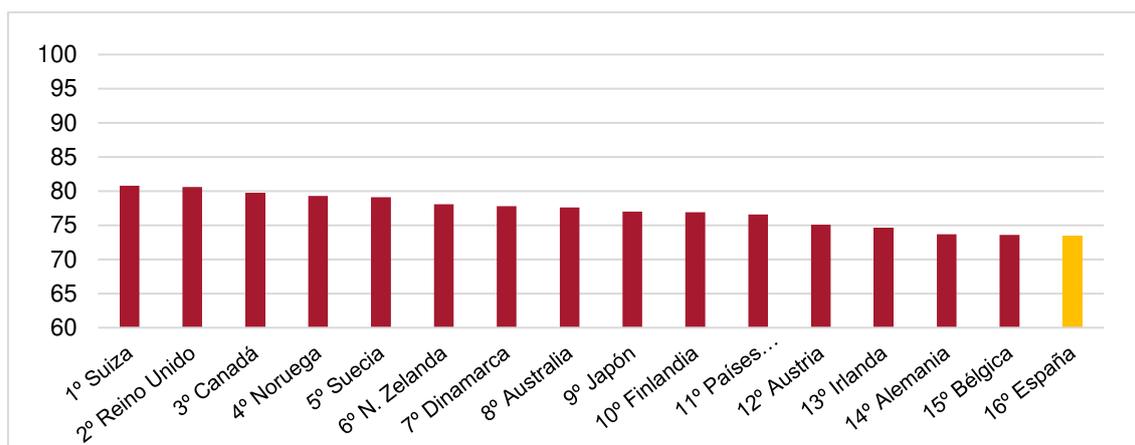
## (2.2) Aspectos en los que la realidad es peor que la imagen

### (a) País para estudiar

Atributo en la encuesta: “Recomendaría este país para ir a estudiar”.

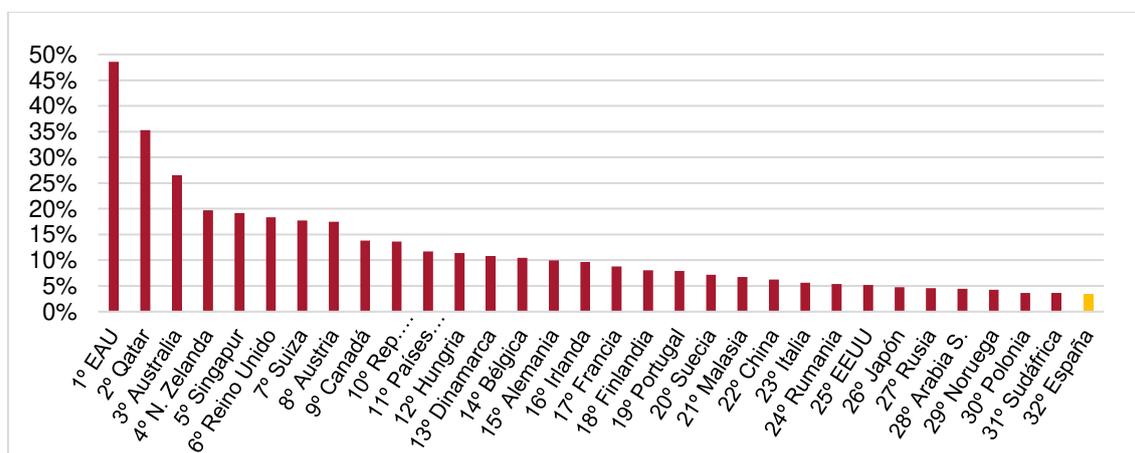
Indicador objetivo: ratio de estudiantes extranjeros en educación terciaria sobre el total (último dato disponible para España, 2018).

**Gráfico 9. Posición de la imagen de España como país para estudiar**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 10. Posición de España en el indicador objetivo de país para estudiar**



Fuente: UNESCO, [data.uis.unesco.org/Index.aspx?](http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?)

**Tabla 5. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en país para estudiar**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: porcentaje estudiantes extranj.
1 <sup>er</sup> cuatrim. 2019	1 <sup>er</sup> cuatrim. 2020	Δ percent.	No se incluyen datos por ser anteriores a 2019
70,9	73,4	3,5%	

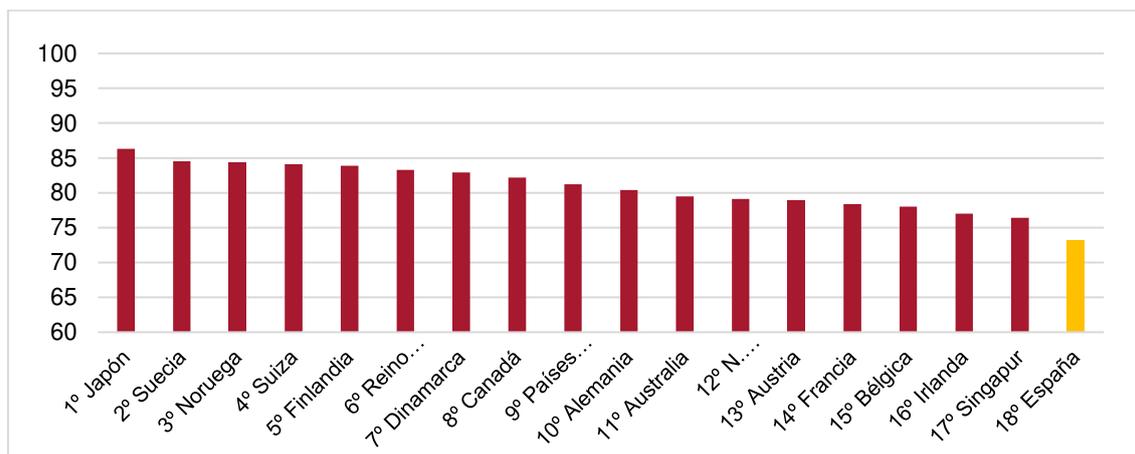
España volvió a ser en el curso 2018/19 el principal receptor de estudiantes del programa Erasmus+ con 51.058 alumnos, seguido a distancia por Alemania y Francia con 32.855 y 29.511 respectivamente. Sin embargo, el número total de estudiantes extranjeros en las Universidades españolas se mantiene en niveles bajos en comparación con los demás países, especialmente con aquellos en los que la enseñanza universitaria en inglés es práctica común.

*(b) Sistema educativo*

Atributo en la encuesta: “Ese país valora la educación; tiene universidades de gran calidad y un sistema educativo excelente”.

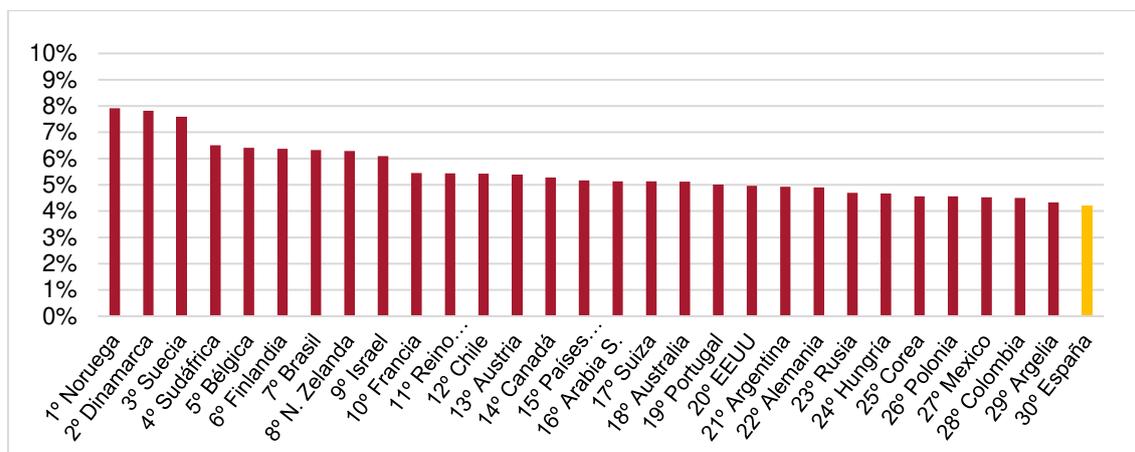
Indicador objetivo: gasto en educación en porcentaje del PIB (último dato disponible para España, 2017).

**Gráfico 11. Posición de la imagen de España en sistema educativo**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 12. Posición de España en el indicador objetivo de sistema educativo**



Fuente: UNESCO, data.uis.unesco.org

**Tabla 6. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en sistema educativo**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: gasto educativo como porcentaje del PIB
1º cuatr. 2019	1º cuatr. 2020	Δ percent.	No se incluyen datos por ser anteriores a 2019
71,1	73,2	3%	

Pueden verse en el anexo las comparaciones del atributo de imagen con otros indicadores. Se ha elegido el indicador del gasto en educación por ser el más cercano al significado de la afirmación: “Es un país que valora la educación”.

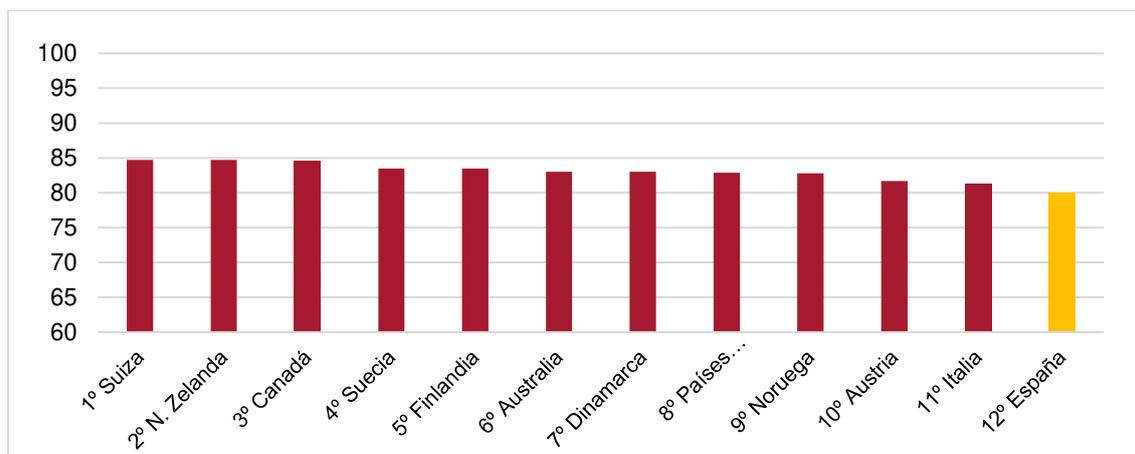
*(c) Estilo de vida*

Atributo en la encuesta: “Ese país ofrece un estilo de vida atractivo: la gente disfruta viviendo allí”.

Indicador objetivo: índice de felicidad elaborado por el *World Happiness Report (2020)*<sup>4</sup>

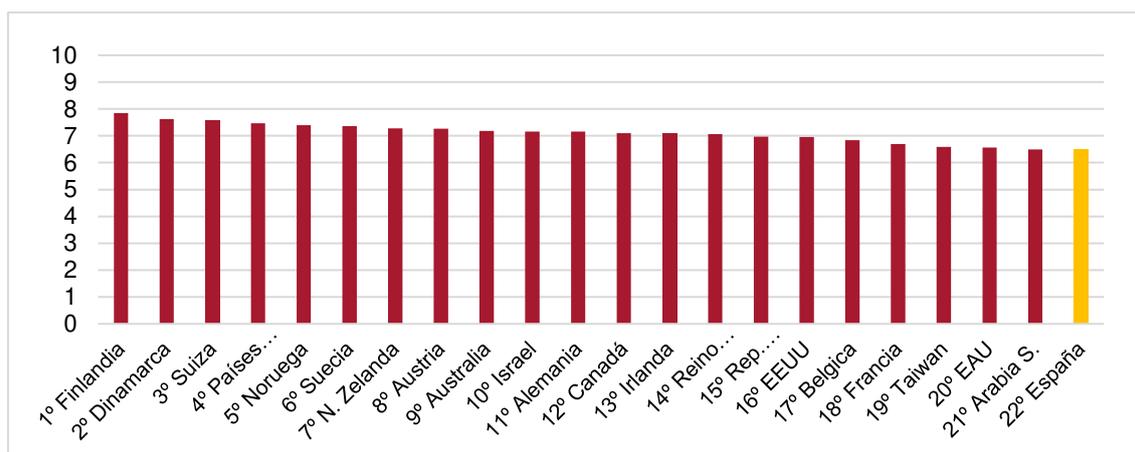
<sup>4</sup> El índice se construye con datos de 2018, 2019 y 2020. La puntuación de cada país se obtiene mediante encuestas con una valoración base (obtenida a partir de una puntuación general de los encuestados a sus vidas y sus respuestas a preguntas acerca de sus sentimientos positivos y negativos) a la que se añaden complementos que indican bienestar a través de la percepción sobre generosidad, apoyo social, libertad, renta, salud y comportamiento fiable y ético en las instituciones.

**Gráfico 13. Posición de la imagen de España en estilo de vida**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 14. Posición de España en el indicador objetivo de estilo de vida**



Fuente: World Happiness Report 2021 (ONU), [worldhappiness.report](http://worldhappiness.report)

**Tabla 7. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en estilo de vida**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: puntuación en el WHR		
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ percent.	2019	2020	Δ percent.
80,1	80,0	-0,1%	6,401	6,491	1,4%

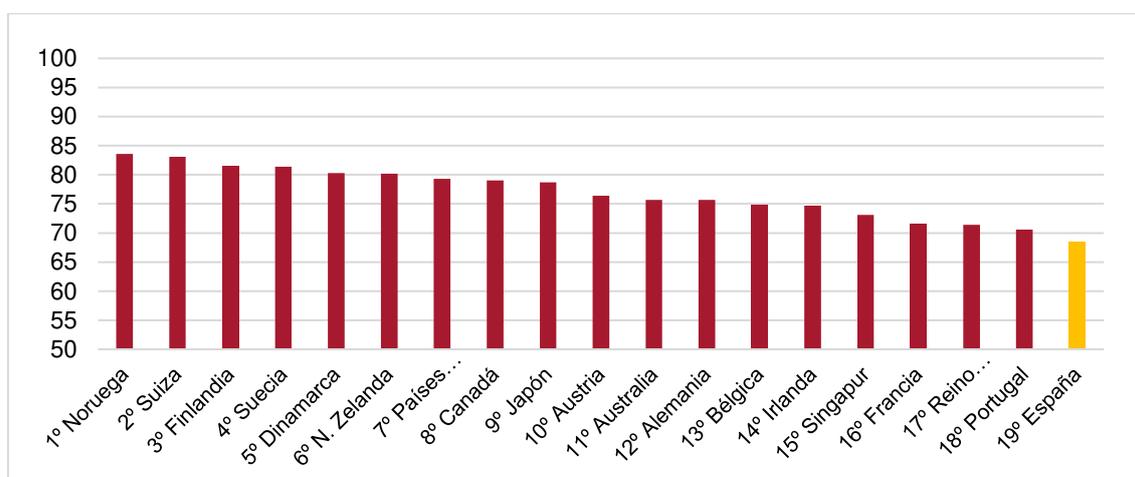
Como sucedía en las ediciones anteriores, esta comparación muestra que el estereotipo que retrata a los españoles como individuos especialmente felices tiene bastante de erróneo.

#### (d) Entorno político e institucional

Atributo en la encuesta: “Ese país está dirigido por un gobierno eficaz; cuenta con una estructura bien desarrollada de instituciones políticas y legales”.

Indicador objetivo: suma de los índices de “Efectividad Gubernamental” y “Estado de Derecho” del *Worldwide Governance Indicators* elaborados por el Banco Mundial (2019)<sup>5</sup>.

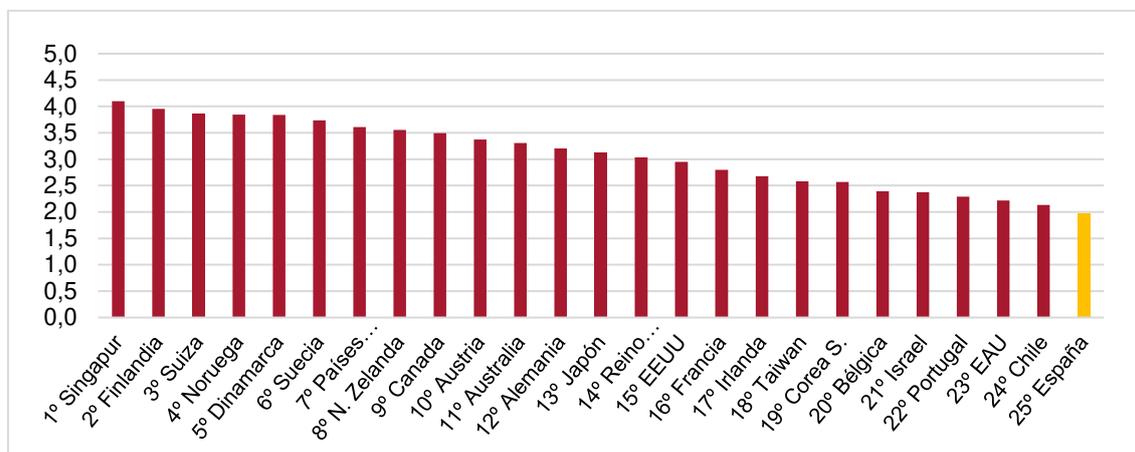
**Gráfico 15. Posición de la imagen de España en entorno político e institucional**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

<sup>5</sup> La "efectividad gubernamental" del WGI recoge percepciones acerca de la calidad de los servicios públicos, la calidad del funcionariado y su grado de independencia con respecto a las presiones políticas, la calidad en la formulación e implementación de las políticas, así como la credibilidad del compromiso gubernamental hacia esas políticas. El indicador "Estado de Derecho" del WGI recoge la confianza de distintos agentes ante las normas que regulan el cumplimiento de los contratos, los derechos de propiedad y el buen funcionamiento de la policía y la justicia.

**Gráfico 16. Posición de España en el indicador objetivo de entorno político e institucional**



Fuente: Worldwide Governance Indicators, [info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#home](http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#home)

**Tabla 8. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en entorno político e institucional**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: suma de "Efectividad Gubernamental" y "Estado de Derecho"		
1º cuatr. 2019	1º cuatr. 2020	Δ percent.	2018	2019	Δ percent.
65,6	68,4	4,3%	1,97	1,98	0,5%

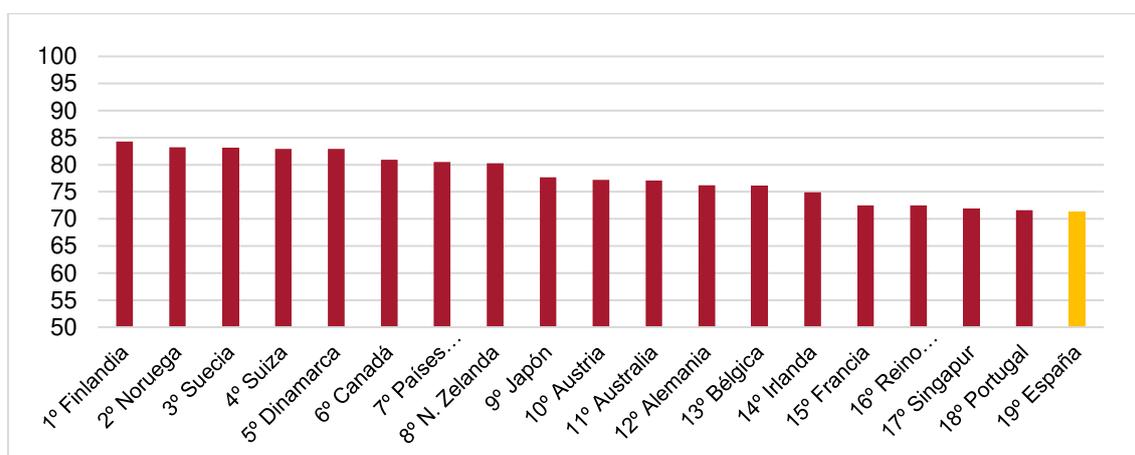
**(e) Bienestar social**

Atributo en la encuesta: "Ese país ha adoptado políticas avanzadas de carácter social y económico; se preocupa por mejorar el bienestar de todos sus ciudadanos".

Indicador objetivo: Índice de Desarrollo Humano ajustado por desigualdad (2019)<sup>6</sup>.

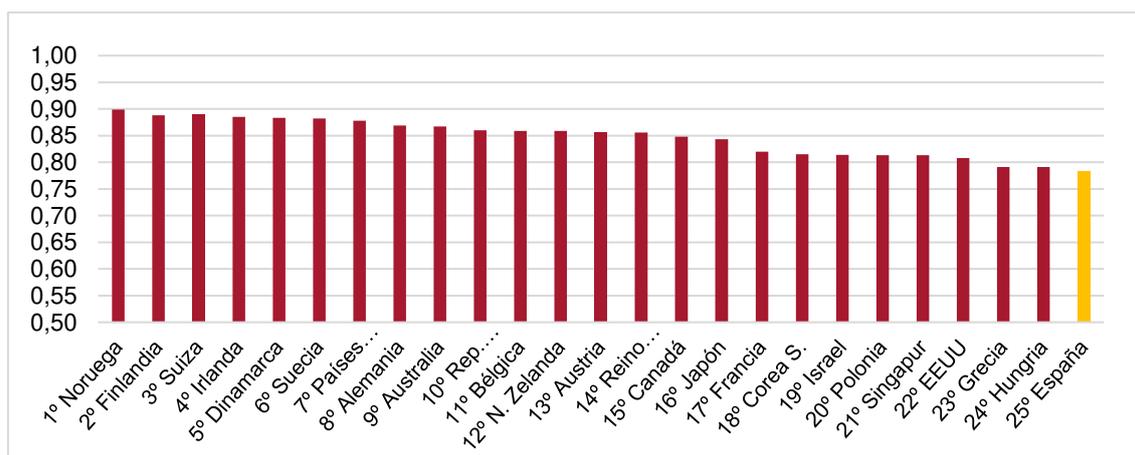
<sup>6</sup> El IDH ajustado por desigualdad (IDHD) es una medida del nivel de desarrollo humano promedio en una sociedad una vez incluida la desigualdad. Expresa el IDH de la persona promedio en una sociedad, el cual es menor al IDH agregado cuanto mayor es la desigualdad existente en la distribución de la salud, educación e ingresos.

**Gráfico 17. Posición de la imagen de España en bienestar social**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 18. Posición de España en el indicador objetivo de bienestar social**



Fuente: Programa de Desarrollo de Naciones Unidas, [hdr.undp.org/en/data](http://hdr.undp.org/en/data)

**Tabla 9. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en bienestar social**

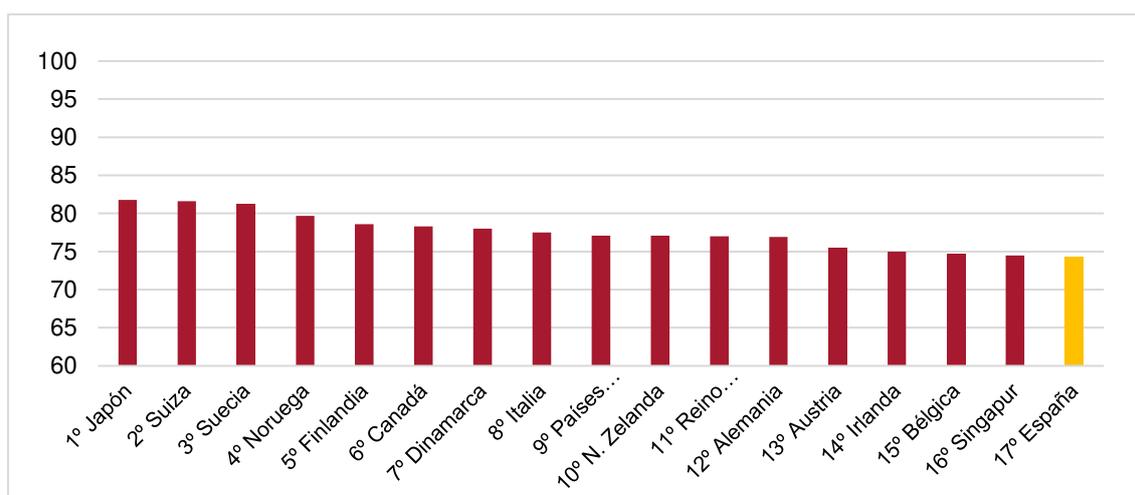
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: IGH ajustado por desigualdad		
1º cuatrim. 2019	1º cuatrim. 2020	Δ percent.	2018	2019	Δ percent.
68,2	71,3	4,5%	0,765	0,783	2,4%

### (f) País para comprar

Atributo en la encuesta: “Recomendaría comprar productos y servicios procedentes de ese país”.

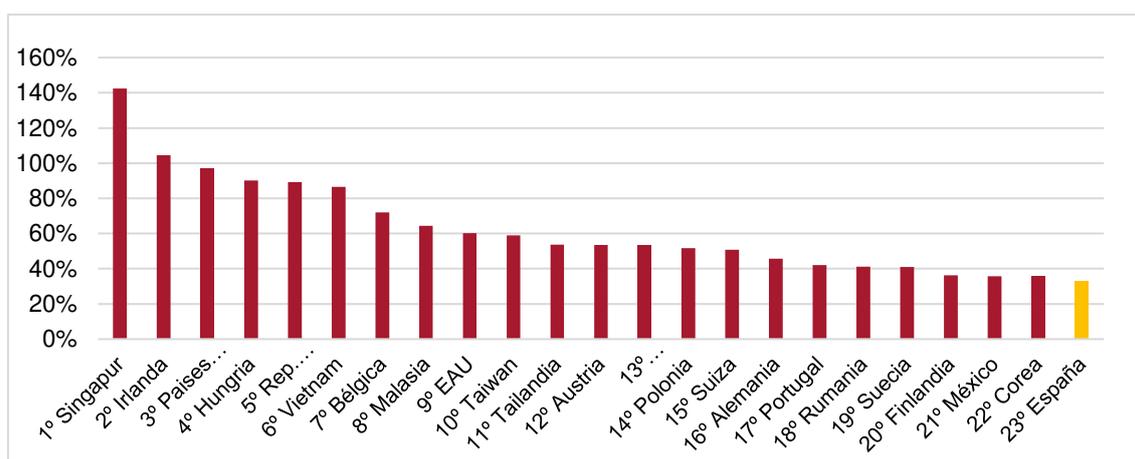
Indicador objetivo: porcentaje del valor de las exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB (2019)<sup>7</sup>.

**Gráfico 19. Posición de la imagen de España como país para comprar**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 20. Posición de España en el indicador objetivo de país para comprar**



Fuente: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, [unctad.org/en/Pages/Home.aspx](http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx)

<sup>7</sup> De las exportaciones han sido excluidos los productos minerales y energéticos.

**Tabla 10. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en país para comprar**

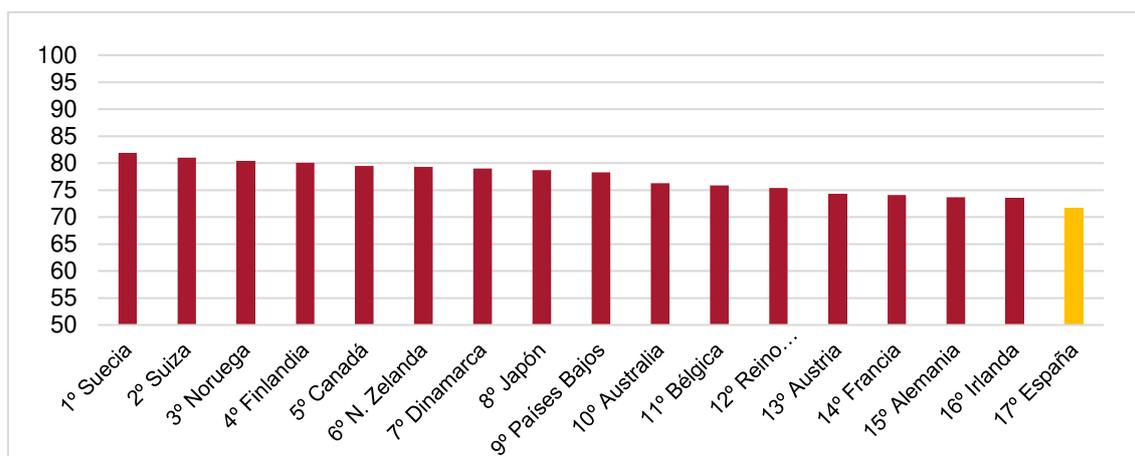
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: porcentaje de las exportaciones sobre el PIB		
1 <sup>er</sup> cuatrim. 2019	1 <sup>er</sup> cuatrim. 2020	Δ porcent.	2018	2019	Δ porcent.
72,3	74,3	2,8%	31,43%	33,08%	5,2%

*(g) Respeto internacional*

Atributo en la encuesta: “Ese país es un participante responsable en la comunidad global; apoya buenas causas y sus líderes son personas respetadas internacionalmente”.

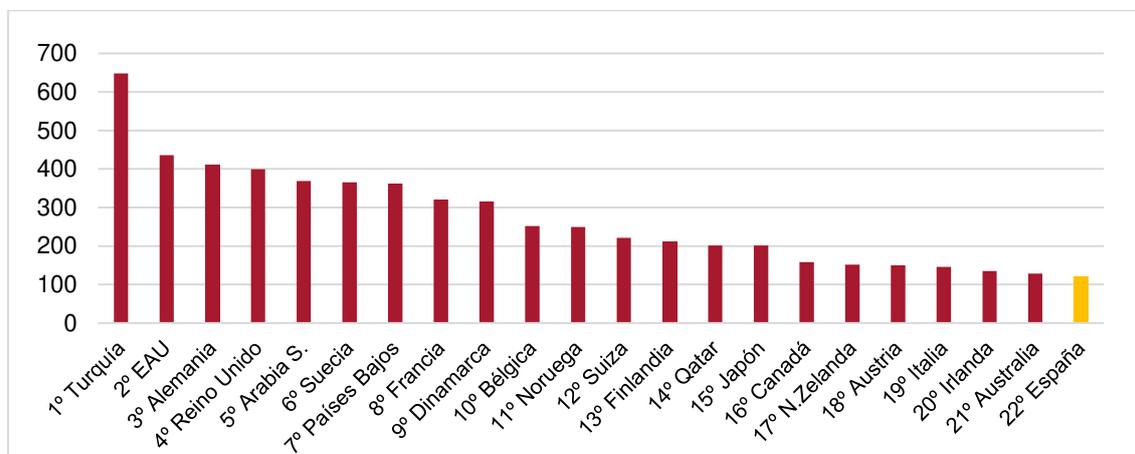
Indicador objetivo: índice de cooperación al desarrollo medido por el Índice Elcano de Presencia Global (en relación al PIB, 2019).

**Gráfico 21. Posición de la imagen de España en respeto internacional**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 22. Posición de España en el indicador objetivo de respeto internacional**



Fuentes: Índice Elcano de Presencia Global (cuya principal fuente primaria es la OCDE, complementada con fuentes oficiales nacionales y estimaciones propias) [www.globalpresence.realinstitutoelcano.org/es](http://www.globalpresence.realinstitutoelcano.org/es)

**Tabla 11. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en respeto internacional**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: inversión en cooperación al desarrollo por PIB		
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ percent.	2018	2019	Δ percent.
68,4	71,8	5%	92,9	121,1	30,4%

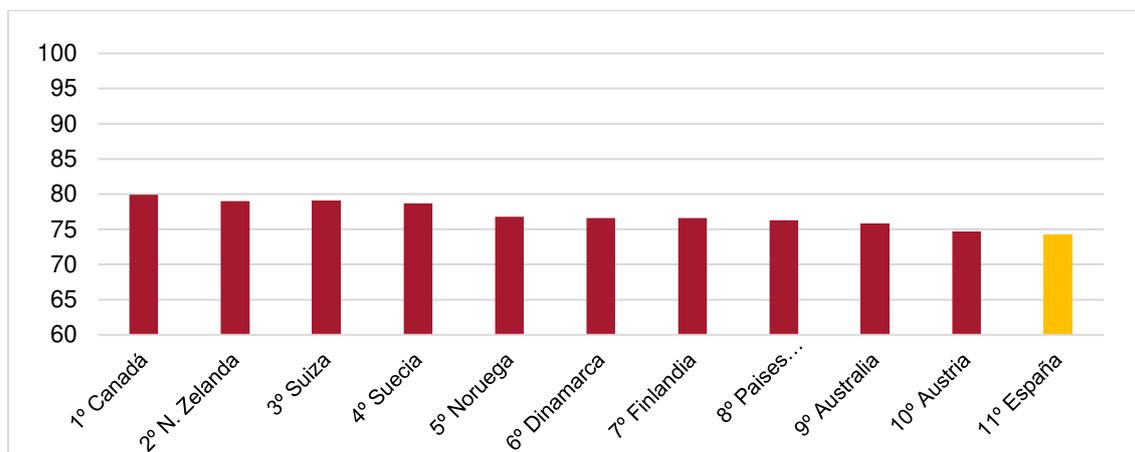
Pueden verse en el anexo las comparaciones del atributo de imagen con otros indicadores. Se ha elegido el indicador de inversión en ayuda al desarrollo por considerarlo el más cercano al atributo.

*(h) País para vivir*

Atributos en la encuesta: “Recomendaría España como país para vivir”.

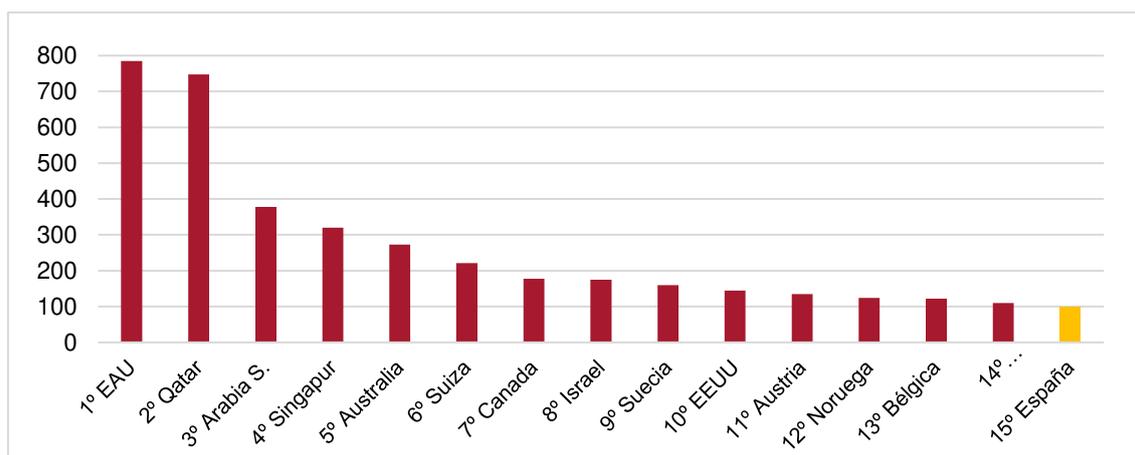
Indicador objetivo: *stock* migratorio neto por 1.000 habitantes (2019).

**Gráfico 23. Posición de la imagen de España como país para vivir**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 24. Posición de España en el indicador objetivo de país para vivir**



Fuente: Departamento de Economía y Asuntos Sociales de Naciones Unidas  
[www.un.org/development/desa/pd/content/international-migrant-stock](http://www.un.org/development/desa/pd/content/international-migrant-stock)

**Tabla 12. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en país para vivir**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: <i>stock</i> migratorio neto por 1.000 habitantes		
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ percent.	2017 <sup>8</sup>	2019	Δ percent.
73,7	74,2	0,7%	99,3	99,9	0,6%

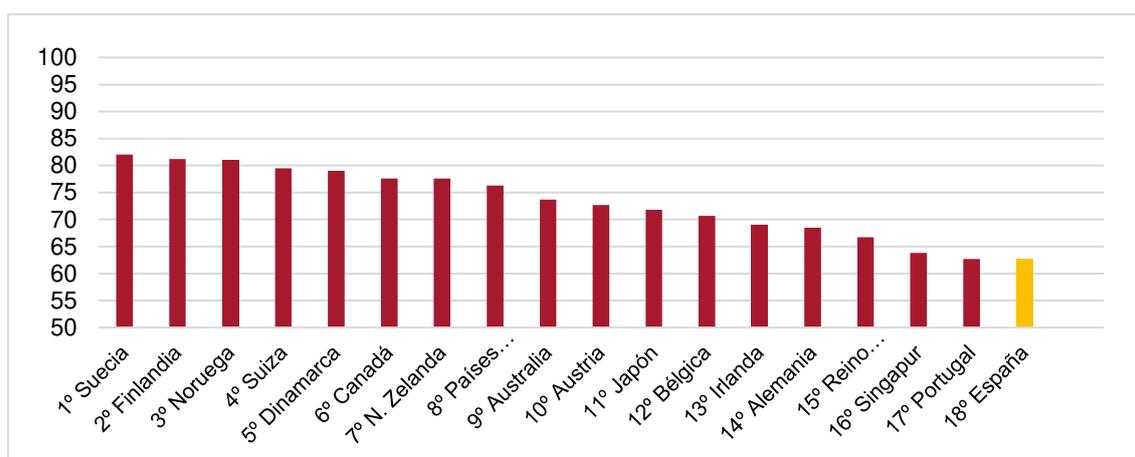
<sup>8</sup> No hay datos disponibles para 2018.

### (i) Ética y transparencia

Atributo en la encuesta: “Es un país ético con alto nivel de transparencia y bajo nivel de corrupción”.

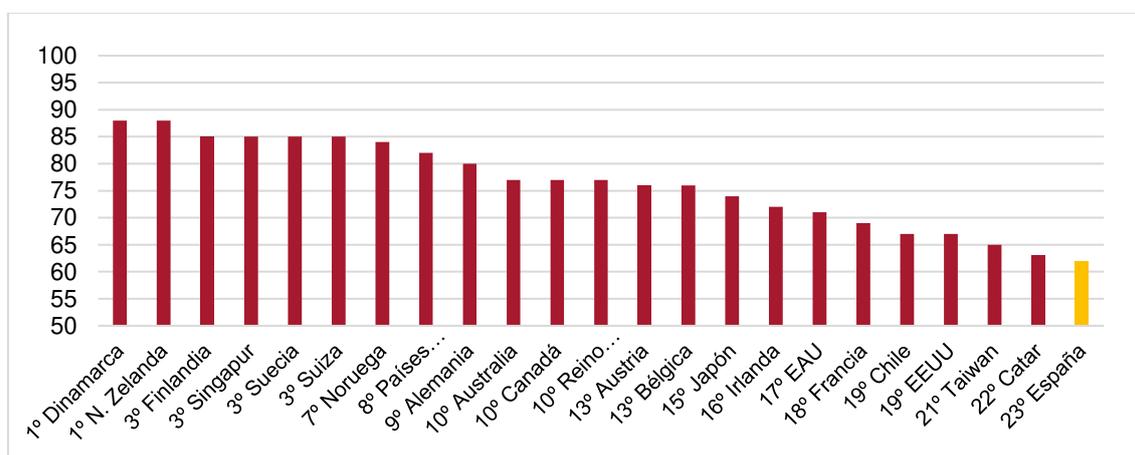
Indicadores objetivos: índice de percepción de la corrupción de Transparencia Internacional (2019)<sup>9</sup>.

**Gráfico 25. Posición de la imagen de España en ética y transparencia**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 26. Posición de España en el indicador objetivo de ética y transparencia**



Fuente: Transparencia Internacional, [www.transparency.org/cpi2020](http://www.transparency.org/cpi2020)

<sup>9</sup> Para la elaboración del índice de Transparencia Internacional se usan datos provenientes de 13 instituciones.

**Tabla 13. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en ética y transparencia**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: Índice de Transparencia Internacional (escala 0-100)		
1 <sup>er</sup> cuatrim. 2019	1 <sup>er</sup> cuatrim. 2020	Δ porcent.	2018	2019	Δ porcent.
62,7	66,8	6,5%	62	62	0%

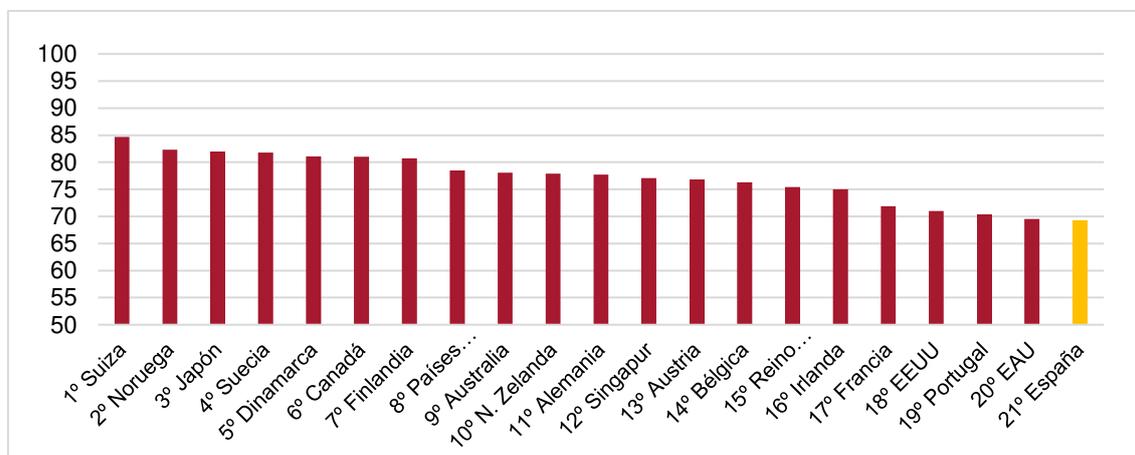
Tal y cómo se refleja en los Barómetros de Imagen de España, los escándalos de corrupción y la percepción extendida entre los españoles respecto a la corrupción en las diferentes administraciones públicas afectan poco a la imagen internacional de España.

*(j) Entorno económico*

Atributo en la encuesta: “Ese país ofrece un entorno favorable para hacer negocios; cuenta con una economía estable de bajo riesgo y con una infraestructura desarrollada”.

Indicador objetivo: índice de “calidad regulatoria” elaborado por el *Worldwide Governance Indicators* del Banco Mundial (2019)<sup>10</sup>.

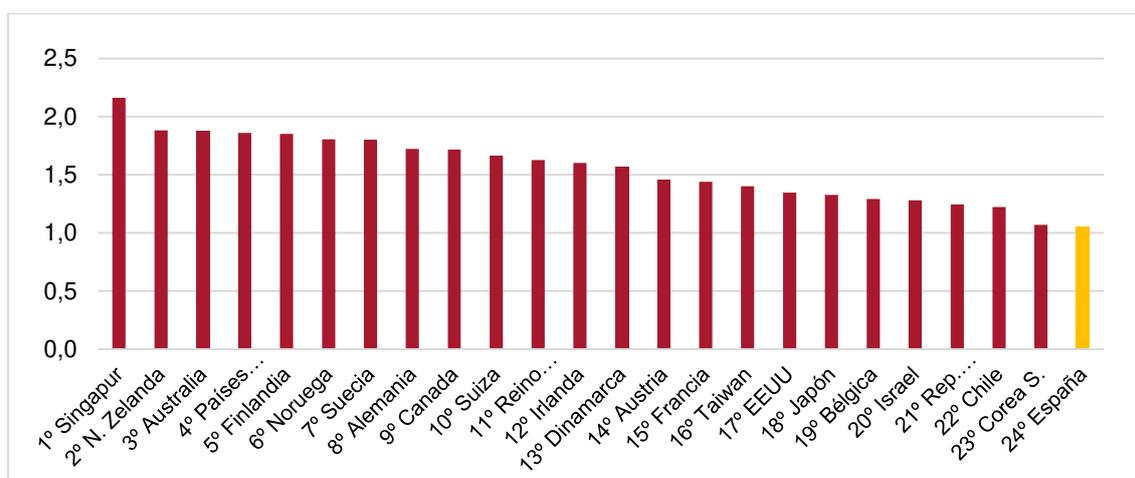
**Gráfico 27. Posición de la imagen de España en entorno económico**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

<sup>10</sup> La “calidad regulatoria” del *Worldwide Governance Indicators* recoge percepciones acerca de la capacidad del gobierno para implementar políticas y diseñar regulaciones que fomenten el desarrollo del sector privado. La clasificación se elabora a partir de 32 fuentes (organizaciones internacionales, *think tanks*, empresas privadas, institutos de investigación y ONG), cuyos datos han sido re-escalados para homogeneizarlos y combinarlos.

**Gráfico 28. Posición de España en el indicador objetivo de entorno económico**



Fuente: Worldwide Governance Indicators, [info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#home](http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#home)

**Tabla 14. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en entorno económico**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: índice de “calidad regulatoria” del WGI		
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ porcent.	2018	2019	Δ porcent.
66,5	69,2	4,1%	0,95	1,05	10,5%

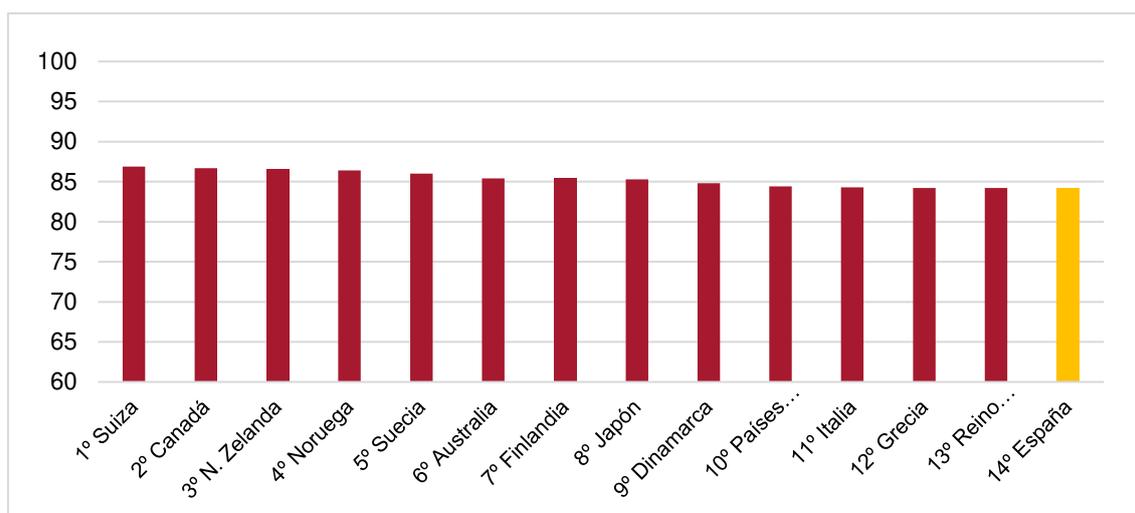
## (2.3) Aspectos en los que la realidad es mejor que la imagen

### (a) País para visitar

Atributo en la encuesta: “Recomendaría este país para visitarlo”.

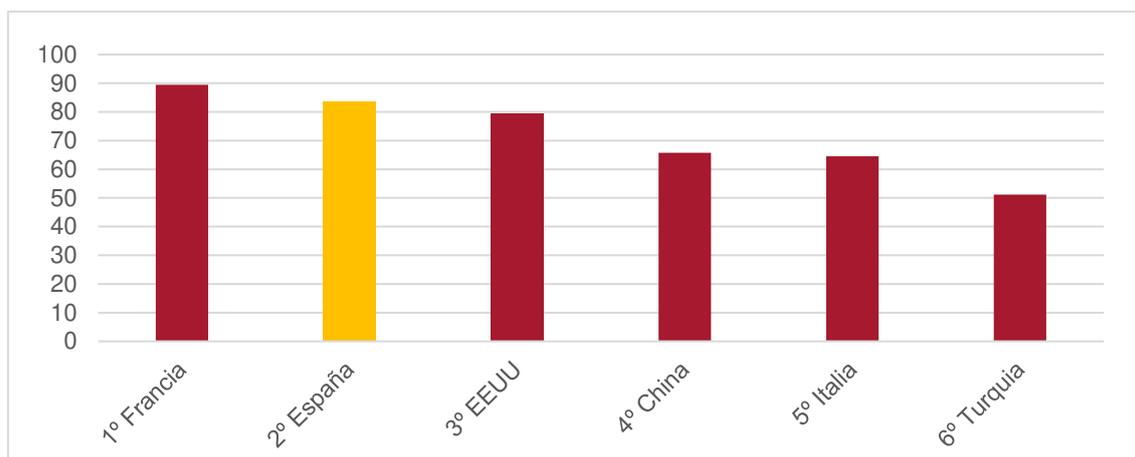
Indicador objetivo: millones de turistas recibidos (2019).

**Gráfico 29. Posición de la imagen de España como país para visitar**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 30. Posición de España en el indicador objetivo de país para visitar**



Fuente: Organización Mundial del Turismo, [www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism](http://www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism)

**Tabla 15. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en país para visitar**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: millones de turistas al año		
1 <sup>er</sup> cuatrim. 2019	1 <sup>er</sup> cuatrim. 2020	Δ porcent.	2018	2019	Δ porcent.
87	84,2	-3,2%	82,8	83,5	0,8%

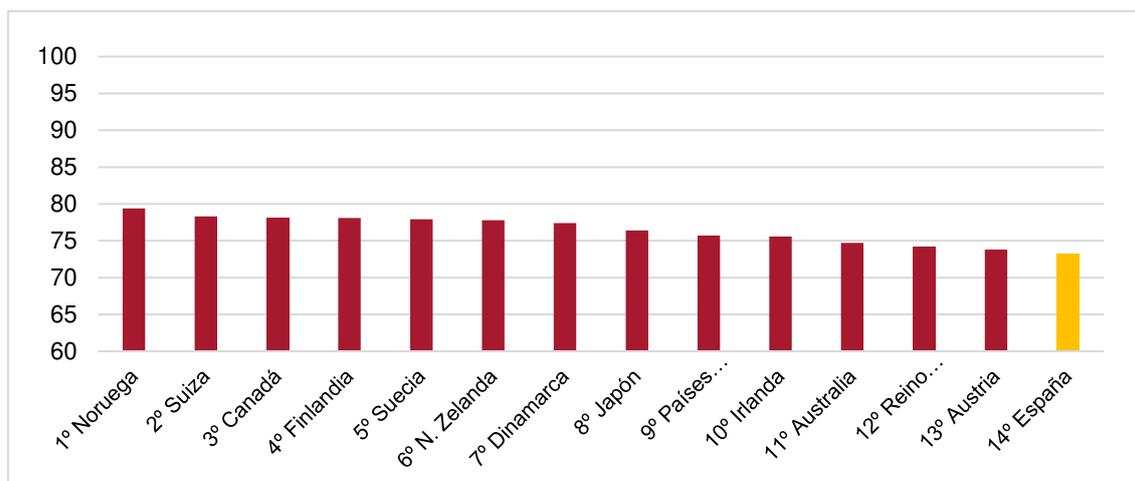
En 2019 aumentó por décimo año consecutivo el número de visitantes extranjeros en España, sólo superada por Francia.

*(b) País para asistir a eventos*

Atributo en la encuesta: “Recomendaría este país para asistir a eventos”.

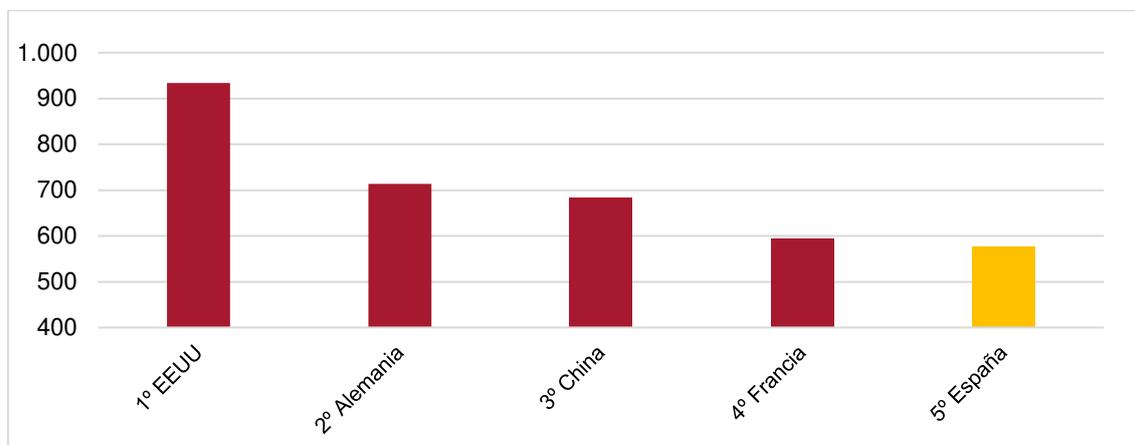
Indicador objetivo: número de convenciones y conferencias internacionales celebradas en el país (2019).

**Gráfico 31. Posición de la imagen de España como país para asistir a eventos**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 32. Posición de España en el indicador objetivo de país para asistir a eventos**



Fuente: International Congress and Convention Association, [www.iccaworld.org/knowledge/article.cfm?artid=701](http://www.iccaworld.org/knowledge/article.cfm?artid=701)

**Tabla 16. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en país para asistir a eventos**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: nº de convenciones y conferencias internacionales		
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ porcent.	2018	2019	Δ porcent.
72,3	73,2	1,2%	595	578	-2,9%

Barcelona y Madrid fueron la cuarta y quinta ciudad del mundo donde se celebraron un mayor número de convenciones y conferencias internacionales durante 2019 (156 y 154 respectivamente).

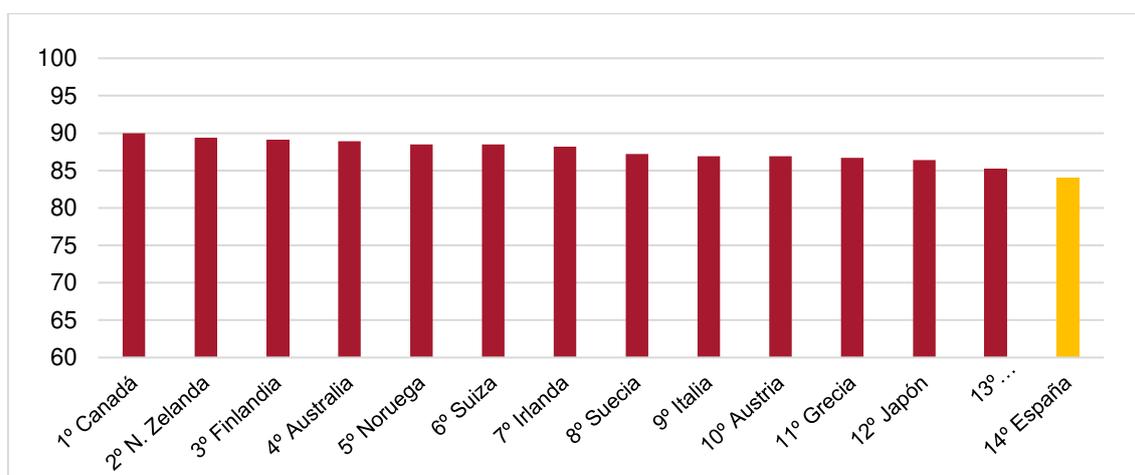
*(c) Entorno natural*

Atributo en la encuesta: “Es un país hermoso; cuenta con un atractivo entorno natural”.

Indicador objetivo: porcentaje de superficie considerado por la UNESCO patrimonio natural, natural-cultural o reserva de la biosfera (2020) <sup>11</sup>.

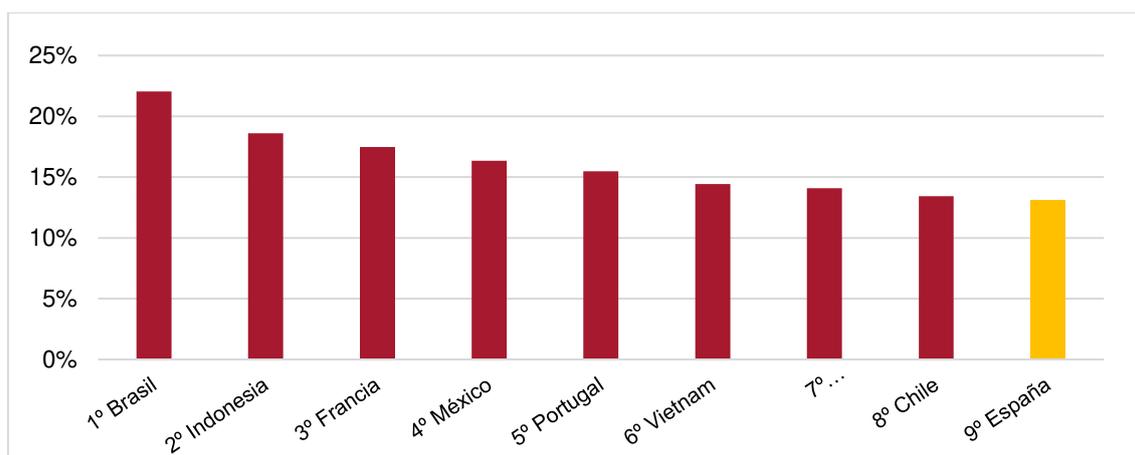
<sup>11</sup> Los patrimonios naturales y naturales-culturales pueden solaparse con las reservas de la biosfera e incluyen superficie tanto terrestre como marina.

**Gráfico 33. Posición de la imagen de España en entorno natural**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 34. Posición de España en el indicador objetivo de entorno natural**



Fuente: UNESCO; [whc.unesco.org/](http://whc.unesco.org/) y [www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/ecological-sciences/biosphere-reserves/](http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/ecological-sciences/biosphere-reserves/)

**Tabla 17. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en entorno natural**

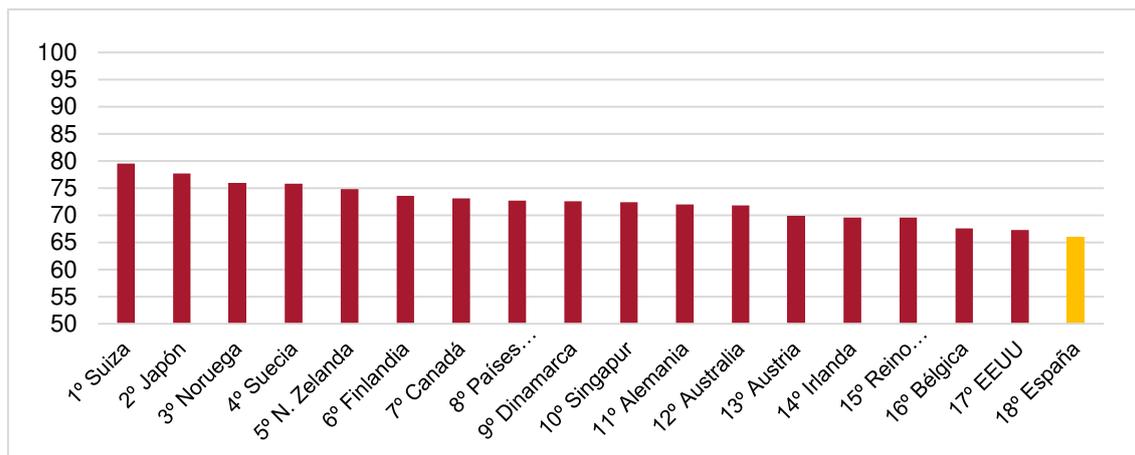
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: porcentaje territorial declarado patrimonio natural, natural-cultural o Reserva de la Biosfera		
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ percent.	2019	2020	Δ percent.
85,4	84,1	-1,5%	13,09%	13,09%	0%

(d) País para invertir

Atributo en la encuesta: “Recomendaría este país para invertir en él”.

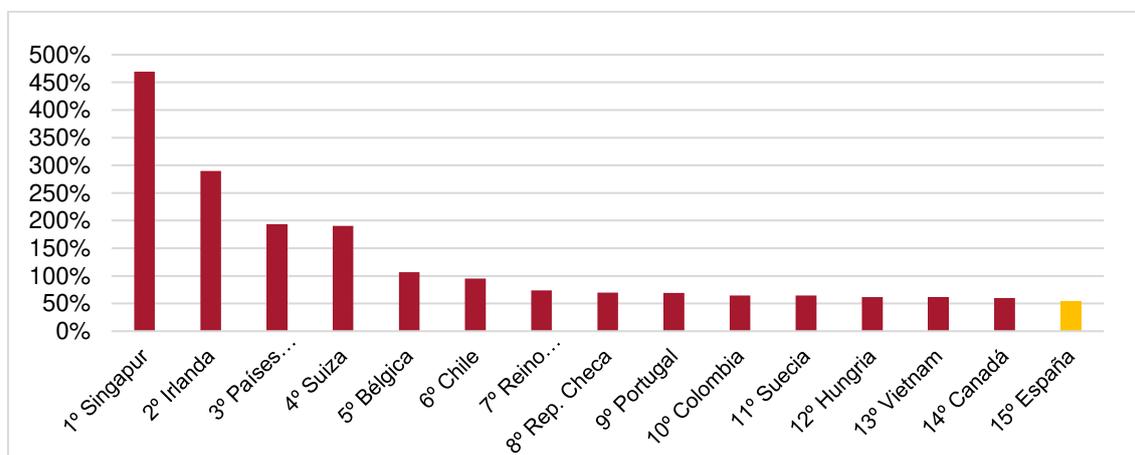
Indicador objetivo: stock de inversión extranjera directa en el país en relación al PIB (2019).

Gráfico 35. Posición de la imagen de España como país para invertir



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

Gráfico 36. Posición de España en el indicador objetivo de país para invertir



Fuente: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, [unctad.org/en/Pages/Home.aspx](http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx)

**Tabla 18. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en país para invertir**

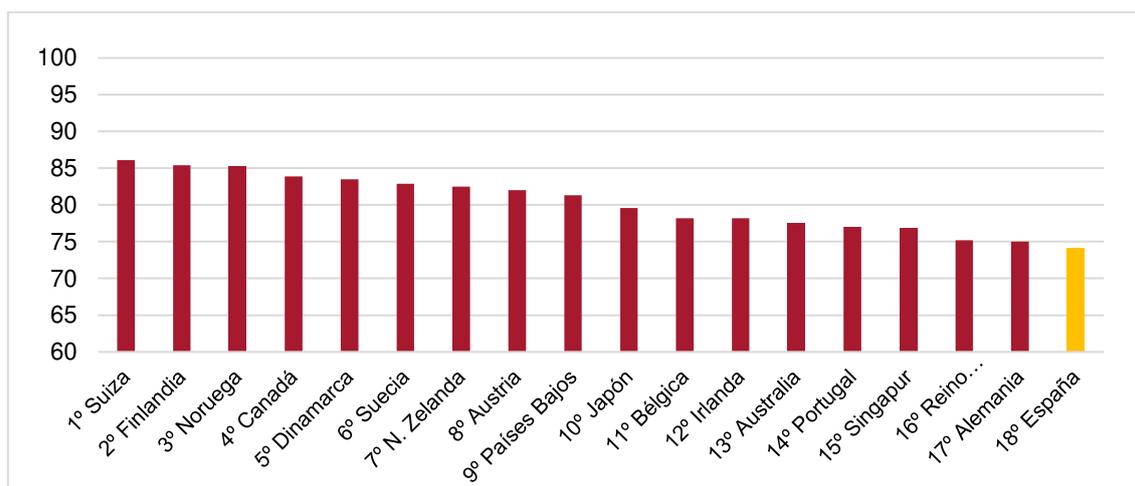
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: porcentaje del <i>stock</i> de IED sobre el PIB		
1 <sup>er</sup> cuatrim. 2019	1 <sup>er</sup> cuatrim. 2020	Δ porcent.	2018	2019	Δ porcent.
62,9	65,9	4,8%	51,81%	54,39%	5%

**(e) Seguridad**

Atributo en la encuesta: “Es un país seguro; ofrece un ambiente seguro tanto para los visitantes como para sus habitantes”.

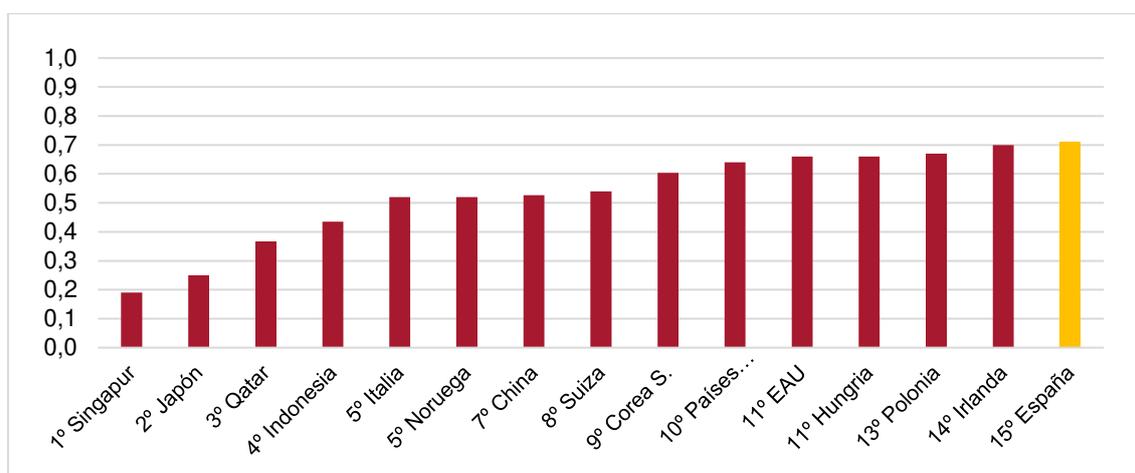
Indicador objetivo: número de homicidios al año por cada 100.000 habitantes (2019).

**Gráfico 37. Posición de la imagen de España en seguridad**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 38. Posición de España en el indicador objetivo de seguridad**



Fuente: Oficina de Naciones Unidas para Crímenes y Drogas, [dataunodc.un.org/data/homicide/Homicide%20rate%20by%20sex](https://dataunodc.un.org/data/homicide/Homicide%20rate%20by%20sex)

**Tabla 19. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en seguridad**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: valor inverso de homicidios por 100.000 habitantes		
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ percent.	2018	2019	Δ percent.
73	74,1	1,5%	1,61	1,41	-12,4%

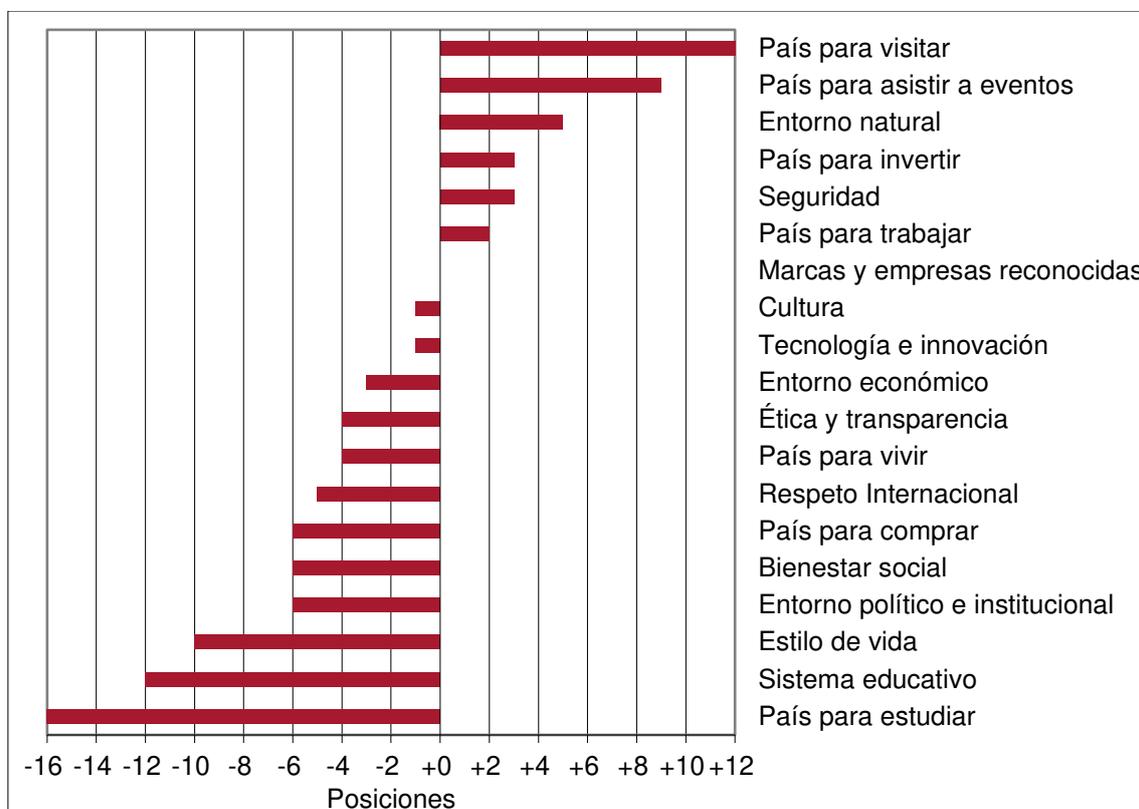
En este indicador se utiliza el valor inverso porque un descenso en el número de homicidios supone una mejora. La ratio de homicidios en España fue de 0,62 por 100.000 habitantes en 2018 y de 0,71 en 2019.

### (3) En conclusión

Se han comparado sistemáticamente los elementos que componen la imagen de España en el exterior con los datos objetivos que se recogen en las estadísticas internacionales, clasificando el resultado de la comparación en tres grupos de elementos: aquellos en los que la realidad internacional de España coincide *grasso modo* con la valoración que se hace de ella desde el exterior, aquellos en los que esa realidad es significativamente peor que la imagen y, por último, aquellos elementos en los que la realidad de España es significativamente mejor que su imagen.

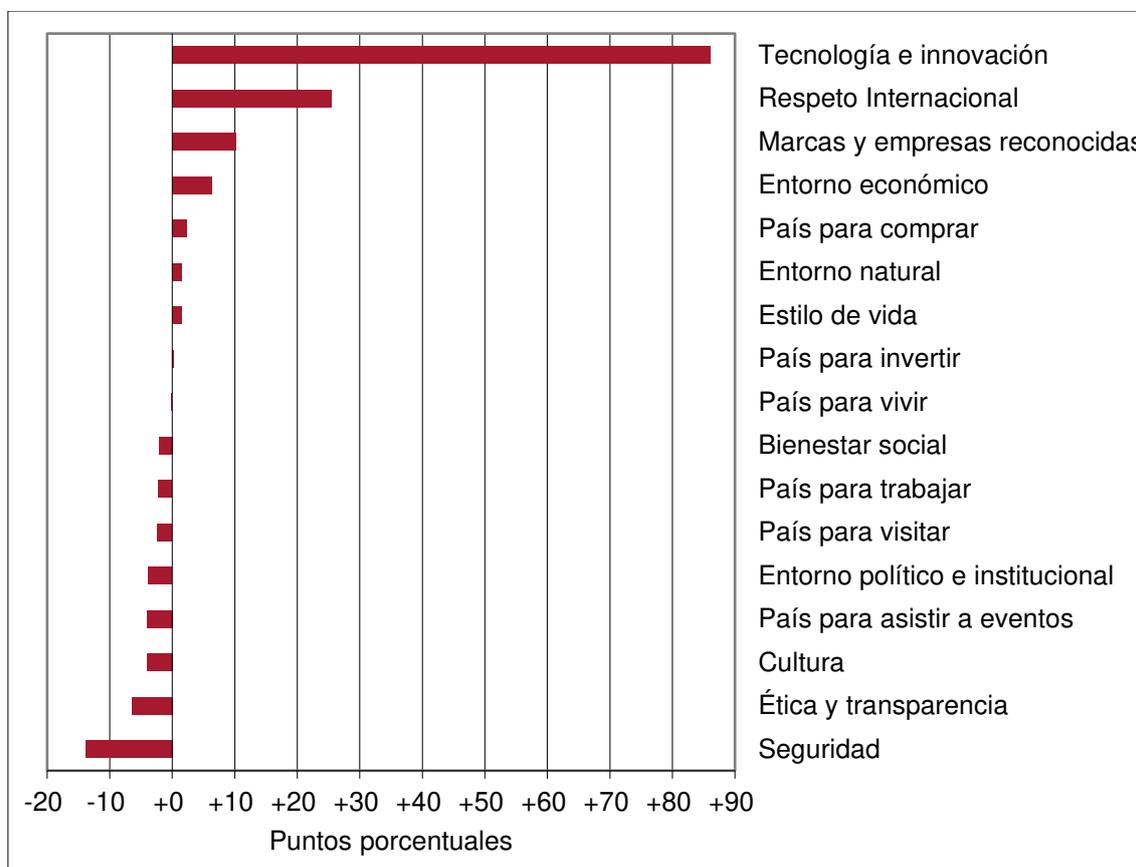
A pesar de su descenso con respecto a la pasada edición del SIDIR, siguen siendo mucho más numerosos los aspectos en los que la opinión pública internacional sobreestima la realidad española.

**Gráfico 39. Diferencia entre las posiciones españolas en los rankings de indicadores objetivos y en el de imagen en los 19 ámbitos analizados**



En cuanto a la evolución nacional, al margen de cuál sea la posición española en los rankings, en el Gráfico 40 se muestra la comparación entre los avances o retrocesos en los logros reales y los avances o retrocesos en la evaluación internacional de cada uno de los aspectos para el periodo 2019-2020. Los elementos que aparecen situados a la derecha del eje son aquellos en los que la realidad ha mejorado más (o empeorado menos) que la imagen: la tecnología e innovación es, con mucha diferencia, la variable más destacada a este respecto. Por su parte, los atributos que se encuentran a la izquierda del eje central son aquellos en los que la evaluación externa de España ha mejorado más que su realidad, lo que ha ocurrido en ocho de los 17 los ítems, con una diferencia especialmente notoria en el caso de la seguridad.

**Gráfico 40. Diferencia entre los porcentajes de la evolución de la realidad española y los de la evolución de su imagen**



No se han incluido aquellos atributos cuyos indicadores objetivos no ha podido ser actualizados.

El SIDIR seguirá actualizándose anualmente a partir de los nuevos datos de imagen y de los resultados de las estadísticas internacionales. La aparición de nuevas fuentes e indicadores, el acceso a nuevos datos de opinión, y la realización de las modificaciones metodológicas que se consideren aconsejables convierten el SIDIR en un sistema abierto y dinámico en su objetivo de ofrecer una foto fidedigna de la distancia entre la imagen y la realidad españolas.

#### (4) Anexo

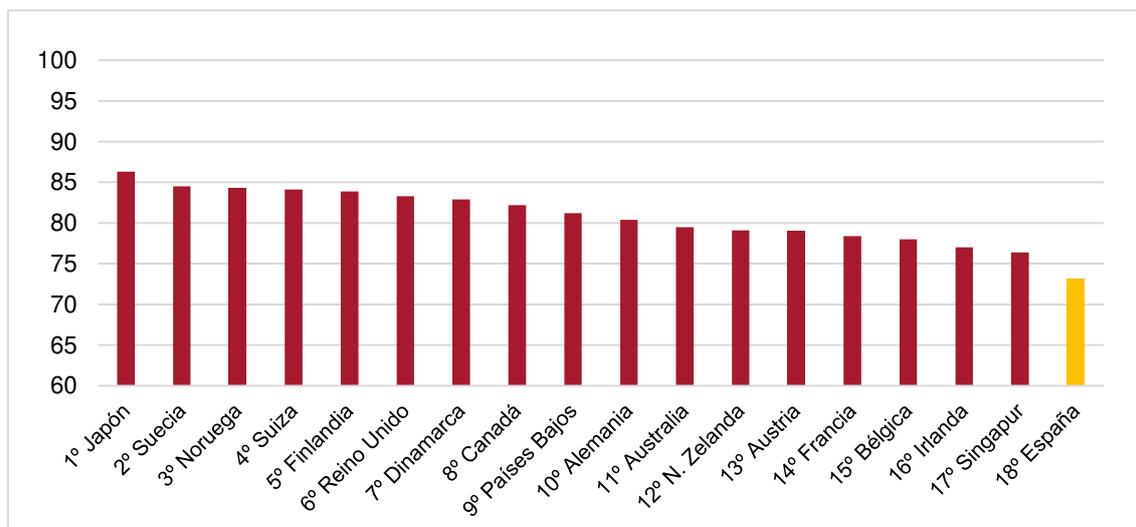
En este anexo se presentan los datos relativos a los indicadores objetivos que se excluyen de la comparación desde 2020. Se trata de indicadores que en ediciones anteriores a 2020 se utilizaban para comparar un atributo (imagen) de composición interna heterogénea, con diferentes indicadores estadísticos. Puesto que esa comparación podía resultar confusa por sus resultados diversos, se ha optado, como se explicaba en la introducción, por utilizar sólo un indicador para cada rasgo de imagen. Sin embargo, para permitir a los interesados el seguimiento de la evolución de cada indicador, se presentan aquí sus datos.

(a) Sistema educativo: escuelas de negocios

Atributo en la encuesta: “Ese país valora la educación; tiene universidades de gran calidad y un sistema educativo excelente”.

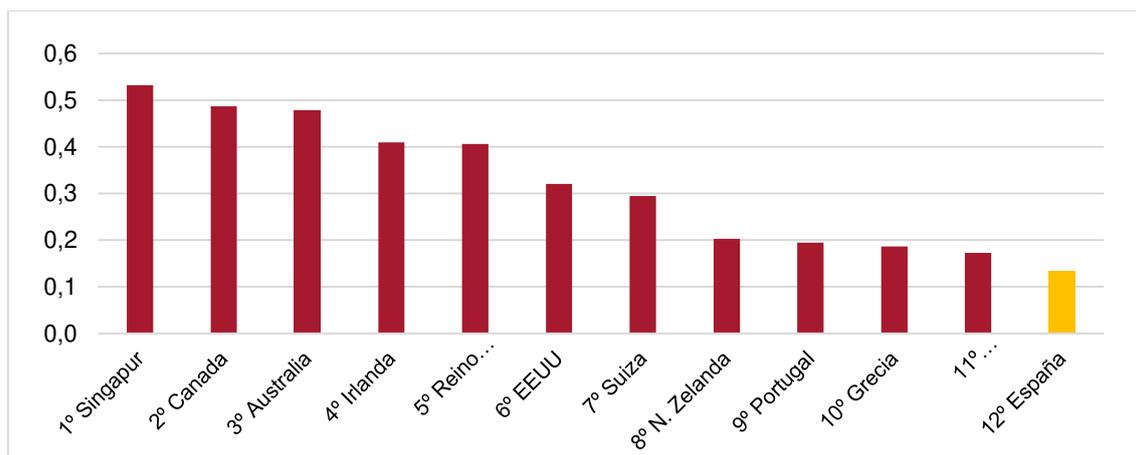
Indicador objetivo: presencia de programas MBA en el ranking del *QS Global MBA Rankings 2021*, por millón de habitantes (2019)<sup>12</sup>.

**Gráfico 41. Posición de la imagen de España en sistema educativo**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 42. Posición de España en el indicador objetivo de sistema educativo**



Fuente: *QS Global MBA Rankings 2021*, [www.topuniversities.com/university-rankings/mba-rankings/global/2021](http://www.topuniversities.com/university-rankings/mba-rankings/global/2021)

<sup>12</sup> Datos recogidos en 2020, pero basados en información de 2019. El ranking del *QS Global MBA* ordena los programas MBA (incluye 256) en base a diversos criterios tales como la empleabilidad de sus alumnos, su nivel de emprendimiento, el retorno de la inversión o la diversidad del alumnado.

**Tabla 20. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en sistema educativo**

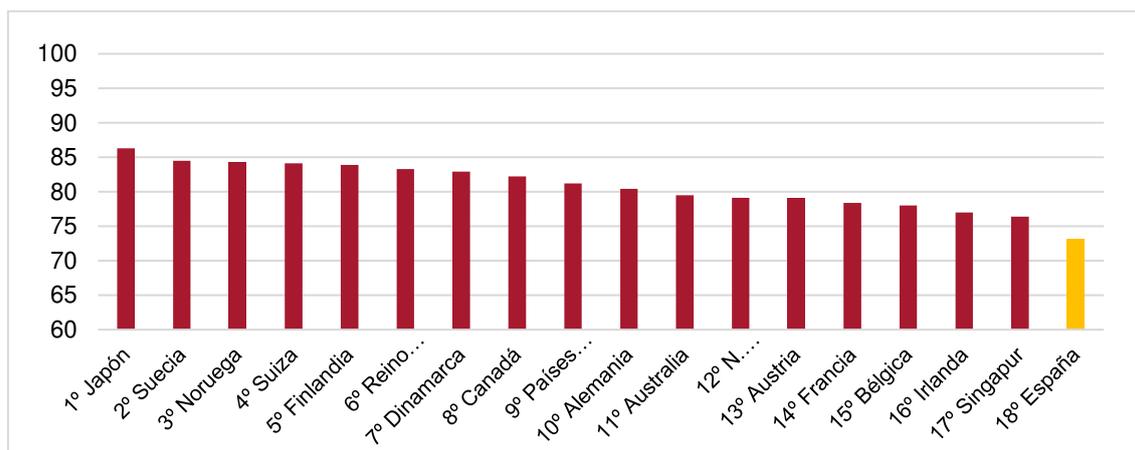
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: MBA de élite por millón de habitantes		
1 <sup>er</sup> cuatrim. 2019	1 <sup>er</sup> cuatrim. 2020	Δ percent.	2018	2019	Δ percent.
71,1	73,2	3%	0,135	0,170	25,9%

*(b) Sistema educativo: universidades*

Atributo en la encuesta: “Ese país valora la educación: tiene universidades de gran calidad y un sistema educativo excelente”.

Indicador objetivo: número de universidades entre las 1.000 mejores por millón de hab. (2020)<sup>13</sup>.

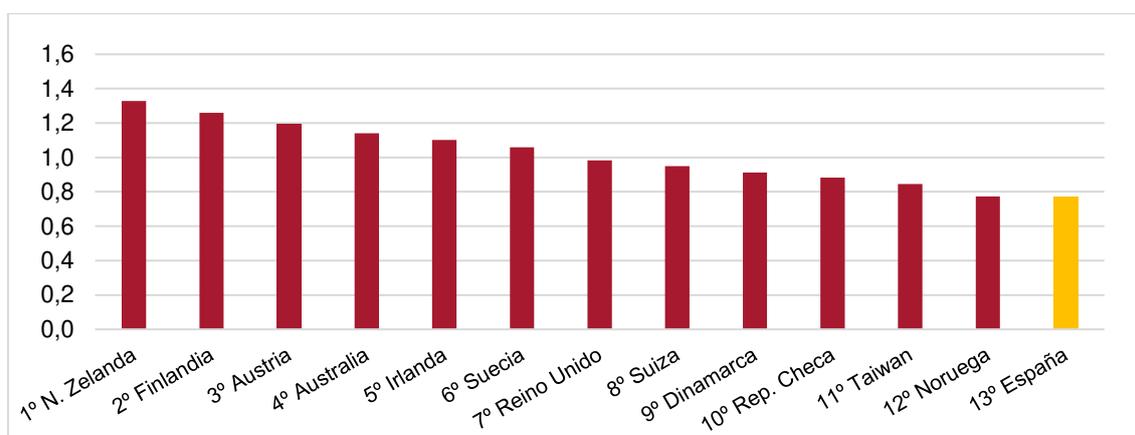
**Gráfico 43. Posición de la imagen de España en sistema educativo**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

<sup>13</sup> El indicador de la presencia de universidades entre las de mayor calidad se ha obtenido a partir del *Academic Ranking of World Universities* (ARWU), conocido como ranking de Shanghai, que ofrece datos recopilados a lo largo de varios años hasta 2019 y que tienen en cuenta la calidad del antiguo alumnado, del profesorado y de la investigación que se lleva a cabo; y del ranking de *The Times Higher Education* (THE), con datos en su mayoría anteriores a 2020, en el que se valora la docencia, la investigación, las referencias en textos académicos, el retorno industrial y la presencia internacional. Para calcular la media los datos del THE se han ponderado para hacerlos equivalentes a los del ARWU, ya que el primero incluye 1.526 universidades y el segundo 1.000.

**Gráfico 44. Posición de España en el indicador objetivo de sistema educativo**



Fuentes: *The World University Rankings* (Times) y *Academic Ranking of World Universities* (Shanghai University); [www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2021/world-ranking](http://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2021/world-ranking) y [www.shanghairanking.com/ARWU-Statistics-2020.html](http://www.shanghairanking.com/ARWU-Statistics-2020.html)

**Tabla 21. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en sistema educativo**

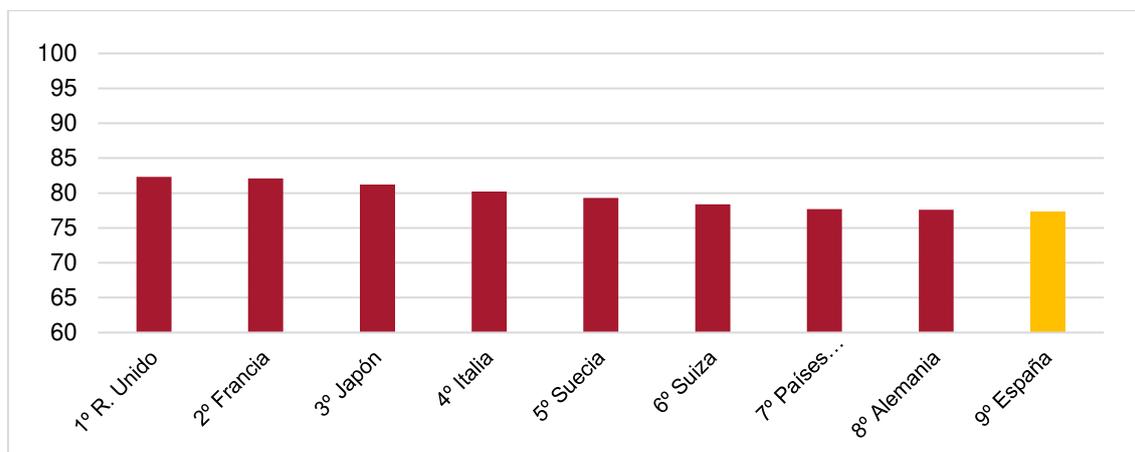
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: universidades de élite por millón de habitantes		
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ porcent.	2019	2020	Δ porcent.
71,1	73,2	3%	0,756	0,772	2,1%

*(c) Cultura: difusión cultural*

Atributo en la encuesta: “Ese país contribuye de forma considerable a la cultura global; allí nacieron muchos artistas, científicos, inventores, escritores, deportistas y políticos muy conocidos”.

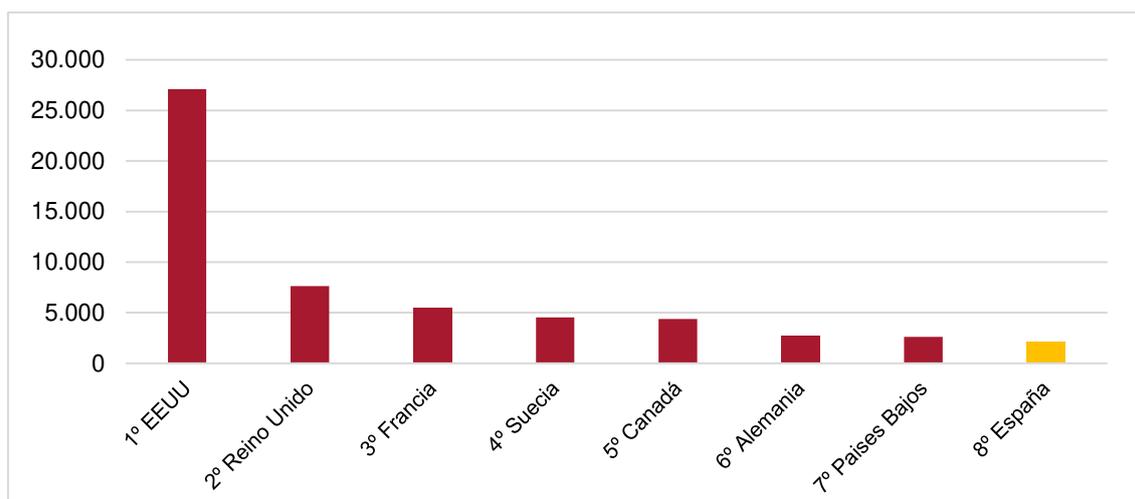
Indicador objetivo: exportación de servicios culturales y recreativos, millones de dólares (2019).

**Gráfico 45. Posición de la imagen de España en cultura**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 46. Posición de España en el indicador objetivo de cultura**



Fuente: Organización Mundial del Comercio, [data.wto.org](http://data.wto.org)

**Tabla 22. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en cultura**

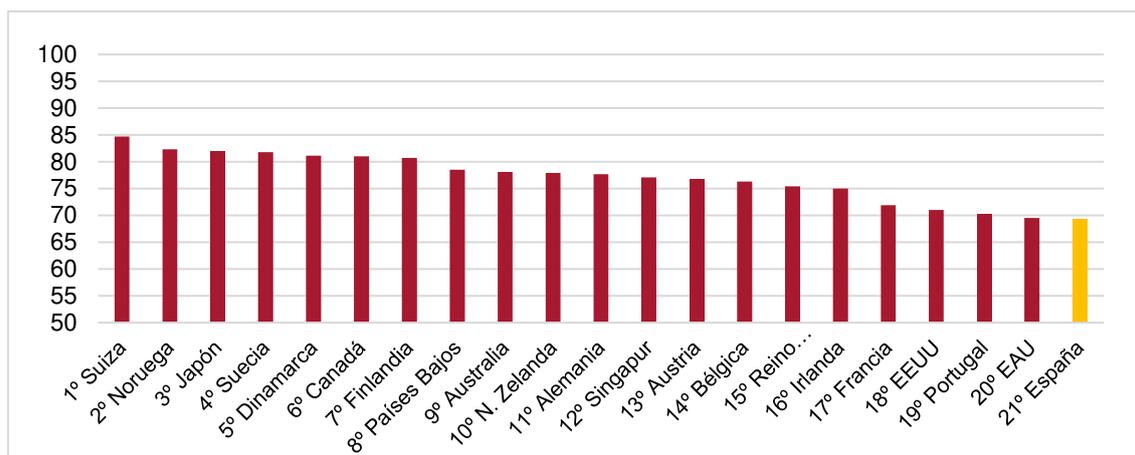
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: exportación de servicios culturales y recreativos (millones de dólares)		
1º cuatrim. 2019	1º cuatrim. 2020	Δ porcent.	2018	2019	Δ porcent.
75,7	77,4	2,2%	1891	2107	11,4%

*(d) Entorno económico: infraestructura de telecomunicaciones*

Atributo en la encuesta: “Ese país ofrece un entorno favorable para hacer negocios; cuenta con una economía estable de bajo riesgo y con una infraestructura desarrollada”.

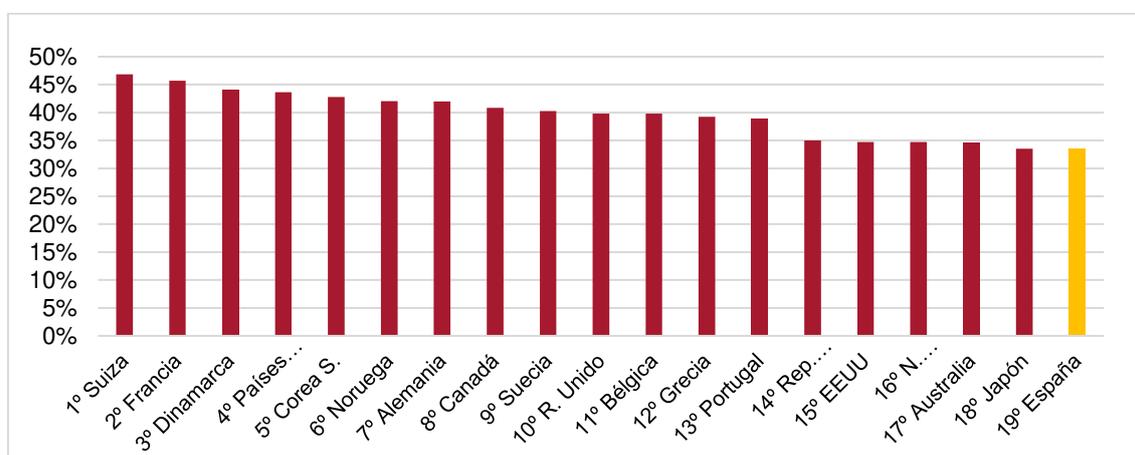
Indicador objetivo: porcentaje de suscripciones a banda ancha por población (2019).

**Gráfico 47. Posición de la imagen de España en entorno económico**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 48. Posición de España en el indicador objetivo de entorno económico**



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones, [www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/default.aspx](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/default.aspx)

**Tabla 23. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en entorno económico**

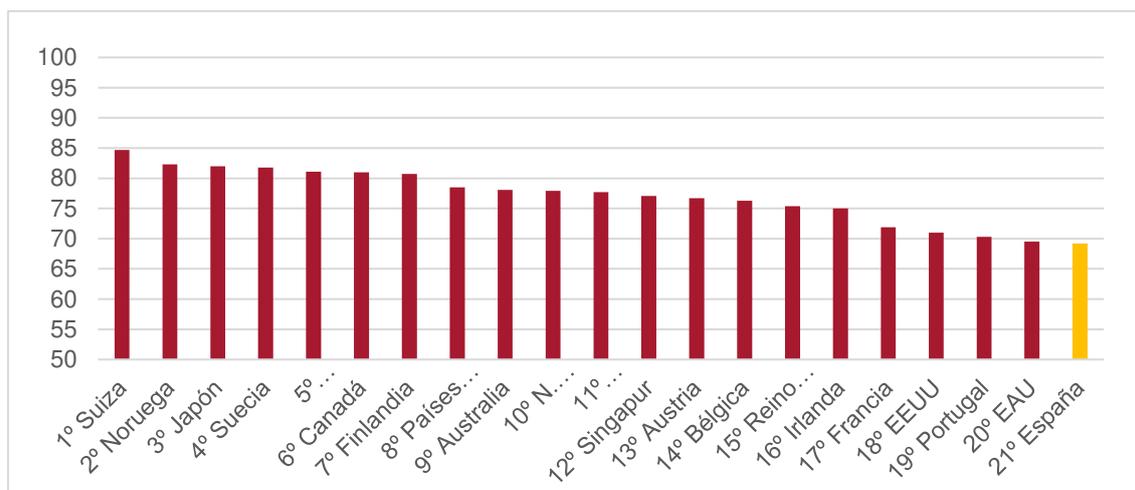
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: suscripciones a banda ancha por 100 habitantes		
1 <sup>er</sup> cuatrim. 2019	1 <sup>er</sup> cuatrim. 2020	Δ porcent.	2018	2019	Δ porcent.
66,5	69,2	4,1%	32,50	33,41	2,8%

*(e) Entorno económico: infraestructura de transporte*

Atributo en la encuesta: “Ese país ofrece un entorno favorable para hacer negocios: cuenta con una economía estable de bajo riesgo y con una infraestructura desarrollada”.

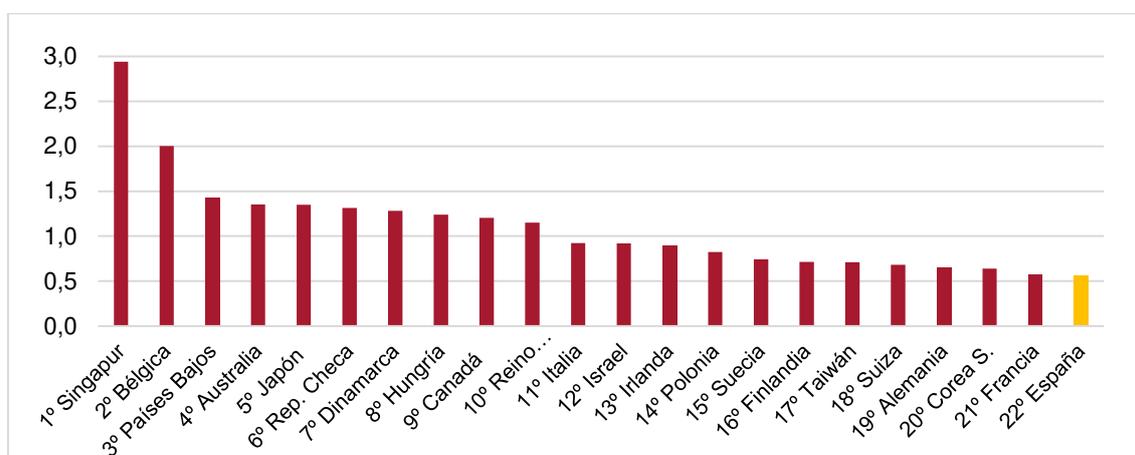
Indicadores objetivos: suma de los valores tipificados de la densidad de carreteras asfaltadas, vías ferroviarias y aeropuertos asfaltados (último año disponible de cada uno de ellos), ponderados cada uno a un tercio y corregido en función de la densidad de población de cada país.

**Gráfico 49. Posición de la imagen de España en entorno económico**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 50. Posición de España en el indicador objetivo de entorno económico**



Fuente: The World Factbook (CIA), [www.cia.gov/the-world-factbook/](http://www.cia.gov/the-world-factbook/)

**Tabla 24. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en entorno económico**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: densidad de la infraestructura de transporte
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ porcent.	No se incluyen datos por ser anteriores a 2019
66,5	69,2	4,1%	

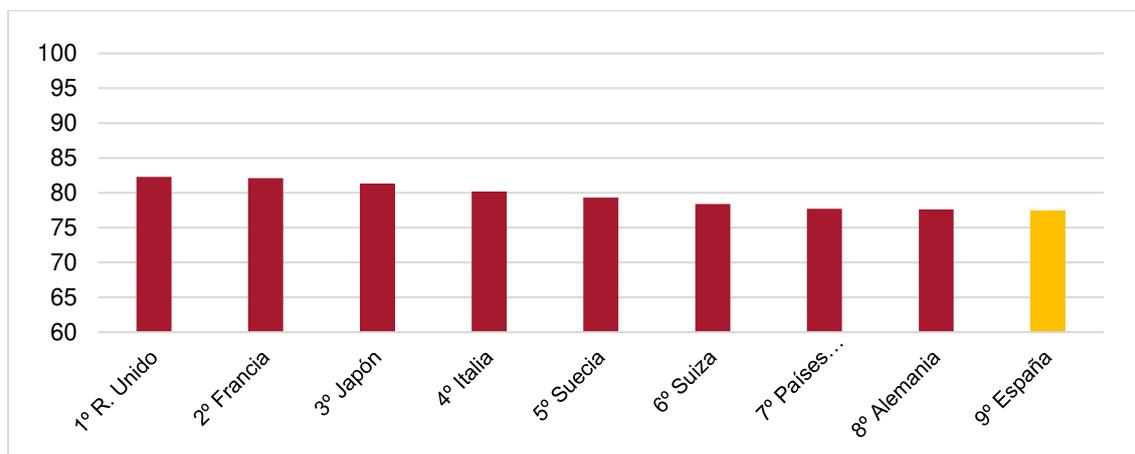
**(f) Cultura: arte**

Atributo en la encuesta: “Ese país contribuye de forma considerable a la cultura global; allí nacieron muchos artistas, científicos, inventores, escritores, deportistas y políticos muy conocidos”.

Indicador objetivo: índice de popularidad histórica elaborado a partir del número de idiomas en que existen entradas en Wikipedia dedicadas a los artistas de cada país (2020)<sup>14</sup>.

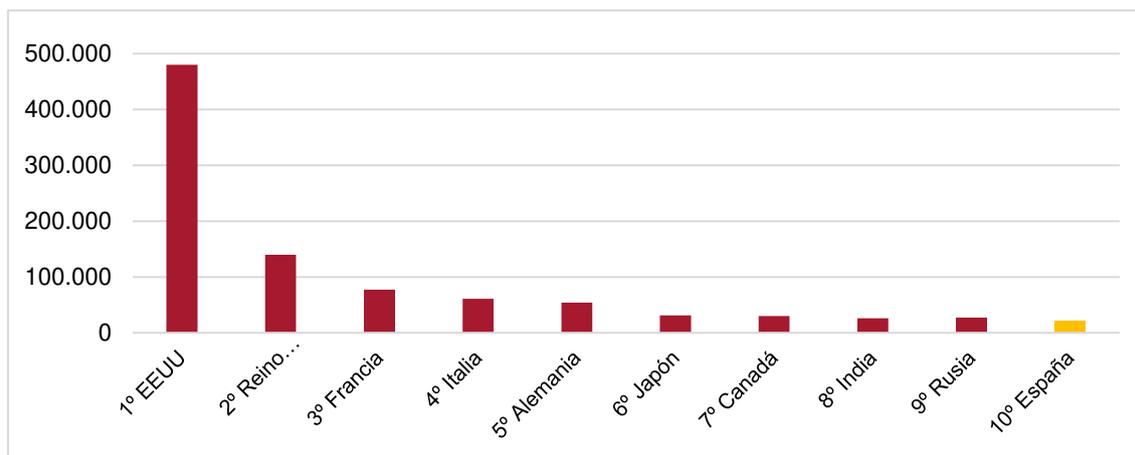
<sup>14</sup> El índice de popularidad histórica de un país es la suma del índice de los nacionales de dicho país, el cual se basa en el número de entradas en Wikipedia dedicadas a cada artista, con correcciones para reducir sesgos temporales e idiomáticos. Las disciplinas artísticas incluidas son danza, arquitectura, diseño, música, teatro, cine, pintura, fotografía y escultura. De manera continua se producen correcciones en el índice que lo modifican para un mismo año.

**Gráfico 51. Posición de la imagen de España en cultura**



Fuente: Informe Country RepTrak “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 52. Posición de España en el indicador objetivo de cultura**



Fuente: Yu, A. Z., et al. (2016). *Pantheon 1.0, a manually verified dataset of globally famous biographies*. Scientific Data 2:150075. doi: 10.1038/sdata.2015.75; pantheon.world

**Tabla 25. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en cultura**

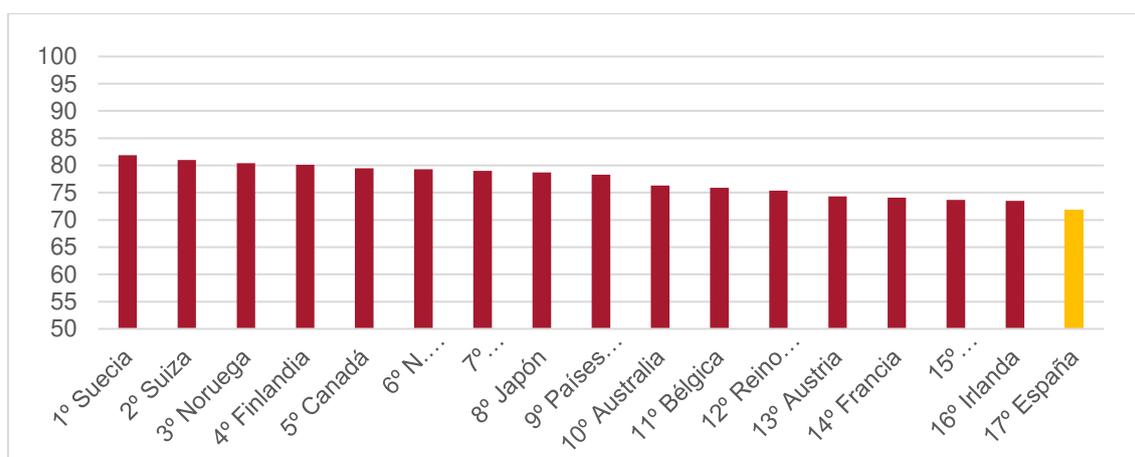
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: índice de popularidad histórica de los artistas nacionales
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ percent.	No se incluyen datos por ser anteriores a 2019
75,7	77,4	2,2%	

*(g) Responsabilidad internacional: cooperación militar*

Atributo en la encuesta: “Ese país es un participante responsable en la comunidad global; apoya buenas causas y sus líderes son personas respetadas internacionalmente”.

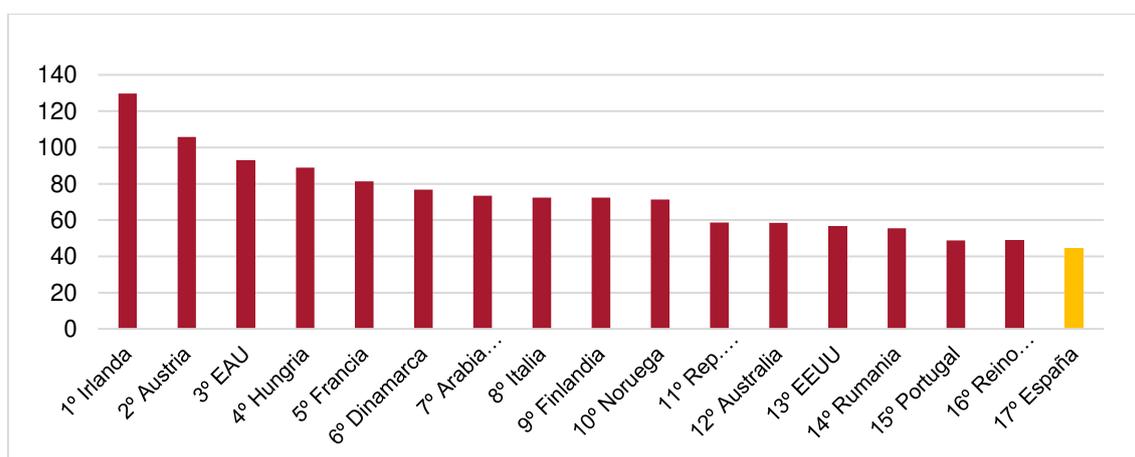
Indicador objetivo: número de militares desplegados en el exterior bajo el mando de una alianza internacional, por millón de habitantes (2019)<sup>15</sup>.

**Gráfico 53. Posición de la imagen de España en respeto internacional**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 54. Posición de España en el indicador objetivo de respeto internacional**



Fuente: *The Military Balance 2020*-International Institute for Strategic Studies, Routledge.

<sup>15</sup> Las alianzas internacionales cuyas misiones han sido incluidas son las siguientes: ONU, OTAN, UE, OSCE, *Gulf Cooperation Council* (GCC), *Economic Community Of West African States* (ECOWAS), *Multinational Forces of Observers* (MFO), *Combined Maritime Forces* (CMF) e *International Monitoring Team* (IMT). Igualmente se incluyen las tropas desplegadas en operaciones nacionales de apoyo de coaliciones internacionales.

**Tabla 26. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en respeto internacional**

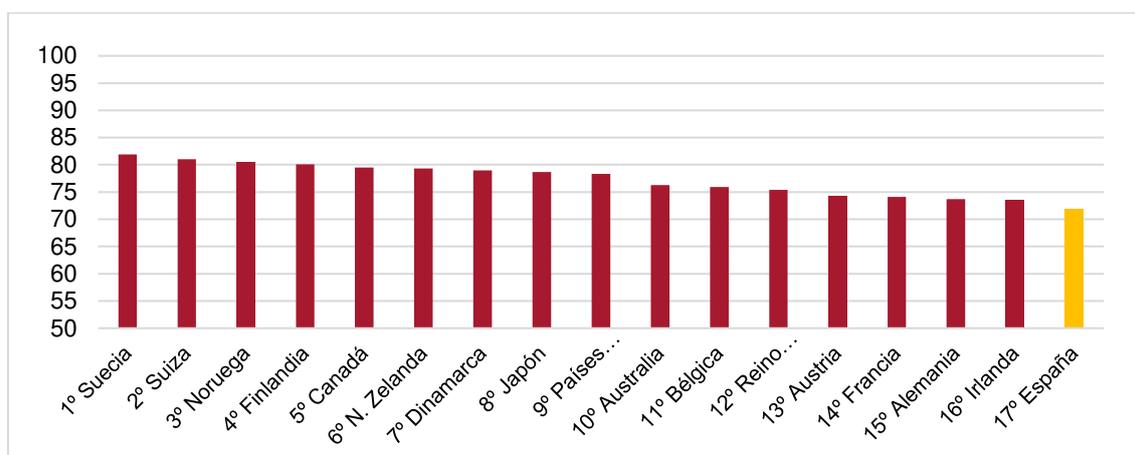
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: militares desplegados en alianzas internacionales, por millón de habitantes		
1 <sup>er</sup> cuatrim. 2019	1 <sup>er</sup> cuatrim. 2020	Δ porcent.	2018	2019	Δ porcent.
68,4	71,8	5%	41,06	44,62	8,7%

*(h) Responsabilidad internacional: emisiones de gases de efecto invernadero*

Atributo en la encuesta: “Ese país es un participante responsable en la comunidad global; apoya buenas causas y sus líderes son personas respetadas internacionalmente”.

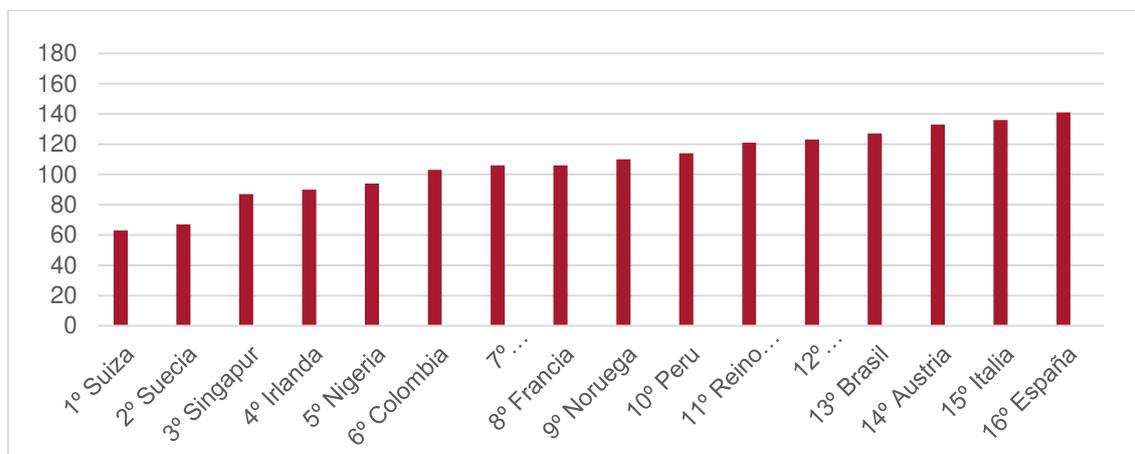
Indicador objetivo: kilos emitidos de CO2 por 1.000 dólares de PIB (2018).

**Gráfico 55. Posición de la imagen de España en respeto internacional**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 56. Posición de España en el indicador objetivo de respeto internacional**



Fuente: CO2 emissions from fuel combustion. Highlights. International Energy Agency; [www.iea.org/data-and-statistics/data-product/co2-emissions-from-fuel-combustion-highlights](http://www.iea.org/data-and-statistics/data-product/co2-emissions-from-fuel-combustion-highlights)

**Tabla 27. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en responsabilidad internacional**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: valor inverso de kilos emitidos de CO2 por 1 dólar de PIB en PPA
1 <sup>er</sup> cuatrim. 2019	1 <sup>er</sup> cuatrim. 2020	Δ percent.	No se incluyen datos por ser anteriores a 2019
68,4	71,8	5%	

En este indicador se utiliza el valor inverso porque un aumento en las emisiones de CO2 supone un empeoramiento. Los kilos emitidos de CO2 por 1.000 dólares de PIB en España fueron 162 en 2017 y 141 en 2018.

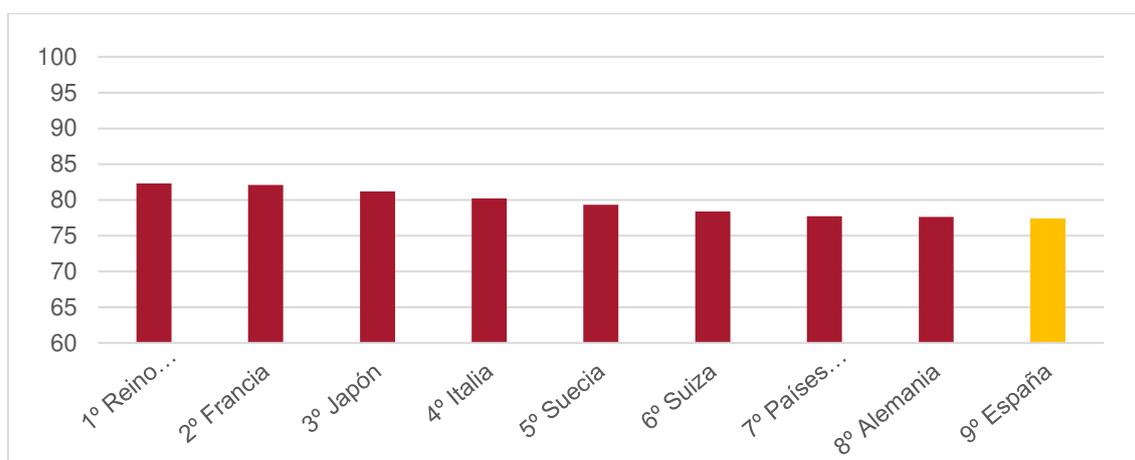
*(i) Cultura: deporte*

Atributo en la encuesta: “Ese país contribuye de forma considerable a la cultura global; allí nacieron muchos artistas, científicos, inventores, escritores, deportistas y políticos muy conocidos”.

Indicadores objetivos: número de medallas de oro obtenidas en los Juegos Olímpicos y de puntos obtenidos en las fases finales de Mundiales de Fútbol hasta 2019 (inclusive)<sup>16</sup>.

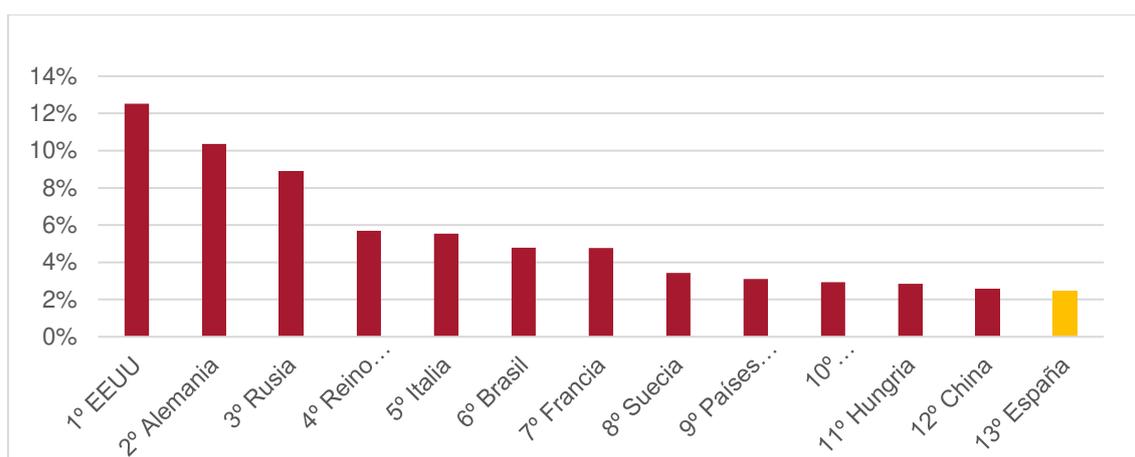
<sup>16</sup> El indicador objetivo se ha diseñado ponderando un 50% las medallas de oro en los JJOO de Verano, un 40% los puntos conseguidos en los Mundiales de Fútbol y un 10% las medallas de oro en los JJOO de Invierno, según la difusión mediática de cada uno de los eventos.

**Gráfico 57. Posición de la imagen de España en cultura**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 58. Posición de España en el indicador objetivo de cultura**



Fuentes: Comité Olímpico Internacional y FIFA; [www.olympic.org/olympic-results](http://www.olympic.org/olympic-results) y [es.fifa.com/fifa-tournaments/statistics-and-records/worldcup/index.html](http://es.fifa.com/fifa-tournaments/statistics-and-records/worldcup/index.html)

**Tabla 28. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en cultura**

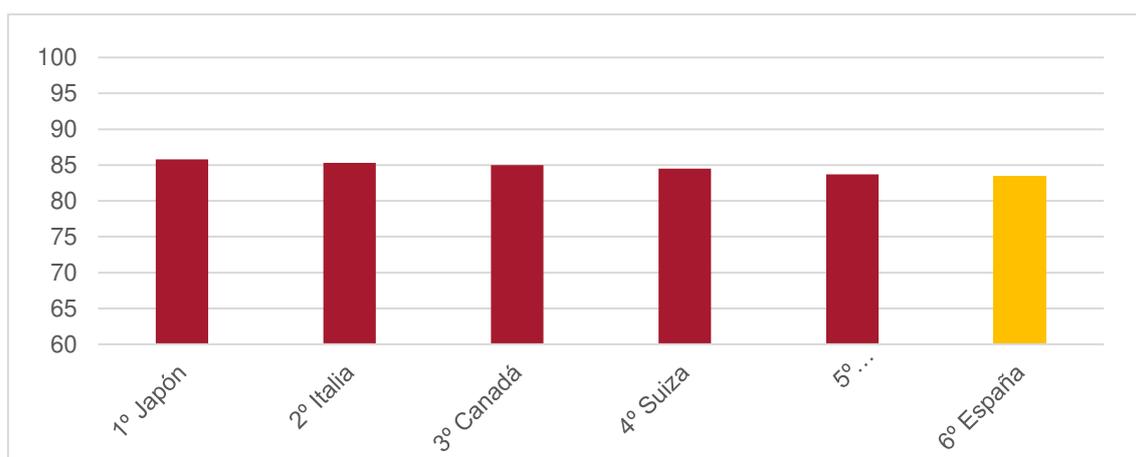
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: porcentaje ponderado de medallas de oro olímpicas y puntos en Mundiales de Fútbol sobre el total		
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ percent.	2018	2019	Δ percent.
75,7	77,4	2,2%	2,52%	2,46%	-2,4%

*(j) Ocio y entretenimiento: museos*

Atributo en la encuesta: “Ese país es agradable: ofrece una gran variedad de experiencias atractivas como cultura, gastronomía, deporte y entretenimiento”.

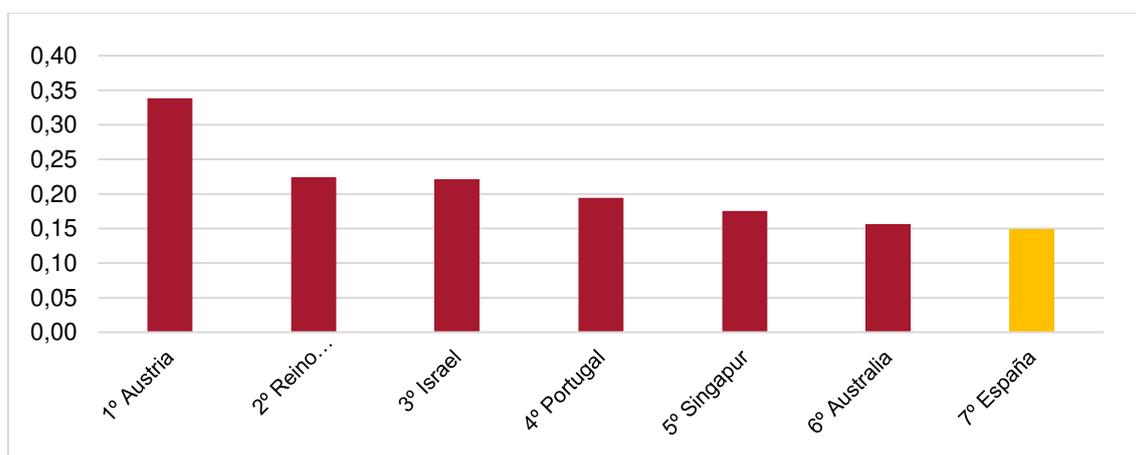
Indicador objetivo: museos entre los 100 más visitados del mundo por millón de habitantes (2019).

**Gráfico 59. Posición de la imagen de España en ocio y entretenimiento**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 60. Posición de España en el indicador objetivo de ocio y entretenimiento**



Fuente: “Special report: visitor figures 2020”, *The Art Newspaper Review* 322. [www.theartnewspaper.com](http://www.theartnewspaper.com)

**Tabla 29. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en ocio y entretenimiento**

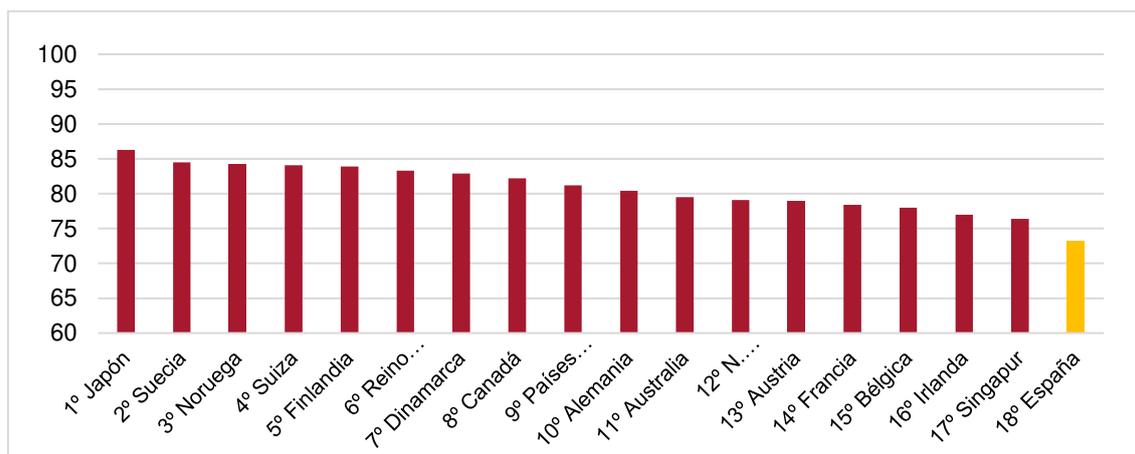
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: museos relevantes por millón de habitantes		
1 <sup>er</sup> cuatrim. 2019	1 <sup>er</sup> cuatrim. 2020	Δ porcent.	2018	2019	Δ porcent.
85,5	83,4	-2,5%	0,194	0,149	-23,2%

*(k) Sistema educativo: resultados PISA*

Atributo en la encuesta: “Ese país valora la educación; tiene universidades de gran calidad y un sistema educativo excelente”.

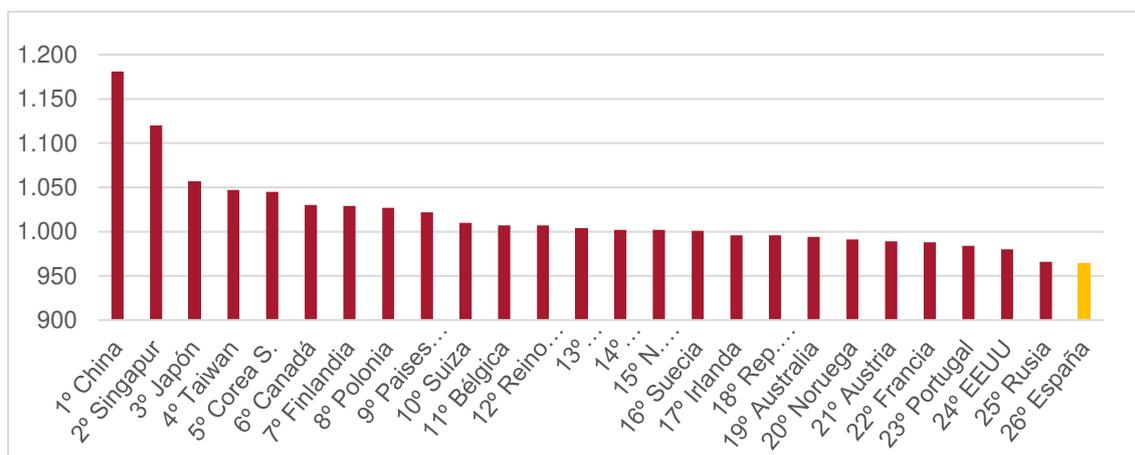
Indicador objetivo: Informe PISA. Medición de conocimientos y habilidades a los 15 años de edad (2018).

**Gráfico 61. Posición de la imagen de España en sistema educativo**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 62. Posición de España en el indicador objetivo de sistema educativo**



Fuente: OCDE, [www.oecd.org/pisa](http://www.oecd.org/pisa)

**Tabla 30. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en sistema educativo**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: puntuación en informe PISA
1 <sup>er</sup> cuatrim. 2019	1 <sup>er</sup> cuatrim. 2020	Δ percent.	No se incluyen datos por ser anteriores a 2019
71,1	73,2	3%	

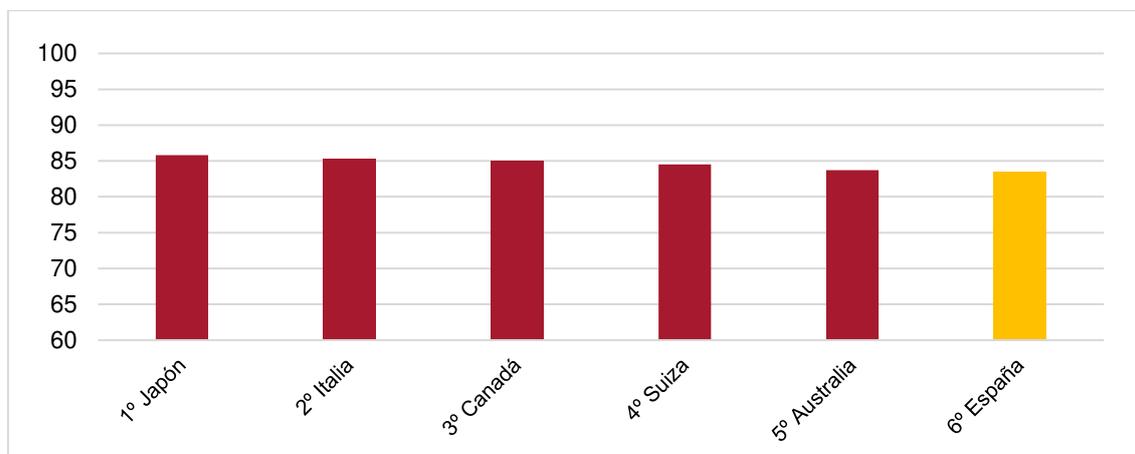
A diferencia de ediciones pasadas, los resultados aquí incluidos evalúan únicamente las competencias del alumnado en Matemáticas y Ciencias, pues la fiabilidad de los resultados de España en Lectura en el último informe PISA ha sido cuestionada por la propia OCDE.

*(I) Ocio y entretenimiento: estadios deportivos*

Atributo en la encuesta: “Ese país es agradable: ofrece una gran variedad de experiencias atractivas como cultura, gastronomía, deporte y entretenimiento”.

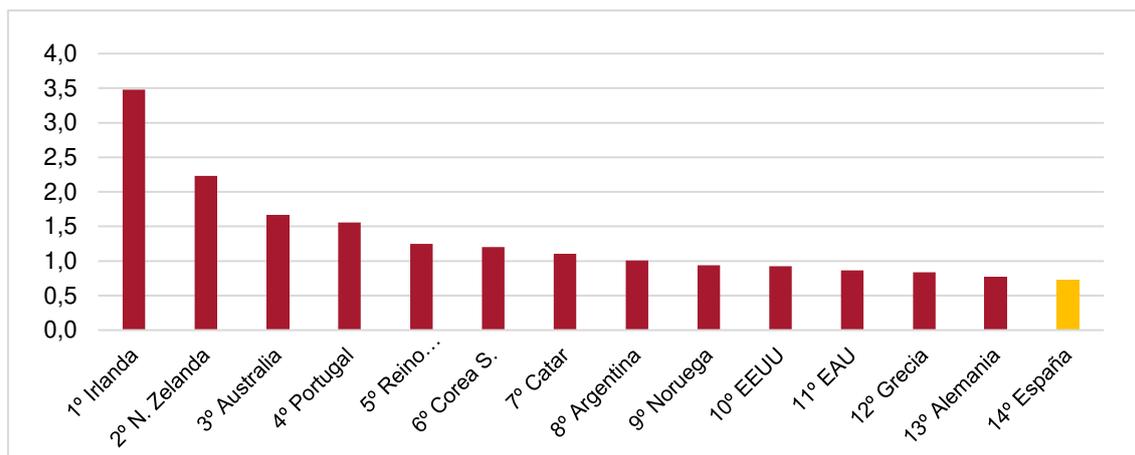
Indicador objetivo: estadios con capacidad para más de 20.000 espectadores por millón de habitantes (2018).

**Gráfico 63. Posición de la imagen de España en ocio y entretenimiento**



Fuente: Informe *Country RepTrak* “La reputación de España en el mundo 2020”

**Gráfico 64. Posición de España en el indicador objetivo de ocio y entretenimiento**



Fuente: *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*, <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>

**Tabla 31. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en ocio y entretenimiento**

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: grandes estadios por millón de habitantes
1ºcuatrim. 2019	1ºcuatrim. 2020	Δ percent.	No se incluyen datos por ser anteriores a 2019
85,5	83,4	-2,5%	