

BARÓMETRO DE LA IMAGEN DE ESPAÑA (BIE)

5ª OLEADA

RESULTADOS DE DICIEMBRE 2014 - ENERO 2015

RESUMEN DE PRENSA



Madrid, Febrero de 2015

FICHA TÉCNICA

- **Universo:**
Población de 18 a 70 años residente en Alemania, Reino Unido, Francia, Estados Unidos, México, Brasil, Corea del Sur, Indonesia, Marruecos y Argelia y con la nacionalidad de cada país de residencia.
- **Tamaño muestral:**
Se han realizado 4.028 entrevistas, con la siguiente distribución por países:

	Muestra final
Alemania	400
Reino Unido	400
Francia	400
Estados Unidos	400
México	422
Brasil	400
Marruecos	401
Argelia	405
Corea del Sur	400
Indonesia	400

Estas muestras (en torno a las 400 entrevistas por país), suponen un margen de error de +/-5% en cada país, para un nivel de confianza del 95% y en la hipótesis más desfavorable ($p=q=50\%$)

- **Entrevistas:**
 - Entrevista on line a internautas panelizados en los países europeos, americanos y asiáticos de la muestra.
 - Entrevista telefónica a través de dispositivos móviles en Marruecos y Argelia
- **Diseño muestral:** El diseño de la muestra se ha llevado a cabo mediante un sistema de cuotas por edad, sexo y zona geográfica de residencia de los entrevistados.
- **Filtro de selección de los individuos de la muestra: conocimiento sobre España.**
En tres países (Corea del Sur, Indonesia y EEUU) se ha excluido de la muestra a los individuos que dicen no saber nada sobre España en una primera pregunta-filtro.
- **Trabajo de campo:** Ha sido coordinado por la empresa Qíndice, y se ha llevado a cabo entre el 16 de diciembre de 2014 y el 20 de enero de 2015

1. CAMBIOS EN LOS ESTEREOTIPOS SOBRE ESPAÑA

- En esta edición del BIE se ha incluido una pregunta abierta en la que se pedía al entrevistado que dijera **lo primero que se le ocurriera al pensar en España**. El resultado muestra que **los toros y el fútbol son los elementos que más se identifican de forma espontánea con España**, seguidos por el sol, algunas ciudades y el turismo. **El flamenco**, que aparentemente era en el pasado uno de los rasgos “de marca” asociados a España, **ha perdido completamente su preeminencia**. Esto no significa que haya dejado de asociarse a España, sólo implica que otros elementos son ahora mucho más importantes. Lo mismo ocurre con **la siesta**, que aparece mencionada por menos del 0,2% de los entrevistados. Otro elemento muy destacable es la **aparición de “la crisis” como elemento característico de España**, lo que refleja hasta qué punto esta crisis ha tenido un fuerte impacto en la imagen del país.
- Pero la distribución de estos atributos es muy desigual: **Los europeos ven España, sobre todo, como un país de sol y buen clima, a lo que hay que añadir las asociaciones con el turismo y la fiesta**. A la vez, hay que destacar el **importante número de alemanes y franceses que mencionan la crisis** y los problemas económicos y sociales de España. **Para los asiáticos, España se describe en dos palabras, fútbol y toros**. En el **continente americano los toros** también dominan como rasgo español en EEUU y sobre todo en Brasil, con una presencia algo menor en México.

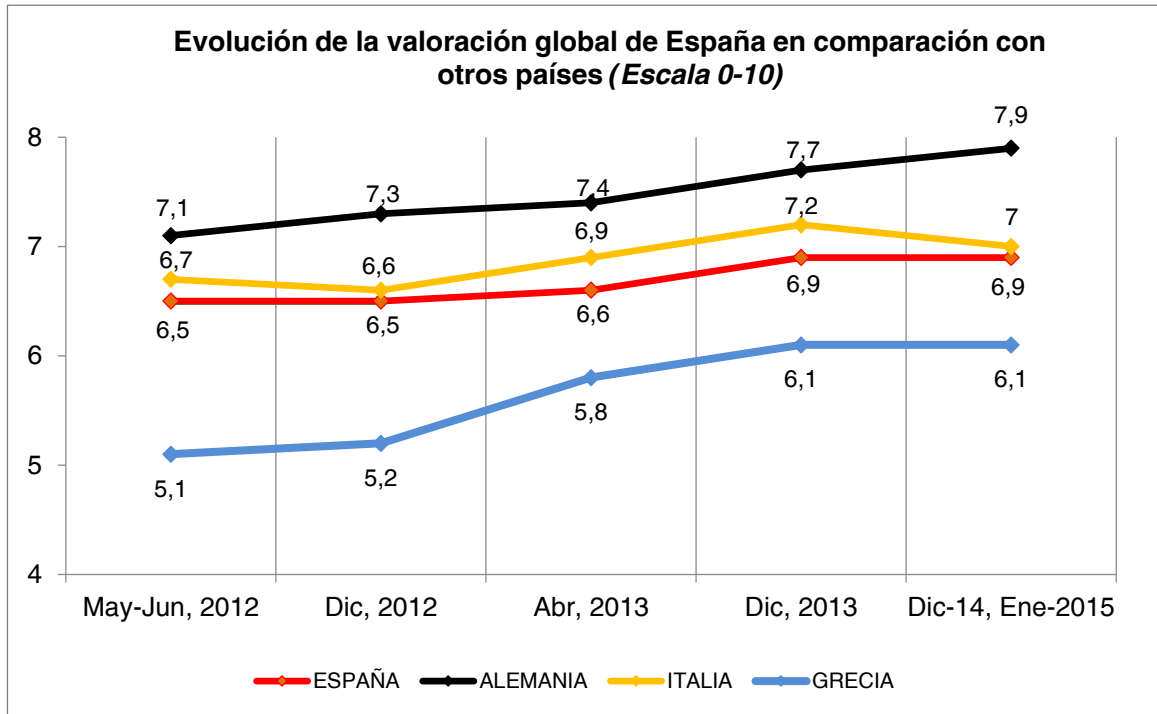
- **En el Magreb es llamativa la diferencia entre Argelia y Marruecos:** mientras que **los marroquíes mencionan en primer lugar la crisis como rasgo asociado a España**, (probablemente por su efecto en los migrantes marroquíes), **esa crisis apenas se menciona entre los argelinos**, con muy poca presencia migratoria en España.

¿ En qué piensa cuando piensa en España?

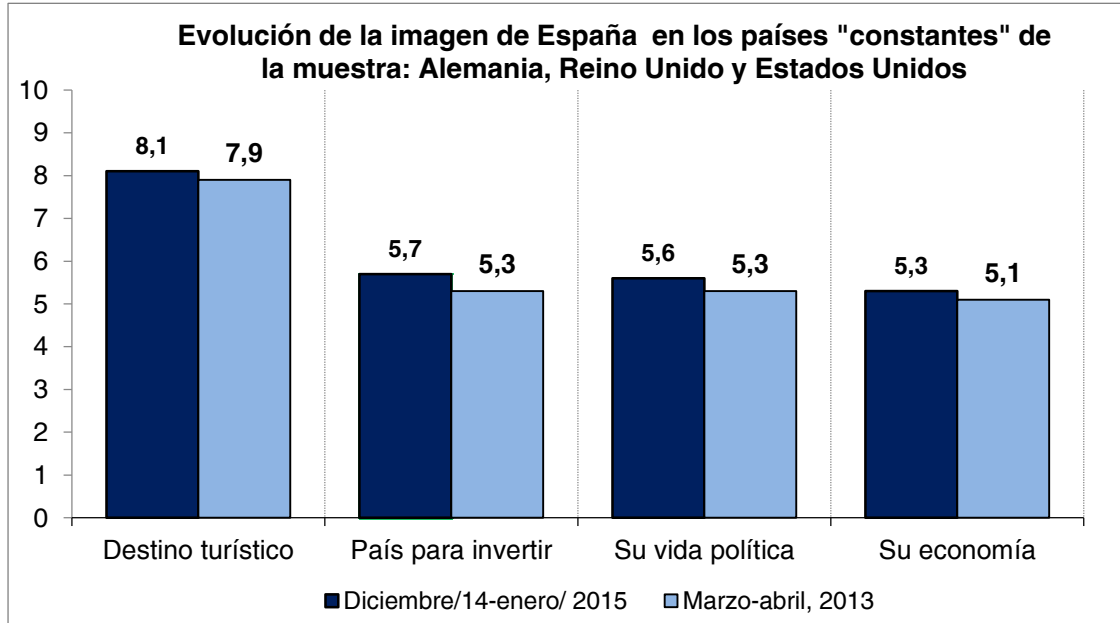
Países	Elementos que mencionan más de un 5% de entrevistados en cada país					
Alemania	Sol 21,8	Crisis 8,5	Fiesta 7,8	Lugares de playa 6,5	Ciudades españolas 5,5	
Reino Unido	Sol 28,5	Turismo 11,8	Toros 6,0			
Francia	Sol 26,5	Crisis 10,0	Ciudades españolas 5,5	Paella 5,5		
Estados Unidos	Toros 13,5	Ciudades españolas 10,3	País magnífico 10,0	Gastronomía 9,5	Cultura 6,8	
México	Crisis 10,2	Toros 9,7	Ciudades españolas 8,1	Madre patria 6,2	Fútbol 5,9	Cultura 5,7
Brasil	Toros 28,3	Ciudades españolas 11,5	Futbol 8,0	País magnífico 8,0	Flamenco 6,3	
Marruecos	Crisis 18,0	Fútbol 15,5	Turismo 13,5	Migración 6,7	Mi familia 5,7	
Argelia	Fútbol 25,2	Turismo 17,3	Ciudades españolas 11,6			
Corea del Sur	Toros 37,0	Fútbol 17,8	Pasión 10,5			
Indonesia	Fútbol 35,5	Toros 24,0	Ciudades españolas 6,5			

2. ESPAÑA CONSOLIDA LA RECUPERACIÓN DE SU IMAGEN

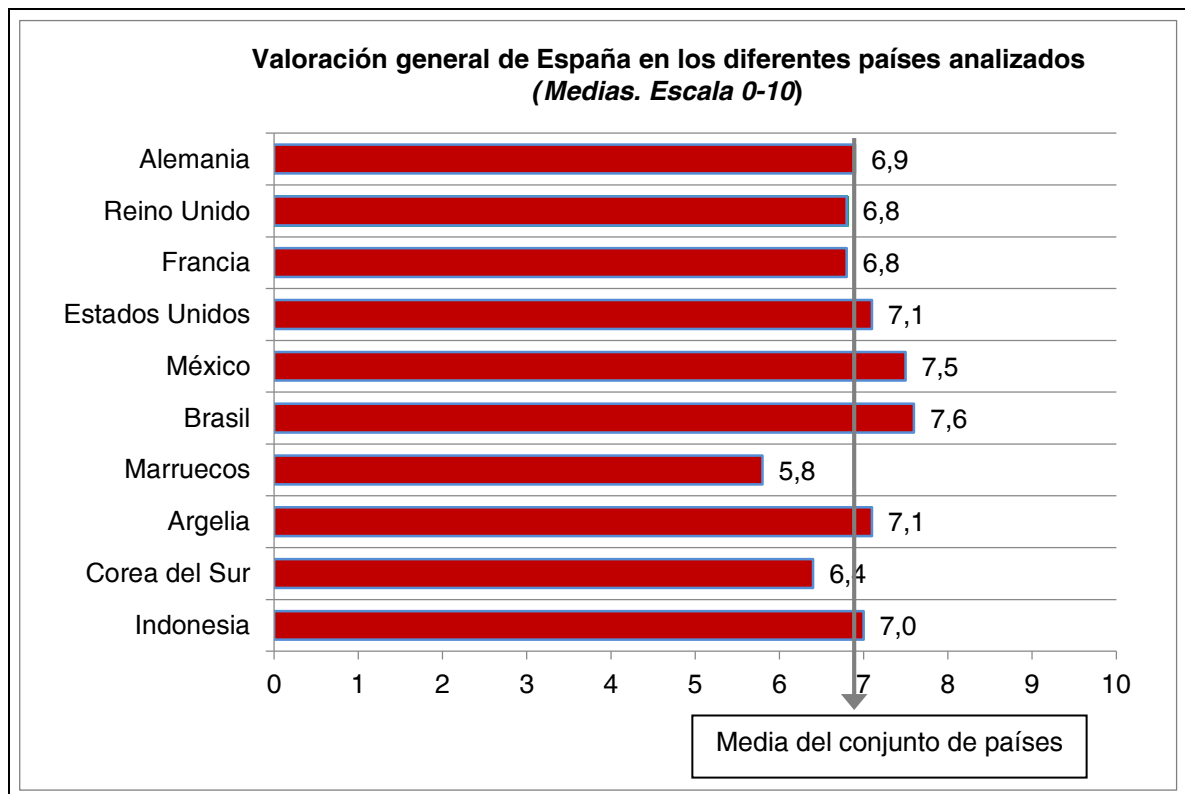
- En comparación con los resultados de las anteriores oleadas del BIE, **se aprecia una consolidación de la recuperación de la imagen de España.**



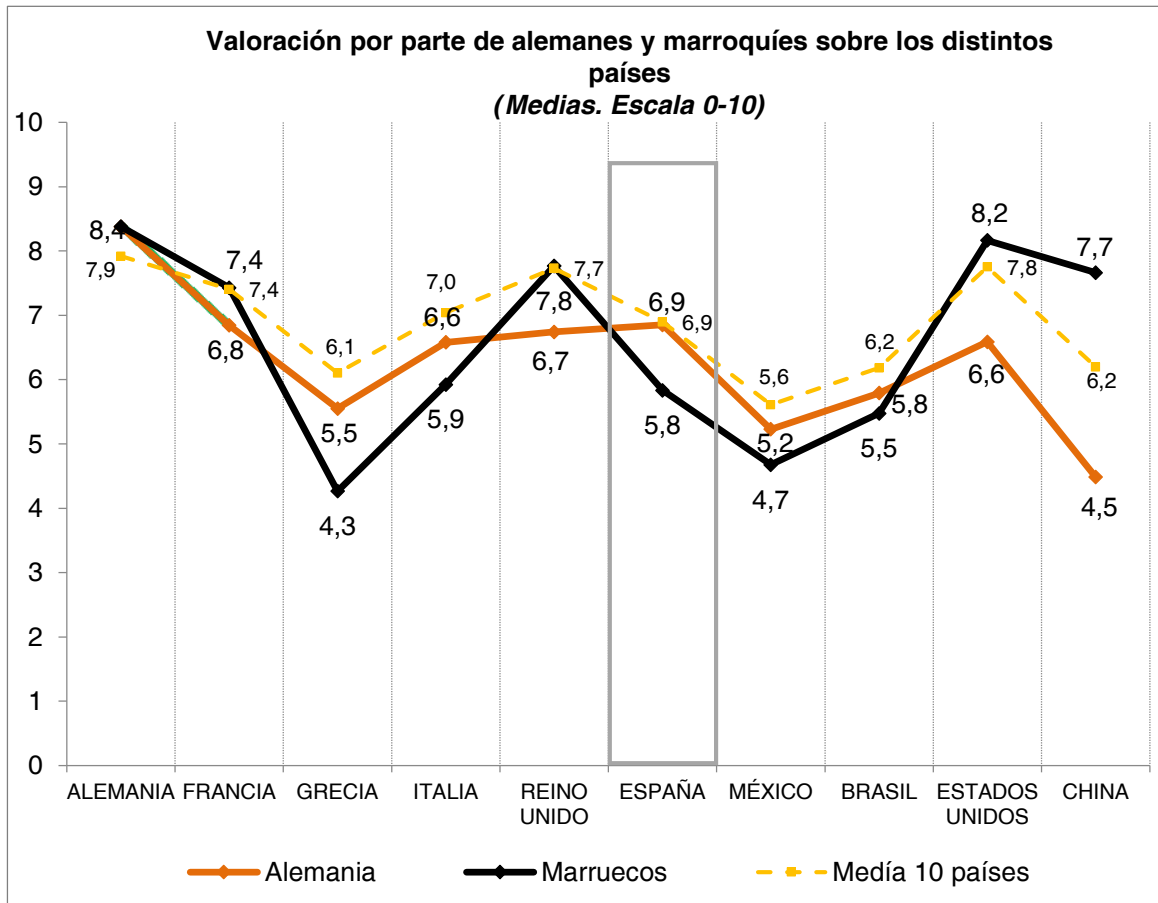
- Esta consolidación se aprecia más claramente cuando se desglosa la realidad española en varios aspectos y se comparan los datos de los tres países que se han mantenido estables en la muestra del BIE:



- Por países, **Marruecos es el país que otorga la puntuación más baja a España**, frente a los casos contrarios de **México y Brasil, donde España obtiene la calificación más alta**. Sin embargo, esta baja nota de España en Marruecos hay que ponerla en relación con la tendencia de los marroquíes a valorar por debajo de la media a la mayoría de los países. **España obtiene en Marruecos una nota similar a la de Italia, por encima de Grecia, México o Brasil, y por debajo de Francia.**
- Destaca notablemente la opinión alemana: los **alemanes sólo se puntúan a sí mismos por encima de España**, es decir, **España es el segundo país mejor valorado en Alemania después de la propia Alemania.**

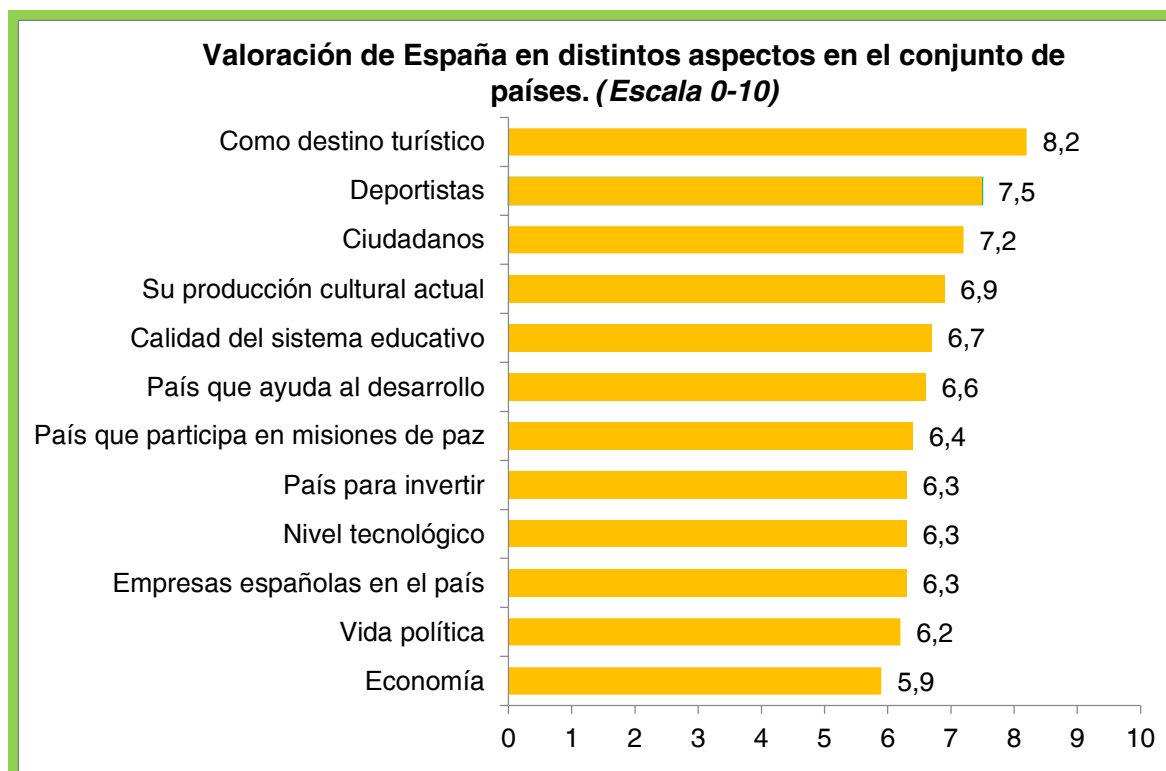


- Aquí se comparan las opiniones de alemanes y marroquíes con la media del conjunto de países entrevistados. **La opinión de los alemanes es especialmente importante para los españoles**, conscientes de la influencia de Alemania en la gobernanza de la UE y especialmente de la zona euro (BRIE 35). **La de Marruecos es también muy relevante** por motivos diferentes, más relacionados con la cooperación en materia de seguridad.

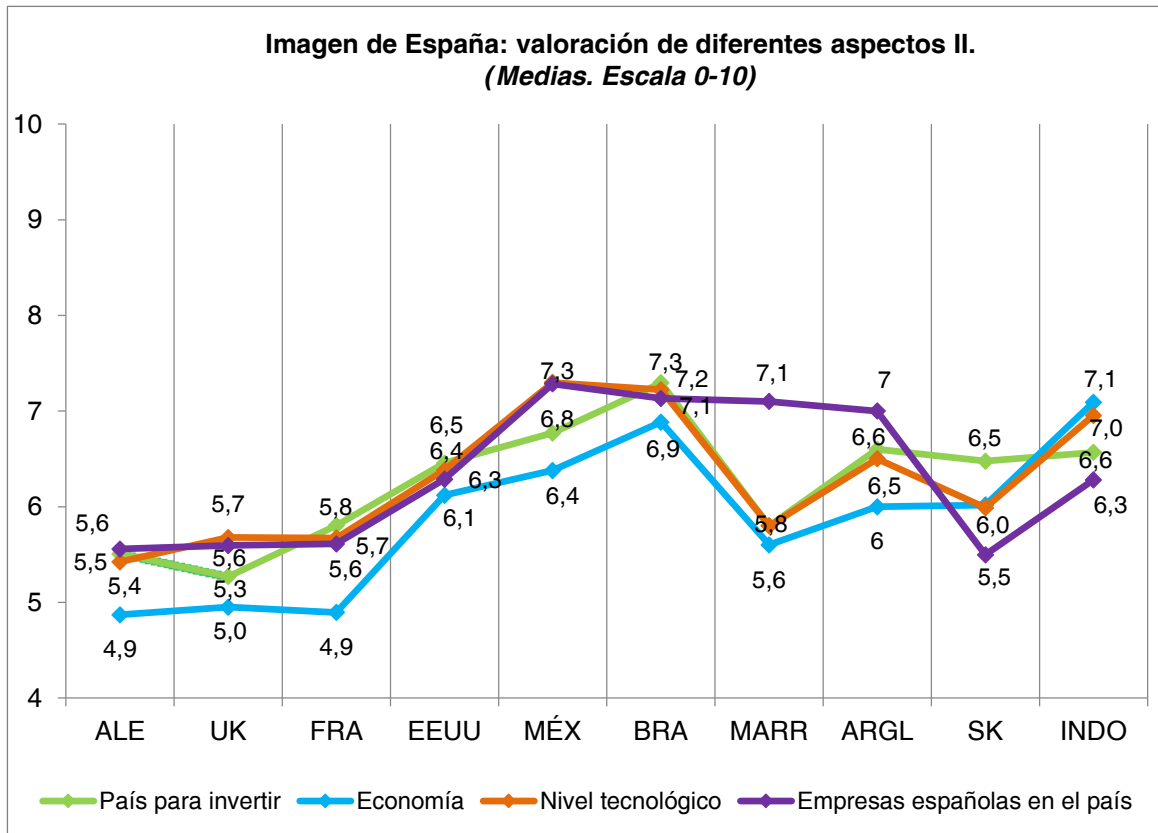


3. ASPECTOS ESPAÑOLES MEJOR Y PEOR VALORADOS

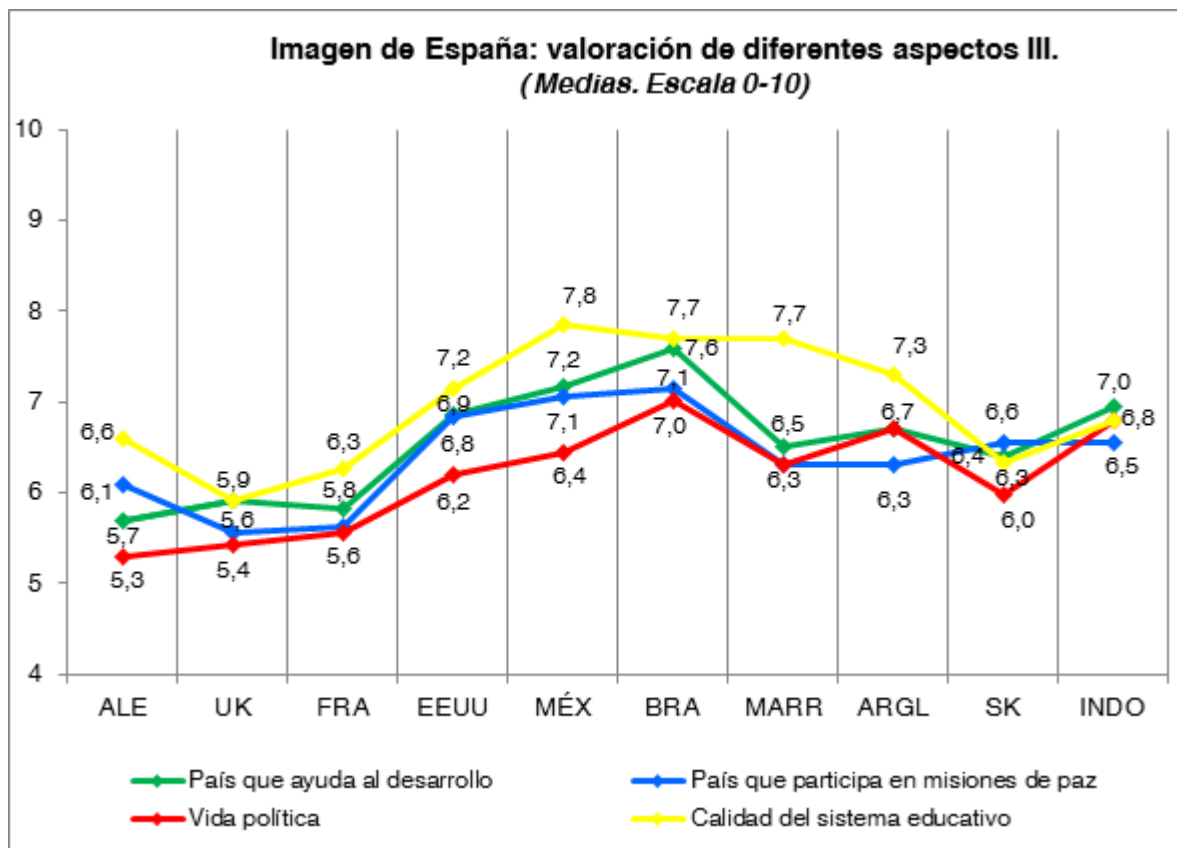
- En el conjunto de los países en que se ha realizado la encuesta, **el aspecto mejor valorado de España es su atractivo turístico**. A distancia de este aspecto y también con una valoración altamente positiva se evalúa a los deportistas y ciudadanos españoles, mientras que en el extremo contrario se encuentra la economía. Hay que destacar que **ningún aspecto recibe una valoración inferior al aprobado**.



- Destaca la **positiva valoración en Brasil, México y Marruecos de las empresas españolas ubicadas en su territorio.**



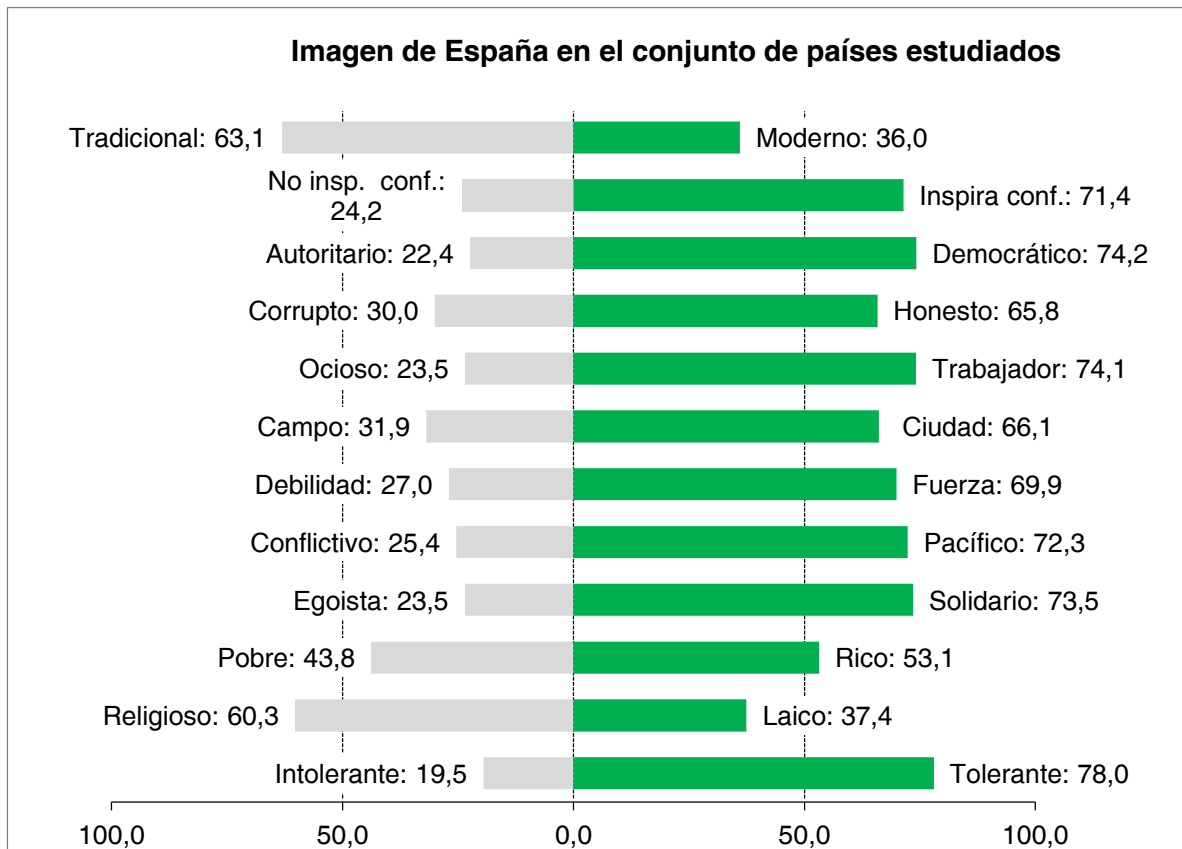
- **La calidad del sistema educativo español es uno de los puntos mejor valorados en los diferentes países.** Los británicos se desmarcan en sentido negativo, con una puntuación media que no llega a los seis puntos. Por el contrario las valoraciones dadas por los países americanos, africanos e Indonesia superan el notable.
- **La proyección de España en el exterior por su ayuda al desarrollo y su participación en misiones de paz es valorada de forma muy positiva en México, Brasil e Indonesia y de forma más neutra en el resto.**
- Finalmente, **la posición crítica ante la vida política española es destacable en los países más próximos, los europeos, aunque en ningún caso baja del aprobado.** En el extremo contrario se encuentra Brasil que concede un notable (7) a la vida política española.



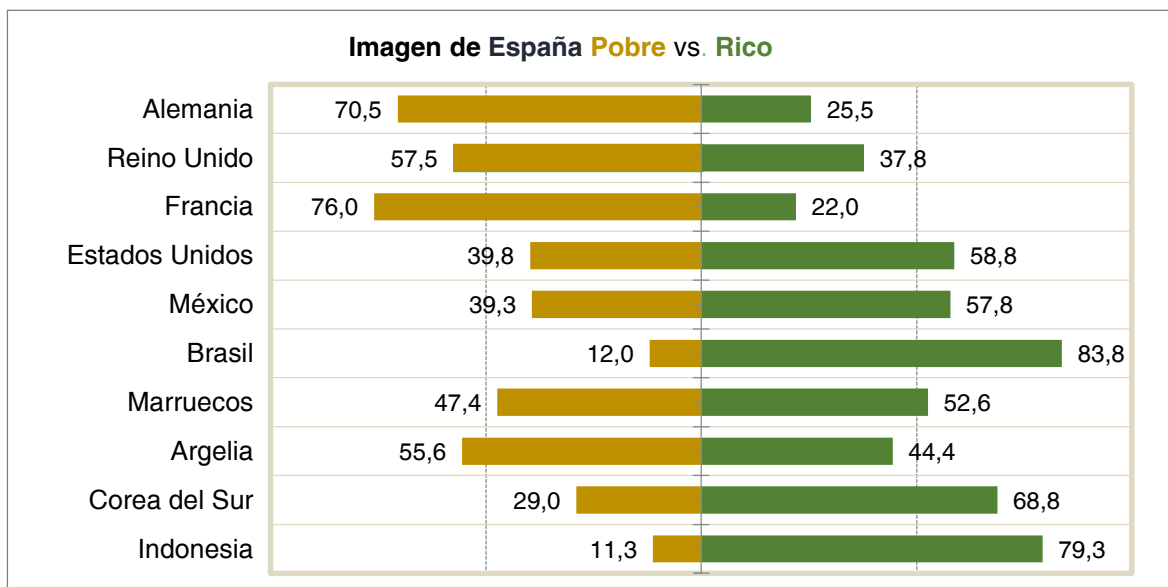
4. POSICIÓN DE ESPAÑA EN EL DIFERENCIAL SEMÁNTICO

- La técnica del diferencial semántico permite perfilar la imagen del país, pidiendo a los entrevistados que elijan entre dos opciones contrapuestas para definir a España. Entre estas opciones algunas tienen un carácter valorativo (por ejemplo, autoritario-democrático) pero otras son neutras o de diferente valoración según los países (tradicional-moderno, religioso-laico, campo-ciudad). **Los resultados muestran que España tiene una valoración positiva en todos los elementos en los que está claro cuál es el polo preferible (trabajador frente a ocioso, fuerte frente a débil, etc.) excepto en uno, el par pobreza-riqueza.**
- **España se define así como un país tradicional (esto no implica connotaciones negativas), que inspira confianza, democrático, honesto, trabajador, urbano, fuerte, pacífico, solidario, religioso y tolerante.**

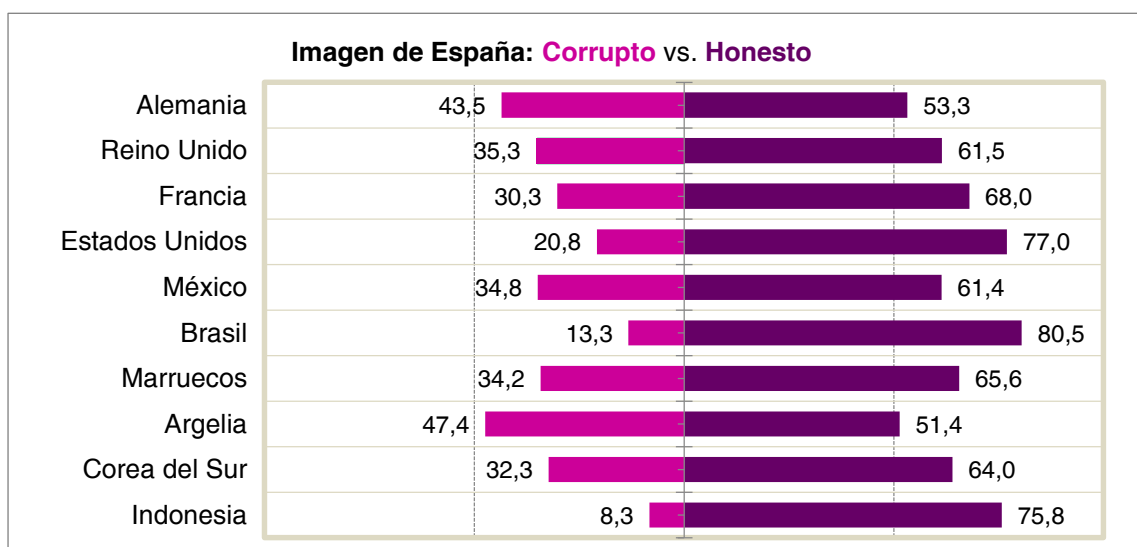
A continuación se recogen una serie de parejas de palabras. Marque, por favor, para cada pareja, dónde situaría Vd. a España



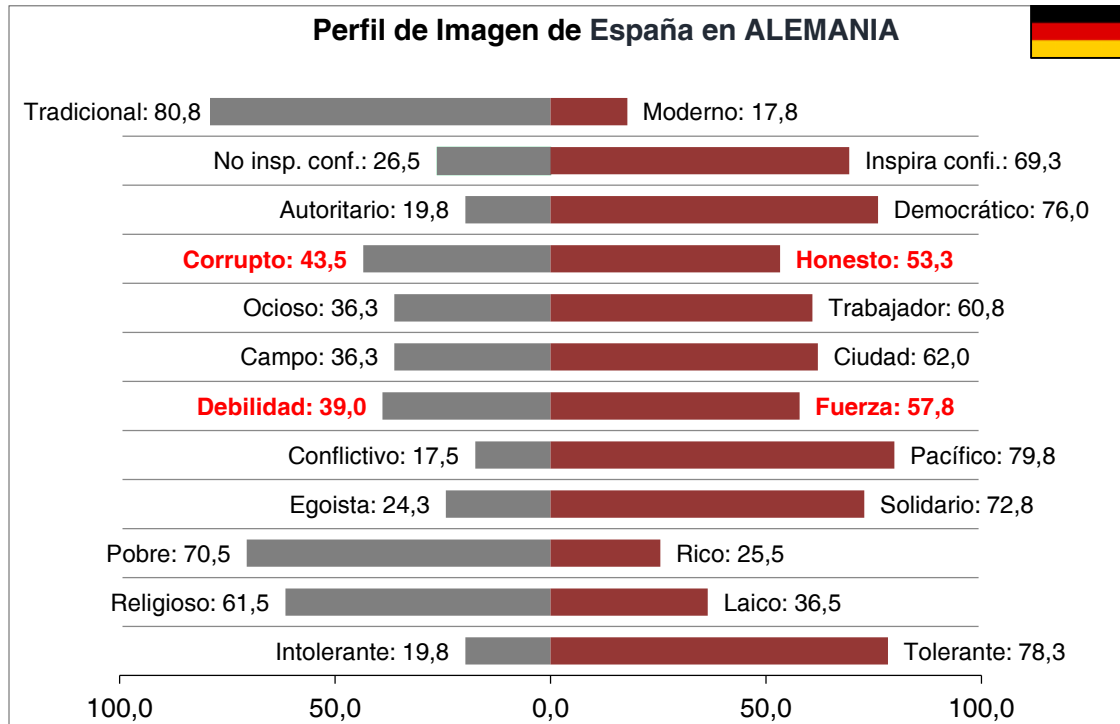
- Esto dibuja **una imagen muy positiva del país en la que España parece tener un solo defecto relevante: es pobre**. En eso coinciden la gran mayoría de los alemanes y franceses y la mayoría de los británicos y argelinos.



- En contra de la importancia de la corrupción en la imagen negativa sobre España dentro del propio país, **fuera de nuestras fronteras dos tercios de los entrevistados optan por definir a España como un país honesto** y sólo en Alemania y en Argelia los que se inclinan por considerarlo corrupto superan el 40%, siempre por debajo de los que eligen la opción "honesto".

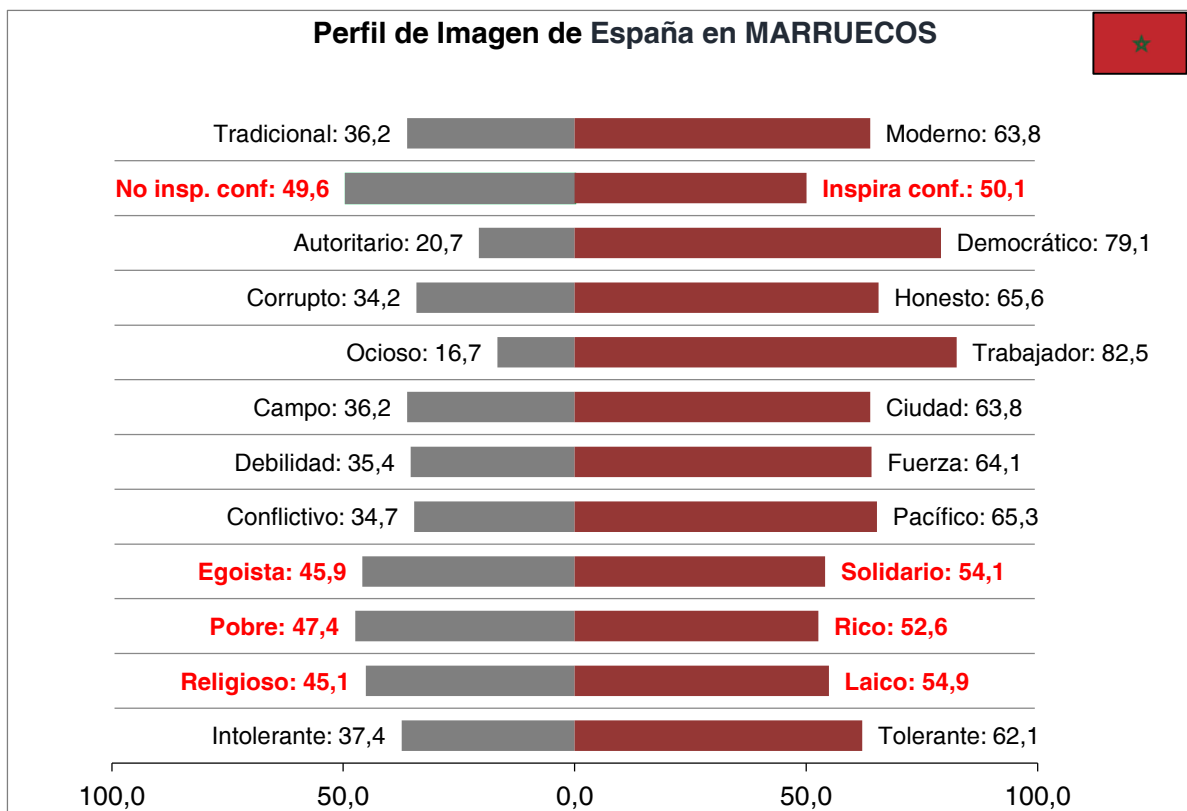


- Es importante destacar los resultados en **Alemania**, por ser el país más influyente en la Unión Europea, y el que los españoles en encuestas anteriores (BRIE 35) consideran que debe ser nuestro primer aliado internacional. En la imagen de España en Alemania destaca el **carácter tradicional, tolerante, solidario, pacífico, democrático y fiable de los españoles. Pero el 71% de los alemanes definen a España como pobre y un nada desdeñable 44% lo consideran corrupto.**






Leyenda en rojo: aspectos ambivalentes

- Por su cercanía y la relevancia para ambos países de las relaciones mutuas, destacamos aquí también los resultados obtenidos en Marruecos: **el perfil de España en Marruecos es el peor de entre todos los analizados, pese a ser más positivo que negativo.** La opinión pública marroquí está dividida por mitades en lo que respecta a si España es o no un país digno de confianza, pobre o rico, solidario o egoísta, y religioso o laico. Llama la atención que el 37% considere intolerantes a los españoles, un porcentaje mucho más alto que el de los demás países. Sin duda, la experiencia de la migración marroquí en España y las dificultades que encuentran para abrir mezquitas en los barrios y pueblos españoles están detrás de esta percepción.



Leyenda en rojo: aspectos ambivalentes

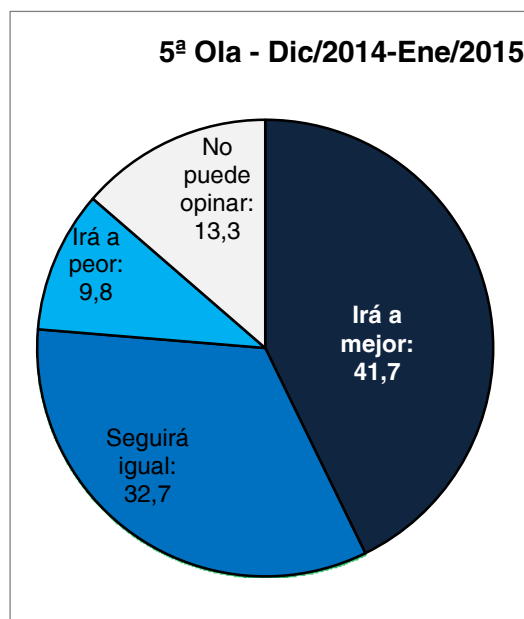
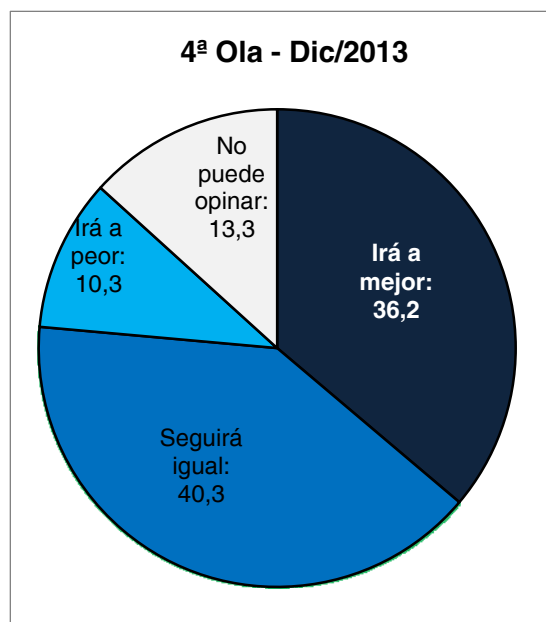
- Algunos de estos resultados alcanzan especial interés si se comparan con los que se obtuvieron hace casi dos años, en abril de 2013. **Lo primero que hay que subrayar es la positiva evolución de la imagen de España en los tres países** en los que la comparación es posible y en la mayoría de los atributos.
- En concreto, **los alemanes nos califican ahora más como democráticos, solidarios, tolerantes y fiables que hace casi dos años.** En el Reino Unido ha mejorado la percepción de España como país moderno y fiable. Finalmente, **España inspira ahora más confianza a los mexicanos**, que nos ven más que antes como demócratas, honestos, solidarios y tolerantes.

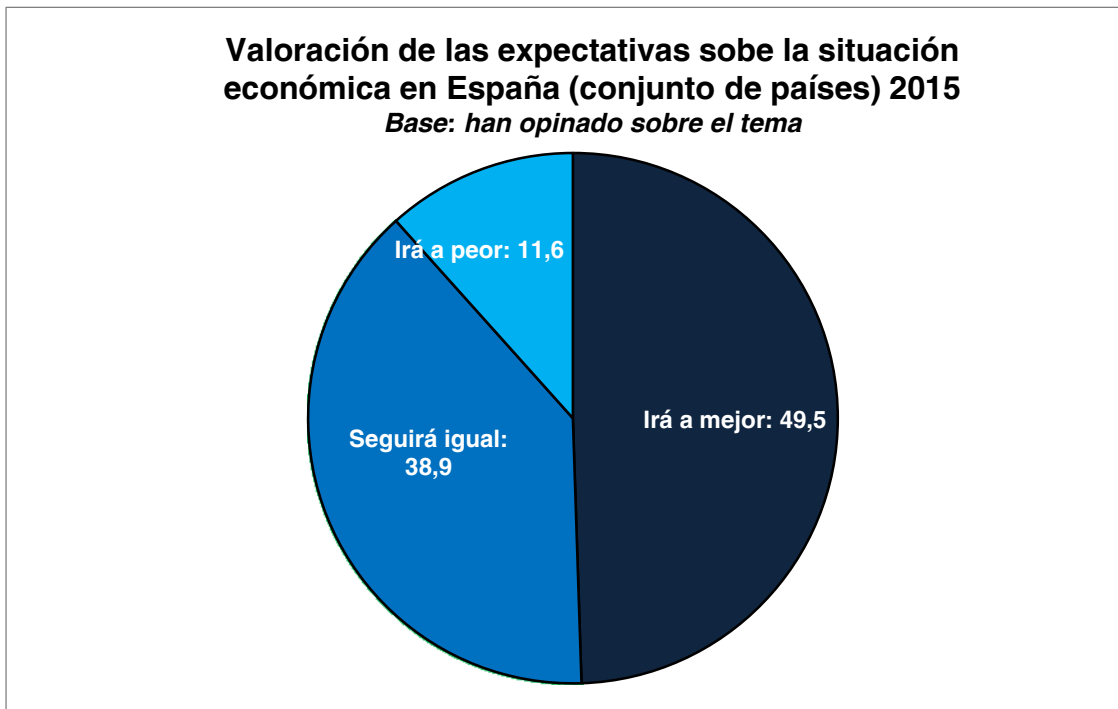
						
	2013	2015	2013	2015	2013	2015
Tradicional	77,5	80,8	83,4	76,8	66,0	68,0
Moderno	22,5	17,8	16,6	22,3	34,0	31,8
Inspira confianza	50,7	69,3	46,9	52,8	68,3	76,5
No inspira confianza	49,3	26,5	53,1	42,5	31,8	19,9
Democrático	66,3	76,0	70,2	69,8	58,8	65,6
Autoritario	33,2	19,8	29,8	25,5	41,3	28,9
Corrupto	48,1	43,5	36,9	35,3	41,0	34,8
Honesto	51,9	53,3	63,1	61,5	59,0	61,4
Trabajador	59,7	60,8	62,8	58,5	79,8	80,6
Ocioso	40,3	36,3	37,2	38,8	20,3	18,0
Fuerza	56,4	57,8	62,6	63,8	77,3	80,3
Debilidad	43,6	39,0	37,4	35,0	22,8	16,6
Solidario	60,0	72,8	72,1	69,3	64,5	74,9
Egoísta	40,0	24,3	27,9	26,3	35,5	22,5
Rico	29,1	25,5	36,9	37,8	58,3	57,8
Pobre	70,9	70,5	63,1	57,5	41,8	39,3
Tolerante	71,3	78,3	71,4	72,5	72,5	77,7
Intolerante	28,7	19,8	28,6	24,8	27,5	20,4

5. EXPECTATIVAS RESPECTO A LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

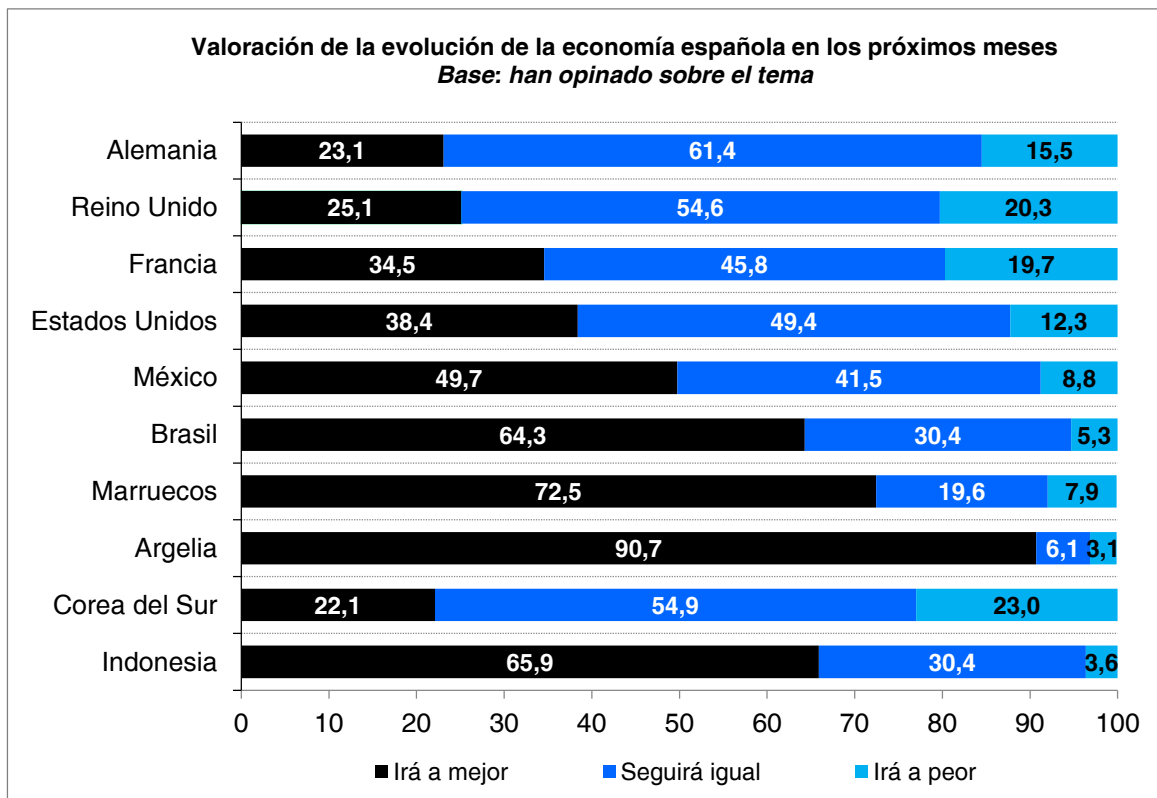
- Los datos de este BIE muestran **expectativas más positivas que las de hace un año: ha subido en cinco puntos porcentuales el grupo de los que creen que la economía española mejorará en los próximos meses, y ha descendido en doce puntos el grupo de los que creen que irá a peor**, lo que parece indicar que se afianza en el nivel internacional la idea de que España está saliendo de la crisis. Si excluimos a los que no tienen opinión, la mitad de los entrevistados afirma que la economía española irá a mejor en los próximos meses.

Expectativas de evolución de la situación económica de España: BIE 4º Y 5º



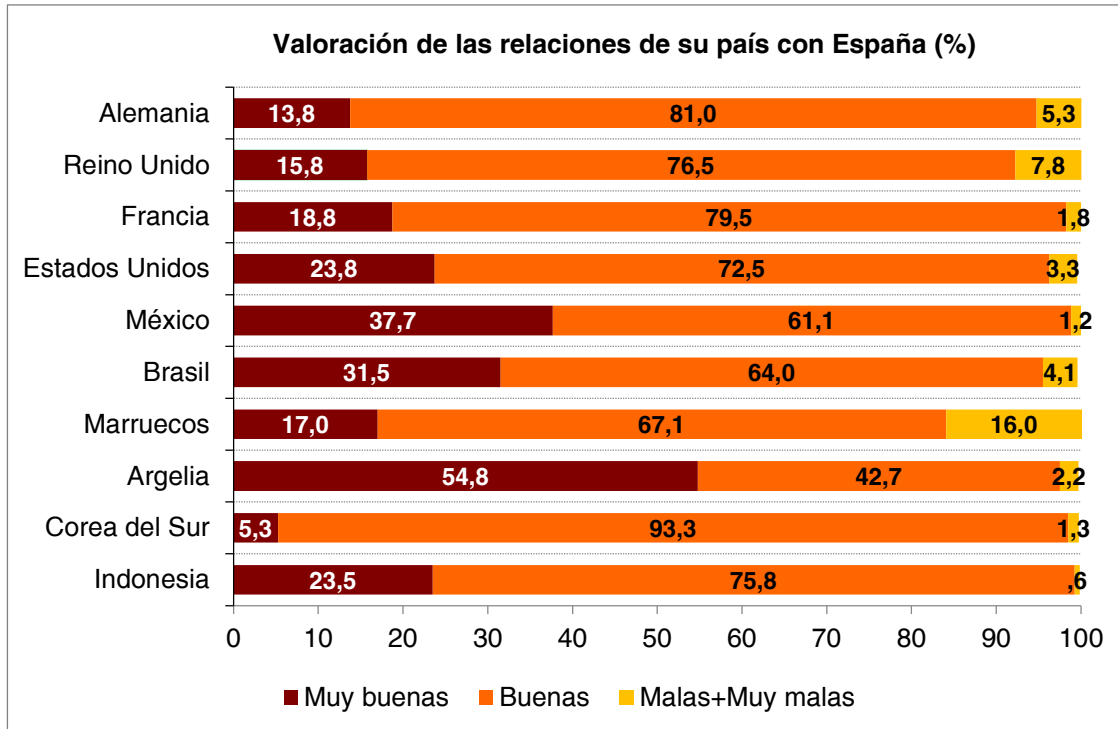


- Por zonas geográficas, los europeos junto con Corea del Sur son los menos optimistas respecto a la evolución de la economía española, un optimismo que aumenta en el continente americano, en el Magreb y en Indonesia.

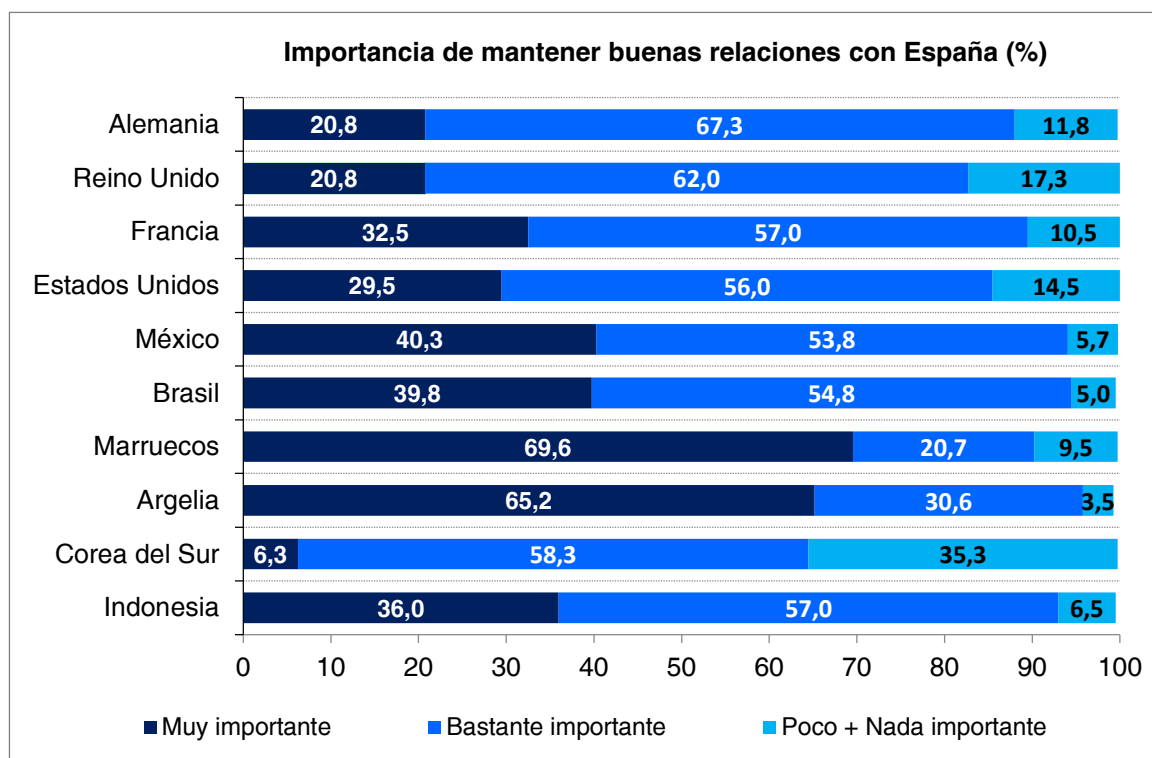


6. VALORACIÓN DE LAS RELACIONES BILATERALES

- Se ha analizado la percepción que los entrevistados tienen de las relaciones de sus respectivos países con España y de la importancia de esas relaciones para su país. En conjunto, **se trata de una percepción positiva o muy positiva, puesto que sólo una minoría considera que las relaciones entre su país y España son malas**, y sólo en Marruecos esa minoría alcanza un peso relevante: 16%.



- Por otra parte **Marruecos es precisamente el país que en mayor medida considera que es muy importante mantener buenas relaciones con España** lo que indica un descontento en su opinión pública sobre la naturaleza actual de esas relaciones y ofrece una base social para el avance.



- Como se aprecia en la siguiente tabla, **el 74% de los marroquíes que considera malas las relaciones con España**, opina que estas son muy importantes (52%) o bastante importantes (22%) para su país.

¿Cómo son las relaciones que mantiene su país con España?

<i>Diría Vd. que, para su país (Marruecos), mantener buenas relaciones con España es.....?</i>	Muy buenas	Buenas	Malas	Muy malas	Total
Muy importante	88,2	69,9	51,9	30,0	69,6
Bastante importante	8,8	23,8	22,2	10,0	20,7
Poco importante	1,5	4,5	9,3	10,0	4,7
Nada importante	1,5	1,5	16,7	50,0	4,7
Ns-nc	0,0	0,4	0,0	0,0	0,2

