

# Índice de Confianza en la Marca España 2015

*José María Cubillo, PhD  
Director de MESÍAS – Inteligencia de Marca España y  
Director del Departamento de Dirección de Marketing de ESIC*

Madrid, 8 de Septiembre de 2015

“Los primeros en identificar si la Marca España «aporta» o «detrae» valor a sus respectivos procesos de internacionalización son los ejecutivos y directivos implicados en dichos procesos”

## Índice de Confianza en la Marca España

### ¿Qué mide?

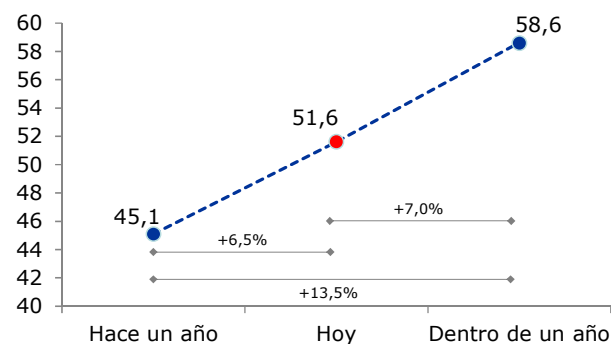
- Las percepciones que tienen los directivos de empresas españolas implicadas en procesos de exportación de bienes y servicios
- Recoge la experiencia en mercados exteriores y sus expectativas

### Objetivo

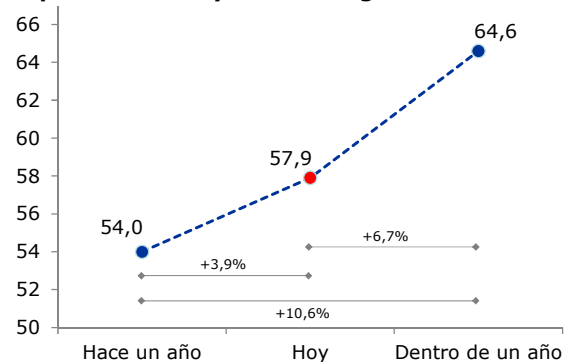
- Medir la confianza y detectar posibles desviaciones en la confianza generada

## Consolidación de la Tendencia en 2015

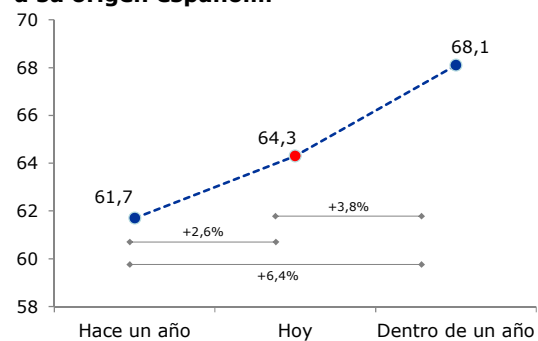
**España genera confianza en el exterior...**



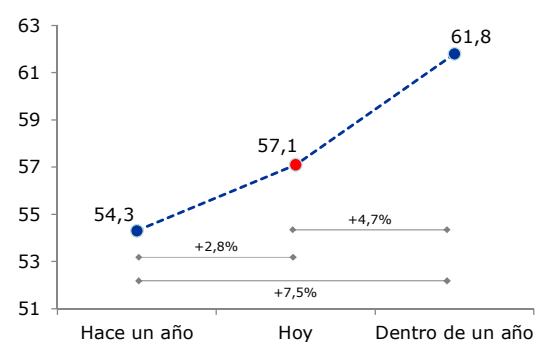
**España tiene muy buena imagen...**



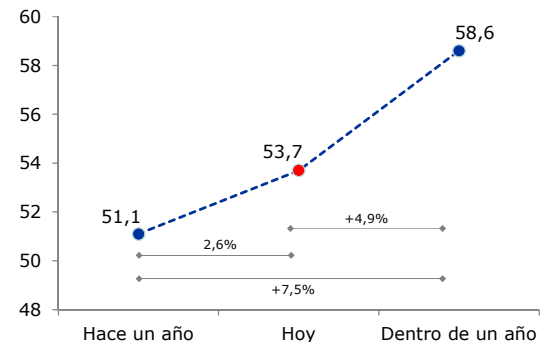
**Confío en vincular marcas/productos/servicios a su origen español...**



**España aporta valor a nuestra marca...**



**España ayuda a vender en el exterior...**

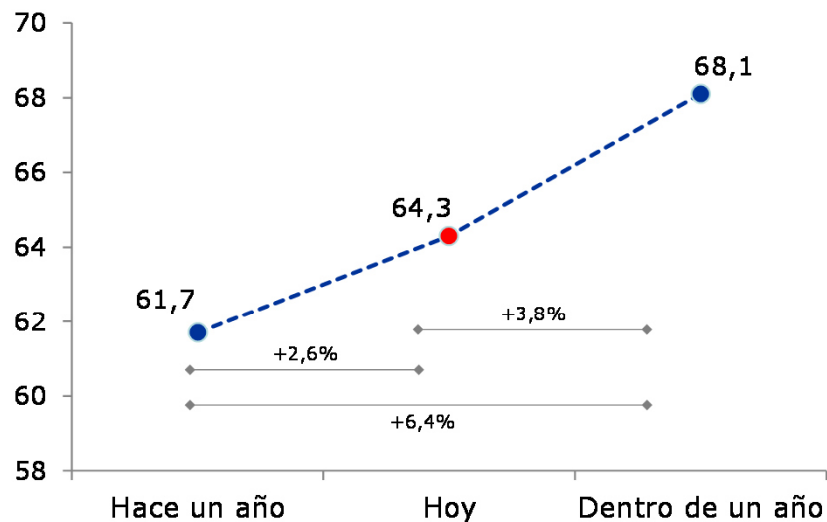


## Consolidación de la Tendencia en 2015

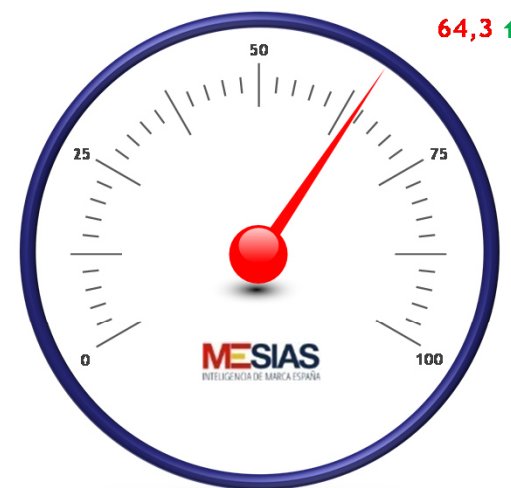
### Resultados

- Se consolida la tendencia de crecimiento identificada en 2014
- Se prevé una aceleración del crecimiento en todos los índices aún mayor que la esperada para 2015
- Los mayores crecimientos se esperan en confianza generada, seguida de imagen ext.
- Confirmación de la validez predictiva del Índice de Confianza en la Marca España
- La percepción y expectativas de mejoría son positivas
- Nos encontramos en una senda claramente optimista en relación a la Marca España

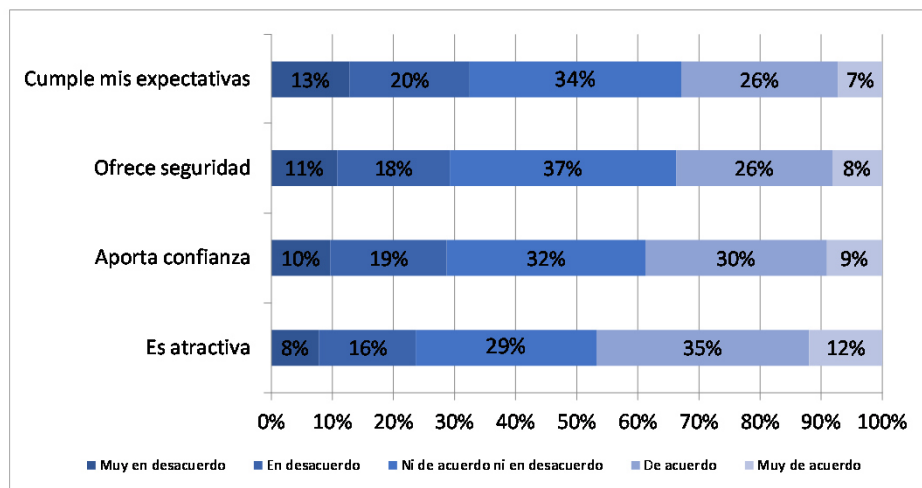
## Confío en vincular marcas/productos/servicios a su origen español...



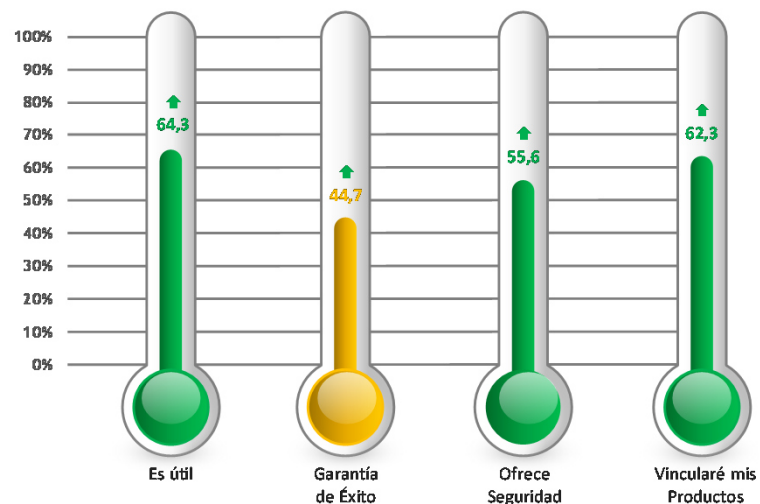
## Índice de Confianza en la Marca España



## La Marca España...



## Subíndices de Confianza en la Marca España

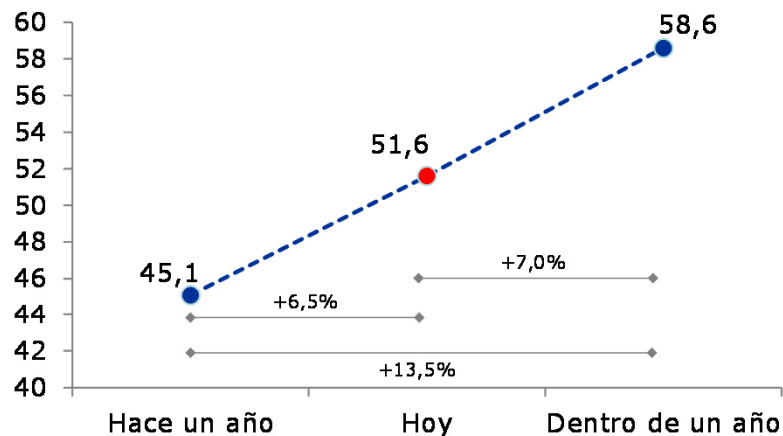


## Confianza en la Marca España

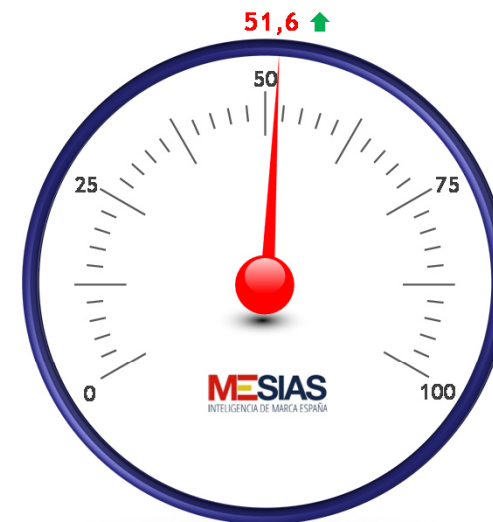
### Resultados

- Se sitúa en un nivel de 64,3 puntos sobre 100, tras experimentar un aumento de 4 puntos
- El 58% de los empresarios afirma tener mucha confianza o confianza plena en la Marca España, un 6% más que en 2014
- El subíndice de utilidad de la Marca España se sitúa en un nivel del 64,3%. El 57% de los directivos asegura que la Marca España les resulta muy útil en sus procesos de expansión exterior.
- Los subíndices “Seguridad” y “Ayuda a vender” evolucionan de categoría, pasando de una situación “mejorable” a un nivel “satisfactorio”

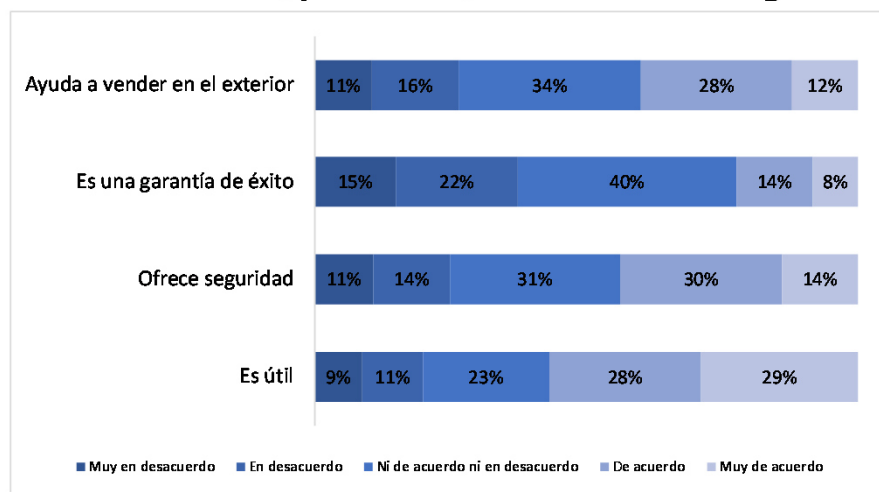
## España genera confianza en el exterior...



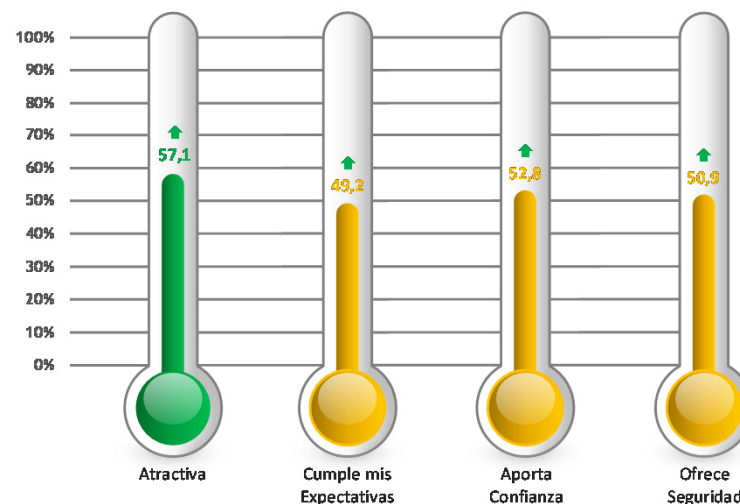
## Índice de Generación de Confianza



## Vincular marcas/productos/servicios a su origen...



## Subíndices de Confianza en la Marca España



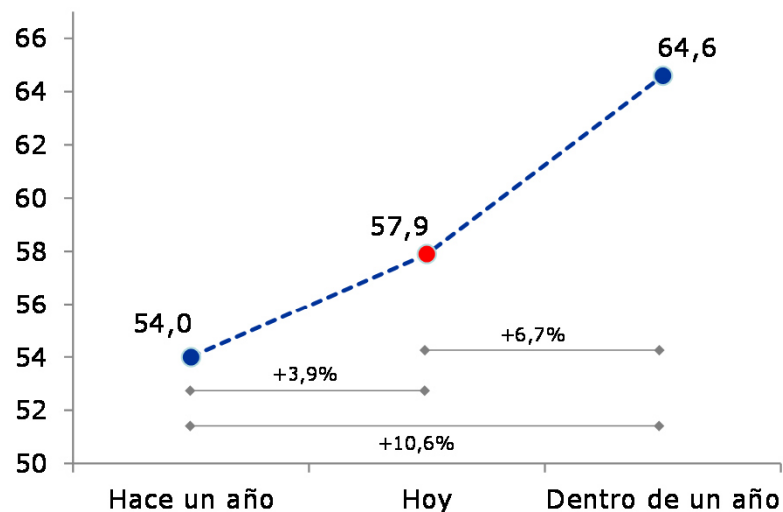


## Confianza Generada en el Exterior

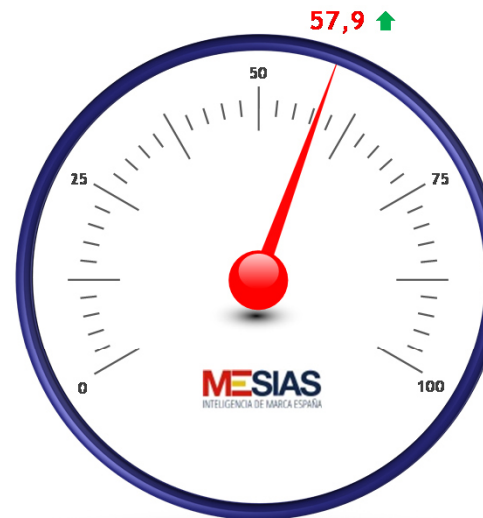
### Resultados

- Presenta el comportamiento más dinámico, seguido del índice de imagen exterior
- Ha experimentado un crecimiento cercano a los 5 puntos y se espera que registre un aumento de 13,5 puntos en dos años
- El subíndice “Atractivo” evoluciona desde la categoría “mejorable” hasta “satisfactorio”
- Los subíndices de “Seguridad”, “Expectativas” y “Aporte de valor” registran los mayores crecimientos (>4 pts)
- Reducción del diferencial entre la confianza depositada por los empresarios españoles en la Marca España y la confianza que ésta genera en los mercados exteriores, que pasa a situarse en 12,7 puntos

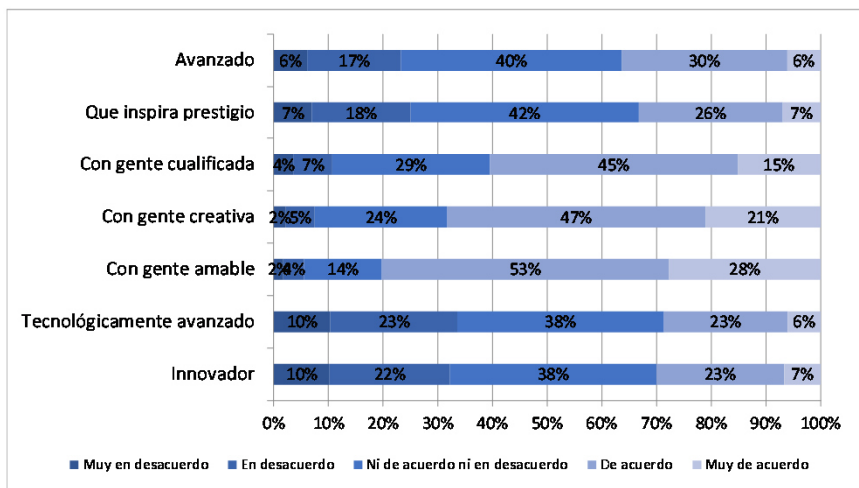
## España tiene muy buena imagen...



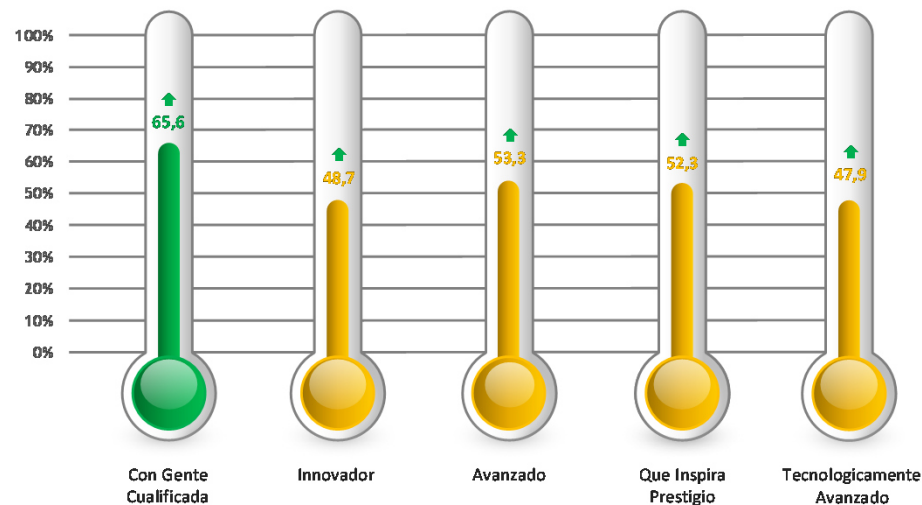
## Índice de Imagen Exterior



## España tiene imagen de ser un país...



## Subíndices de Imagen Exterior

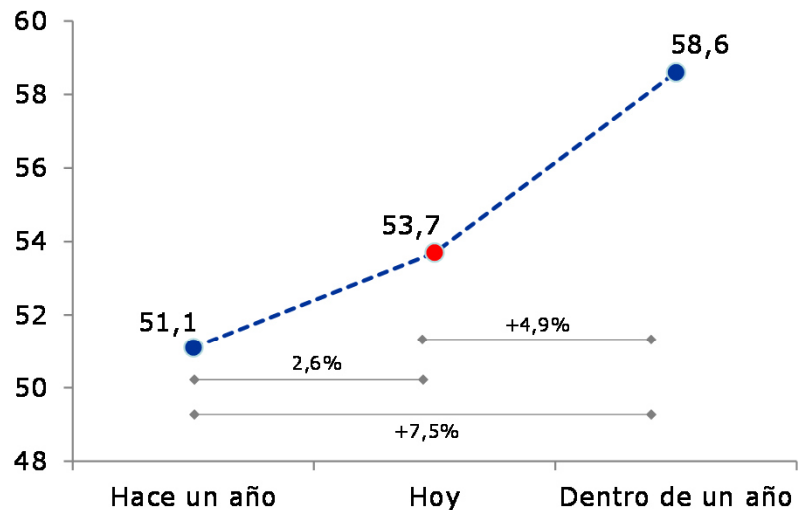


## Imagen Exterior de España

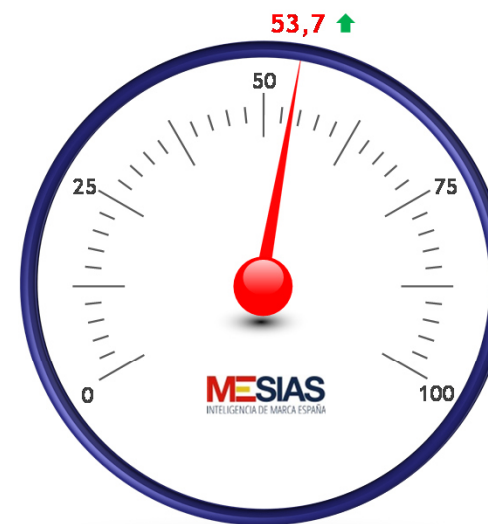
### Resultados

- Se sitúa en un nivel de 57,9 puntos sobre 100, tras registrar un aumento de 4 puntos
- Es el segundo índice evolutivo más dinámico en términos de evolución y expectativas
- Las puntuaciones alcanzadas por los subíndices de “país avanzado” y de “país que inspira prestigio” se acercan a un nivel satisfactorio
- Un año más, el modelo de confianza-compromiso-lealtad evidencia una nula influencia de la imagen exterior sobre la confianza en la marca país

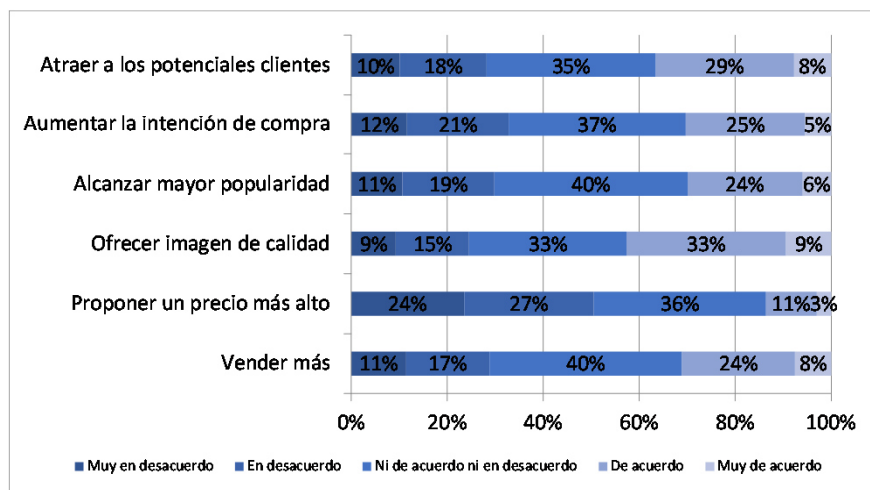
## España ayuda a vender en el exterior...



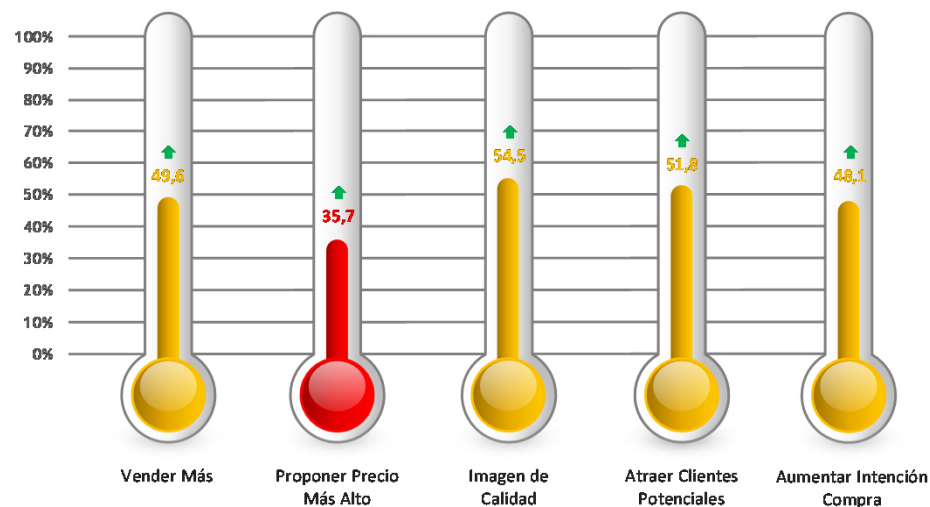
## Índice de Utilidad



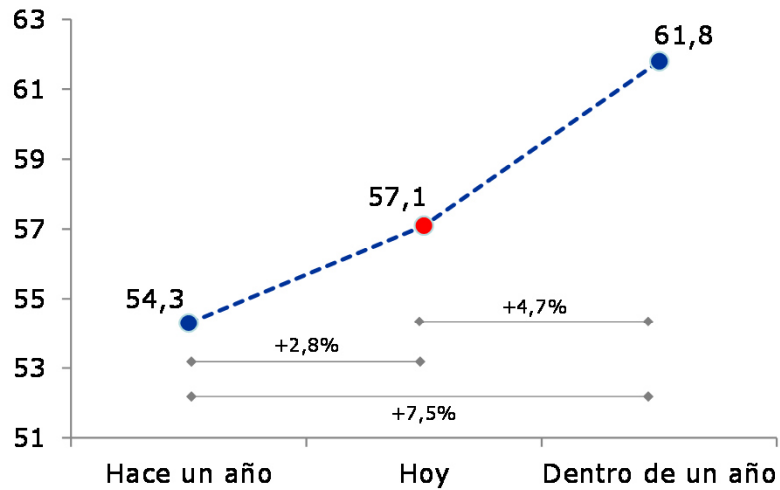
## Vincular mi marca a su origen español me permite...



## Subíndices de Valor



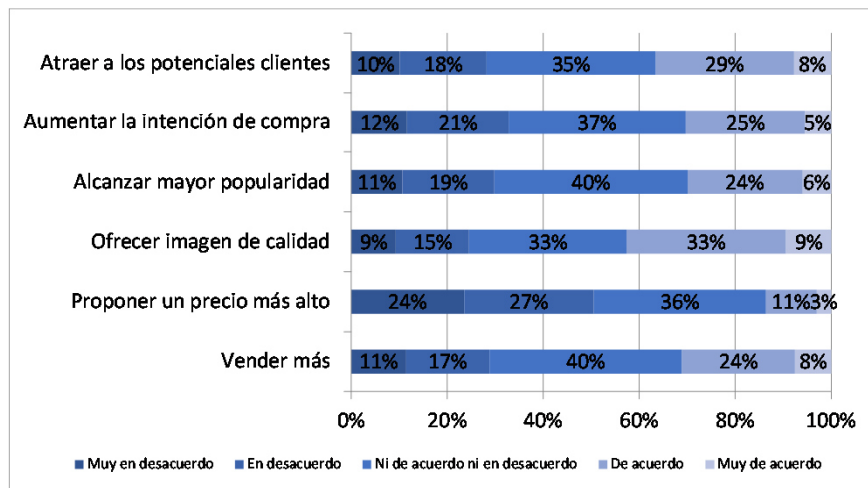
## España aporta valor a nuestra marca...



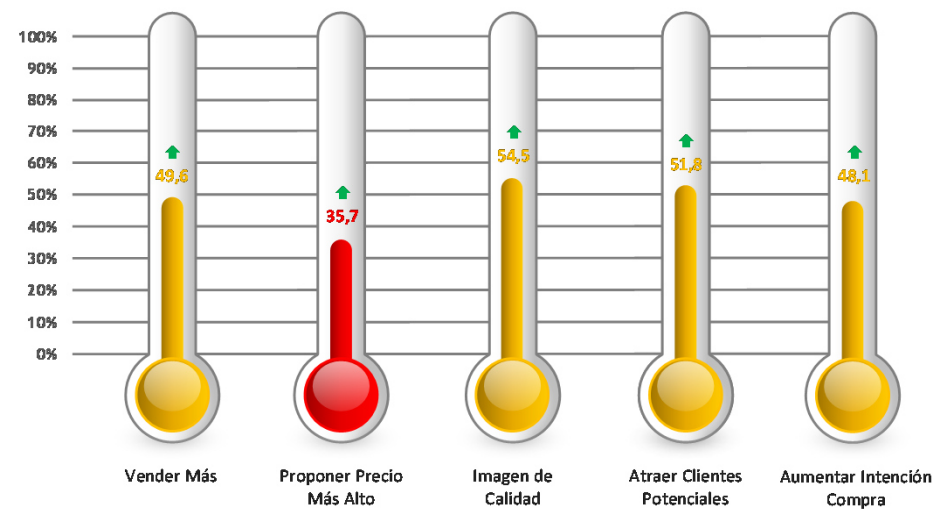
## Índice de Valor Aportado



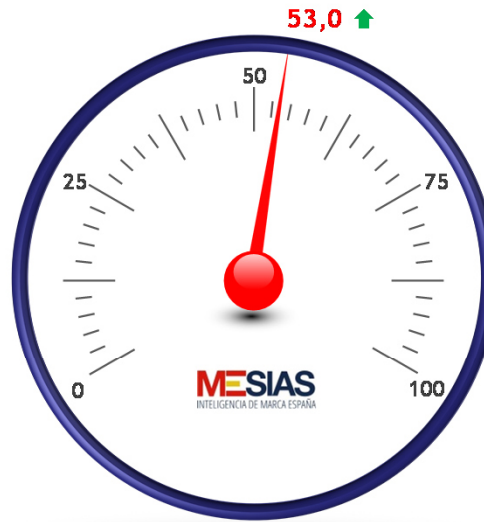
## Vincular mi marca a su origen español me permite...



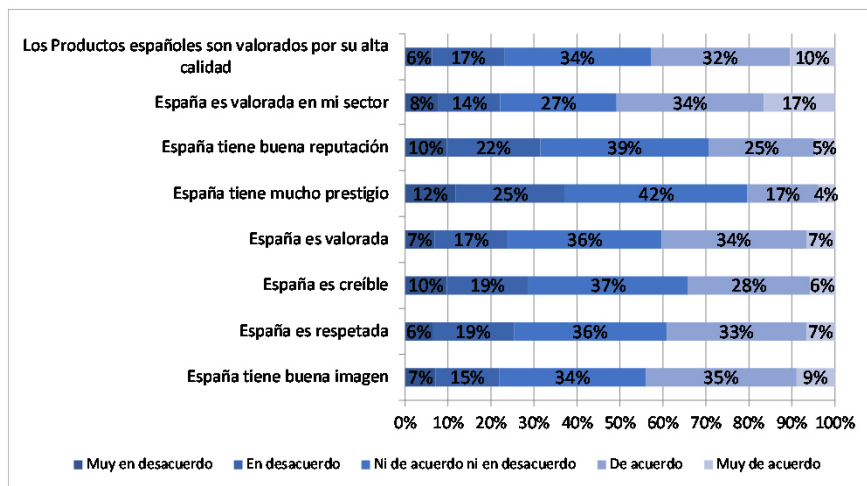
## Subíndices de Valor



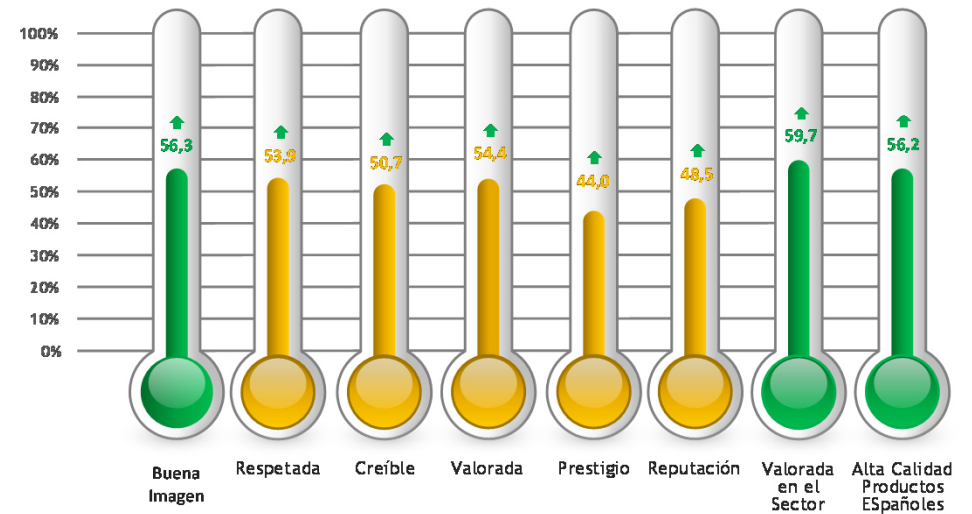
## Índice de Reputación Exterior de la Marca España



### Según mi experiencia, en el exterior...



### Subíndices de Reputación Exterior

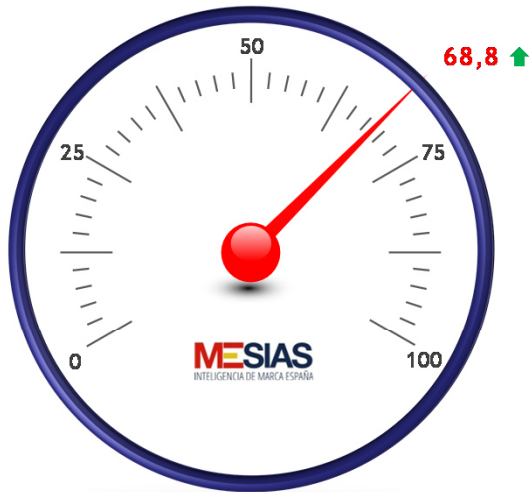


## Reputación Exterior de la Marca España

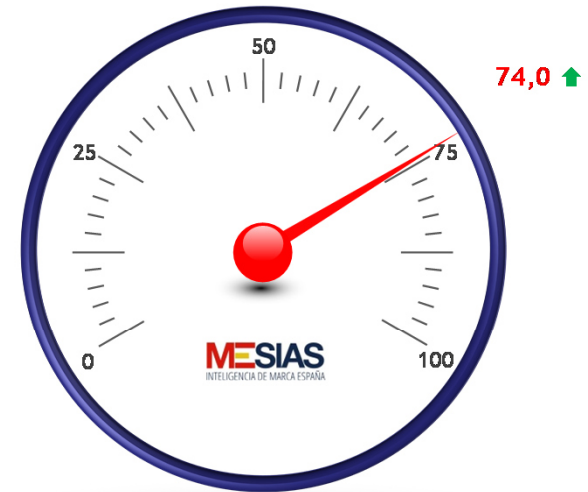
### Resultados

- Supera el aprobado y se sitúa en el 53%
- Mejora, de forma significativa, la credibilidad de la Marca España en el exterior, con un aumento de 4,8 puntos
- Los subíndices “Buena imagen” y “Alta Calidad de Productos Españoles” evolucionan de calificación y se sitúan en área de valoración satisfactoria
- Los subíndices relacionados con ser una marca respetada y valorada se sitúan en posiciones cercanas a valoraciones satisfactorias
- Se ha producido un aumento de un 6% en el conjunto de directivos que consideran creíble o muy creíble a la Marca España en el exterior

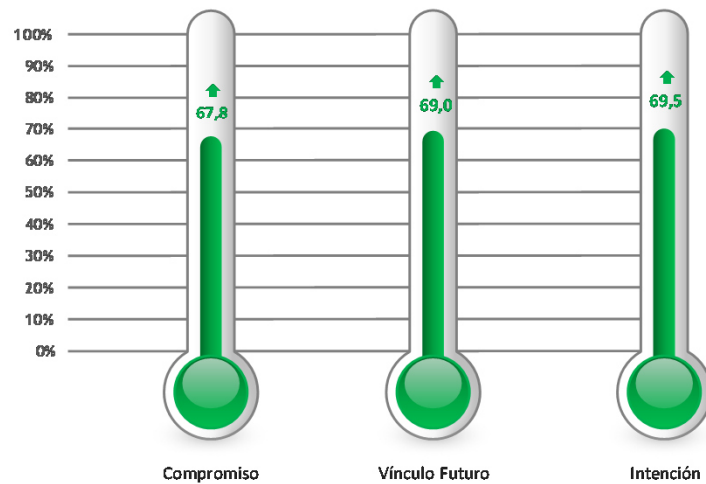
## Índice de Compromiso



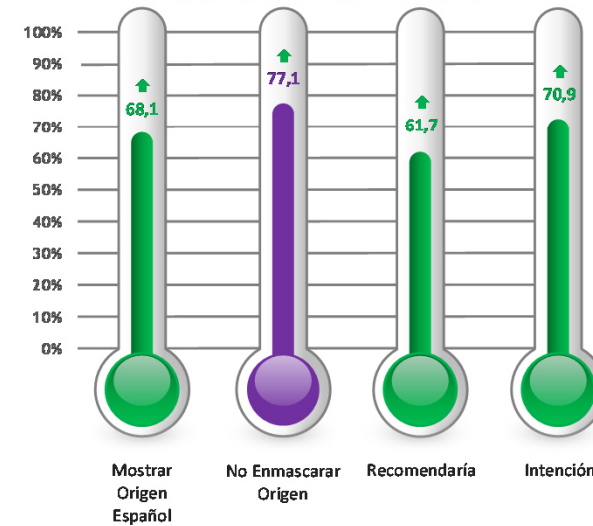
## Índice de Lealtad



## Subíndices de Compromiso



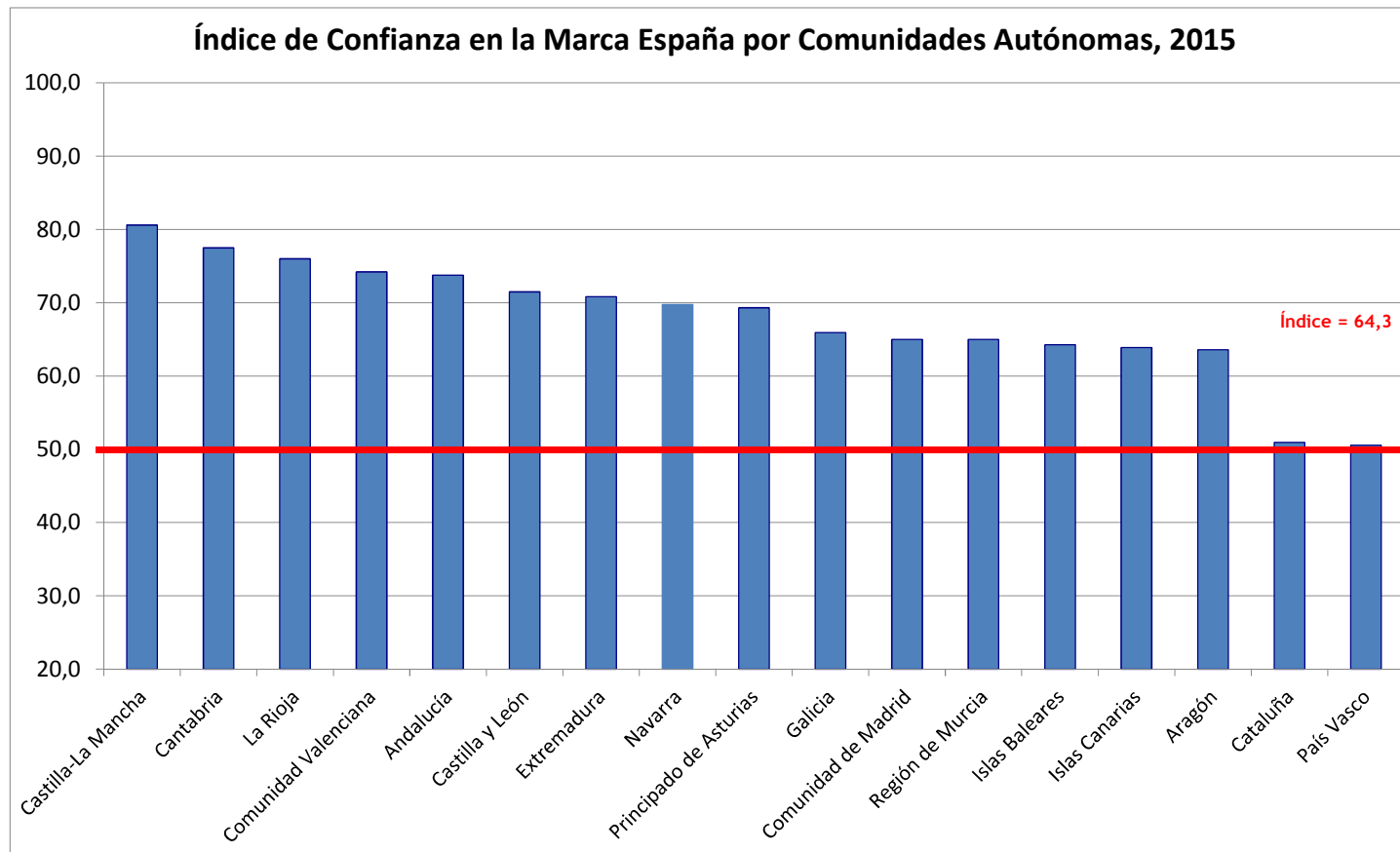
## Subíndices de Lealtad





# Confianza en la Marca España por Comunidades Autónomas

## Índice de Confianza por Comunidades Autónomas



## Colaboradores





# Índice de Confianza en la Marca España 2015

**José María Cubillo, PhD**

*Director de MESIAS – Inteligencia de Marca España*

Madrid, 8 de Septiembre de 2015

**(\*) Todos los derechos reservados**