

BARÓMETRO DE LA IMAGEN DE ESPAÑA (BIE)

9ª OLEADA

2021



Madrid, abril 2021

ÍNDICE

I. FICHA TÉCNICA.....	3
II. PRINCIPALES RESULTADOS.....	5
1. Evolución de la valoración de los países	5
2. Valoración de España en aspectos concretos	9
3. Rasgos de imagen de España y de los españoles: diferenciales semánticos	17
4. La autoimagen de los españoles.....	24
5. Actuación de cada Estado frente a la COVID y futuro de la cooperación internacional tras la epidemia.	27
6. España como aliado.....	31
7. Prioridades de política exterior.....	39
8. Autonomía estratégica europea, rechazo a las inversiones chinas y posición en la competencia entre China y EEUU	45
9. Ciudades y marcas españoles. El efecto del “ <i>made in Spain</i> ”	51

En este informe se recogen los principales resultados de la novena oleada del Barómetro sobre la Imagen de España elaborado por el Real Instituto Elcano. Este Barómetro se realiza mediante la aplicación de un cuestionario estructurado a una muestra de la población general de los países en los que, en cada una de las olas, se analiza la imagen de España. Además de las cuestiones de imagen y prestigio, el BIE aborda aspectos relativos a preferencias de política internacional y de alianzas estratégicas para conocer el grado de coincidencia con las preferencias españolas. Por este motivo, y para investigar en la autoestima de los españoles, la encuesta se realiza también en España.

I. FICHA TÉCNICA

En la presente oleada se han incluido 7 países europeos (Alemania, Francia, Países Bajos, Italia, Portugal, Reino Unido y España), además de EEUU, China, India y Corea del Sur. El universo de estudio se ha definido como la población de 18 a 70 años de esos países.

Muestra: El número final de entrevistas ha sido de 4.400, con la siguiente distribución por países:

País	Muestra final
España	400
Alemania	400
Reino Unido	400
Francia	400
Italia	400
Portugal	400
Países Bajos	400
Estados Unidos	400
China	400
India	400
Corea del Sur	400
TOTAL	4.400

Esto supone un margen de error de +/- 5% en cada país para un nivel de confianza del 95,5% y en la hipótesis más desfavorable ($p=q=50\%$).

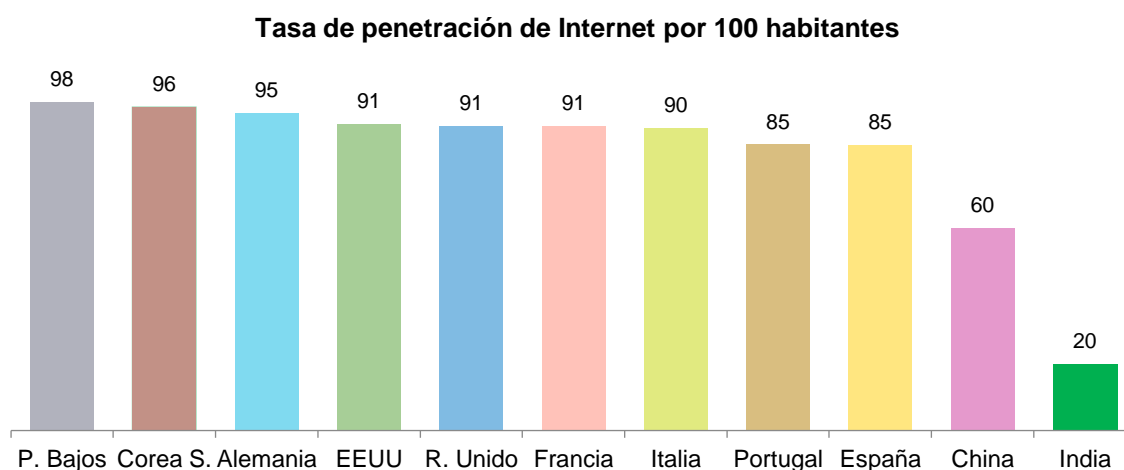
De la muestra han sido excluidas las personas que declaran no saber nada de España. En concreto, el número de contactados pero excluidos de la muestra ha sido en cada país el siguiente:

Alemania	33
Reino Unido	37
Francia	35
Italia	29
Estados Unidos	196
Países Bajos	36
Portugal	2
China	97
India	59
Corea	117

Como se ve, en EEUU casi la mitad de los contactados (196 sobre 400 personas) no completaron la entrevista porque declararon no saber nada sobre España.

Los cuestionarios han sido traducidos al inglés, francés, alemán, italiano, neerlandés, portugués, coreano y chino simplificado.

Tipo de entrevista: Las entrevistas se han realizado *online*, a una muestra de internautas panelizados. El uso de esta técnica implica que en algunos países en desarrollo la muestra sólo es representativa del segmento más urbano, educado y de nivel adquisitivo medio o alto, como ocurre en India o China.



Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Países_por_número_de_usuarios_de_Internet

Trabajo de campo: ha sido realizado por la empresa Toluna, y se ha llevado a cabo entre el 27 de enero y el 1 de febrero de 2021.

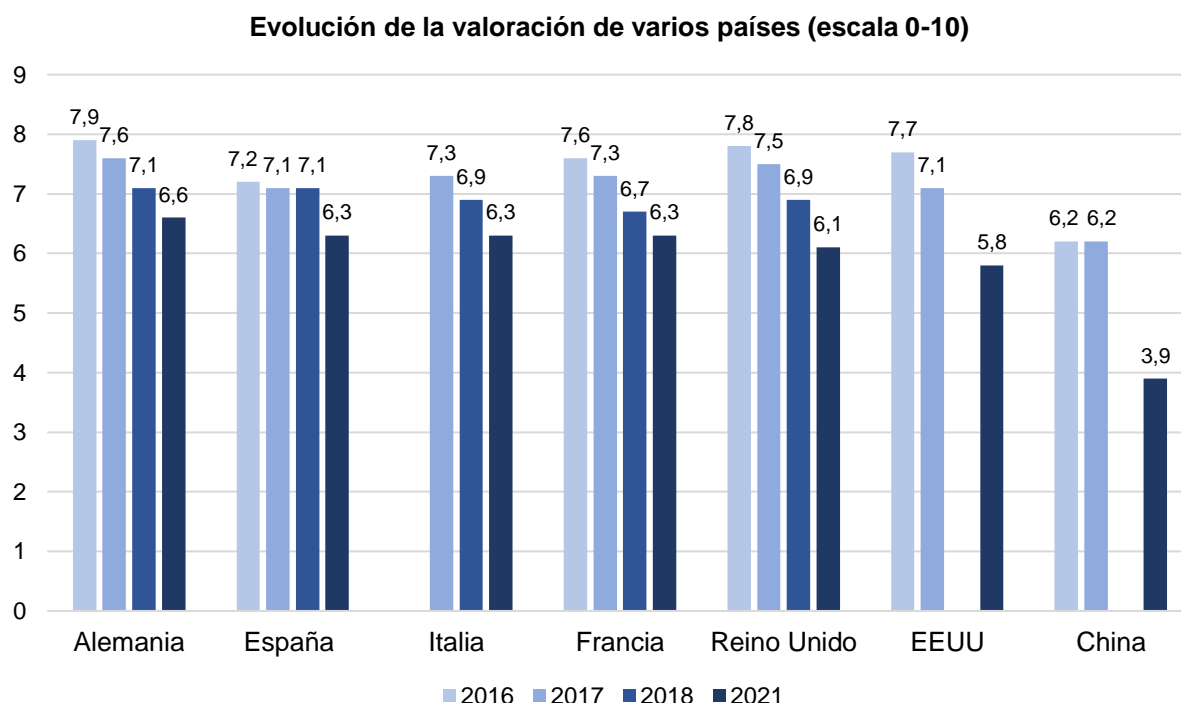
Dirección del estudio: Carmen González Enríquez.

Redacción del informe: Carmen González Enríquez y José Pablo Martínez.

II. PRINCIPALES RESULTADOS

1. Evolución de la valoración de los países

En comparación con los datos anteriores del [BIE \(2018\)](#) y con los más recientes recogidos por otros instrumentos de medición, como el [Country RepTrak®](#), (2020), se detecta en este estudio un descenso general de la valoración que los ciudadanos de cada país hacen de los demás. Ese descenso afecta a España como a todos los otros países para los que contamos con información previa.



Base: Total encuestados, a excepción de los del propio país valorado (Ejemplo: no se incluye la valoración de los alemanes sobre Alemania, o la de Francia entre los franceses)

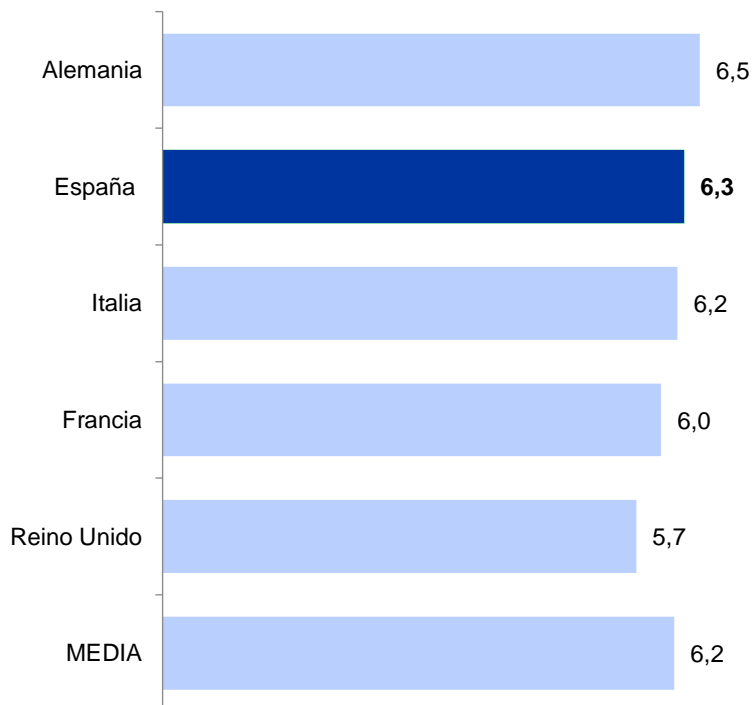
Este descenso general de la valoración parece relacionado con el impacto de la crisis que está viviendo la economía mundial. También en la anterior Gran Recesión, la iniciada en 2008, se produjo una caída de las valoraciones que afectó a todos los países y a todas las instituciones nacionales e internacionales, tuvieran o no alguna relación con la gestión económica. Estas crisis y su correlato de pesimismo y malestar emocional se traducen en una tendencia a valorar todas las instituciones y, en general, todo lo público, de forma más negativa.

Dada esa disminución general, es importante comprobar si España mantiene o cambia su posición en el conjunto, es decir, si esa caída afecta a todos de un modo semejante. El resultado de esa comparación muestra que la posición española no ha cambiado: sigue manteniendo el mismo lugar en el ranking de prestigio que tenía entre los países europeos en 2018: por debajo de Alemania y por encima de Italia, Francia y Reino Unido. Llama la atención en esta comparación la caída importante del Reino Unido, que en 2018 se

encontraba por encima de Francia e Italia, pero que en 2021, después de la consumación del Brexit, se sitúa muy por debajo.

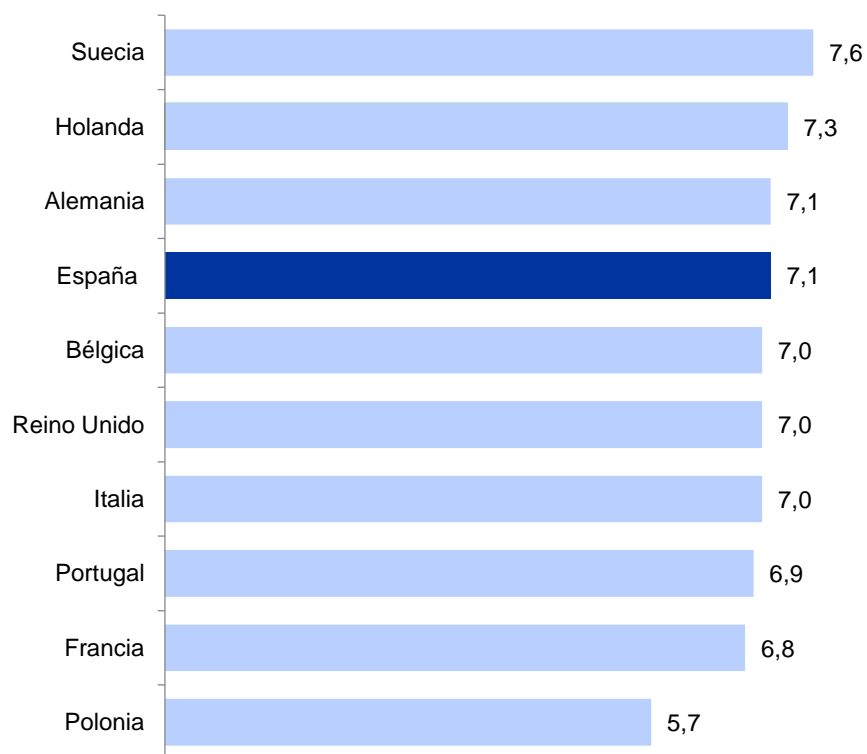
En primer lugar, con ayuda de la escala de 0 a 10 (siendo 0 la peor valoración y 10 la mejor), anote, por favor, qué opinión le merecen los siguientes países:

Valoración general de países europeos entre los entrevistados europeos (2021)



Base: Encuestados en los países europeos de la muestra, a excepción de los del propio país valorado (Ejemplo: no se incluye la valoración de los alemanes sobre Alemania, o la de Francia entre los franceses)

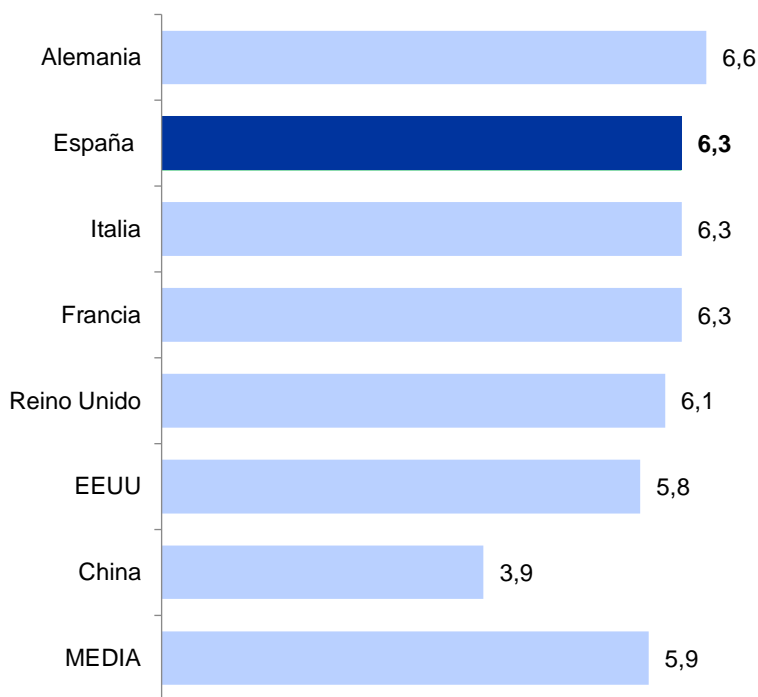
Anterior valoración general de países europeos entre los entrevistados europeos (2018)



Base: Encuestados en los países europeos de la muestra, a excepción de del propio país valorado. Los países incluidos en la muestra europea y valorados por los demás fueron más en 2018 que en 2021.

En el conjunto de la muestra, que incluye además de a los 7 países europeos, a EEUU, China, India y Corea, España ocupa el segundo lugar en la escala de prestigio, con una pequeña diferencia respecto al que se encuentra en cabeza, Alemania. En el conjunto, China es el único país que suspende en esta valoración, con un 3,9. Reino Unido, por su parte, obtiene mejor valoración en los países no europeos que en los europeos.

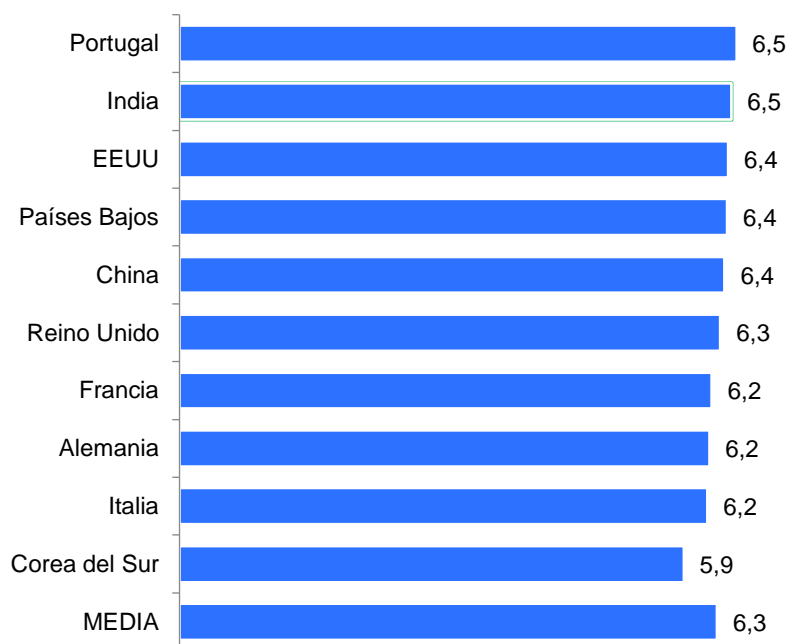
Valoración general de España en comparación con la de los otros países (muestra total)



Base: Total muestra, excepto la del país valorado (Ejemplo: no se incluye la valoración de los alemanes sobre Alemania, o la de China entre los chinos).

La valoración de España es muy homogénea en todo el mundo, con diferencias de menos de un punto entre el país que otorga una menor valoración, Corea del Sur, con un 5,9 y el que ofrece a España la mejor valoración, Portugal, con un 6,5. En la interpretación de las valoraciones hay que tener en cuenta un factor cultural: la tendencia de algunos pueblos asiáticos a dar notas más bien bajas (como Corea) o, al contrario, más bien altas (India). En todos los casos, examinando la calificación de España en cada país, se ha producido esa pequeña bajada que afecta igualmente a la valoración de los demás países. Sin embargo, esta evaluación es siempre superior al aprobado.

Valoración general de España en los diferentes países analizados



2. Valoración de España en aspectos concretos

Cuando se indaga en la valoración de España en aspectos concretos, relevantes en su imagen internacional, aparece una escala de valoraciones que coincide básicamente con la encontrada en años anteriores, en la que su atractivo turístico ocupa el primer lugar, el más apreciado, seguido por la gastronomía, la forma de ser de los españoles y sus deportistas. Todos los aspectos reciben al menos un aprobado en la escala 1-10, pero el turismo, la comida y los ciudadanos llegan al notable. Al igual que en ediciones anteriores, los elementos que ocupan los escalones inferiores son los relacionados con la vida política y económica.

Cuando Vd. piensa en España, ¿cuál es su opinión sobre los siguientes aspectos...? Por favor, utilice la escala de 0 a 10, donde 0 es la peor valoración y 10 la mejor.

Valoración de España en distintos aspectos en el conjunto de países de la muestra

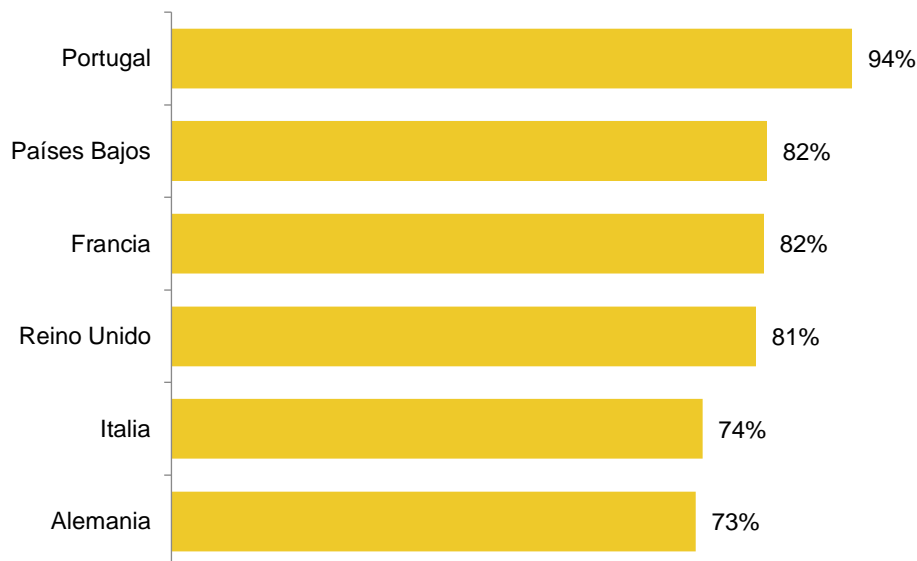


La valoración del atractivo de España como destino turístico está relacionada con la altísima frecuencia en que los entrevistados en suelo europeo han visitado España en alguna ocasión. Como media, el 80% de los entrevistados en Europa han visitado España en alguna ocasión y esta visita se convierte en el principal instrumento de creación o modificación de la imagen del país. La experiencia personal tiene mucha más fuerza que la recepción de las noticias de los medios, el conocimiento de fuentes históricas o la difusión de información a través de las redes sociales.

Las restricciones al turismo durante el año 2020 debidas a la pandemia no han disminuido ese efecto de la experiencia turística sobre la imagen de España en Europa, porque ya antes de la epidemia la inmensa mayoría de los europeos occidentales habían visitado nuestro país en alguna ocasión.

¿Ha visitado usted alguna vez España?

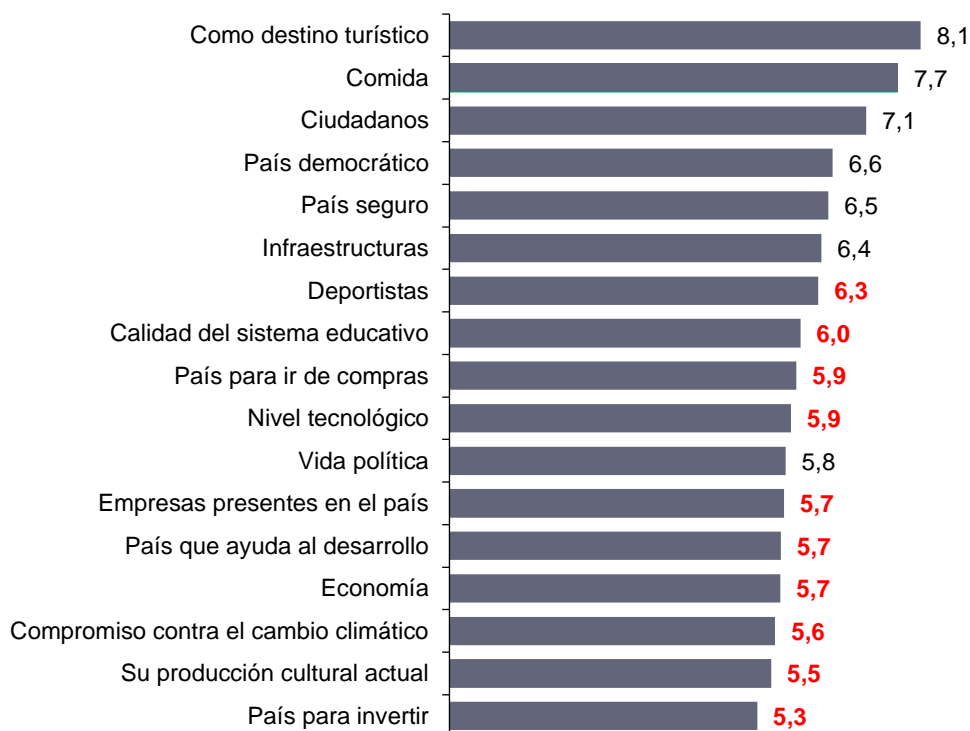
Porcentaje de entrevistados europeos que han visitado España en alguna ocasión



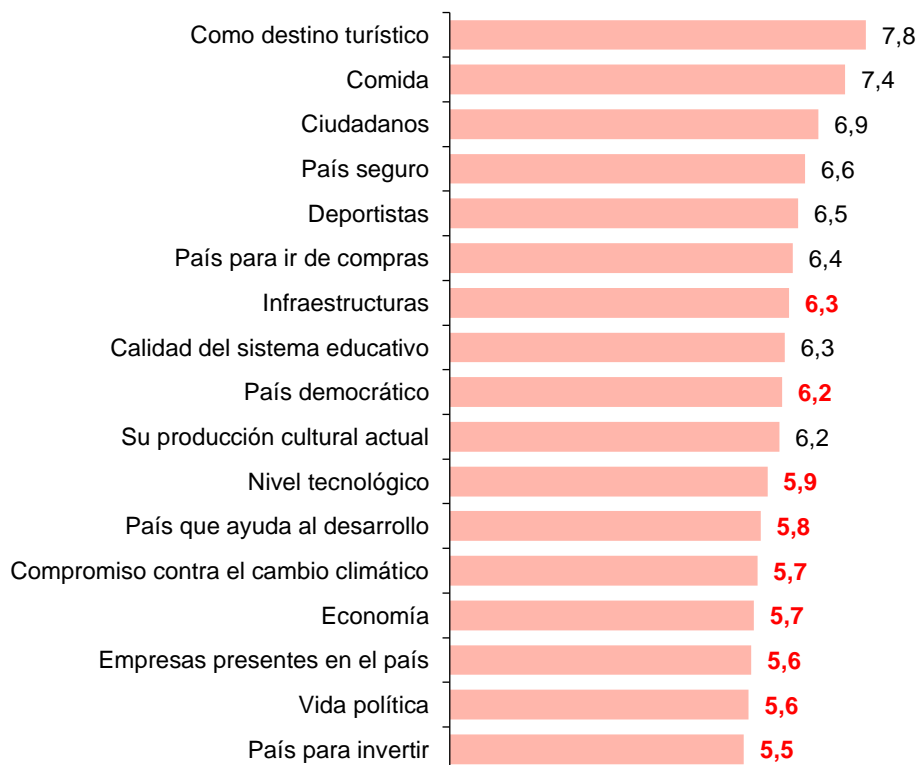
Al analizar los datos de valoración de los diferentes aspectos de España en cada país, se aprecia un esquema muy semejante en europeos y asiáticos, en el que el atractivo turístico ocupa siempre la primera posición. EEUU es, en nuestra muestra, el único caso diferente: allí la comida española aparece valorada por encima del atractivo turístico. Queda la duda de si los entrevistados están confundiendo la comida española con la “hispanic” (mexicana, por su presencia dominante entre la hispana en EEUU) dada la frecuente confusión entre lo español y lo latinoamericano en ese país.

En los gráficos siguientes se presenta la valoración de estos aspectos en cada país de la muestra. Como puede verse, el atractivo turístico alcanza su valor máximo entre los italianos, mientras que la opinión de los holandeses es claramente inferior a la del resto de los europeos para todos los elementos relacionados con la vida política y económica española. La diferencia entre las altas puntuaciones que otorga la India y las relativamente bajas de Corea del Sur obedece probablemente a ese rasgo cultural ya mencionado, la tendencia de los indios a calificar por lo alto y la contraria en el caso de los coreanos.

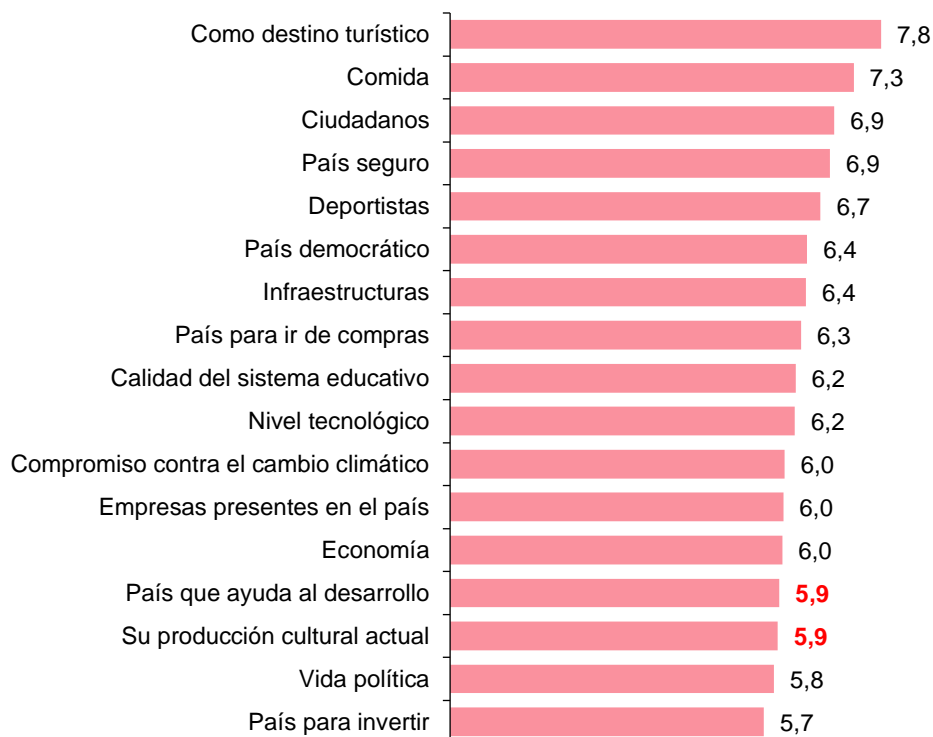
Valoración de diferentes aspectos de España en Alemania
(en verde/rojo aquellos valores al menos medio punto por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países)



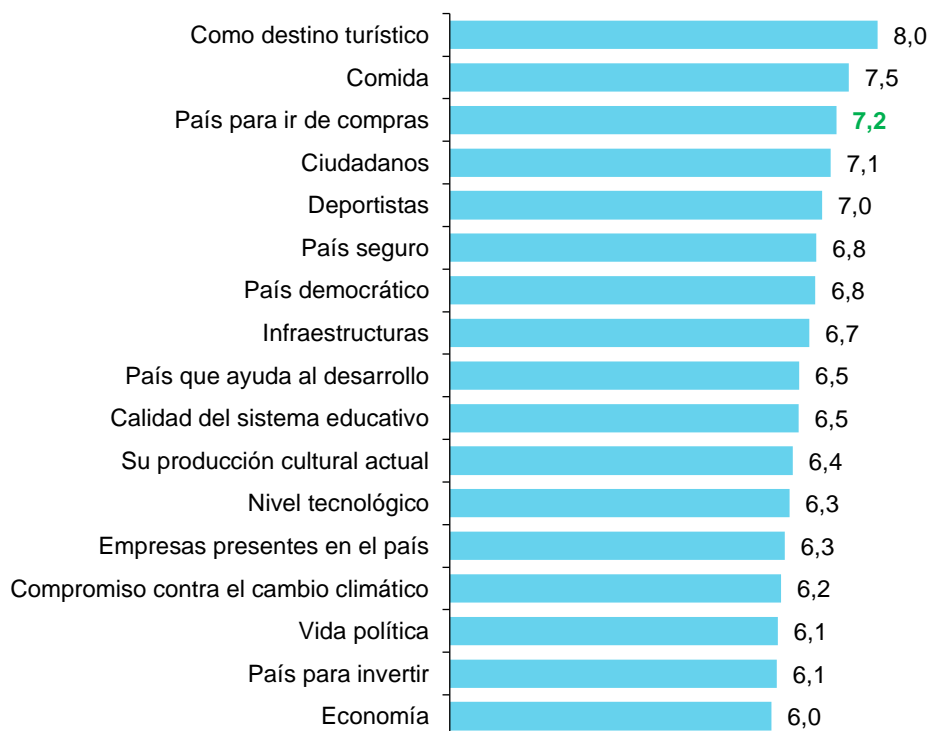
Valoración de diferentes aspectos de España en P. Bajos
(en verde/rojo aquellos valores al menos medio punto por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países)



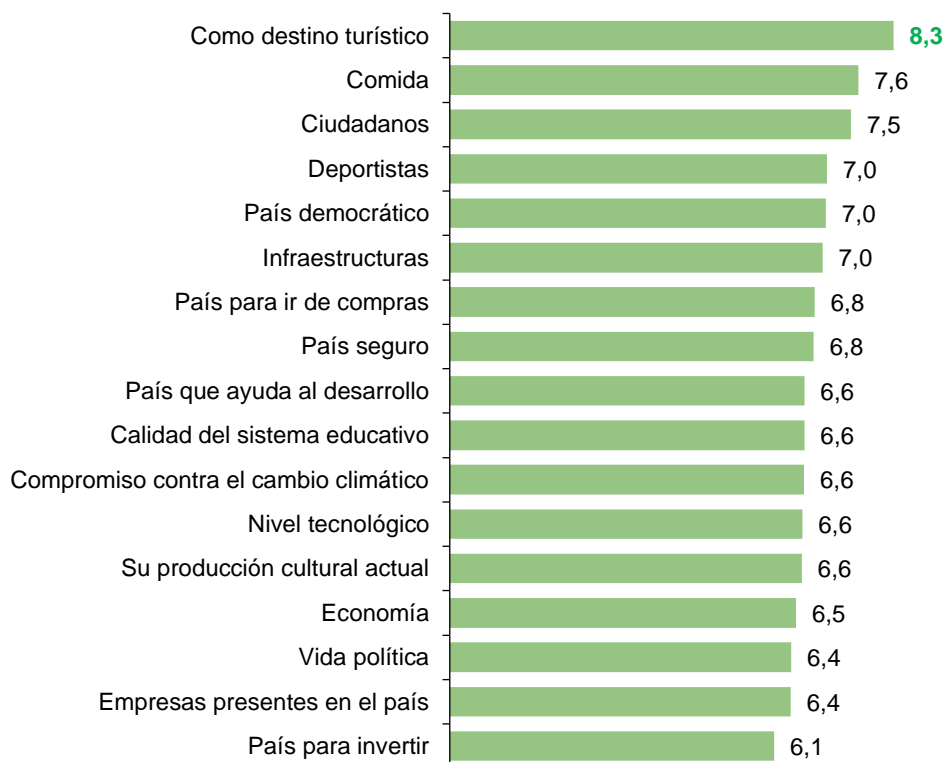
Valoración de diferentes aspectos de España en R.Unido
(en verde/rojo aquellos valores al menos medio punto por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países)



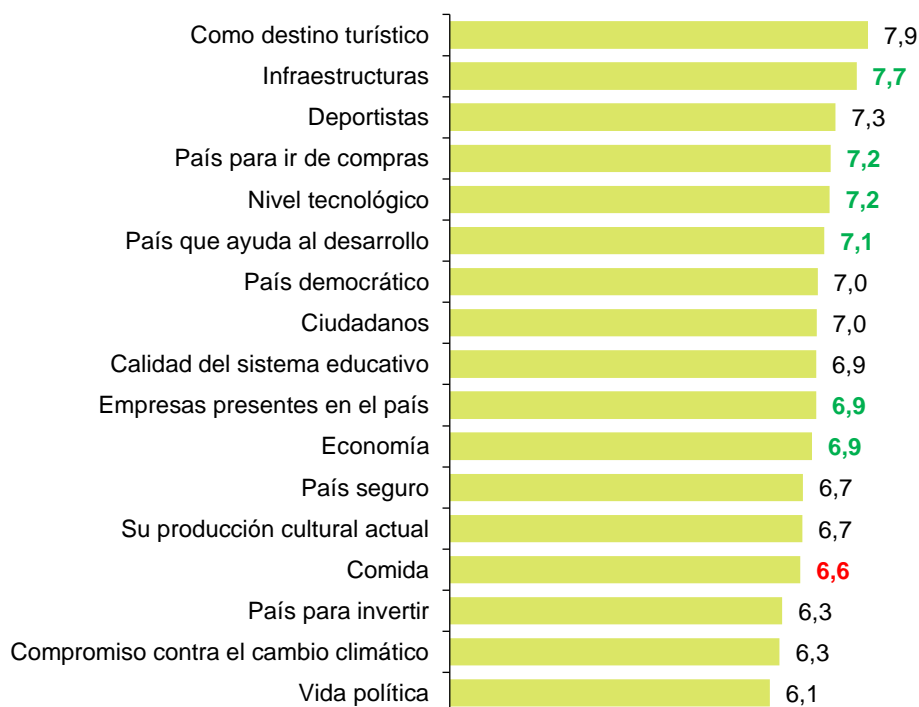
Valoración de diferentes aspectos de España en Francia
(en verde/rojo aquellos valores al menos medio punto por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países)



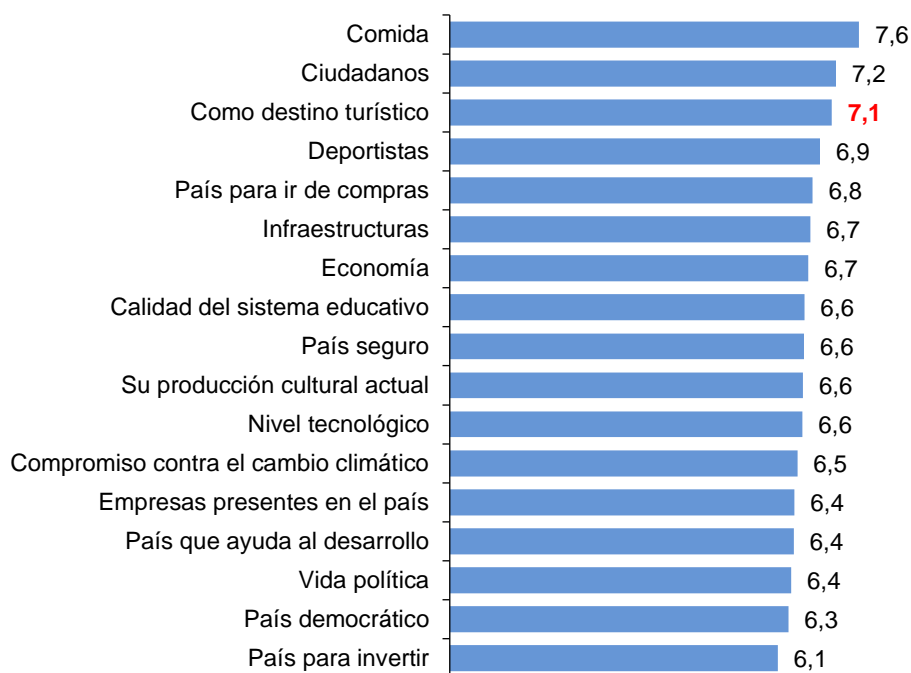
Valoración de diferentes aspectos de España en Italia
(en verde/rojo aquellos valores al menos medio punto por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países)



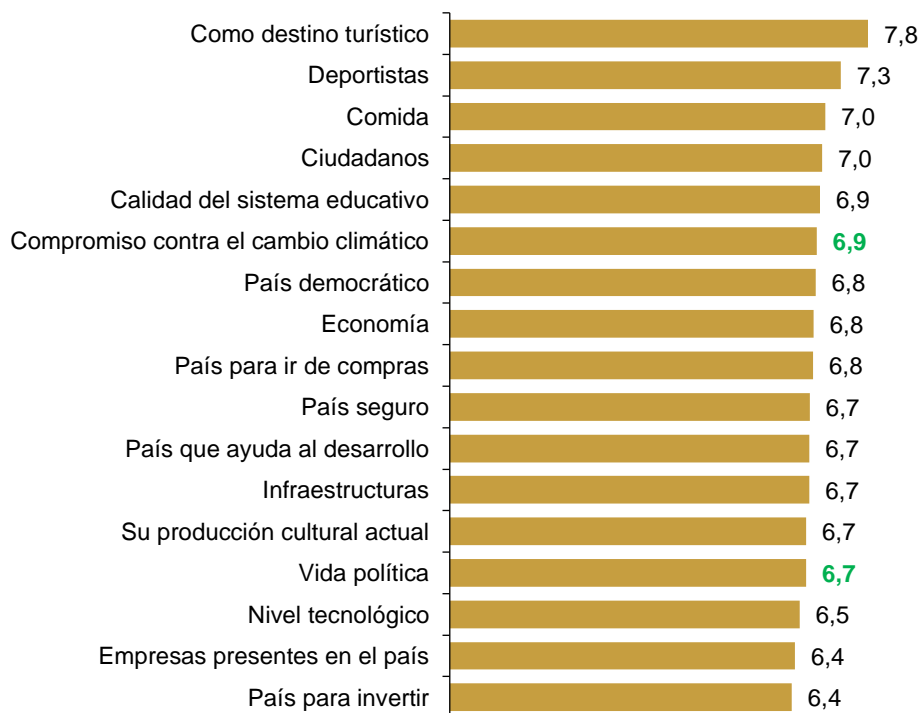
Valoración de diferentes aspectos de España en Portugal
(en verde/rojo aquellos valores al menos medio punto por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países)



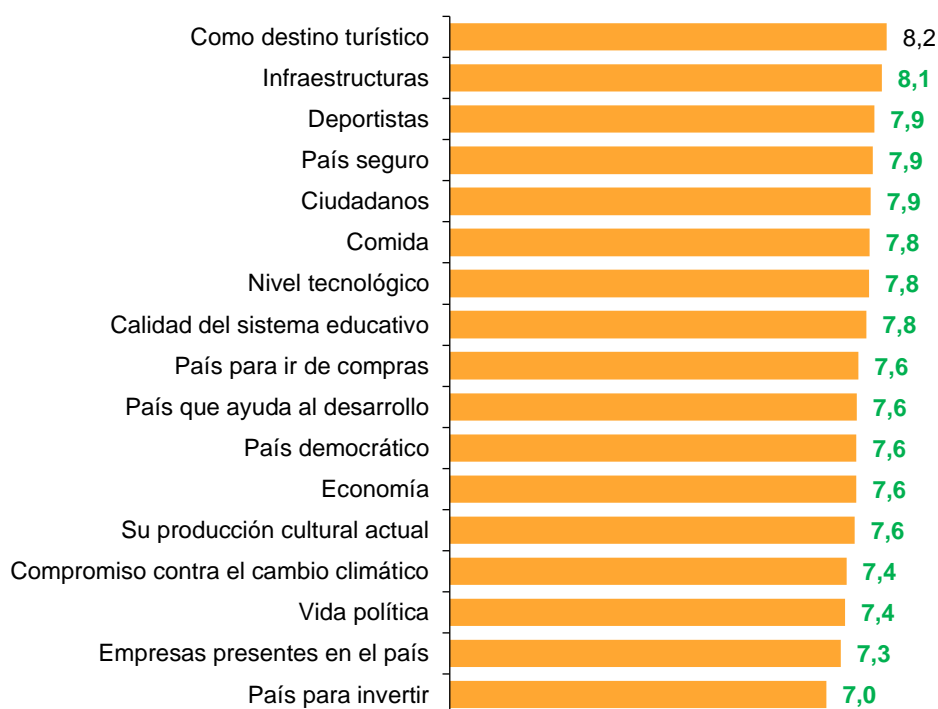
Valoración de diferentes aspectos de España en EEUU
(en verde/rojo aquellos valores al menos medio punto por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países)



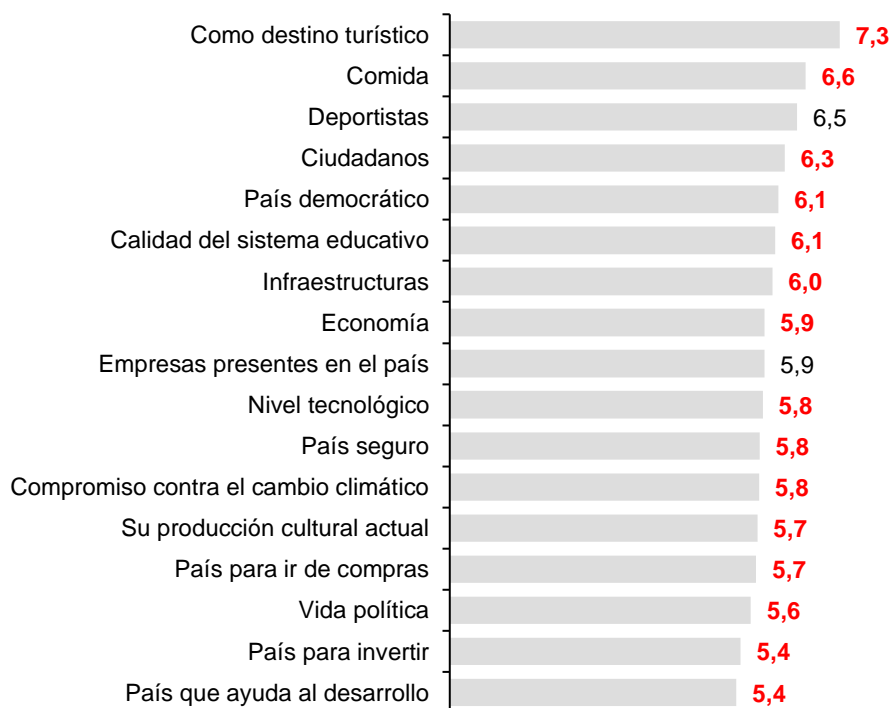
Valoración de diferentes aspectos de España en China
(en verde/rojo aquellos valores al menos medio punto por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países)



**Valoración de diferentes aspectos de España en India
(en verde/rojo aquellos valores al menos medio punto por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países)**



**Valoración de diferentes aspectos de España en Corea S.
(en verde/rojo aquellos valores al menos medio punto por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países)**



3. Rasgos de imagen de España y de los españoles: diferenciales semánticos

Se ha ofrecido a los entrevistados un listado de pares de adjetivos o sustantivos, para que decidan, en cada caso, cuál de ellos es el que mejor define a España. Como en anteriores ocasiones, los resultados muestran que España tiene una imagen muy positiva, en la que sólo una minoría elige el elemento negativo (o menos positivo) del par. No todos estos elementos pueden clasificarse como positivos o negativos: por ejemplo, ser religioso o tradicional es algo positivo visto desde la perspectiva de individuos religiosos o que valoran la conservación de las tradiciones, pero puede interpretarse como negativo por personas no religiosas o que consideran las tradiciones como una rémora frente al progreso. Tampoco el par “Ciudad-Campo” tiene un polo “bueno” y otro “malo” aunque está relacionado con el desarrollo industrial y, en el caso español, con su atractivo turístico. España es, en el conjunto de la muestra, un país religioso y tradicional, democrático, fuerte, pacífico, trabajador, tolerante, honesto, solidario, que inspira confianza, más rico que pobre y más urbano que rural.

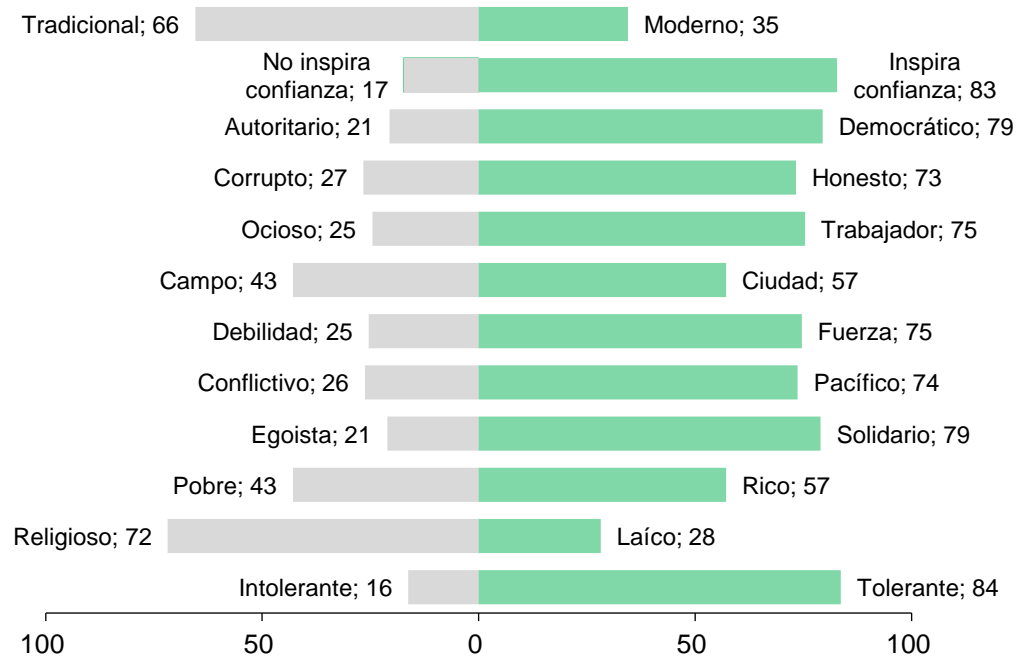
Como hemos comentado en otras ocasiones, la asignación de la etiqueta “tradicional” a España en la mayor parte de los países de su entorno está relacionada con la gran difusión fuera del país de varias fiestas populares y actos colectivos y religiosos muy peculiares, espectaculares y de gran asistencia local e internacional, como las procesiones de Semana Santa, los encierros de Pamplona o las fallas de Valencia. En el entorno europeo pocos eventos populares encuentran niveles semejantes de asistencia popular y atractivo internacional.

Llama la atención el bajo peso que tiene la corrupción como elemento asociado a España, en claro contraste con la autoimagen de los españoles y su gran preocupación (mostrada en las encuestas del CIS) por este tema. Holanda es el único país de la muestra donde más de un tercio de los entrevistados define España como país corrupto (42%).

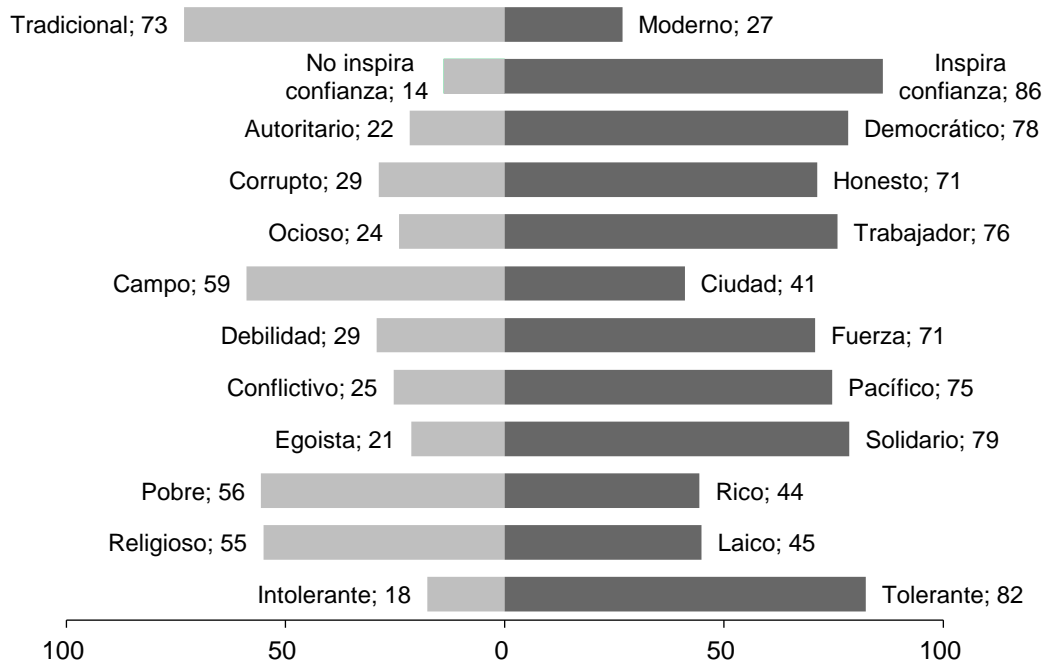
Italia y Portugal son, en este conjunto de países europeos, los dos con una imagen más positiva de España: los que identifican a nuestro país con más frecuencia como rico, democrático y moderno, por señalar tres de los atributos más importantes. En conjunto, puede decirse que los Países Bajos (Holanda en el lenguaje cotidiano de los españoles) tienen la peor imagen de España en esta muestra de Europa occidental, en gran contraste con la [imagen idílica que los españoles tienen de ellos](#).

A continuación, se recogen una serie de parejas de palabras. Marque, por favor, para cada pareja dónde situaría Vd. a España

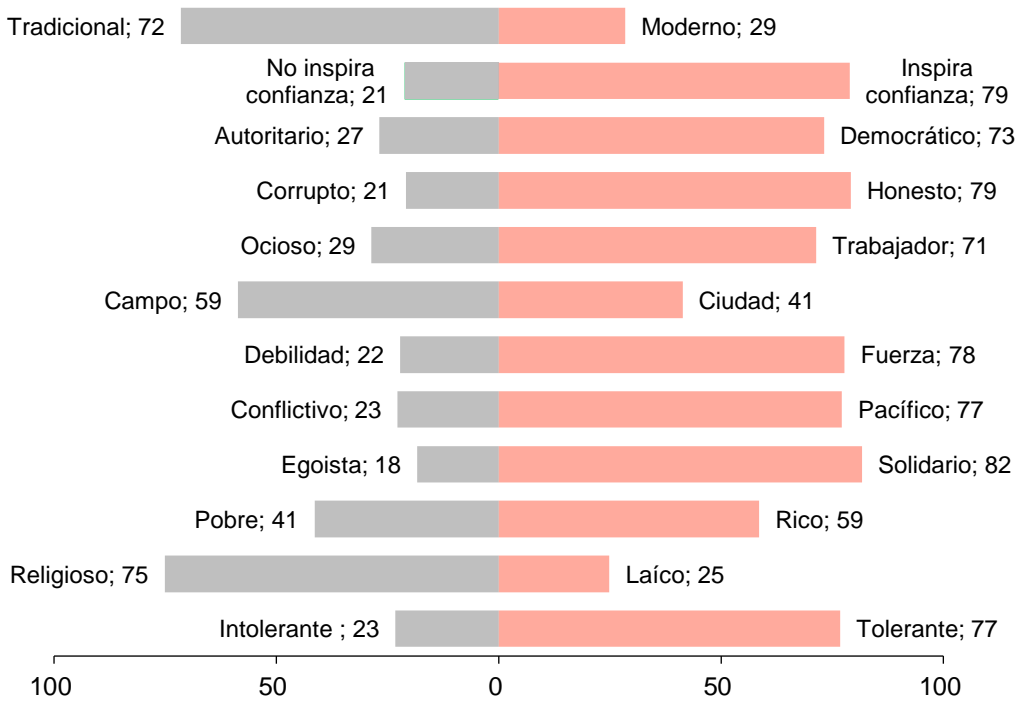
Imagen de España en el conjunto de los países europeos de la muestra



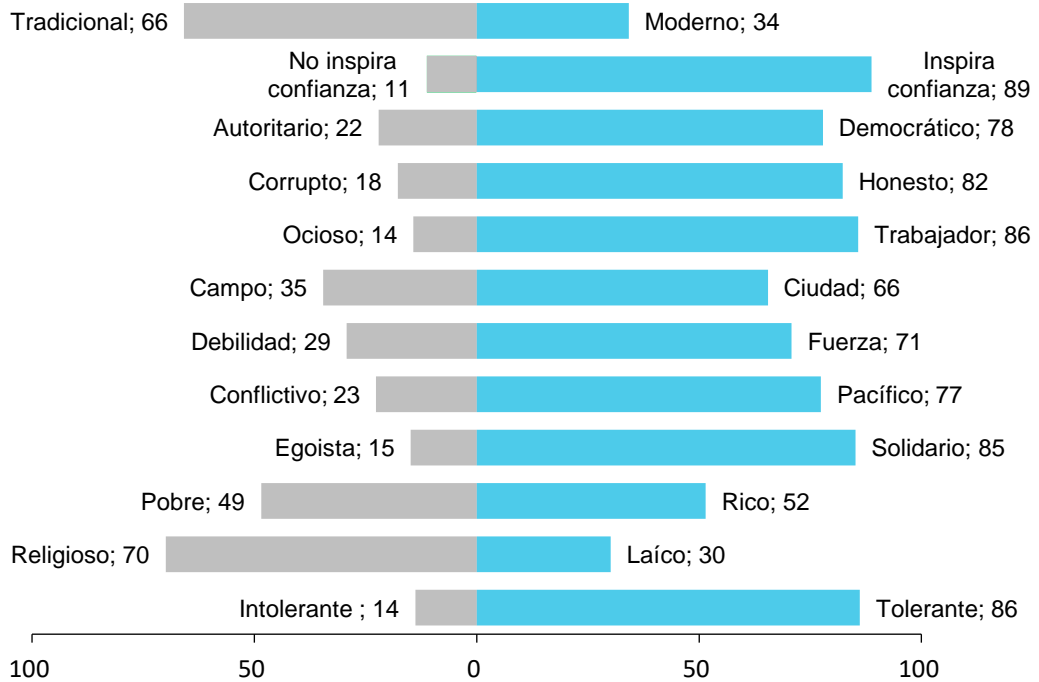
Perfil de la imagen de España en Alemania



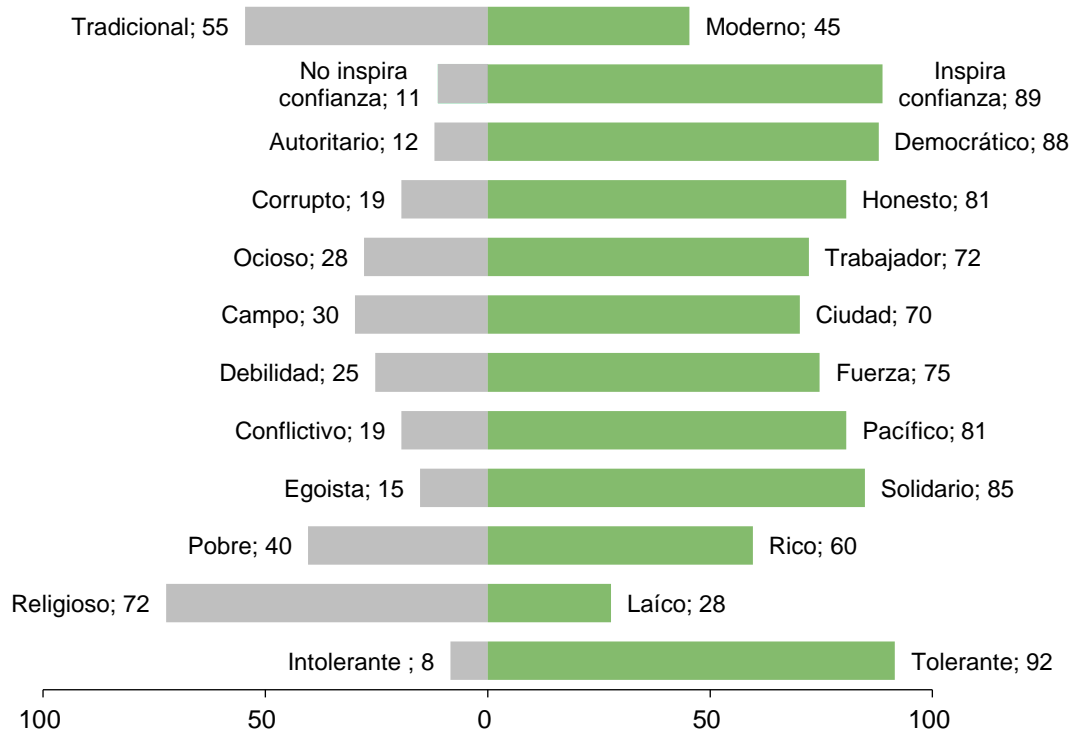
Perfil de la imagen de España en Reino Unido



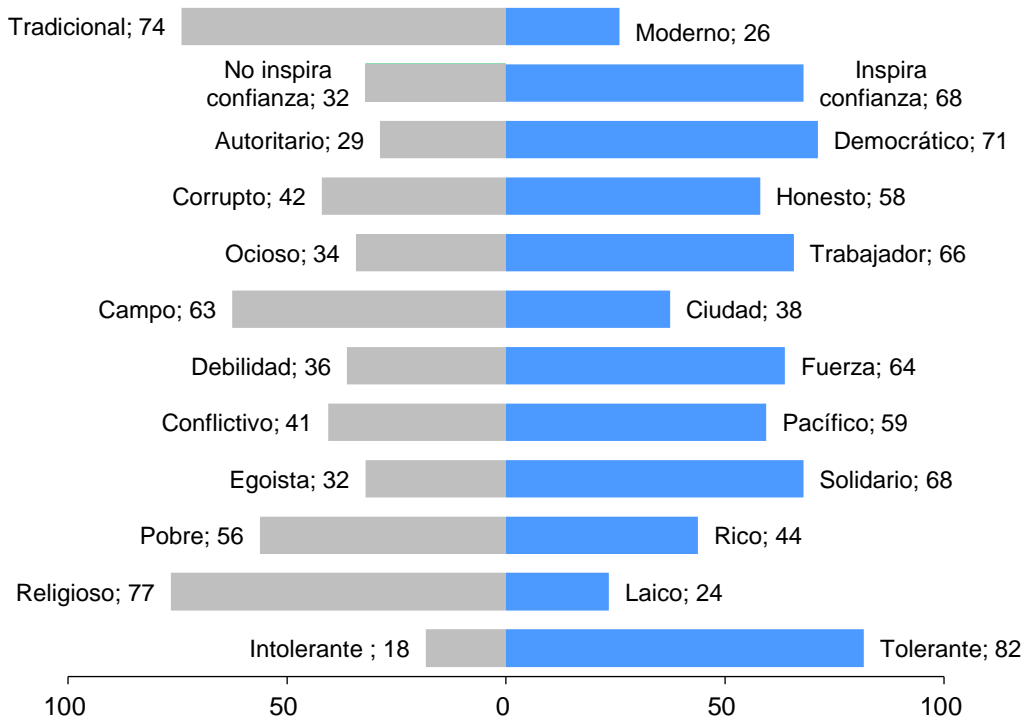
Perfil de la imagen de España en Francia



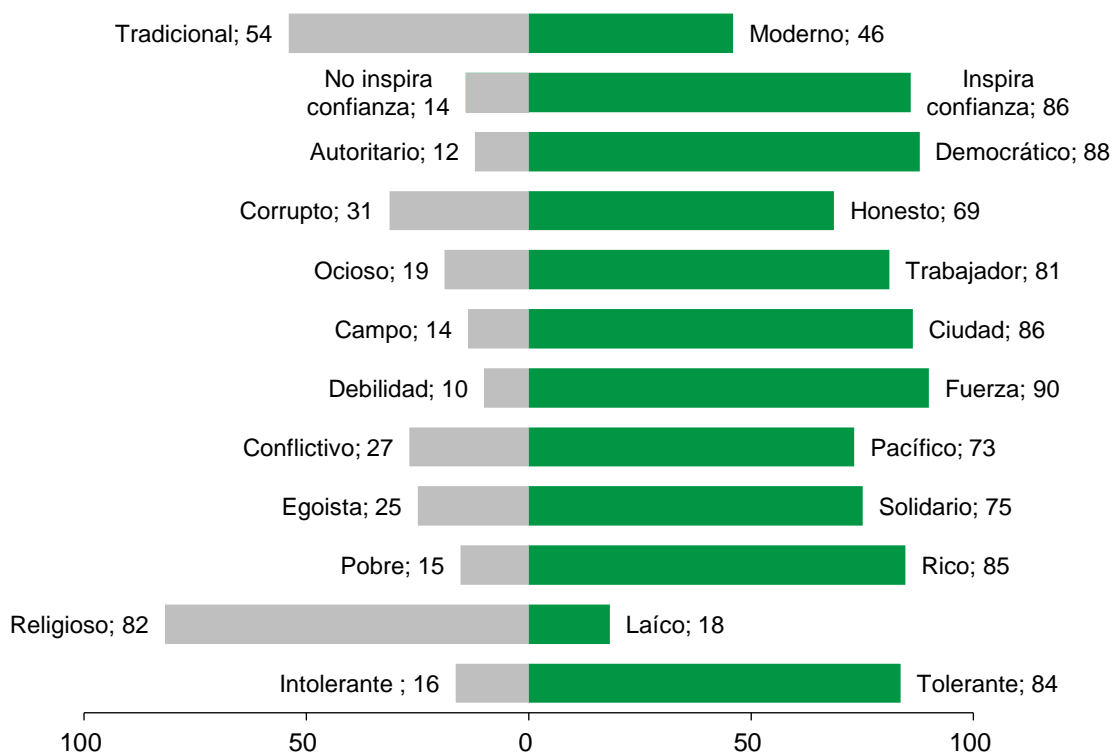
Perfil de la imagen de España en Italia



Perfil de la imagen de España en Países Bajos



Perfil de Imagen de España en Portugal



Fuera de Europa, en EEUU y en Asia, el perfil de imagen de España resulta muy positivo y muy estable en comparación con los datos de años anteriores. En conjunto puede decir que, a mayor lejanía física y menor interrelación en todos los sentidos, menor influencia en la imagen de un país de los acontecimientos y las coyunturas económicas, políticas o sociales.

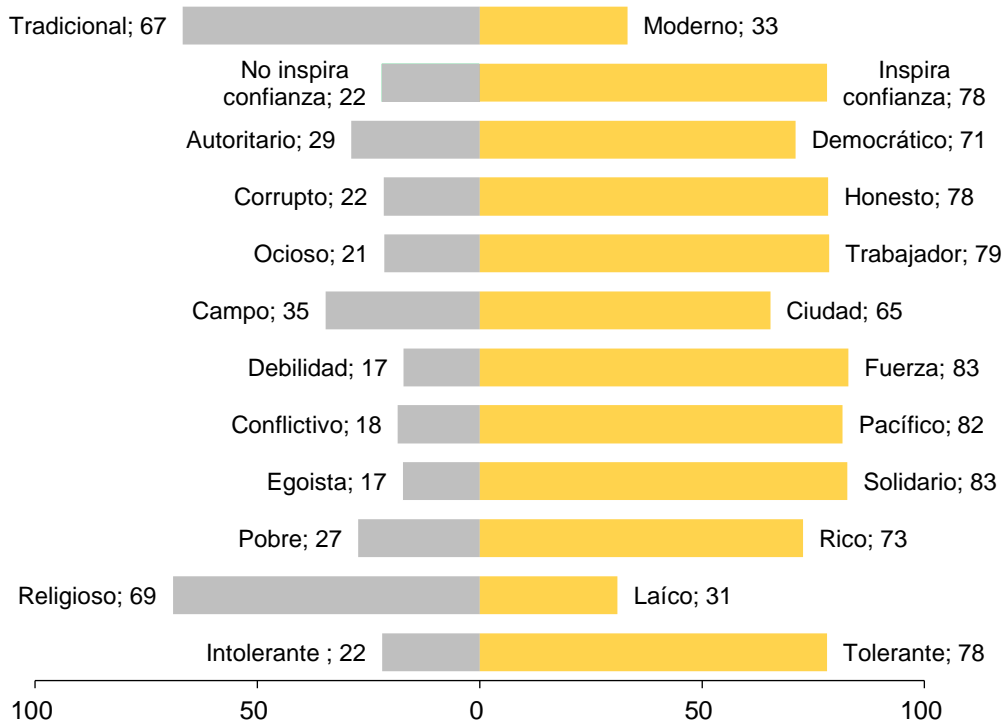
Por otra parte, como era de esperar, los países más pobres que España la perciben en mayor medida como rica: así, en China e India el 88% de los entrevistados considera que España es rica (frente al 57% de los europeos). Una relación semejante opera en relación con la religiosidad y la tradición. Un país lleno de tradiciones, como la India, y a su vez, atravesado por profundas influencias religiosas, ve a España como moderno (en lugar de tradicional) y laico (en vez de religioso), mientras que en China la mayoría considera a España religioso¹.

Corea del Sur, con un PIB per cápita superior al español, tiene una imagen de España muy diferente a la de la cercana China. Aunque es también una imagen muy positiva, el balance tiene más sombras, con más peso que en China de los elementos negativos, como la corrupción y el conflicto.

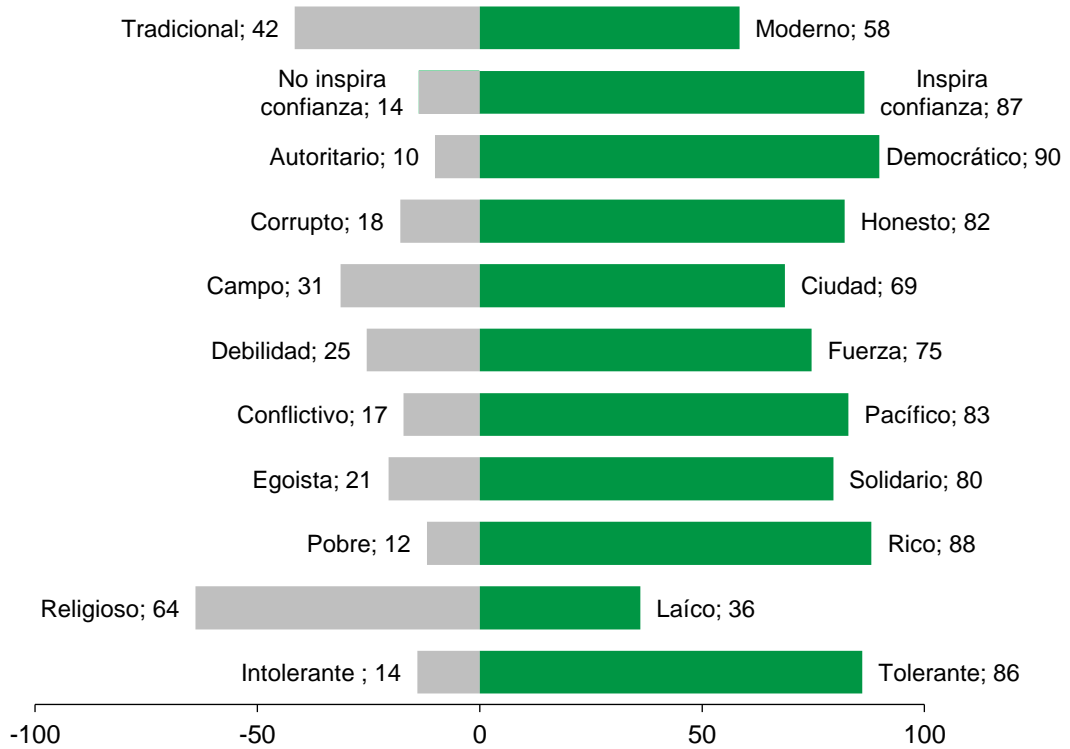
¹ En China se han excluido los datos del par “ocioso-trabajador” porque la traducción que se ha usado en el cuestionario de la palabra “ocioso” resultó ser más cercana al significado de “relajado, sin prisas” que al de no trabajador.

La imagen de España en EEUU es muy semejante a la europea y muy positiva, una imagen prácticamente sin defectos. Pero conviene recordar que casi la mitad de los estadounidenses contactados no pudieron continuar la entrevista por declarar su absoluto desconocimiento de España. Esta ignorancia sobre España es uno de los resultados destacables de la encuesta en ese país.

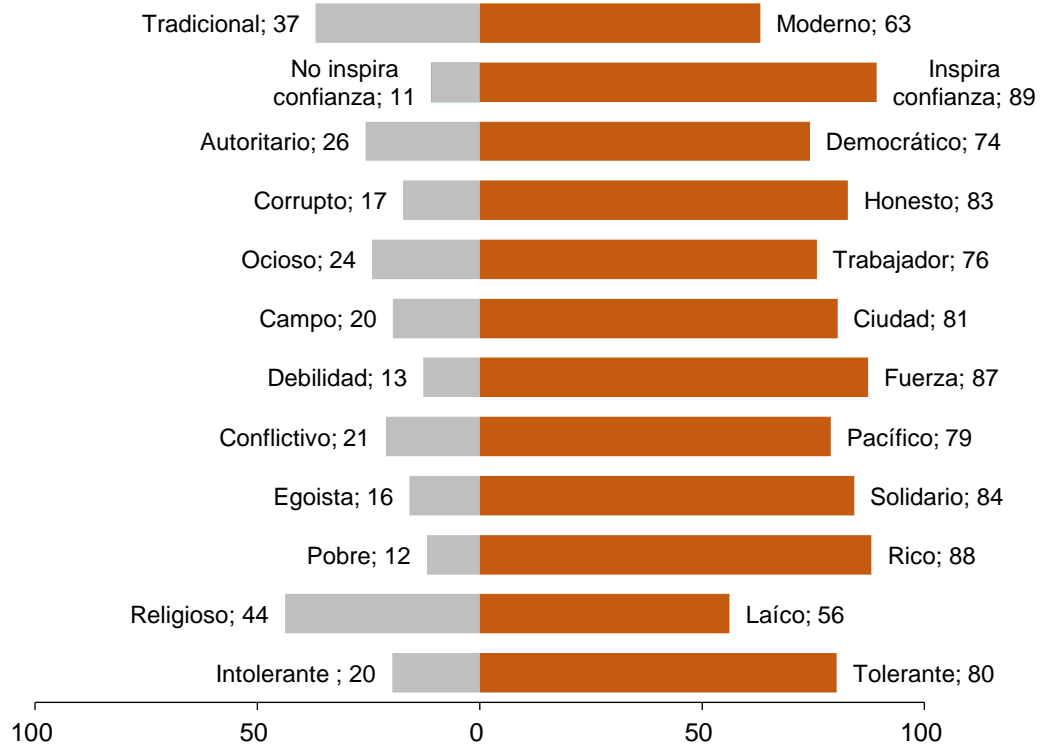
Perfil de imagen de España en Estados Unidos



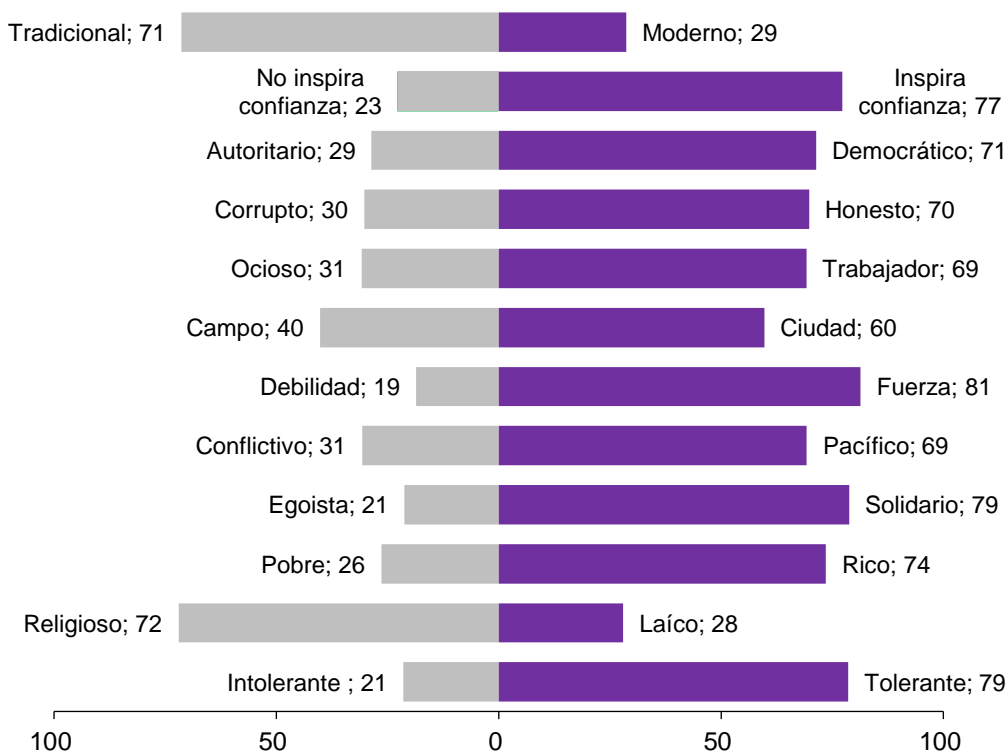
Perfil de imagen de España en China



Perfil de imagen de España en India



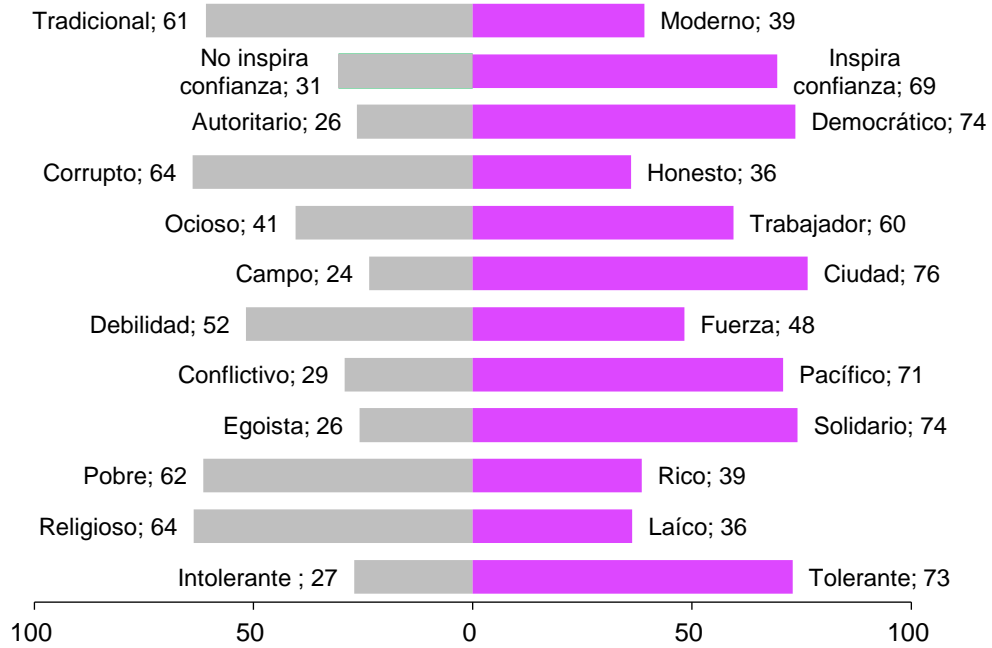
Perfil de imagen de España en Corea del Sur



4. La autoimagen de los españoles

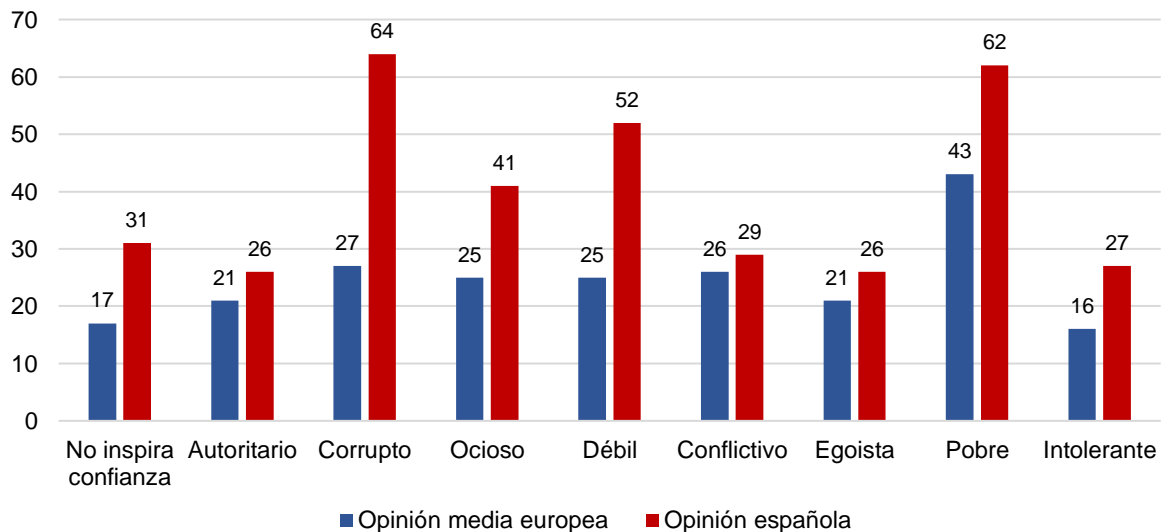
En clara oposición a estos rasgos con que España es percibida fuera de sus fronteras, encontramos dentro de España una imagen mucho más negativa sobre sí misma, en la que la corrupción, la debilidad y la pobreza ocupan puestos muy altos. Casi dos tercios de los españoles (64%) definen al país como corrupto (frente al 27% de los europeos que opinan esto sobre España), más de la mitad, un 52% ven a España débil (25% de los europeos), y un 62% la consideran pobre (43% de los europeos). Otro rasgo preocupante es el alto porcentaje (41%) que define a España como un país ocioso (frente a trabajador), muy por encima de la media europea (25%). En conjunto, puede decirse que la crisis económica actual ha producido un nuevo retroceso en la autoestima de los españoles que, otra vez vuelven a valorarse a sí mismos por debajo de lo que son valorados fuera, como ya ocurrió en el periodo de la crisis anterior.

Perfil de autoimagen de España



En el gráfico siguiente se aprecia que la valoración de los españoles sobre España (barra naranja) está por encima de la europea en todos los elementos que tienen un carácter negativo.

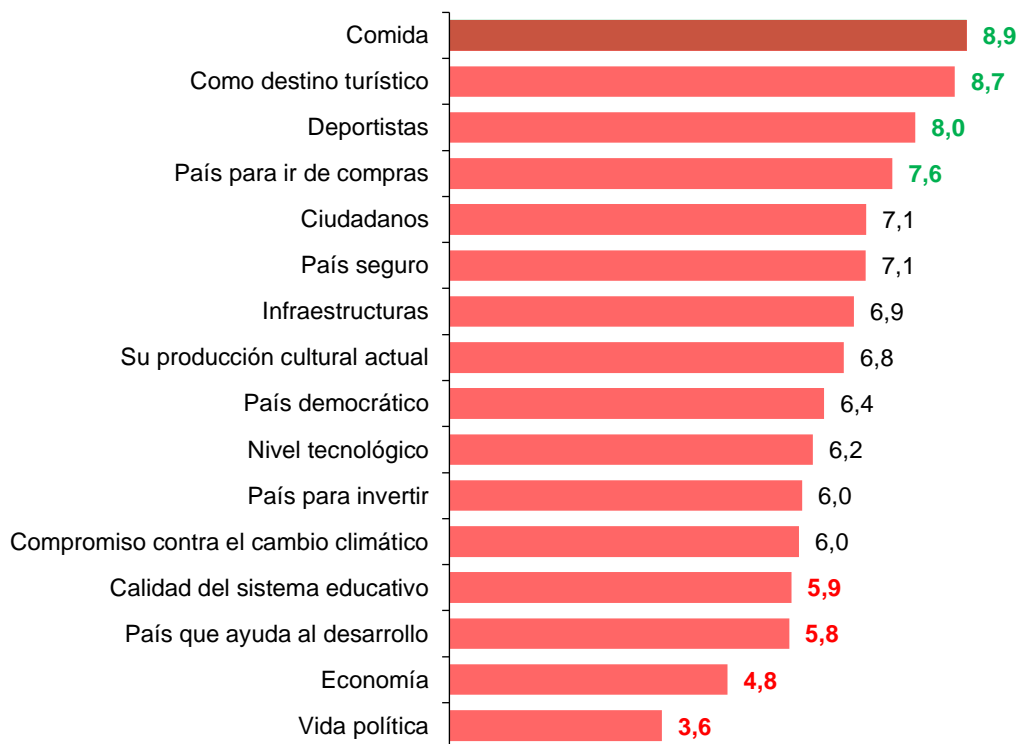
España es un país...



Más coincidencia aparece entre la valoración de españoles y extranjeros respecto a cuáles son los elementos más apreciables o valiosos de España: Los relacionados con el turismo y la comida ocupan los dos primeros lugares en la valoración de los españoles, seguidos por los deportistas. El deporte forma parte muy importante de la “marca” española, tanto

por la admiración que suscitan fuera los éxitos deportivos de España como por el orgullo que causan dentro.

Valoración de diferentes aspectos de España por parte de los españoles (en verde/rojo aquellos valores al menos medio punto por encima/debajo de la valoración media del resto de países)



Sin embargo, la diferencia entre la visión desde fuera y la visión desde dentro vuelve a recalcarse en lo relacionado con la economía y la política: los españoles suspenden al país en ambos conceptos genéricos, y sobre todo en el segundo, la vida política, que recibe una valoración media de 3,6 en la escala 0-10.

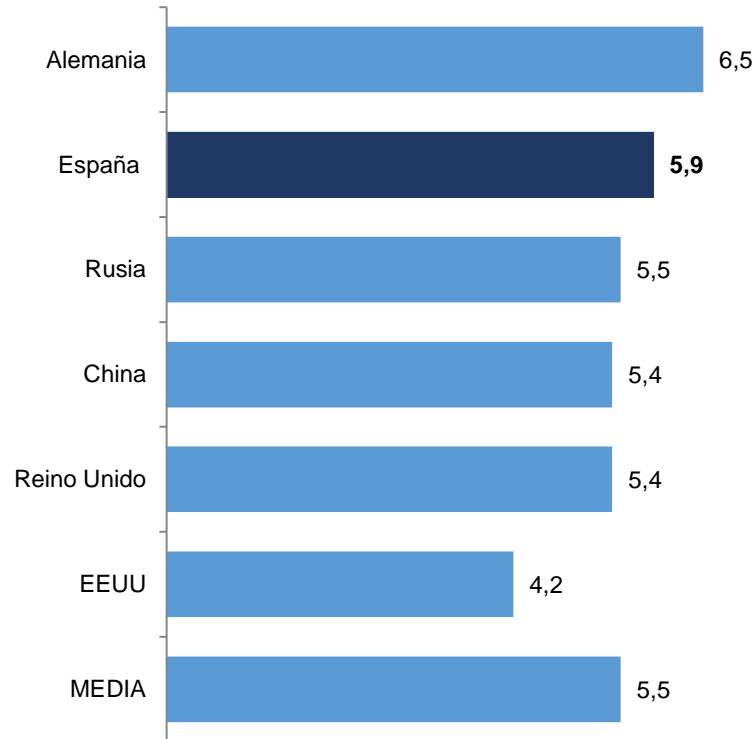
5. Actuación de cada Estado frente a la COVID y futuro de la cooperación internacional tras la epidemia.

Desde el inicio de la COVID se ha debatido sobre las buenas y malas prácticas de los Estados y los gobiernos en su tarea de frenar la extensión de la enfermedad y proteger vidas y economía. Además, a medida que la enfermedad se extendía, algunos Estados que parecían estar haciéndolo especialmente mal o bien en el comienzo, pasaron a estar afectados por la epidemia de forma semejante a otros. En términos de reputación e imagen, la encuesta internacional del [Country RepTrak®](#), realizada en marzo de 2020, es decir, en los comienzos de la expansión de la pandemia en el mundo, mostraba que sólo un país, China, había sufrido un descenso apreciable en su prestigio internacional, algo que parecía explicarse por ser el origen geográfico de la epidemia.

Casi un año después, la opinión pública internacional aprueba la gestión china de la pandemia, así como la de Rusia, Reino Unido, España, que está por encima de la media y, sobre todo, la de Alemania, que obtiene la mejor calificación. Sólo EEUU suspende en esta valoración global de las actuaciones tomadas por los gobiernos para combatir la pandemia. En cualquier caso, las calificaciones son más bien bajas y con alta dispersión interna en las evaluaciones que se hacen desde cada país, lo que indica un aprobado basado en la duda y el desconocimiento sobre cuál debería haber sido o ser aún la mejor respuesta estatal ante esta crisis.

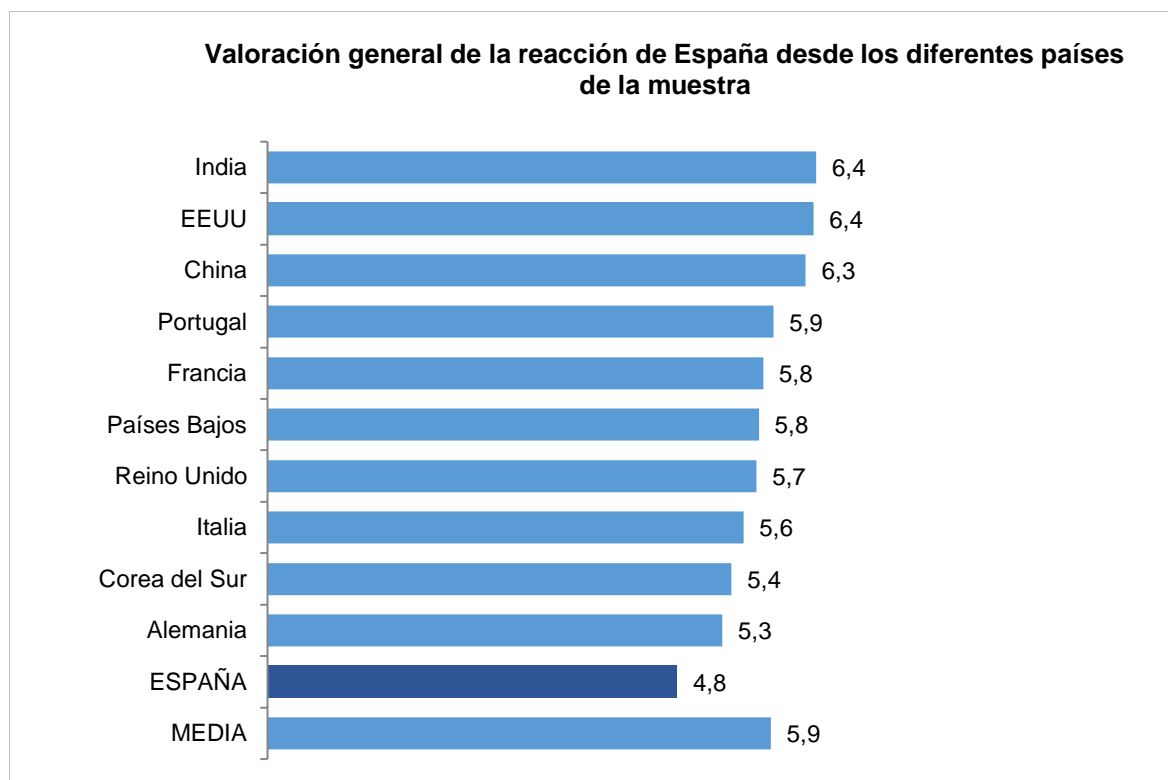
En esta pandemia, no todos los Estados han actuado de la misma forma. En una escala de 0 a 10 ¿cómo valora las actuaciones de los gobiernos de los siguientes Estados para combatir la pandemia?

Valoración general de la reacción de España en comparación con la de los otros países



Base: Total muestra, excepto la de los españoles y la del país valorado (Ejemplo: no se incluye la valoración de los alemanes sobre Alemania, o la de China entre los chinos).

En línea con el descenso de la autoestima que ya se ha señalado previamente, los propios españoles suspenden la actuación de su país ante la epidemia, con un 4`8, a diferencia de lo que opinan todos los demás respecto a la actuación española. Sin embargo, esa nota media de 4`8 es poco representativa ya que esconde una gran dispersión interna de las valoraciones (con una desviación típica de 2`9).

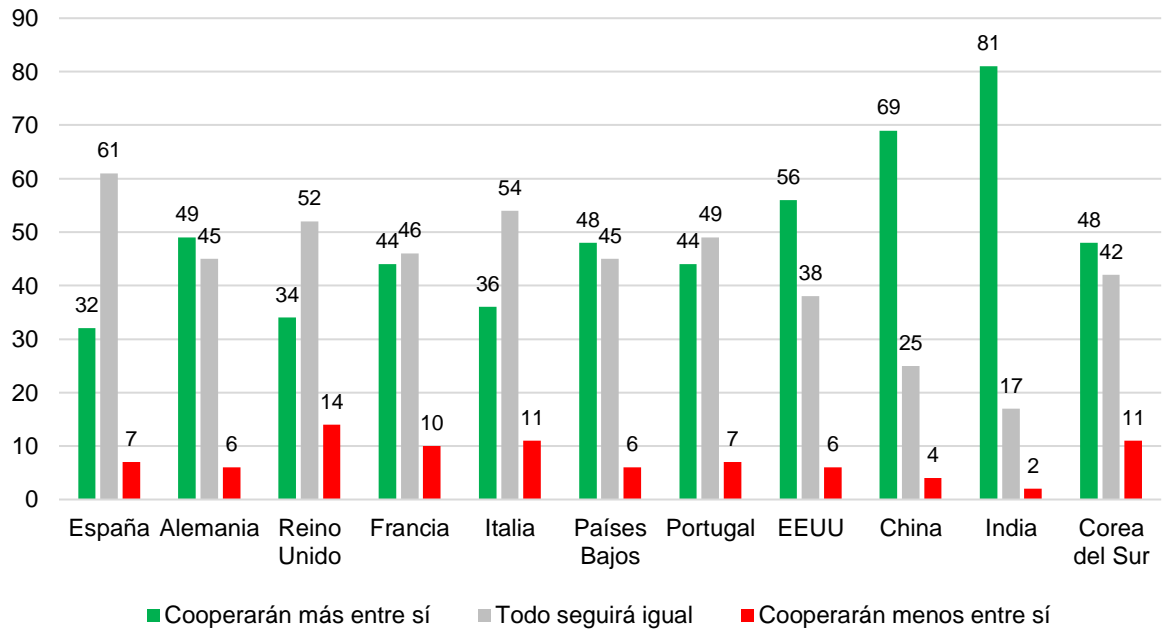


[La COVID-19](#), al afectar al unísono a la población mundial, ha puesto de relieve de forma dramática la necesidad de la cooperación internacional en varios terrenos y ha dado mayor visibilidad a las organizaciones internacionales que encarnan esa cooperación, como la Unión Europea o la Organización Mundial de la Salud. Hemos querido saber si los entrevistados son optimistas o pesimistas sobre el futuro de esa cooperación internacional una vez que esta crisis se supere, es decir, en el escenario post-Covid.

Las respuestas muestran una diferencia importante entre Europa, que en conjunto puede considerarse pesimista, y EEUU, China e India, mucho más optimistas respecto al futuro de la cooperación internacional. Corea del Sur está más cerca de la media europea que de China o India.

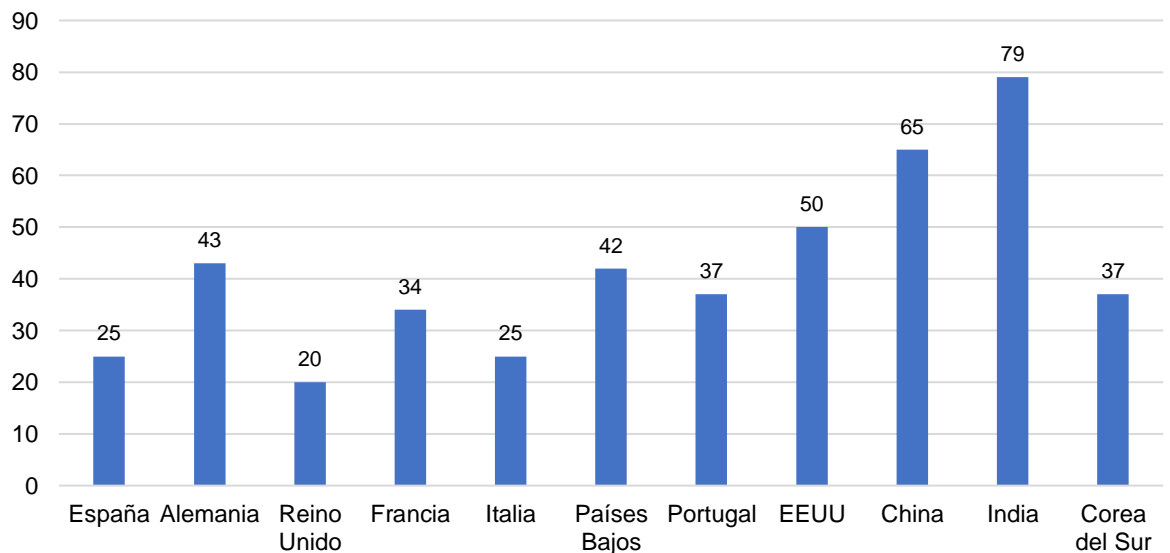
Pensando en el futuro, en las relaciones internacionales de los próximos años, cuando la pandemia ya haya desaparecido, ¿cómo imagina que actuarán los países? ¿Con cuál de estas frases está más de acuerdo?

En el futuro, los países...



Dentro de Europa hay también una notable diferencia entre Alemania y Países Bajos, más optimistas, y Reino Unido, situado en el extremo pesimista, algo posiblemente relacionado con el malestar de los que apoyaban la permanencia en la UE y viven ya fuera de ella.

Diferencia entre el porcentaje de optimistas ("cooperarán más") y el de pesimistas ("cooperarán menos")



6. España como aliado. Preferencias de alianzas internacionales.

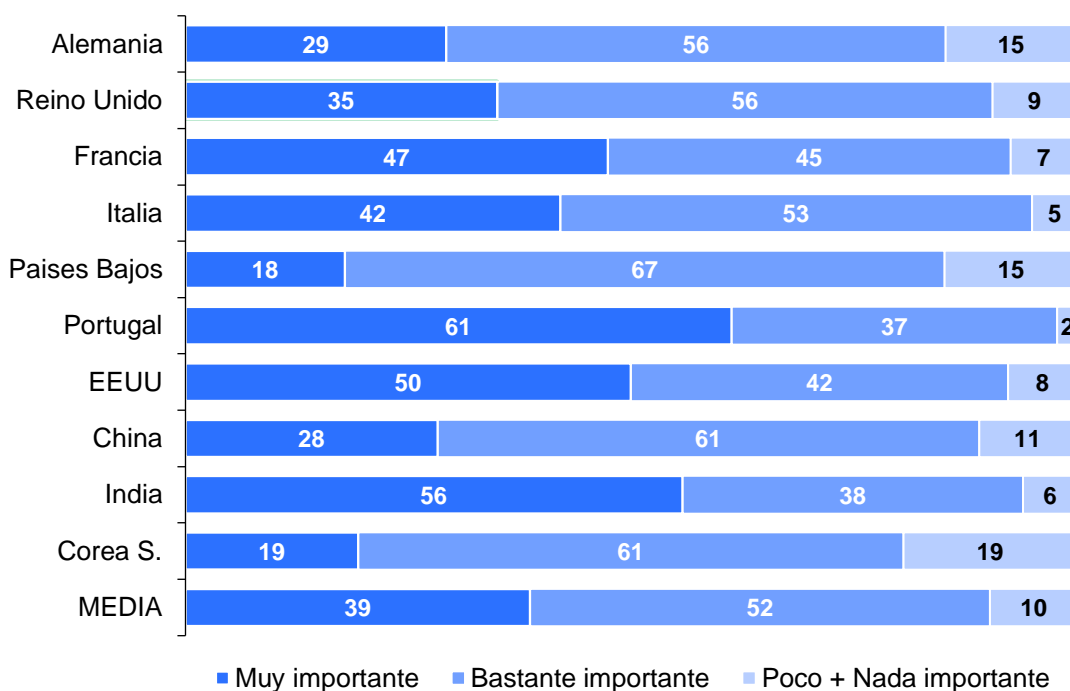
A partir de aquí entramos en el informe en un bloque dedicado a las relaciones internacionales y las sintonías o diferencias en torno a las preferencias y prioridades en política exterior.

En primer lugar, el cuestionario ha indagado sobre la percepción de las relaciones de cada país de la muestra con España, sobre la importancia de esas relaciones y sobre su calidad. El resultado muestra una gran diversidad dentro de la Unión Europea, en la que Portugal se encuentra en un extremo, el de mayor valoración de la importancia de mantener buenas relaciones con España, seguido por Francia e Italia, mientras que los Países Bajos aparecen en la posición contraria, la del menor interés, seguida por Alemania. El Reino Unido queda en una posición intermedia entre el bloque del sur (Italia, Francia y Portugal) y el del centro (Países Bajos y Alemania).

Las respuestas a estas preguntas, cuando se realizan fuera de la Unión Europea en países lejanos y con escaso contacto personal con España, deben interpretarse más bien como indicaciones de actitudes y no tanto como valoraciones basadas en conocimiento. En este sentido, fuera de Europa, Corea del Sur y China destacan por su bajo interés en las relaciones con España, en comparación con EEUU y la India, con una posición más favorable.

¿Diría usted que, para su país, mantener buenas relaciones con España es ...

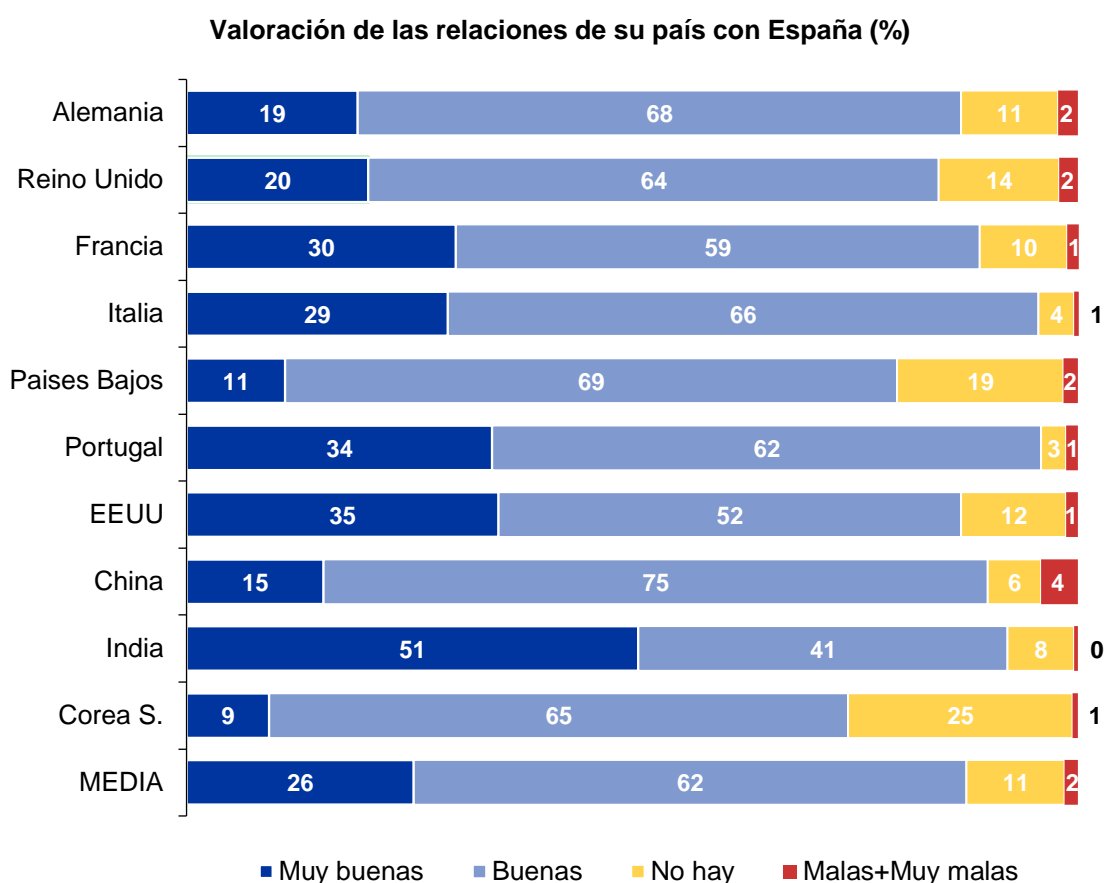
Importancia de mantener buenas relaciones con España (%)



En cuanto al estado de esas relaciones bilaterales entre España y cada uno de estos países, encontramos un ranking semejante, en el que Portugal destaca por su muy buena opinión del estado actual de las relaciones, seguido por Francia e Italia, mientras que de nuevo los Países Bajos son los más críticos: un 19% cree que no existen relaciones con España.

Fuera de Europa, hay que resaltar que hasta una cuarta parte de los coreanos cree que no existen relaciones entre su país y España. El entusiasmo de los entrevistados en la India probablemente se explica más por rasgos culturales (la tendencia a dar respuestas positivas que satisfagan al interlocutor) que por un conocimiento de las más bien escasas relaciones entre España y la India.

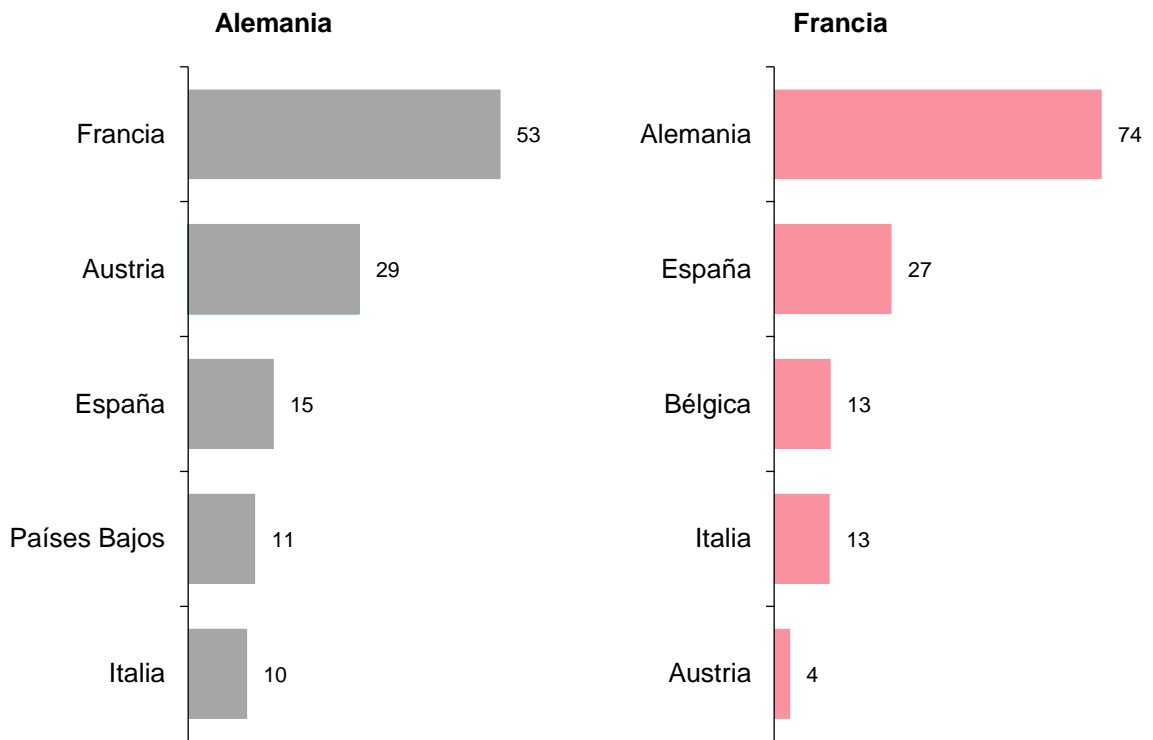
Y en su opinión, ¿cómo son las relaciones que mantiene su país con España?

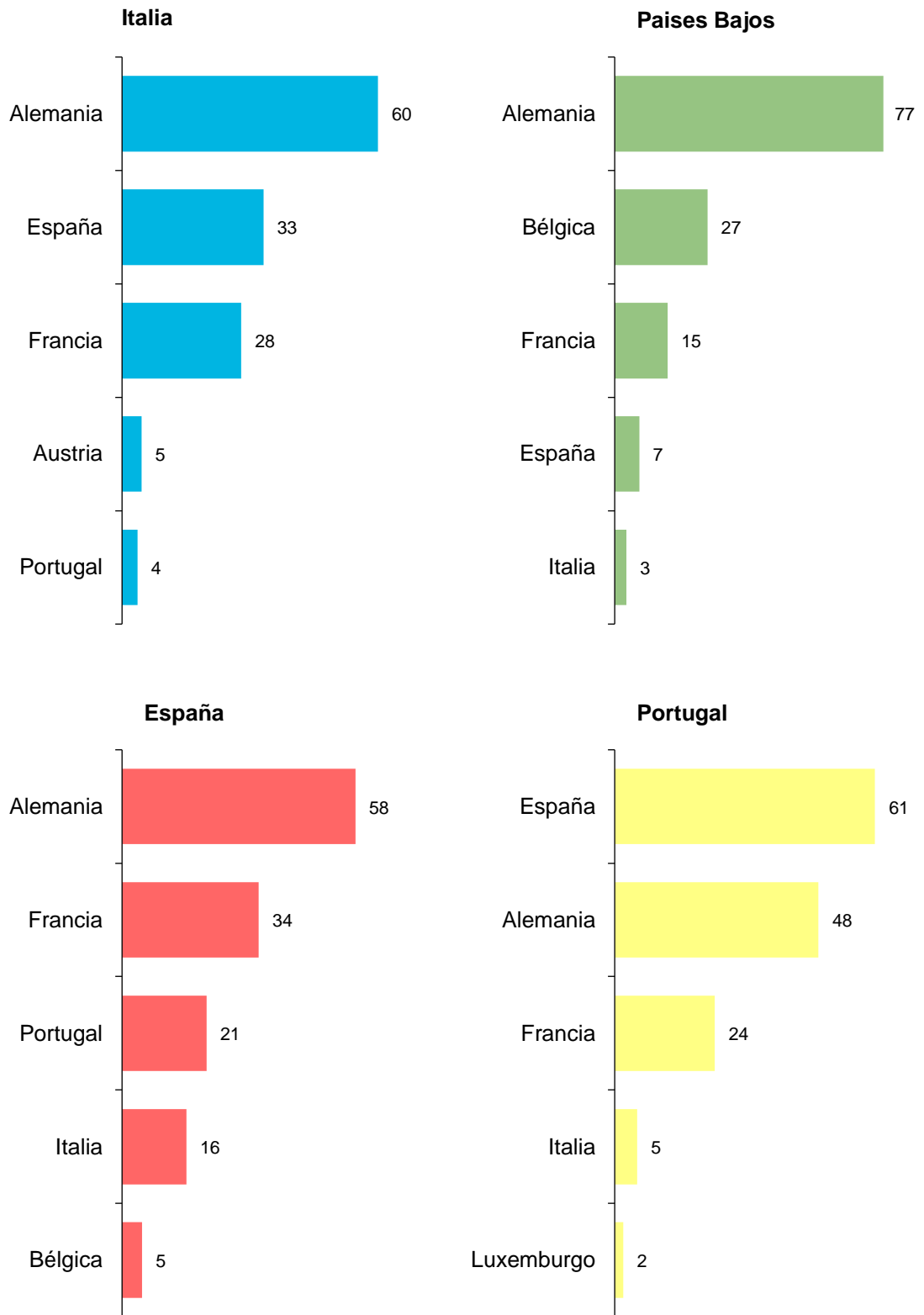


En Portugal, a estas dos preguntas (importancia de las relaciones y valoración de su estado) se añadió una tercera: “Cree usted que las relaciones entre su país y España... Están bien como están/ Debería existir una relación más estrecha/ Debería existir menos relación”. Ante esta pregunta las respuestas se dividen prácticamente por la mitad, entre el 52% de los entrevistados que eligió la primera opción (“Las relaciones están bien como están”) y el 48% que eligió la segunda (“Debería existir una relación más estrecha”). Sólo una persona (sobre 400) eligió disminuir las relaciones.

Le encuesta ha investigado sobre la preferencia de aliados dentro de la Unión Europea como ya se hizo en el estudio sobre [Italia, Francia, Alemania y España ante la Unión Europea](#), ahora con una muestra mayor de países. Como entonces, Alemania aparece claramente como el primer país preferido como aliado por Francia (74%), Países Bajos (77%) y en menor medida España (61%) e Italia (60%). Entre los Estados miembros de la UE recogidos en la encuesta, sólo en el caso de Portugal otro Estado aparece por delante de Alemania como principal aliado: España.

Países comunitarios preferidos como aliados por los ciudadanos de...*





(*) Porcentaje ponderado:(elección en primer lugar) + (elección en segundo lugar * 0,5).

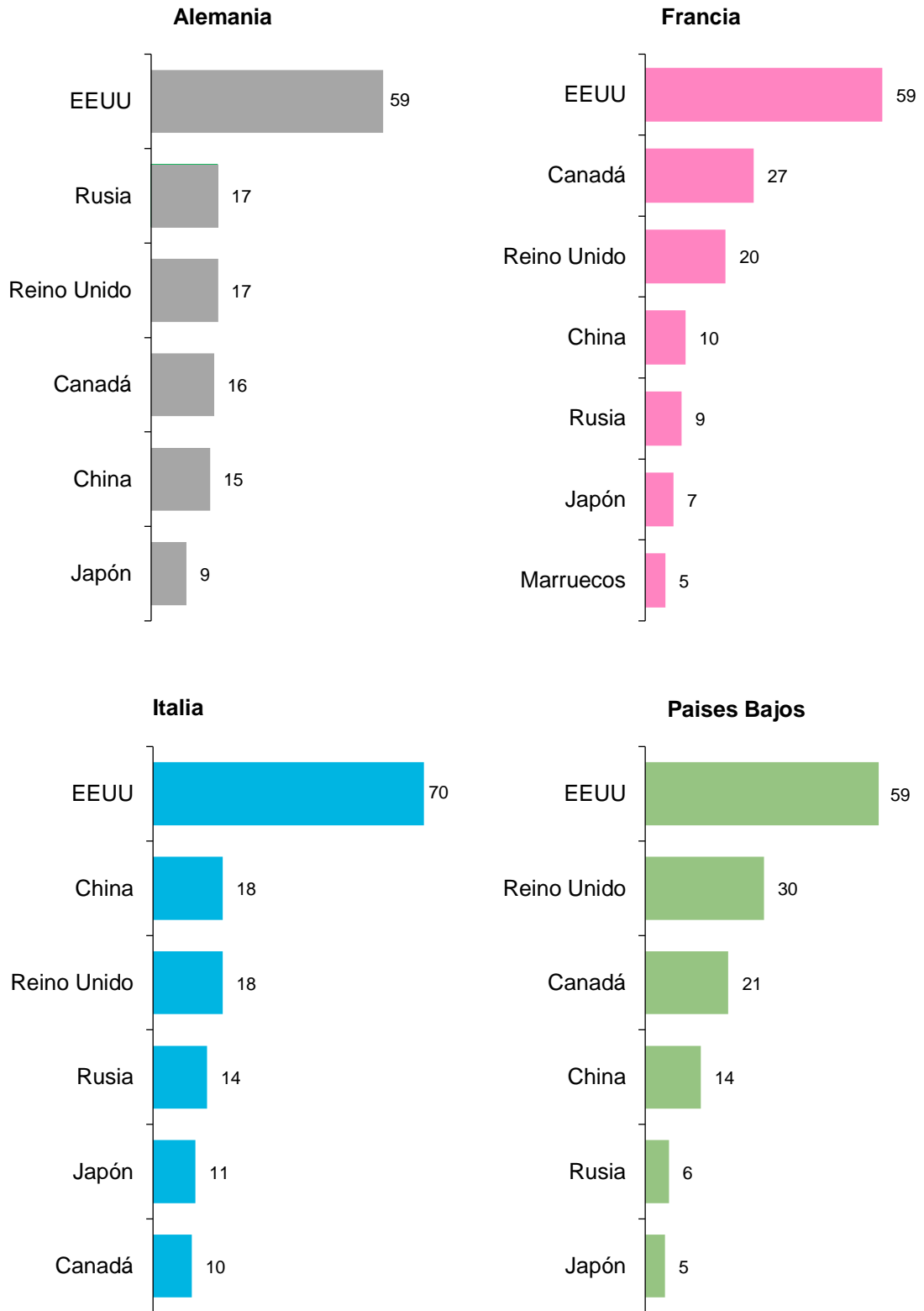
En comparación con los datos de 2018 y 2019, encontramos una gran continuidad en la estructura de preferencias para las alianzas estratégicas dentro de la UE, con Alemania siempre en cabeza. La posibilidad de una alianza mediterránea se sostiene claramente sobre las preferencias de las opiniones públicas, que en Italia, Francia y España eligen a otro país mediterráneo como segundo aliado preferido, pero en todos los casos el primero es Alemania. Es decir, los ciudadanos europeos mediterráneos perciben intereses semejantes entre sí y apoyan las alianzas en la zona, pero no aspiran de ningún modo a sustituir con esa alianza el papel de liderazgo que se asigna a Alemania.

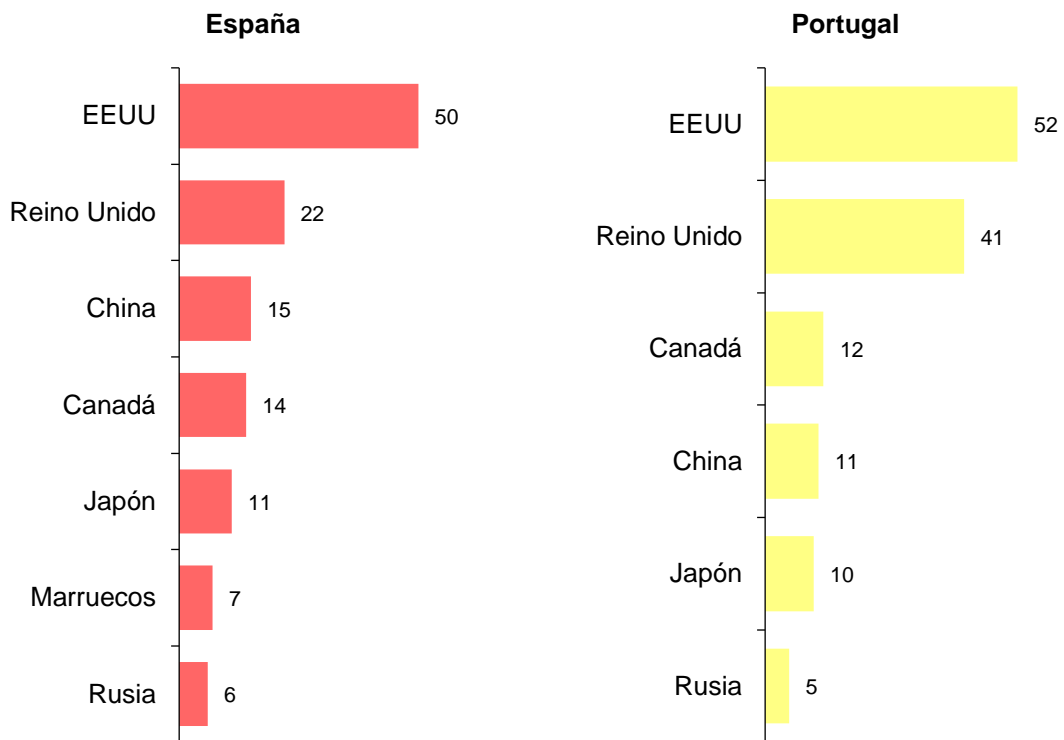
España ocupa una buena posición en esta estructura de preferencias para las alianzas dentro de la Unión Europea: nuestro país es el segundo aliado preferido en Francia e Italia (en Italia España es preferida a Francia), el primero en Portugal y el tercero en Alemania (por debajo de Francia y Austria, algo por encima de los Países Bajos).

Respecto a los aliados preferidos fuera de la Unión Europea, cuando se indaga entre los ciudadanos comunitarios, Estados Unidos aparece sin ninguna duda y con gran ventaja como el aliado más deseado. España es la menos entusiasta en esa atracción hacia los EEUU, e Italia la más proclive a esa relación.

El Reino Unido post-Brexit ocupa el segundo puesto en las preferencias de aliados extra-comunitarios para España, Portugal y Países Bajos, y el tercero para Alemania, Francia e Italia, aunque siempre a gran distancia de EEUU. También a gran distancia aparecen en segundo plano, como aliados preferidos, China (para Italia) y Rusia (para Alemania).

Países extracomunitarios preferidos como aliados por los ciudadanos de...*





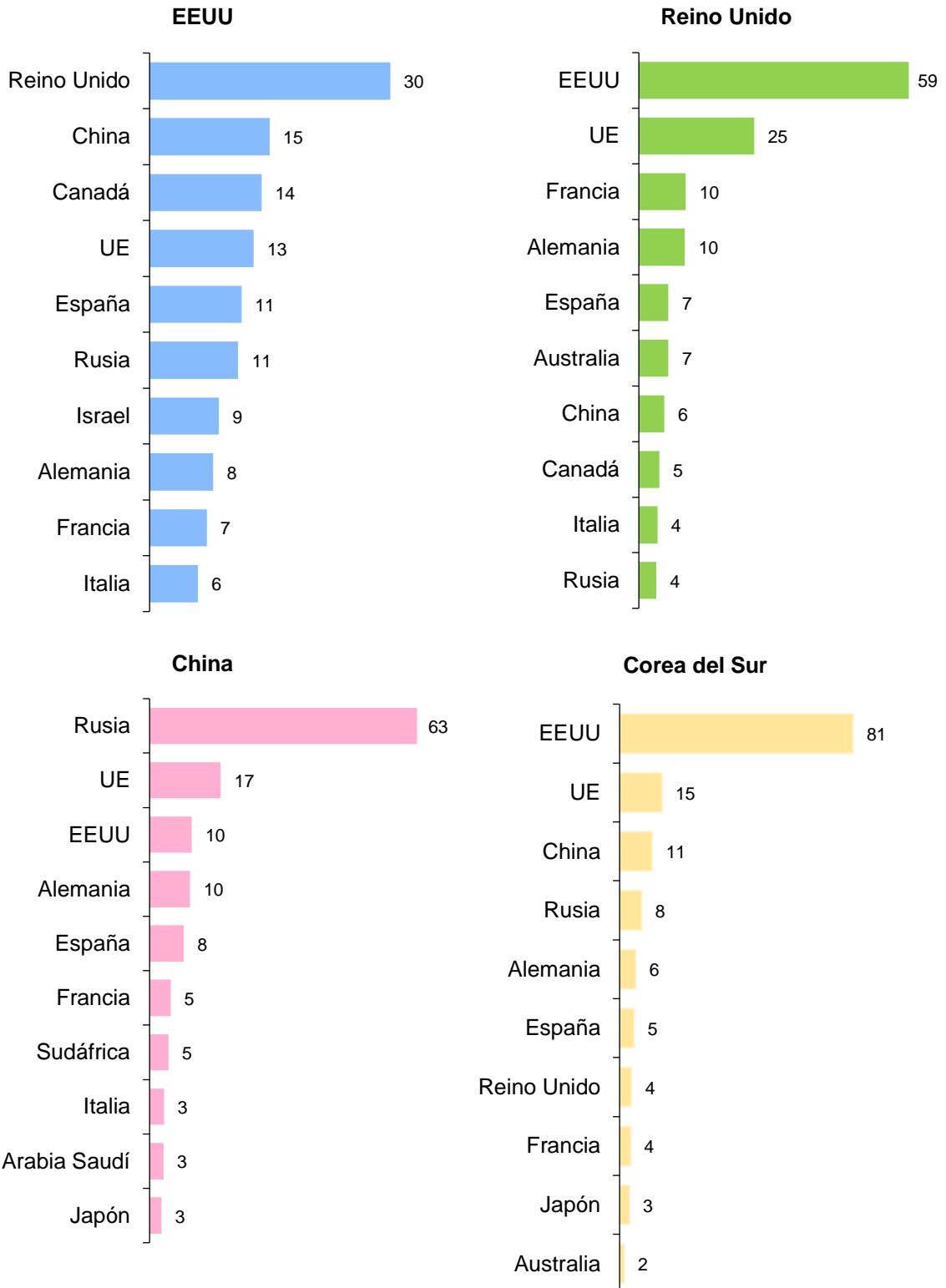
(*) Porcentaje ponderado: (elección en primer lugar) + (elección en segundo lugar * 0,5).

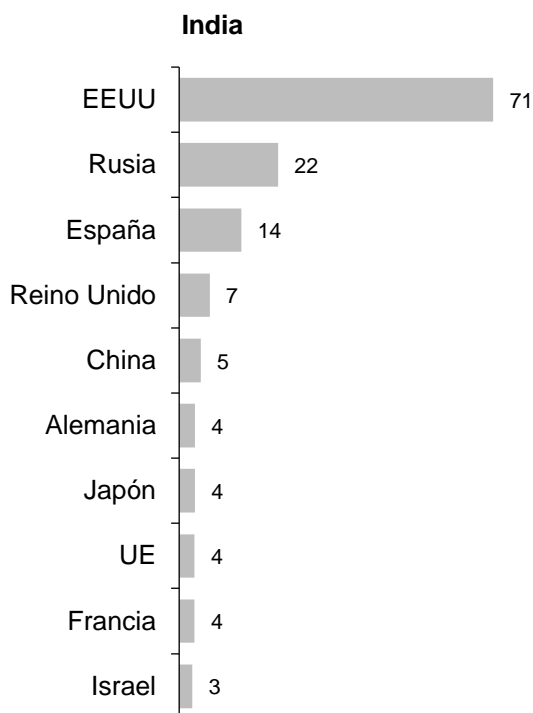
Fuera de la Unión Europea, encontramos en la encuesta tres países en los que EEUU sigue siendo el gran referente como aliado deseado: Reino Unido, Corea del Sur y la India. En los tres casos EEUU resulta preferido con gran diferencia respecto al segundo: la Unión Europea en el caso del Reino Unido y de Corea del Sur, y Rusia en el caso de la India.

En todos los países, salvo en EEUU, aparece un claro aliado preferido, señalado por la mitad o más de los entrevistados. Ese aliado es precisamente EEUU, salvo en el caso (en nuestra muestra) de China. Sin embargo, en EEUU no existe una clara preferencia por un aliado y encontramos una alta dispersión. Aunque la atracción británica hacia EEUU es mutua, y el RU aparece como primer aliado deseado por los estadounidenses, lo hace sólo con un 30% de respuestas, frente al 60% de los británicos que eligen EEUU. Resulta llamativo que, en EEUU, después del Reino Unido, y por encima de Canadá y la UE, los entrevistados señalen a China como aliado deseable.

En China, Rusia aparece como la gran aliada, seguida a mucha distancia por la Unión Europea. En Asia la UE está presente como actor internacional relevante con el que conviene contar como aliado tanto en China, como en Corea del Sur, pero no en la India, donde la UE aparece mencionada en una posición muy secundaria. En EEUU, como se ha dicho, la UE es el cuarto aliado preferido, por detrás de RU, China y Canadá.

Países preferidos como aliados por los ciudadanos de...*





(*) Porcentaje ponderado: (elección en primer lugar) + (elección en segundo lugar * 0,5).

Entre los entrevistados en Asia y EEUU, Alemania y España son los Estados miembros de UE señalados más frecuentemente como aliados preferidos, pero en el caso de nuestro país puede estar produciéndose un “efecto del cuestionario”²

7. Prioridades de política exterior

Como en ediciones anteriores del BIE, hemos investigado a través de la encuesta en las prioridades de política exterior de los ciudadanos de los países incluidos en la muestra, para conocer hasta qué punto son coincidentes o divergentes con los de España.

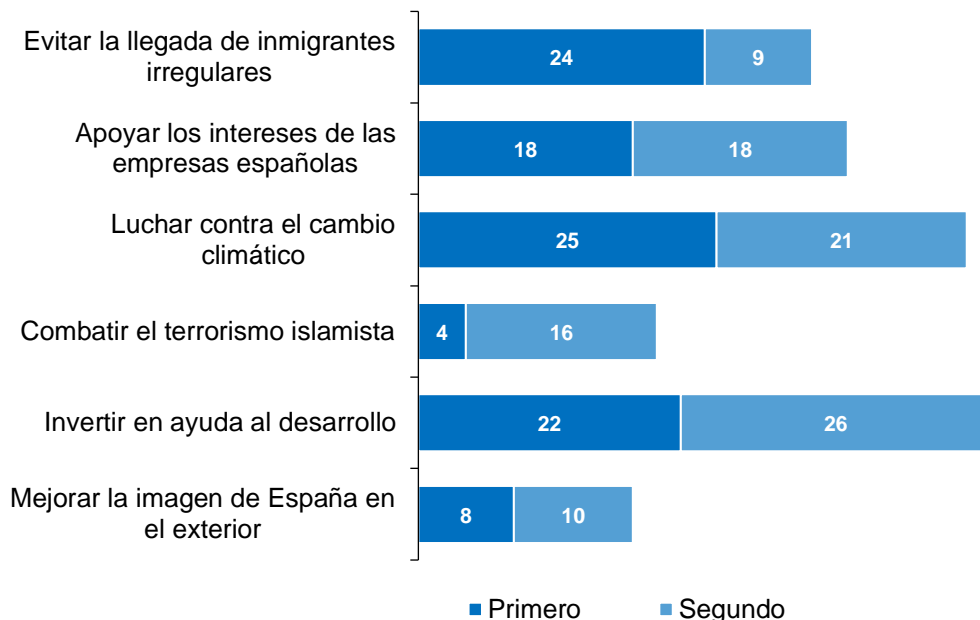
Presentamos en primer lugar la preferencia de los españoles ante los objetivos que se ofrecen: Como en años anteriores, la lucha contra el cambio climático ocupa el primer lugar, seguido muy de cerca por la ayuda al desarrollo, que ha aumentado notablemente el apoyo que recibe como prioridad entre los españoles. Dada la conexión que la opinión pública española realiza entre ayuda al desarrollo y contención de la inmigración irregular³, es plausible que este aumento del interés por la ayuda tenga relación con el alto número de llegadas de inmigrantes irregulares a las islas Canarias en el periodo en que se hizo la encuesta y en las semanas anteriores. Por otra parte, la ausencia de atentados islamistas de importancia en suelo español en los meses anteriores a la encuesta explica el bajo perfil de este elemento, que ocupaba el segundo puesto en el Barómetro de 2018.

² El entrevistado, al llegar a este punto del cuestionario, ya ha contestado a varias preguntas específicas sobre España, lo que puede promover que en sus respuestas tenga más en cuenta a nuestro país.

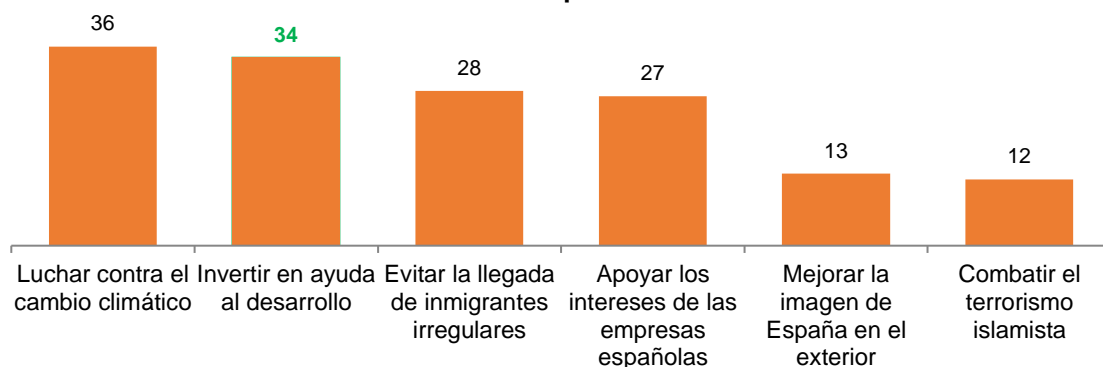
³ El 87% de los españoles cree que la ayuda al desarrollo es una forma efectiva de disminuir la inmigración irregular. Véase el Eurobarómetro Especial n. 494 de junio de 2019.

A continuación, aparece una serie de posibles objetivos de la política exterior de España. ¿Nos puede decir cuál le parece más importante para su país? ¿Y el segundo más importante?

Objetivos de política exterior de España



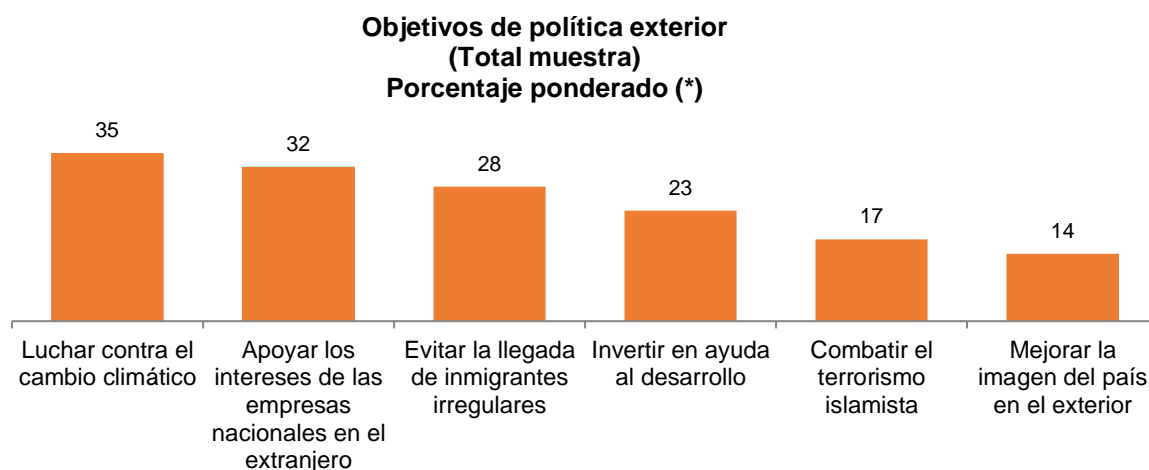
Objetivos de política exterior de España
Porcentaje ponderado (*), en verde/rojo aquellos valores al menos 10 puntos por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países



(*) Porcentaje de los que la eligen en 1º lugar + 0,5 x porcentaje de los que la eligen en 2º lugar.

España coincide con la media de países de la muestra en valorar la lucha contra el cambio climático como la principal urgencia para la política exterior del país⁴. Pero esta coincidencia en el primer lugar no se mantiene para el resto de posiciones: el segundo puesto, en la media del conjunto de países, lo ocupa el apoyo a los intereses de las empresas nacionales en su actividad en el extranjero, algo que en España aparece en cuarto lugar.

A continuación, aparece una serie de posibles objetivos de la política exterior de (nombre de su país). ¿Nos puede decir cuál le parece más importante para su país? ¿Y el segundo más importante?



En el contexto de los países europeos, las preferencias españolas están cercanas sobre todo a las de Italia, que comparte su prioridad por la ayuda al desarrollo y su preocupación por la llegada de inmigración irregular. En el caso de Portugal la ayuda al desarrollo es la prioridad absoluta, con gran diferencia respecto a la lucha contra el cambio climático. Quizá en este caso tenga especial influencia la sensibilidad hacia las antiguas colonias portuguesas en África, Angola y Mozambique, independizadas en tiempos relativamente cercanos y con las que Portugal mantiene importantes lazos humanos.

Exceptuando el caso portugués, la lucha contra el cambio climático aparece como la prioridad para los países europeos, en Italia situado a la par que la ayuda al desarrollo.

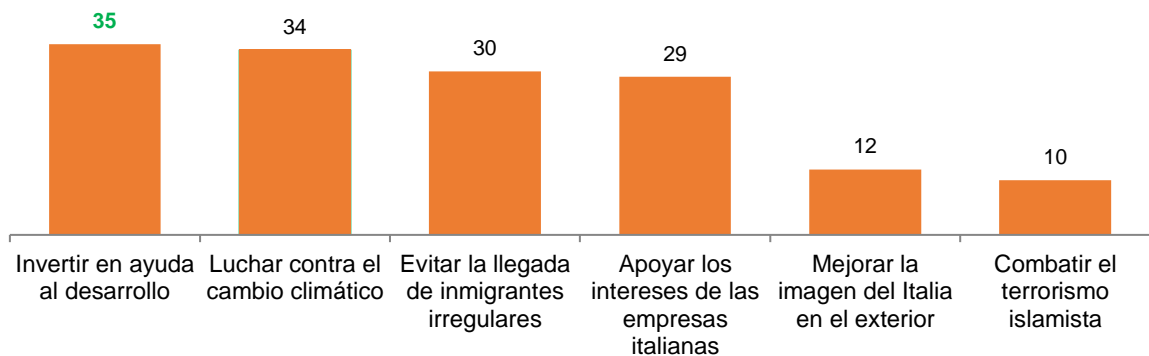
Evitar la llegada de inmigración irregular es uno de los tres primeros objetivos de política exterior en España, Italia, Alemania, Francia, Reino Unido y Países Bajos.

⁴ El cuestionario no ofrecía como posible respuesta la lucha contra la Covid-19, que sin duda habría ocupado el primer lugar en esta edición de la encuesta, para evitar el efecto de este fenómeno coyuntural y permitir la comparación con los resultados de años anteriores.

En este último caso, su prioridad se encuentra casi al mismo nivel que el de la lucha contra el cambio climático.

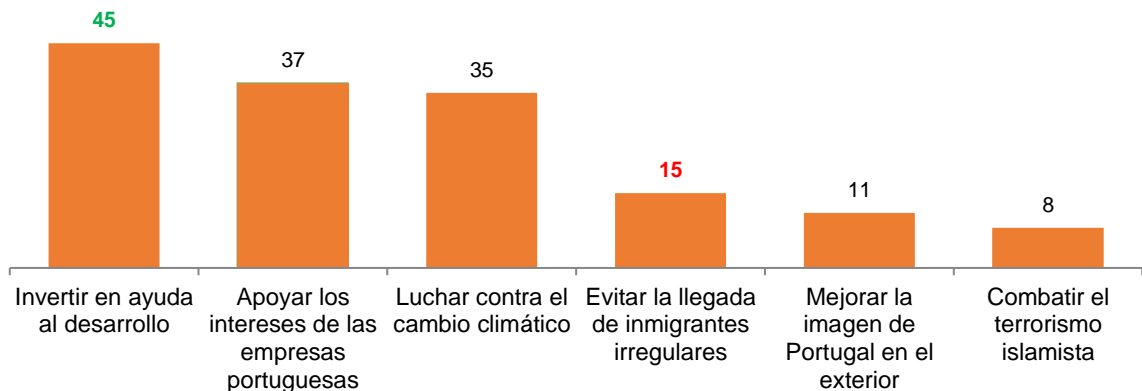
La preocupación por el terrorismo islamista es especialmente fuerte en Francia; mientras que en los demás países europeos no se han producido atentados relevantes durante 2020, y eso se ha traducido en una disminución del grado de atención prestada a este fenómeno, en Francia se produjo en octubre de 2020 el asesinato del profesor Samuel Paty, lo que a su vez ha provocado nuevas propuestas políticas para combatir la radicalización violenta islamista y ha mantenido el tema presente de forma continuada en el debate público.

Objetivos de política exterior de Italia
Porcentaje ponderado (*), en verde/rojo aquellos valores al menos 10 puntos por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países



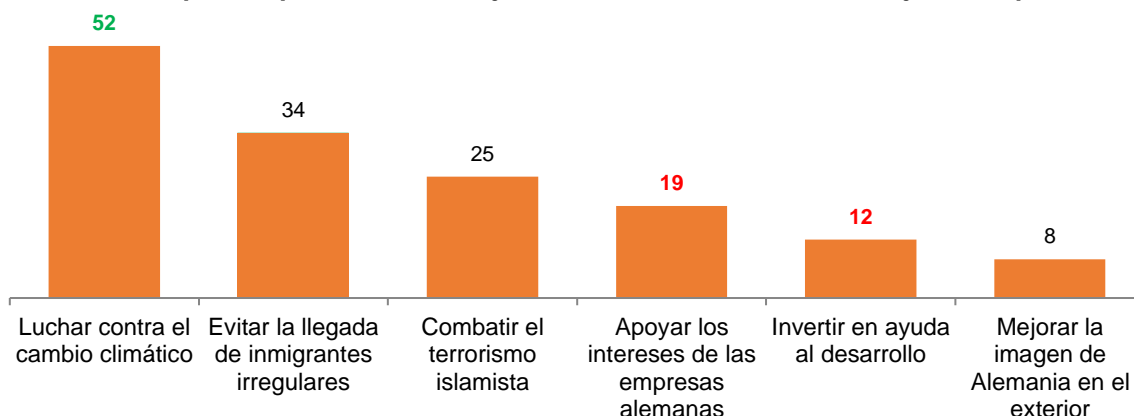
(*) *Porcentaje de los que la eligen en 1º lugar + 0,5 x porcentaje de los que la eligen en 2º lugar.*

Objetivos de política exterior de Portugal
Porcentaje ponderado (*), en verde/rojo aquellos valores al menos 10 puntos por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países



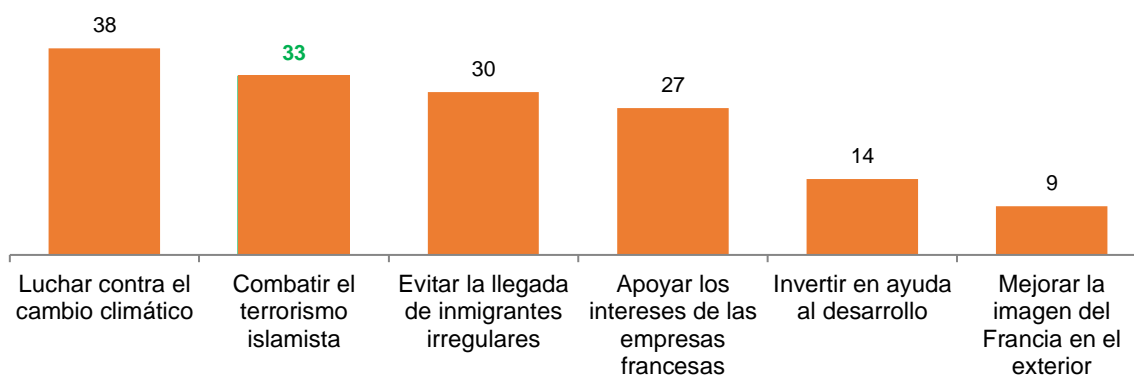
(*) *Porcentaje de los que la eligen en 1º lugar + 0,5 x porcentaje de los que la eligen en 2º lugar.*

Objetivos de política exterior de Alemania
Porcentaje ponderado (*), en verde/rojo aquellos valores al menos 10 puntos por encima/debajode la valoración media del conjunto de países



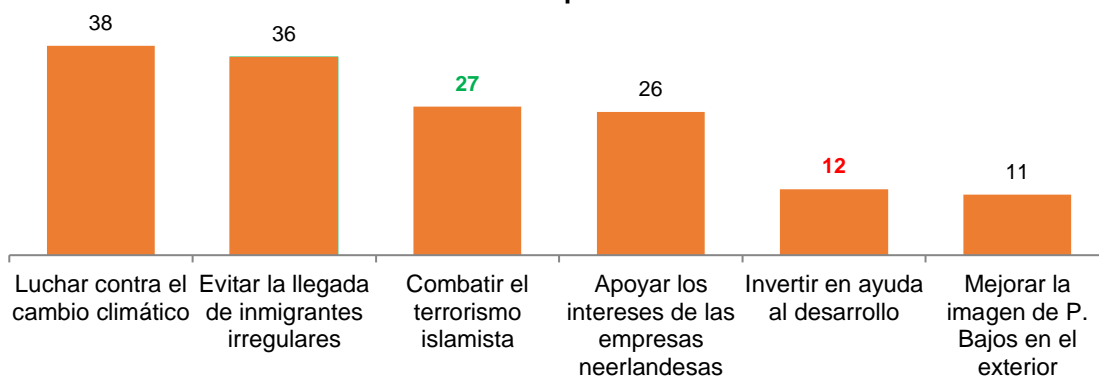
(*) *Porcentaje de los que la eligen en 1º lugar + 0,5 x porcentaje de los que la eligen en 2º lugar.*

Objetivos de política exterior de Francia
Porcentaje ponderado (*), en verde/rojo aquellos valores al menos 10 puntos por encima/debajode la valoración media del conjunto de países



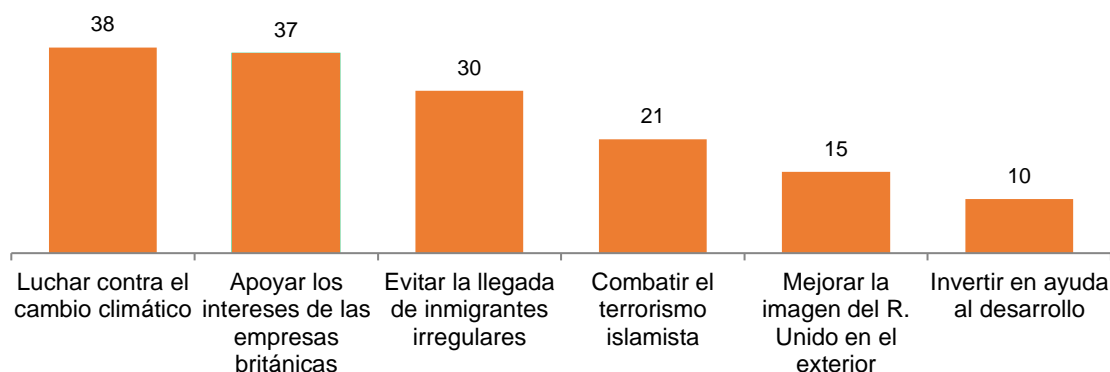
(*) *Porcentaje de los que la eligen en 1º lugar + 0,5 x porcentaje de los que la eligen en 2º lugar.*

Objetivos de política exterior de Países Bajos
Porcentaje ponderado (*), en verde/rojo aquellos valores al menos 10 puntos por encima/debajode la valoración media del conjunto de países



(*) *Porcentaje de los que la eligen en 1º lugar + 0,5 x porcentaje de los que la eligen en 2º lugar.*

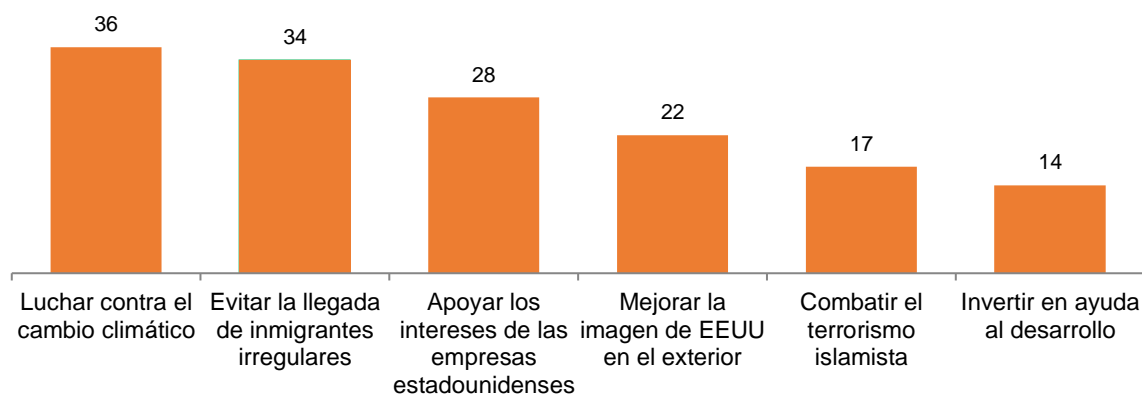
Objetivos de política exterior de Reino Unido
Porcentaje ponderado (*), en verde/rojo aquellos valores al menos 10 puntos por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países



(*). Porcentaje de los que la eligen en 1º lugar + 0,5 x porcentaje de los que la eligen en 2º lugar.

EEUU mantiene un orden de prioridades muy cercano al europeo, en el que la lucha contra el cambio climático ocupa el primer lugar, seguida por la evitación de la inmigración irregular. Al igual que en Reino Unido y en Portugal, el apoyo a las empresas del país en su actividad internacional se encuentra entre las tres principales prioridades. Y, al igual también que Reino Unido, Países Bajos, Francia y Alemania, la ayuda al desarrollo, tan relevante en otros países, pasa aquí al último o penúltimo lugar.

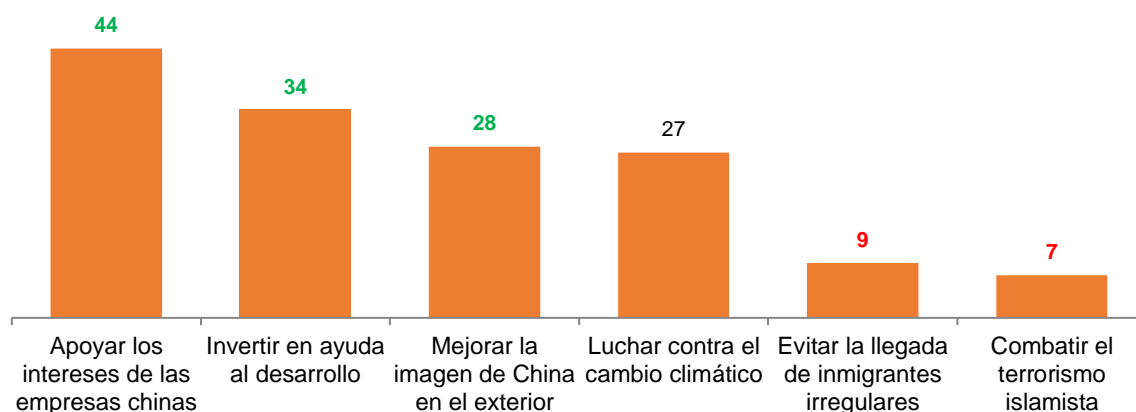
Objetivos de política exterior de EEUU
Porcentaje ponderado (*), en verde/rojo aquellos valores al menos 10 puntos por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países



(*). Porcentaje de los que la eligen en 1º lugar + 0,5 x porcentaje de los que la eligen en 2º lugar.

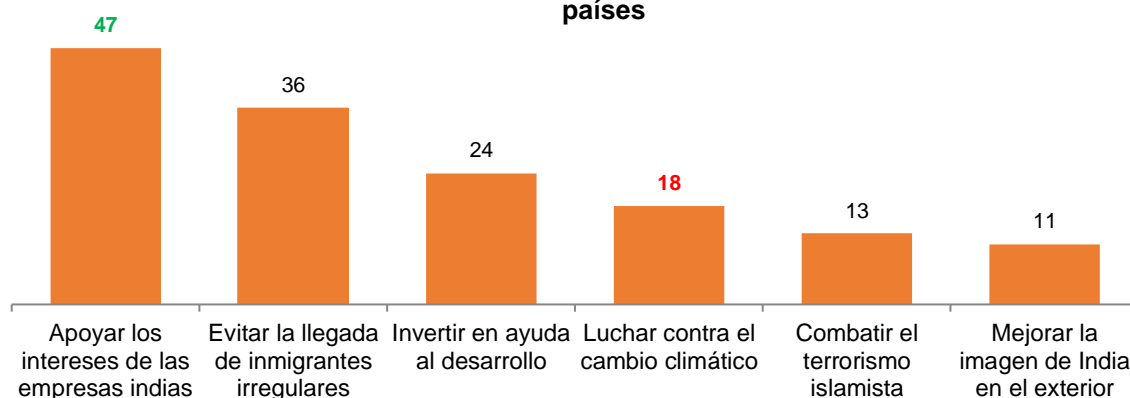
En Asia, el apoyo a los intereses de las empresas del país en su actividad en el exterior es la prioridad clara, destacada con gran distancia frente a la siguiente, la ayuda al desarrollo en el caso de China, y la evitación de la inmigración irregular en el caso de India. Resulta llamativa en China la importancia concedida a la mejora de la imagen exterior del país, por encima incluso de la lucha contra el cambio climático. Este segundo aspecto ocupa en ambos países asiáticos una posición secundaria.

Objetivos de política exterior de China
Porcentaje ponderado (*), en verde/rojo aquellos valores al menos 10 puntos por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países



(*) *Porcentaje de los que la eligen en 1º lugar + 0,5 x porcentaje de los que la eligen en 2º lugar.*

Objetivos de política exterior de India
Porcentaje ponderado (*), en verde/rojo aquellos valores al menos 10 puntos por encima/debajo de la valoración media del conjunto de países



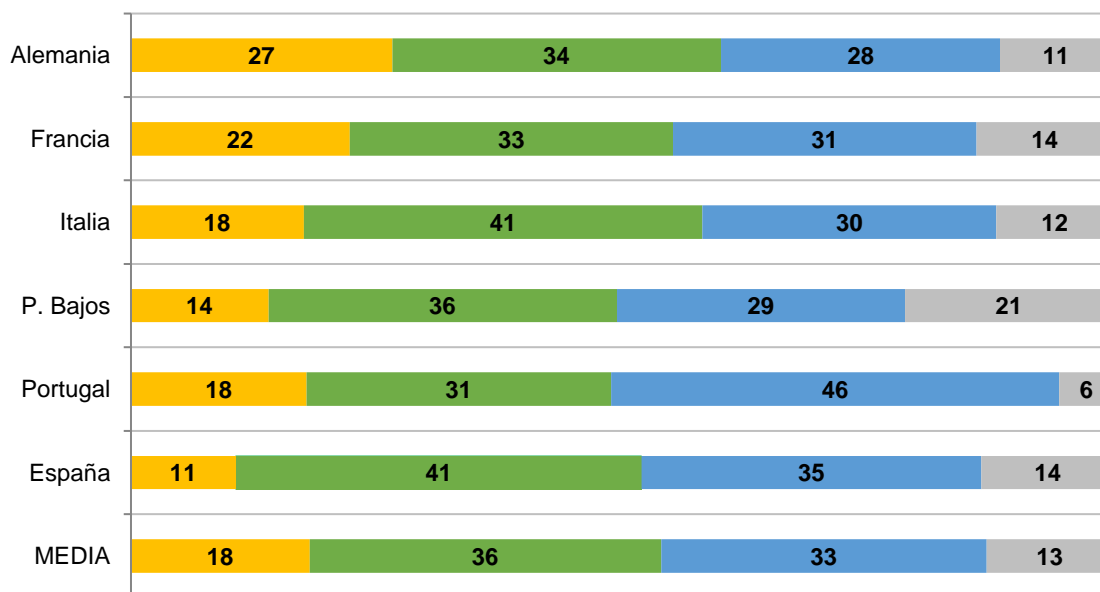
(*) *Porcentaje de los que eligen en 1º lugar + 0,5 x porcentaje de los que la eligen en 2º lugar.*

8. Autonomía estratégica europea, rechazo a las inversiones chinas y posición en la competencia entre China y EEUU

Dentro de la Unión Europea se ha indagado específicamente sobre las preferencias de los ciudadanos ante las propuestas de mayor autonomía en varios terrenos, tanto en el económico, como en el digital o en el de defensa. Se ha pedido a los entrevistados que eligiera uno (o ninguno) de los tres campos en los que la UE se plantea obtener una mayor independencia o autonomía. Los resultados señalan que la autonomía digital es la más valorada en todos los países europeos de la muestra (con la excepción de Portugal), seguida a corta distancia por la autonomía económica y comercial frente a China. Frente a estas dos, la autonomía de defensa aparece relegada a un papel menor.

En la actualidad la Unión Europea se plantea conseguir mayor autonomía en algunos aspectos para depender menos de otras potencias. ¿Cuál de estos objetivos le parece más urgente para la Unión Europea?

Objetivo más urgente de la UE para conseguir mayor autonomía

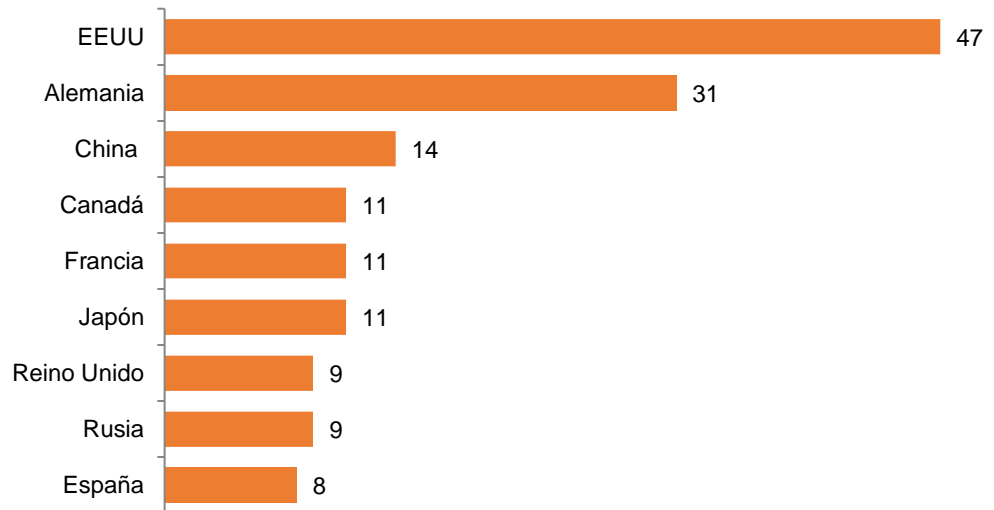


- Conseguir autonomía de defensa frente a EEUU
- Conseguir autonomía frente a las grandes empresas digitales actuales, todas de EEUU
- Conseguir mayor autonomía económica/comercial frente a China
- Ninguno

En conexión con esto, se ha indagado sobre las preferencias de los entrevistados respecto al origen nacional de las inversiones que recibe su país y los resultados señalan un rechazo específico a las inversiones chinas en el conjunto de la muestra. Un tercio de los entrevistados se decanta en contra de la recepción de inversiones chinas en su país. En el sentido contrario, EEUU es el inversor preferido por casi el 50% de los entrevistados (excluyendo a los entrevistados en EEUU), seguido por Alemania.

En la actualidad, gran parte de las inversiones que se realizan en cada país provienen de la inversión extranjera, de fondos de capital de otros países. ¿Cuáles serían sus dos países preferidos como origen de dicha inversión?

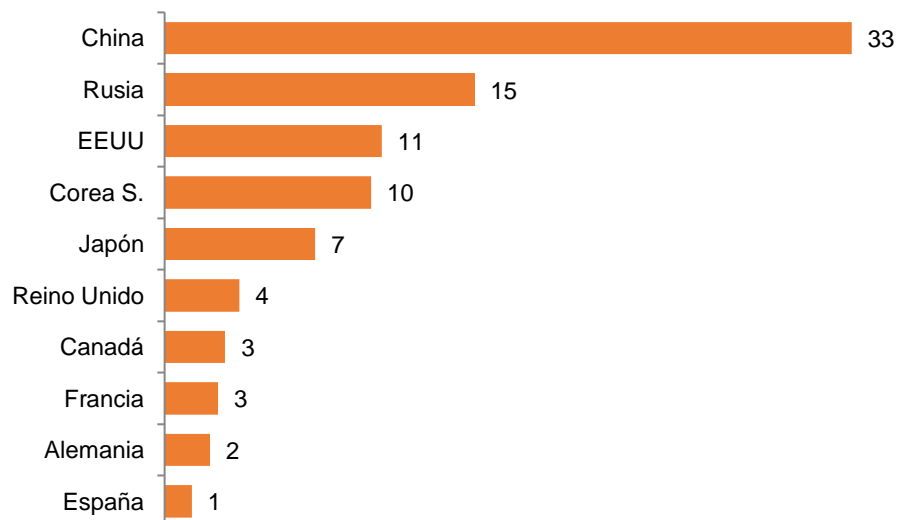
Preferencia para la atracción de inversión extranjera. Muestra total
Porcentaje ponderado (*)



(*) Porcentaje de los que eligen ese país en 1º lugar + 0,5 x porcentaje de los que lo eligen en 2º.

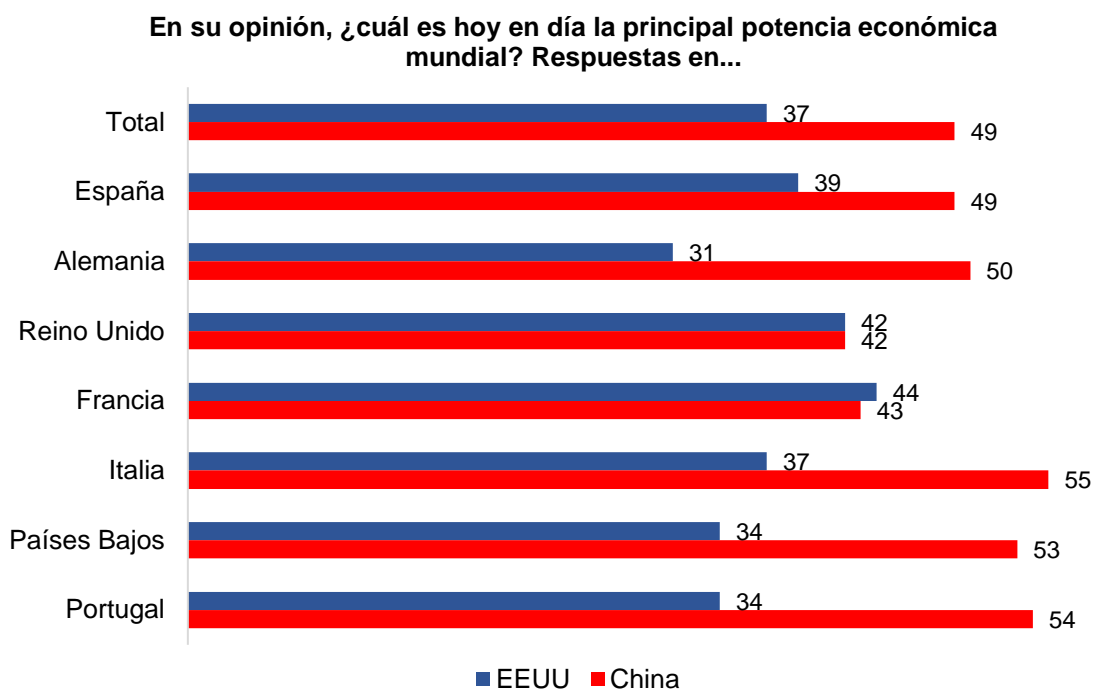
Y, al contrario, ¿hay algún país que usted preferiría que NO invirtiera en el suyo? ¿Cuál sería el país al que usted rechazaría más como inversor en el suyo?

Rechazo a inversores extranjeros. Muestra total
Porcentaje ponderado (*)



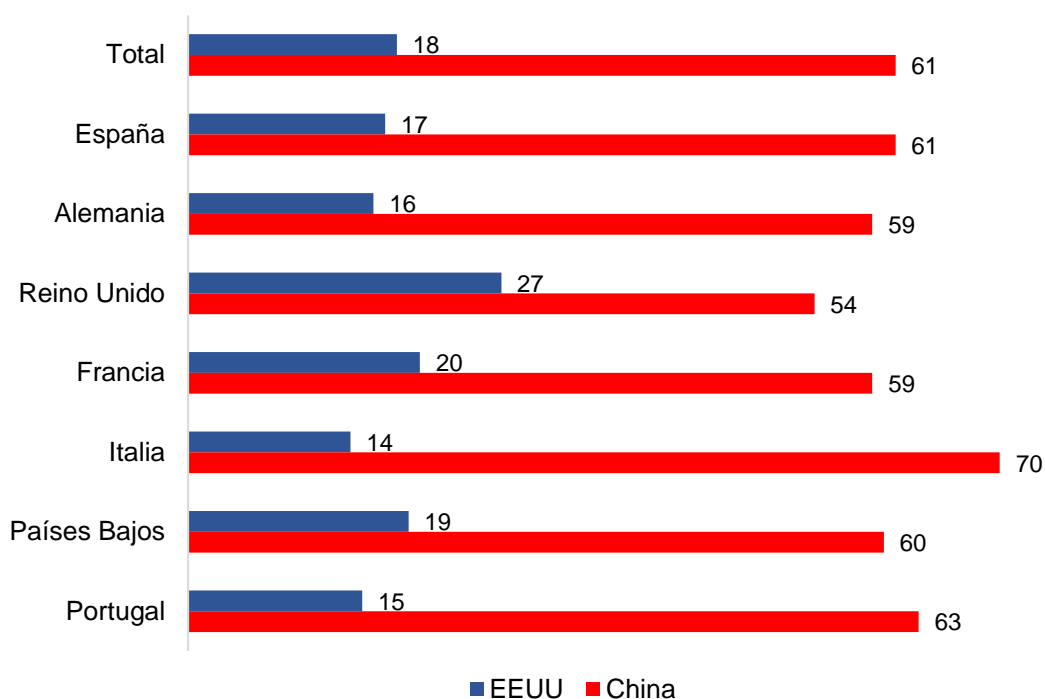
(*) Porcentaje de los que eligen ese país en 1º lugar + 0,5 x porcentaje de los que lo eligen en 2º.

En su percepción del mundo actual, los europeos creen que EEUU ya no es la principal potencia económica mundial: sólo el 37% de los europeos cree que EEUU mantiene en la actualidad ese puesto, frente al 49% que señala a China.



Esta percepción del dominio chino es aún más acentuada si se pregunta por el futuro cercano, en un horizonte de 10 años. En este caso, el 61% de los europeos creen que China será la potencia económica mundial y sólo un 18% imagina que lo será EEUU.

¿Y cuál cree que será la principal potencia económica mundial dentro de unos 10 años? Respuestas en...

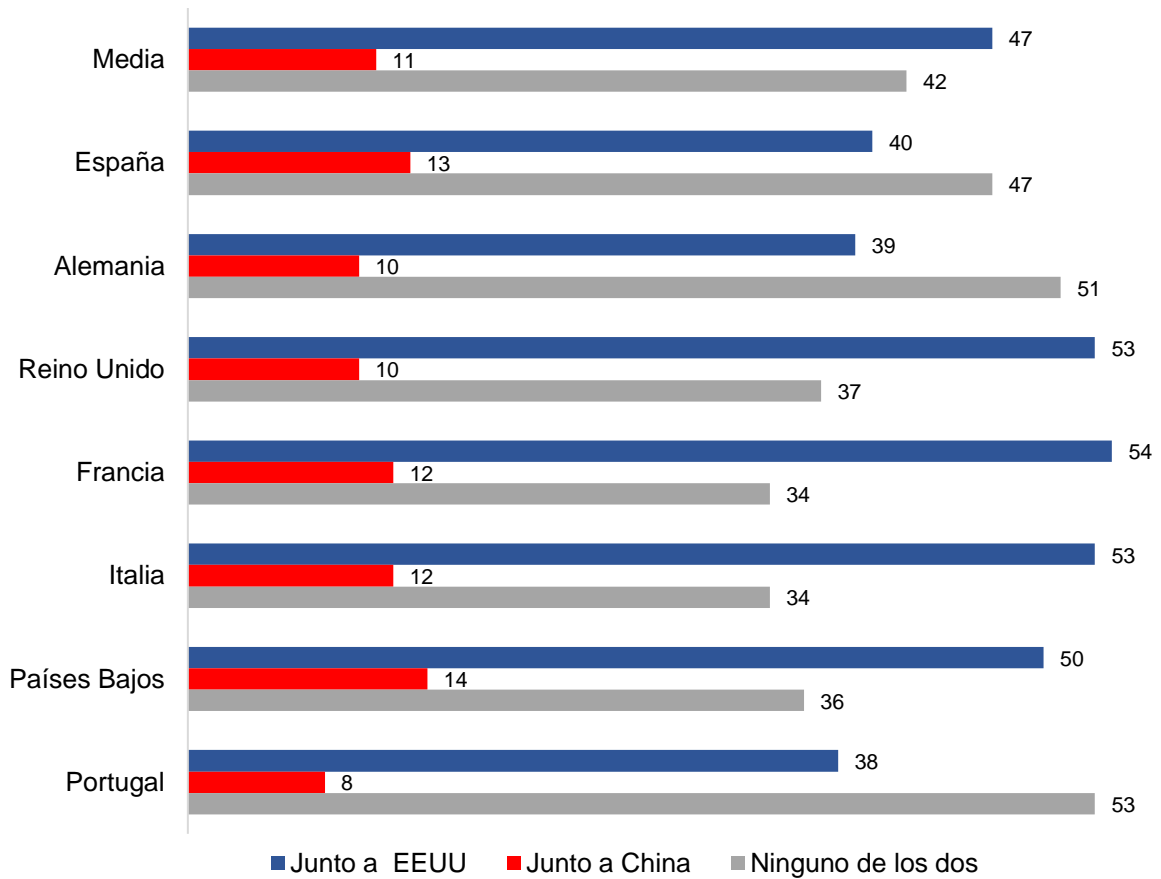


Leyendo estas previsiones del futuro, en conjunto con la baja calificación que recibe China como país y el rechazo específico a las inversiones chinas, es claro que este pronóstico de los europeos es distópico, en el sentido de que es un futuro indeseado y temido. Sin embargo, colocados ante la disyuntiva de a qué país, EEUU o China, debe apoyarse en esa tensión y competencia entre las dos potencias, la opinión pública se divide en dos grandes grupos, con un 47% a favor de situarse al lado de EEUU y un 42% que elige la opción de no apoyar a ninguno de los dos gigantes económicos. Sólo una muy pequeña minoría, del 11% cree que su país debe situarse al lado de China en esta tensión.

Ese alto porcentaje de los que consideran que su país debe perseguir sus propios objetivos de forma independiente de EEUU, pese a que éste es, como se ha visto antes, el aliado económico y político preferido, indica una fuerte base social y de opinión a favor de una autonomía europea en el escenario de competencia entre las dos potencias en conflicto.

Existen, sin embargo, diferencias de matiz relevantes entre los Estados europeos, con Reino Unido, Francia e Italia más inclinados a colocarse en el bando de EEUU y otros más reticentes, como la propia España, Alemania y Portugal.

**En esa tensión entre EEUU y China , ¿dónde cree que debe situarse su país?
Respuestas en...**



En Asia, tanto en India como en Corea del Sur, el escenario es muy diferente. Sus poblaciones aparecen volcadas a favor de EEUU: no sólo creen que sigue siendo la principal potencia económica (68% en India y 81% en Corea) y que seguirá siéndolo en el futuro (52 y 51%) sino que, sin la menor duda, apoyan a EEUU en su competencia con China (86 y 75%). Las relaciones históricas de ambos países con China, su desconfianza y rivalidad actuales, explican esta diferente perspectiva.

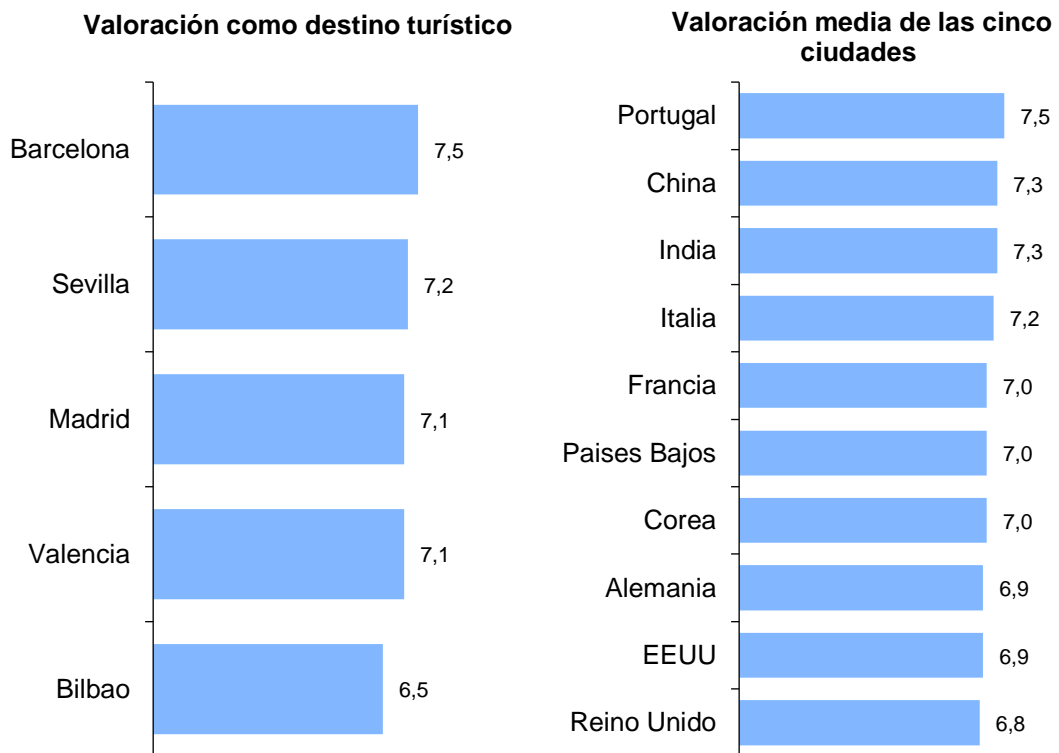
9. Ciudades y marcas españolas. El efecto del “made in Spain”

Se ha pedido a los entrevistados que valoraran 5 ciudades españolas, en la escala de 0 a 10, en función de su atractivo como destino turístico, como ciudad para trabajar y vivir, o por su oferta cultural. Se han elegido las 5 ciudades españolas más buscadas en Google desde todo el mundo.

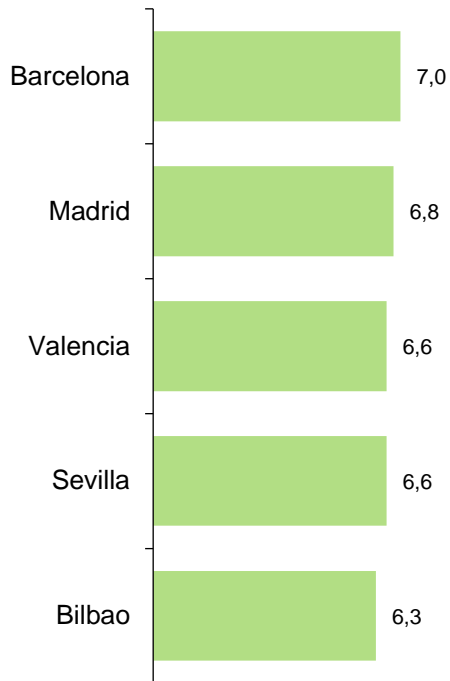
Barcelona ocupa claramente la cabecera como la ciudad española más atractiva, ya sea por su interés como destino turístico, como lugar para vivir y trabajar, o bien por su oferta cultural. Sevilla aparece en segundo lugar por su atractivo turístico, pero Madrid pasa a ocupar ese puesto cuando se pregunta por sus ventajas como lugar para vivir y trabajar o por el interés de su oferta cultural.

En cualquiera de estos tres aspectos, las valoraciones que obtienen estas cinco ciudades españolas son más altas entre los entrevistados en Portugal, China, India e Italia.

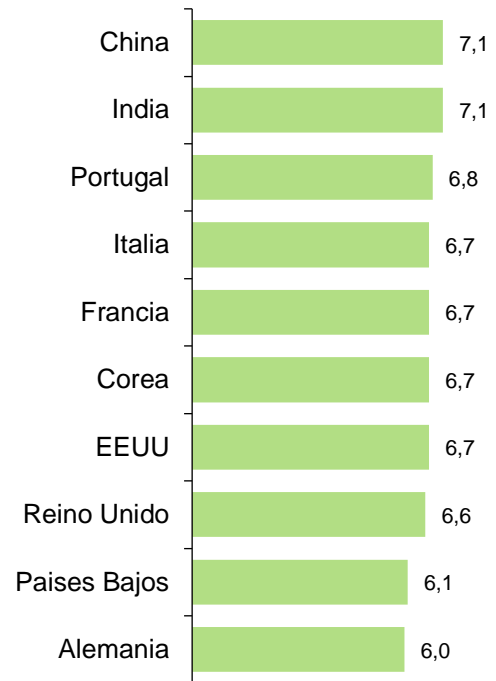
Pensando en ciudades españolas ¿me puede decir qué opinión tiene de cada una de estas?



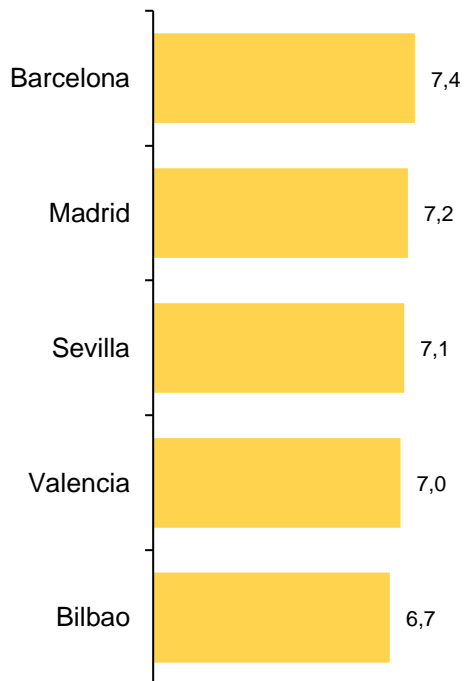
Para trabajar y vivir



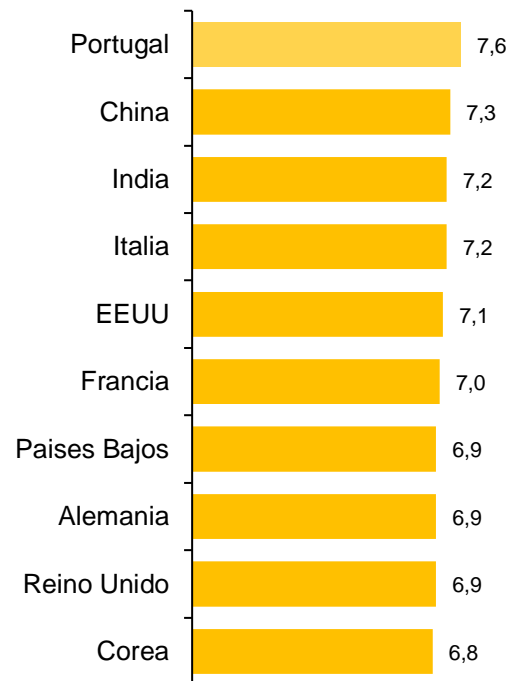
Valoración media de las cinco ciudades



Por su oferta cultural



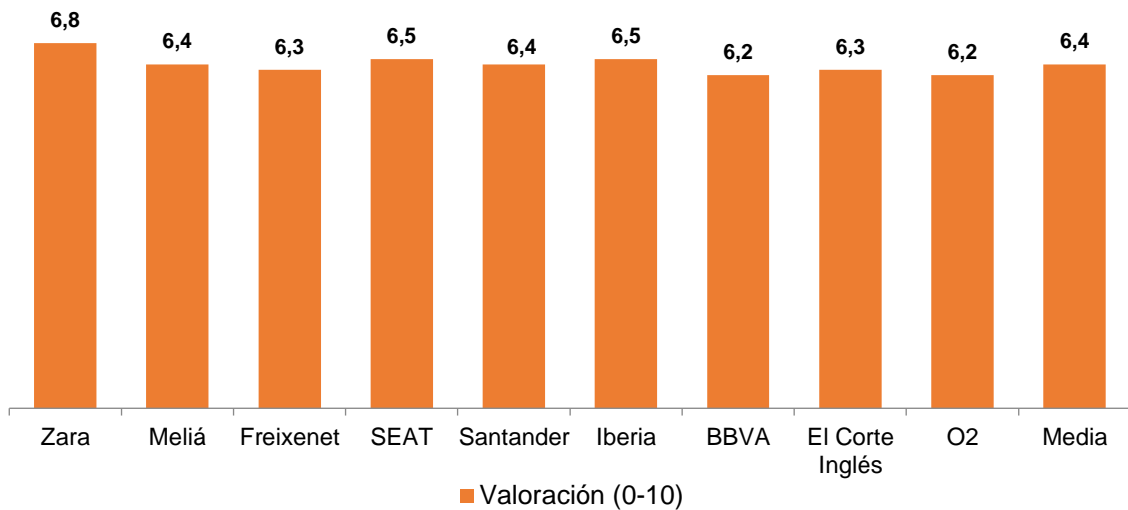
Valoración media de las cinco ciudades



En cuanto a las marcas comerciales, en línea con los resultados de BIEs anteriores, Zara sigue siendo la primera marca española por su prestigio fuera de nuestras fronteras, seguida por Iberia y SEAT. Por otra parte, el valor medio que se concede a las marcas es muy cercano al valor medio que se atribuye al país en conjunto, lo que parece indicar un efecto de “halo”, de tal modo que el prestigio del país estaría extendiéndose al de las marcas (y viceversa).

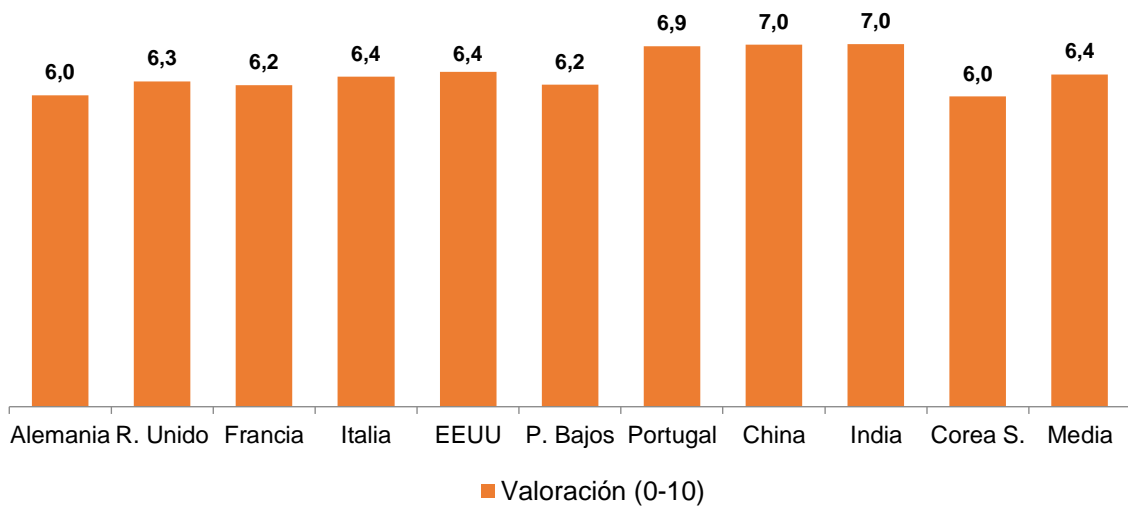
¿Qué opinión le merecen las siguientes marcas españolas? Valore, por favor, entre 0 y 10, donde 0 es la peor valoración y 10 es la mejor.

Valoración de las marcas



* Por O2 (marca de Telefónica) solamente se preguntó en Alemania y Reino Unido.

Valoración media de las marcas españolas por país



Como en ocasiones anteriores, para medir el efecto de la marca-país sobre la venta de productos españoles, se eligieron una serie de bienes para indagar en la intención de compra en función del origen geográfico. Los productos elegidos fueron cuatro: dos en los que España se encuentra entre los líderes internacionales -el vino y el aceite- y otros dos de sectores industriales, uno tecnológico (un electrodoméstico) y otro de moda (un traje o vestido).

En esta ocasión, a diferencia de BIEs anteriores, se pidió a los entrevistados que eligieran sólo un producto. Es decir, en el caso de una botella de aceite de oliva, por ejemplo, el entrevistado debía decidir de qué país la compraría. En BIEs anteriores la pregunta se formulaba de tal modo que permitía a los entrevistados elegir comprar varias botellas de aceite de diferentes países.

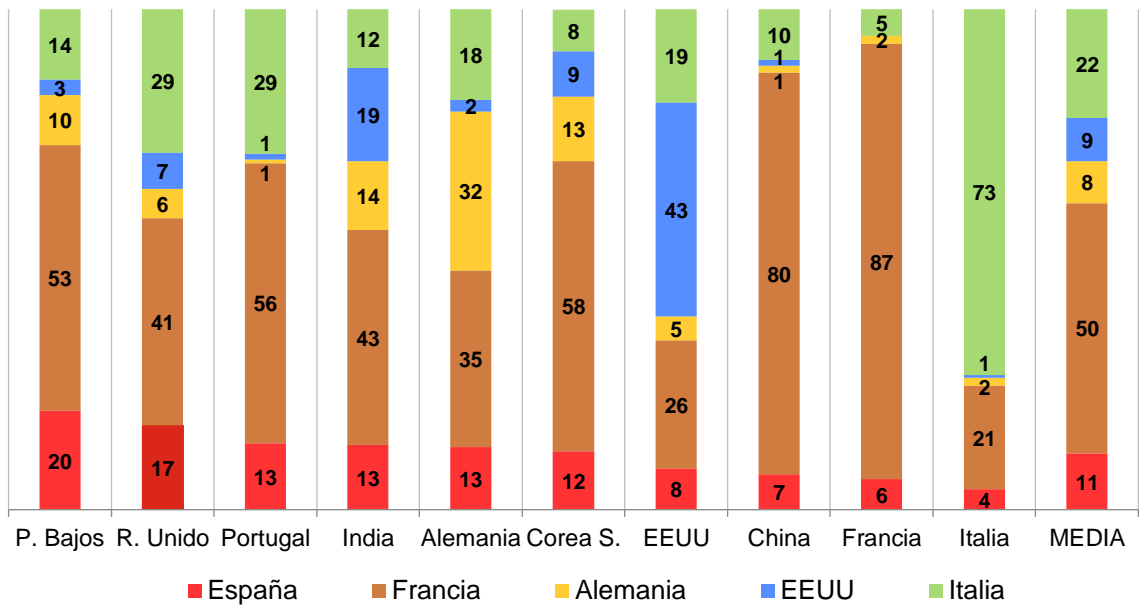
Con la fórmula actual, más restrictiva, aparece claramente una desventaja española en todos los productos: En el caso del aceite de oliva, el producto español de mayor éxito en cuanto a su prestigio, éste se encuentra muy por debajo del aceite italiano, excepto en Portugal y en China. España se sitúa en segunda posición, por encima de Grecia. En el caso del vino, España ocupa la tercera posición en la escala de prestigio, que Francia supera de lejos, seguida por Italia.

Italia es también líder de marca en diseño de ropa, muy por encima de España, que se sitúa en cuarta posición, por debajo también de Francia y EEUU. Pero sin duda la peor posición es la relativa a la tecnología: sólo un 4% de los entrevistados en los países de la muestra elegirían comprar un frigorífico español, frente a un 53% que se decidiría por uno alemán.

Estos resultados señalan una debilidad importante de la marca-España o del sello “*made in Spain*” que afecta incluso a los productos de más prestigio y más asociados con el país, como el aceite de oliva y el vino, y daña más a los productos que incorporan más diseño y tecnología.

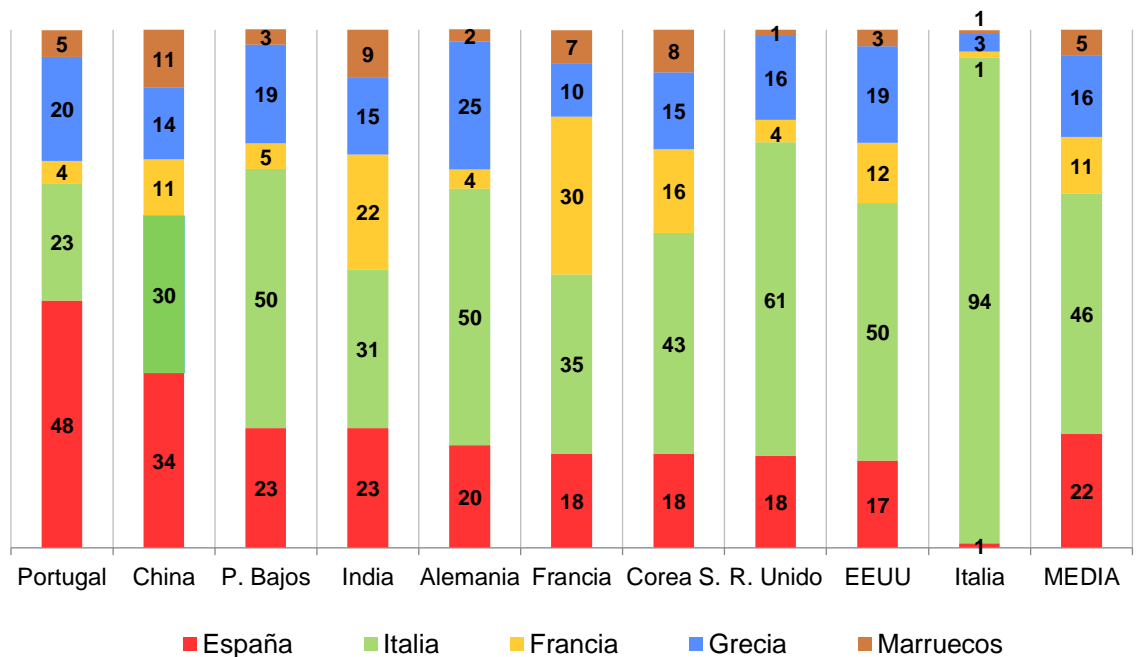
*Si quisiera usted comprar una botella de vino ¿de qué país lo compraría?
(Países a elegir: Francia, Alemania, Italia, EEUU y España)*

Intención de compra de una botella de vino de España vs. de otros países



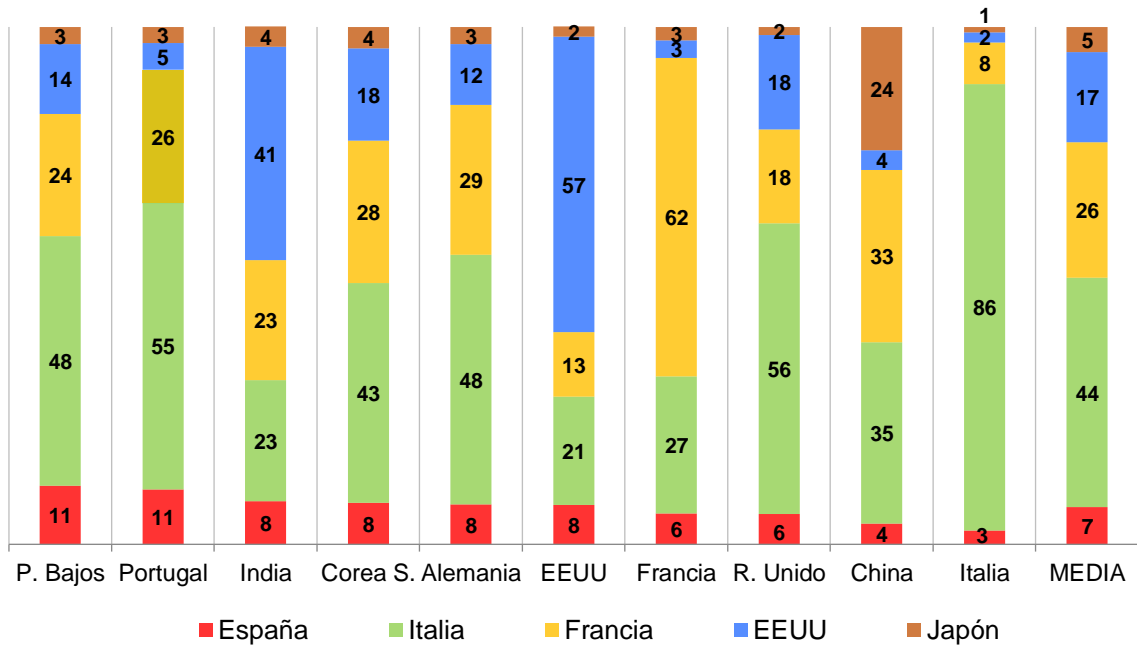
¿Y si fuera a comprar una botella de aceite de oliva? (Países a elegir: Italia, Grecia, Marruecos, Francia y España)

Intención de compra de una botella de aceite de oliva de España vs. de otros países



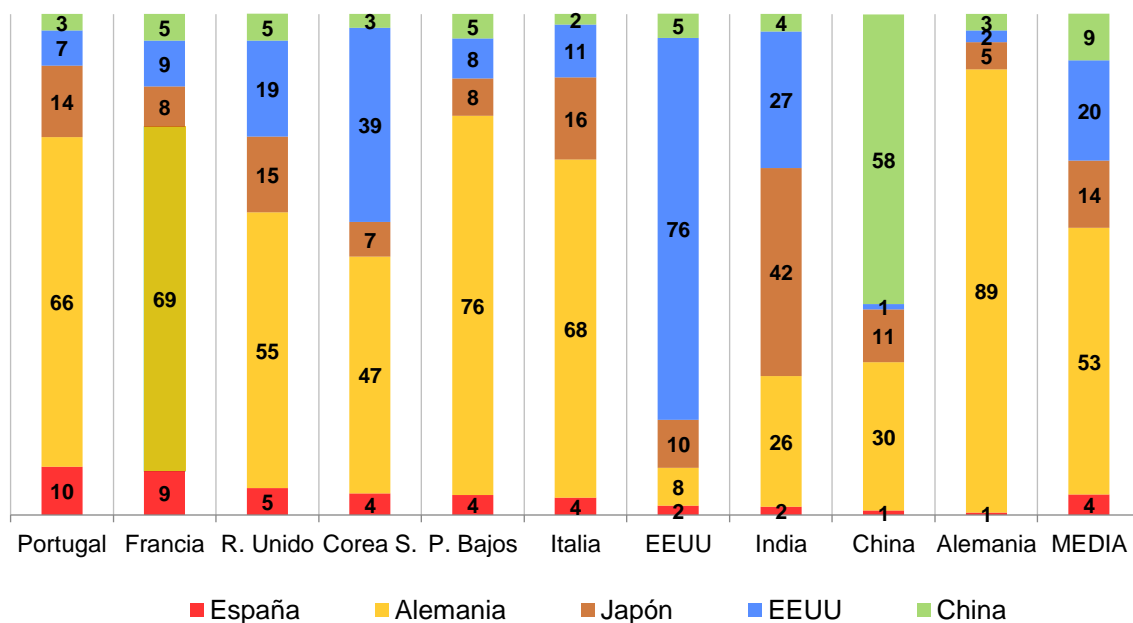
¿Y si fuera a comprar un vestido o un traje? (Países a elegir: Italia, Japón, Francia, EEUU y España)

Intención de compra de un traje o vestido hecho en España vs. en otros países



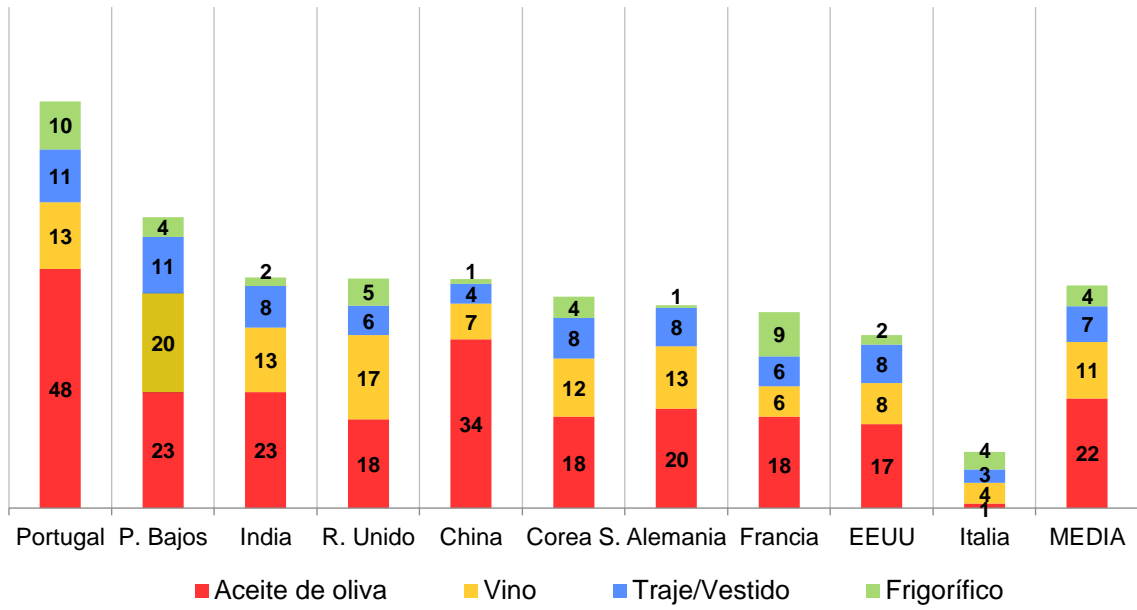
Si quisiera usted comprar un frigorífico ¿de qué país lo compraría? (Países a elegir: Alemania, Japón, EEUU, China y España)

Intención de compra de un frigorífico fabricado en España vs. fabricado en otros países



En conjunto, Portugal es el país de la muestra que tiene más confianza en los productos procedentes de España o fabricados en España, mientras que Italia se encuentra en el extremo contrario, probablemente por competir en el mismo tipo de productos en el mercado internacional.

Intención de compra de los diferentes productos españoles



En el mercado interior, esto es, entre los entrevistados en España, los productos españoles son los preferidos en cualquiera de sus tipos, con una jerarquía algo diferente a la que se obtiene en el mercado internacional: Un 94% elegiría el aceite de oliva español, un 82% compraría un vino español, un 48% un frigorífico fabricado en España (38% elegiría uno hecho en Alemania) y un 47% un traje o vestido confeccionado en España (33% elegiría uno confeccionado en Italia).