

SIDIR

Sistema de Indicadores de la Distancia entre Imagen y Realidad

Análisis del caso español
Novena edición — 2022

Carmen González Enríquez
José Pablo Martínez Romera
Madrid, enero de 2023



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 (Novena edición – 2022)

Carmen González Enríquez | Investigadora principal, Real Instituto Elcano.

José Pablo Martínez Romera | Ayudante de investigación, Real Instituto Elcano |
@jpmromera 

Índice

Resumen	4
(1) Introducción y metodología	4
(1.1) Definir las variables objetivas que pueden considerarse equivalentes en la realidad al elemento valorado en la encuesta.....	6
(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	8
(1.4) Mostrar la evolución anual de la imagen y de la realidad españolas al margen de su posición en los rankings	8
(2) Resultados	8
(2.1) Aspectos en los que la realidad es similar a la imagen	9
(a) País para trabajar.....	9
(b) Tecnología e innovación	10
(c) Marcas y empresas reconocidas.....	12
(d) Respeto internacional	13
(2.2) Aspectos en los que la realidad es peor que la imagen	15
(a) Bienestar social.....	15
(b) Cultura.....	16
(c) País para estudiar	18
(d) Sistema educativo.....	19
(e) Estilo de vida.....	20
(f) Entorno político e institucional	22
(g) País para comprar.....	23

(h) País para vivir	25
(i) Ética y transparencia.....	26
(j) Entorno económico	28
(2.3) Aspectos en los que la realidad es mejor que la imagen	29
(a) País para visitar	29
(b) País para asistir a eventos.....	31
(c) Entorno natural.....	32
(d) País para invertir	33
(e) Seguridad.....	35
(3) En conclusión	36
(4) Anexo	39
(a) Sistema educativo: escuelas de negocios.....	39
(b) Sistema educativo: universidades.....	40
(c) Cultura: difusión cultural.....	42
(d) Entorno económico: infraestructura de telecomunicaciones.....	43
(e) Entorno económico: infraestructura de transporte	44
(f) Cultura: arte	46
(g) Respeto internacional: cooperación militar	47
(h) Respeto internacional: emisiones de gases de efecto invernadero.....	48
(i) Cultura: deporte.....	50
(j) Ocio y entretenimiento: museos.....	51
(k) Sistema educativo: resultados PISA	53
(l) Ocio y entretenimiento: estadios deportivos	54

Resumen

El objetivo del SIDIR es comparar la realidad española con la evaluación que se hace de España por parte de la opinión pública internacional, en concreto por los ciudadanos de los países del antiguo G-8. Este ejercicio comenzó en 2014, cuando España sufría una crisis de prestigio internacional originada por su crisis económica, y se propuso identificar aquellos aspectos en los que la realidad española era claramente superior a su imagen en el exterior. La detección de esos elementos es de interés para todos los que, desde las instituciones públicas o desde ámbitos privados, empresariales o de la sociedad civil, actúan para mejorar la reputación y la imagen españolas.

En los años transcurridos desde que se elaboró el primer SIDIR, el prestigio internacional de España ha experimentado una mejora sustancial. Si en los primeros años encontrábamos muchos aspectos de la realidad española en que ésta superaba a su imagen internacional, el balance ha ido invirtiéndose y ahora son mayoría los aspectos en los que la opinión pública internacional sobreestima la realidad española. Este es el resultado de una muy buena imagen global de nuestro país, que impregna la evaluación que los entrevistados hacen de cualquier elemento concreto de la economía, la sociedad, la política u otros aspectos de la realidad española.

De los 19 aspectos que se someten a medición y comparación en este SIDIR, en nueve los datos objetivos indican una realidad inferior a la valoración externa, en cuatro ocurre lo contrario (desde fuera se infravalora la realidad española) y en los restantes seis, imagen y realidad coinciden. Los datos objetivos con los que se contrasta la imagen en esta ocasión se refieren al año 2020, y varios de ellos fueron seriamente dañados por las consecuencias de la pandemia del COVID-19, como el turismo y el PIB. Sin embargo, en el *ranking* de imagen, la posición española se mantuvo y, como consecuencia de esta evolución diferente de los datos objetivos y los de reputación, se produce ese mayor desajuste entre ambos.

(1) Introducción y metodología

El análisis que realiza el SIDIR permite medir la distancia entre la posición de España en los rankings internacionales de imagen y su posición en los *rankings* elaborados 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, Hungría, Irlanda, Italia, Noruega, Polonia, Portugal, el Reino Unido, la República Checa, Rusia, Rumanía, Suecia, Suiza, Arabia Saudí, Australia, Corea del Sur, China, Filipinas, la India, Indonesia, Irán, Irak, Israel, Japón, Malasia, Nueva Zelanda, Pakistán, Qatar, Singapur, Taiwán, Tailandia, Turquía, los Emiratos Árabes Unidos (EAU), Argelia, Egipto, Nigeria, Sudáfrica, Bangladés y Vietnam.

La fuente utilizada para medir la imagen externa de España es la encuesta anual que desde el año 2009 ha elaborado anualmente 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 en el antiguo G-8.

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 el grado de acuerdo, en la misma escala, con frases que indican actitudes positivas hacia el país, 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 y 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 su seguridad. En este caso, España aparecía en 2021 en la 16ª posición en un *ranking* encabezado por Suiza.



La posición de España en el *ranking* de cada una de estas 24 clasificaciones es el indicador utilizado para hacer operativa la variable “imagen”, que va a compararse con la realidad española obtenida a través de diversas fuentes estadísticas internacionales. Los datos de esas fuentes se ordenan a su vez de mejor a peor para obtener la posición de España en esos *rankings*.

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; y (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 homicidios por habitante. Esta es una variable sobre la que existe información fiable y que puede compararse con la imagen de España como “lugar seguro tanto para visitantes como para sus habitantes”. En este caso, la posición de España en la variable de imagen es la 16ª mundial, mientras que en el indicador objetivo, que recoge el número de homicidios por habitante, España ocupa la 10ª posición. 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 equivale a un indicador que muestra 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 frase utilizada en el cuestionario para pedir la puntuación de los entrevistados define un atributo internamente heterogéneo que dificulta la elección de un único indicador objetivo para su comparación. Esto ocurre, por ejemplo, con el atributo “educación” (“ese país valora la educación; tiene universidades de gran calidad y un sistema educativo excelente”) o con el atributo “responsabilidad internacional” (“ese país es un participante responsable en la comunidad global; apoya buenas causas, y sus líderes son personas respetadas internacionalmente”) y también con el relativo a la cultura y al entorno económico.

En anteriores informes del SIDIR este problema era solventado incluyendo varios indicadores objetivos para cada uno de estos atributos, duplicándose, triplicándose e incluso cuadruplicándose las comparaciones imagen y realidad correspondientes. Así, 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.

Desde la séptima edición del SIDIR se ha optado por comparar esos atributos internamente heterogéneos con un solo 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 a un país necesitan trabajar en él para 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 de datos objetivos 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 existe 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 55 países valorados en 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

La publicación de estadísticas internacionales suele sufrir un retraso de al menos un año respecto al momento al que hacen referencia los datos. En esta ocasión, se utilizan las fuentes estadísticas referidas al año 2020 y se comparan con los resultados del *Country RepTrak* realizado en el primer trimestre de 2021.

(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 de 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.

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:

- (a) Los aspectos de la realidad española en los que la imagen corresponde *grosso modo* a la realidad (hasta tres puestos de diferencia entre ambas clasificaciones). Existen seis 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.

- (b) Los aspectos en los que la realidad española es significativamente peor que la imagen que se tiene de ella en el exterior (más de tres puestos de diferencia entre ambas clasificaciones). En nueve de los ámbitos analizados, la imagen de España sobreestima la realidad, tal y como ésta queda reflejada en las estadísticas internacionales.
- (c) 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 tres puestos de diferencia entre ambas clasificaciones). En estos aspectos, puede suponerse que la imagen internacional española mejoraría si la opinión pública internacional conociese mejor la realidad del país. Este es el caso de cuatro de los atributos.

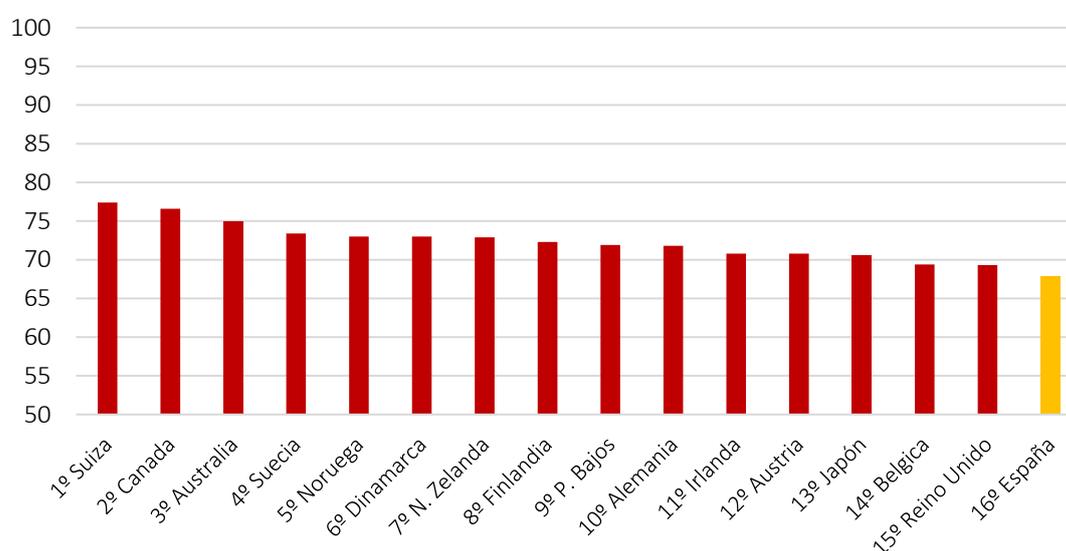
(2.1) Aspectos en los que la realidad es similar a la imagen

(a) País para trabajar

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

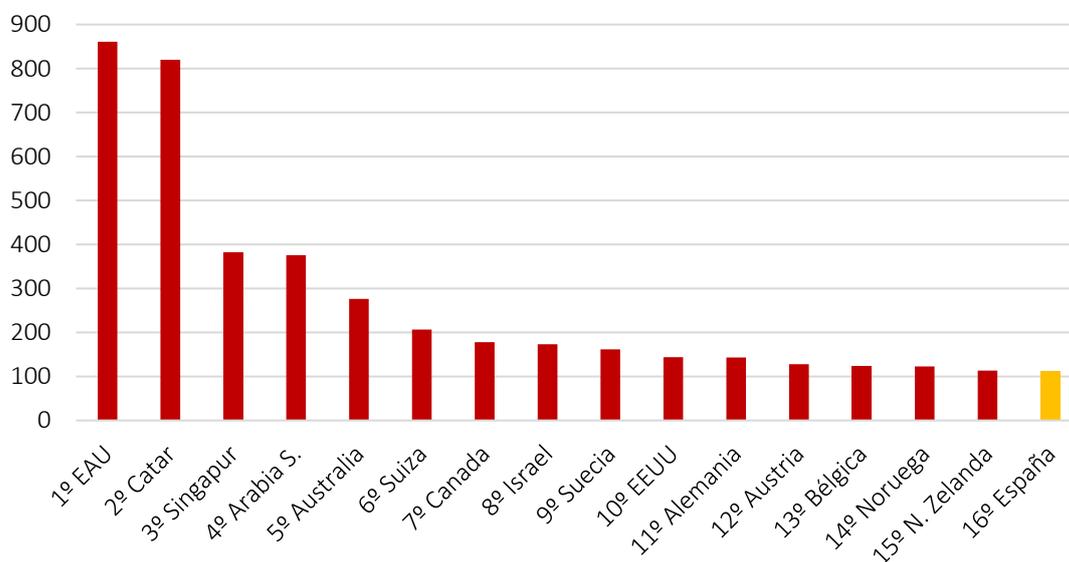
Indicador objetivo: *stock* migratorio neto por 1.000 habitantes (2020).

Gráfico 1. Posición de la imagen de España: país para trabajar



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 2. Posición de España en el indicador objetivo: migración neta



Fuente: Departamento de Economía y Asuntos Sociales de Naciones Unidas, www.un.org/development/desa/pd/content/international-migrant-stock.

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

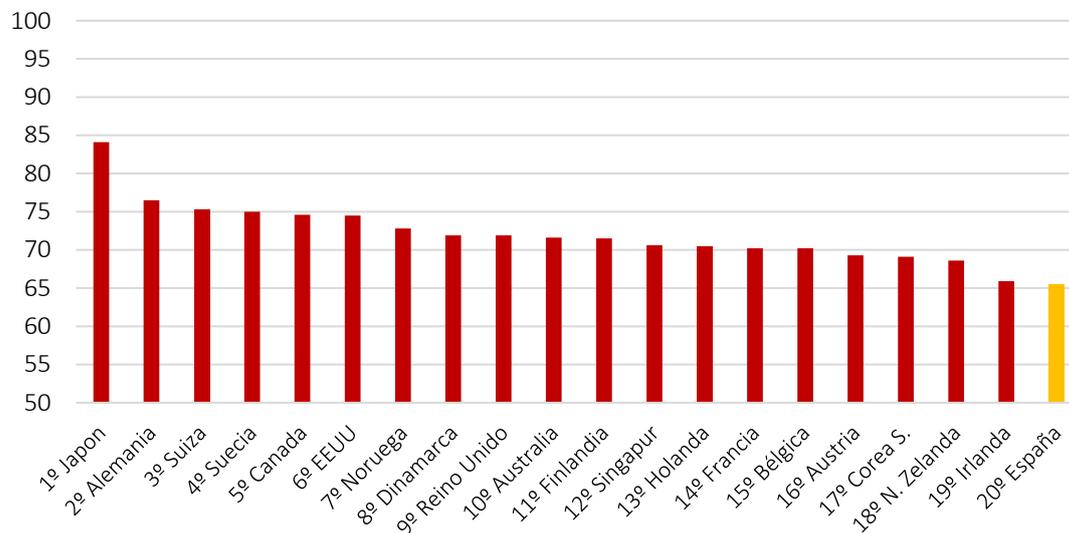
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: <i>stock</i> migratorio neto por 1.000 habitantes		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	2019	2020	Δ porcent.
69,7	67,9	-2,6	99,9	113,0	13,1

(b) Tecnología e innovación

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

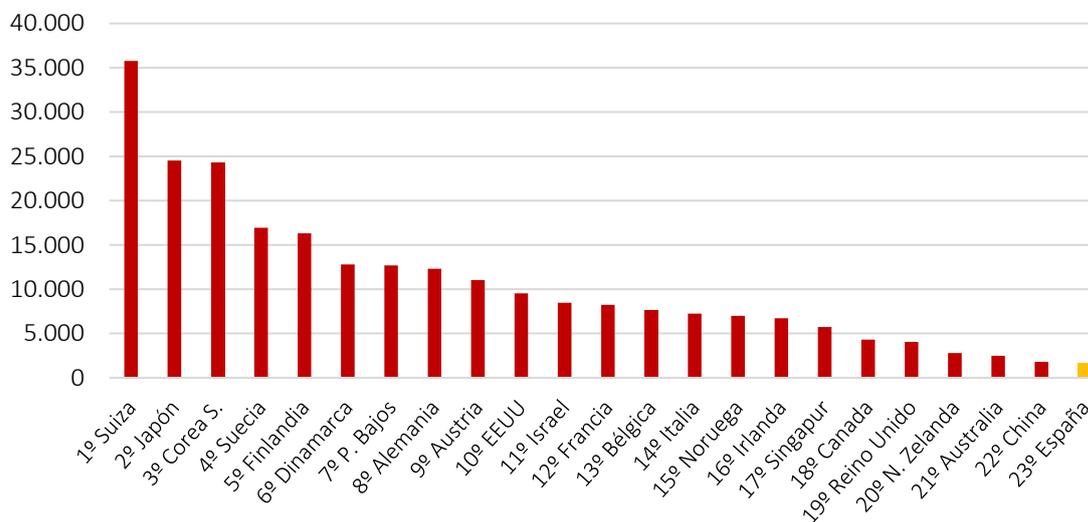
Indicador objetivo: número de patentes en vigor por millón de habitantes (2020).

Gráfico 3. Posición de la imagen de España: tecnología e innovación



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 4. Posición de España en el indicador objetivo: patentes en vigor



Fuente: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, www3.wipo.int/ipstats/index.htm?tab=patent.

Tabla 2. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: tecnología e innovación

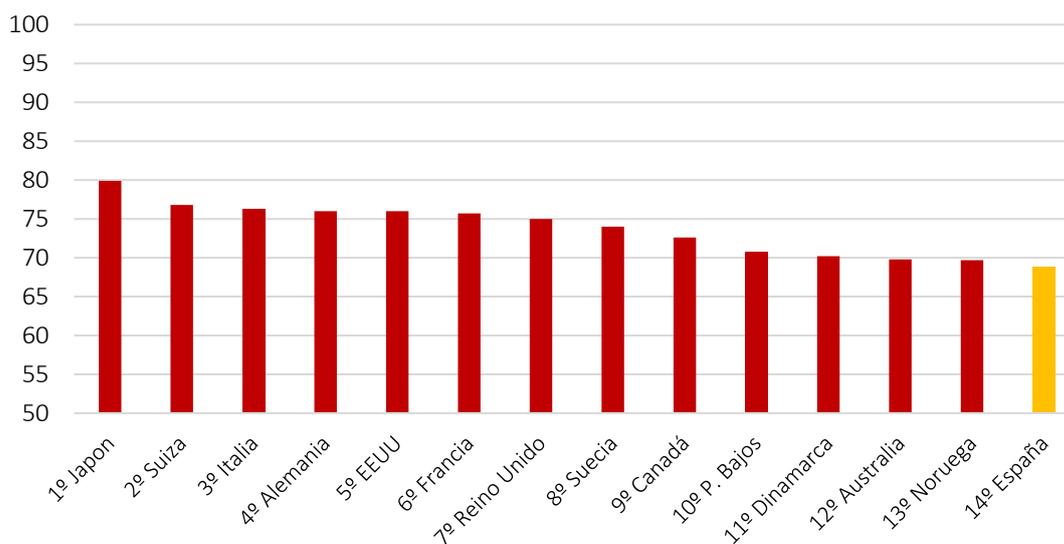
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: patentes en vigor por millón de habitantes		
1 ^{er} cuatri. 2020	1 ^{er} cuatri. 2021	Δ porcent.	2019	2020	Δ porcent.
66,7	65,5	-1,8	1486,4	1616,4	8,7

(c) 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 (2021).¹

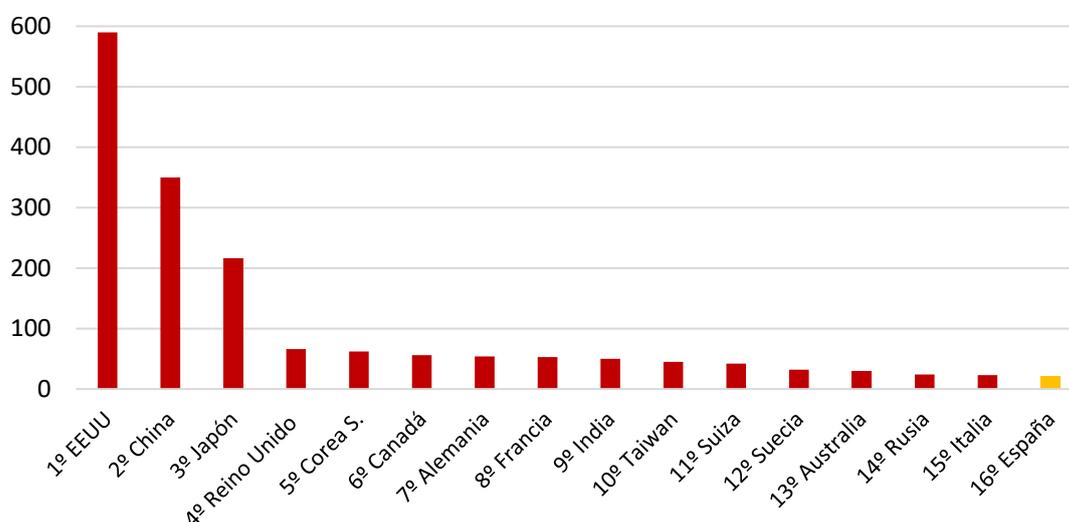
Gráfico 5. Posición de la imagen de España: marcas y empresas reconocidas



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

¹ La lista se elaboró con datos recopilados entre abril de 2020 y abril de 2021. La clasificación de las compañías por parte de Forbes está basada en cuatro variables: ventas, beneficios, activos y valor de mercado.

Gráfico 6. Posición de España en el indicador objetivo: empresas en la lista Forbes



Fuente: Forbes Global 2000, www.forbes.com/global2000.

Tabla 3. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: marcas y empresas reconocidas

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: empresas españolas en la lista <i>Forbes Global 2000</i>		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	2020	2021	Δ porcent.
70,2	68,8	-2	25	21	-16

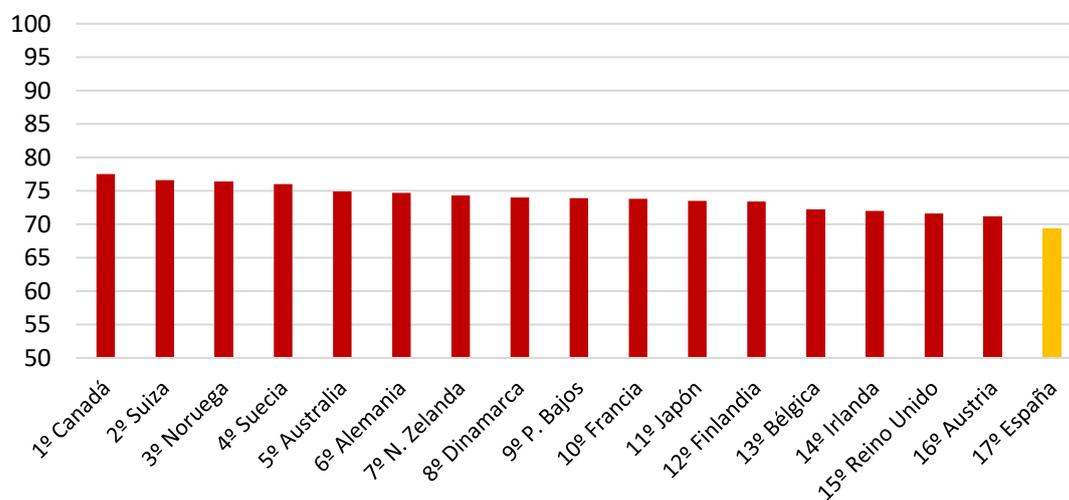
Las cuatro primeras marcas españolas en este *ranking* fueron Iberdrola, BBVA, Telefónica e Inditex.

(d) 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”.

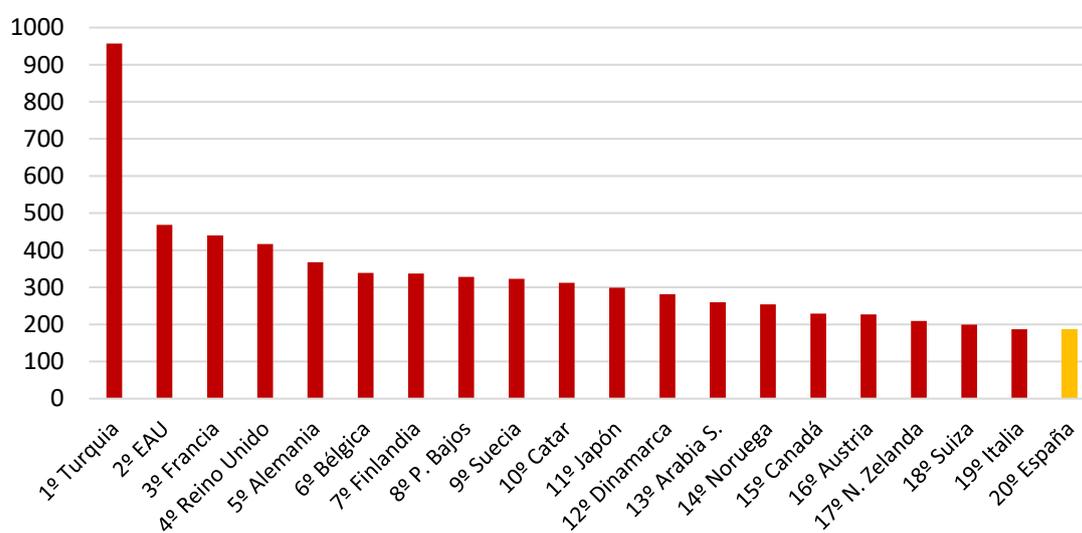
Indicador objetivo: índice de cooperación al desarrollo, medido en el Índice Elcano de Presencia Global (en relación al PIB, 2020).

Gráfico 7. Posición de la imagen de España: respeto internacional



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 8. Posición de España en el indicador objetivo: cooperación al desarrollo



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.

Tabla 4. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: respeto internacional

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: inversión en cooperación al desarrollo por PIB		
1 ^{er} cuatri. 2020	1 ^{er} cuatri. 2021	Δ percent.	2019	2020	Δ percent.
71,8	69,3	-3,5	165,2	185,5	12,3

Pueden verse en el Anexo las comparaciones del atributo “respeto internacional” con otros dos indicadores (“despliegue de fuerzas armadas en misiones de paz”, y “reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero”). Se ha elegido el indicador de “inversión en ayuda al desarrollo” por considerarlo el más cercano al atributo. En el año 2020, la reducción del PIB español causado por la pandemia de COVID-19 produjo una disminución del denominador en la ecuación (“inversión en cooperación al desarrollo/PIB”) con el resultado de un aumento del indicador, que no se debe a un aumento de la cantidad total invertida en cooperación al desarrollo.

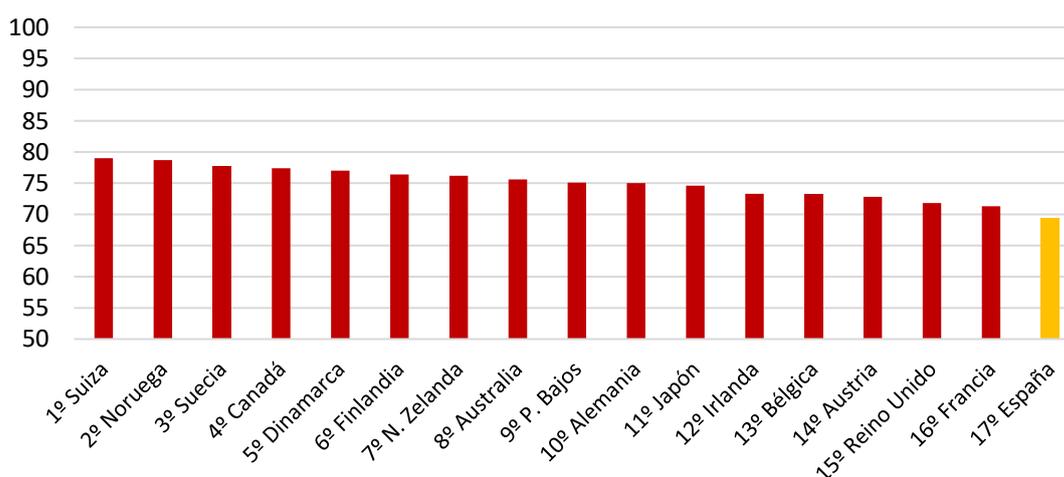
(2.2) Aspectos en los que la realidad es peor que la imagen

(a) 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 (2020).²

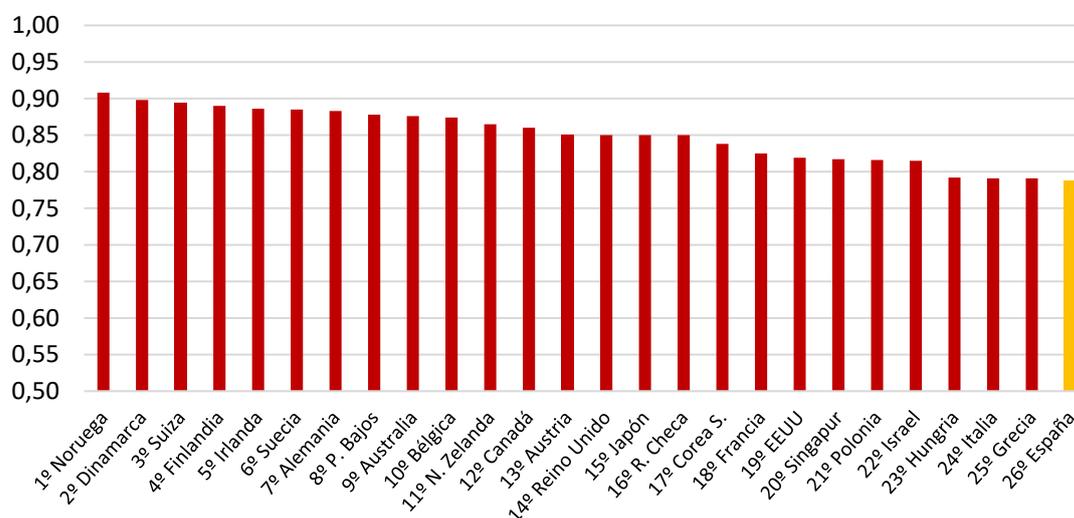
Gráfico 9. Posición de la imagen de España: bienestar social



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

² 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 10. Posición de España en el indicador objetivo: Índice de Desarrollo Humano



Fuente: Programa de Desarrollo de Naciones Unidas, hdr.undp.org/en/data.

Tabla 5. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: bienestar social

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: IGH ajustado por desigualdad		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ percent.	2019	2020	Δ percent.
71,3	69,4	-2,7	0,783	0,788	0,6

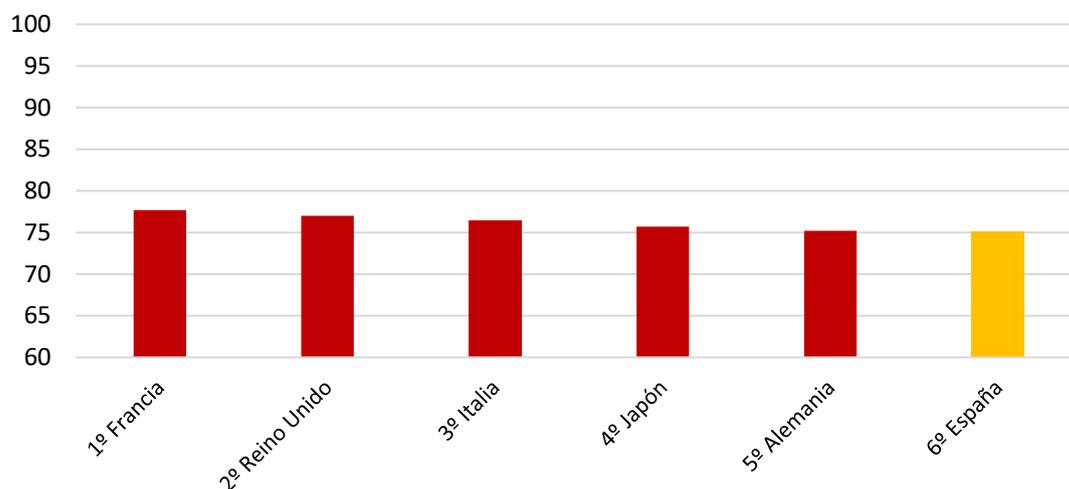
(b) Cultura

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 2020 (inclusive), en relación con todo el conjunto de Premios Nobel otorgados hasta la fecha a los países incluidos en la muestra.³

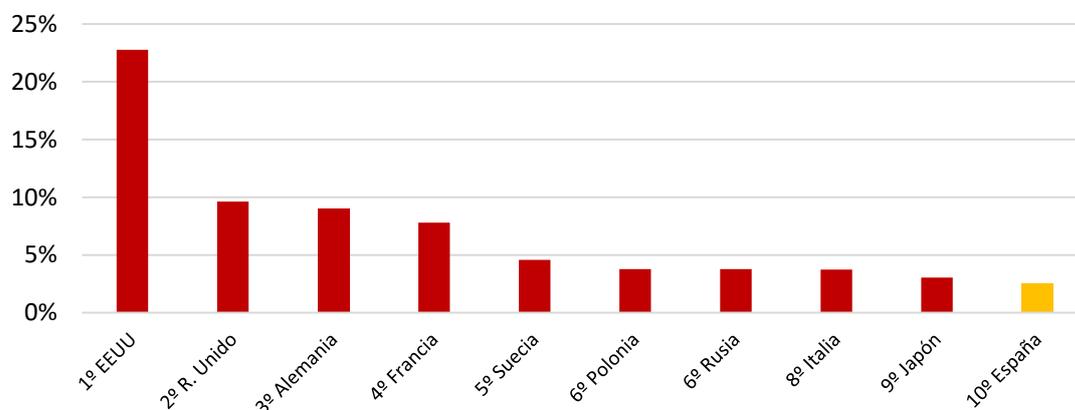
³ Se contabilizan los premios Nobel de Literatura, Química, Física, Medicina y Economía, ponderando al 50% el primero y al 50% el total de los de ciencias. Se considera que la repercusión mediática y en la imagen de un país del Nobel de Literatura es similar a la del resto de categorías juntas. Se ha 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 11. Posición de la imagen de España: cultura



Fuente: Informe *Country RepTrak*. “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 12. Posición de España en el indicador objetivo: Premios Nobel



Fuente: Fundación Nobel, www.nobelprize.org.

Tabla 6. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: cultura

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: % ponderado de Premios Nobel nacidos en España		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ percent.	2019	2020	Δ percent.
77,4	75,1	-3	2,55	2,53	-0,8

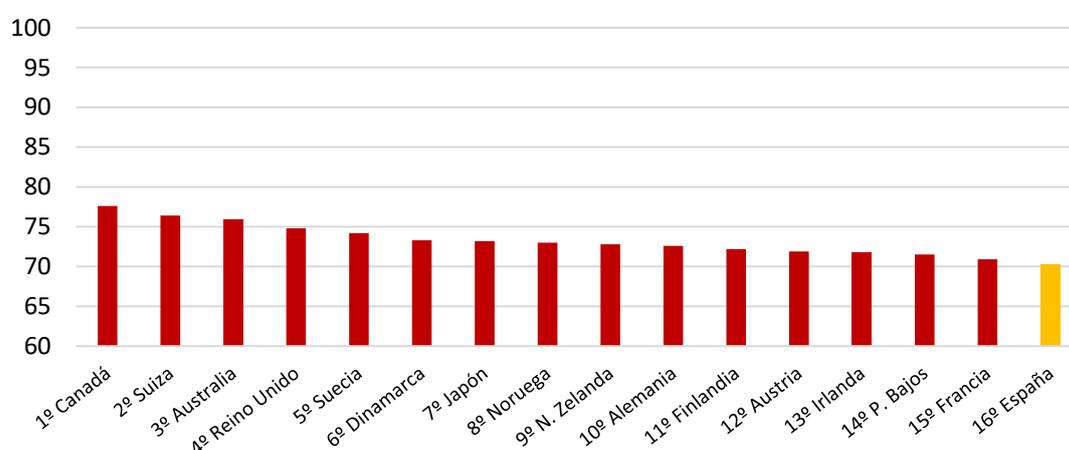
Puede verse en el Anexo la comparación del atributo “cultura” con otro indicador relativo al deporte. Se ha elegido el indicador del número de Premios Nobel por considerarlo el más cercano al atributo.

(c) País para estudiar

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

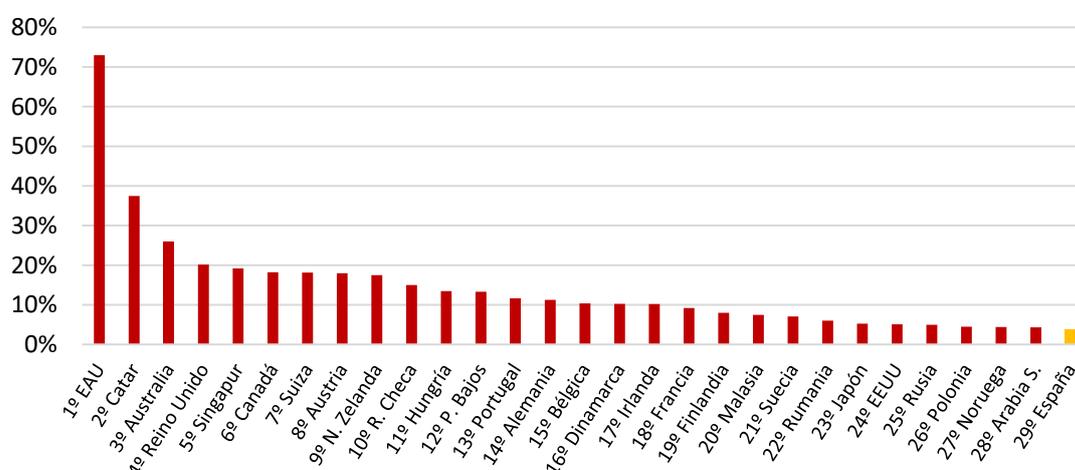
Indicador objetivo: ratio de estudiantes extranjeros en educación terciaria sobre el total (2020).

Gráfico 13. Posición de la imagen de España: país para estudiar



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 14. Posición de España en el indicador objetivo: estudiantes extranjeros



Fuente: UNESCO, data.uis.unesco.org/Index.aspx?

Tabla 7. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: país para estudiar

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: % estudiantes extranjeros		
1 ^{er} cuatri. 2020	1 ^{er} cuatri. 2021	Δ percent.	2019	2020	Δ percent.
73,4	70,2	-4,6	3,7	3,83	3,5

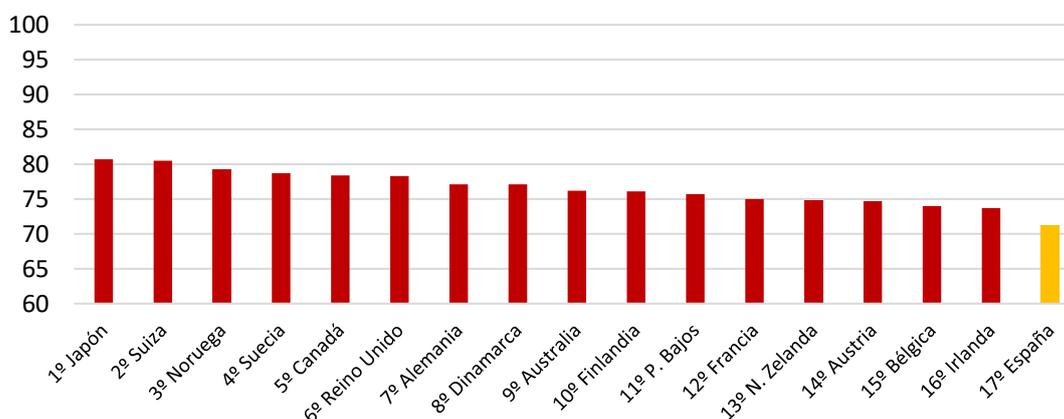
España volvió a ser en el curso 2019/20 el principal receptor de estudiantes del programa Erasmus+, con 52.064 alumnos, seguido a distancia por Francia y Alemania, con 32.287 y 32.171 respectivamente. Sin embargo, el número total de estudiantes extranjeros en las universidades españolas se mantiene en niveles bajos en comparación con los demás países, especialmente con aquellos en los que la enseñanza universitaria en inglés es práctica común.

(d) Sistema educativo

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

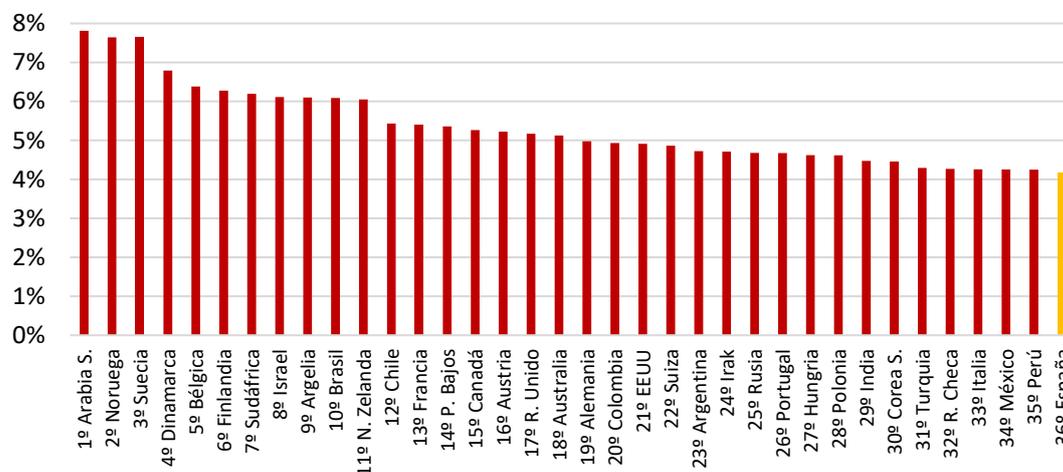
Indicador objetivo: gasto en educación en porcentaje del PIB (último dato disponible para España, 2018).

Gráfico 15. Posición de la imagen de España: sistema educativo



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 16. Posición de España en el indicador objetivo: gasto en educación



Fuente: UNESCO, data.uis.unesco.org.

Tabla 8. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: sistema educativo

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: gasto educativo como % del PIB
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	No se incluyen datos por ser anteriores a 2020
73,2	71,2	-2,7	

Pueden verse en el Anexo las comparaciones del atributo de imagen con otros indicadores (calificaciones en la prueba PISA, *ranking* de universidades, *ranking* de escuelas de negocio). 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”.

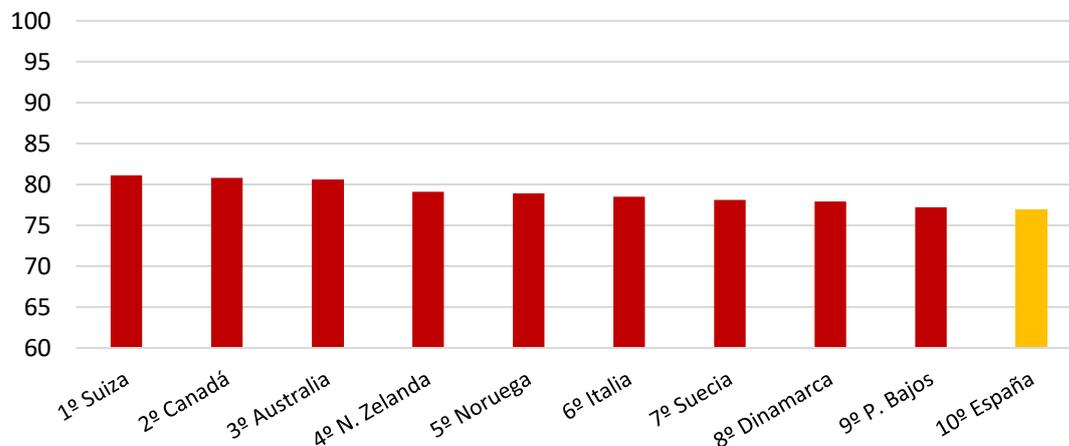
(e) Estilo de vida

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* (WHR, 2021).⁴

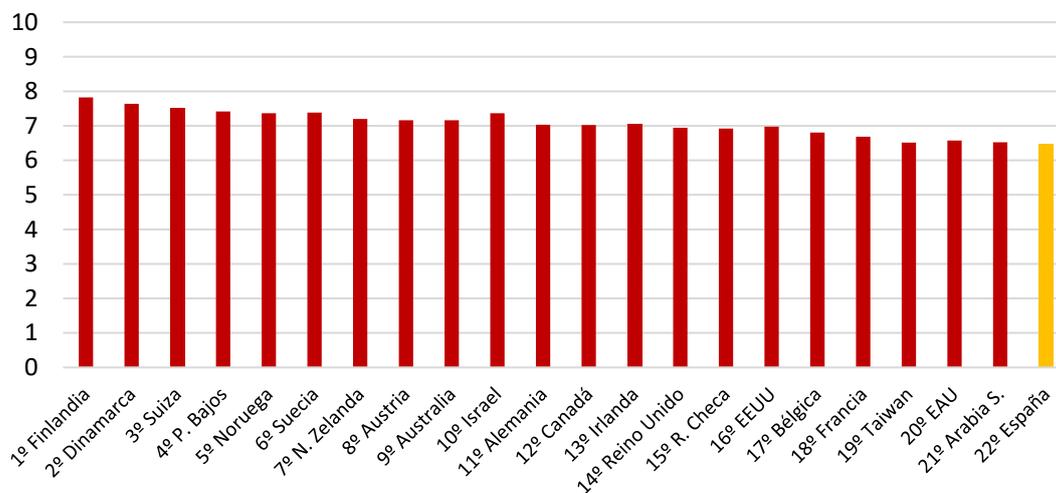
⁴ El índice se construye con datos de 2019, 2020 y 2021. La puntuación de cada país se obtiene mediante encuestas con una valoración base (obtenida a partir de una puntuación general de los encuestados a sus vidas y acerca de sus sentimientos positivos y negativos) a la que se añaden complementos que indican bienestar a través de la percepción sobre generosidad, apoyo social, libertad, renta, salud y comportamiento fiable y ético en las instituciones.

Gráfico 17. Posición de la imagen de España: estilo de vida



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 18. Posición de España en el indicador objetivo: índice de felicidad



Fuente: *World Happiness Report 2022* (ONU), worldhappiness.report.

Tabla 9. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: estilo de vida

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: puntuación en el <i>WHR</i>		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	2020	2021	Δ porcent.
80,0	76,9	-3,9	6,491	6,476	-0,2

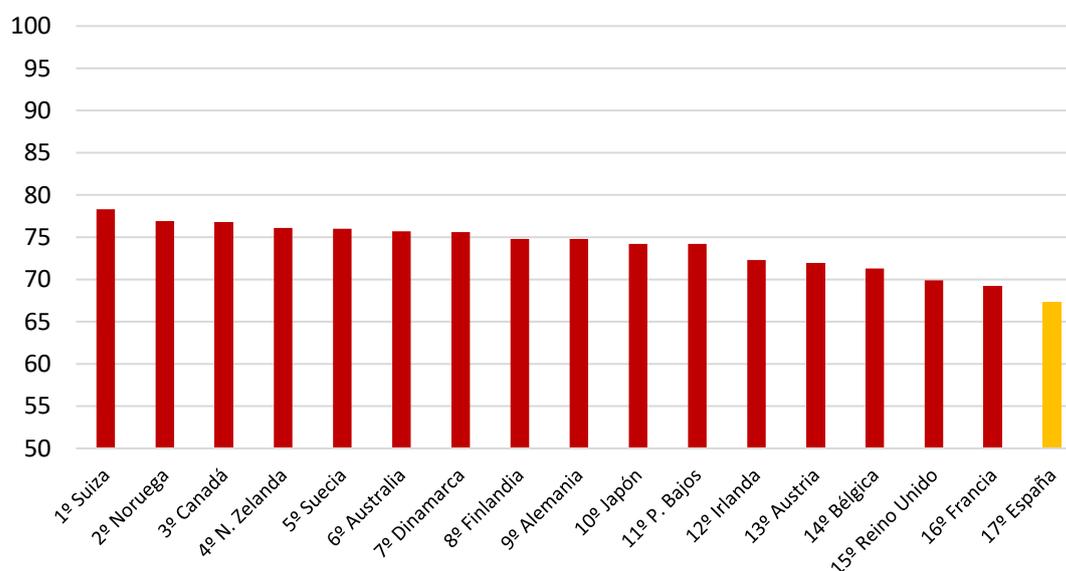
Como sucedía en las ediciones anteriores, esta comparación muestra que el estereotipo que retrata a los españoles como individuos especialmente felices tiene bastante de erróneo.

(f) 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 (2020).⁵

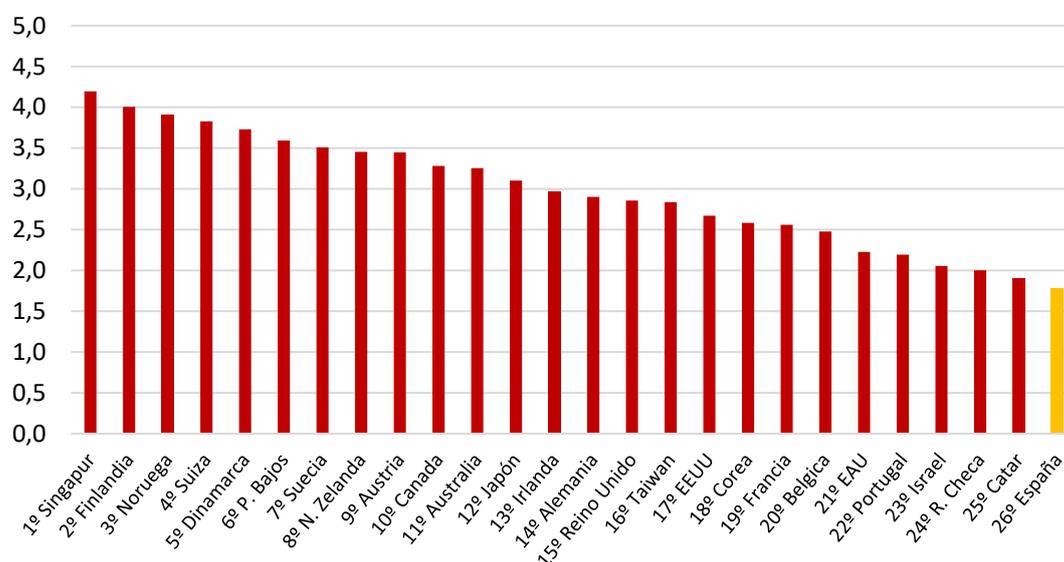
Gráfico 19. Posición de la imagen de España: entorno político e institucional



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

⁵ 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 20. Posición de España en el indicador objetivo: efectividad gubernamental y Estado de Derecho



Fuente: *Worldwide Governance Indicators*, info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#home.

Tabla 10. Evolución de la imagen y del indicador objetivo. Entorno político e institucional

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: suma de “efectividad gubernamental” y “Estado de Derecho”		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ percent.	2019	2020	Δ percent.
68,4	67,3	-1,6	1,98	1,78	-10,1

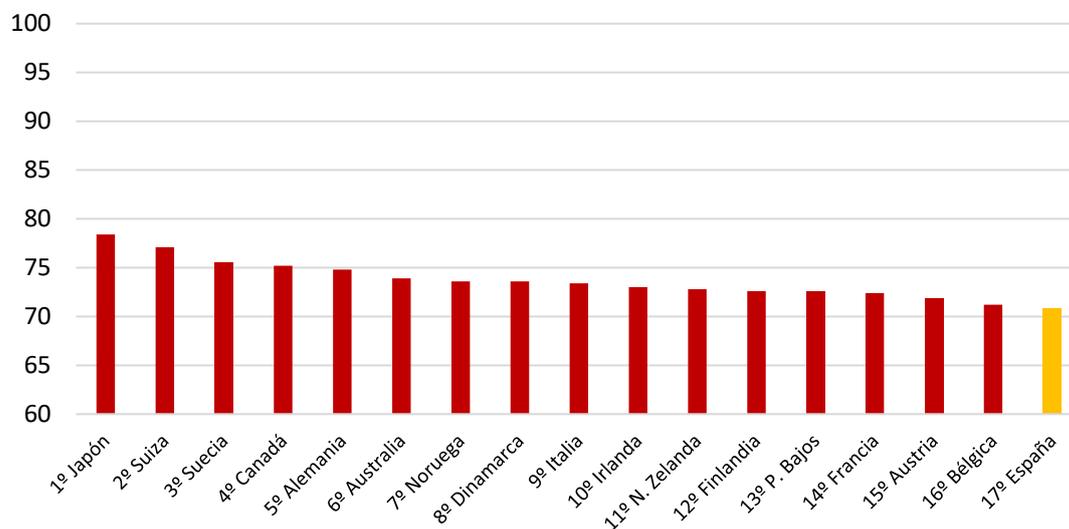
(g) País para comprar

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 (2020).⁶

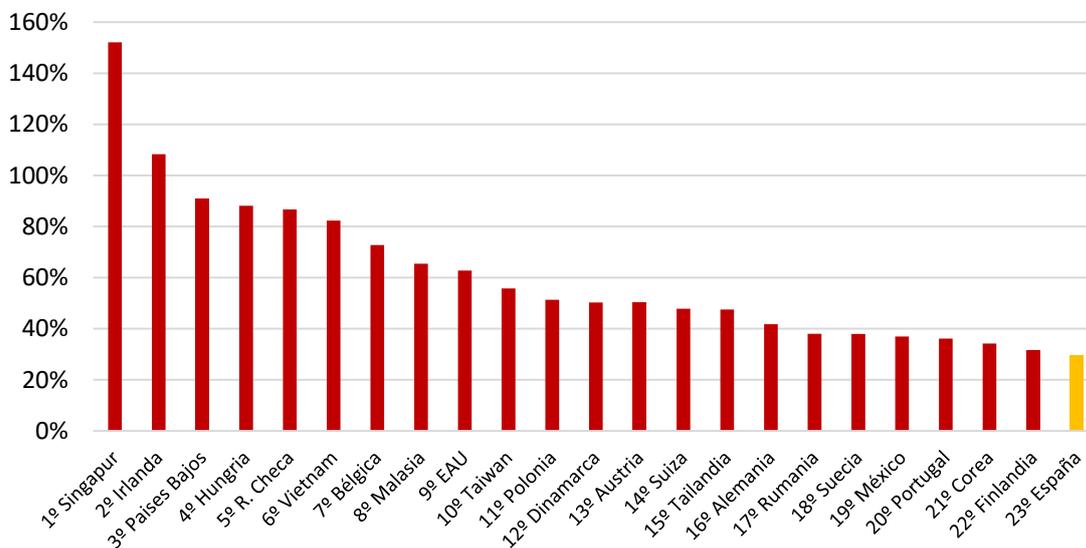
⁶ De las exportaciones han sido excluidos los productos minerales y energéticos.

Gráfico 21. Posición de la imagen de España: país para comparar



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 22. Posición de España en el indicador objetivo: exportaciones



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

Tabla 11. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: país para comprar

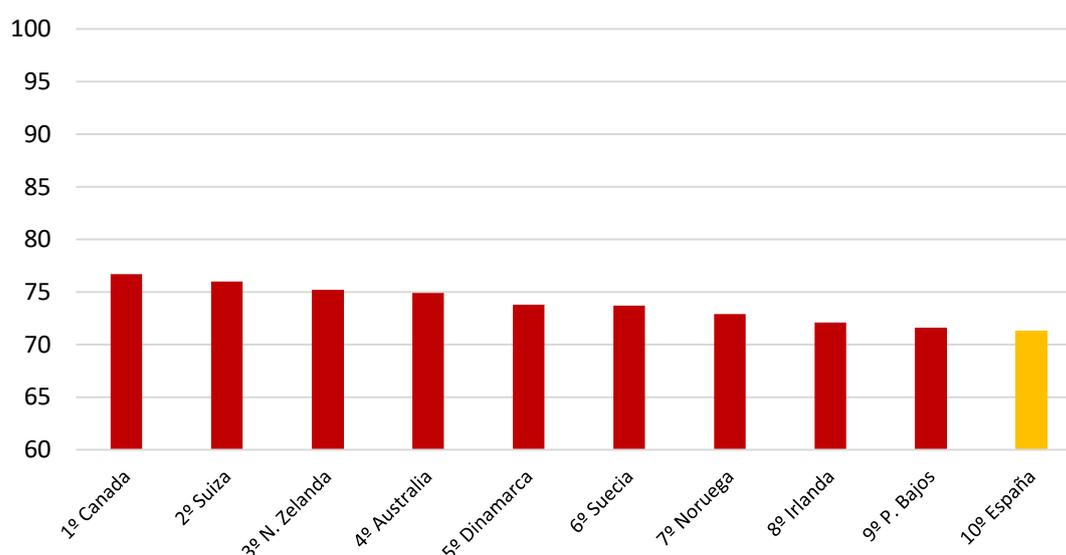
Imagen: Puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: % de las exportaciones sobre el PIB		
1 ^{er} cuatri. 2020	1 ^{er} cuatri. 2021	Δ porcent.	2019	2020	Δ porcent.
74,3	70,8	-4,7	33,08	29,58	-10,6

(h) País para vivir

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

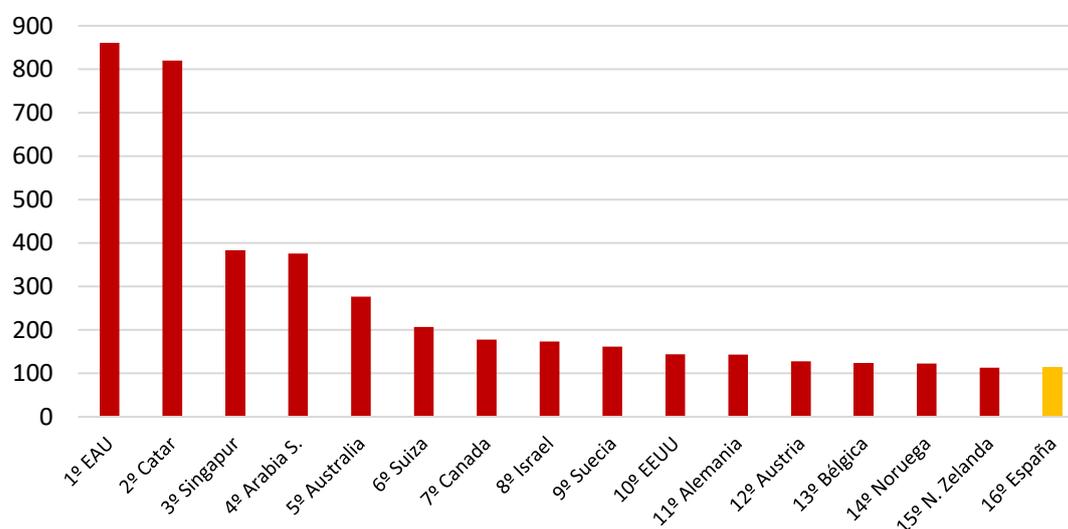
Indicador objetivo: *stock* migratorio neto por 1.000 habitantes (2020).

Gráfico 23. Posición de la imagen de España: país para vivir



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 24. Posición de España en el indicador objetivo: migración neta



Fuente: Departamento de Economía y Asuntos Sociales de Naciones Unidas, www.un.org/development/desa/pd/content/international-migrant-stock.

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

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: <i>stock</i> migratorio neto por 1.000 habitantes		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	2019	2020	Δ porcent.
74,2	71,3	-3,9	99,9	113,0	13,1

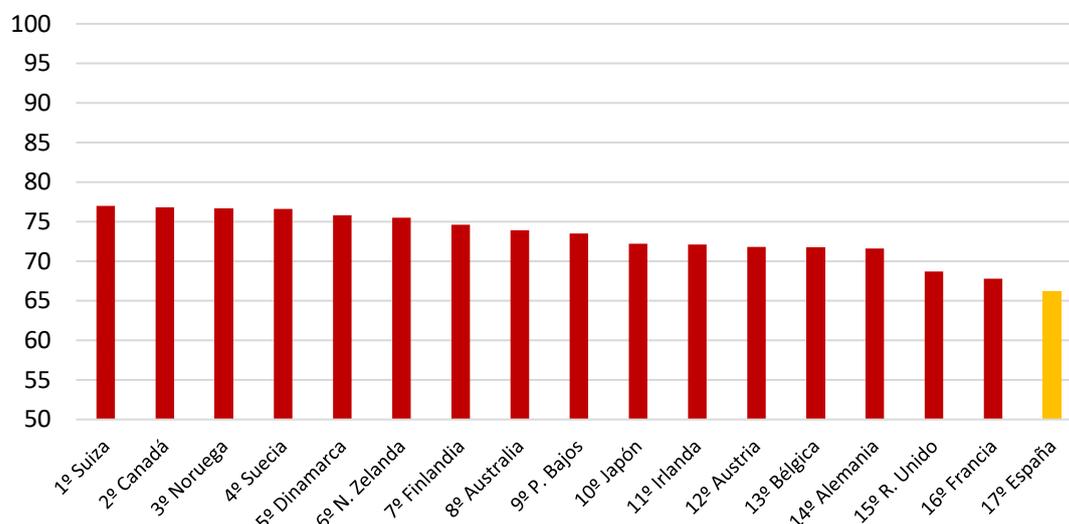
(i) Ética y transparencia

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 (2020).⁷

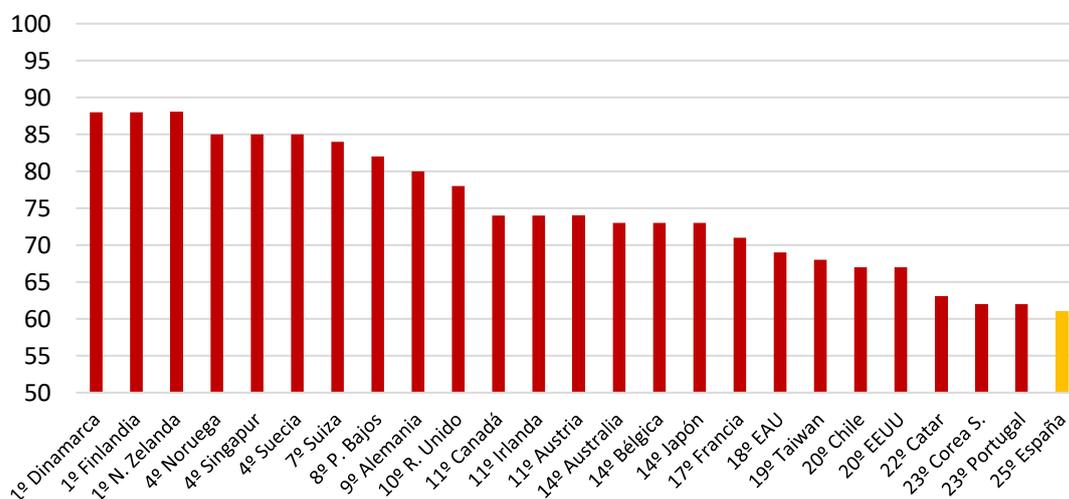
⁷ Para la elaboración del índice de Transparencia Internacional se usan datos provenientes de 13 instituciones.

Gráfico 25. Posición de la imagen de España: ética y transparencia



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 26. Posición de España en el indicador objetivo: Índice de percepción de la corrupción de Transparencia Internacional



Fuente: Transparencia Internacional, www.transparency.org/cpi2021.

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

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: Índice de Transparencia Internacional (escala 0-100)		
1 ^{er} cuatri. 2020	1 ^{er} cuatri. 2021	Δ porcent.	2019	2020	Δ porcent.
66,8	66,2	-0,9	62	61	-1,6

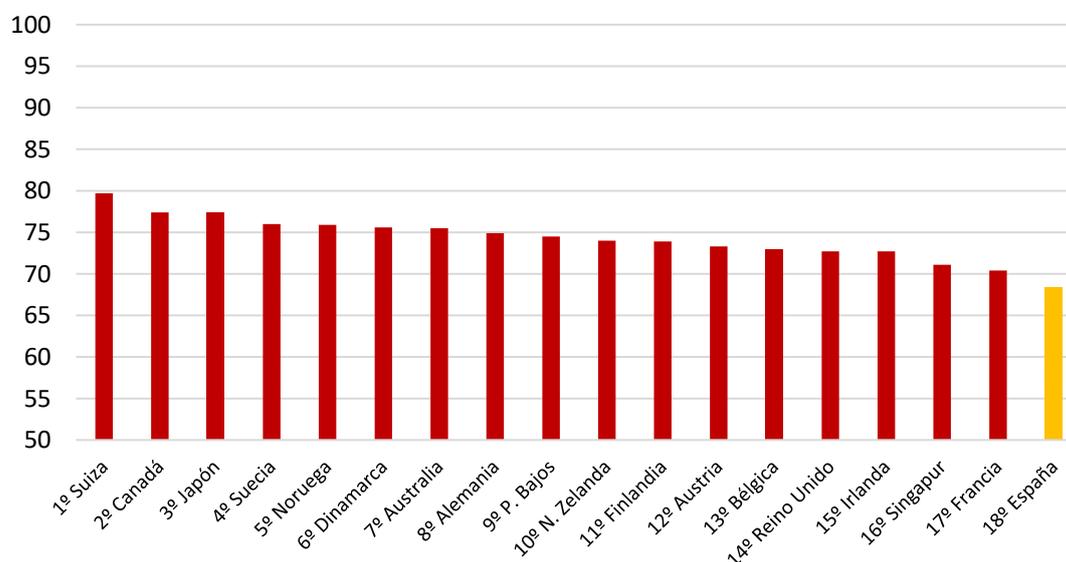
Un año más, tal y cómo se refleja en los Barómetros de Imagen de España, los escándalos de corrupción y la percepción extendida entre los españoles respecto a la corrupción en las diferentes administraciones públicas, afectan poco a la imagen internacional de España.

(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 *Worldwide Governance Indicators* del Banco Mundial (2020).⁸

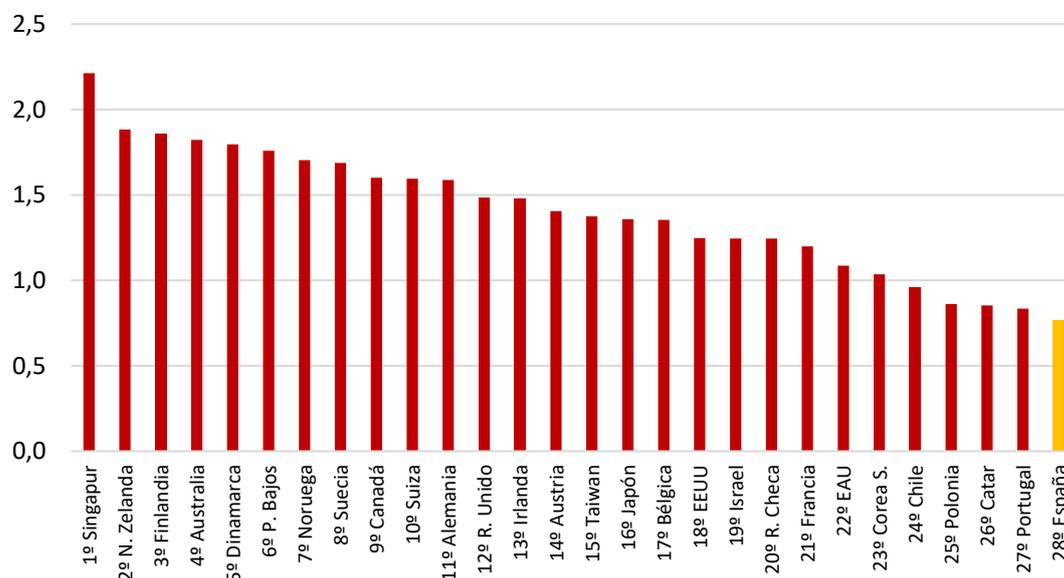
Gráfico 27. Posición de la imagen de España: entorno económico



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

⁸ La “calidad regulatoria” de *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: índice de calidad regulatoria



Fuente: *Worldwide Governance Indicators*, 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 <i>WGI</i>		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ percent.	2019	2020	Δ percent.
69,2	68,4	-1,2	1,05	0,77	-26,7

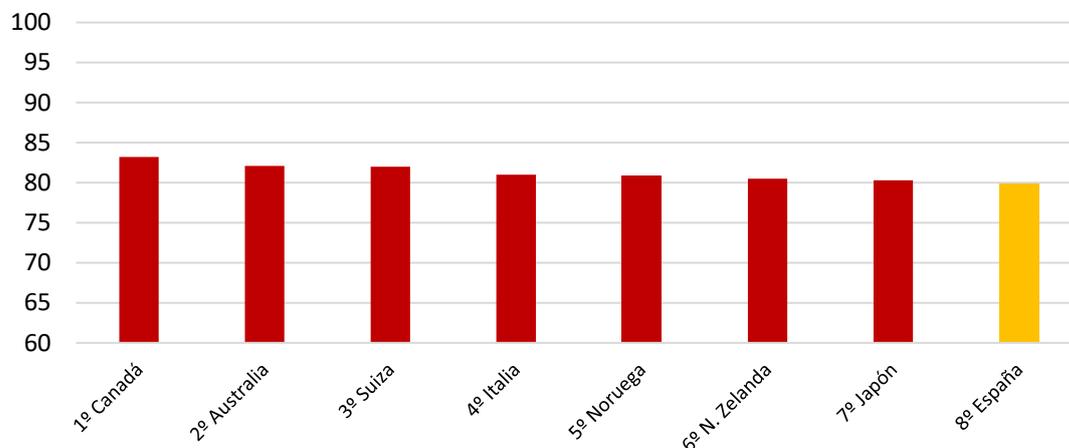
(2.3) Aspectos en los que la realidad es mejor que la imagen

(a) País para visitar

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

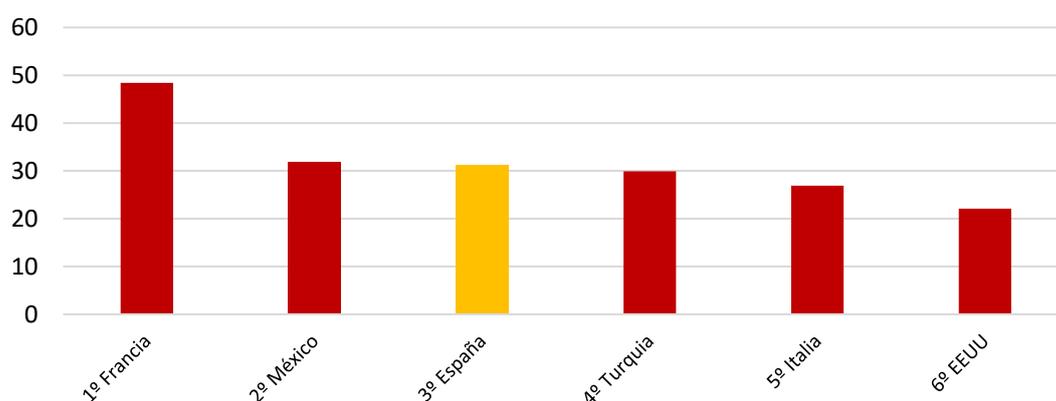
Indicador objetivo: millones de turistas recibidos (2020).

Gráfico 29. Posición de la imagen de España: país para visitar



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 30. Posición de España en el indicador objetivo: turistas recibidos



Fuente: Organización Mundial del Turismo, www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism.

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

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: millones de turistas al año		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	2019	2020	Δ porcent.
84,2	79,9	-5,1	83,5	31,2	-62,6

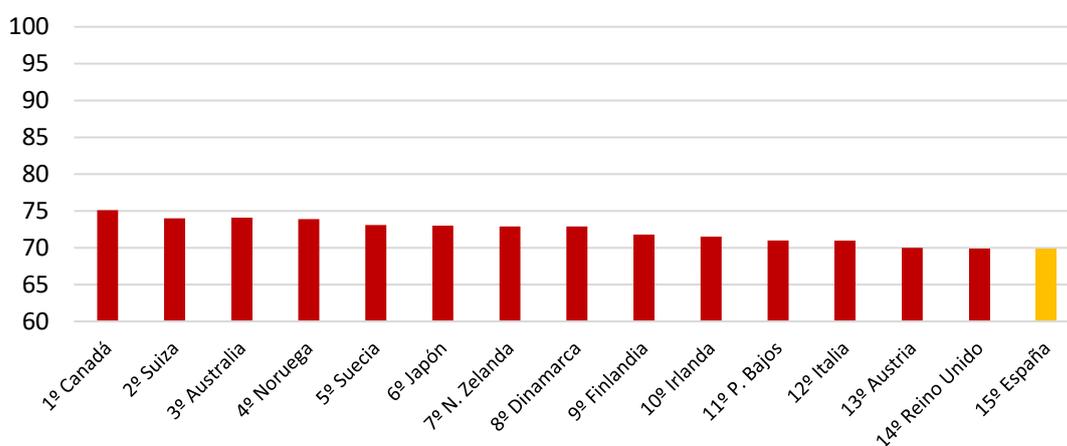
Al igual que en el resto del mundo, la pandemia de COVID-19 provocó en 2020 una caída histórica en la llegada de turistas. Pero la imagen de España como país para visitar se vio apenas afectada por la pandemia, pese a que la intención o la decisión de visitarla quedarán temporalmente congeladas.

(b) País para asistir a eventos

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

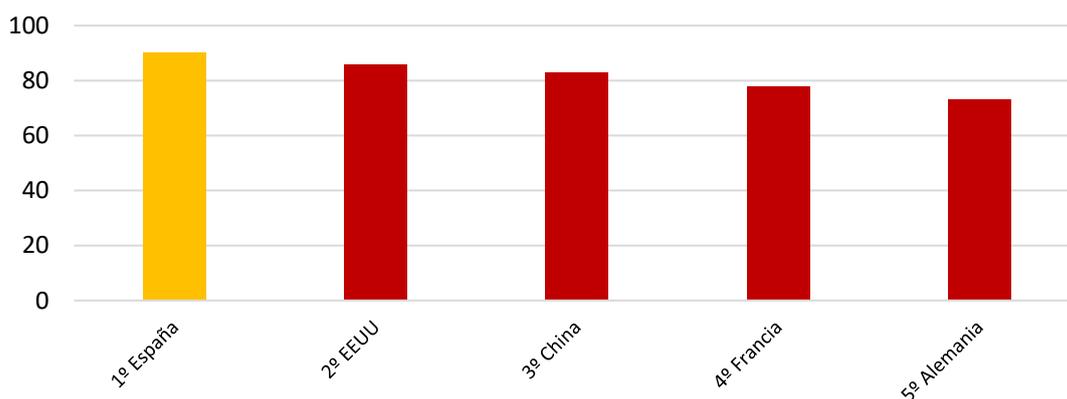
Indicador objetivo: número de convenciones y conferencias internacionales celebradas presencialmente o en formato híbrido en el país, según la *International Congress and Convention Association* (2021).

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



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 32. Posición de España en el indicador objetivo: eventos internacionales celebrados presencialmente o en formato híbrido



Fuente: International Congress and Convention Association, www.iccaworld.org/cnt/Research/ICCA%20DPI%202021-%20Public%20Abstract.pdf.

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

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: nº de convenciones y conferencias internacionales
1 ^{er} cuatri. 2020	1 ^{er} cuatri. 2021	Δ percent.	No se incluyen los datos, por dificultades en la comparación
73,2	69,8	-4,6	

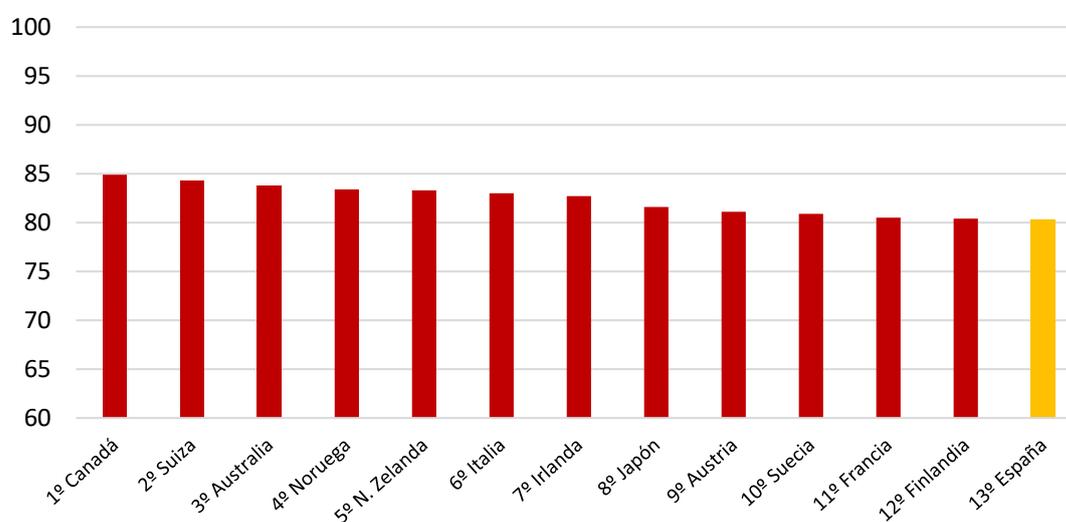
Debido a la pandemia de COVID-19, en 2020 apenas se celebraron congresos y convenciones, y el ICCA no elaboró su informe anual. Por su parte, en 2021 lo elaboró distinguiendo entre eventos presenciales, híbridos y completamente virtuales.

(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 (2021).⁹

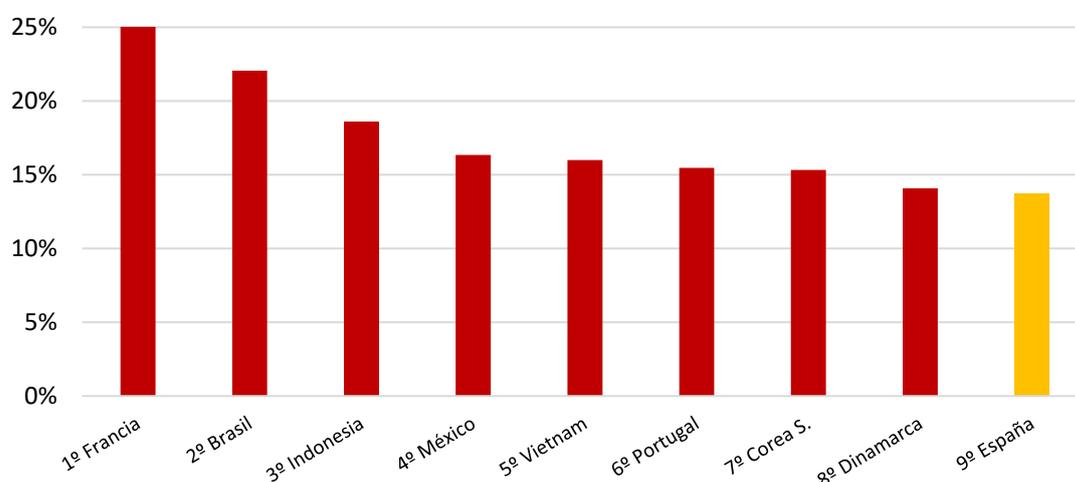
Gráfico 33. Posición de la imagen de España: entorno natural



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

⁹ Los patrimonios naturales y naturales-culturales pueden solaparse con las reservas de la biosfera, e incluyen superficie tanto terrestre como marina.

Gráfico 34. Posición de España en el indicador objetivo: patrimonio natural o reserva de la biosfera



Fuente: UNESCO; whc.unesco.org/ y en.unesco.org/biosphere/wnbr.

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

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: % territorial declarado patrimonio natural, natural-cultural o reserva de la biosfera		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	2020	2021	Δ porcent.
84,1	80,3	-4,5	13,1	13,7	4,6

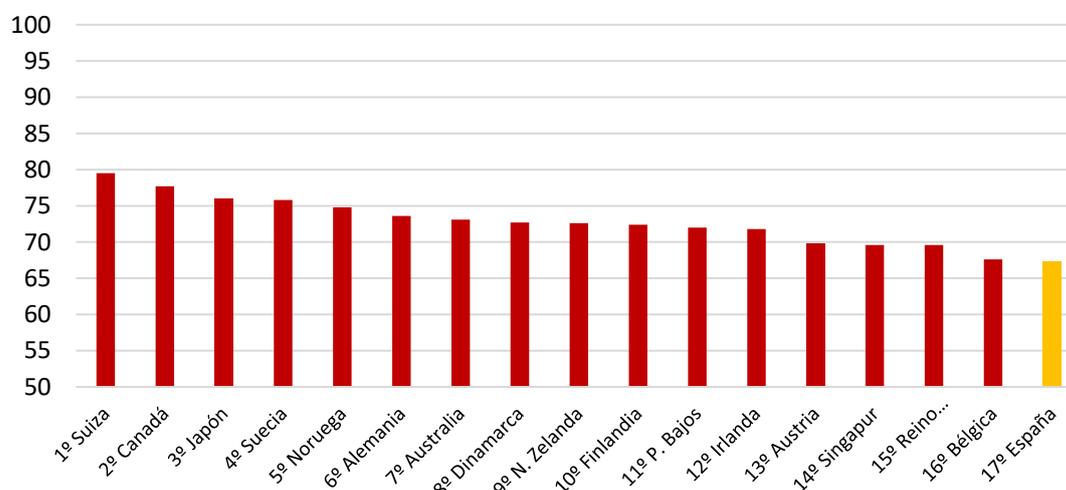
La superficie protegida de España se incrementó por la declaración de la Ribera Sacra y las Sierras de Oribio y Courel (Galicia) como reserva de la biosfera.

(d) País para invertir

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

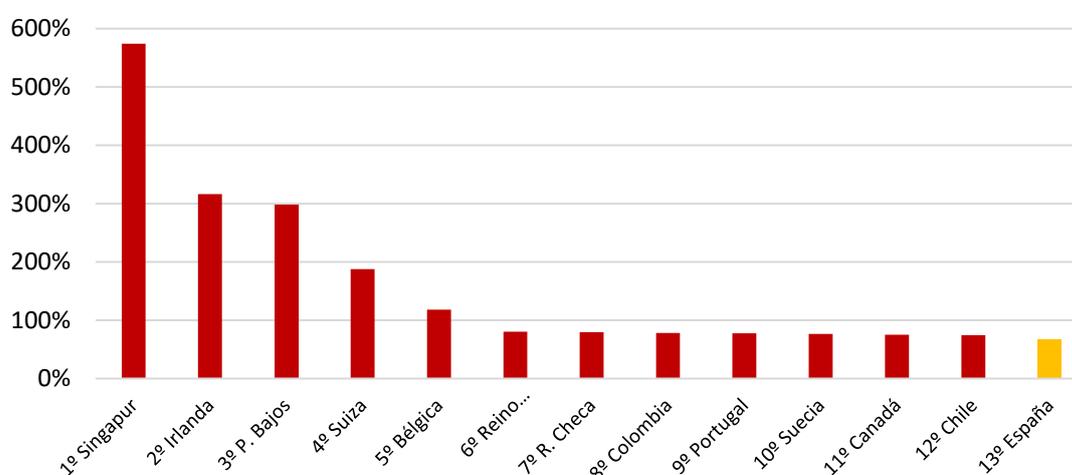
Indicador objetivo: *stock* de inversión extranjera directa en el país en relación al PIB (2020).

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



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 36. Posición de España en el indicador objetivo: stock de inversión directa



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

Tabla 18. Evolución de la imagen y del indicador objetivo. País para invertir

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: % del stock de IED sobre el PIB		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	2019	2020	Δ porcent.
65,9	67,3	2,1	54,4	67,5	24,1

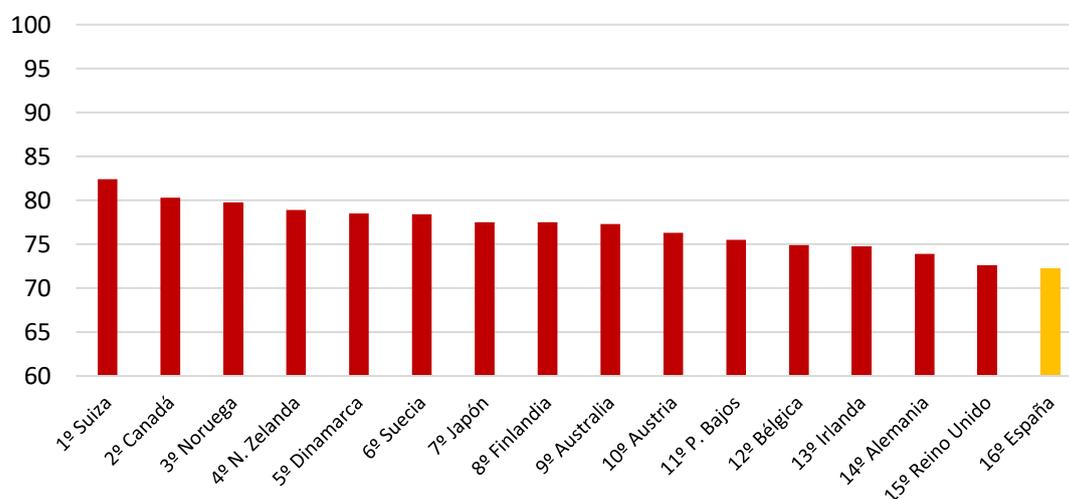
El incremento del indicador objetivo en 2020 se debe a la fuerte caída del denominador de la ecuación, el PIB, en ese año, y no a un aumento de la Inversión Extranjera Directa.

(e) Seguridad

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

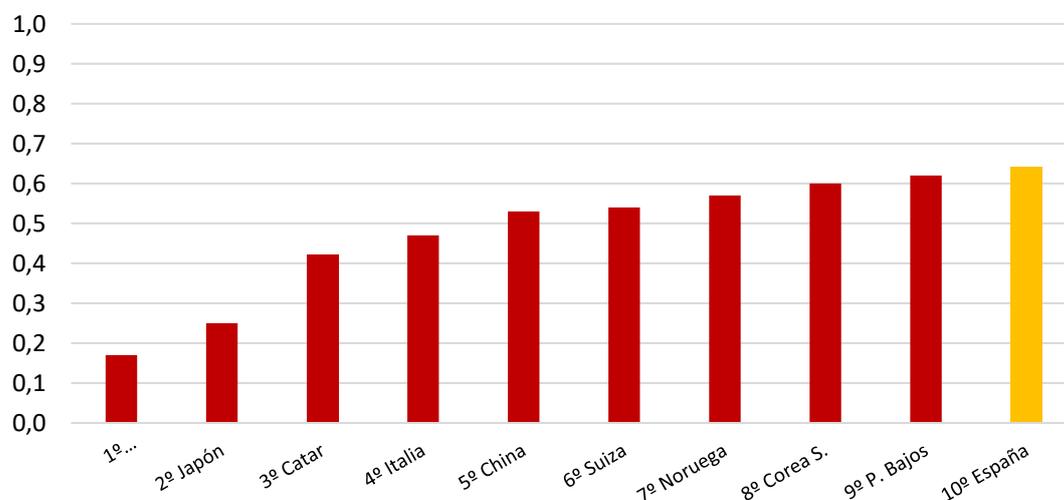
Indicador objetivo: número de homicidios al año por cada 100.000 habitantes (2020).

Gráfico 37. Posición de la imagen de España: seguridad



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 38. Posición de España en el indicador objetivo: homicidios



Fuente: Oficina de Naciones Unidas para Crímenes y Drogas, dataunodc.un.org/dp-intentional-homicide-victims.

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

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: valor inverso de homicidios por 100.000 habitantes		
1 ^{er} cuatri. 2020	1 ^{er} cuatri. 2021	Δ percent.	2019	2020	Δ percent.
74,1	72,2	-2,6	1,41	1,56	10,6

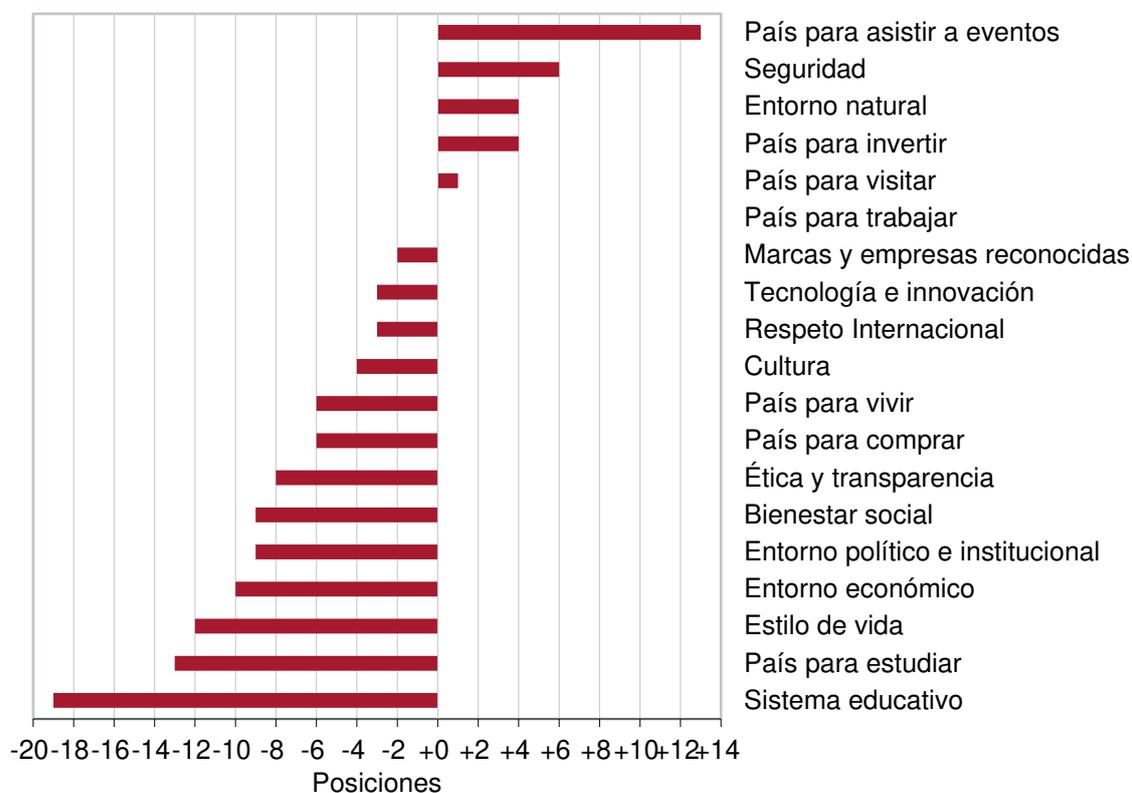
En este indicador se utiliza el valor inverso porque un descenso en el número de homicidios supone una mejora. La ratio de homicidios en España fue de 0,71 por 100.000 habitantes en 2019 y de 0,64 en 2020.

(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 *grosso 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.

Al igual que en la pasada edición del SIDIR, siguen siendo más numerosos los aspectos en los que la opinión pública internacional sobreestima la realidad española. Es el caso de todos los que quedan a la izquierda del eje central en el Gráfico 39.

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 entre 2020 y 2021. 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 inversión internacional recibida es la variable más destacada a este respecto (aunque, como ya se ha explicado, debido principalmente al efecto estadístico por la caída del PIB). 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 seis de los 17 ítems, con una diferencia especialmente notoria en el caso del turismo internacional (un hecho condicionado por la pandemia).

Gráfico 40. Diferencia entre los porcentajes de la evolución de la realidad española y los de la evolución de su imagen, 2020-2021



Nota: 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 realidad española y su imagen externa.

(4) Anexo

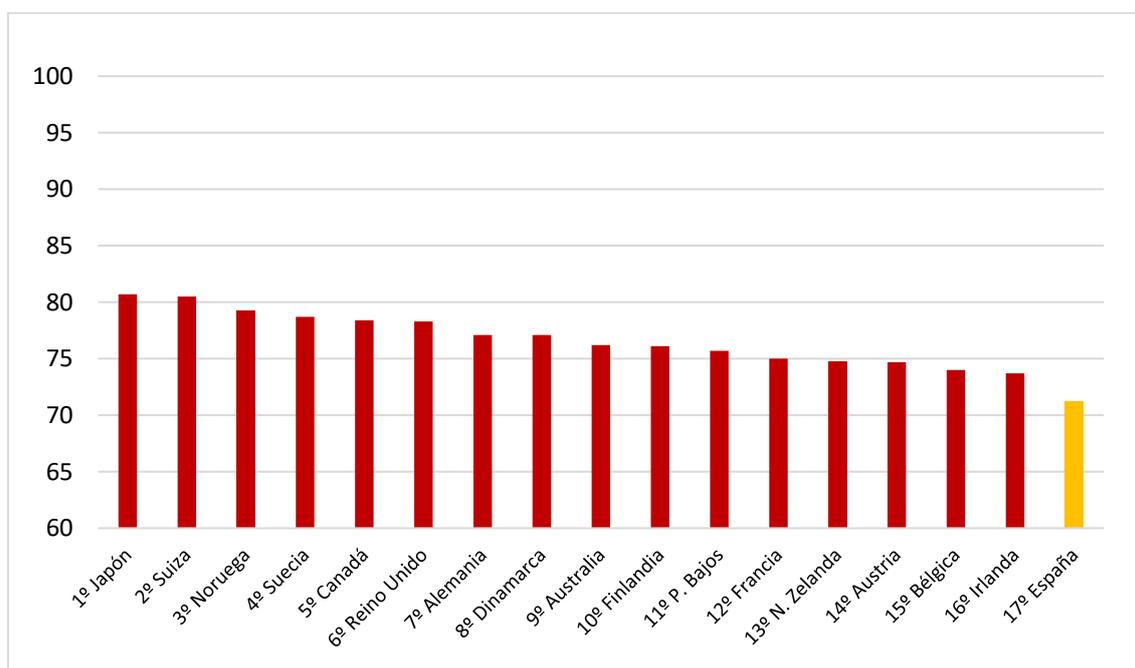
En este Anexo se presentan los datos relativos a los indicadores objetivos que se excluyen de la comparación desde el SIDIR publicado en 2020. Se trata de indicadores que en ediciones anteriores al 2020 se utilizaban para comparar un atributo (imagen) de composición interna heterogénea, con diferentes 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 2022*, por millón de habitantes (2020).¹⁰

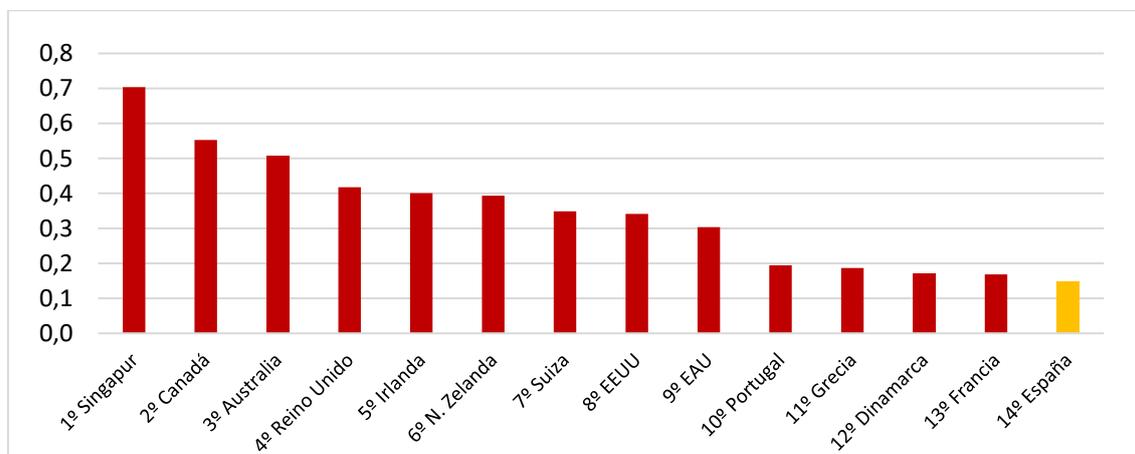
Gráfico 41. Posición de la imagen de España: sistema educativo



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

¹⁰ Datos recogidos en 2021, pero basados en información de 2020. El *ranking* del *QS Global MBA* ordena los programas MBA (incluye 286) 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.

Gráfico 42. Posición de España en el indicador objetivo: MBA de prestigio



Fuente: QS Global MBA Rankings 2022, www.topuniversities.com/university-rankings/mba-rankings/global/2022.

Tabla 20. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: sistema educativo, MBA

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: MBA de prestigio, por millón de habitantes		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ percent.	2019	2020	Δ percent.
73,2	71,2	-2,7	0,127	0,148	16,5

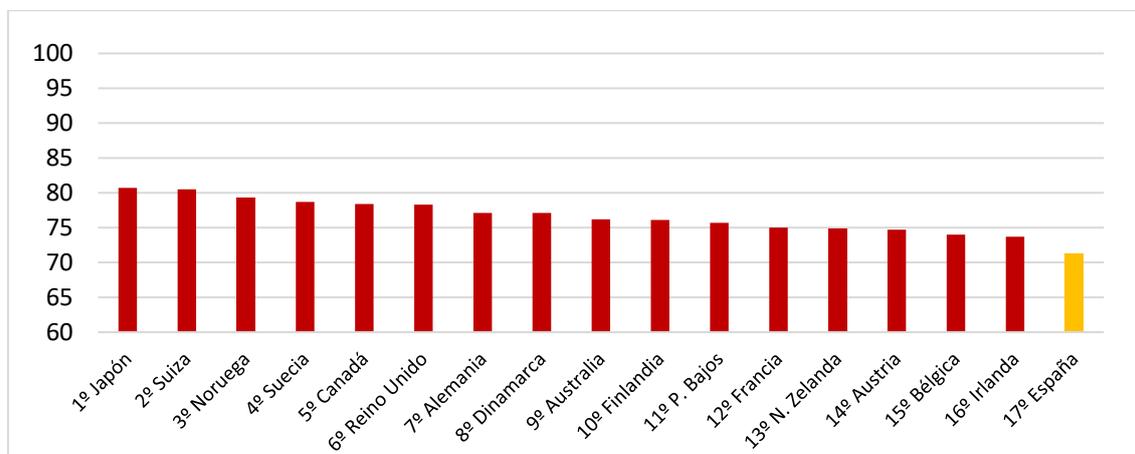
(b) Sistema educativo: universidades

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 1000 mejores, por millón de habitantes (2021).¹¹

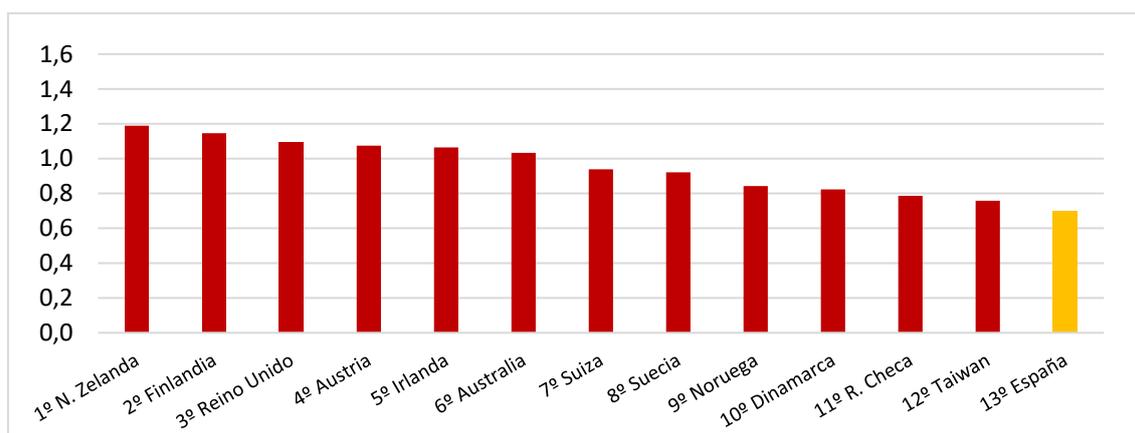
¹¹ El indicador de la presencia de universidades entre las de mayor calidad se ha obtenido a partir del *Academic Ranking of World Universities* (ARWU), conocido como *ranking* de Shanghái, que ofrece datos recopilados a lo largo de varios años hasta 2020 y que tiene en cuenta la calidad del antiguo 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 2021, 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 2.112 universidades y el segundo 1.000.

Gráfico 43. Posición de la imagen de España: sistema educativo



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 44. Posición de España en el indicador objetivo: universidades entre las 1.000 mejores



Fuentes: *The World University Rankings (The Times)* y *Academic Ranking of World Universities (Shanghai University)*, www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2022/world-ranking y www.shanghairanking.com/ARWU-Statistics-2021.html.

Tabla 21. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: sistema educativo, universidades

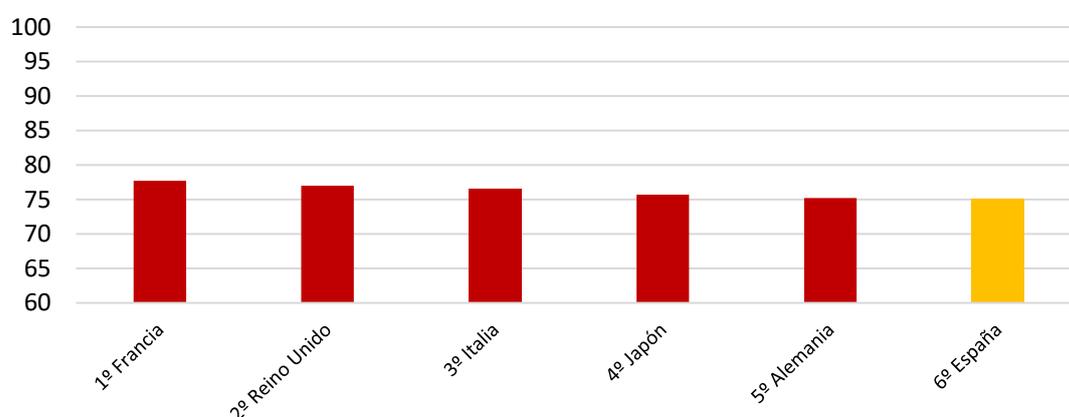
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: universidades de prestigio por millón de habitantes		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	2020	2021	Δ porcent.
73,2	71,2	-2,7	0,772	0,699	-9,5

(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”.

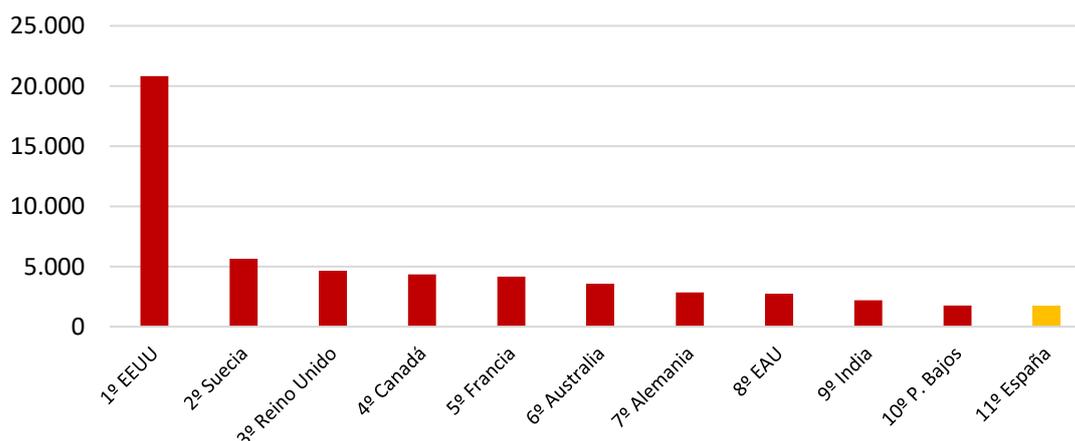
Indicador objetivo: exportación de servicios culturales y recreativos, millones de dólares (2020).

Gráfico 45. Posición de la imagen de España: cultura



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 46. Posición de España en el indicador objetivo: exportaciones de productos culturales



Fuente: Organización Mundial del Comercio, data.wto.org.

Tabla 22. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: cultura, exportaciones de productos culturales

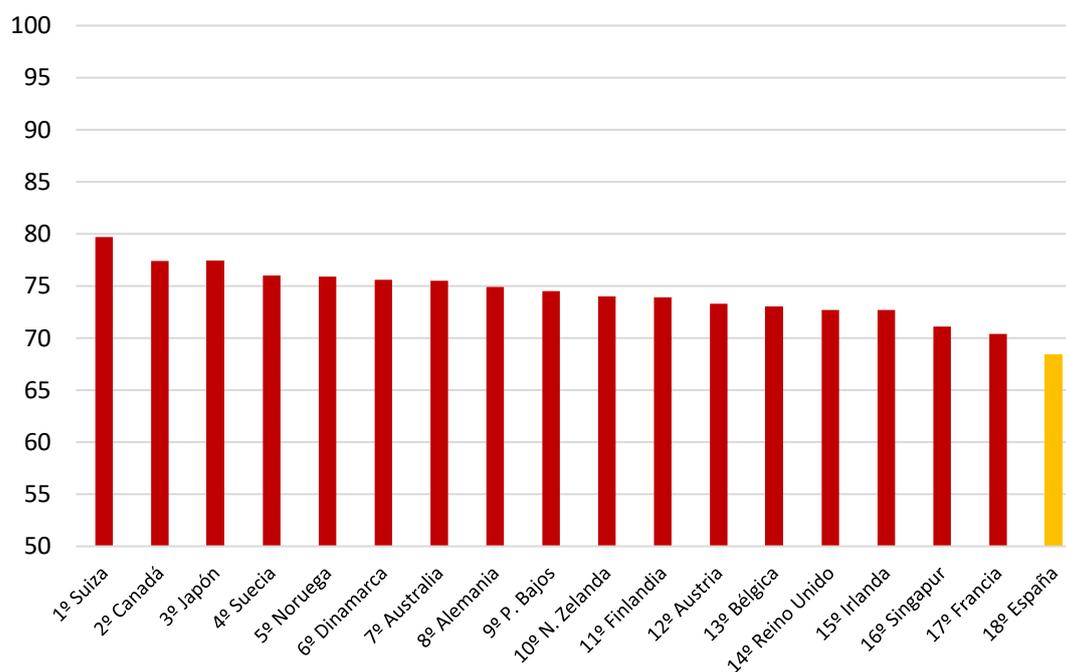
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: exportación de servicios culturales y recreativos (US\$ mn)		
1 ^{er} cuatri. 2020	1 ^{er} cuatri. 2021	Δ percent.	2019	2020	Δ percent.
77,4	75,1	-3	2107	1686	-20

(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”.

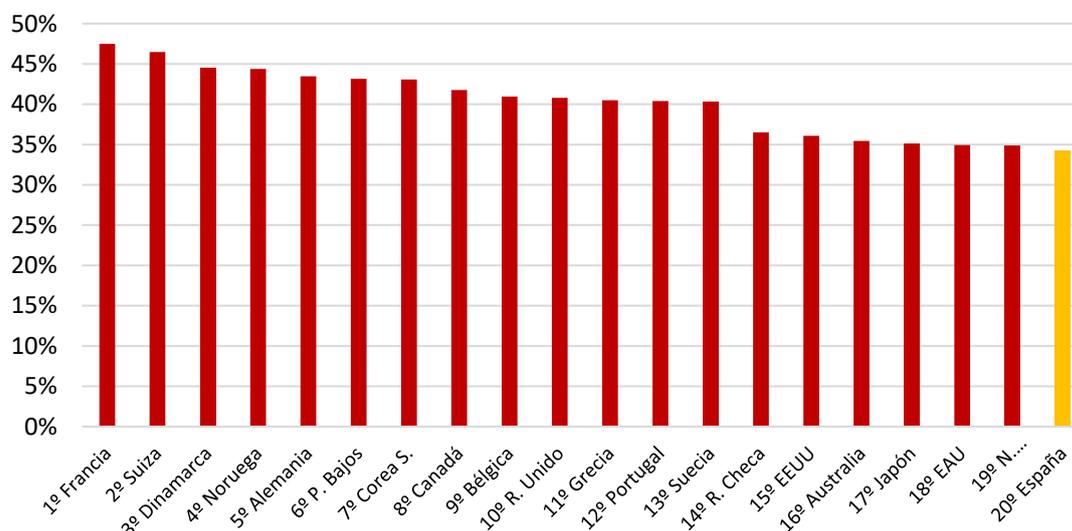
Indicador objetivo: porcentaje de suscripciones a banda ancha por población (2020).

Gráfico 47. Posición de la imagen de España: entorno económico



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 48. Posición de España en el indicador objetivo: entorno económico, suscripciones a banda ancha



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

Tabla 23. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: entorno económico, banda ancha

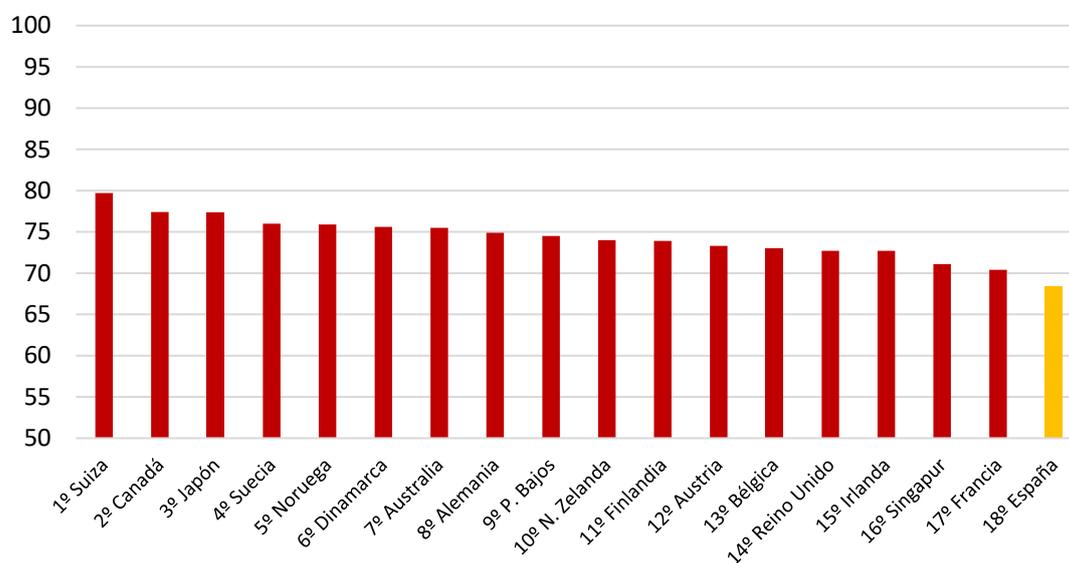
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: suscripciones a banda ancha por 100 habitantes		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	2019	2020	Δ porcent.
69,2	68,4	-1,2	33,41	34,18	2,3

(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”.

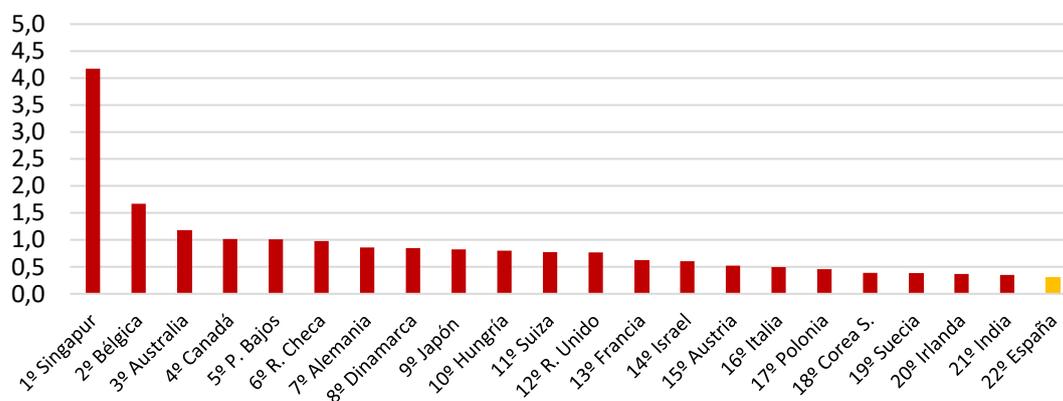
Indicadores objetivos: suma de los valores tipificados de la densidad de carreteras asfaltadas, vías ferroviarias y aeropuertos asfaltados (último año disponible de cada uno de ellos), ponderados cada uno a un tercio y corregido en función de la densidad de población de cada país.

Gráfico 49. Posición de la imagen de España: entorno económico



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 50. Posición de España en el indicador objetivo: infraestructura de comunicaciones



Fuente: *The World Factbook* (CIA),.

Tabla 24. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: entorno económico, infraestructura de comunicaciones

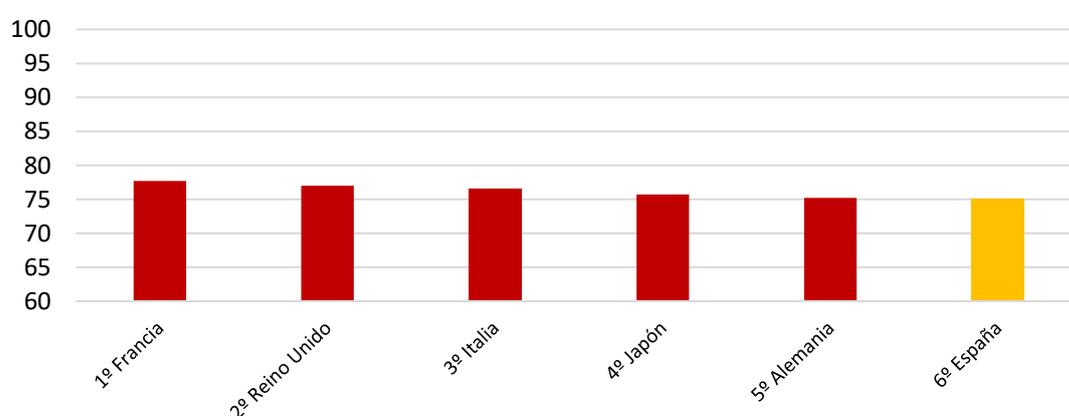
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: densidad de la infraestructura de transporte
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	No se incluyen datos por ausencia de valores diferentes para ambos años
69,2	68,4	-1,2	

(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”.

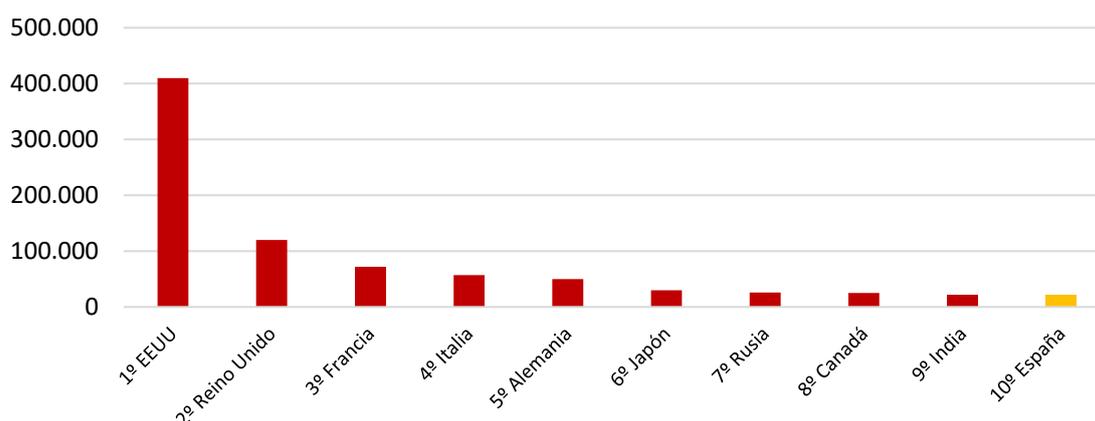
Indicador objetivo: Índice de popularidad histórica de artistas, elaborado a partir del número de idiomas en que existen entradas en Wikipedia dedicadas a los artistas de cada país (2022).¹²

Gráfico 51. Posición de la imagen de España: cultura



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 52. Posición de España en el indicador objetivo: popularidad mundial de artistas



Fuente: Fuente: A.Z. Yu *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.

¹² 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.

Tabla 25. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: cultura, popularidad de artistas

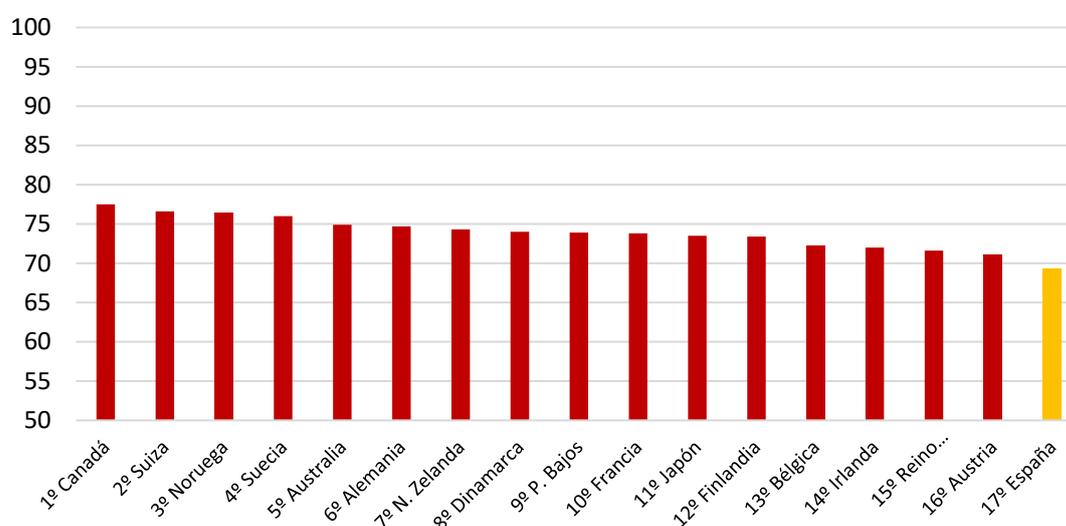
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: índice de popularidad histórica de los artistas nacionales		
1 ^{er} cuatri. 2020	1 ^{er} cuatri. 2021	Δ porcent.	2020	2022	Δ porcent.
77,4	75,1	-3	22000	21000	-4,5

(g) Respeto 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 (2020).¹³

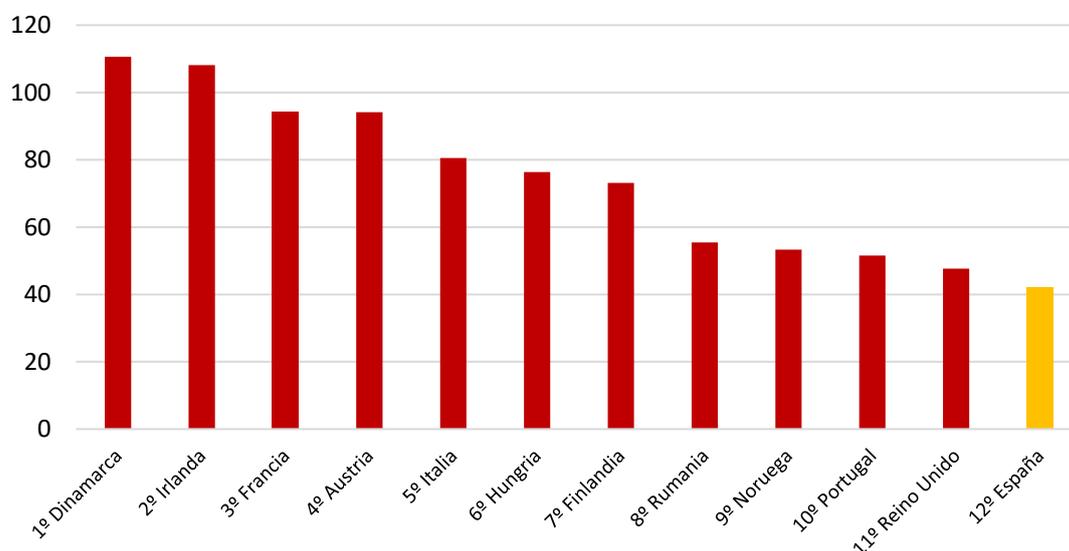
Gráfico 53. Posición de la imagen de España: respeto internacional



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

¹³ 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 a coaliciones internacionales.

Gráfico 54. Posición de España en el indicador objetivo: militares desplegados en el exterior



Fuente: The Military Balance 2021-International Institute for Strategic Studies, Routledge.

Tabla 26. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: militares desplegados en el exterior

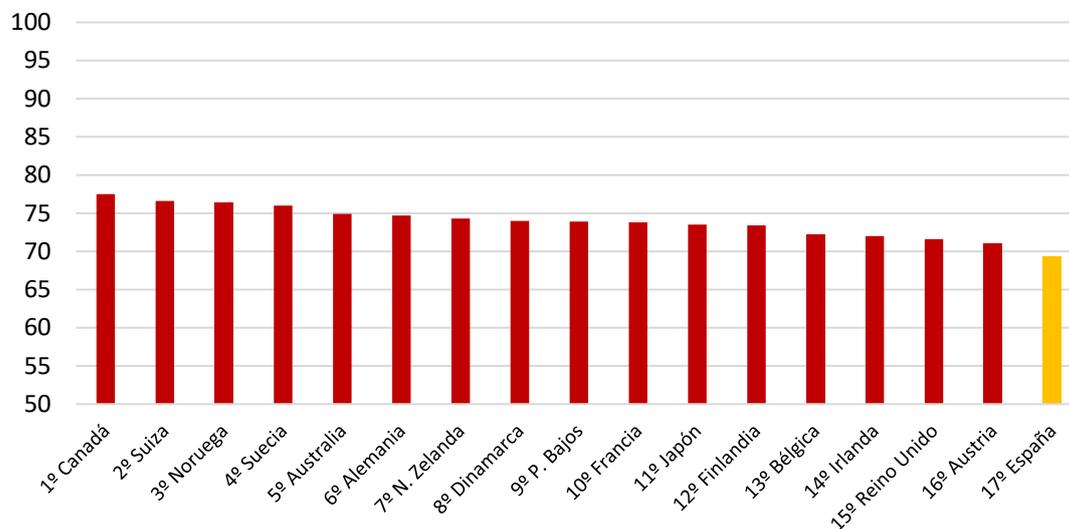
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: militares desplegados en alianzas internacionales, por millón de habitantes		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	2019	2020	Δ porcent.
71,8	69,3	-3,5	44,62	42,19	-5,4

(h) Respeto 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”.

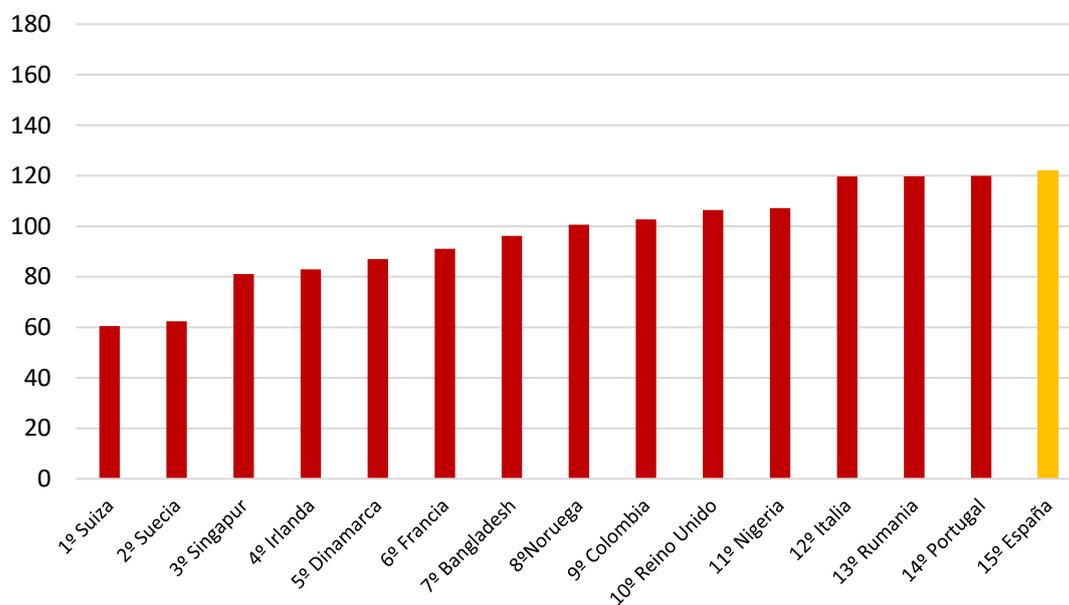
Indicador objetivo: kilos emitidos de CO2 por 1.000 dólares de PIB (2019).

Gráfico 55. Posición de la imagen de España: respeto internacional



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 56. Posición de España en el indicador objetivo: emisión de CO2



Fuente: *Banco Mundial*, data.worldbank.org/indicator/EN.ATM.CO2E.PP.GD.

Tabla 27. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en responsabilidad internacional. CO2

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: valor inverso de kilos emitidos de CO2 por US\$1 de PIB en PPA
1 ^{er} cuatri. 2020	1 ^{er} cuatri. 2021	Δ percent.	No se incluyen datos por ser anteriores a 2020
71,8	69,3	-3,5	

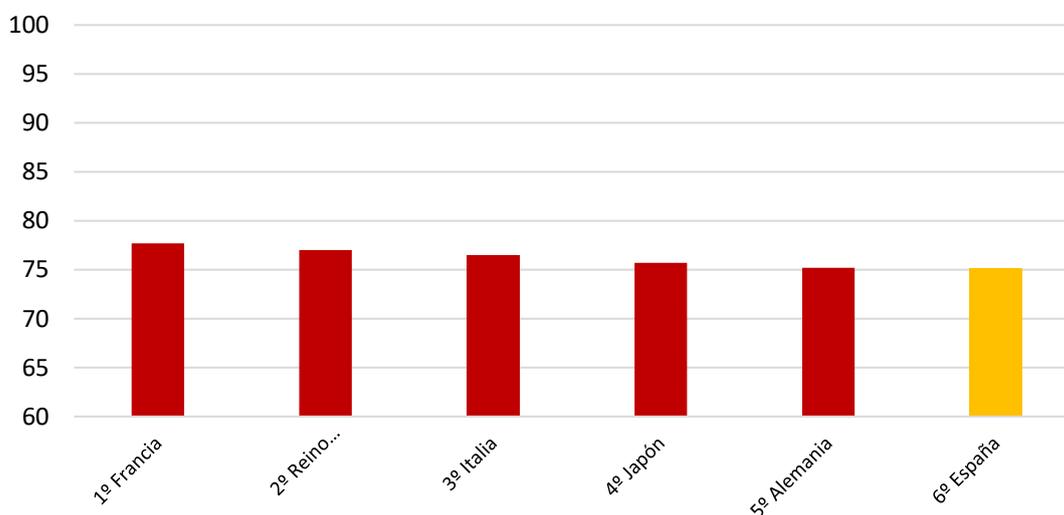
En este indicador se utiliza el valor inverso porque un aumento en las emisiones de CO2 supone un empeoramiento. Los kilos emitidos de CO2 por 1.000 dólares de PIB durante 2019 en España fueron 122.

(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 2020 (inclusive).¹⁴

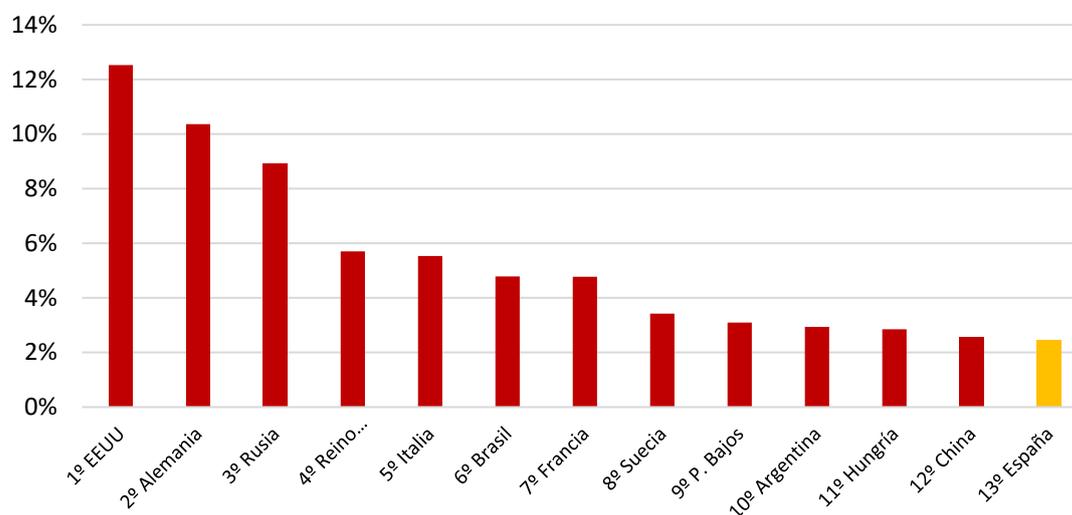
Gráfico 57. Posición de la imagen de España: cultura



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

¹⁴ 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, en base a la difusión mediática de cada uno de los acontecimientos.

Gráfico 58. Posición de España en el indicador objetivo: cultura, medallas de oro en JJOO y puntos en fases finales de Mundiales de Fútbol



Fuentes: Comité Olímpico Internacional y FIFA, www.olympic.org/olympic-results y es.fifa.com/fifa-tournaments/statistics-and-records/worldcup/index.html.

Tabla 28. Evolución de la imagen y del indicador objetivo en cultura. JJOO y Mundiales de Fútbol

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: % ponderado de medallas de oro olímpicas y puntos en Mundiales de Fútbol sobre el total		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	2019	2020	Δ porcent.
77,4	75,1	-3	2,46	2,46	0

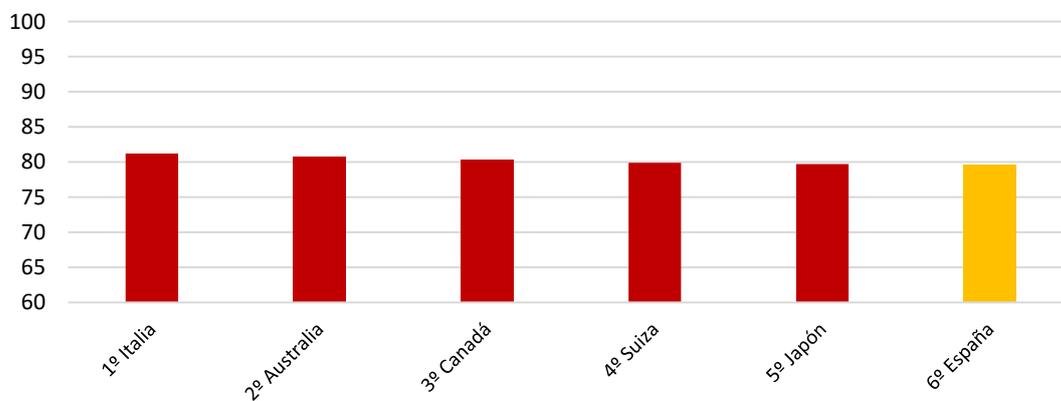
Debido a la pandemia, los JJOO de Tokio se pospusieron a 2021, por lo que no se produjeron cambios en el indicador objetivo durante 2020.

(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”.

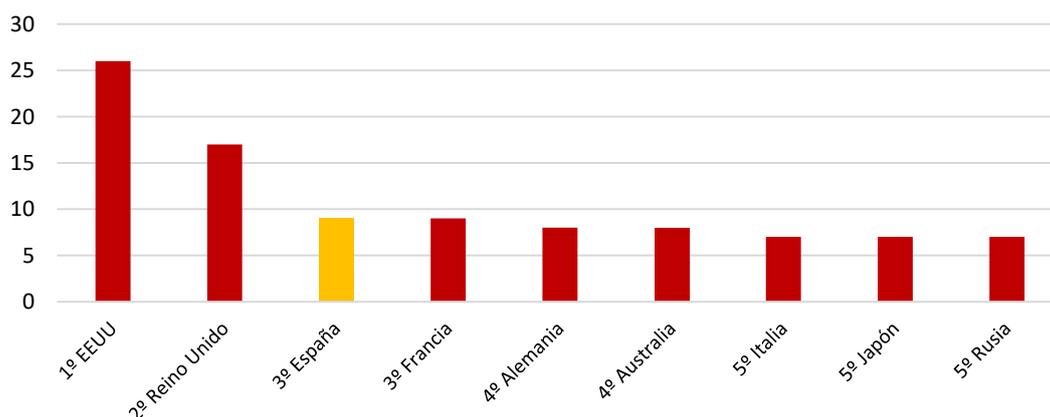
Indicador objetivo: museos entre los 150 más visitados del mundo (2020).

Gráfico 59. Posición de la imagen de España: ocio y entretenimiento



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 60. Posición de España en el indicador objetivo: museos más visitados (1)



(1) Varios países están igualados en el número de museos entre los 150 más visitados.

Fuente: “Special report: visitor figures 2022”, *The Art Newspaper Review*, nº 333, www.theartnewspaper.com.

Tabla 29. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: ocio y entretenimiento, museos

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: museos relevantes		
1ºcuatri. 2020	1ºcuatri. 2021	Δ porcent.	2019 ¹⁵	2020	Δ porcent.
83,4	79,6	-4,6	10,5	9	-14,3

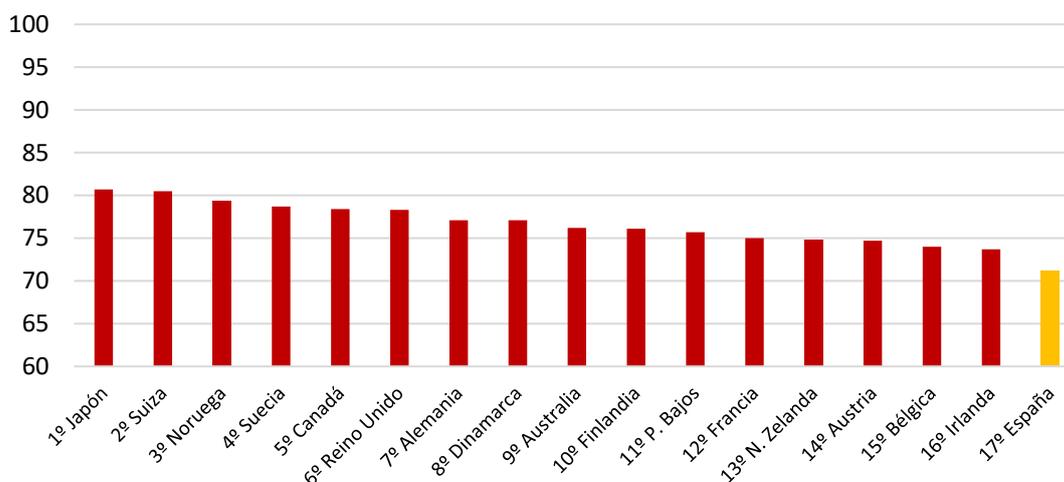
¹⁵ En 2019 la lista de *The Art Newspaper Review* era de 100 museos y en 2020 de 150, por lo que para poder establecer la comparativa temporal se ha optado por multiplicar el dato de 2019 por 1,5.

(k) Sistema educativo: resultados PISA

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

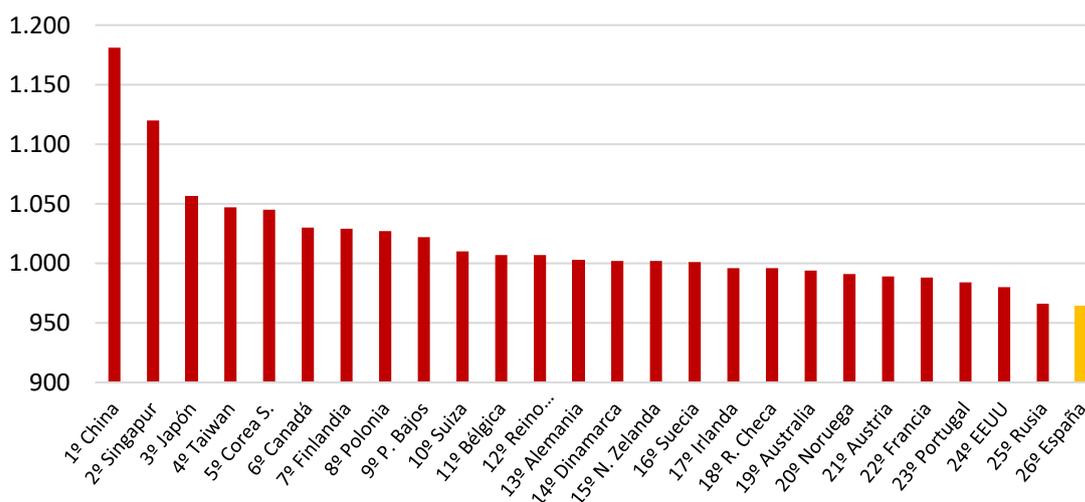
Indicador objetivo: Informe PISA, medición de conocimientos y habilidades a los 15 años de edad en las pruebas de Matemáticas y Ciencias¹⁶ (2018).

Gráfico 61. Posición de la imagen de España: sistema educativo



Fuente: Informe *Country RepTrak*, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 62. Posición de España en el indicador objetivo: puntuación en PISA



Fuente: OCDE, www.oecd.org/pisa.

¹⁶ 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 la prueba de Lectura en el último informe PISA fue cuestionada por la propia OCDE.

Tabla 30. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: sistema educativo, PISA

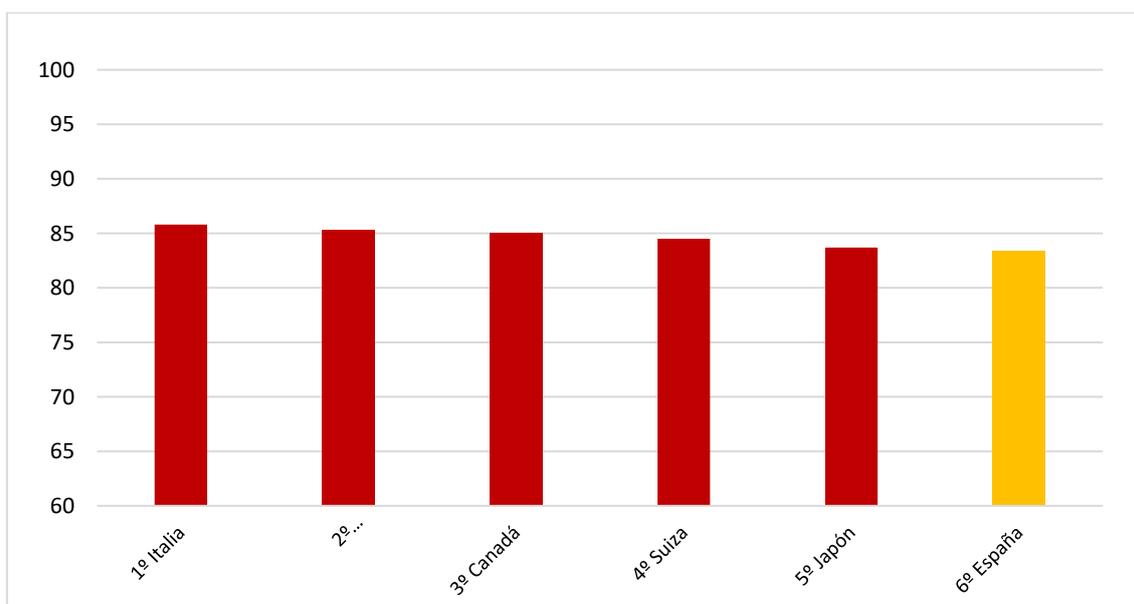
Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: puntuación en informe PISA
1 ^{er} cuatri. 2020	1 ^{er} cuatri. 2021	Δ percent.	No se incluyen datos por ser anteriores a 2020
73,2	71,2	-2,7	

(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”.

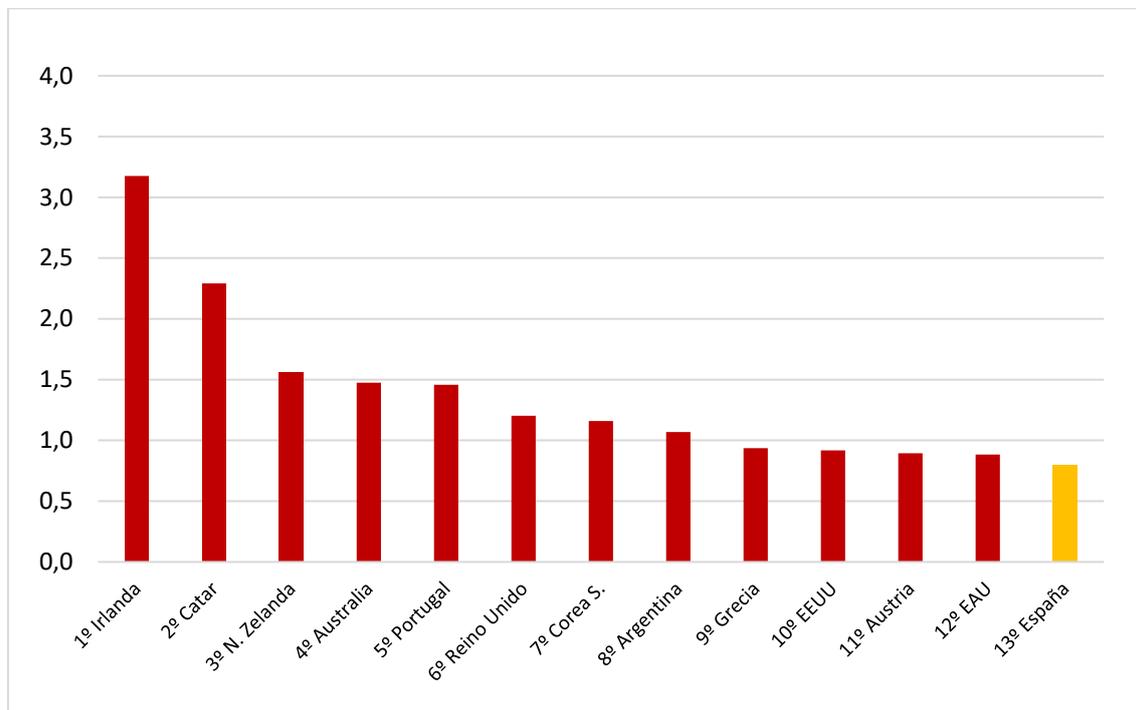
Indicador objetivo: estadios con capacidad para más de 20.000 espectadores por millón de habitantes (2021).

Gráfico 63. Posición de la imagen de España: ocio y entretenimiento



Fuente: Informe Country RepTrak, “La reputación de España en el mundo 2021”.

Gráfico 64. Posición de España en el indicador objetivo: grandes estadios



Fuente: *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2021*, www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021/.

Tabla 31. Evolución de la imagen y del indicador objetivo: ocio y entretenimiento, estadios

Imagen: puntuación en la escala 0-100			Indicador objetivo: grandes estadios por millón de habitantes		
1º cuatri. 2020	1º cuatri. 2021	Δ porcent.	2018	2021	Δ porcent.
83,4	79,6	-4,6	0,732	0,802	9,6