

BARÓMETRO DE LA MARCA ESPAÑA (BME)

3ª OLEADA

RESULTADOS DE MARZO-ABRIL DE 2013

RESUMEN DE PRENSA



OBSERVATORIO MARCA ESPAÑA

Con la colaboración de



Madrid, Abril de 2013

FICHA TÉCNICA

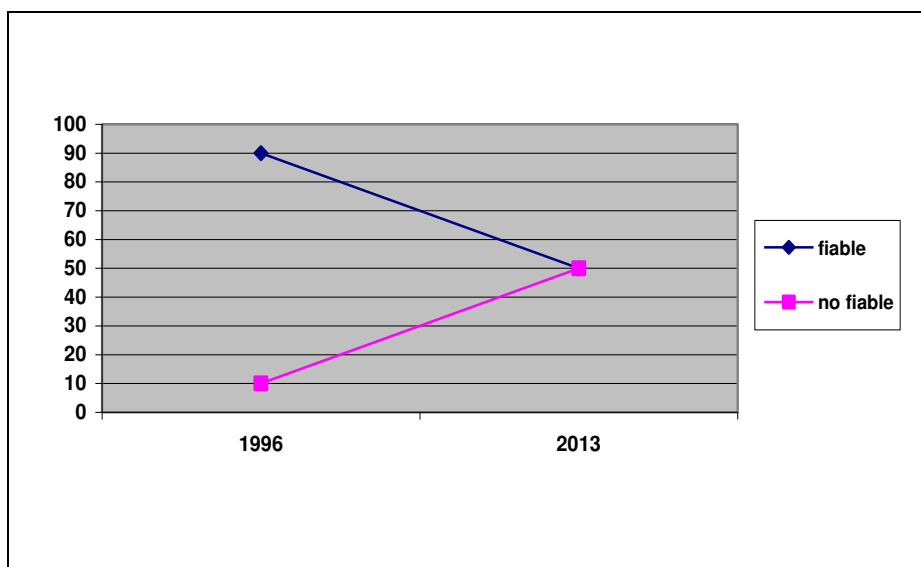
- **Universo:** Población de 18 a 70 años residente en China, Alemania, Reino Unido, Rusia, EEUU y México.
- **Distribución por cada país:**

País	Entrevistas
China	600
Alemania	422
Reino Unido	409
Rusia	600
EEUU	405
México	600
TOTAL	3.036

- **Cuotas:** Sexo, edad y áreas Nielsen.
- **Procedimiento de recogida de la información:** Online, cuestionario auto relleno. En cada país se realizó el cuestionario en su idioma autóctono.
- **Margen de error:** El margen de error para el conjunto de la muestra es de $\pm 2,0$ y de $\pm 5,0$ por cada país.
- **Fecha de campo:** Del 25 de marzo al 4 de abril.

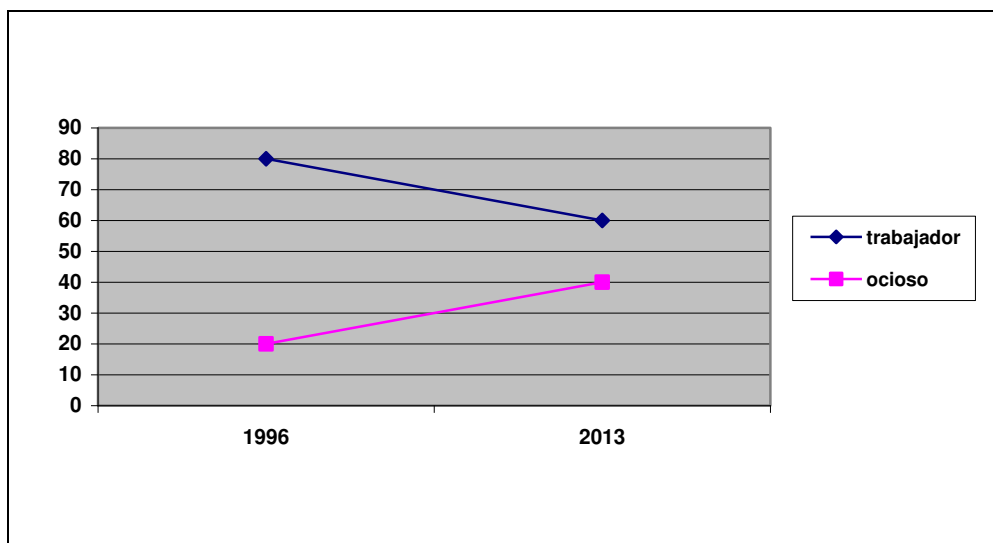
1. FINAL DEL MILAGRO ESPAÑOL: LA EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN EN ALEMANIA ENTRE 1996 Y 2013

- La evolución de la imagen de España en los últimos años refleja el impacto dramático de la crisis actual. Para cuantificarlo vamos a comparar los resultados de esta tercera oleada del BME con los de una encuesta realizada en Alemania en 1996¹.
- En 1996 sólo uno de cada diez alemanes desconfiaba de los españoles. Casi 20 años después, en marzo de 2013 son cinco de cada diez. Por lo tanto, la destrucción de confianza, o si se prefiere, **la desconfianza se ha multiplicado por cinco**.

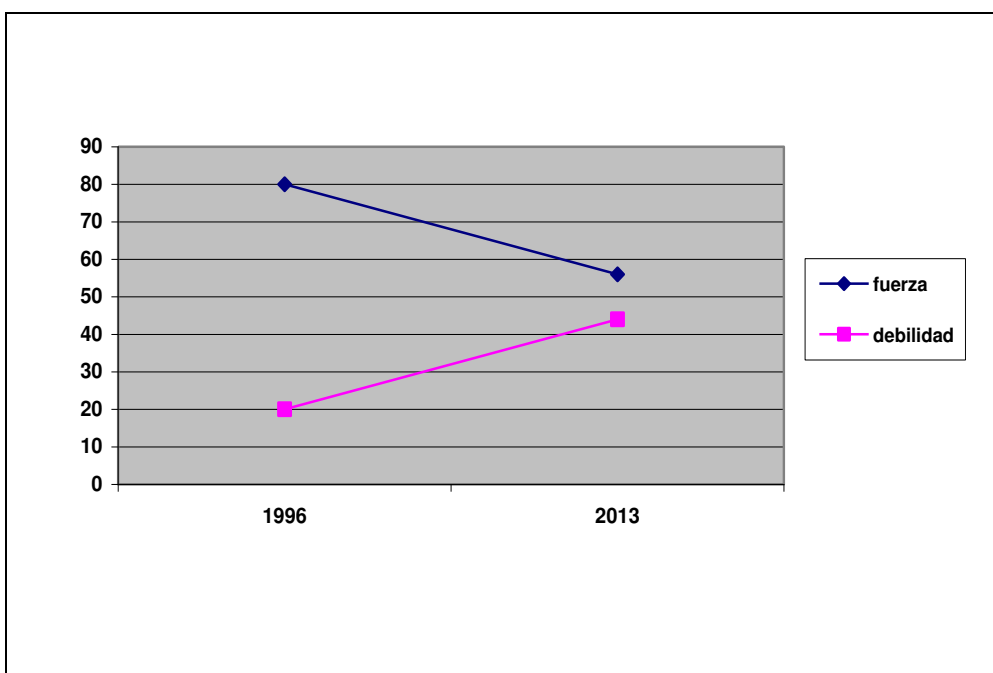


- En 1996 sólo 2 de cada 10 alemanes nos consideraban poco trabajadores. Eran los días en que se hablaba de los españoles como 'los prusianos del Sur'. A día de hoy el anterior porcentaje se ha doblado y son **ya 4 de cada 10 teutones los que nos descalifican como ociosos**. Por lo tanto **el porcentaje de descalificación de los españoles en el aspecto laboral se ha multiplicado por dos**.

¹ Estudio de imagen de España, Instituto Universitario Ortega y Gasset, 1996.

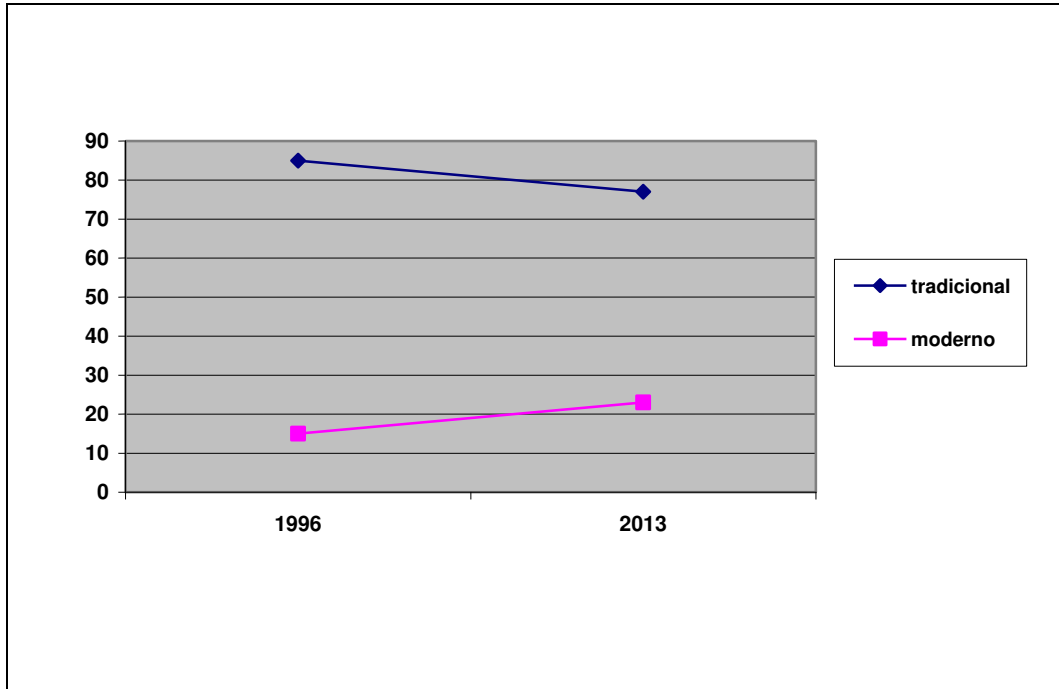


- También **se ha multiplicado por dos la imagen de España como país débil, pasando del 20 al 44%**. El efecto de la crisis es acaso más palpable en este que en otras preguntas.



- Por lo tanto, la imagen de España en Alemania se ha deteriorado significativamente en estos 20 años: es el fin del 'milagro español'. No podemos saber a ciencia cierta cuándo se ha producido el cambio, porque nos faltan mediciones entre ambos momentos, pero es muy probable que obedezca la crisis actual y a la asociación con los PIGs.
- Sin embargo, hay otros aspectos que remiten a factores no coyunturales, sino estructurales. Pensemos en la imagen de España como país moderno o tradicional. **En 1996 un 85% de los alemanes nos consideraba un país tradicional. Casi 20 años después el porcentaje es del 77%**, con lo cual esa

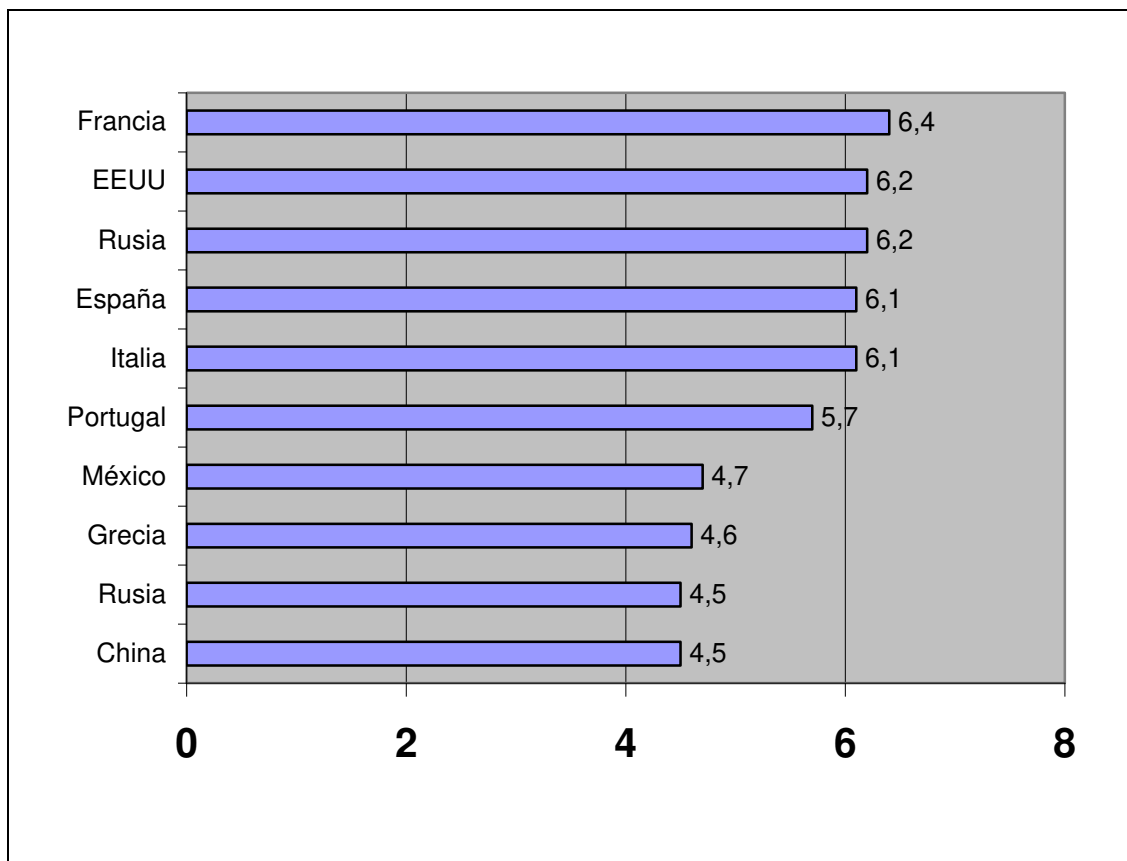
visión trasnochada de España sigue siendo altísimo. Sin duda, España no ha sabido trasladar al exterior todos los cambios que la han transformado en los últimos 20 años.



2. ESPAÑA NO ES GRECIA

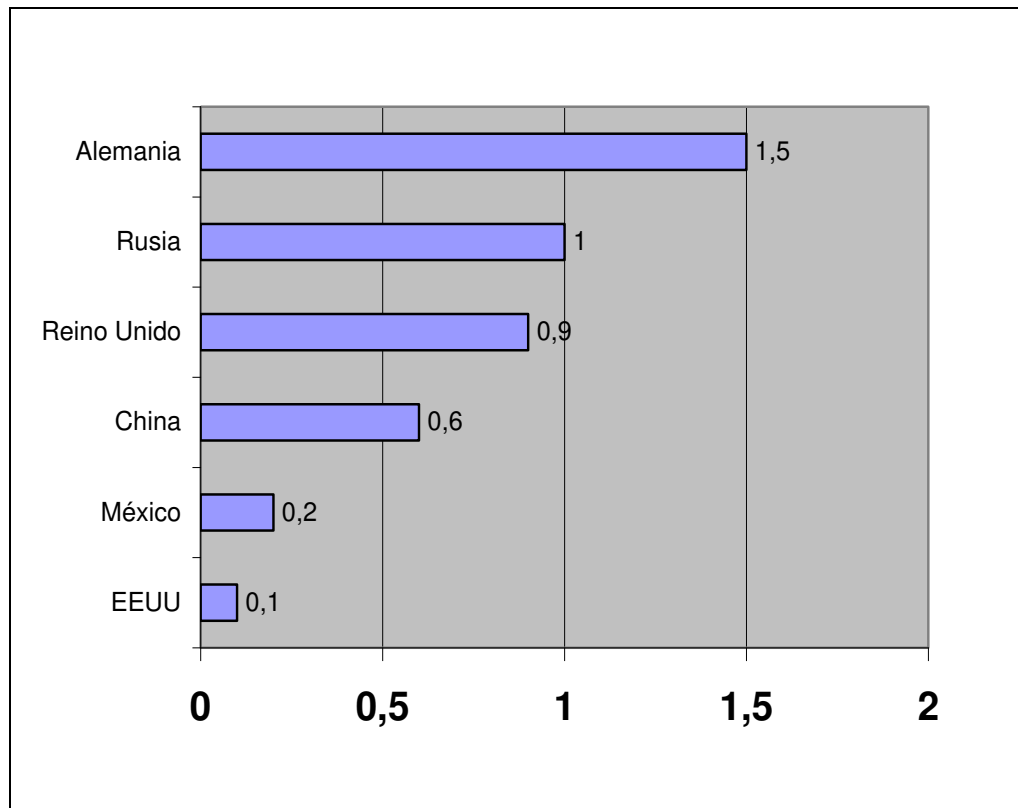
- **A pesar del deterioro de la imagen de España, nuestro país sigue siendo bien valorado en Alemania, ya que nos puntúan con un 6,1 en una escala de 0 a 10.**

Imagen de distintos países en Alemania



- Además, en el caso de Alemania, se amplía la ventaja de España respecto a Grecia: del 0,8 en la media de los seis países al 1,5. De hecho, la potencia centroeuropea es el país en el que más claramente se diferencia a España de Grecia. Todo lo contrario ocurre en los EEUU o México donde los dos países mediterráneos obtenemos prácticamente la misma nota.

Ventaja de España respecto a Grecia en varios países

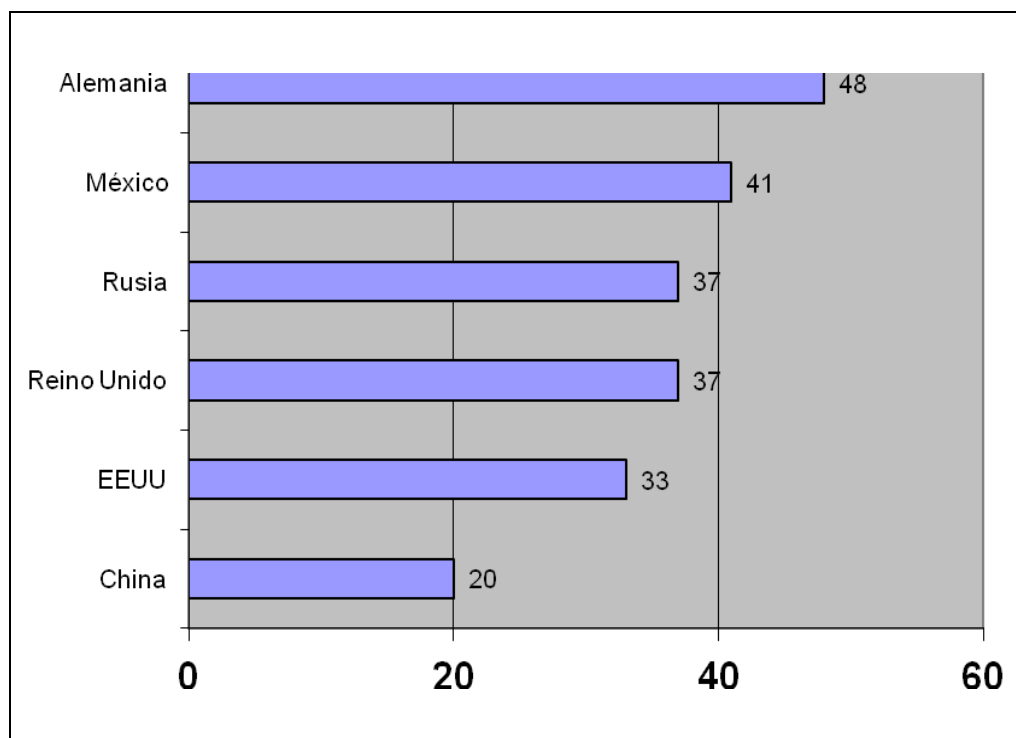


Nota: puntuación dada a España menos puntuación dada a Grecia

3. ESPAÑA NO ES UN PAÍS CORRUPTO

- Todos esperaríamos que, si los últimos escándalos han tenido un impacto en el exterior, la imagen política se hubiese deteriorado. Sin embargo, en la media de los seis países **sólo uno de cada tres entrevistados** afirma que España es un país de corruptos o que se trate de un problema estructural. Por lo tanto, en términos agregados **no tenemos imagen de país corrupto**.
- **Sólo en Alemania uno de cada dos entrevistados sí nos considera corruptos**, lo que obviamente pone de manifiesto la trascendencia que allí están teniendo los escándalos de corrupción.

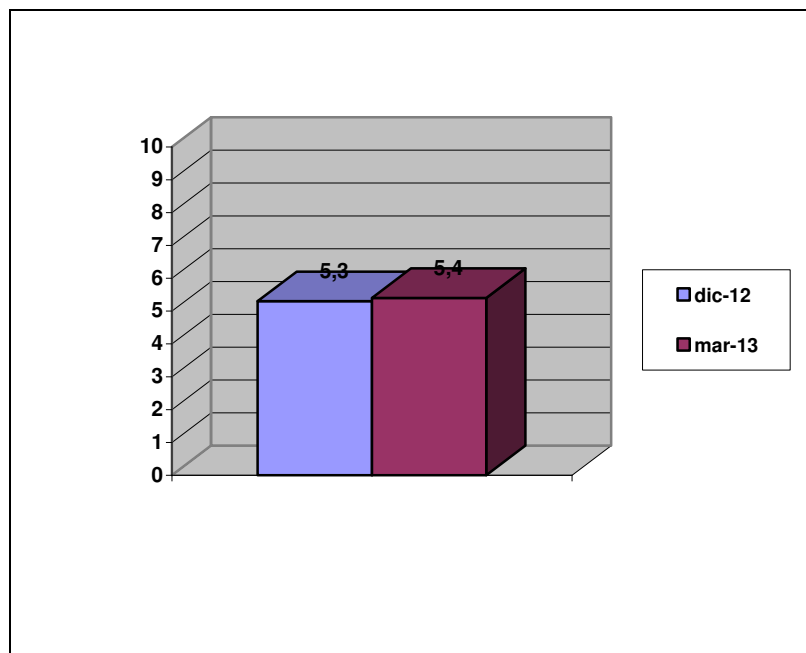
% de entrevistados que consideran a España un país 'corrupto'



4. CONTINUIDAD EN LA IMAGEN DE RAJOY

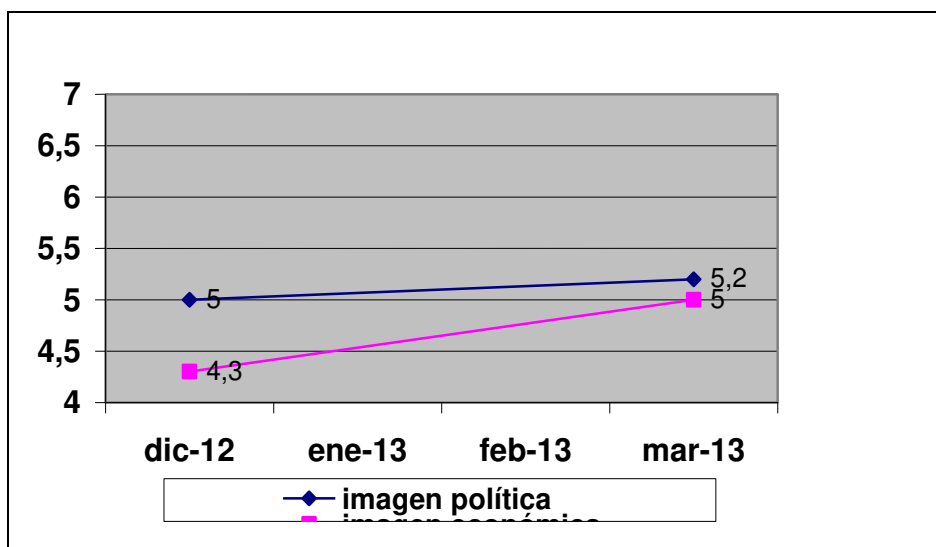
- La valoración de Rajoy **se mantiene prácticamente en los mismos niveles de diciembre de 2012 en los tres países en los que se ha repetido la encuesta: Alemania, EEUU y Reino Unido**. Si en diciembre la media en la escala de 0 a 10 era de 5,3, tres meses más tarde es de 5,4. Por lo tanto, aparentemente no hay cambios.

Valoración media de Rajoy en Alemania, EEUU y Reino Unido.



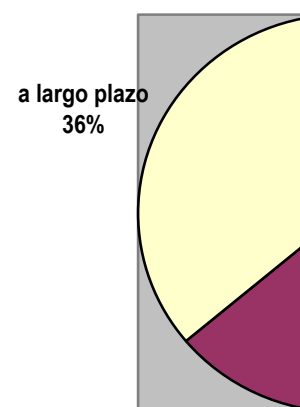
5. NO HAY EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO A CORTO PLAZO

- Nuestro país resiste, **mantiene su valoración en el plano político, ya que pasa del 5 al 5,2**. Por lo tanto, los escándalos de corrupción no pasan la factura esperada.
- De esta forma, como la imagen política resiste y la económica mejora, las dos se ponen prácticamente a la par en marzo de 2013.



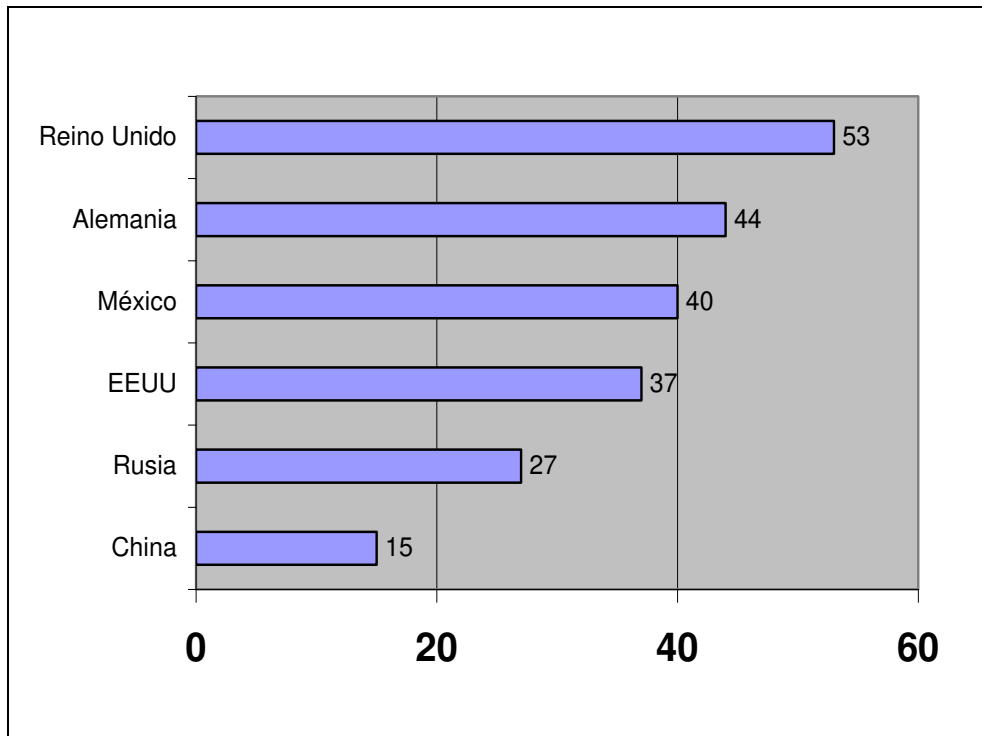
- En el exterior todavía son mayoría los que piensan que nuestro país no saldrá pronto de la crisis y podría necesitar un rescate exterior.

Las perspectivas sobre España sólo son positivas para uno de cada diez encuestados, que piensan que nos recuperaremos a corto plazo. En general, **la mayoría de los entrevistados –uno de cada dos– piensa que España saldrá de la crisis a medio plazo, aunque un porcentaje también alto piensa que la salida se producirá sólo a largo plazo: 36%**.



- **Los escenarios más pesimistas** sobre España los encontramos en el **Reino Unido y Alemania**, donde los porcentajes de entrevistados que ven el final de la crisis a largo plazo son más altos.

% de entrevistados que piensa que 'España saldrá de la crisis a largo plazo'



Barómetro de la Marca España, 3ª oleada, marzo de 2013.

- Ante este panorama sombrío a corto plazo, tampoco nos puede extrañar que predomine en todos los países la idea de que España puede necesitar un rescate exterior para salir de sus dificultades. **Un 62% así lo cree, frente a un 38% que no parece considerarlo necesario.**