

Informe MESIAS

LA IMAGEN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS Y SUS DIRECTIVOS EN MÉXICO

La Imagen de la Empresa Española en América Latina

Observatorio MESIAS de Imagen Internacional de la
Empresa Española

2024

V 1.0



El **Observatorio MESIAS de Imagen Internacional de la Empresa Española** monitoriza la imagen y la reputación internacional de la empresa española en los mercados donde está presente. Entre sus objetivos se encuentra identificar la actitud local hacia la empresa española, medir la situación actual y la evolución de aspectos tales como la confianza generada por la empresa española, la aportación de valor a los mercados locales, o la percepción de respeto de la empresa española por el entorno local, identificando el gap existente entre la acción de la empresa española y la percepción local de ésta.

En este informe se presentan los resultados de la 1ª Edición para México del Observatorio.

Este informe ha sido elaborado por el profesor **Dr. José María Cubillo** con el soporte estadístico del profesor **Dr. Antonio Rúa**, Director de la Cátedra de Modelización del Instituto MESIAS – Inteligencia de Marca España y profesor de ICADE – Universidad Pontificia Comillas. El trabajo de campo ha contado con la colaboración de los investigadores asociados a la **Cátedra MESIAS de Imagen de España en México** pertenecientes a 10 universidades mexicanas.

Sólo se podrá reproducir, total o parcialmente, con la autorización del Instituto MESIAS – Inteligencia de Marca España, salvo excepción prevista en la ley. Queda prohibida su distribución y su difusión.

Este informe debe ser citado de la siguiente forma:

Cubillo, J.M. (2024) La imagen de la Empresa Española y sus Directivos en México. La imagen de la Empresa Española en América Latina. Observatorio MESIAS de Imagen Internacional de la Empresa Española. Informe MESIAS. Ed. MESIAS – Inteligencia de Marca España. Madrid. España.

© El autor José María Cubillo

© Todos los derechos reservados

Desarrollado por iTRUST Country Brand Intelligence. 2024.



Contenido

Carta de Presentación	15
Carta de Presentación	17
Introducción	23
1. Resumen Ejecutivo.....	27
1.1 Resumen Ejecutivo: Aspectos Metodológicos	27
1.2 Resumen Ejecutivo: Principales Conclusiones	29
1.3 Resumen Ejecutivo: Principales Indicadores.....	37
1.3.1 Índices Globales para las Empresas Españolas	37
1.3.2 Índices por indicador para las Empresas Españolas	38
1.3.3 Diferencial Acuerdo-Desacuerdo por Indicador.....	42
1.3.4 Top 10 del Ranking de Empresas Españolas que Mayor Confianza Generan	47
1.3.4 Top 10 del Ranking de Marcas Españolas que Mayor Confianza Generan ...	48
1.3.5 Top 5 del Ranking de Sectores con Buena Imagen en México	49
1.4 Resumen Ejecutivo: Gráficos	50
1.4.1 Perfil de Confianza de las Empresas Españolas	50
1.4.2 Perfil de Confianza de las Empresas Españolas: Estudiantes vs. Docentes .	51
1.4.3 Perfil de Acuerdo y Desacuerdo de las Empresas Españolas	52
1.4.4 Perfil Diferencial A/D de las Empresas Españolas	53
2. Diagnóstico: Imagen Empresas Españolas	57
2.1 Índices Globales para las Empresas Españolas	57
2.2 Perfil de Confianza de las Empresas Españolas	58
2.3 Perfil de Confianza de las Empresas Españolas: Estudiantes vs. Docentes	59
2.4 Perfil de Acuerdo y Desacuerdo de las Empresas Españolas.....	60
2.5 Perfil Diferencial A/D de las Empresas Españolas	61
2.6 Perfil de Fortalezas y Debilidades de las Empresas Españolas	62

2.6.1 Mapa de las Principales Fortalezas Percepción de las Empresas Españolas	62
2.6.2 Principales Fortalezas en la Percepción de las Empresas Españolas	63
2.6.3 Indicadores por encima de la media en la Percepción de las Empresas Españolas en orden decreciente	64
2.6.4 Mapa de las Principales Debilidades de las Empresas Españolas	66
2.6.5 Principales Debilidades de las Empresas Españolas	67
2.6.6 Indicadores por debajo de la media en la Percepción	68
2.7 Perfil de Fortalezas y Debilidades de los Directivos de Empresas Españolas	69
2.7.1 Mapa de las Principales Fortalezas de los Directivos	69
2.7.2 Fortalezas en la Percepción de los Directivos	70
2.7.3 Mapa de las Principales Debilidades de los Directivos	71
2.7.4 Debilidades en la Percepción de los Directivos.....	72
2.8 Notoriedad Espontánea en Confianza de las Empresas Españolas	73
2.8.1 Top 20 del Ranking de Empresas Españolas por Confianza Top of Trust	73
2.8.2 Top 10 del Ranking de Sectores de Actividad de Confianza de Empresas Españolas por Mención Espontánea Top of Trust en México.....	74

I. Jóvenes Universitarios

3. Percepción de las Empresas Españolas 78

3.1 Reputación de las Empresas Españolas	79
3.1.1 Imagen de las Empresas Españolas	79
3.1.2 Imagen de las Empresas Españolas en el Año Precedente	80
3.1.3 Imagen de las Empresas Españolas en el Año Posterior	81
3.1.4 Respeto hacia las Empresas Españolas	82
3.1.5 Credibilidad de las Empresas Españolas	83
3.1.6 Valoración de las Empresas Españolas	84
3.1.7 Prestigio de las Empresas Españolas	85
3.1.8 Reputación de las Empresas Españolas	86
3.1.9 Valoración de las Empresas Españolas en su Sector	87
3.1.10 Calidad Percibida de los Productos y Serv. de las Empresas Españolas	88
3.1.11 Confianza Generada por las Empresas Españolas	89
3.1.12 Admiración hacia las Empresas Españolas	90
3.1.13 Reconocimiento de las Empresas Españolas.....	91
3.2 Imagen de las Empresas Españolas	92
3.2.1 Imagen de Empresas Innovadoras.....	92
3.2.2 Imagen de Empresas Tecnológicamente Avanzadas.....	93
3.2.3 Imagen de Empresas Prestigiosas	94
3.2.4 Imagen de Empresas Avanzadas en Gestión	95
3.2.5 Prima de Ventas para Empresas Españolas	96
3.2.6 Prima de Precio para Empresas Españolas	97
3.2.7 Imagen de Calidad Proyectada por las Empresas Españolas	98
3.2.8 Popularidad de las Empresas Españolas	99
3.2.9 Atracción de Clientes Potenciales	100

3.3 Imagen de las Empresas Españolas por Sectores de Actividad	101
3.3.1 Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Servicios Públicos.....	101
3.3.2 Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Productos de Consumo ..	102
3.3.3 Imagen de las EE en el Sector Construcción de Grandes Obras Públicas	103
3.3.4 Imagen de las EE en el Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras	104
3.3.5 Imagen de las EE en el Sector Productos de Alimentación	105
3.4 Admiración hacia las Empresas Españolas	106
3.4.1 Deseo de Trabajar en una Empresa Española.....	106
3.4.2 Admiración hacia las Empresas Españolas	107
3.4.3 Respeto hacia las Empresas Españolas	108
3.4.4 Devoción hacia las Empresas Españolas	109
3.4.5 Asombro ante las Empresas Españolas	110
3.4.6 Sentimiento de Inspiración en relación con las Empresas Españolas	111
3.5 Confianza	112
3.5.1 Confianza Depositada en las Empresas Españolas	112
3.5.2 Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Precedente ..	113
3.5.3 Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Posterior	114
3.5.4 Utilidad Percibida de las Empresas Españolas.....	115
3.5.5 Seguridad Percibida de las Empresas Españolas	116
3.5.6 Garantía de Éxito Percibida de las Empresas Españolas.....	117
3.5.7 Ayuda Aportada por las Empresas Españolas.....	118
3.5.8 Aporte de Valor de las Empresas Españolas.....	119
3.5.9 Recomendación de las Empresas Españolas	120
3.6 Valor Aportado por las Empresas Españolas al País.....	122
3.6.1 Valor Aportado al País.....	122
3.6.2 Beneficioso para el País	123
3.6.3 Contribución al Desarrollo del País.....	124
3.6.4 Aporte de Conocimiento al País.....	125
3.6.5 Aporte de Experiencia al País	126
3.6.6 Aporte de Innovación al País.....	127
3.6.7 Aporte de Tecnología al País.....	128
3.6.8 Aporte de Nuevas Formas de Organización.....	129
3.6.9 Aporte de Nuevos Modelos de Gestión.....	130
3.6.10 Aporte de Inversiones que Benefician al País	131
3.6.11 Aporte de Oportunidades de Desarrollo Económico	132
3.6.12 Contribución a la Creación de Empleo en el País	133
3.6.13 Contribución a la Creación de Empleo Estable y de Calidad en el País.....	134
3.6.14 Contribución a Modernizar el País.....	135
3.6.15 Contribución a Mejorar el Bienestar de la Población	136
3.6.16 Contribución a Mejorar las Infraestructuras	137
3.6.17 Contribución a Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente	138
3.6.18 Contribución a Mejorar los Servicios Públicos	139
3.6.19 Contribución a Mejorar mi País	140

3.7	Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas.....	142
3.7.1	Respeto a la Cultura Local	142
3.7.2	Respeto a los Empleados.....	143
3.7.3	Preocupación por los Empleados.....	144
3.7.4	Relación con los Empleados	145
3.7.5	Condiciones Laborales	146
3.7.6	Remuneración.....	147
3.7.7	Relación con los Clientes	148
3.7.8	Transparencia con la Información	149
3.7.9	Responsabilidad Social.....	150
3.7.10	Comportamiento de las Empresas Españolas.....	151
3.8	Responsabilidad Social en las Empresas Españolas	153
3.8.1	Ejemplo para seguir	153
3.8.2	Patrocinio de Programas Educativos	154
3.8.3	Patrocinio de Programas de Salud Pública.....	155
3.8.4	Patrocinio de Programas Culturales.....	156
3.8.5	Compromiso con Principios Éticos	157
3.8.6	Donaciones Económicas a Causas Sociales.....	158
3.8.7	Mejorar la Calidad de Vida de la Comunidad	159
3.8.8	Patrocinio de Programas Medioambientales	160
3.8.9	Oferta de Productos Compatibles con el Medioambiente	161
3.8.10	Programas para Reducir la Contaminación	162
3.8.11	Reciclaje Adecuado de Materiales de Desecho	163
3.8.12	Asombro ante las Empresas Españolas	164
3.9	Recomendación en relación con las Empresas Españolas.....	166
3.9.1	Recomendación para Trabajar en Empresas Españolas	166
3.9.2	Recomendación para Estudiar en una Universidad o Esc. de Neg. Esp.....	167
3.9.3	Recomendación para Comprar Productos y Serv. de Marcas Españolas ...	168
3.10	Satisfacción.....	170
3.10.1	Nivel de Satisfacción con Valor Aportado por las Emp. Españolas al País.	170
3.10.2	Nivel de Contenido con las Empresas Españolas.....	171
4	Percepción de los Directivos Expatriados Españoles	173
4.1	Reputación de los Directivos Expatriados Españoles	173
4.1.1	Imagen de los Directivos Españoles Expatriados.....	173
4.1.2	Respeto hacia los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	174
4.1.3	Credibilidad de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas.....	175
4.1.4	Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas.....	176
4.1.5	Prestigio de las Empresas Españolas.....	177
4.1.6	Reputación de las Empresas Españolas	178
4.1.7	Valoración de los Directivos Expatriados de Emp. Españolas en su Sector.	179
4.1.8	Confianza Generada por los Directivos Expatriados de Emp. Españolas ...	180

4.2	Respeto por el Entorno Local	182
4.2.1	Respeto hacia los Empleados Locales	182
4.2.2	Buen Trato hacia los Empleados Locales.....	183
4.2.3	Respeto hacia la Cultura Local	184
4.2.4	Preocupación por Entender la Cultura Local	185
4.2.5	Respeto hacia las Costumbres Locales	186
4.2.6	Integración en la Comunidad Local	187
4.2.7	Adaptación al Entorno Local	188
4.2.8	Adaptación de las Políticas Empresariales a la Cultura Local.....	189
4.2.9	Sensibilidad por el Entorno Local	190
4.3	Imagen de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	192
4.3.1	Imagen de Directivos Innovadores	192
4.3.2	Imagen de Directivos Honestos.....	193
4.3.3	Imagen de Directivos Creativos.....	194
4.3.4	Imagen de Directivos Fiables.....	195
4.3.5	Imagen de Directivos Altamente Cualificados.....	196
4.3.6	Imagen de Directivos que Inspiran Prestigio	197
4.3.7	Imagen de Directivos Amables.....	198
4.3.8	Imagen de Directivos Respetuosos	199
4.3.9	Imagen de Directivos Educados	200
4.3.10	Imagen de Directivos Cercanos	201
4.3.11	Imagen de Directivos Rigurosos	202
4.3.12	Imagen de Directivos Muy Trabajadores	203
4.3.13	Imagen de Directivos con Buena Formación	204
5.	Percepción de España	206
5.1	Imagen y Reputación de España.....	206
5.1.1	Imagen de España	206
5.1.2	Reputación de España.....	207
5.1.3	Confianza Generada por España	208
5.2	Preferencia y Afecto de Marca hacia España	209
5.2.1	Preferencia por España.....	209
5.2.2	Afecto hacia España	210
5.2.3	Preferencia por las Empresas Españolas.....	211
II. Docentes Universitarios		
6	Percepción de las Empresas Españolas	217
6.1	Reputación de las Empresas Españolas	217
6.1.1	Imagen de las Empresas Españolas	217
6.1.2	Imagen de las Empresas Españolas en el Año Precedente	218
6.1.3	Imagen de las Empresas Españolas en el Año Posterior	219
6.1.4	Respeto hacia las Empresas Españolas.....	220

6.1.5	Credibilidad de las Empresas Españolas	221
6.1.6	Valoración de las Empresas Españolas	222
6.1.7	Prestigio de las Empresas Españolas	223
6.1.8	Reputación de las Empresas Españolas	224
6.1.9	Valoración de las Empresas Españolas en su Sector	225
6.1.10	Calidad Percibida de los Prod. y Serv. de las Empresas Españolas.....	226
6.1.11	Confianza Generada por las Empresas Españolas	227
6.1.12	Admiración hacia las Empresas Españolas	228
6.1.13	Reconocimiento de las Empresas Españolas	229
6.2	Imagen de las Empresas Españolas	230
6.2.1	Imagen de Empresas Innovadoras.....	230
6.2.2	Imagen de Empresas Tecnológicamente Avanzadas.....	231
6.2.3	Imagen de Empresas Prestigiosas	232
6.2.4	Imagen de Empresas Avanzadas en Gestión	233
6.2.5	Prima de Ventas para Empresas Españolas	234
6.2.6	Prima de Precio para Empresas Españolas	235
6.2.7	Imagen de Calidad Proyectoada por las Empresas Españolas	236
6.2.8	Popularidad de las Empresas Españolas.....	237
6.2.9	Atracción de Clientes Potenciales	238
6.3	Imagen de las Empresas Españolas por Sectores de Actividad	239
6.3.1	Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Servicios Públicos.....	239
6.3.2	Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Productos de Consumo ..	240
6.3.3	Imagen de las EE en el Sector Construcción de Grandes Obras Públicas ...	241
6.3.4	Imagen de las EE en el Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras	242
6.3.5	Imagen de las EE en el Sector Prod. de Alimentación.....	243
6.4	Admiración hacia las Empresas Españolas	244
6.4.1	Deseo de Trabajar en una Empresa Española.....	244
6.4.2	Admiración hacia las Empresas Españolas	245
6.4.3	Respeto hacia las Empresas Españolas.....	246
6.4.4	Devoción hacia las Empresas Españolas.....	247
6.4.5	Asombro ante las Empresas Españolas	248
6.4.6	Sentimiento de Inspiración en relación con las Emp. Españolas.....	249
6.5	Confianza	250
6.5.1	Confianza Depositada en las Empresas Españolas	250
6.5.2	Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Precedente...251	
6.5.3	Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Posterior	252
6.5.4	Utilidad Percibida de las Empresas Españolas	253
6.5.5	Seguridad Percibida de las Empresas Españolas	254
6.5.6	Garantía de Éxito Percibida de las Empresas Españolas	255
6.5.7	Ayuda Aportada por las Empresas Españolas.....	256
6.5.8	Aporte de Valor de las Empresas Españolas	257
6.5.9	Recomendación de las Empresas Españolas	258

6.6 Valor Aportado por las Empresas Españolas al País.....	260
6.6.1 Valor Aportado al País.....	260
6.6.2 Beneficioso para el País.....	261
6.6.3 Contribución al Desarrollo del País.....	262
6.6.4 Aporte de Conocimiento al País.....	263
6.6.5 Aporte de Experiencia al País.....	264
6.6.6 Aporte de Innovación al País.....	265
6.6.7 Aporte de Tecnología al País.....	266
6.6.8 Aporte de Nuevas Formas de Organización.....	267
6.6.9 Aporte de Nuevos Modelos de Gestión.....	268
6.6.10 Aporte de Inversiones que Benefician al País.....	269
6.6.11 Aporte de Oportunidades de Desarrollo Económico.....	270
6.6.12 Contribución a la Creación de Empleo en el País.....	271
6.6.13 Contribución a la Creación de Empleo Estable y de Calidad en el País.....	272
6.6.14 Contribución a Modernizar el País.....	273
6.6.15 Contribución a Mejorar el Bienestar de la Población.....	274
6.6.16 Contribución a Mejorar las Infraestructuras.....	275
6.6.17 Contribución a Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente.....	276
6.6.18 Contribución a Mejorar los Servicios Públicos.....	277
6.6.19 Contribución a Mejorar mi País.....	278
6.7 Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas.....	280
6.7.1 Respeto a la Cultura Local.....	280
6.7.2 Respeto a los Empleados.....	281
6.7.3 Preocupación por los Empleados.....	282
6.7.4 Relación con los Empleados.....	283
6.7.5 Condiciones Laborales.....	284
6.7.6 Remuneración.....	285
6.7.7 Relación con los Clientes.....	286
6.7.8 Transparencia con la Información.....	287
6.7.9 Responsabilidad Social.....	288
6.7.10 Comportamiento de las Empresas Españolas.....	289
6.8 Responsabilidad Social en las Empresas Españolas.....	291
6.8.1 Ejemplo para seguir.....	291
6.8.2 Patrocinio de Programas Educativos.....	292
6.8.3 Patrocinio de Programas de Salud Pública.....	293
6.8.4 Patrocinio de Programas Culturales.....	294
6.8.5 Compromiso con Principios Éticos.....	295
6.8.6 Donaciones Económicas a Causas Sociales.....	296
6.8.7 Mejorar la Calidad de Vida de la Comunidad.....	297
6.8.8 Patrocinio de Programas Medioambientales.....	298
6.8.9 Oferta de Productos Compatibles con el Medioambiente.....	299
6.8.10 Programas para Reducir la Contaminación.....	300
6.8.11 Reciclaje Adecuado de Materiales de Desecho.....	301
6.8.12 Asombro ante las Empresas Españolas.....	302

6.9 Recomendación en relación con las Empresas Españolas.....	304
6.9.1 Recomendación para Trabajar en Empresas Españolas.....	304
6.9.2 Recomendación para Estudiar en una Universidad o Esc. de Neg.Esp.....	305
6.9.3 Recomendación para Comprar Productos y Serv. de Marcas Españolas ...	306
6.10 Satisfacción.....	308
6.10.1 Nivel de Satisfacción con Valor Aportado por las EE al País	308
6.10.2 Nivel de Contenido con las Empresas Españolas.....	309
7. Percepción de los Directivos Expatriados Españoles	313
7.1 Reputación de los Directivos Expatriados Españoles	313
7.1.1 Imagen de los Directivos Españoles Expatriados	313
7.1.2 Respeto hacia los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	314
7.1.3 Credibilidad de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas.....	315
7.1.4 Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	316
7.1.5 Prestigio de los Directivos de Empresas Españolas	317
7.1.6 Reputación de los Directivos de Empresas Españolas	318
7.1.7 Valoración de los Directivos Expatriados de EE en su Sector.....	319
7.1.8 Confianza Generada por los Directivos de Empresas Españolas.....	320
7.2 Respeto por el Entorno Local	322
7.2.1 Respeto hacia los Empleados Locales	322
7.2.2 Buen Trato hacia los Empleados Locales.....	323
7.2.3 Respeto hacia la Cultura Local	324
7.2.4 Preocupación por Entender la Cultura Local	325
7.2.5 Respeto hacia las Costumbres Locales.....	326
7.2.6 Integración en la Comunidad Local	327
7.2.7 Adaptación al Entorno Local	328
7.2.8 Adaptación de las Políticas Empresariales a la Cultura Local.....	329
7.2.9 Sensibilidad por el Entorno Local	330
7.3 Imagen de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	331
7.3.1 Imagen de Directivos Innovadores	331
7.3.2 Imagen de Directivos Honestos.....	332
7.3.3 Imagen de Directivos Creativos.....	333
7.3.4 Imagen de Directivos Fiables.....	334
7.3.5 Imagen de Directivos Altamente Cualificados.....	335
7.3.6 Imagen de Directivos que Inspiran Prestigio	336
7.3.7 Imagen de Directivos Amables.....	337
7.3.8 Imagen de Directivos Respetuosos	338
7.3.9 Imagen de Directivos Educados	339
7.3.10 Imagen de Directivos Cercanos	340
7.3.11 Imagen de Directivos Rigurosos	341
7.3.12 Imagen de Directivos Muy Trabajadores	342
7.3.13 Imagen de Directivos con Buena Formación	343

8. Percepción de España	345
8.1 Imagen y Reputación de España	345
8.1.1 Imagen de España	345
8.1.2 Reputación de España	346
8.1.3 Confianza Generada por España	347
8.2 Preferencia y Afecto de Marca hacia España	348
8.2.1 Preferencia por España	348
8.2.2 Afecto hacia España	349
8.2.3 Preferencia por las Empresas Españolas	350
9. Resumen de Indicadores	353
9.1 Resumen de Indicadores en Estudiantes	353
9.1.1 Índices por Indicador	353
9.1.2 Porcentajes ac. de respuesta para Acuerdo y Desacuerdo por indicador....	357
9.1.3 Porcentajes de respuesta por ítem e Indicador.....	362
9.1.4 Índices y Subíndices en orden decreciente	368
9.1.5 Índices y Subíndices en orden creciente	371
9.1.6 Diferencial Acuerdo-Desacuerdo en orden decreciente	374
9.2 Resumen de Indicadores en Docentes	378
9.2.1 Índices por Indicador	378
9.2.2 Porcentajes ac. de respuesta para Acuerdo y Desacuerdo por indicador...	382
9.2.3 Porcentajes de respuesta por ítem e Indicador.....	387
9.2.4 Índices y Subíndices en orden decreciente	393
9.2.5 Índices y Subíndices en orden creciente	396
9.2.6 Diferencial Acuerdo-Desacuerdo en orden decreciente	399
9.3 Comparación de Indicadores entre Estudiantes y Docentes	403
9.3.1 Diferencial entre Estudiantes y Docentes por Índice	403
9.3.2 Diferencial entre Estudiantes y Docentes para % Ac. Acuerdo Indicador ..	408
9.3.3 Diferencial entre Estudiantes y Docentes para NPS por Indicador	413
10. Metodología	421
10.1 Objetivo de investigación.....	421
10.1.1 Objetivo principal	421
10.1.2 Objetivos secundarios	421
10.2 Metodología.....	422
10.2.1 Estudio Realizado	422
10.2.2 Colectivos objeto de investigación	422
10.2.3 Trabajo de Campo	423
10.2.4 Ficha Técnica del Estudio	423
10.3 Bibliografía.....	422



Carta de Presentación

La imagen país, junto con la imagen de su sector empresarial, constituyen un elemento impulsor del éxito de las empresas en terceros mercados. En particular, la imagen y la reputación de las empresas en los mercados de destino son un activo en sí mismo y representan una síntesis del buen hacer y de la implementación de buenas prácticas en los mercados exteriores por parte de las compañías.

ICEX, como agencia nacional de promoción de la internacionalización de la economía y de las empresas españolas, es plenamente consciente de esta relevancia y apoya las iniciativas que permitan avanzar en el análisis de esa reputación.

En este contexto, vemos con interés los resultados y las principales conclusiones del primer informe para México del Observatorio MESIAS de Imagen Internacional de la Empresa Española que recoge, de un modo riguroso y exhaustivo, la percepción que se tiene de la empresa española por parte de la comunidad universitaria en ese país.

España es el segundo país inversor en México después de EEUU, con más de seis mil empresas españolas en el país. Tras más de dos décadas de presencia de la inversión española en el mercado norteamericano, el balance que nos muestra el diagnóstico elaborado por la universidad, que pueden encontrar en este informe, es sumamente positivo.

Los resultados muestran que, según los universitarios mexicanos, profesores y estudiantes, las empresas españolas *"aportan valor al conjunto de la sociedad mexicana y contribuyen a generar oportunidades de desarrollo económico, realizando inversiones que benefician al país y contribuyen al desarrollo"*.

Las empresas españolas son percibidas como empresas con buena imagen y reputación, que generan confianza e inspiran prestigio y que destacan por ser consideradas como empresas avanzadas, en gestión y tecnología, y por ofrecer productos y servicios de calidad. Asimismo, consideran que *"contribuyen a crear empleo estable y de calidad"* y aportan *"Tecnología, Innovación y Experiencia"*.

Estudios como éste contribuyen al conocimiento, con mayor profundidad, de la realidad de la percepción de la empresa española que se tiene por parte de la comunidad local en los mercados de destino, el valor que las empresas españolas aportan con su presencia y, sin duda, contribuyen a estrechar y reforzar los lazos y las relaciones comerciales entre ambos países.

Javier Serra
Director General de Cooperación Institucional y Coordinación
ICEX España Exportación e Inversiones

Carta de Presentación

La conformación de la Cátedra MESIAS en México, ha representado una gran oportunidad para monitorear, de forma integral, el estado y la evolución de la marca España en todas sus dimensiones y, a partir de ello, apoyar al Instituto MESIAS con información relevante que contribuya a mejorar las relaciones comerciales y de negocio entre España y México.

Como director de la Cátedra, me ha tocado la tarea de dirigir la recopilación de información para la elaboración del presente informe, elaborado a partir de la opinión de estudiantes universitarios, así como de docentes e investigadores universitarios. Debo resaltar el gran apoyo recibido por los prestigiados colegas, Dr. Ernesto Lagarda Leyva, responsable del Laboratorio Nacional de Sistemas de Transporte y Logística del Instituto Tecnológico de Sonora, y el Mtro. Juan Manuel Arciniega, Coordinador de la Comisión de Cultura de la Administración de la ANUIES TIC, México.

El trabajo de campo realizado para la elaboración del presente informe, ha sido posible gracias a la labor de los profesores e investigadores de distintas universidades mexicanas que conforman la Cátedra MESIAS, entre las que destacan: Universidad Autónoma de Nuevo León, Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Universidad Juárez del Estado de Durango, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez, Instituto Tecnológico de Monterrey e Instituto Tecnológico de Sonora.

Estoy convencido de que los hallazgos derivados de la investigación realizada resultarán de suma utilidad para los tomadores de decisiones, lo que impactará positivamente en el mejoramiento de las relaciones comerciales y de negocios entre España y México.

Gonzalo Rodríguez Villanueva
Director de la
Cátedra MESIAS de Imagen de España en México
y exRector del Instituto Tecnológico de Sonora

Este estudio se presentó
el día 16 de noviembre de 2023 en el
Instituto Tecnológico de Sonora
(México)



Con el apoyo institucional de
ICEX España Exportación e Inversiones



El trabajo de campo de la presente investigación
ha sido coordinado por:

Gonzalo Rodríguez Villanueva
Director de la Cátedra MESIAS de Imagen de España en México

Con la colaboración de:

Dr. Ernesto A. Lagarda Leyva
Vicedirector de la Cátedra MESIAS de
Imagen de España en México

Mtro. Juan Manuel Arciniega Díaz
Vicedirector de la Cátedra MESIAS de
Imagen de España en México

En el desarrollo del trabajo de campo de la presente investigación han participado investigadores de las siguientes Universidades de México:



Introducción

La imagen y la reputación país es uno de los mayores activos de las empresas en su salida a mercados exteriores. Por ello, contar con información veraz, precisa y rigurosa sobre la percepción que se tiene destino resulta esencial para tomar decisiones acertadas y maximizar las oportunidades en los mercados exteriores.

En este contexto, se crea el **Observatorio MESIAS de Imagen Internacional de la Empresa Española**, con la misión de “monitorizar y analizar la imagen y la reputación internacional de la empresa española en los mercados donde está presente”.

Nace, por tanto, de la necesidad de conocer la percepción de la empresa española en los mercados internacionales y generar información de alto valor para la toma de decisiones, y con la vocación de contribuir a potenciar la excelencia en la exportación y la internacionalización del tejido empresarial español.

Para ello, el Observatorio utiliza un instrumento de investigación integrado por 134 ítems, agrupados en dos bloques y 21 constructos, dedicados a la percepción de la Empresa Española y a la percepción de los directivos expatriados. Adicionalmente, se complementa con un tercer bloque que ofrece la percepción de España en destino.

El presente informe recoge un diagnóstico de la imagen de la empresa española y sus directivos expatriados en México, elaborado a partir de la opinión de estudiantes universitarios, así como de docentes e investigadores universitarios, dos colectivos estratégicos en la conformación de la imagen de la empresa en destino.

El trabajo de campo del estudio ha sido coordinado por el **Dr. Gonzalo Rodríguez Villanueva**, director de la **Cátedra MESIAS de Imagen de España en México**, en estrecha colaboración con los profesores **Dr. Ernesto A. Lagarda Leyva** y **Mtro. Juan Manuel Arciniega Díaz**, vicedirectores de la Cátedra MESIAS.

En él han participado los profesores e investigadores universitarios asociados a la Cátedra, pertenecientes, entre otras, a las siguientes Universidades mexicanas: Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Universidad Autónoma de Nuevo León, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Universidad de Colima, Universidad Juárez del Estado de Durango, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez, Instituto Tecnológico de Monterrey e Instituto Tecnológico de Sonora.

A todos ellos, nuestro más sincero agradecimiento por su compromiso con la generación de conocimiento y su compromiso con las relaciones México-España.

José María Cubillo
Director del Observatorio de
Imagen Internacional de la Empresa Española
y del Instituto MESIAS



Resumen Ejecutivo

1. Resumen Ejecutivo

Se resumen a continuación los resultados más relevantes de la investigación. Esta información se puede ampliar en el interior del informe, donde se analiza con mayor profundidad y detalle, así como consultar los aspectos metodológicos de su elaboración.

1.1 Resumen Ejecutivo: Aspectos Metodológicos

- Para la realización de la presente investigación se ha desarrollado un cuestionario *ad-hoc* compuesto por una base de 134 ítems, estructurados en torno a 21 bloques de contenido o constructos. Adicionalmente, se han incorporado 12 preguntas de clasificación integradas, a su vez, por 19 ítems.
- El cuestionario ha sido enviado por correo electrónico a estudiantes y docentes universitarios en México. Se ha obtenido una muestra representativa de 1.104 cuestionarios válidos. El trabajo de campo ha sido realizado entre el 31 de enero de 2023 y el 7 de marzo de 2023.
- El estudio mide la opinión que los estudiantes y profesores universitarios tienen de las empresas españolas en México y de su aportación/contribución al país, utilizando una escala Likert 1-5, donde los valores se corresponden con los siguientes: 1 = completamente en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4 = de acuerdo; y, 5 = Completamente de acuerdo.
- En este sentido, los valores reflejados como "Acuerdo" se corresponden con los porcentajes de respuesta acumulados para las puntuaciones 4 y 5, en tanto que los valores indicados como "Desacuerdo" se corresponden con los porcentajes de respuesta acumulados para las puntuaciones 1 y 2. Por último, los porcentajes de respuesta para el valor 3 se consideran como valores neutros, asimilados a "No sabe, no contesta", ya que los respondientes no manifiestan una actitud positiva o negativa respecto del ítem consultado.
- Para la construcción del cuestionario se han utilizado las escalas de medida del **Modelo iTRUST**. Este modelo **es una medición del patrimonio intangible de la marca, que permite elaborar un diagnóstico completo e integral sobre el estado de las dimensiones de la marca** (perceptual y comportamental), así como del estado de la relación entre ambas. Estas dimensiones están compuestas por los siguientes constructos:

Dimensión Perceptual: Imagen, Reputación, Satisfacción y Confianza (generada).

Dimensión Comportamental: Confianza (depositada), Compromiso y Lealtad.

Asimismo, se ha procedido a realizar una revisión de la bibliografía científica existente, así como un análisis cualitativo, para la conformación de las escalas correspondientes al resto de constructos analizados en el estudio.

- El **Modelo iTRUST** establece los siguientes **Niveles de Excelencia** en función de la puntuación alcanzada por la marca en cada indicador:

- Nivel 1. **Nivel de Excelencia:** Puntuaciones superiores a 75 puntos
- Nivel 2. **Nivel Satisfactorio:** Puntuaciones entre los 55 y los 75 puntos
- Nivel 3. **Nivel Mejorable:** Puntuaciones entre los 40 y los 55 puntos
- Nivel 4. **Nivel Negativo:** Puntuaciones por debajo de 40 puntos

1.2 Resumen Ejecutivo: Principales Conclusiones

Se presentan a continuación las principales conclusiones por bloque de contenido.

- Los resultados obtenidos en la investigación permiten afirmar que, en términos generales, **las Empresas Españolas son consideradas en México como empresas que aportan valor al conjunto de la sociedad y contribuyen a generar oportunidades de desarrollo económico, realizando inversiones que benefician al país. Son reconocidas, asimismo, como empresas que generan confianza, que tienen buena imagen y elevada reputación.**

Conclusiones Generales

Percepción General de las Empresas Españolas

- Las **Empresas Españolas** presentan una puntuación en el **Índice Global de 65,98 puntos de confianza sobre 100**, situándose en el **Nivel Satisfactorio (Nivel 2)**, en términos generales, conforme a la clasificación de **Niveles de Excelencia del Modelo iTRUST**.
- Presenta, asimismo, **puntuaciones superiores a los 60 puntos** en el **60%** de los **Índices** que integran el Observatorio. Este porcentaje se eleva hasta el **100%** en relación con los **Índices Globales** que miden los constructos integrantes del Observatorio y el **100%** en el caso de los constructos que componen el **Modelo iTRUST**.
- Por su parte, el **Índice A/D Global**, que mide el diferencial entre Promotores y Detractores de las empresas para el conjunto de ítems consultados, se sitúa en **52,2 puntos** sobre 100.
- **Todos los índices del Observatorio**, a excepción de uno, se sitúan en el **segundo cuartil**, con puntuaciones que discurren **entre los 50,27 y los 76,20 puntos**, en una **escala sobre 100 puntos de confianza**. El índice 'Valor aportado en creación de empleo', se sitúa en el primer cuartil, con una puntuación ligeramente por encima de los **75 puntos**.
- Atendiendo a la clasificación de **Niveles de Excelencia del Modelo iTRUST**, el Observatorio **presenta una variable en Nivel de Excelencia (Nivel 1)**, en tanto que el **resto de los indicadores se sitúan en el Nivel Satisfactorio (Nivel 2)**.

Fortalezas

- El **reconocimiento** (74,08 puntos sobre 100), junto con el **respeto** (71,03 puntos), la **valoración** (70,94 puntos) y el **prestigio** (70,34 puntos) son los

atributos que destacan por encima del resto en la percepción de las **Empresas Españolas** por parte de los jóvenes universitarios en México.

- En términos generales, las **Empresas Españolas** son percibidas en México por los encuestados como **empresas con buena imagen** (69,56 puntos), **creíbles** (69,28 puntos) y con **buena reputación** (69,16 puntos), que destacan por ser consideradas como **empresas avanzadas en gestión** (69,44 puntos), **tecnológicamente avanzadas** (69,16 puntos) y que ofrecen **productos y servicios de calidad** (69,16 puntos).

Debilidades/Áreas de Mejora

- Por el lado de las **áreas de mejora**, destaca por un **nivel relativamente bajo en la percepción que se tiene a nivel local en relación con la Responsabilidad Social Corporativa de la Empresa Española en las dimensiones social y Medioambiental**, y, de forma particular, resalta el desconocimiento sobre la acción de la empresa española en estos ámbitos.
- En este sentido, se observan **niveles relativamente bajos** (en relación con el conjunto de índices del estudio) en la percepción de la **Acción Social** de la empresa española en México en ámbitos relacionadas con el patrocinio de Programas de Salud Pública (50,60 puntos), Programas Educativos (57,44 puntos), Programas Culturales (54,61 puntos) y las acciones llevadas a cabo para mejorar la calidad de vida de la Comunidad (57,14 puntos).
- Se observan también **niveles relativamente bajos** (en relación con el conjunto de índices) en la percepción de la **Acción Medioambiental** de la empresa española en México y, de forma particular, en aspectos tales como la **utilización sólo de los recursos naturales necesarios** (52,08 puntos), el **adecuado reciclaje de los materiales de desecho** (52,38 puntos), la **implementación de programas para reducir la contaminación** (52,68 puntos) y la **oferta de productos compatibles con el Medio Ambiente** (55,06 puntos).

Imagen de las Empresas Españolas

- Las Empresas Españolas con consideradas en México como **empresas avanzadas tanto tecnológicamente** (68,93 puntos) como **en gestión** (69,28 puntos), así como compañías **innovadoras** (68,10 puntos), que cuentan con **prestigio** (69,44 puntos).
- **Ser españolas les permite**, según los encuestados, **atraer a los clientes potenciales** (69,05 puntos) y **ofrecer imagen de calidad** (67,93 puntos) en el mercado local, aunque este aspecto no representa una ventaja fuerte de cara a **vender más** (45,4% de acuerdo) o poder **elegir el nivel de precios de sus productos** (42,5% de acuerdo).

Imagen por sectores

- El pódium de sectores en los que las Empresas Españolas tienen mejor imagen en México está compuesto por el **Sector de las Instituciones Financieras**, que **lidera el ranking**, seguido por el **Sector de la Energía**, en segundo lugar, y por el **Sector de la Moda**, en tercera posición.
- El pool del Top 5 lo completan el **Sector de las Telecomunicaciones** y el **Sector Industrial**.
- Le siguen el **Sector Editorial**, el **Sector de la Distribución Comercial**, el **Sector de la Construcción de Grandes Obras Civiles**, el **Sector de las Instalaciones** y el **Sector Seguros** hasta completar el Top 10 del ranking.

Reputación de las Empresas Españolas

- En general, los **jóvenes universitarios** en México **tienen una excelente consideración de las Empresas Españolas**. Esto mismo ocurre también entre los docentes e investigadores de las áreas analizadas.
- Así, casi **7 de cada 10 jóvenes universitarios mexicanos** consideran que **las Empresas Españolas son empresas respetadas** (71,03 puntos) y **valoradas** (70,94 puntos), que **generan confianza** (68,75 puntos) y **son creíbles** (69,16 puntos), y, además, son **reconocidas** (74,08 puntos) y **tienen mucho prestigio** (70,34 puntos).
- **6 de cada 10 jóvenes universitarios** consideran, además, que **son empresas admiradas** (64,31 puntos) en el conjunto de la sociedad.

Confianza Depositada en las Empresas Españolas

- **Casi 7 de 6 de cada 10 encuestados** afirman que **confían en las Empresas Españolas** (67,09 puntos).
- En general, tanto **jóvenes universitarios como los docentes** coinciden en asegurar que **las Empresas Españolas**, con sus productos y servicios, **aportan utilidad** (72,16 puntos en docentes y 74,94, en estudiantes), **ofrecen seguridad** (68,56 / 68,20 puntos), aseguran que **les ayudan** (67,23 / 70,67 puntos) y **les aportan valor** (62,95 / 63,93 puntos), y reconocen que **comprar productos y servicios de las Empresas Españolas es una garantía de éxito** (61,53 / 63,90 puntos).

Confianza Generada por las Empresas Españolas en General

- **Casi 7 de cada 10 jóvenes universitarios**, así como **6 de cada 10 profesores universitarios** de las áreas objeto de estudio afirman que **las Empresas Españolas generan confianza en la sociedad**.

Confianza Generada por Empresas

- Entre las 10 primeras empresas españolas que mayor confianza generan en México se sitúa, en primer lugar, **BBVA**, liderando el ranking, seguida a cierta distancia por **SANTANDER**, que ocupa la segunda posición en el mercado azteca, y por **TELEFÓNICA**, que se sitúa en tercera posición.
- El pool del Top 5 lo completan **INDITEX** y **REPSOL**, en cuarta y quinta posición, respectivamente.
- Le siguen **GAMESA**, **GAS NATURAL FENOSA (NATURGY)**, **IBERDROLA**, **SANTILLANA** y **MERCADONA** hasta completar el Top 10 del ranking.

Confianza Generada por Marcas

- El ranking de las 10 primeras marcas españolas que mayor confianza generan en México se encuentra liderado por **BANCOMER BBVA**, seguida por **SANTANDER**, que ocupa la segunda posición, y por **MOVISTAR**, que se alza con el bronce.
- El pool del Top 5 lo completan **ZARA** y **REPSOL**, en cuarta y quinta posición, respectivamente.
- Le siguen **GAMESA**, **GAS NATURAL FENOSA (NATURGY)**, **IBERDROLA**, **INDITEX**, y **SANTILLANA** hasta completar el Top 10 del ranking.

Valor Aportado por las Empresas Españolas a México

- Ambos colectivos coinciden en señalar que **las Empresas Españolas, con su presencia y actividad**, aportan valor al conjunto de la sociedad mexicana y **contribuyen a generar oportunidades de desarrollo económico** (73,40 puntos), realizando **inversiones que benefician al país** (72,22 puntos) y aportando valor en términos económicos, sociales y culturales (72,04 puntos), por lo que consideran que **son buenas para el país** (71,44 puntos) y **contribuyen al desarrollo** (70,86 puntos).

- En este sentido, **Tecnología** (73,25 puntos), **Innovación** (71,41 puntos), y **Experiencia** (71,04 puntos) son las tres aportaciones que más destacan los jóvenes universitarios en relación con el valor aportado por las Empresas Españolas al país, todos ellos por encima de 70 puntos en una escala de 100.
- Asimismo, los jóvenes mexicanos consideran que las Empresas Españolas aportan también **nuevos modelos de gestión** (70,29 puntos) y **nuevas formas de organización** (69,90 puntos).
- En este mismo sentido, **8 de cada 10 participantes** considera que las Empresas Españolas en México contribuyen a crear empleo. **7 de cada 10 opinan**, además, que el empleo generado es estable y de calidad.
- Por otro lado, los encuestados consideran que las Empresas Españolas contribuyen a **mejorar la oferta de productos y servicios existente** (70,17 puntos); **modernizar el país** (69,62); **mejorar el bienestar de la población** (66,54); y, **mejorar tanto las infraestructuras** (65,28) como los **servicios públicos** (64,79 puntos), entre otros.

Respeto por el Entorno Local

- **6 de cada 10 jóvenes** aseguran que las Empresas Españolas respetan el entorno local y la cultura local.
- Según los jóvenes encuestados, las Empresas Españolas **tienen buena relación con sus clientes** (67,39); **respetan a sus empleados** (65,65); y **respetan la cultura local** (64,22).
- Asimismo, **sólo el 11,4% de los jóvenes universitarios** considera que el comportamiento de las Empresas Españolas en su país es peor que en España, frente a un 31,7% que opina lo contrario.
- Por el lado de las **áreas de mejora**, cabe destacar que el **45,2% de los jóvenes universitarios** encuestados cree que las Empresas Españolas tienen mejores condiciones laborales que las empresas de su país y el **45,6%** cree, además, que remuneran mejor que las empresas locales.
- En esta misma línea, el **57,6%** cree que son empresas socialmente responsables.

Admiración por las Empresas Españolas

- **Más de la mitad de los encuestados** considera que las Empresas Españolas son un ejemplo para seguir.

- **6 de cada 10 encuestados** asegura que **le gustaría trabajar en una Empresa Española**.
- Según los encuestados, **cuando piensan en las Empresas Españolas sienten respeto** (68,83 puntos); **inspiración** (63,15); **y admiración** (63,37).

Responsabilidad Social de las Empresas Españolas

Responsabilidad Social y Medioambiental

- El apartado de **Responsabilidad Social Corporativa**, en general, y los subapartados de **Responsabilidad Social** y **Responsabilidad Medioambiental**, en particular, presentan las puntuaciones más bajas del estudio.
- Así, se observa **una percepción de las Empresas Españolas relativamente baja**, en comparación con el resto de los ítems del Observatorio, **como participantes en la promoción y patrocinio de iniciativas relacionadas con Programas de Salud Pública, Programas Educativos, Programas Culturales**, así como en la **donación económica de fondos destinados para causas sociales**.
- Asimismo, se observa **una percepción de las Empresas Españolas relativamente baja**, en comparación con el resto de los ítems del Observatorio, en relación con la **participación en la promoción y patrocinio de iniciativas relacionadas con Programas Medioambientales o Programas para Reducir la Contaminación**, así como en su **implicación directa con el reciclaje adecuado de los materiales de desecho o el uso de los recursos naturales estrictamente necesarios**.
- Un **análisis detallado de los resultados revela** que estas puntuaciones bajas no se deben a una mala percepción de las empresas, sino **al elevado desconocimiento existente sobre las acciones sociales y medioambientales** en las que participan las compañías.

Recomendación hacia las Empresas Españolas

- **Casi 7 de cada 10 encuestados** recomiendan a otras personas **estudiar en una Universidad o en una Escuela de Negocios Española** (68,25 puntos).
- **Casi 7 de cada 10 encuestados** recomiendan a otras personas **comprar productos y servicios de Marcas Españolas** (67,34 puntos entre los estudiantes).
- **Algo más de 6 de cada 10 encuestados** recomiendan a otras personas **trabajar en Empresas Españolas** (64,57 puntos).

Satisfacción en relación con las Empresas Españolas

- En general, **los encuestados manifiestan su satisfacción con el valor que aportan las Empresas Españolas a su país (67,51 puntos** entre los jóvenes).
- En el lado opuesto, apenas son un **5,9%**, en el caso de los estudiantes, quienes manifiestan su **descontento** y su **insatisfacción** con el valor aportado por las Empresas Españolas.

Percepción de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

Imagen de los Directivos Expatriados Españoles

- **La opinión sobre los directivos expatriados de Empresas Españolas es, en general, buena**, con índices que discurren en todos los casos por encima de los 60 puntos sobre 100.
- En particular, los colectivos encuestados consideran que **los directivos españoles tienen buena formación** (69,17 puntos entre los jóvenes), y destacan por estar **altamente cualificados** (67,52).
- Consideran que los directivos expatriados españoles **son creativos** (68,48) e **innovadores** (67,39), y señalan que **destacan por un trato educado** (67,79) y **respetuoso** (67,65).

Reputación de los Directivos Expatriados Españoles

- Según los participantes, los directivos españoles en México **son respetados** (66,75), **tienen buena reputación** (65,18) y **gozan de prestigio** (66,13) en el mercado local.

Confianza Generada por los Directivos Expatriados Españoles

- **6 de cada 10 encuestados** cree que los directivos expatriados de Empresas Españolas generan confianza (63,32)

Respeto por el Entorno Local por parte de los Directivos Expatriados

- Son **muy bajos los porcentajes** que representan en el contexto de la muestra quienes presentan posiciones **de detractores** en relación con el comportamiento de los directivos españoles en México. En este sentido los **porcentajes de desacuerdo** oscilan entre el **5,4% de mínimo** y el **7,8% de máximo**.

1.3 Resumen Ejecutivo: Principales Indicadores

1.3.1 Índices Globales para las Empresas Españolas

Índices Globales por Constructo para las Empresas Españolas

	<u>Índices</u>
Índices Globales de Marca/Constructos	
Índice Global de Imagen	66,56
Índice Global de Reputación	69,27
Índice Global de Confianza	67,24
Índice Global de Satisfacción	66,70
Índice Global de Valor Aportado	70,21
Índice Global de Respeto por el Entorno	63,86
Índice Global de Admiración	63,95
Índice Global de RSC	60,30
Índice Global de Expatriados	65,44
Índice Global de Imagen y Reputación de Expatriados	67,86
Índice Global de Afecto a España	63,01
Índice A/D Global	52,2
Índice Global EMPRESAS ESPAÑOLAS	65,98

(*) Datos en índices sobre 100.

1.3.2 Índices por indicador para las Empresas Españolas

Índices para las Empresas Españolas por Indicador

	<u>Índices</u>
Imagen de las Empresas Españolas	
En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser...	
BR13. Innovadoras	68,10
BR14. Tecnológicamente avanzadas	68,93
BR15. Prestigiosas	69,44
BR16. Avanzadas en gestión	69,28
En mi país, las empresas por ser españolas...	
BR20. Venden más	61,38
BR21. Pueden vender con un precio más alto	58,57
BR22. Ofrecen imagen de calidad	67,93
BR23. Alcanzan mayor popularidad	66,37
BR24. Atraen a los potenciales clientes	69,05
En mi país, las empresas españolas de los siguientes sectores tienen buena imagen...	
SC1. Servicios públicos	67,38
SC2. Productos de Consumo	68,01
SC3. Construcción de grandes obras públicas	61,98
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	63,84
SC5. Productos de alimentación	62,10
SC6. Otros (incluir abajo)	61,41
Reputación de las Empresas Españolas	
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	69,56
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	67,66
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	69,08
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...	
BR2. Son respetadas	71,03
BR3. Son creíbles	69,16
BR4. Son valoradas	70,94
BR5. Tiene mucho prestigio	70,34
BR6. Tiene buena reputación	69,16
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	67,23
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	69,16
BR9. Generan confianza	68,75
BR10. Son admiradas	64,31
BR11. Son reconocidas	74,08
Confianza en las Empresas Españolas	
BT1. Confío en las empresas españolas	67,09
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	63,14
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	63,72
Las empresas españolas, con sus productos y servicios,...	
BT2. Me aportan utilidad	74,94
BT3. Me ofrecen seguridad	68,20
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	63,90
BT5. Me ayudan	70,67
BT6. Me aportan valor	63,93
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	66,40

Valor Aportado por las Empresas Españolas

BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	72,04
VA1. Es buena para nuestro país	71,44
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	70,86
VA3. Conocimiento	67,48
VA4. Experiencia	71,04
VA5. Innovación	71,41
VA6. Tecnología	73,25
VA7. Nuevas formas de organización	69,90
VA8. Nuevos modelos de gestión	70,29
VA9. Inversiones que benefician al país	72,22
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	73,40

Las empresas españolas contribuyen a...

VA11. Crear empleo	77,79
VA12. Crear empleo estable y de calidad	71,68
VA13. Modernizar el país	69,62
VA14. Mejorar el bienestar de la población	66,54
VA15. Mejorar las infraestructuras	65,28
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	70,17
VA17. Mejorar los servicios públicos	64,79
VA18. Mejorar mi país	64,70

Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas

En mi país, las empresas españolas...

RP1. Respetan la cultura local	64,22
RP2. Respetan a sus empleados	65,65
RP3. Se preocupan por sus empleados	63,60
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	62,76
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	61,37
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	61,74
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	67,39
RP8. Son transparentes con la información	62,76
RP9. Son socialmente responsables	65,28
RP10. El comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España	56,46

Admiración por las Empresas Españolas

En relación con las empresas españolas siento...

AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	67,02
AD2. Admiración	63,37
AD3. Respeto	68,83
AD4. Devoción	57,33
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	64,02
AD6. Inspiración	63,15

Responsabilidad Social de las Empresas Españolas

Responsabilidad Social

Las empresas españolas se caracterizan por...

SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	62,92
SRS1. Patrocinar programas educativos	60,98
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	56,67
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	63,02
SRS4. Patrocinar programas culturales	60,04
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	62,37
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	61,56

Responsabilidad Medioambiental

Las empresas españolas se caracterizan por...

SRM1. Patrocinar programas medioambientales	59,59
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	60,44
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	59,07
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	58,81
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	58,09

Recomendación

BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	64,57
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	68,25
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	67,34

Satisfacción con las Empresas Españolas

ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	67,51
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	65,90

Directivos Expatriados de Empresas Españolas

Reputación de los Directivos Expatriados Españoles

BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	64,01
En mi país, los directivos de las empresas españolas...	
BRE2. Son respetados	66,75
BRE3. Son creíbles	64,50
BRE4. Son valorados	65,54
BRE5. Tienen mucho prestigio	66,13
BRE6. Tienen buena reputación	65,18
BRE7. Son muy valorados en mi sector	63,48

Confianza Generada por los Directivos Expatriados Españoles

BRE8. Generan confianza	63,32
-------------------------	-------

Imagen de los Directivos Expatriados Españoles

Los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser...

BRE9. Innovadores	67,39
BRE10. Honestos	64,06
BRE11. Creativos	68,48
BRE12. Fiables	65,71
BRE13. Altamente cualificados	67,52
BRE14. Inspiran prestigio	66,53
BRE15. Amables	65,51
BRE16. Respetuosos	67,65
BRE17. Educados	67,79
BRE18. Cercanos	62,15
BRE19. Rigurosos	63,18
BRE20. Muy trabajadores	67,19
BRE21. Tener buena formación	69,17

Respeto por el Entorno Local por parte de los Directivos Expatriados Españoles

En mi país, los directivos de las empresas españolas...

RPE1. Respetan a los empleados locales	64,19
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	64,03
RPE3. Respetan la cultura local	65,18
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	62,94
RPE5. Respetan las costumbres locales	64,52
RPE6. Se integran en la Comunidad local	64,85
RPE7. Se adaptan al entorno local	66,10
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	65,83
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	64,19

Imagen y Reputación de España

En mi país...

BRC1. España tiene buena imagen	69,70
BRC2. España tiene buena reputación	67,95
BRC3. España genera confianza	65,94

Afecto y Preferencia por España

BP1. Me gusta España	70,36
BA1. Me siento identificado con España	53,33
BP2. Me gustan las empresas españolas	65,35

(*) Datos en índices sobre 100.

1.3.3 Diferencial Acuerdo-Desacuerdo por Indicador (Promotores-Detractores)

Diferencial Acuerdo-Desacuerdo por Indicador (Promotores-Detractores)

	Desacuerdo (Detractores) <u>(A)</u>	Acuerdo (Promotores) <u>(B)</u>	Diferencial A-D (Neto) <u>(B-A)</u>
Imagen de las Empresas Españolas			
En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser...			
BR13. Innovadoras	5,0%	66,7%	61,7%
BR14. Tecnológicamente avanzadas	5,7%	66,5%	60,8%
BR15. Prestigiosas	4,3%	68,1%	63,7%
BR16. Avanzadas en gestión	3,4%	67,2%	63,7%
En mi país, las empresas por ser españolas...			
BR20. Venden más	8,7%	45,4%	36,7%
BR21. Pueden vender con un precio más alto	16,1%	42,5%	26,3%
BR22. Ofrecen imagen de calidad	4,9%	64,3%	59,5%
BR23. Alcanzan mayor popularidad	7,0%	59,5%	52,4%
BR24. Atraen a los potenciales clientes	4,6%	65,3%	60,7%
En mi país, las empresas españolas de los siguientes sectores tienen buena imagen...			
SC1. Servicios públicos	5,5%	62,1%	56,6%
SC2. Productos de Consumo	5,0%	64,4%	59,4%
SC3. Construcción de grandes obras públicas	9,4%	49,1%	39,7%
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	7,6%	54,3%	46,7%
SC5. Productos de alimentación	9,5%	48,9%	39,4%
SC6. Otros (incluir abajo)	8,6%	45,5%	36,9%
Reputación de las Empresas Españolas			
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	5,4%	70,0%	64,6%
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	4,2%	62,9%	58,7%
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	3,9%	65,6%	61,6%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...			
BR2. Son respetadas	3,3%	74,1%	70,8%
BR3. Son creíbles	4,9%	66,8%	61,8%
BR4. Son valoradas	3,2%	73,0%	69,8%
BR5. Tiene mucho prestigio	4,3%	68,1%	63,8%
BR6. Tiene buena reputación	5,7%	67,4%	61,7%
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	5,6%	61,2%	55,6%
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	3,8%	65,9%	62,1%
BR9. Generan confianza	4,9%	65,9%	60,9%
BR10. Son admiradas	6,1%	52,4%	46,3%
BR11. Son reconocidas	3,7%	75,1%	71,4%

	Desacuerdo	Acuerdo	Diferencial
	(Detractores)	(Promotores)	A-D
	(A)	(B)	(B-A)
Confianza en las Empresas Españolas			
BT1. Confío en las empresas españolas	6,0%	62,4%	56,4%
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	9,5%	53,5%	44,0%
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	8,4%	54,5%	46,1%
Las empresas españolas, con sus productos y servicios,...			
BT2. Me aportan utilidad	5,4%	81,0%	75,6%
BT3. Me ofrecen seguridad	5,8%	63,0%	57,2%
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	8,6%	53,0%	44,4%
BT5. Me ayudan	5,2%	71,6%	66,4%
BT6. Me aportan valor	7,5%	54,3%	46,8%
BT7. Recomendando a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	7,7%	60,5%	52,9%
Valor Aportado por las Empresas Españolas			
Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones:			
La presencia de empresas españolas en mi país...			
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	6,9%	74,6%	67,8%
VA1. Es buena para nuestro país	5,4%	72,5%	67,0%
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	5,4%	70,9%	65,5%
VA3. Conocimiento	6,2%	63,2%	57,0%
VA4. Experiencia	4,3%	72,7%	68,4%
VA5. Innovación	4,8%	71,6%	66,8%
VA6. Tecnología	4,3%	75,5%	71,1%
VA7. Nuevas formas de organización	5,0%	68,6%	63,6%
VA8. Nuevos modelos de gestión	4,6%	70,2%	65,6%
VA9. Inversiones que benefician al país	4,5%	72,7%	68,2%
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	4,2%	76,4%	72,2%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a...			
VA11. Crear empleo	3,4%	85,3%	81,8%
VA12. Crear empleo estable y de calidad	4,9%	72,0%	67,0%
VA13. Modernizar el país	5,0%	66,1%	61,0%
VA14. Mejorar el bienestar de la población	6,0%	59,0%	53,0%
VA15. Mejorar las infraestructuras	8,2%	56,9%	48,7%
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	5,4%	69,7%	64,3%
VA17. Mejorar los servicios públicos	10,9%	56,7%	45,8%
VA18. Mejorar mi país	8,5%	55,8%	47,4%
Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas			
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...			
RP1. Respetan la cultura local	9,3%	58,3%	48,9%
RP2. Respetan a sus empleados	5,8%	58,5%	52,7%
RP3. Se preocupan por sus empleados	5,8%	51,3%	45,5%
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	5,8%	48,1%	42,2%
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	8,3%	45,2%	36,9%
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	6,7%	45,6%	38,9%
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	4,8%	62,7%	57,9%
RP8. Son transparentes con la información	8,2%	49,8%	41,6%
RP9. Son socialmente responsables	7,0%	57,6%	50,7%
RP10. El comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España	11,4%	31,7%	20,2%

	Desacuerdo (Detractores)	Acuerdo (Promotores)	Diferencial A-D (Neto)
	(A)	(B)	(B-A)
Admiración por las Empresas Españolas			
En relación con las empresas españolas siento...			
AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	6,6%	59,8%	53,2%
AD2. Admiración	7,9%	51,8%	43,9%
AD3. Respeto	4,4%	67,1%	62,7%
AD4. Devoción	13,7%	38,0%	24,3%
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	7,9%	53,4%	45,5%
AD6. Inspiración	8,0%	51,0%	43,0%
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas			
Responsabilidad Social			
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...			
SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	6,5%	50,5%	44,1%
SRS1. Patrocinar programas educativos	13,0%	49,2%	36,3%
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	16,7%	38,9%	22,2%
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	8,4%	52,1%	43,7%
SRS4. Patrocinar programas culturales	12,3%	46,2%	33,9%
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	8,8%	49,9%	41,1%
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	9,7%	49,4%	39,6%
Responsabilidad Medioambiental			
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...			
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	12,2%	45,0%	32,8%
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	12,2%	46,4%	34,2%
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	13,5%	44,3%	30,8%
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	11,7%	41,0%	29,3%
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	13,4%	40,4%	27,0%
Recomendación			
BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	4,5%	55,0%	50,5%
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	3,6%	61,6%	57,9%
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	4,0%	61,4%	57,4%
Satisfacción con las Empresas Españolas			
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	5,9%	65,5%	59,5%
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	5,9%	60,1%	54,1%

	Desacuerdo (Detractores) (A)	Acuerdo (Promotores) (B)	Diferencial A-D (Neto) (B-A)
Directivos Expatriados de Empresas Españolas			
Reputación de los Directivos Expatriados Españoles			
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	7,3%	54,6%	47,3%
Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas...			
BRE2. Son respetados	5,1%	61,6%	56,5%
BRE3. Son creíbles	5,4%	54,5%	49,1%
BRE4. Son valorados	5,4%	58,5%	53,1%
BRE5. Tienen mucho prestigio	4,7%	58,4%	53,7%
BRE6. Tienen buena reputación	5,4%	56,7%	51,3%
BRE7. Son muy valorados en mi sector	6,4%	51,0%	44,6%
Confianza Generada por los Directivos Expatriados Españoles			
BRE8. Generan confianza	5,4%	56,7%	51,3%
Imagen de los Directivos Expatriados Españoles			
En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser...			
BRE9. Innovadores	5,0%	62,3%	57,3%
BRE10. Honestos	6,1%	52,4%	46,4%
BRE11. Creativos	3,6%	64,7%	61,1%
BRE12. Fiables	5,3%	56,0%	50,7%
BRE13. Altamente cualificados	4,0%	61,7%	57,7%
BRE14. Inspiran prestigio	5,0%	58,9%	53,9%
BRE15. Amables	5,3%	56,4%	51,1%
BRE16. Respetuosos	4,2%	63,0%	58,8%
BRE17. Educados	4,1%	62,8%	58,8%
BRE18. Cercanos	6,5%	47,6%	41,1%
BRE19. Rigurosos	4,9%	49,3%	44,4%
BRE20. Muy trabajadores	4,0%	60,7%	56,8%
BRE21. Tener buena formación	2,9%	65,6%	62,7%
Respeto por el Entorno Local por par de los Directivos Expatriados Españoles			
En mi país, los directivos de las empresas españolas...			
RPE1. Respetan a los empleados locales	5,8%	54,7%	48,9%
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	6,2%	54,4%	48,2%
RPE3. Respetan la cultura local	5,8%	57,8%	52,0%
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	7,8%	52,4%	44,7%
RPE5. Respetan las costumbres locales	5,4%	55,7%	50,3%
RPE6. Se integran en la Comunidad local	6,3%	57,4%	51,1%
RPE7. Se adaptan al entorno local	5,9%	61,1%	55,2%
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	5,4%	58,5%	53,1%
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	5,7%	54,7%	49,0%

	Desacuerdo (Detractores)	Acuerdo (Promotores)	Diferencial A-D (Neto)
	(A)	(B)	(B-A)
Imagen y Reputación de España			
En mi país...			
BRC1. España tiene buena imagen	7,0%	69,3%	62,3%
BRC2. España tiene buena reputación	7,8%	64,3%	56,5%
BRC3. España genera confianza	6,3%	59,0%	52,7%
Afecto y Preferencia			
BP1. Me gusta España	6,9%	67,1%	60,2%
BA1. Me siento identificado con España	21,7%	32,9%	11,2%
BP2. Me gustan las empresas españolas	5,4%	54,9%	49,5%

1.3.4 Top 10 del Ranking de Empresas Españolas que Mayor Confianza Generan en México

RANKING	EMPRESA	PUNTUACION
1	BBVA	45.840
2	SANTANDER	35.310
3	INDITEX	12.660
4	TELEFONICA	10.710
5	REPSOL	7.260
6	GAMESA	6.150
7	GAS NATURAL FENOSA (NATURGY)	4.380
8	IBERDROLA	3.480
9	SANTILLANA	1.655
10	MERCADONA	1.650

1.3.4 Top 10 del Ranking de Marcas Españolas que Mayor Confianza Generan en México

RANKING	EMPRESA	PUNTUACION
1	BANCOMER BBVA	45.840
2	SANTANDER	35.310
3	MOVISTAR	9.480
4	ZARA	8.400
5	REPSOL	7.260
6	GAMESA	6.150
7	GAS NATURAL FENOSA	4.380
8	IBERDROLA	3.480
9	INDITEX	2.250
10	SANTILLANA	1.655

1.3.5 Top 10 del Ranking de Sectores de Actividad de Empresas Españolas con Buena Imagen en México

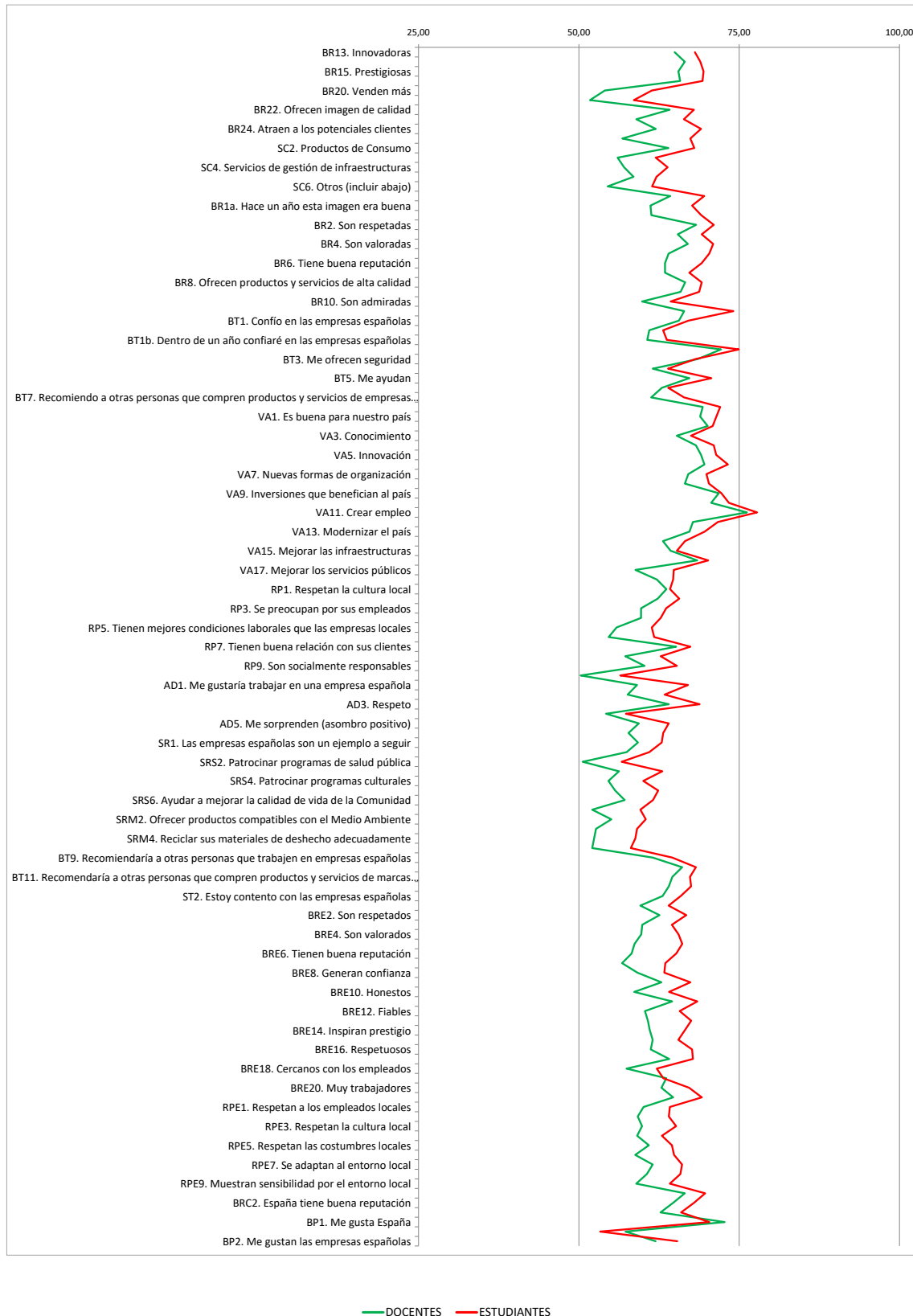
RANKING	SECTOR
1	Instituciones Financieras
2	Energía
3	Moda
4	Telecomunicaciones
5	Sector Industrial
6	Sector Editorial
7	Distribución Comercial
8	Construcción de Grandes Obras Civiles
9	Instalaciones
10	Seguros

1.4 Resumen Ejecutivo: Gráficos

1.4.1 Perfil de Confianza de las Empresas Españolas



1.4.2 Perfil de Confianza de las Empresas Españolas: Estudiantes vs. Docentes



1.4.3 Perfil de Acuerdo y Desacuerdo de las Empresas Españolas



1.4.4 Perfil Diferencial A/D de las Empresas Españolas





Imagen Internacional de las Empresas Españolas

México

Diagnóstico

2. Diagnóstico: Imagen Empresas Españolas

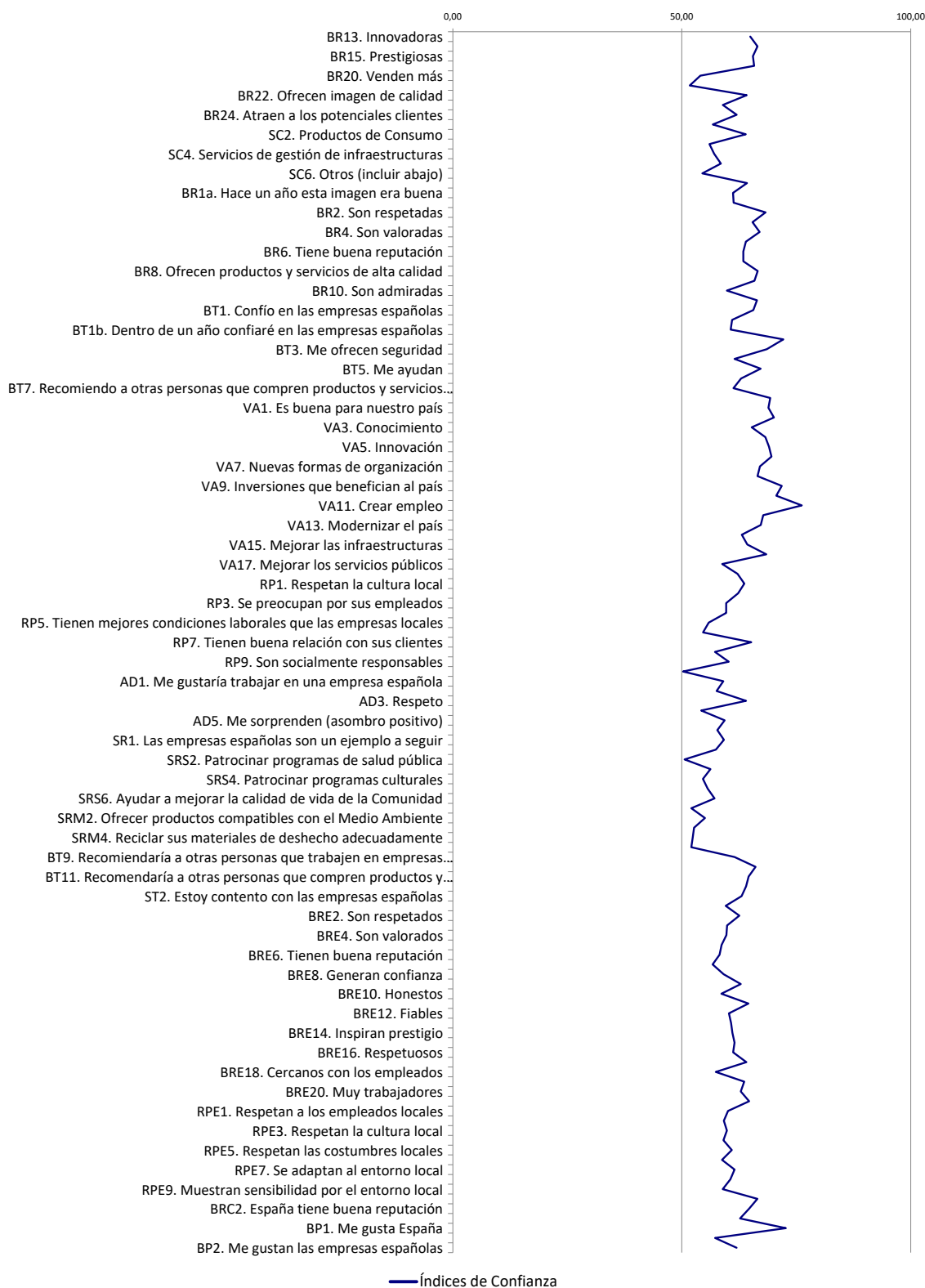
2.1 Índices Globales para las Empresas Españolas

Índices Globales por Constructo para las Empresas Españolas

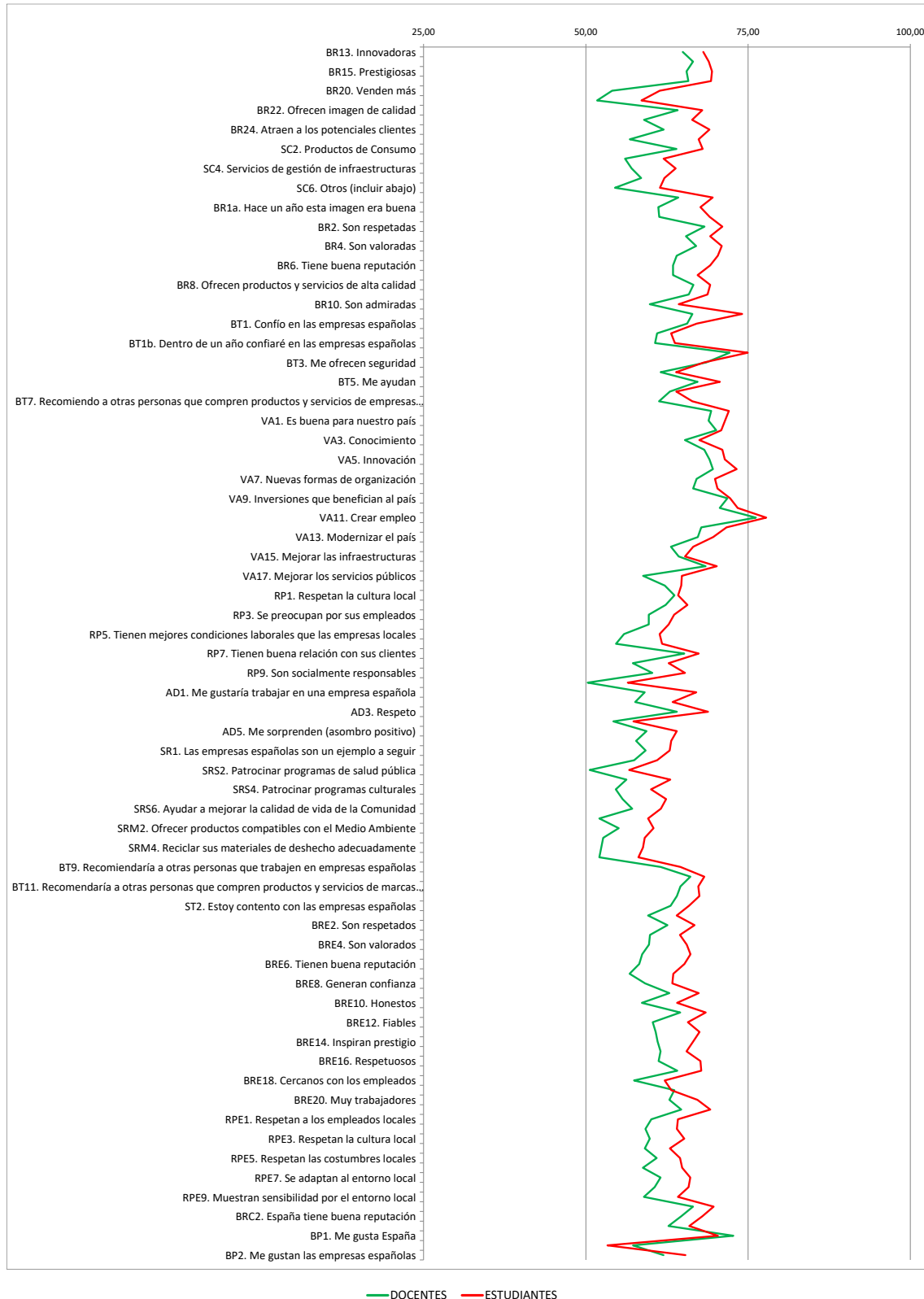
	<u>Índices</u>
Índices Globales de Marca/Constructos	
Índice Global de Imagen	66,56
Índice Global de Reputación	69,27
Índice Global de Confianza	67,24
Índice Global de Satisfacción	66,70
Índice Global de Valor Aportado	70,21
Índice Global de Respeto por el Entorno	63,86
Índice Global de Admiración	63,95
Índice Global de RSC	60,30
Índice Global de Expatriados	65,44
Índice Global de Imagen y Reputación de Expatriados	67,86
Índice Global de Afecto a España	63,01
Índice NPS A/D Global	52,2
Índice Global EMPRESAS ESPAÑOLAS	65,98

(*) Datos en índices sobre 100.

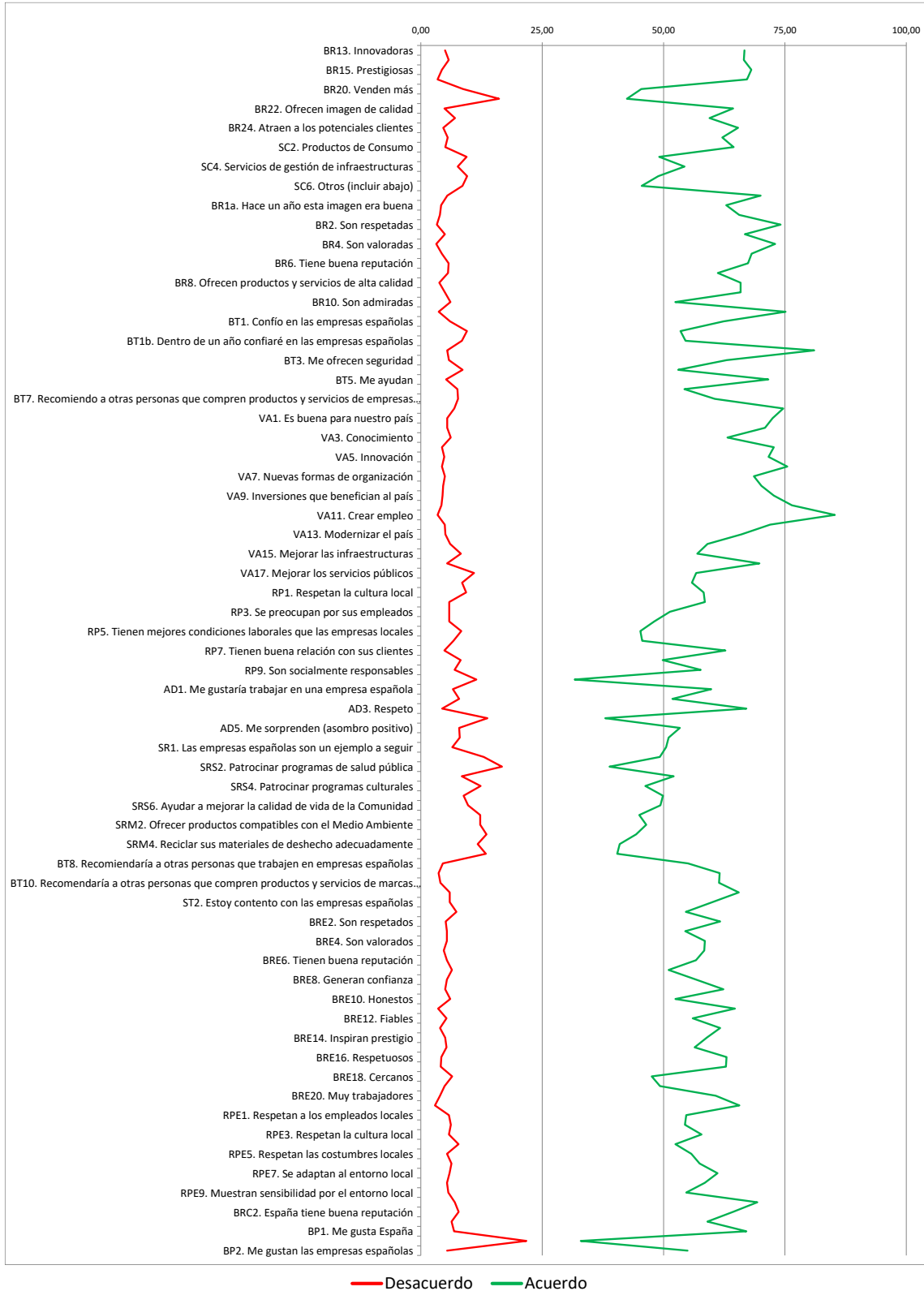
2.2 Perfil de Confianza de las Empresas Españolas



2.3 Perfil de Confianza de las Empresas Españolas: Estudiantes vs. Docentes



2.4 Perfil de Acuerdo y Desacuerdo de las Empresas Españolas

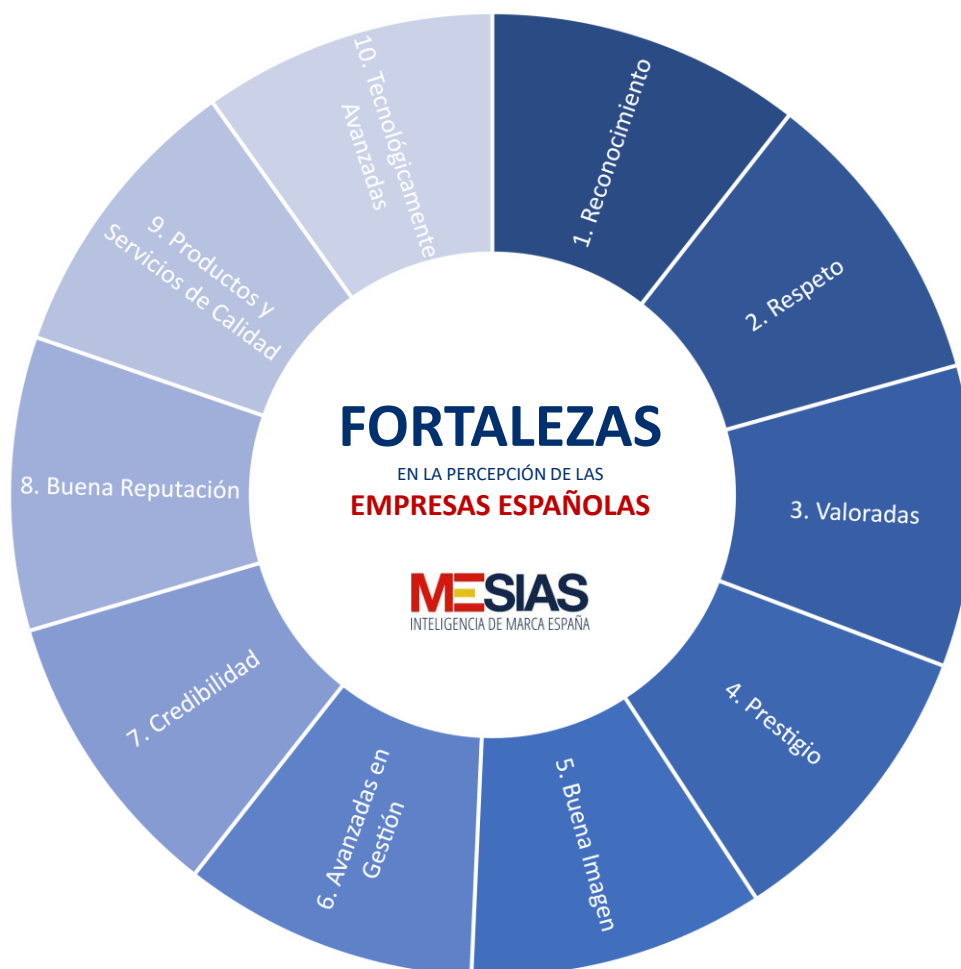


2.5 Perfil Diferencial A/D de las Empresas Españolas



2.6 Perfil de Fortalezas y Debilidades de las Empresas Españolas

2.6.1 Mapa de las Principales Fortalezas en la Percepción de las Empresas Españolas



2.6.2 Principales Fortalezas en la Percepción de las Empresas Españolas

Principales Fortalezas en la Percepción de las Empresas Españolas

		<u>Índices</u>
	Fortalezas	
1	Reconocimiento	74,08
2	Respeto	71,03
3	Valoradas	70,94
4	Prestigio	70,34
5	Buena Imagen	69,56
6	Avanzadas en Gestión	69,44
7	Credibilidad	69,28
8	Buena Reputación	69,16
9	Productos y Servicios de Calidad	69,16
10	Tecnológicamente Avanzadas	69,16

(*) Datos en índices sobre 100.

2.6.3 Indicadores por encima de la media en la Percepción de las Empresas Españolas en orden decreciente

Indicadores situados por encima de la media de índices en la percepción de las Empresas Españolas

	<u>Índices</u>	
1	Crean empleo	77,79
2	Resultan útiles	74,94
3	Son reconocidas	74,08
4	Brindan oportunidades de desarrollo económico	73,40
5	Aportan Tecnología	73,25
6	Son inversiones que benefician al país	72,22
7	Aportan valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	72,04
8	Crean empleo estable y de calidad	71,68
9	Son buenas para nuestro país	71,44
10	Aportan Innovación	71,41
11	Aportan Experiencia	71,04
12	Son respetadas	71,03
13	Son valoradas	70,94
14	Contribuyen al desarrollo de nuestro país	70,86
15	Ayudan	70,67
16	Tienen mucho prestigio	70,34
17	Aportan nuevos modelos de gestión	70,29
18	Mejoran la oferta de productos y servicios existente	70,17
19	Aportan nuevas formas de organización	69,90
20	Contribuyen a modernizar el país	69,62
21	Tienen buena imagen	69,56
22	Son prestigiosas	69,44
23	Son avanzadas en gestión	69,28
24	Tienen mucha credibilidad	69,16
25	Tienen buena reputación	69,16
26	Ofrecen productos y servicios de alta calidad	69,16
27	Son tecnológicamente avanzadas	68,93
28	Inspiran respeto	68,83
29	Generan confianza	68,75
30	Ofrecen seguridad	68,20
31	Son innovadoras	68,10
32	Ofrecen imagen de calidad	67,93
33	Aportan Conocimiento	67,48
34	Tienen buena relación con sus clientes	67,39
35	Son muy valoradas en su área de conocimiento/sector	67,23

		<u>Índices</u>
36	Confianza depositada	67,09
37	Contribuyen a mejorar el bienestar de la población	66,54
38	Inspiran prestigio	66,53

(*) Datos en índices sobre 100.

2.6.4 Mapa de las Principales Debilidades/Áreas de Mejora en la Percepción de las Empresas Españolas



2.6.5 Principales Debilidades/Áreas de Mejora en la Percepción de las Empresas Españolas

Principales Debilidades/Áreas de Mejora en la Percepción de las Empresas Españolas

		<u>Índices</u>
	Debilidades/Áreas de Mejora	
1	Patrocinan Programas de Salud Pública	56,67
2	Utilizan Sólo Recursos Naturales Necesarios	58,09
3	Reciclan los Materiales de desecho Adecuadamente	58,81
4	Realizan Programas para Reducir la Contaminación	59,07
5	Patrocinan Programas Medioambientales	59,59
6	Patrocinan Programas Culturales	60,04
7	Ofrecen Productos Compatibles con el Medio Ambiente	60,44
8	Patrocinan Programas Educativos	60,98
9	Mejores Conficiones Laborales	61,37
10	Contribuyen a Mejorar la Calidad de Vida	61,6

(*) Datos en índices sobre 100.

2.6.6 Indicadores por debajo de la media en la Percepción de las Empresas Españolas en orden creciente

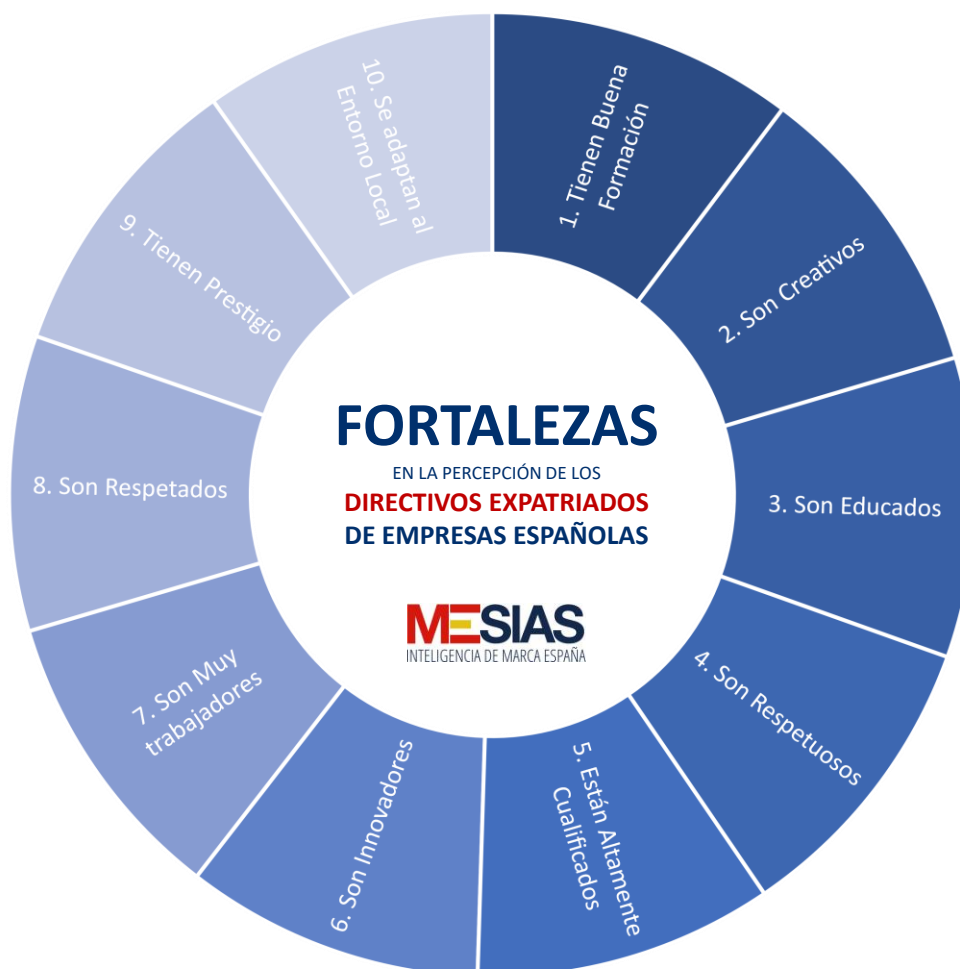
Indicadores situados por debajo de la media de índices en la percepción de las Empresas Españolas en orden creciente

	<u>Índices</u>
1 Patrocinan programas de salud pública	56,67
2 Utilizan sólo los recursos naturales que sean necesarios	58,09
3 Pueden vender con un precio más alto por ser españolas	58,57
4 Reciclan sus materiales de desecho adecuadamente	58,81
5 Realizan programas para reducir la contaminación	59,07
6 Patrocinan programas medioambientales	59,59
7 Patrocinan programas culturales	60,04
8 Ofrecen productos compatibles con el Medio Ambiente	60,44
9 Patrocinan programas educativos	60,98
10 Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	61,37
11 Venden más por ser españolas	61,38
12 Ayudan a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	61,56
13 Remuneran mejor que las empresas locales	61,74
14 Realizan donaciones económicas a causas sociales	62,37
15 Tienen buena relación con sus empleados	62,76
16 Son transparentes con la información	62,76
17 Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	62,92
18 Mantienen un alto compromiso con principios éticos	63,02
19 Se preocupan por sus empleados	63,60
20 Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	63,90
21 Aportan valor	63,93
22 Respetan la cultura local	64,22
23 Son admiradas	64,31
24 Mejoran mi país	64,70
25 Mejoran los servicios públicos	64,79
26 Son socialmente responsables	65,28
27 Mejoran las infraestructuras	65,28
28 Respetan a sus empleados	65,65

(*) Datos en índices sobre 100.

2.7 Perfil de Fortalezas y Debilidades de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

2.7.1 Mapa de las Principales Fortalezas en la Percepción de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas



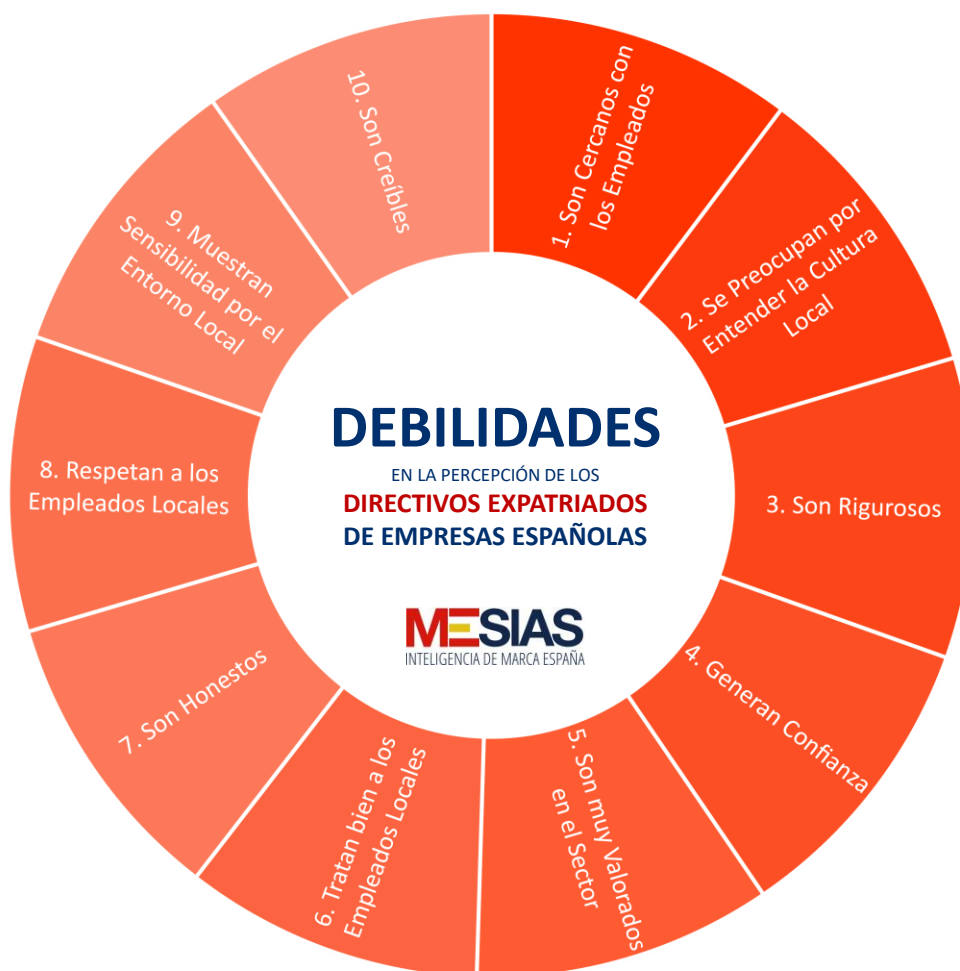
2.7.2 Fortalezas en la Percepción de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas en orden decreciente

Principales Fortalezas en la Percepción de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

		<u>Índices</u>
	Fortalezas	
1	Tienen Buena Formación	69,17
2	Son Creativos	68,48
3	Son Educados	67,79
4	Son Respetuosos	67,65
5	Están Altamente Cualificados	67,52
6	Son Innovadores	67,39
7	Son Muy trabajadores	67,19
8	Son Respetados	66,75
9	Tienen Prestigio	66,53
10	Se adaptan al Entorno Local	66,13

(*) Datos en índices sobre 100.

2.7.3 Mapa de las Principales Debilidades/Áreas de Mejora en la Percepción de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas



2.7.4 Debilidades/Áreas de Mejor en la Percepción de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas en orden decreciente

Principales Debilidades/Áreas de Mejora en la Percepción de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

		<u>Índices</u>
	Áreas de Mejora	
1	Son Cercanos con los Empleados	62,2
2	Se Preocupan por Entender la Cultura Local	62,9
3	Son Rigurosos	63,2
4	Generan Confianza	63,3
5	Son muy Valorados en el Sector	63,5
6	Tratan bien a los Empleados Locales	64,0
7	Son Honestos	64,1
8	Respetan a los Empleados Locales	64,2
9	Muestran Sensibilidad por el Entorno Local	64,2
10	Son Creíbles	64,5

(*) Datos en índices sobre 100.

2.8 Notoriedad Espontánea en Confianza de las Empresas Españolas

2.8.1 Top 20 del Ranking de Empresas Españolas por Confianza Top of Trust en México

Ranking	Marcas	Puntuación
1	BBVA	45.840
2	SANTANDER	35.310
3	INDITEX	12.660
4	TELEFONICA	10.710
5	REPSOL	7.260
6	GAMESA	6.150
7	GAS NATURAL FENOSA (NATURGY)	4.380
8	IBERDROLA	3.480
9	SANTILLANA	1.655
10	MERCADONA	1.650
11	GRUPO ACS	1.170
12	ELECNOR	990
13	MAPFRE	725
14	SEAT	720
15	ABENGOA	600
16	PLANETA	450
17	RIU	390
18	CEPSA	360
19	BARCELÓ	275
20	FERROVIAL	270

2.8.2 Top 10 del Ranking de Sectores de Actividad de Confianza de Empresas Españolas por Mención Espontánea Top of Trust en México

Ranking	Sectores
1	Instituciones Financieras
2	Energía
3	Moda
4	Telecomunicaciones
5	Sector Industrial
6	Sector Editorial
7	Distribución Comercial
8	Construcción de Grandes Obras Civiles
9	Instalaciones
10	Seguros



Atributos de la Marca
Constructos y Variables



**Jóvenes
Universitarios**

Percepción de las Empresas Españolas

3.1 Reputación de las Empresas Españolas

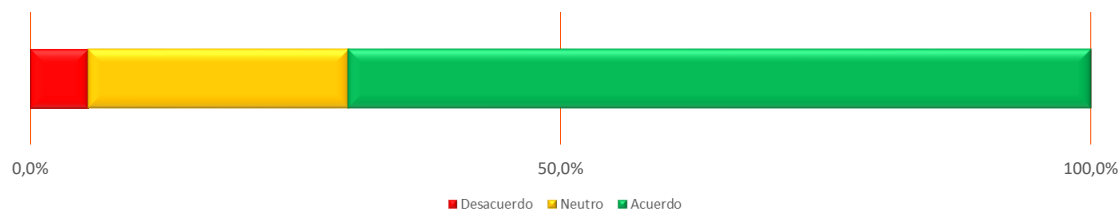
3.1.1 Imagen de las Empresas Españolas

BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de las Empresas Españolas	5,4%	70,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la buena imagen de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen Buena de las Empresas Españolas	1,0%	4,4%	24,6%	55,3%	14,7%
	Acumulado: 5,4%		70,0%		
	Diferencial A/D: 64,6%				

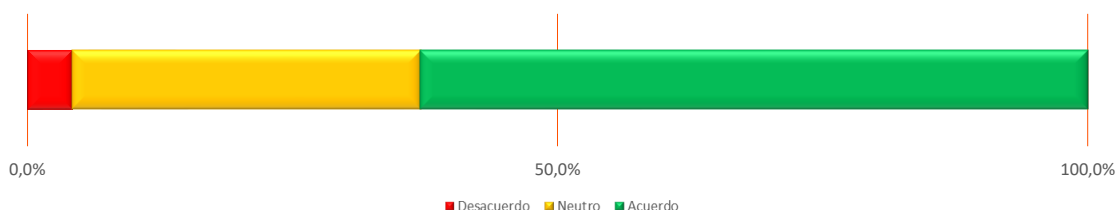
3.1.2 Imagen de las Empresas Españolas en el Año Precedente

BR1a. Según mi experiencia, hace un año esta imagen era buena



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de las Empresas Españolas en el Año Precedente	4,2%	62,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas en el Año Precedente



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la buena imagen de las Empresas Españolas en el año precedente:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen Buena de las Empresas Españolas en el Año Precedente	0,9%	3,3%	32,9%	50,1%	12,8%
	Acumulado: 4,2%			62,9%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	58,7%				

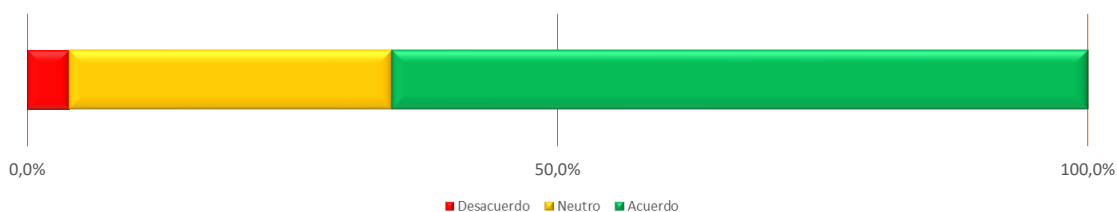
3.1.3 Imagen de las Empresas Españolas en el Año Posterior

BR1b. Según mi experiencia, dentro de un año creo que esta imagen será buena



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de las Empresas Españolas en el Año Posterior	3,9%	65,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas en el Año Posterior



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la buena imagen de las Empresas Españolas en el año posterior:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen Buena de las Empresas Españolas en el Año Posterior	0,8%	3,2%	30,5%	50,1%	15,4%
	Acumulado: 3,9%		65,6%		
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	61,6%				

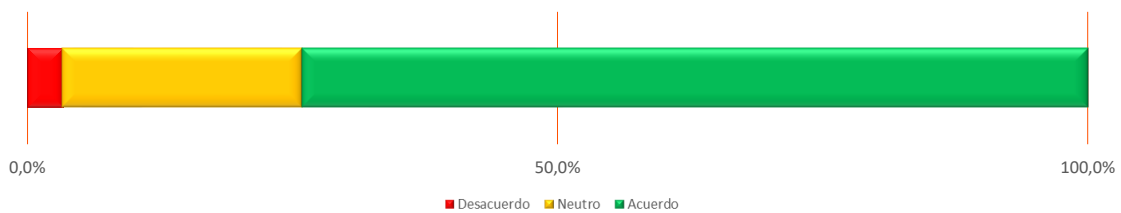
3.1.4 Respeto hacia las Empresas Españolas

BR2. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son respetadas



Indicador	Detractores	Promotores	
Respeto hacia las Empresas Españolas	3,3%	74,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas respetadas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas respetadas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto hacia las Empresas Españolas	0,9%	2,4%	22,6%	59,9%	14,2%
	Acumulado: 3,3%			74,1%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	70,8%				

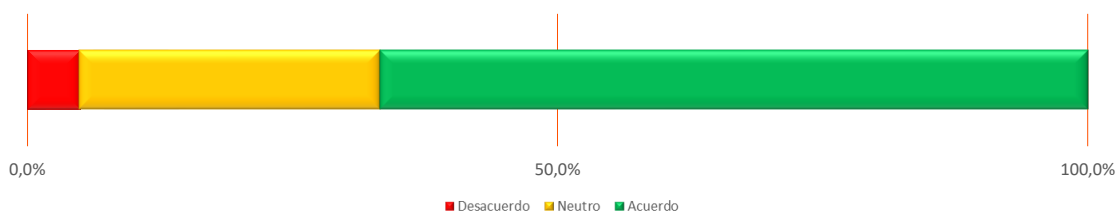
3.1.5 Credibilidad de las Empresas Españolas

BR3. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son creíbles



Indicador	Detractores	Promotores	
Credibilidad de las Empresas Españolas	4,9%	66,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Credibilidad de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas creíbles:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Credibilidad de las Empresas Españolas	1,1%	3,8%	28,3%	50,8%	16,0%
	Acumulado: 4,9%			66,8%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	61,8%				

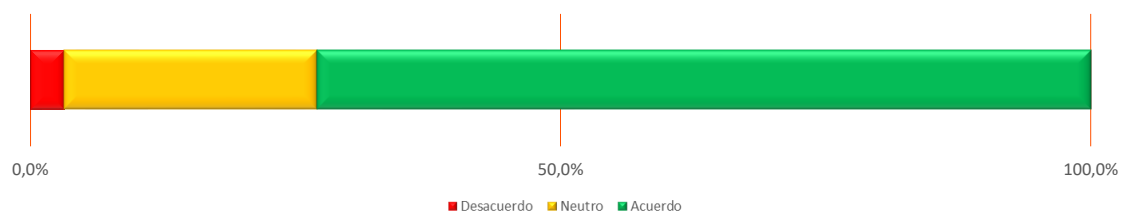
3.1.6 Valoración de las Empresas Españolas

BR4. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son empresas valoradas



Indicador	Detractores	Promotores	
Valoración de las Empresas Españolas	3,2%	73,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas valoradas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas valoradas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Valoración de las Empresas Españolas	0,5%	2,7%	23,9%	58,5%	14,5%
	Acumulado: 3,2%			73,0%	
	Diferencial A/D: 69,8%				

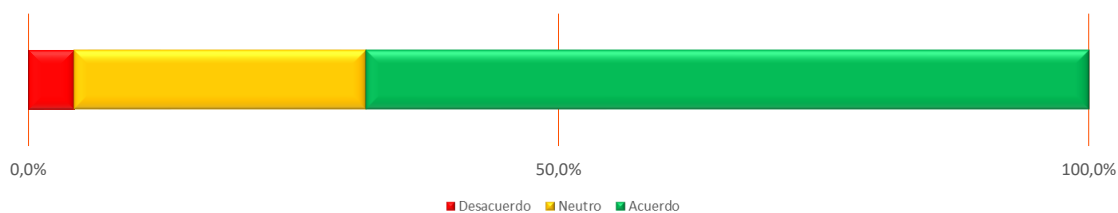
3.1.7 Prestigio de las Empresas Españolas

BR5. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas tienen mucho prestigio



Indicador	Detractores	Promotores	
Prestigio de las Empresas Españolas	4,3%	68,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción del Prestigio de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas que tienen mucho prestigio:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Prestigio de las Empresas Españolas	0,9%	3,4%	27,5%	49,7%	18,4%
	Acumulado: 4,3%			68,1%	
	Diferencial A/D: 63,8%				

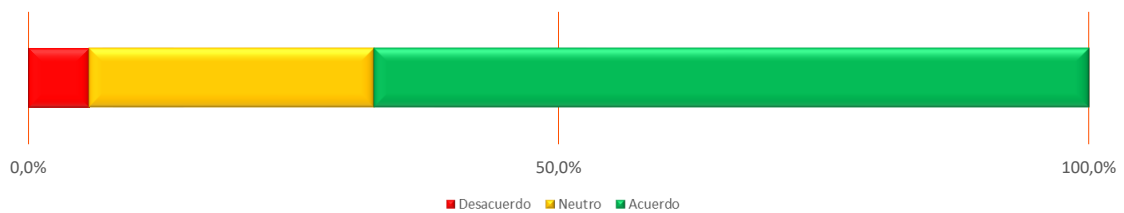
3.1.8 Reputación de las Empresas Españolas

BR6. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas tienen buena reputación



Indicador	Detractores	Promotores	
Reputación de las Empresas Españolas	5,7%	67,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Reputación de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas con buena reputación:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Reputación de las Empresas Españolas	1,0%	4,7%	26,9%	51,4%	16,0%
	Acumulado: 5,7%			67,4%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	61,7%				

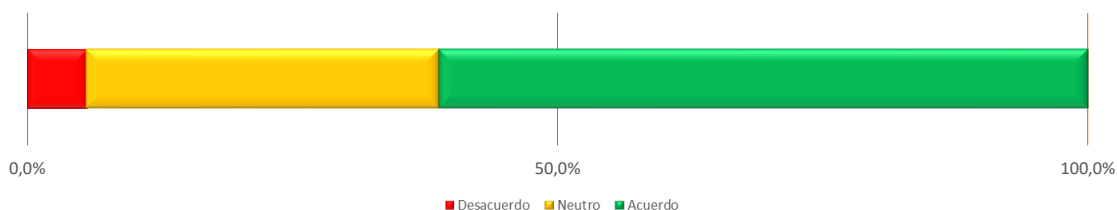
3.1.9 Valoración de las Empresas Españolas en su Sector

BR7. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Valoración de las Empresas Españolas en mi Área de Conocimiento/Sector	5,6%	61,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de las Empresas Españolas como empresas valoradas en mi área de conocimiento/sector



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas valoradas en mi área de conocimiento/sector:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Valoración de las Empresas Españolas en mi Área de Conocimiento/Sector	1,0%	4,6%	33,2%	46,8%	14,3%
	Acumulado: 5,6%			61,2%	
	Diferencial A/D: 55,6%				

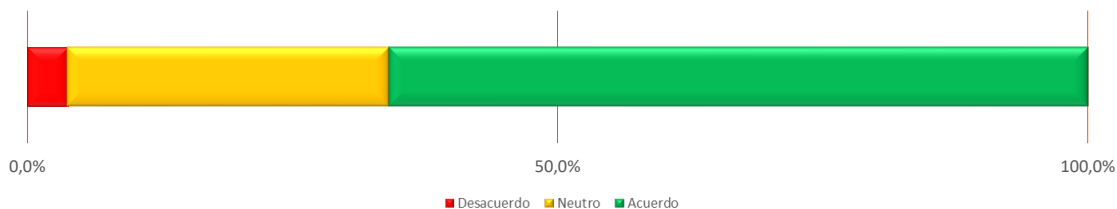
3.1.10 Calidad Percibida de los Productos y Servicios de las Empresas Españolas

BR8. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas ofrecen productos y servicios de alta calidad



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Calidad Percibida de los Productos y Servicios de las Empresas Españolas	3,8%	65,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de Calidad de los Productos y Servicios de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de calidad de los productos y servicios de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Calidad Percibida de los Productos y Servicios de las Empresas Españolas	3,8%		65,9%	3,8%	
	Acumulado: 3,8%		65,9%		
	Diferencial A/D: 62,1%				

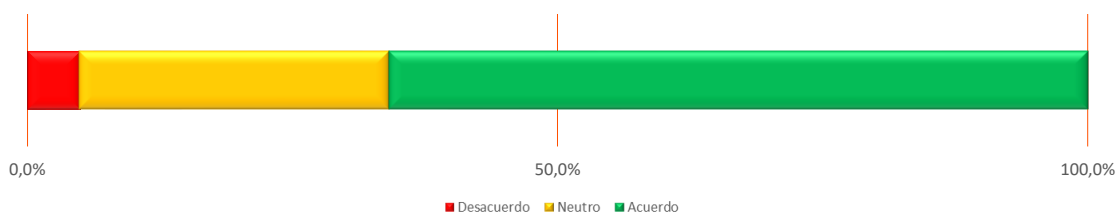
3.1.11 Confianza Generada por las Empresas Españolas

BR9. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas generan confianza



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Confianza Generada por las Empresas Españolas	4,9%	65,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Confianza Generada por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas que generan confianza:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza Generada por las Empresas Españolas	0,6%	4,3%	29,2%	51,1%	14,7%
	Acumulado: 4,9% Desacuerdo			65,9% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 60,9%				

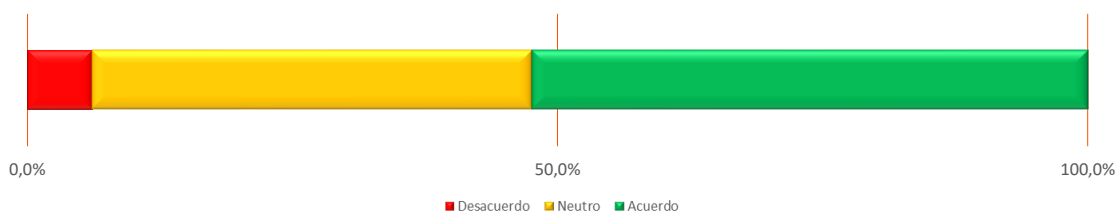
3.1.12 Admiración hacia las Empresas Españolas

BR10. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son admiradas



Indicador	Detractores	Promotores	
Admiración por las Empresas Españolas	6,1%	52,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Admiración por las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas admiradas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Admiración por las Empresas Españolas	0,6%	5,5%	41,5%	40,9%	11,5%
	Acumulado: 6,1%			52,4%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	46,3%				

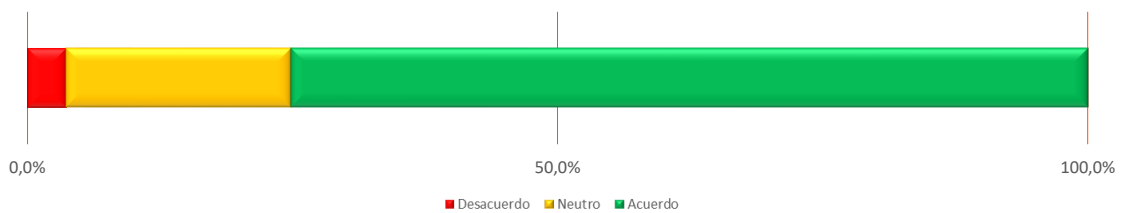
3.1.13 Reconocimiento de las Empresas Españolas

BR11. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son reconocidas



Indicador	Detractores	Promotores	
Reconocimiento de las Empresas Españolas	3,7%	75,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Reconocimiento de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas reconocidas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Reconocimiento de las Empresas Españolas	3,7%		75,1%	3,7%	
	Acumulado: 3,7%			75,1%	
	Diferencial A/D: 71,4%				

3.2 Imagen de las Empresas Españolas

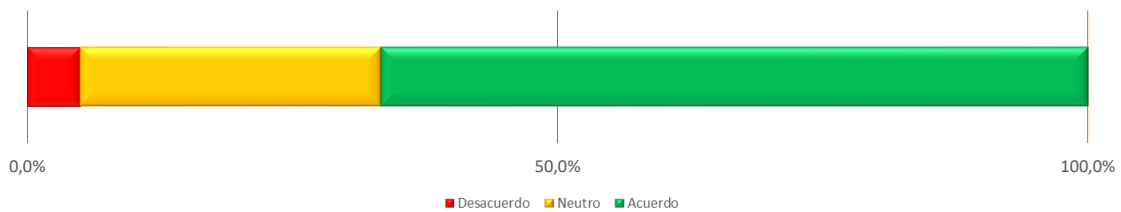
3.2.1 Imagen de Empresas Innovadoras

BR13. En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser innovadoras



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Empresas Innovadoras	5,0%	66,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas innovadoras



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas innovadoras:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Empresas Innovadoras	1,5%	3,4%	28,4%	54,4%	12,3%
	Acumulado: 5,0%		66,7%		
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	61,7%				

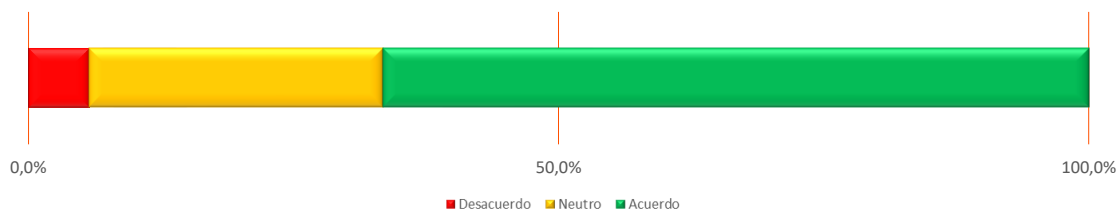
3.2.2 Imagen de Empresas Tecnológicamente Avanzadas

BR14. En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser tecnológicamente avanzadas



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Empresas Tecnológicamente Avanzadas	5,7%	66,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas Tecnológicamente Avanzadas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas Tecnológicamente Avanzadas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Empresas Tecnológicamente Avanzadas	0,9%	4,9%	27,7%	50,7%	15,8%
	Acumulado: 5,7%			66,5%	
	Diferencial A/D: 60,8%				

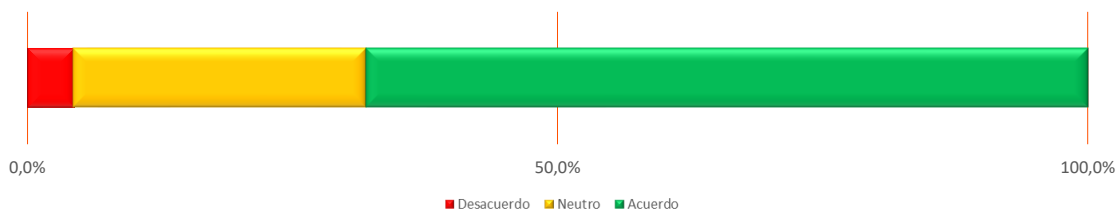
3.2.3 Imagen de Empresas Prestigiosas

BR15. En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser prestigiosas



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Empresas Prestigiosas	4,3%	68,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas prestigiosas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas prestigiosas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Empresas Prestigiosas	0,6%	3,7%	27,6%	53,4%	14,7%
	Acumulado: 4,3% Desacuerdo		68,1% Acuerdo		
	Diferencial A/D: 63,7%				

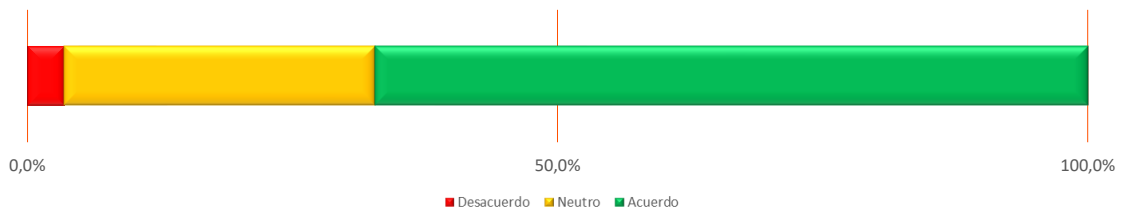
3.2.4 Imagen de Empresas Avanzadas en Gestión

BR16. En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser avanzadas en gestión



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Empresas Avanzadas en Gestión	3,4%	67,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como avanzadas en gestión



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como avanzadas en gestión:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Empresas Avanzadas en Gestión	1,0%	2,4%	29,4%	52,7%	14,4%
	Acumulado: 3,4%			67,2%	
	Diferencial A/D: 63,7%				

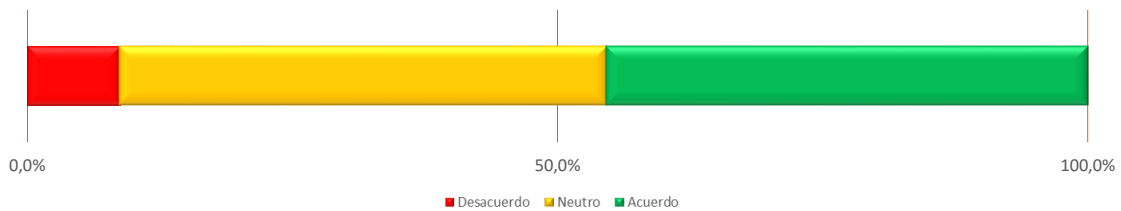
3.2.5 Prima de Ventas para Empresas Españolas

BR20. En mi país, las empresas por ser españolas venden más



Indicador	Detractores	Promotores	
Prima de Ventas por ser Empresas Españolas	8,7%	45,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de prima de ventas por ser Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de prima de ventas por ser Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Prima de Ventas por ser Empresas Españolas	1,3%	7,4%	45,9%	35,3%	10,1%
	Acumulado: 8,7%			45,4%	
	Diferencial A/D: 36,7%				

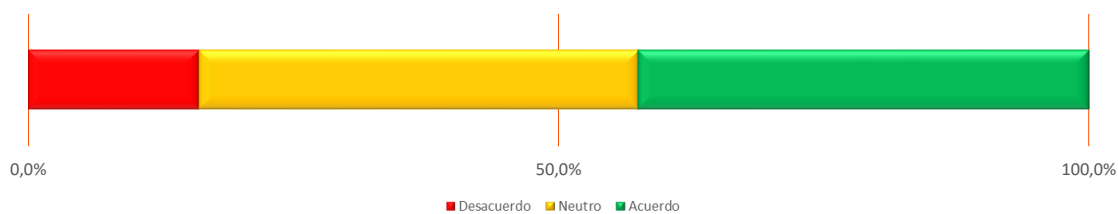
3.2.6 Prima de Precio para Empresas Españolas

BR21. En mi país, las empresas por ser españolas pueden vender con un precio más alto



Indicador	Detractores	Promotores	
Prima de Precio por ser Empresas Españolas	16,1%	42,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de prima de precio por ser Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de prima de precio por ser Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Prima de Precio por ser Empresas Españolas	2,6%	13,6%	41,4%	32,0%	10,5%
	Acumulado: 16,1%			42,5%	
	Diferencial A/D: 26,3%				

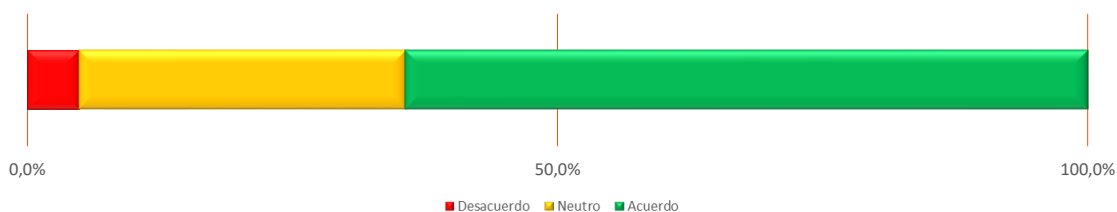
3.2.7 Imagen de Calidad Proyectada por las Empresas Españolas

BR22. En mi país, las empresas por ser españolas ofrecen imagen de calidad



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Calidad Proyectada por ser Empresas Españolas	4,9%	64,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Imagen de Calidad proyectada por ser Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de imagen de calidad proyectada por ser Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Calidad Proyectada por ser Empresas Españolas	0,6%	4,2%	30,8%	51,4%	12,9%
	Acumulado: 4,9%			64,3%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	59,5%				

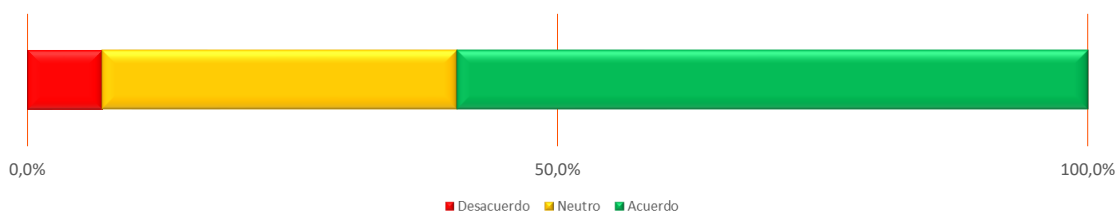
3.2.8 Popularidad de las Empresas Españolas

BR23. En mi país, las empresas por ser españolas alcanzan mayor popularidad



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Mayor Popularidad por ser Empresas Españolas	7,0%	59,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de mayor popularidad alcanzada por ser Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de mayor popularidad alcanzada por ser Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Mayor Popularidad por ser Empresas Españolas	0,8%	6,3%	33,5%	45,7%	13,8%
	Acumulado: 7,0%			59,5%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	52,4%				

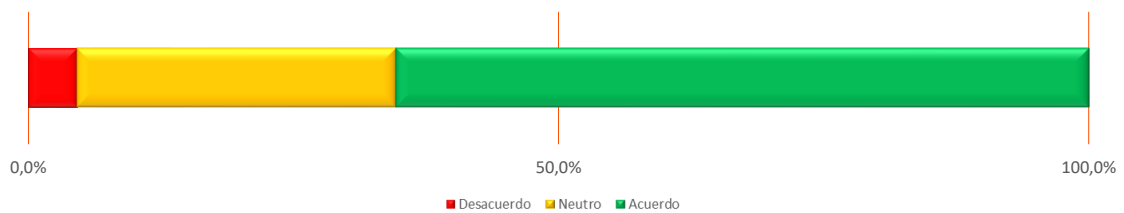
3.2.9 Atracción de Clientes Potenciales

BR24. En mi país, las empresas por ser españolas atraen a los potenciales clientes



Indicador	Detractores	Promotores	
Atracción de Clientes Potenciales por ser Empresas Españolas	4,6%	65,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de atracción de clientes potenciales por ser Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de atracción de clientes potenciales por ser Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Atracción de Clientes Potenciales por ser Empresas Españolas	0,6%	4,0%	30,1%	49,2%	16,1%
	Acumulado: 4,6%			65,3%	
	Diferencial A/D: 60,7%				

3.3 Imagen de las Empresas Españolas por Sectores de Actividad

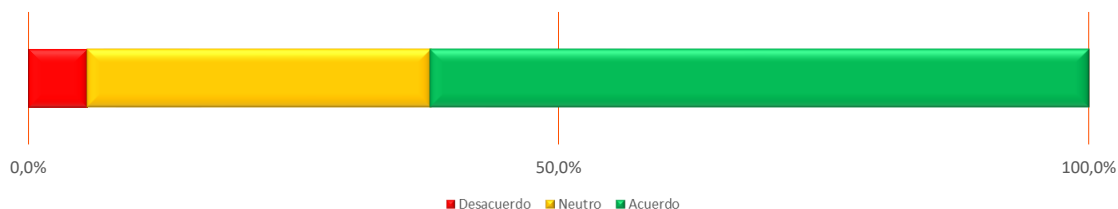
3.3.1 Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Servicios Públicos

SC1. En mi país, las empresas españolas del Sector Servicios Públicos tienen buena imagen



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios Públicos	5,5%	62,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios Públicos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios Públicos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios Públicos	1,2%	4,4%	32,4%	47,9%	14,1%
	Acumulado: 5,5%			62,1%	
	Diferencial A/D: 56,6%				

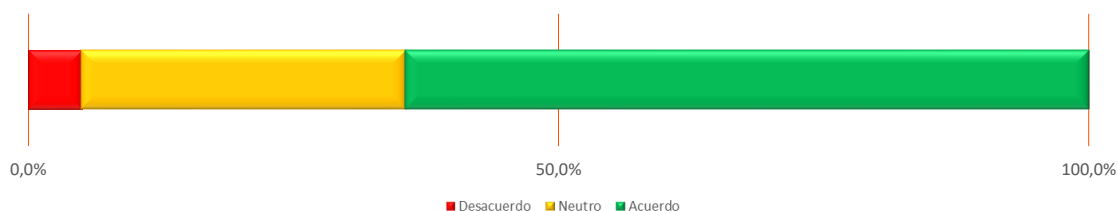
3.3.2 Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Productos de Consumo

SC2. En mi país, las empresas españolas del Sector Productos de Consumo tienen buena imagen



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Consumo	5,0%	64,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Consumo



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Consumo:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Consumo	0,5%	4,5%	30,5%	51,3%	13,1%
	Acumulado: 5,0%		64,4%		
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	59,4%				

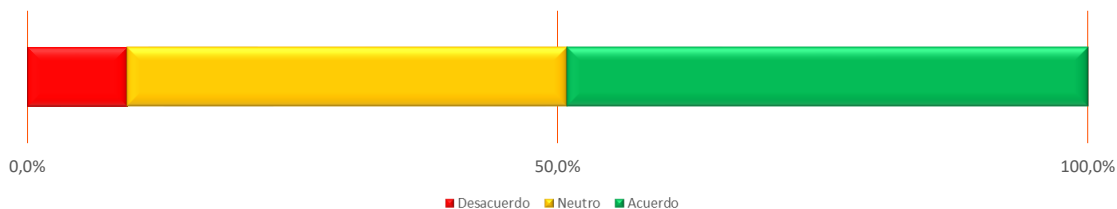
3.3.3 Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Construcción de Grandes Obras Públicas

SC3. En mi país, las empresas españolas del Sector Construcción de Grandes Obras Públicas tienen buena imagen



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Construcción de Grandes Obras Públicas	9,4%	49,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas del Sector Construcción de Grandes Obras Públicas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la imagen de las Empresas Españolas del Sector Construcción de Grandes Obras Públicas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Construcción de Grandes Obras Públicas	1,6%	7,9%	41,5%	39,3%	9,8%
	Acumulado: 9,4%			49,1%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	39,7%				

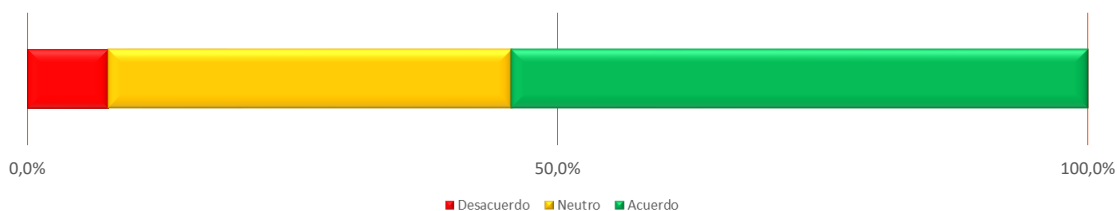
3.3.4 Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras

SC4. En mi país, las empresas españolas del Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras tienen buena imagen



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras	7,6%	54,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras	1,4%	6,2%	38,1%	44,3%	10,0%
	Acumulado: 7,6%		54,3%		
	Diferencial A/D: 46,7%				

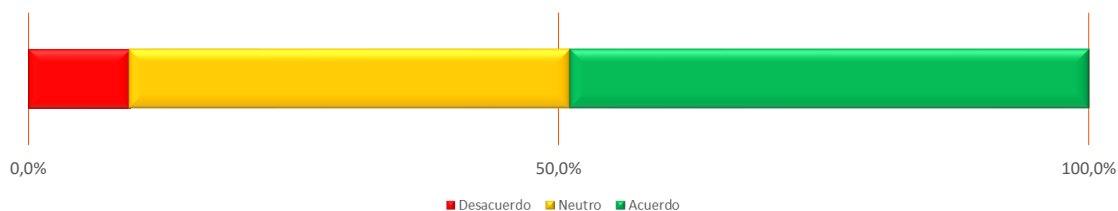
3.3.5 Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Productos de Alimentación

SC5. En mi país, las empresas españolas del Sector Productos de Alimentación tienen buena imagen



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Alimentación	9,5%	48,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Alimentación



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Alimentación:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Alimentación	1,7%	7,9%	41,6%	38,2%	10,7%
	Acumulado: 9,5%			48,9%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	39,4%				

3.4 Admiración hacia las Empresas Españolas

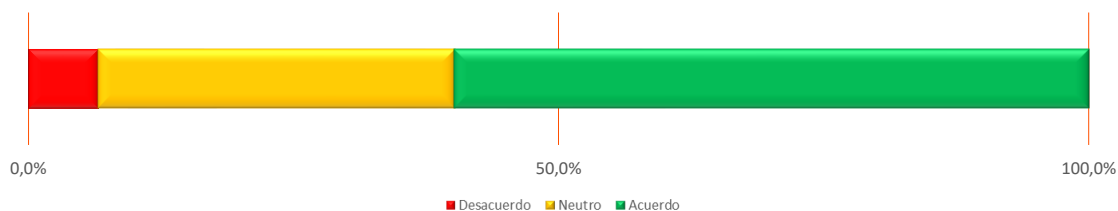
3.4.1 Deseo de Trabajar en una Empresa Española

AD1. En relación con las empresas españolas siento que me gustaría trabajar en una empresa española



Indicador	Detractores	Promotores	
Deseo de Trabajar en una Empresa Española	6,6%	59,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción del deseo de trabajar en una Empresa Española



Frecuencias de Respuestas en relación con el deseo de trabajar en una Empresa Española:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Deseo de Trabajar en una Empresa Española	2,1%	4,5%	33,6%	42,9%	16,9%
	Acumulado: 6,6%			59,8%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	53,2%				

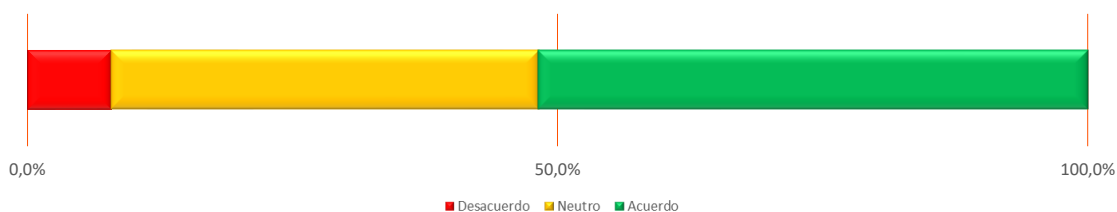
3.4.2 Admiración hacia las Empresas Españolas

AD2. En relación con las empresas españolas siento admiración



Indicador	Detractores	Promotores	
Admiración hacia las Empresas Españolas	7,9%	51,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de admiración hacia las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de admiración hacia las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Admiración hacia las Empresas Españolas	1,4%	6,5%	40,3%	40,8%	11,0%
	Acumulado: 7,9%			51,8%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	43,9%				

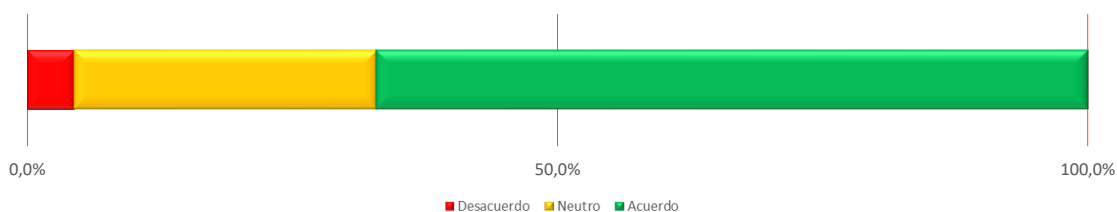
3.4.3 Respeto hacia las Empresas Españolas

AD3. En relación con las empresas españolas siento respeto



Indicador	Detractores	Promotores	
Respeto hacia las Empresas Españolas	4,4%	67,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de respeto hacia las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de respeto hacia las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto hacia las Empresas Españolas	0,8%	3,6%	28,6%	53,6%	13,4%
	Acumulado: 4,4%			67,1%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	62,7%				

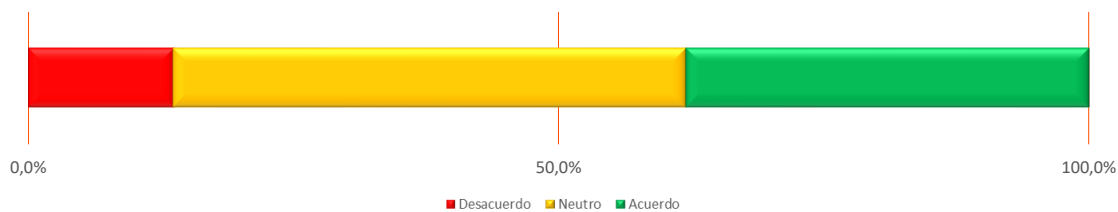
3.4.4 Devoción hacia las Empresas Españolas

AD4. En relación con las empresas españolas siento devoción



Indicador	Detractores	Promotores	
Devoción hacia las Empresas Españolas	13,7%	38,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de devoción hacia las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de devoción hacia las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Devoción hacia las Empresas Españolas	3,5%	10,2%	48,3%	29,5%	8,5%
	Acumulado: 13,7%			38,0%	
	Diferencial A/D: 24,3%				

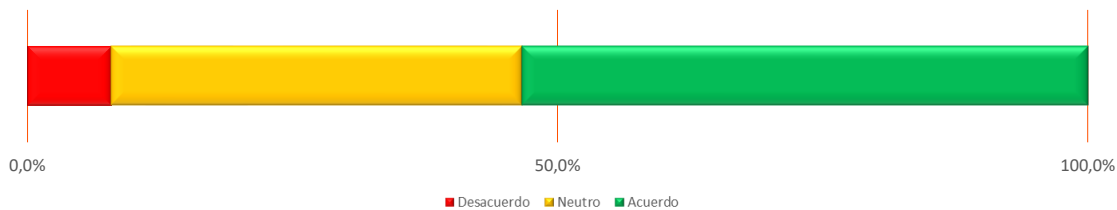
3.4.5 Asombro ante las Empresas Españolas

AD5. En relación con las empresas españolas siento que me sorprenden (asombro positivo)



Indicador	Detractores	Promotores	
Asombro ante las Empresas Españolas	7,9%	53,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de asombro ante las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de asombro ante las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Asombro ante las Empresas Españolas	1,4%	6,5%	38,8%	41,3%	12,0%
	Acumulado: 7,9%			53,4%	
	Diferencial A/D: 45,5%				

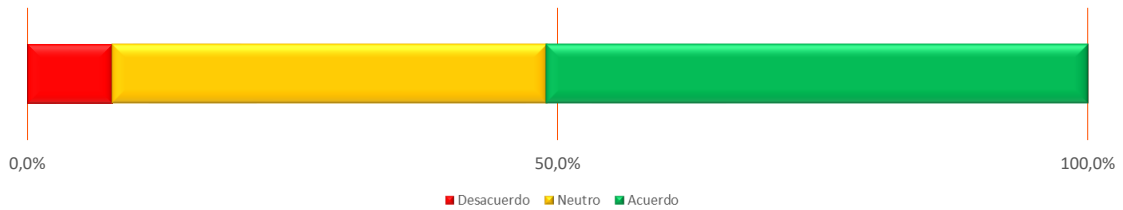
3.4.6 Sentimiento de Inspiración en relación con las Empresas Españolas

AD6. En relación con las empresas españolas siento inspiración



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Sentimiento de Inspiración en relación con las Empresas Españolas	8,0%	51,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de sentimiento de inspiración en relación con las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de sentimiento de inspiración en relación con las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Sentimiento de Inspiración en relación con las Empresas Españolas	2,5%	5,6%	41,0%	39,0%	12,0%
	Acumulado: 8,0% Desacuerdo			51,0% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 43,0%				

3.5 Confianza

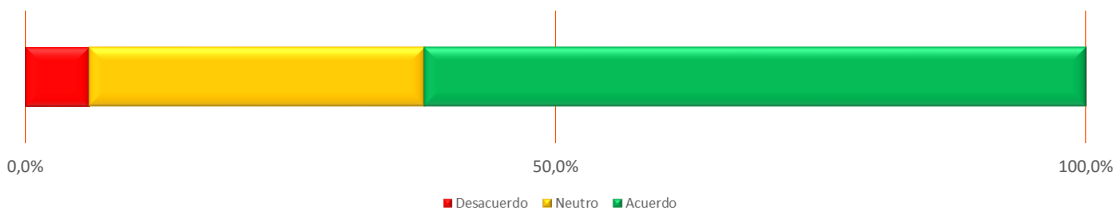
3.5.1 Confianza Depositada en las Empresas Españolas

BT1. Confío en las Empresas Españolas



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Confianza Depositada en las Empresas Españolas	6,0%	62,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Confianza depositada en las Empresas Españolas por los jóvenes en México



Frecuencias de Respuestas en relación con la confianza depositada en las Empresas Españolas por los jóvenes en México:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza Depositada en las Empresas Españolas	3,1%	2,9%	31,6%	47,2%	15,1%
	Acumulado: 6,0%			62,4%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	56,4%				

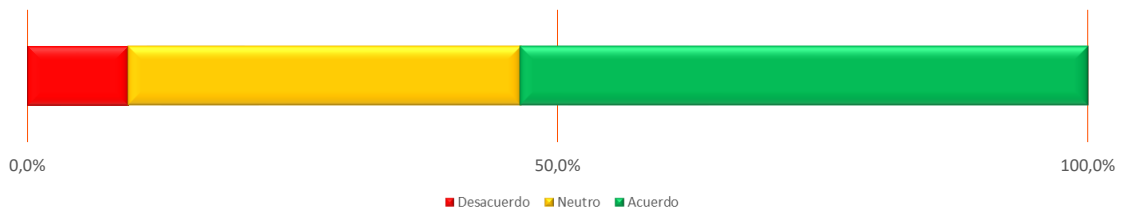
3.5.2 Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Precedente

BT1a. Hace un año confiaba en las Empresas Españolas



Indicador	Detractores	Promotores	
Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Precedente	9,5%	53,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Confianza depositada en las Empresas Españolas por los jóvenes en México en el Año Precedente



Frecuencias de Respuestas en relación con la confianza depositada en las Empresas Españolas por los jóvenes en México en el Año Precedente:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Precedente	2,8%	6,7%	37,0%	42,1%	11,3%
	Acumulado: 9,5%			53,5%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	44,0%				

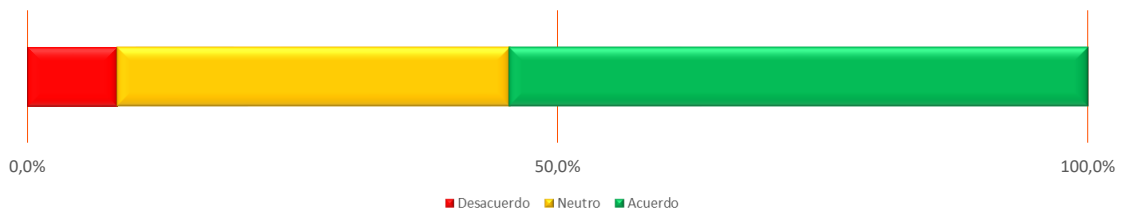
3.5.3 Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Posterior

BT1b. Dentro de un año confiaré en las Empresas Españolas



Indicador	Detractores	Promotores	
Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Posterior	8,4%	54,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Confianza depositada en las Empresas Españolas por los jóvenes en México en el Año Posterior



Frecuencias de Respuestas en relación con la confianza depositada en las Empresas Españolas por los jóvenes en México en el Año Posterior:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Posterior	3,5%	5,0%	37,0%	42,2%	12,3%
	Acumulado: 8,4%			54,5%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	46,1%				

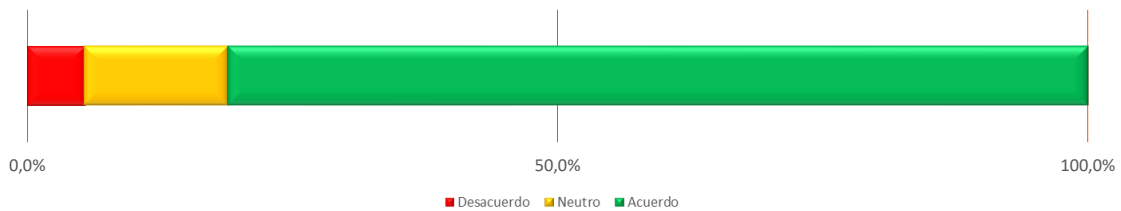
3.5.4 Utilidad Percibida de las Empresas Españolas

BT2. Las Empresas Españolas, con sus productos y servicios, me aportan utilidad



Indicador	Detractores	Promotores	
Utilidad de las Empresas Españolas	5,4%	81,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de utilidad de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de utilidad de las Empresas Españolas por los jóvenes en México:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Utilidad de las Empresas Españolas	2,1%	3,3%	13,5%	54,8%	26,3%
	Acumulado: 5,4%			81,0%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	75,6%				

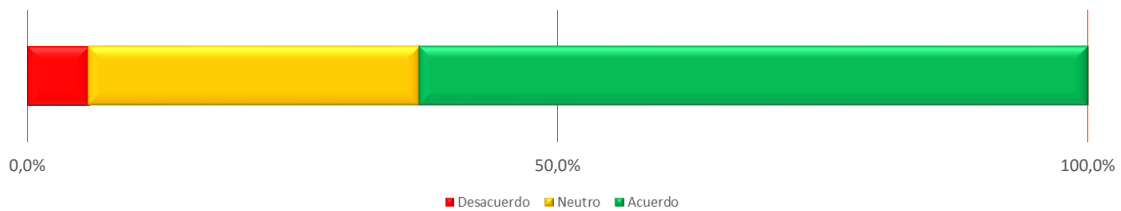
3.5.5 Seguridad Percibida de las Empresas Españolas

BT3. Las Empresas Españolas, con sus productos y servicios, me ofrecen seguridad



Indicador	Detractores	Promotores	
Seguridad Ofrecida por las Empresas Españolas	5,8%	63,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de seguridad ofrecida por las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de seguridad ofrecida por las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Seguridad Ofrecida por las Empresas Españolas	1,5%	4,2%	31,2%	45,9%	17,1%
	Acumulado: 5,8%			63,0%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	57,2%				

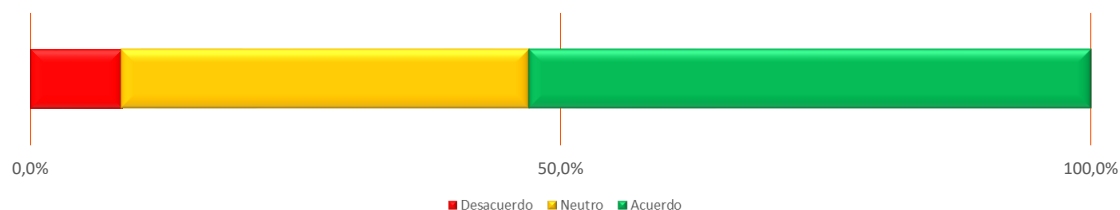
3.5.6 Garantía de Éxito Percibida de las Empresas Españolas

BT4. Comprar los productos y servicios de las Empresas Españolas es una garantía de éxito



Indicador	Detractores	Promotores	
Garantía de Éxito	8,6%	53,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los productos y servicios de las Empresas Españolas como una garantía de éxito



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los productos y servicios de las Empresas Españolas como una garantía de éxito:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Garantía de Éxito	1,9%	6,7%	38,4%	39,9%	13,1%
	Acumulado: 8,6%			53,0%	
	Diferencial A/D: 44,4%				

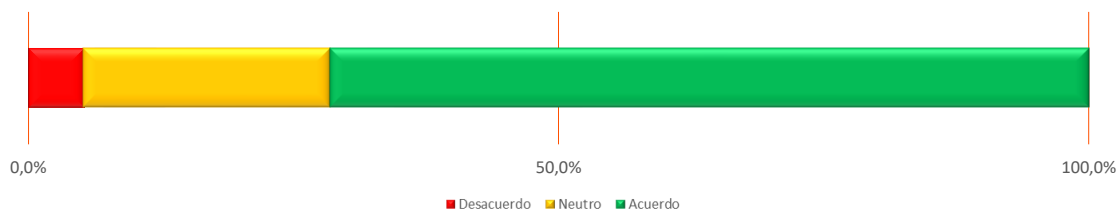
3.5.7 Ayuda Aportada por las Empresas Españolas

BT5. Las Empresas Españolas, con sus productos y servicios, me ayudan



Indicador	Detractores	Promotores	
Ayuda Aportada por las Empresas Españolas	5,2%	71,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de ayuda aportada por las Empresas Españolas con sus productos y servicios



Frecuencias de Respuestas en relación con la ayuda aportada por las Empresas Españolas con sus productos y servicios:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Ayuda Aportada por las Empresas Españolas	1,7%	3,5%	23,2%	53,7%	17,9%
	Acumulado: 5,2%			71,6%	
	Diferencial A/D: 66,4%				

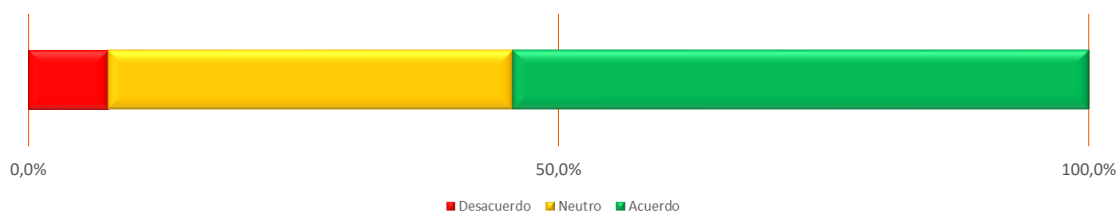
3.5.8 Aporte de Valor de las Empresas Españolas

BT6. Las Empresas Españolas, con sus productos y servicios, me aportan valor



Indicador	Detractores	Promotores	
Valor Aportado por las Empresas Españolas	7,5%	54,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Valor Aportado por las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con el valor aportado por las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Valor Aportado por las Empresas Españolas	1,5%	6,0%	38,2%	43,8%	10,5%
	Acumulado: 7,5%			54,3%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	46,8%				

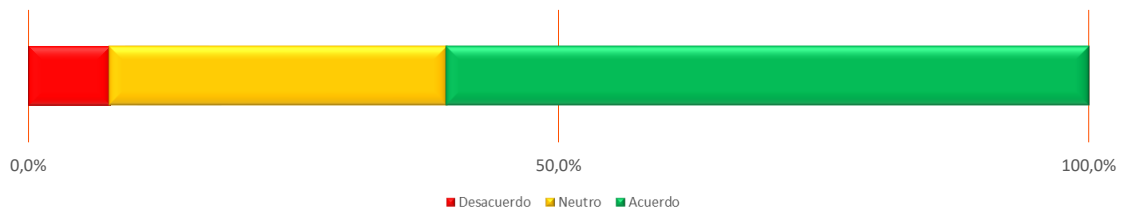
3.5.9 Recomendación de las Empresas Españolas

BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas



Indicador	Detractores	Promotores	
Recomendación de las Empresas Españolas	7,7%	60,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Recomendación de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la recomendación de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Recomendación de las Empresas Españolas	2,2%	5,4%	31,8%	45,6%	15,0%
	Acumulado: 7,7%			60,5%	
	Diferencial A/D: 52,9%				



3.6 Valor Aportado por las Empresas Españolas al País

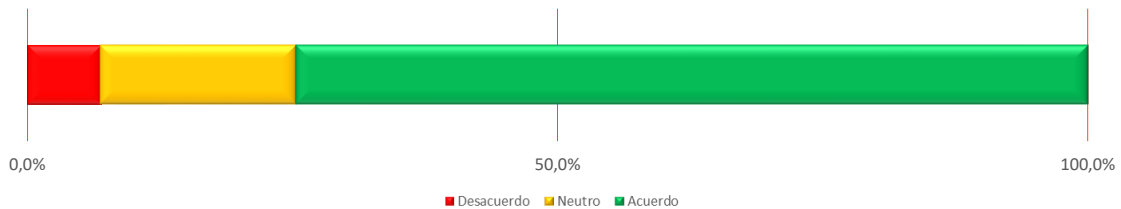
3.6.1 Valor Aportado al País

BT8. La presencia de empresas españolas aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Valor Aportado al País por la presencia de Empresas Españolas	6,9%	74,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Valor aportado al país por las Empresas Españolas según los jóvenes en México



Frecuencias de Respuestas en relación con el valor aportado por las Empresas Españolas al país según los jóvenes en México:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Valor Aportado al País por las Empresas Españolas	2,9%	4,0%	18,5%	51,3%	23,3%
	Acumulado: 6,9%			74,6%	
	Diferencial A/D: 67,8%				

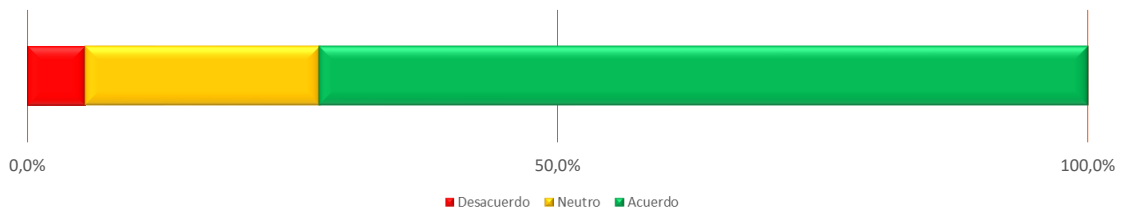
3.6.2 Beneficioso para el País

VA1. La presencia de empresas españolas es buena para nuestro país



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Beneficio Percibido por la Presencia de Empresas Españolas en el País	5,4%	72,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Beneficio percibido por la presencia de Empresas Españolas en el país por los jóvenes en México



Frecuencias de Respuestas en relación con el beneficio percibido para el país por la presencia de Empresas Españolas por los jóvenes en México:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Beneficio Percibido por la Presencia de Empresas Españolas en el País	1,9%	3,5%	22,1%	51,8%	20,7%
	Acumulado: 5,4%			72,5%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	67,0%				

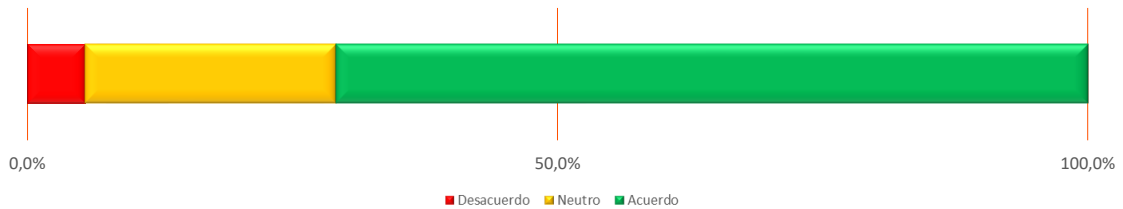
3.6.3 Contribución al Desarrollo del País

VA2. La presencia de empresas españolas en México contribuye al desarrollo de nuestro país



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Contribución al Desarrollo del País por parte de las Empresas Españolas	5,4%	70,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Contribución de la presencia de Empresas Españolas al Desarrollo del País según los jóvenes en México



Frecuencias de Respuestas en relación con la contribución de la presencia de Empresas Españolas al Desarrollo del País según los jóvenes en México:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución al Desarrollo del País por parte de las Empresas Españolas	1,9%	3,5%	23,7%	51,0%	19,9%
	Acumulado: 5,4%			70,9%	
	Diferencial A/D: 65,5%				

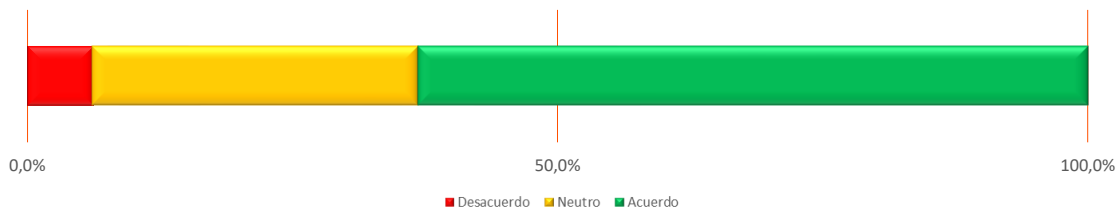
3.6.4 Aporte de Conocimiento al País

VA3. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Conocimiento



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Conocimiento	6,2%	63,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de conocimiento al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de conocimiento al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Conocimiento	1,4%	4,7%	30,7%	48,8%	14,4%
	Acumulado: 6,2%			63,2%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	57,0%				

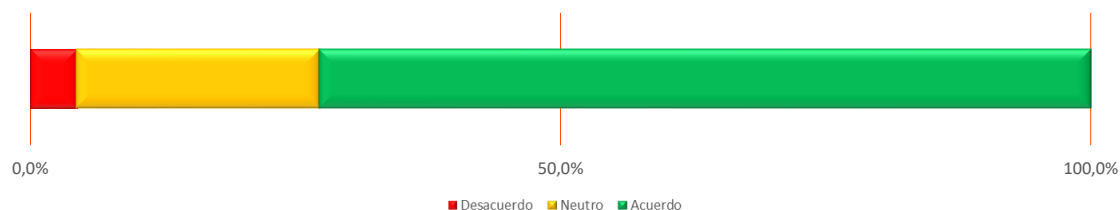
3.6.5 Aporte de Experiencia al País

VA4. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Experiencia



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Experiencia	4,3%	72,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de experiencia al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de experiencia al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Experiencia	1,1%	3,3%	22,9%	55,8%	16,9%
	Acumulado: 4,3%			72,7%	
	Diferencial A/D: 68,4%				

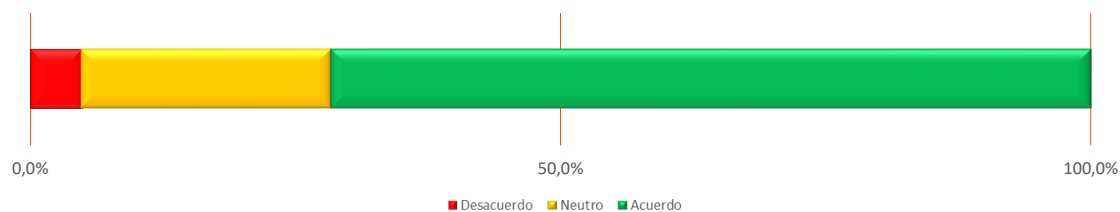
3.6.6 Aporte de Innovación al País

VA5. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Innovación



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Innovación	4,8%	71,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de innovación al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de innovación al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Innovación	1,0%	3,9%	23,6%	51,8%	19,8%
	Acumulado: 4,8%		71,6%		
	Diferencial A/D: 66,8%				

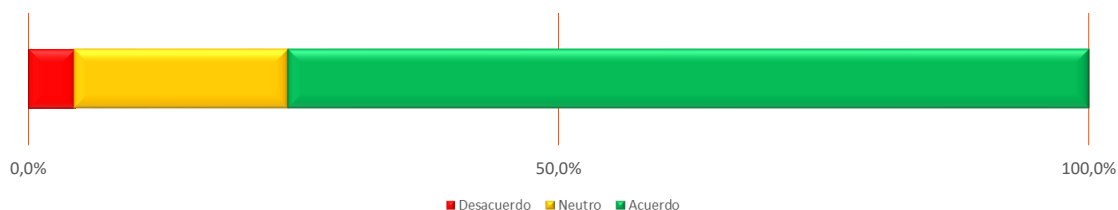
3.6.7 Aporte de Tecnología al País

VA6. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Tecnología



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Tecnología	4,3%	75,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de Tecnología a País por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de Tecnología al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Tecnología	0,8%	3,5%	20,2%	52,8%	22,7%
	Acumulado: 4,3%			75,5%	
	Diferencial A/D: 71,1%				

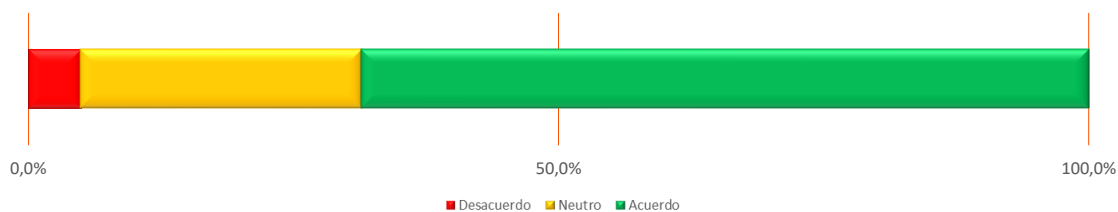
3.6.8 Aporte de Nuevas Formas de Organización

VA7. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Nuevas Formas de Organización



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: de Nuevas Formas de Organización	5,0%	68,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de Nuevas Formas de Organización al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de Nuevas Formas de Organización al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Nuevas Formas de Organización	0,8%	4,1%	26,4%	51,8%	16,8%
	Acumulado: 5,0%		68,6%		
	Diferencial A/D: 63,6%				

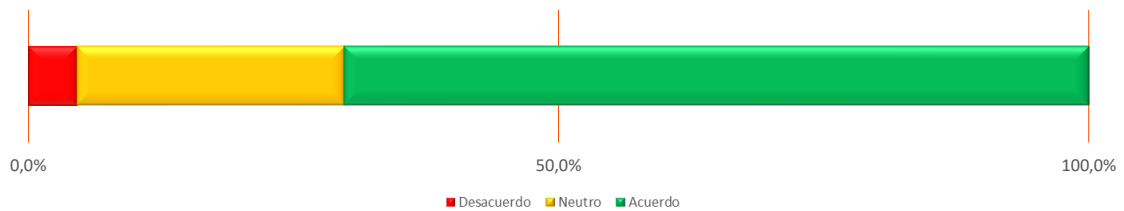
3.6.9 Aporte de Nuevos Modelos de Gestión

VA8. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Nuevos Modelos de Gestión



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Aporte de las Empresas Españolas al País: Nuevos Modelos de Gestión	4,6%	70,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de aporte de Nuevos Modelos de Gestión al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de Nuevos Modelos de Gestión al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Nuevos Modelos de Gestión	0,6%	4,0%	25,2%	54,0%	16,2%
	Acumulado: 4,6%		70,2%		
	Diferencial A/D: 65,6%				

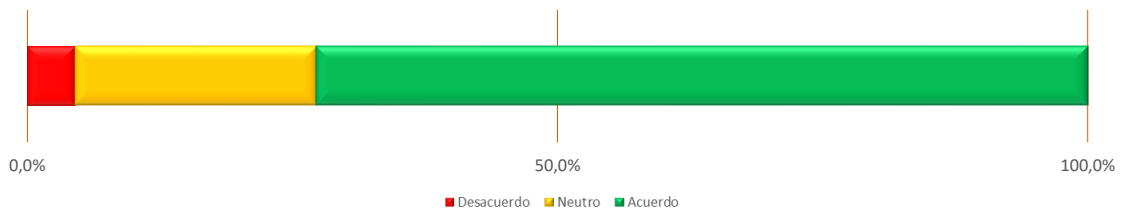
3.6.10 Aporte de Inversiones que Benefician al País

VA9. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Inversiones que benefician al país



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Inversiones que Benefician al País	4,5%	72,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de inversiones que benefician al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de inversiones que benefician al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Inversiones que Benefician al País	1,7%	2,8%	22,8%	50,4%	22,3%
	Acumulado: 4,5%			72,7%	
	Diferencial A/D: 68,2%				

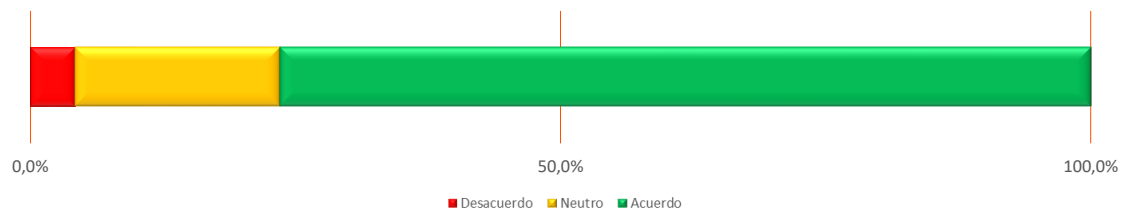
3.6.11 Aporte de Oportunidades de Desarrollo Económico

VA10. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Oportunidades de Desarrollo Económico



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Oportunidades de Desarrollo Económico	4,2%	76,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de Oportunidades de Desarrollo Económico al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de Oportunidades de Desarrollo Económico al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Oportunidades de Desarrollo Económico	1,3%	2,9%	19,3%	53,7%	22,7%
	Acumulado: 4,2%			76,4%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	72,2%				

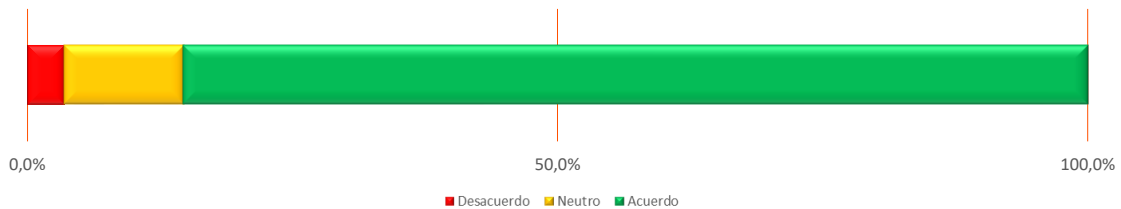
3.6.12 Contribución a la Creación de Empleo en el País

VA11. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Crear Empleo



Indicador	Detractores	Promotores	
Contribución de las Empresas Españolas al País: Creación de Empleo	3,4%	85,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de contribución a la Creación de Empleo en el país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución a la Creación de Empleo en el país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas al País: Creación de Empleo	1,3%	2,1%	11,3%	54,6%	30,7%
	Acumulado: 3,4%			85,3%	
	Diferencial A/D: 81,8%				

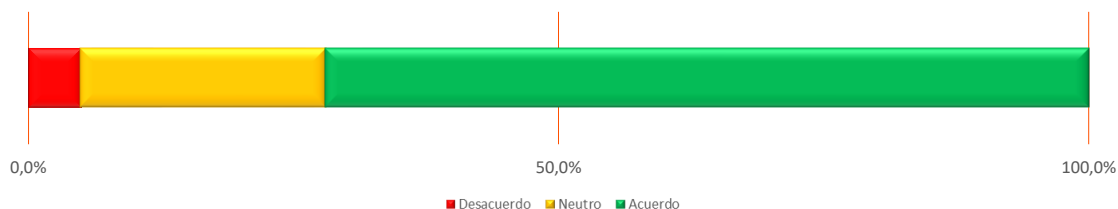
3.6.13 Contribución a la Creación de Empleo Estable y de Calidad en el País

VA12. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Crear Empleo Estable y de Calidad



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Contribución de las Empresas Españolas al País: Creación de Empleo Estable y de Calidad	4,9%	72,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de contribución a la Creación de Empleo Estable y de Calidad en el país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución a la Creación de Empleo Estable y de Calidad en el país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas al País: Creación de Empleo Estable y de Calidad	1,2%	3,7%	23,1%	51,0%	20,9%
	Acumulado: 4,9%			72,0%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	67,0%				

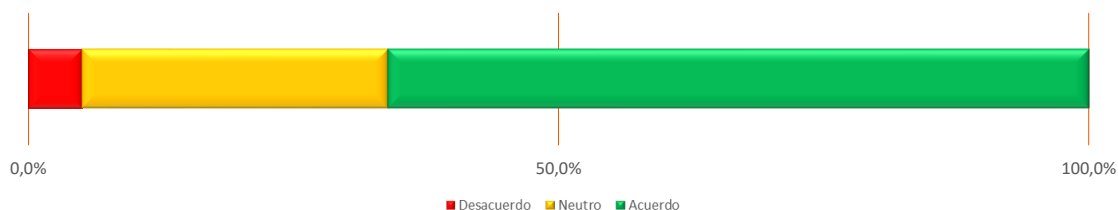
3.6.14 Contribución a Modernizar el País

VA13. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Modernizar el País



Indicador	Detractores	Promotores	
Contribución de las Empresas Españolas a: Modernizar el País	5,0%	66,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de contribución de las Empresas Españolas a Modernizar el País



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución de las Empresas Españolas a Modernizar el País:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas a: Modernizar el País	1,2%	3,8%	28,9%	47,4%	18,7%
	Acumulado: 5,0%			66,1%	
	Diferencial A/D: 61,0%				

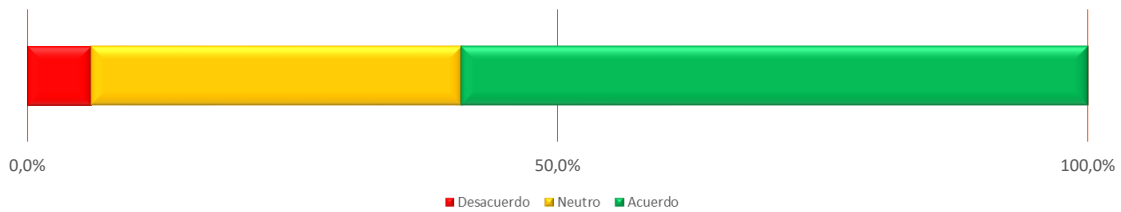
3.6.15 Contribución a Mejorar el Bienestar de la Población

VA14. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Mejorar el Bienestar de la Población



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar el Bienestar de la Población	6,0%	59,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar el Bienestar de la Población



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar el Bienestar de la Población:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar el Bienestar de la Población	1,7%	4,3%	34,9%	44,2%	14,9%
	Acumulado: 6,0%		59,0%		
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	53,0%				

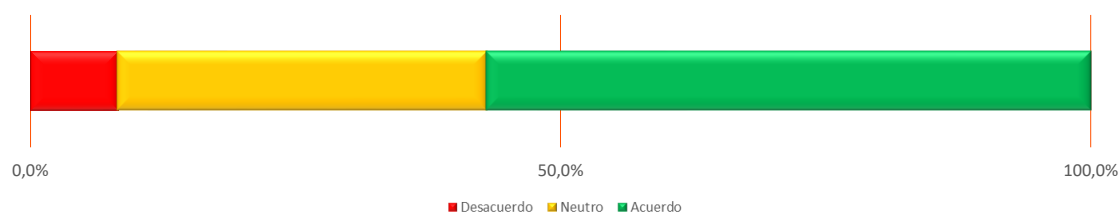
3.6.16 Contribución a Mejorar las Infraestructuras

VA15. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Mejorar las Infraestructuras



Indicador	Detractores	Promotores	
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar las Infraestructuras	8,2%	56,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar las Infraestructuras



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar las Infraestructuras:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar las Infraestructuras	1,7%	6,5%	34,8%	42,8%	14,1%
	Acumulado: 8,2%			56,9%	
	Diferencial A/D: 48,7%				

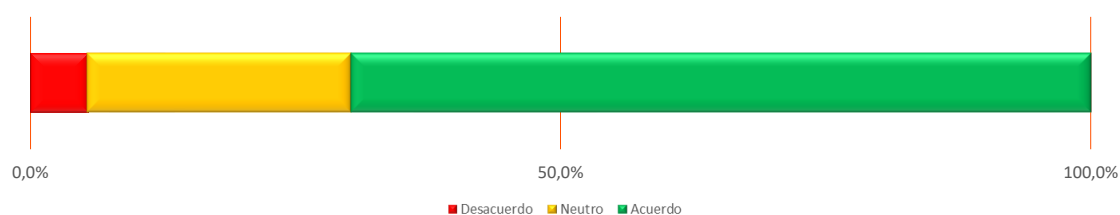
3.6.17 Contribución a Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente

VA16. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente



Indicador	Detractores	Promotores	
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente	5,4%	69,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente	1,5%	3,9%	24,8%	51,9%	17,8%
	Acumulado: 5,4%			69,7%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	64,3%				

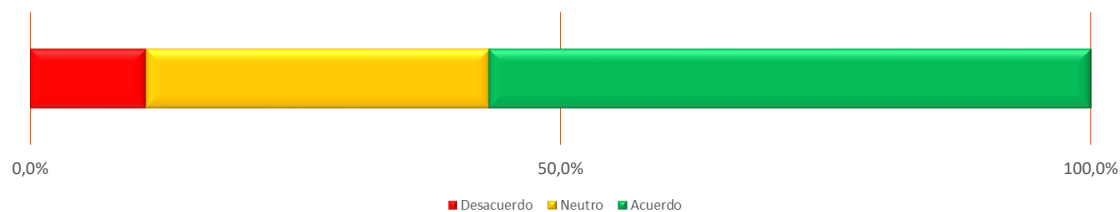
3.6.18 Contribución a Mejorar los Servicios Públicos

VA17. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Mejorar los Servicios Públicos



Indicador	Detractores	Promotores	
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar los Servicios Públicos	10,9%	56,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar los Servicios Públicos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar los Servicios Públicos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar los Servicios Públicos	2,6%	8,4%	32,3%	40,7%	16,0%
	Acumulado: 10,9%			56,7%	
	Diferencial A/D: 45,8%				

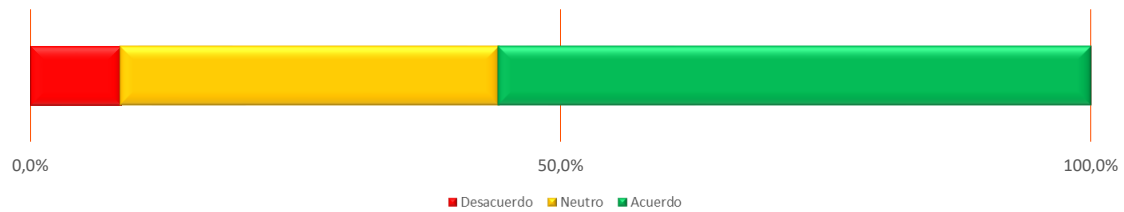
3.6.19 Contribución a Mejorar mi País

VA18. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Mejorar mi País



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar mi País	8,5%	55,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar mi País



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar mi País:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar mi País	2,3%	6,2%	35,7%	42,1%	13,8%
	Acumulado: 8,5%			55,8%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	47,4%				



3.7 Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas

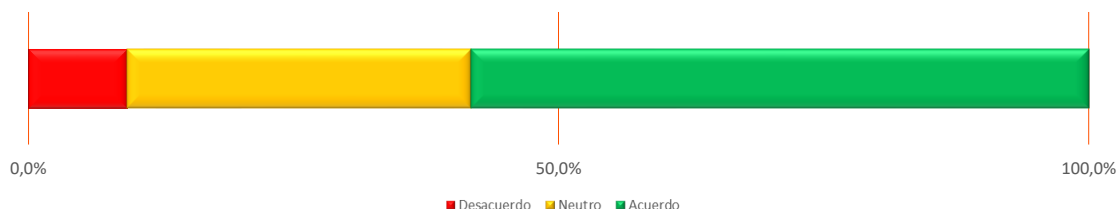
3.7.1 Respeto a la Cultura Local

RP1. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas Respetan la Cultura Local



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Respeto por la Cultura Local	9,3%	58,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de Respeto por la Cultura Local por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de Respeto por la Cultura Local por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto por la Cultura Local	2,4%	7,0%	32,4%	48,0%	10,3%
	Acumulado: 9,3%			58,3%	
	Diferencial A/D: 48,9%				

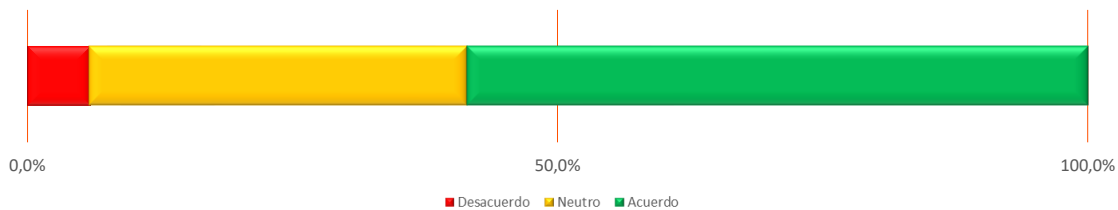
3.7.2 Respeto a los Empleados

RP2. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas Respetan a sus Empleados



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Respeto a los Empleados País	5,8%	58,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de Respeto a los Empleados por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de Respeto a los Empleados por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto a los Empleados País	0,9%	5,0%	35,7%	47,7%	10,8%
	Acumulado: 5,8%			58,5%	
	Diferencial A/D: 52,7%				

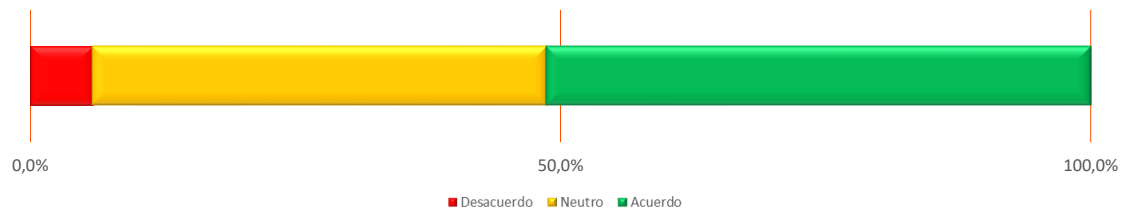
3.7.3 Preocupación por los Empleados

RP3. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas se Preocupan por sus Empleados



Indicador	Detractores	Promotores	
Preocupación por los Empleados	5,8%	51,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Preocupación por los Empleados por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de Preocupación por los Empleados por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Preocupación por los Empleados	0,9%	5,0%	42,9%	41,5%	9,8%
	Acumulado: 5,8%			51,3%	
	Diferencial A/D: 45,5%				

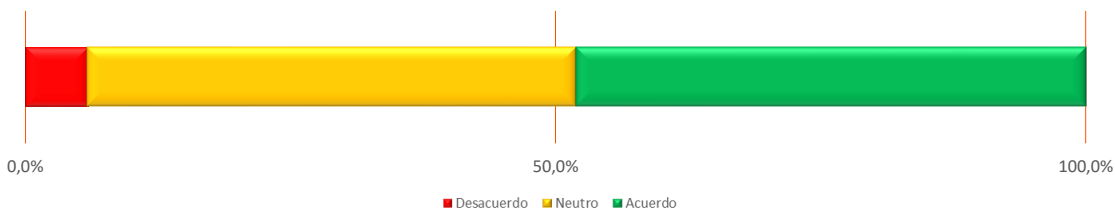
3.7.4 Relación con los Empleados

RP4. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas tienen buena relación con sus empleados



Indicador	Detractores	Promotores	
Buena Relación con los Empleados por parte de las Empresas Españolas	5,8%	48,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de mantenimiento de buenas relaciones con los empleados por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de mantenimiento de buenas relaciones con los empleados por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Buena Relación con los Empleados por parte de las Empresas Españolas	0,5%	5,3%	46,1%	38,8%	9,3%
	Acumulado: 5,8% Desacuerdo			48,1% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 42,2%				

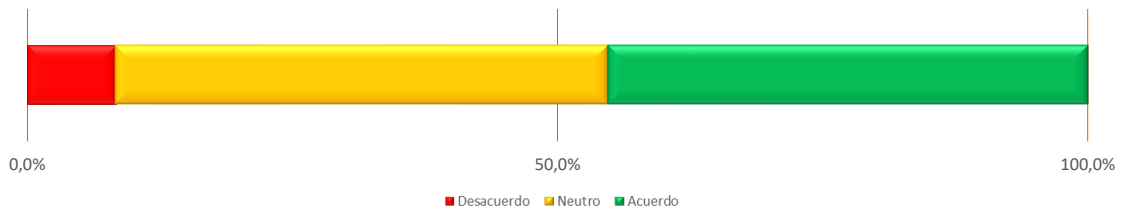
3.7.5 Condiciones Laborales

RP5. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Mejores Condiciones Laborales de las Empresas Españolas en relación con las empresas locales	8,3%	45,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de mejores condiciones laborales de las Empresas Españolas en relación con las empresas locales



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de mejores condiciones laborales de las Empresas Españolas en relación con las empresas locales:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Mejores Condiciones Laborales de las Empresas Españolas en relación con las empresas locales	1,5%	6,8%	46,5%	35,2%	10,1%
	Acumulado: 8,3%			45,2%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	36,9%				

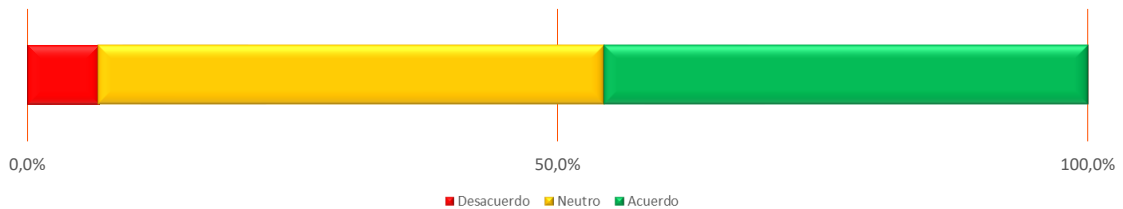
3.7.6 Remuneración

RP6. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas remunerar mejor que las empresas locales



Indicador	Detractores	Promotores	
Mejor Remuneración que las Empresas Locales	6,7%	45,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de mejor remuneración por parte de las Empresas Españolas en relación con las empresa locales



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de mejor remuneración por parte de las Empresas Españolas en relación con las empresa locales:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Mejor Remuneración que las Empresas Locales	1,6%	5,1%	47,7%	35,9%	9,7%
	Acumulado: 6,7% Desacuerdo			45,6% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 38,9%				

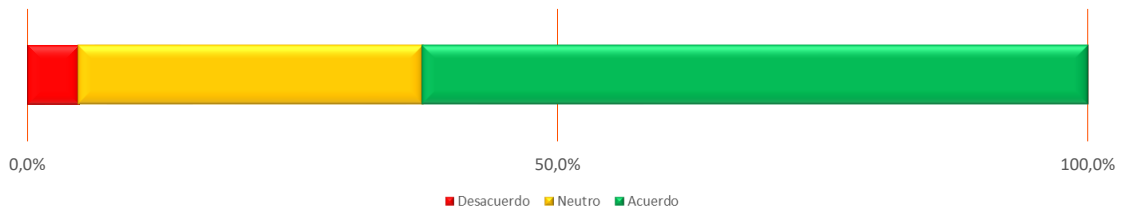
3.7.7 Relación con los Clientes

RP7. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas tienen buena relación con sus clientes



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Buena Relación con los Clientes	4,8%	62,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de mantenimiento de buena relación con los clientes por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de mantenimiento de Buena relación con los clientes por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Buena Relación con los Clientes	0,5%	4,3%	32,4%	50,6%	12,2%
	Acumulado: 4,8% Desacuerdo			62,7% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 57,9%				

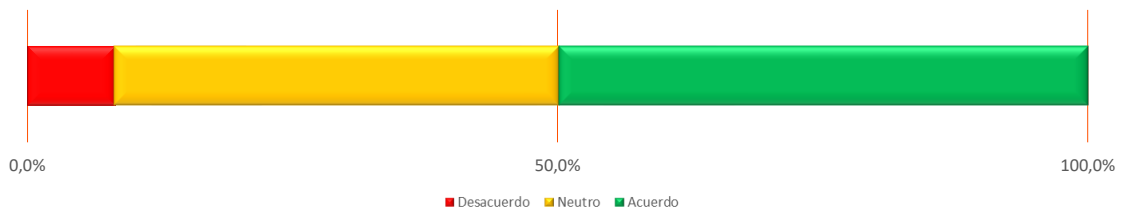
3.7.8 Transparencia con la Información

RP8. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son transparentes con la información



Indicador	Detractores	Promotores	
Transparencia con la Información	8,2%	49,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de transparencia con la información por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de transparencia con la información por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Transparencia con la Información	1,4%	6,8%	42,0%	39,0%	10,8%
	Acumulado: 8,2%			49,8%	
	Diferencial A/D: 41,6%				

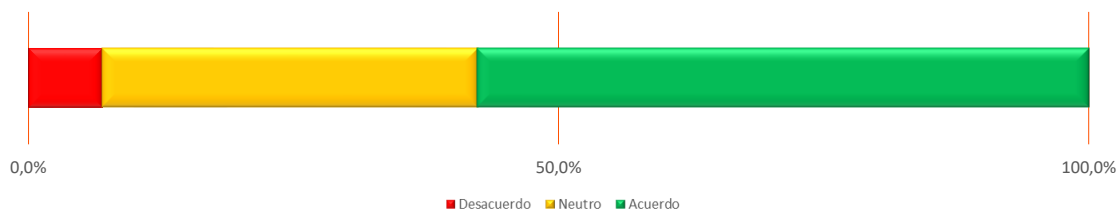
3.7.9 Responsabilidad Social

RP9. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son socialmente responsables



Indicador	Detractores	Promotores	
Socialmente Responsables	7,0%	57,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como socialmente responsables



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como socialmente responsables:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Socialmente Responsables	1,4%	5,6%	35,4%	45,8%	11,8%
	Acumulado: 7,0%			57,6%	
	Diferencial A/D: 50,7%				

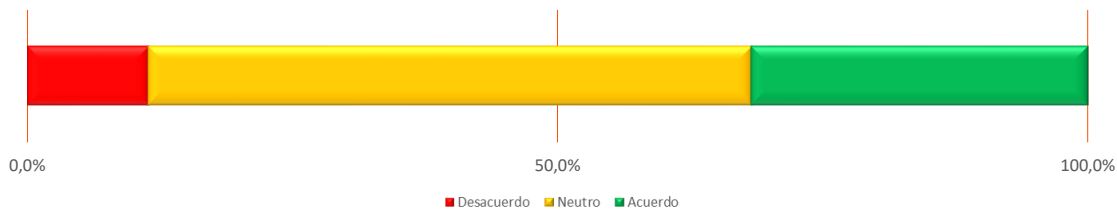
3.7.10 Comportamiento de las Empresas Españolas

RP10. Según mi experiencia, el comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España



Indicador	Detractores	Promotores	
Comportamiento Peor que en España	11,4%	31,7%	↓
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de comportamiento de las Empresas Españolas en el entorno local peor que en España



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de comportamiento de las Empresas Españolas en el entorno local peor que en España:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Comportamiento Peor que en España	1,7%	9,7%	56,9%	24,3%	7,3%
	Acumulado: 11,4%			31,7%	
	Diferencial A/D: 20,2%				



3.8 Responsabilidad Social en las Empresas Españolas

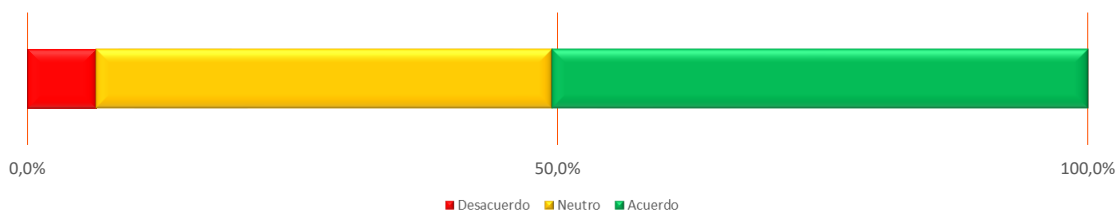
3.8.1 Ejemplo para seguir

SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir



Indicador	Detractores	Promotores	
Ejemplo para Seguir	6,5%	50,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como un ejemplo para seguir



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como un ejemplo para seguir:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Ejemplo para Seguir	1,9%	4,5%	43,0%	41,0%	9,6%
	Acumulado: 6,5%			50,5%	
	Diferencial A/D: 44,1%				

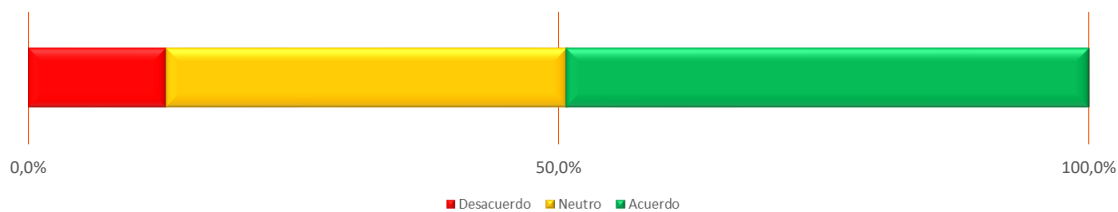
3.8.2 Patrocinio de Programas Educativos

SRS1. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por patrocinar programas educativos



Indicador	Detractores	Promotores	
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas Educativos	13,0%	49,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas educativos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas educativos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas Educativos	4,0%	8,9%	37,8%	37,6%	11,7%
	Acumulado: 13,0%			49,2%	
	Diferencial A/D: 36,3%				

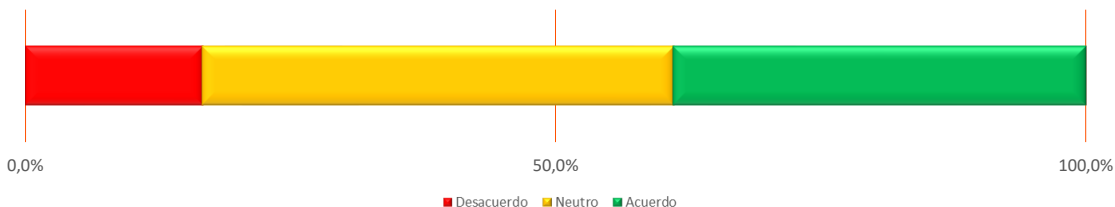
3.8.3 Patrocinio de Programas de Salud Pública

SRS2. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por patrocinar programas de salud pública



Indicador	Detractores	Promotores	
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas de Salud Pública	16,7%	38,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas de salud pública



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas de salud pública:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas de Salud Pública	3,9%	12,8%	44,4%	30,4%	8,4%
	Acumulado: 16,7%			38,9%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	22,2%				

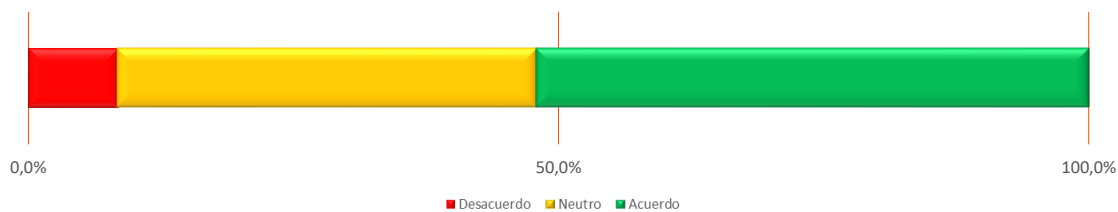
3.8.4 Patrocinio de Programas Culturales

SRS3. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por patrocinar programas culturales



Indicador	Detractores	Promotores	
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas Culturales	8,4%	52,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas culturales



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas culturales:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas Culturales	1,4%	7,0%	39,5%	42,2%	9,8%
	Acumulado: 8,4%			52,1%	
	Diferencial A/D: 43,7%				

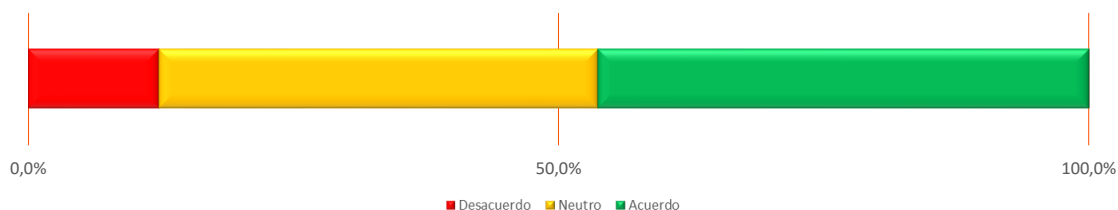
3.8.5 Compromiso con Principios Éticos

SRS4. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por mantener un alto compromiso con principios éticos



Indicador	Detractores	Promotores	
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Compromiso con Principios Éticos	12,3%	46,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas altamente comprometidas con los principios éticos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas altamente comprometidas con los principios éticos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Compromiso con Principios Éticos	2,6%	9,7%	41,5%	37,4%	8,8%
	Acumulado: 12,3%			46,2%	
	Diferencial A/D: 33,9%				

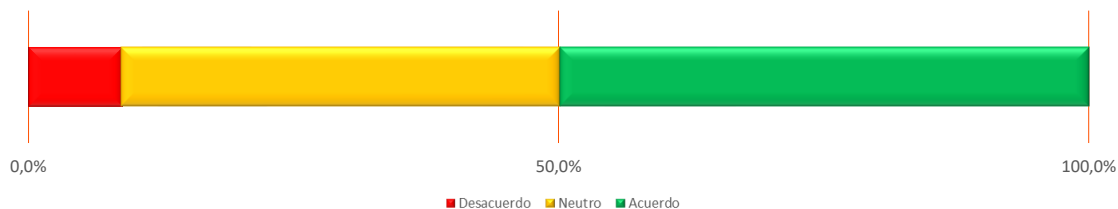
3.8.6 Donaciones Económicas a Causas Sociales

SRS5. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por realizar donaciones económicas a causas sociales



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Realizan Donaciones a Causas Sociales	8,8%	49,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de las Empresas Españolas como empresas que realizan donaciones económicas a causas sociales



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas que realizan donaciones económicas a causas sociales:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Realizan Donaciones a Causas Sociales	2,3%	6,5%	41,3%	39,1%	10,8%
	Acumulado: 8,8%			49,9%	
	Diferencial A/D: 41,1%				

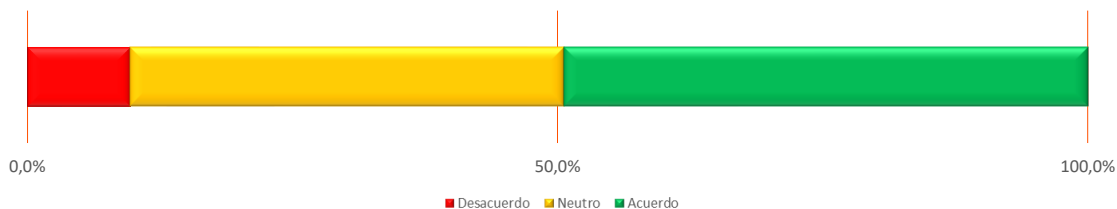
3.8.7 Mejorar la Calidad de Vida de la Comunidad

SRS6. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Ayudan a Mejorar la Calidad de Vida de la Comunidad	9,7%	49,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de las Empresas Españolas como empresas que ayudan a mejorar la calidad de vida de la Comunidad



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas que ayudan a mejorar la calidad de vida de la Comunidad:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Ayudan a Mejorar la Calidad de Vida de la Comunidad	2,3%	7,4%	40,9%	40,4%	8,9%
	Acumulado: 9,7%			49,4%	
	Diferencial A/D: 39,6%				

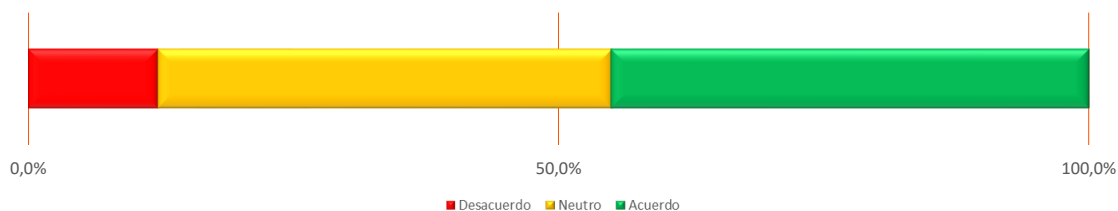
3.8.8 Patrocinio de Programas Medioambientales

SRM1. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por patrocinar programas medioambientales



Indicador	Detractores	Promotores	
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas Medioambientales	12,2%	45,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas medioambientales



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas medioambientales:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas Medioambientales	3,0%	9,2%	42,8%	36,4%	8,6%
	Acumulado: 12,2%			45,0%	
	Diferencial A/D: 32,8%				

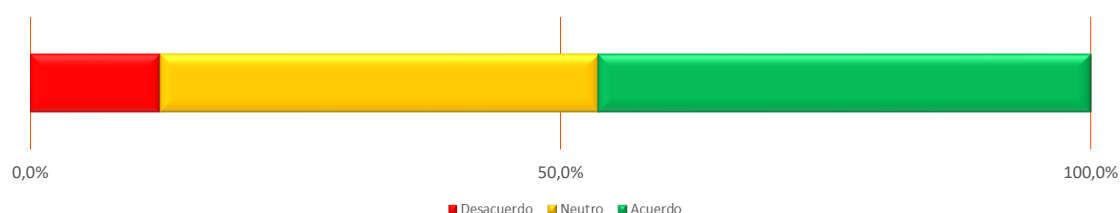
3.8.9 Oferta de Productos Compatibles con el Medioambiente

SRM2. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente



Indicador	Detractores	Promotores	
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Oferta de Productos Compatibles con el Medioambiente	12,2%	46,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como oferentes de productos compatibles con el Medioambiente



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como oferentes de productos compatibles con el Medioambiente:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Oferta de Productos Compatibles con el Medioambiente	2,3%	9,9%	41,4%	36,5%	9,9%
	Acumulado: 12,2%			46,4%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	34,2%				

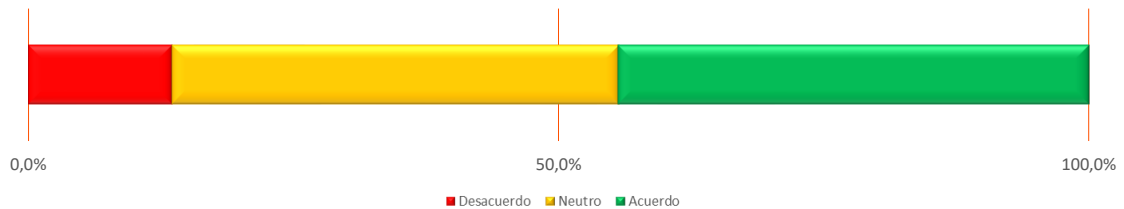
3.8.10 Programas para Reducir la Contaminación

SRM3. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por realizar programas para reducir la contaminación



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Realización de Programas para Reducir la Contaminación	13,5%	44,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de las Empresas Españolas como empresas que realizan programas para reducir la contaminación



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas que realizan programas para reducir la contaminación:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Realización de Programas para Reducir la Contaminación	3,6%	9,9%	42,1%	35,2%	9,1%
	Acumulado: 13,5%			44,3%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	30,8%				

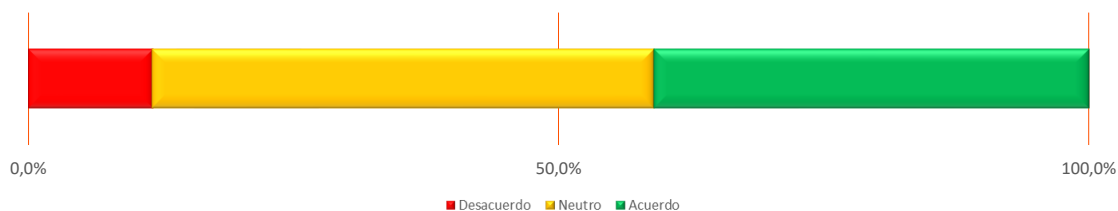
3.8.11 Reciclaje Adecuado de Materiales de Desecho

SRM4. En mi país, las empresas españolas se caracterizan reciclar sus materiales de desecho adecuadamente



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Reciclaje Adecuado de Materiales de Desecho	11,7%	41,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de las Empresas Españolas como empresas que reciclan sus materiales de desecho de forma adecuada



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas que reciclan sus materiales de desecho de forma adecuada:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Reciclaje Adecuado de Materiales de Desecho	2,1%	9,6%	47,3%	32,9%	8,1%
	Acumulado: 11,7%		41,0%		
	Diferencial A/D: 29,3%				

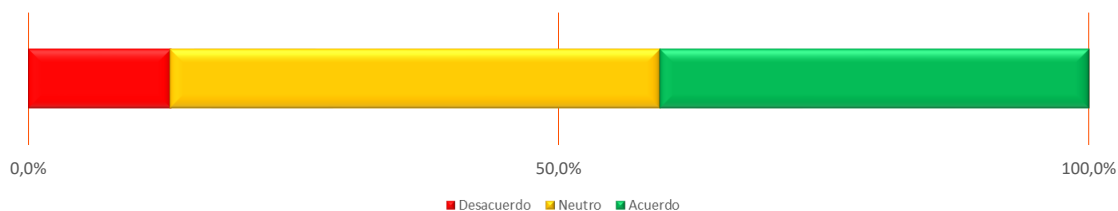
3.8.12 Utilización Sólo de los Recursos Necesarios

SRM5. En mi país, las empresas españolas se caracterizan utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Utilización sólo de Recursos Naturales Necesarios	13,4%	40,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de las Empresas Españolas como empresas que utilizan sólo los recursos naturales que sean necesarios



Frecuencias de Respuestas en relación con la de las Empresas Españolas como empresas que utilizan sólo los recursos naturales que sean necesarios:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Utilización sólo de Recursos Naturales Necesarios	3,3%	10,1%	46,2%	31,9%	8,6%
	Acumulado: 13,4%			40,4%	
	Diferencial A/D: 27,0%				



3.9 Recomendación en relación con las Empresas Españolas

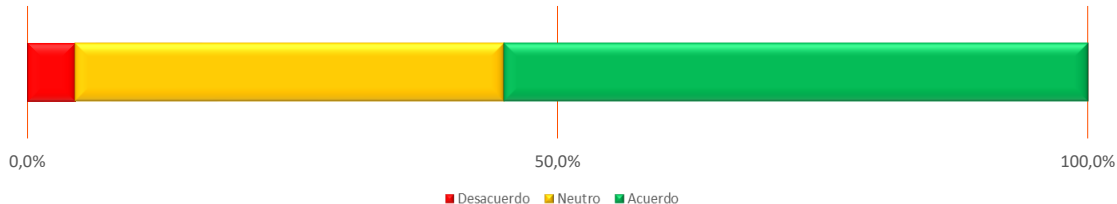
3.9.1 Recomendación para Trabajar en Empresas Españolas

BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas



Indicador	Detractores	Promotores	
Recomendación para Trabajar en Empresas Españolas	4,5%	55,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de recomendación para trabajar en Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de recomendación para trabajar en Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Recomendación para Trabajar en Empresas Españolas	1,4%	3,1%	40,5%	45,9%	9,2%
	Acumulado: 4,5%			55,0%	
	Diferencial A/D: 50,5%				

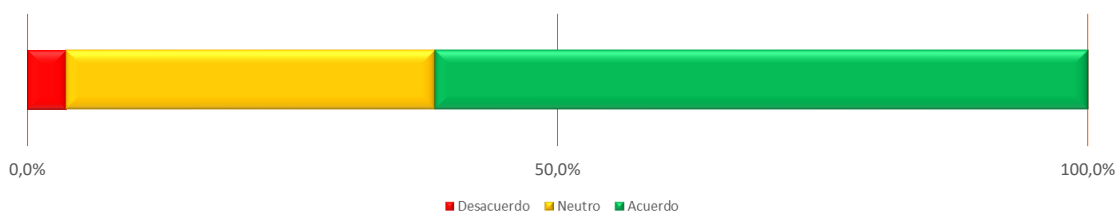
3.9.2 Recomendación para Estudiar en una Universidad o Escuela de Negocios Española

BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios Española



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Recomendación para Estudiar en una Universidad o Escuela de Negocios Española	3,6%	61,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de recomendación para estudiar en una Universidad o Escuela de Negocios Española



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de recomendación para estudiar en una Universidad o Escuela de Negocios Española:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Recomendación para Estudiar en una Universidad o Escuela de Negocios Española	0,9%	2,8%	34,8%	45,6%	16,0%
	Acumulado: 3,6%			61,6%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	57,9%				

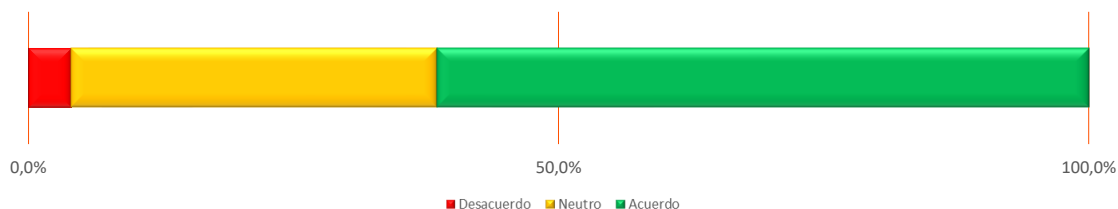
3.9.3 Recomendación para Comprar Productos y Servicios de Marcas Españolas

BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Recomendación para Comprar Productos y Servicios de Marcas Españolas	4,0%	61,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de recomendación para comprar productos y servicios de marcas españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de recomendación para comprar productos y servicios de marcas españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Recomendación para Comprar Productos y Servicios de Marcas Españolas	0,5%	3,5%	34,5%	49,0%	12,4%
	Acumulado: 4,0%			61,4%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	57,4%				



3.10 Satisfacción

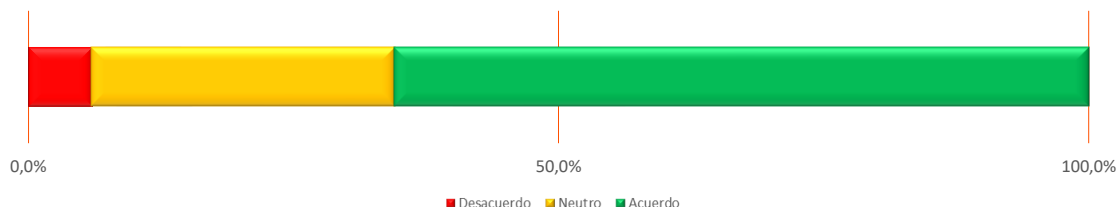
3.10.1 Nivel de Satisfacción con el Valor Aportado por las Empresas Españolas al País

ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país



Indicador	Detractores	Promotores	
Satisfacción con el Valor Aportado por las Empresas Españolas al País	5,9%	65,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Satisfacción con el valor aportado por las Empresas Españolas al País



Frecuencias de Respuestas en relación con el nivel de satisfacción con el valor aportado por las Empresas Españolas al País:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Satisfacción con el Valor Aportado por las Empresas Españolas al País	1,1%	4,8%	28,6%	53,9%	11,6%
	Acumulado: 5,9%			65,5%	
	Diferencial A/D: 59,5%				

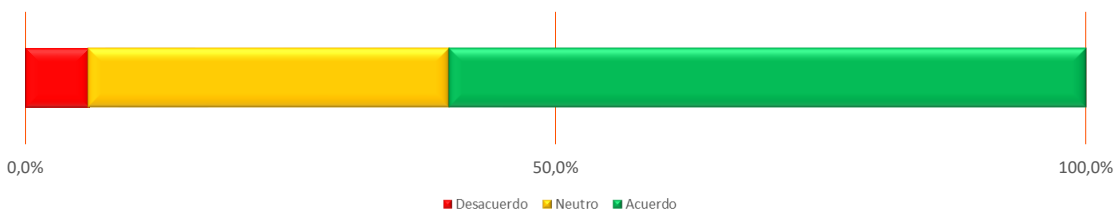
3.10.2 Nivel de Contenido con las Empresas Españolas

ST2. Estoy contento/a con las Empresas Españolas



Indicador	Detractores	Promotores	
Nivel de Contenido con las Empresas Españolas	5,9%	60,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Nivel de contenido con las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con el nivel de contenido con las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Nivel de Contenido con las Empresas Españolas	0,8%	5,2%	34,0%	49,8%	10,2%
	Acumulado: 5,9%			60,1%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	54,1%				



4 Percepción de los Directivos Expatriados Españoles

4.1 Reputación de los Directivos Expatriados Españoles

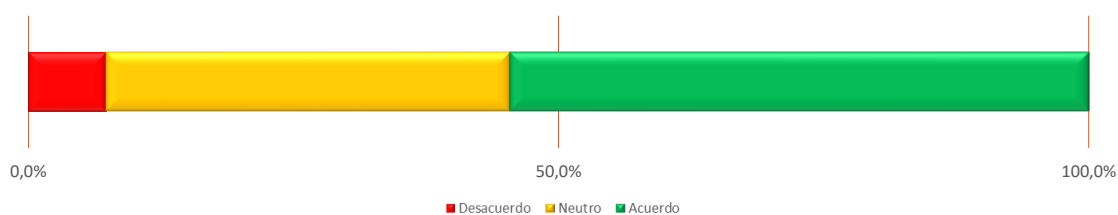
4.1.1 Imagen de los Directivos Españoles Expatriados

BRE1. Según mi experiencia, en mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de los Directivos Españoles Expatriados	7,3%	54,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de la Imagen de los Directivos Españoles Expatriados



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la imagen de los Directivos Españoles Expatriados:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de los Directivos Españoles Expatriados	1,3%	6,0%	38,1%	44,5%	10,1%
	Acumulado: 7,3%			54,6%	
	Diferencial A/D: 47,3%				

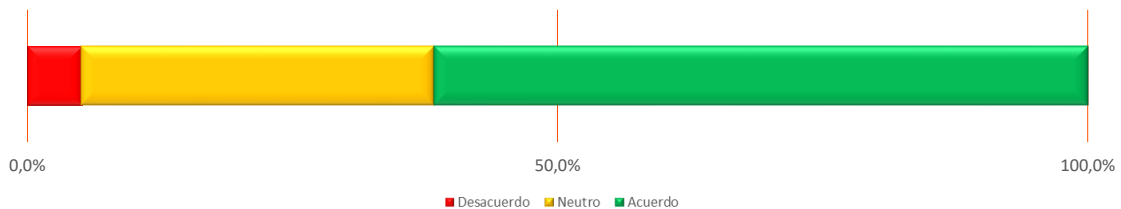
4.1.2 Respeto hacia los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

BRE2. Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas son respetados



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Respeto hacia los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	5,1%	61,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de respeto hacia los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de respeto hacia los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto hacia los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	1,0%	4,1%	33,2%	50,1%	11,5%
	Acumulado: 5,1% Desacuerdo			61,6% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 56,5%				

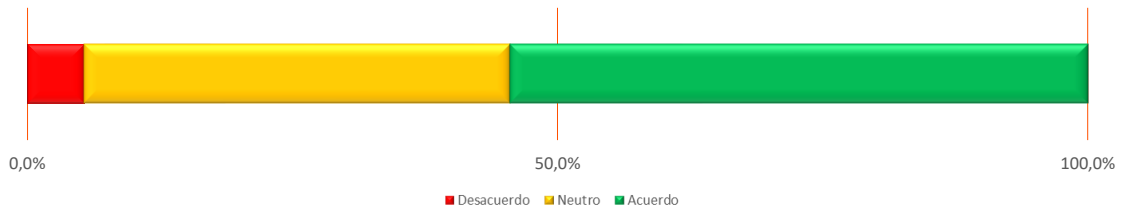
4.1.3 Credibilidad de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

BRE3. Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas son creíbles



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Credibilidad de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	5,4%	54,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de credibilidad de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de credibilidad de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Credibilidad de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	0,9%	4,5%	40,2%	44,6%	9,8%
	Acumulado: 5,4%			54,5%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	49,1%				

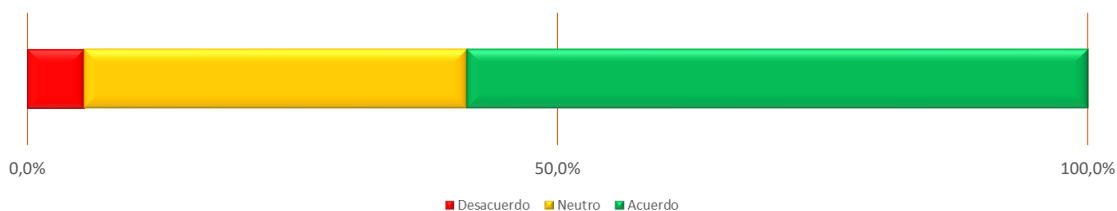
4.1.4 Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

BRE4. Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas son valorados



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	5,4%	58,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos valorados



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos valorados:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	0,7%	4,7%	36,1%	48,8%	9,7%
	Acumulado: 5,4%			58,5%	
	Diferencial A/D: 53,1%				

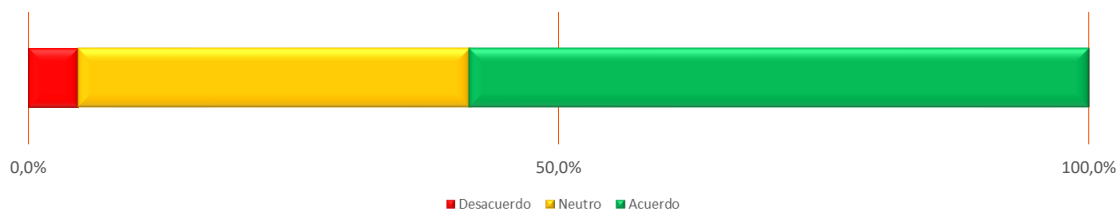
4.1.5 Prestigio de las Empresas Españolas

BRE5. Según mi experiencia, en mi país, los directivos expatriados de empresas españolas tienen mucho prestigio



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Prestigio de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	4,7%	58,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de prestigio de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos que tienen mucho prestigio:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Prestigio de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	0,5%	4,2%	36,9%	47,0%	11,4%
	Acumulado: 4,7%			58,4%	
	Diferencial A/D: 53,7%				

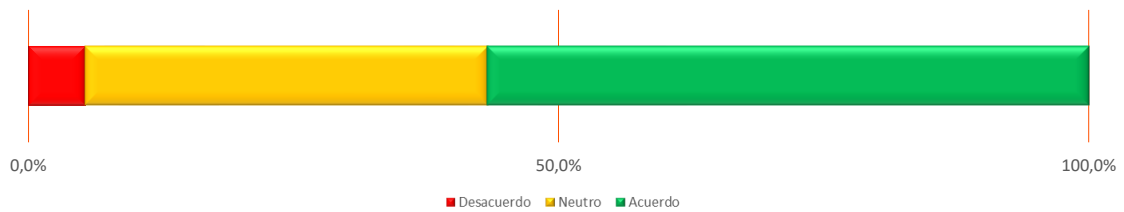
4.1.6 Reputación de las Empresas Españolas

BRE6. Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas tienen buena reputación



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Reputación de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	5,4%	56,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de la Reputación de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos con buena reputación:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Reputación de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	0,9%	4,5%	38,0%	46,3%	10,3%
	Acumulado: 5,4%			56,7%	
	Diferencial A/D: 51,3%				

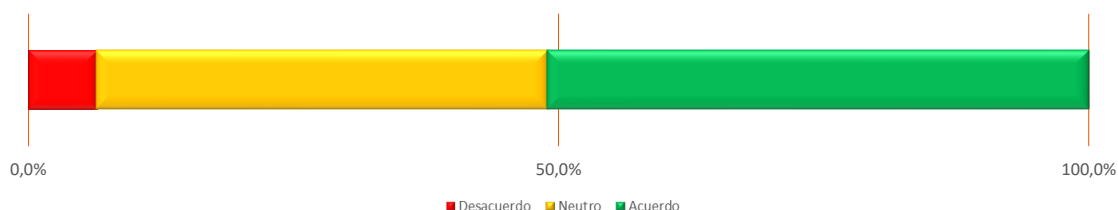
4.1.7 Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas en su Sector

BRE7. Según mi experiencia, en mi país, los directivos de empresas españolas son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas en mi Área de Conocimiento/Sector	6,4%	51,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos valorados en mi área de conocimiento/sector



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos valorados en mi área de conocimiento/sector:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas en mi Área de Conocimiento/Sector	0,5%	5,9%	42,5%	41,2%	9,8%
	Acumulado: 6,4%			51,0%	
	Diferencial A/D: 44,6%				

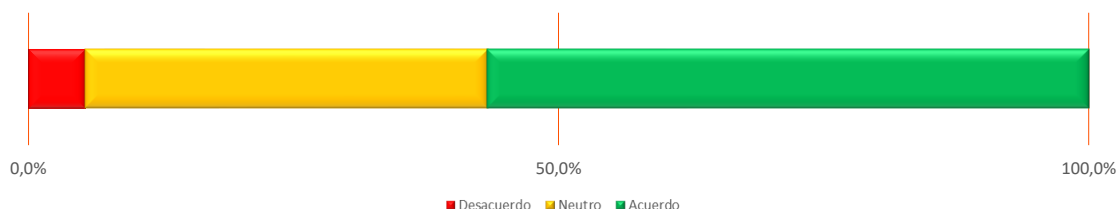
4.1.8 Confianza Generada por los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

BRE8. Según mi experiencia, en mi país, los directivos de empresas españolas generan confianza



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Confianza Generada por los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	5,4%	56,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Confianza Generada por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de confianza generada por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza Generada por los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	0,7%	4,7%	38,0%	46,2%	10,5%
	Acumulado: 5,4%			56,7%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	51,3%				



4.2 Respeto por el Entorno Local

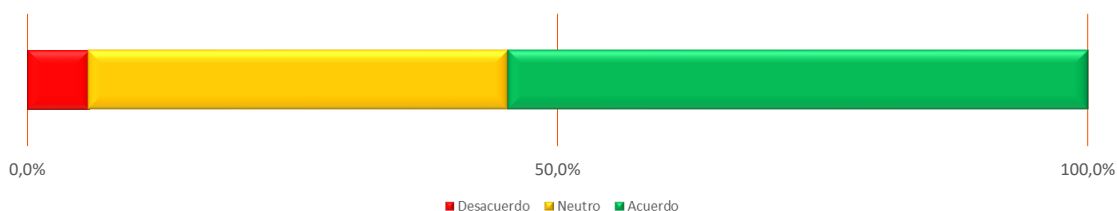
4.2.1 Respeto hacia los Empleados Locales

RPE1. En mi país, los directivos de las empresas españolas respetan a los empleados locales



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Respeto hacia los Empleados Locales	5,8%	54,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de respeto hacia los empleados locales por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de respeto hacia los empleados locales por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto hacia los Empleados Locales	1,6%	4,2%	39,6%	45,2%	9,5%
	Acumulado: 5,8%			54,7%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	48,9%				

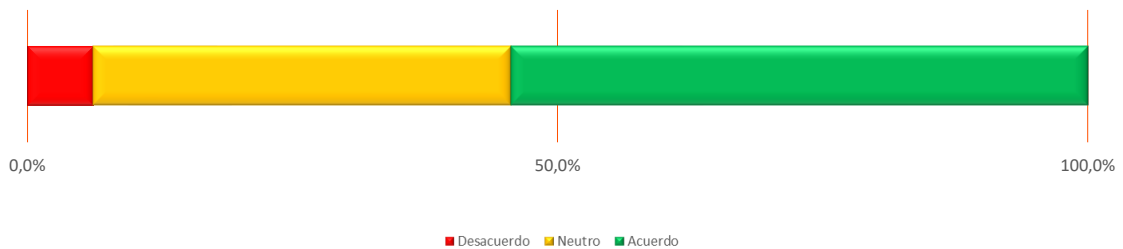
4.2.2 Buen Trato hacia los Empleados Locales

RPE2. En mi país, los directivos de las empresas españolas tratan bien a los empleados locales



Indicador	Detractores	Promotores	
Buen Trato hacia los Empleados Locales	6,2%	54,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de buen trato hacia los empleados locales por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de buen trato hacia los empleados locales por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Buen Trato hacia los Empleados Locales	1,3%	4,9%	39,4%	45,2%	9,2%
	Acumulado: 6,2%			54,4%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	48,2%				

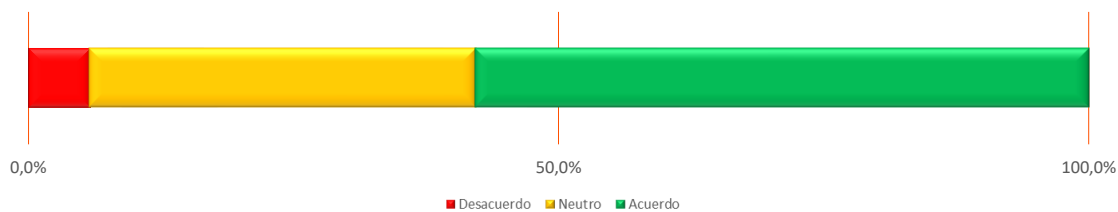
4.2.3 Respeto hacia la Cultura Local

RPE3. En mi país, los directivos de las empresas españolas respetan la cultura local



Indicador	Detractores	Promotores	
Respeto hacia la Cultura Local	5,8%	57,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de respeto hacia la cultura local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de respeto hacia la cultura local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto hacia la Cultura Local	1,2%	4,6%	36,4%	48,0%	9,9%
	Acumulado: 5,8%			57,8%	
	Diferencial A/D: 52,0%				

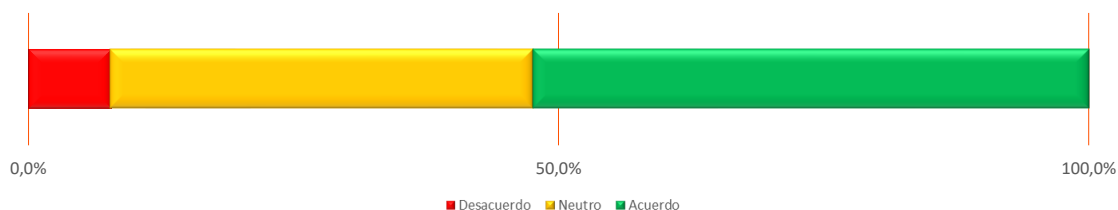
4.2.4 Preocupación por Entender la Cultura Local

RPE4. En mi país, los directivos de las empresas españolas se preocupan por entender la cultural local



Indicador	Detractores	Promotores	
Preocupación por Entender la Cultura Local	7,8%	52,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de preocupación por entender la cultura local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de preocupación por entender la cultura local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Preocupación por Entender la Cultura Local	1,7%	6,0%	39,8%	43,6%	8,8%
	Acumulado: 7,8%			52,4%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	44,7%				

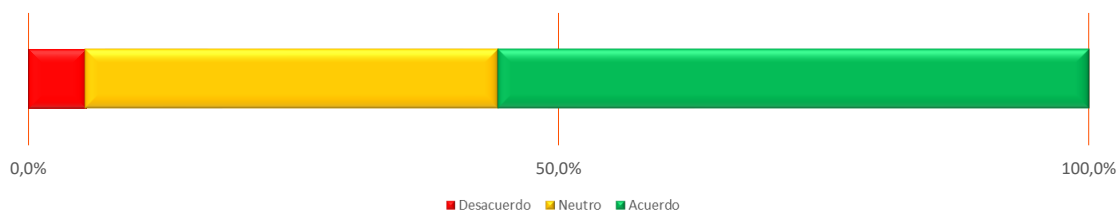
4.2.5 Respeto hacia las Costumbres Locales

RPE5. En mi país, los directivos de las empresas españolas respetan las costumbres locales



Indicador	Detractores	Promotores	
Respeto hacia las Costumbres Locales	5,4%	55,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de respeto hacia las costumbres locales por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de respeto hacia las costumbres locales por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto hacia las Costumbres Locales	1,6%	3,8%	38,9%	46,4%	9,3%
	Acumulado: 5,4%			55,7%	
	Diferencial A/D: 50,3%				

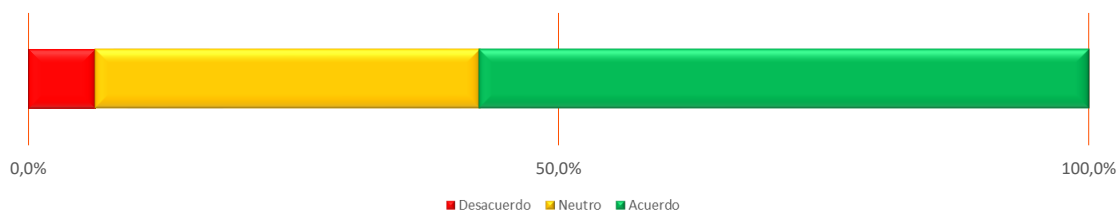
4.2.6 Integración en la Comunidad Local

RPE6. En mi país, los directivos de las empresas españolas se integran en la Comunidad Local



Indicador	Detractores	Promotores	
Integración en la Comunidad Local	6,3%	57,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de integración en la Comunidad Local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de integración en la Comunidad Local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Integración en la Comunidad Local	1,7%	4,6%	36,3%	47,4%	10,0%
	Acumulado: 6,3%			57,4%	
	Diferencial A/D: 51,1%				

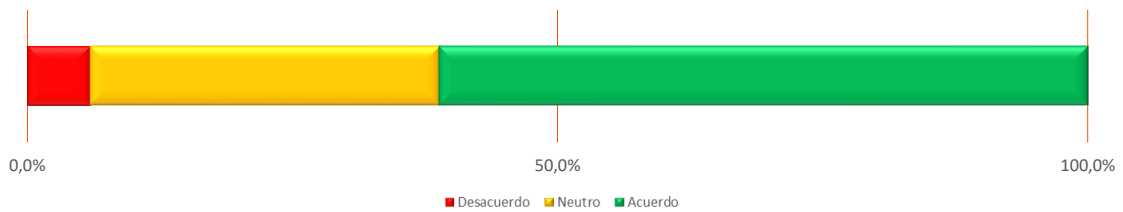
4.2.7 Adaptación al Entorno Local

RPE7. En mi país, los directivos de las empresas españolas se adaptan al entorno local



Indicador	Detractores	Promotores	
Adaptación al Entorno Local	5,9%	61,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de adaptación al entorno local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de adaptación al entorno local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Adaptación al Entorno Local	1,4%	4,5%	33,0%	50,5%	10,6%
	Acumulado: 5,9%			61,1%	
	Diferencial A/D: 55,2%				

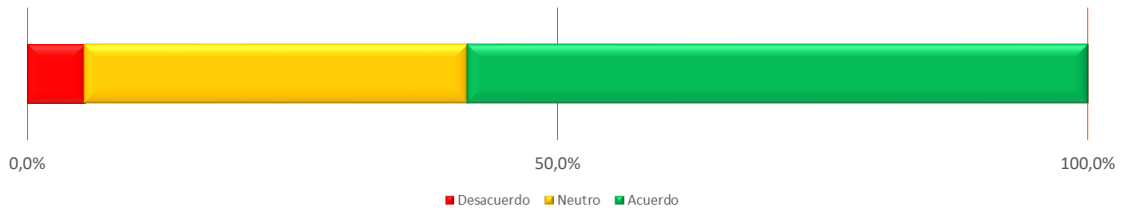
4.2.8 Adaptación de las Políticas Empresariales a la Cultura Local

RPE8. En mi país, los directivos de las empresas españolas adaptan las políticas empresariales a la cultura local



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Adaptación de las Políticas Empresariales a la Cultura Local	5,4%	58,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de adaptación de las políticas empresariales a la cultura local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de adaptación de las políticas empresariales a la cultura local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Adaptación de las Políticas Empresariales a la Cultura Local	1,6%	3,8%	36,1%	46,6%	11,8%
	Acumulado: 5,4%			58,5%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	53,1%				

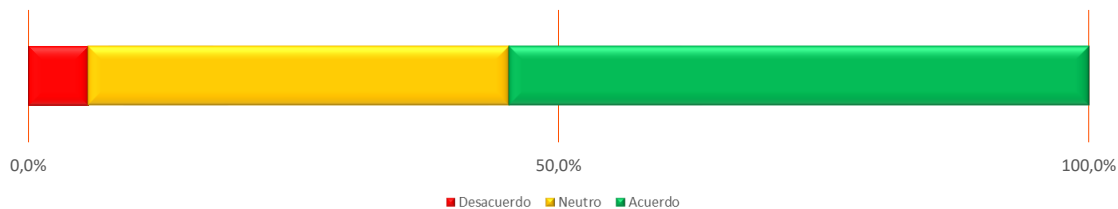
4.2.9 Sensibilidad por el Entorno Local

RPEg. En mi país, los directivos de las empresas españolas muestran sensibilidad por el entorno local



Indicador	Detractores	Promotores	
Sensibilidad por el Entorno Local	5,7%	54,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de sensibilidad por el entorno local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de sensibilidad por el entorno local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Sensibilidad por el Entorno Local	1,6%	4,1%	39,7%	45,3%	9,3%
	Acumulado: 5,7%			54,7%	
	Diferencial A/D: 49,0%				



4.3 Imagen de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

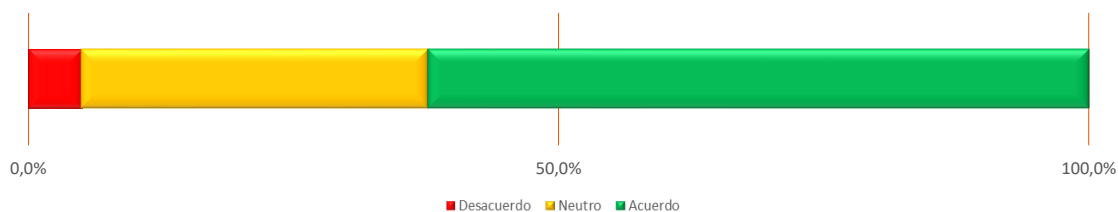
4.3.1 Imagen de Directivos Innovadores

BRE9. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser innovadores



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de Directivos Innovadores	5,0%	62,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos innovadores



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos innovadores:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Innovadores	1,2%	3,8%	32,7%	48,9%	13,4%
	Acumulado: 5,0%		62,3%		
	Diferencial A/D: 57,3%				

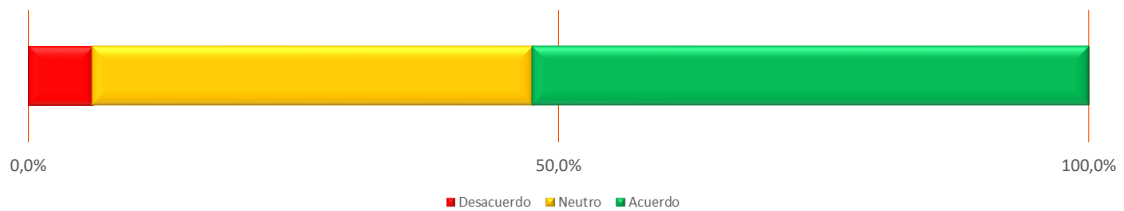
4.3.2 Imagen de Directivos Honestos

BRE10. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser honestos



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de Directivos Honestos	6,1%	52,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos honestos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos honestos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Honestos	1,1%	5,0%	41,5%	41,5%	10,9%
	Acumulado: 6,1%			52,4%	
	Diferencial A/D: 46,4%				

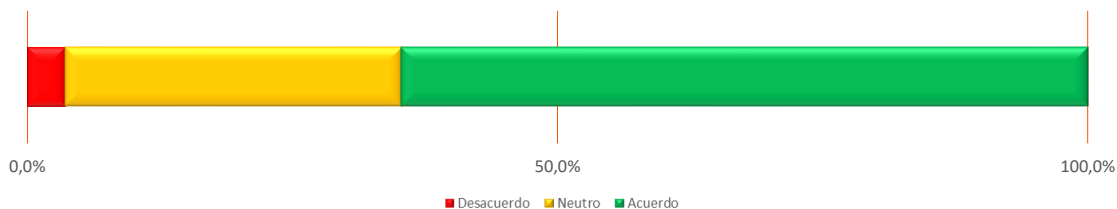
4.3.3 Imagen de Directivos Creativos

BRE11. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser creativos



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de Directivos Creativos	3,6%	64,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos creativos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos creativos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Creativos	0,9%	2,6%	31,8%	51,0%	13,7%
	Acumulado: 3,6% Desacuerdo			64,7% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 61,1%				

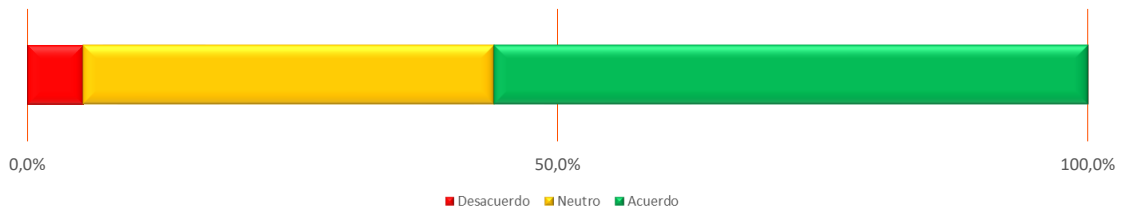
4.3.4 Imagen de Directivos Fiables

BRE12. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser fiables



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Fiables	5,3%	56,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos fiables



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos fiables:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Fiables	0,5%	4,7%	38,7%	43,3%	12,6%
	Acumulado: 5,3%			56,0%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	50,7%				

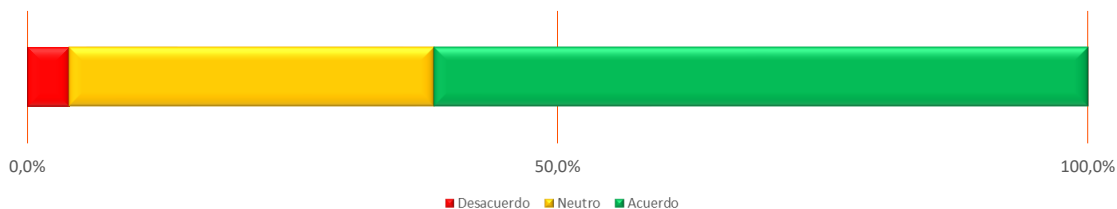
4.3.5 Imagen de Directivos Altamente Cualificados

BRE13. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser altamente cualificados



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Altamente Cualificados	4,0%	61,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos altamente cualificados



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos altamente cualificados:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Altamente Cualificados	1,2%	2,8%	34,4%	48,1%	13,6%
	Acumulado: 4,0%			61,7%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	57,7%				

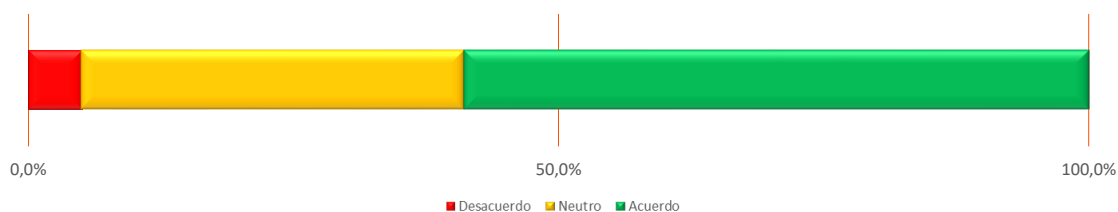
4.3.6 Imagen de Directivos que Inspiran Prestigio

BRE14. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser directivos que inspiran prestigio



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de Directivos que Inspiran Prestigio	5,0%	58,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos que inspiran prestigio



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos que inspiran prestigio:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos que Inspiran Prestigio	1,2%	3,8%	36,1%	45,5%	13,4%
	Acumulado: 5,0% Desacuerdo			58,9% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 53,9%				

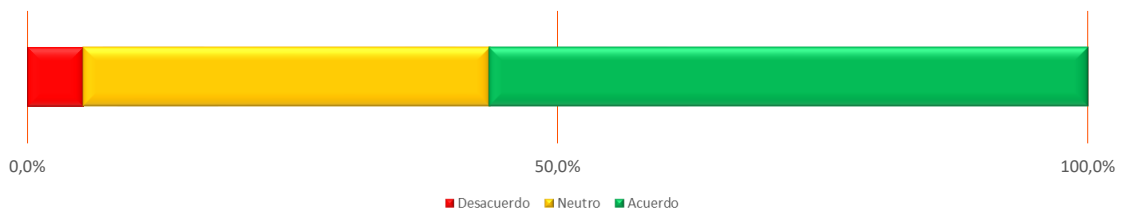
4.3.7 Imagen de Directivos Amables

BRE15. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser amables



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Amables	5,3%	56,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos amables



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos amables:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Amables	0,9%	4,3%	38,3%	44,5%	11,9%
	Acumulado: 5,3%			56,4%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	51,1%				

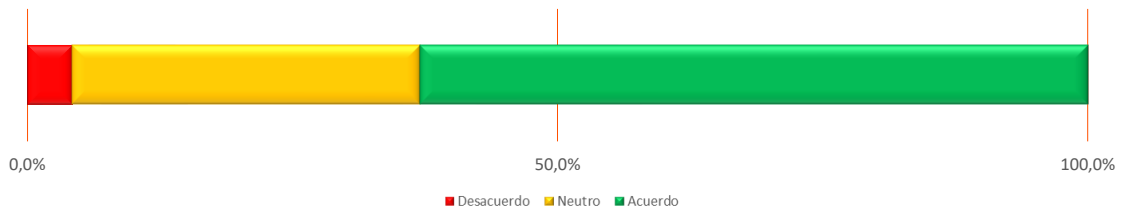
4.3.8 Imagen de Directivos Respetuosos

BRE16. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser respetuosos



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Respetuosos	4,2%	63,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos respetuosos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos respetuosos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Respetuosos	1,2%	3,0%	32,8%	49,9%	13,0%
	Acumulado: 4,2% Desacuerdo			63,0% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 58,8%				

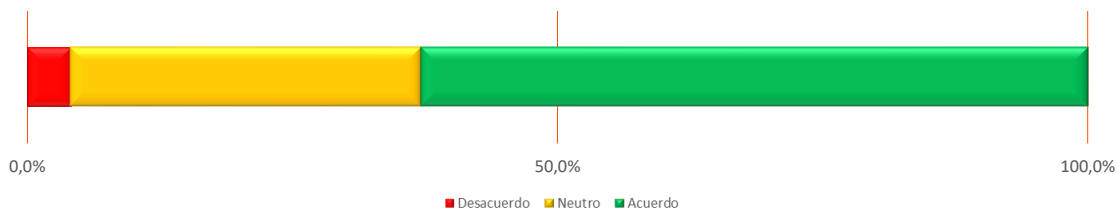
4.3.9 Imagen de Directivos Educados

BRE17. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser educados



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Educados	4,1%	62,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos educados



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos educados:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Educados	0,7%	3,4%	33,1%	49,8%	13,0%
	Acumulado: 4,1% Desacuerdo			62,8% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 58,8%				

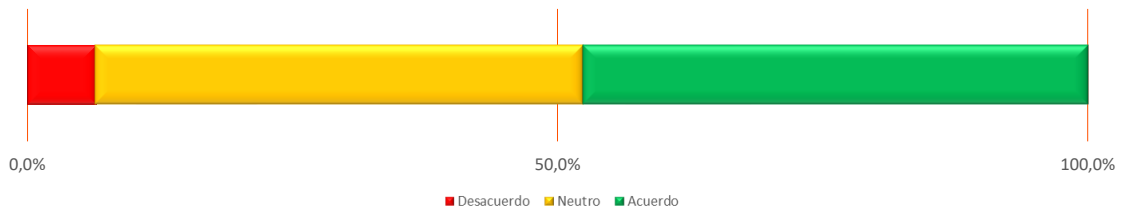
4.3.10 Imagen de Directivos Cercanos

BRE18. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser cercanos



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Cercanos	6,5%	47,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos cercanos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos cercanos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Cercanos	2,1%	4,3%	46,0%	37,9%	9,6%
	Acumulado: 6,5%			47,6%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	41,1%				

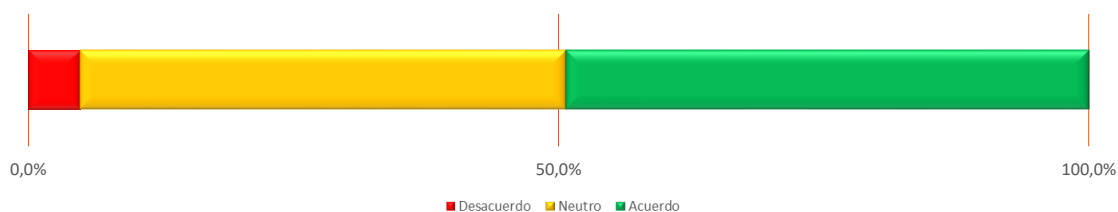
4.3.11 Imagen de Directivos Rigurosos

BRE19. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser rigurosos



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Rigurosos	4,9%	49,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos rigurosos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos rigurosos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Rigurosos	1,3%	3,6%	45,8%	39,7%	9,6%
	Acumulado: 4,9%			49,3%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	44,4%				

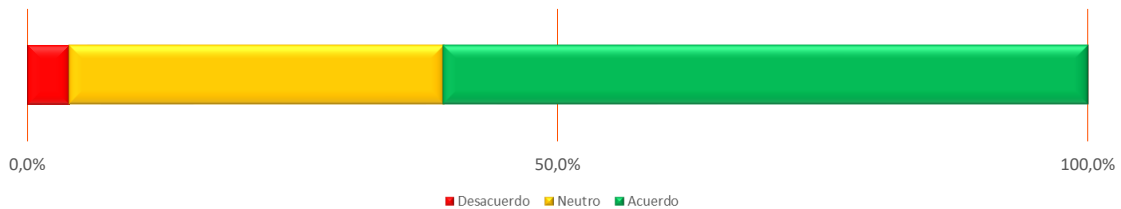
4.3.12 Imagen de Directivos Muy Trabajadores

BRE20. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser muy trabajadores



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Muy Trabajadores	4,0%	60,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos muy trabajadores



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos muy trabajadores:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Muy trabajadores	1,1%	2,9%	35,3%	47,7%	13,0%
	Acumulado: 4,0% Desacuerdo			60,7% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 56,8%				

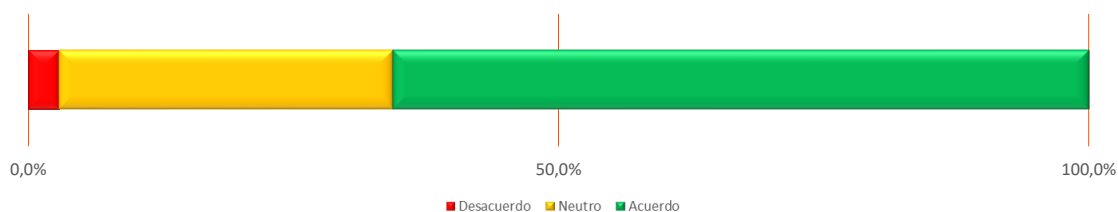
4.3.13 Imagen de Directivos con Buena Formación

BRE21. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de tener buena formación



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de Directivos con Buena Formación	2,9%	65,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos con buena formación



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos con buena formación:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos con Buena Formación	0,7%	2,2%	31,5%	51,0%	14,6%
	Acumulado: 2,9% Desacuerdo			65,6% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 62,7%				



5. Percepción de España

5.1 Imagen y Reputación de España

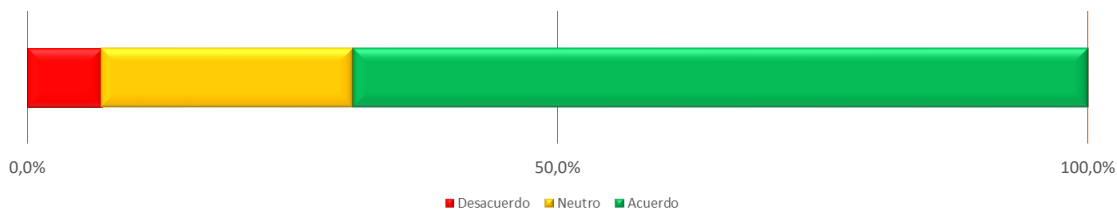
5.1.1 Imagen de España

BRC1. España tiene buena imagen



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de España	7,0%	69,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción sobre la imagen de España



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción sobre la buena imagen de España:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de España	1,4%	5,5%	23,7%	51,4%	17,9%
	Acumulado: 7,0%			69,3%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	62,3%				

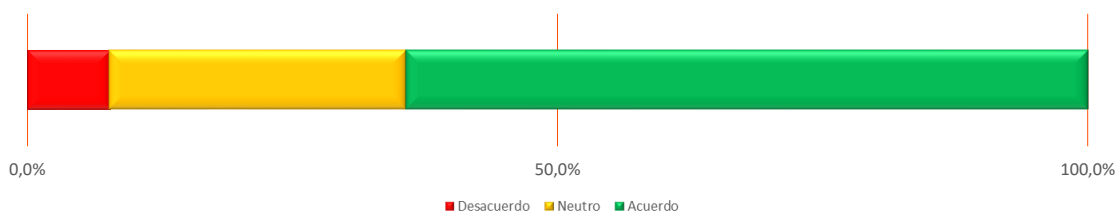
5.1.2 Reputación de España

BRC2. España tiene buena reputación



Indicador	Detractores	Promotores	
Reputación de España	7,8%	64,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción sobre la reputación de España



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción sobre la reputación de España:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Reputación de España	1,2%	6,6%	27,9%	47,8%	16,5%
	Acumulado: 7,8% Desacuerdo			64,3% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 56,5%				

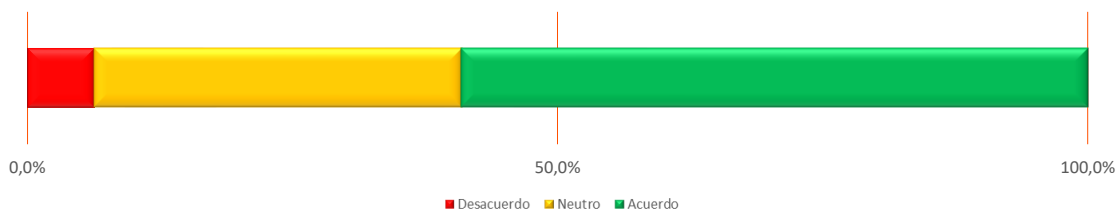
5.1.3 Confianza Generada por España

BRC3. España genera confianza



Indicador	Detractores	Promotores	
Confianza Generada por España	6,3%	59,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción sobre la confianza generada por España



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción sobre la confianza generada por España:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza Generada por España	1,8%	4,5%	34,7%	46,1%	12,9%
	Acumulado: 6,3%			59,0%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	52,7%				

5.2 Preferencia y Afecto de Marca hacia España

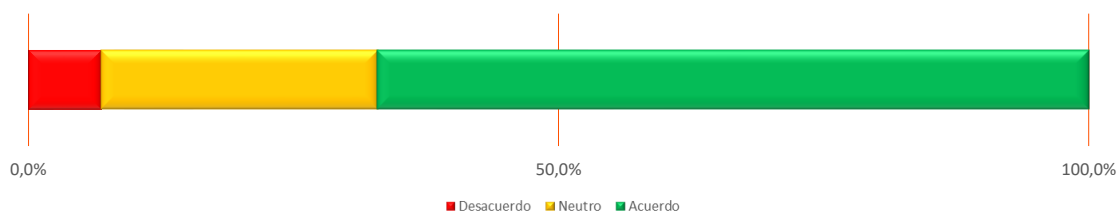
5.2.1. Preferencia por España

BP1. Me gusta España



Indicador	Detractores	Promotores	
Preferencia de Marca España	6,9%	67,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción sobre la preferencia de marca España



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción sobre la preferencia de marca España:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Preferencia de Marca España	2,9%	4,0%	26,1%	43,0%	24,1%
	Acumulado: 6,9%			67,1%	
	Diferencial A/D: 60,2%				

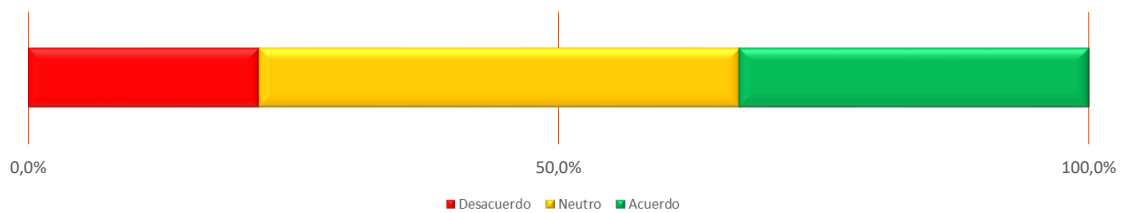
5.2.2. Afecto hacia España

BA1. Me siento identificado con España



Indicador	Detractores	Promotores	
Afecto hacia España	21,7%	32,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción sobre el afecto hacia España



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción sobre el afecto hacia España:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Afecto hacia España	6,3%	15,4%	45,3%	24,5%	8,4%
	Acumulado: 21,7% Desacuerdo			32,9% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 11,2%				

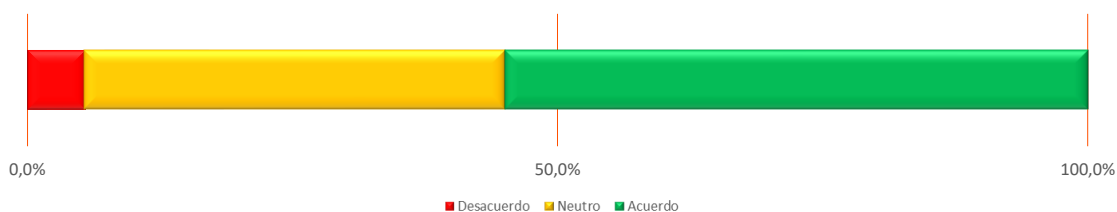
5.2.3. Preferencia por las Empresas Españolas

BP2. Me gustan las empresas españolas



Indicador	Detractores	Promotores	
Preferencia por las Empresas Españolas	5,4%	54,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción sobre la preferencia por las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la preferencia por las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Preferencia por las Empresas Españolas	1,6%	3,8%	39,7%	41,5%	13,4%
	Acumulado: 5,4% Desacuerdo			54,9% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 49,5%				



**Docentes
Universitarios**



6 Percepción de las Empresas Españolas

6.1 Reputación de las Empresas Españolas

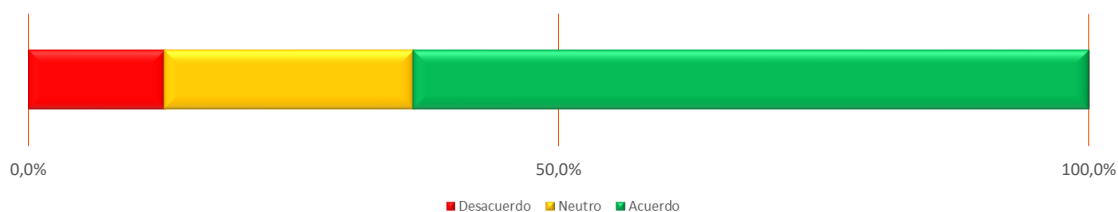
6.1.1 Imagen de las Empresas Españolas

BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de las Empresas Españolas	12,8%	63,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la buena imagen de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen Buena de las Empresas Españolas	5,6%	7,3%	23,5%	52,0%	11,7%
	Acumulado: 12,8%			63,7%	
	Diferencial A/D: 50,8%				

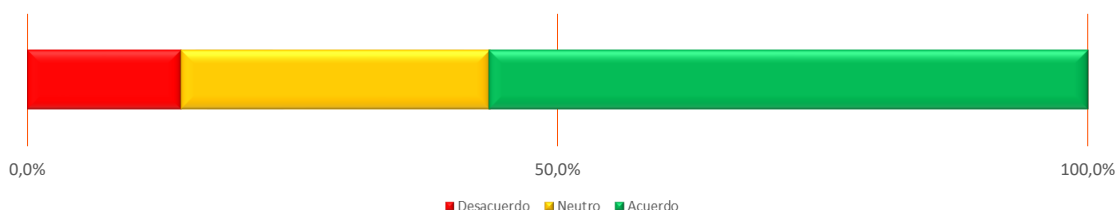
6.1.2 Imagen de las Empresas Españolas en el Año Precedente

BR1a. Según mi experiencia, hace un año esta imagen era buena



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de las Empresas Españolas en el Año Precedente	14,5%	56,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas en el Año Precedente



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la buena imagen de las Empresas Españolas en el año precedente:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen Buena de las Empresas Españolas en el Año Precedente	6,1%	8,4%	29,1%	47,5%	8,9%
	Acumulado: 14,5%			56,4%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	41,9%				

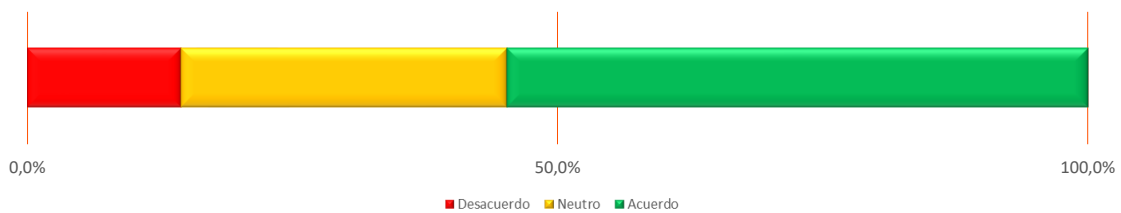
6.1.3 Imagen de las Empresas Españolas en el Año Posterior

BR1b. Según mi experiencia, dentro de un año creo que esta imagen será buena



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de las Empresas Españolas en el Año Posterior	14,5%	54,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas en el Año Posterior



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la buena imagen de las Empresas Españolas en el año posterior:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen Buena de las Empresas Españolas en el Año Posterior	6,1%	8,4%	30,7%	43,6%	11,2%
	Acumulado: 14,5%			54,7%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	40,2%				

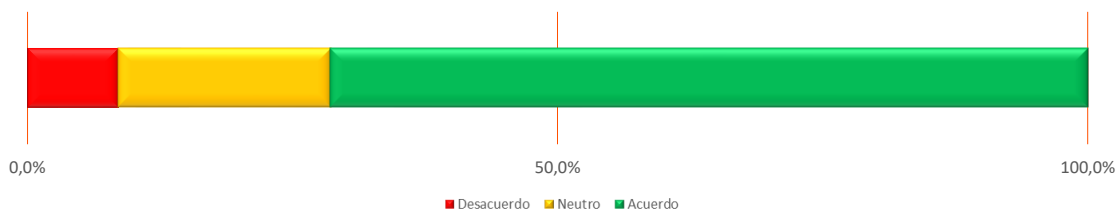
6.1.4 Respeto hacia las Empresas Españolas

BR2. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son respetadas



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Respeto hacia las Empresas Españolas	8,6%	71,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas respetadas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas respetadas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto hacia las Empresas Españolas	5,1%	3,4%	20,0%	56,0%	15,4%
	Acumulado: 8,6%			71,4%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	62,9%				

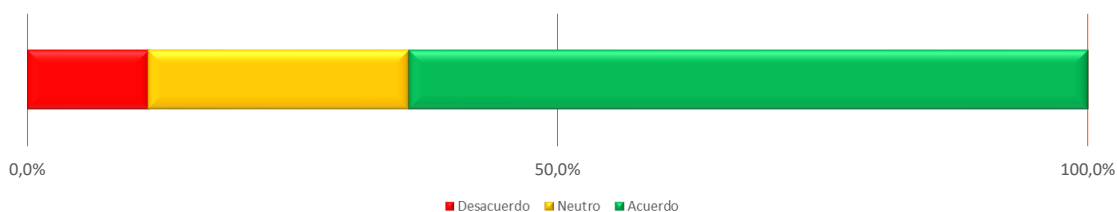
6.1.5 Credibilidad de las Empresas Españolas

BR3. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son creíbles



Indicador	Detractores	Promotores	
Credibilidad de las Empresas Españolas	11,4%	64,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Credibilidad de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas creíbles:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Credibilidad de las Empresas Españolas	6,3%	5,1%	24,6%	48,6%	15,4%
	Acumulado: 11,4%			64,0%	
	Diferencial A/D: 52,6%				

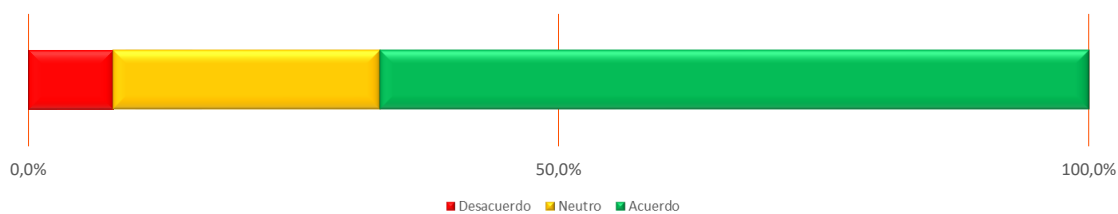
6.1.6 Valoración de las Empresas Españolas

BR4. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son empresas valoradas



Indicador	Detractores	Promotores	
Valoración de las Empresas Españolas	8,0%	66,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas valoradas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas valoradas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Valoración de las Empresas Españolas	5,7%	2,3%	25,1%	52,0%	14,9%
	Acumulado: 8,0%			66,9%	
	Diferencial A/D: 58,9%				

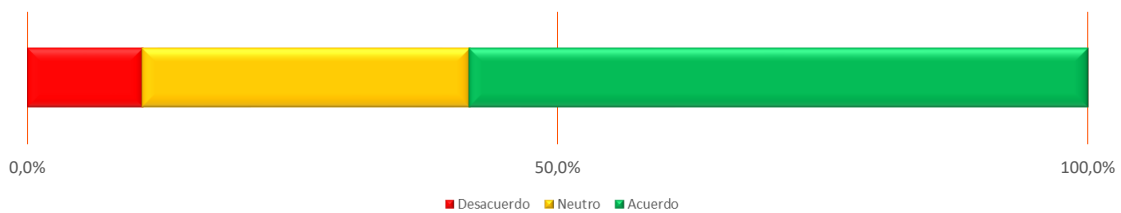
6.1.7 Prestigio de las Empresas Españolas

BR5. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas tienen mucho prestigio



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Prestigio de las Empresas Españolas	10,9%	58,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción del Prestigio de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas que tienen mucho prestigio:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Prestigio de las Empresas Españolas	5,7%	5,1%	30,9%	44,0%	14,3%
	Acumulado: 10,9%			58,3%	
	Diferencial A/D: 47,4%				

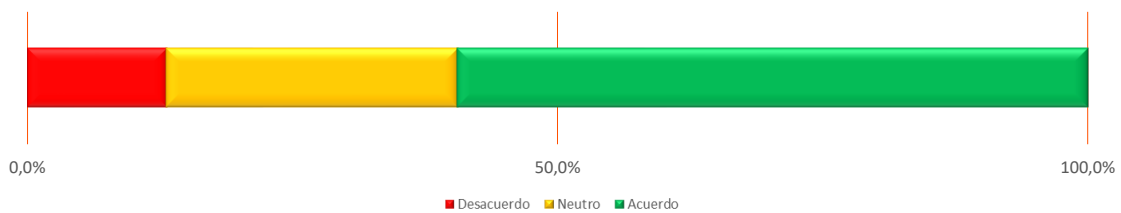
6.1.8 Reputación de las Empresas Españolas

BR6. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas tienen buena reputación



Indicador	Detractores	Promotores	
Reputación de las Empresas Españolas	13,1%	59,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Reputación de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas con buena reputación:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Reputación de las Empresas Españolas	7,4%	5,7%	27,4%	44,6%	14,9%
	Acumulado: 13,1%			59,4%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	46,3%				

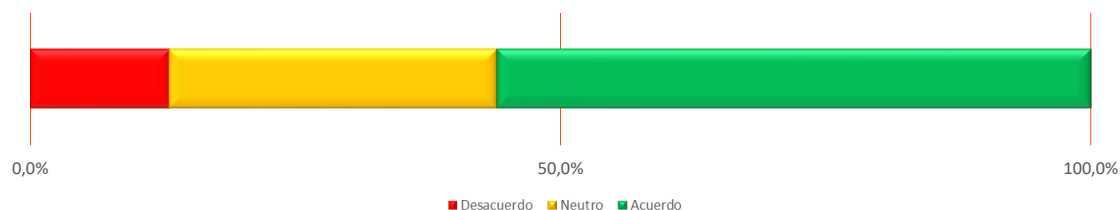
6.1.9 Valoración de las Empresas Españolas en su Sector

BR7. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Valoración de las Empresas Españolas en mi Área de Conocimiento/Sector	13,1%	56,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de las Empresas Españolas como empresas valoradas en mi área de conocimiento/sector



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas valoradas en mi área de conocimiento/sector:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Valoración de las Empresas Españolas en mi Área de Conocimiento/Sector	6,3%	6,9%	30,9%	38,9%	17,1%
	Acumulado: 13,1%			56,0%	
	Diferencial A/D: 42,9%				

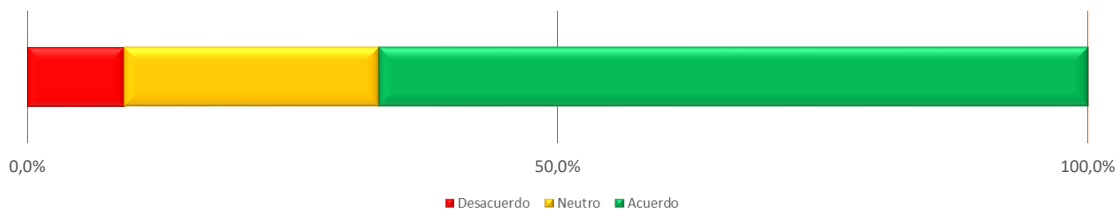
6.1.10 Calidad Percibida de los Productos y Servicios de las Empresas Españolas

BR8. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas ofrecen productos y servicios de alta calidad



Indicador	Detractores	Promotores	
Calidad Percibida de los Productos y Servicios de las Empresas Españolas	9,1%	66,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Calidad de los Productos y Servicios de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de calidad de los productos y servicios de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Calidad Percibida de los Productos y Servicios de las Empresas Españolas	7,4%	1,7%	24,0%	50,9%	16,0%
	Acumulado: 9,1%			66,9%	
	Diferencial A/D: 57,7%				

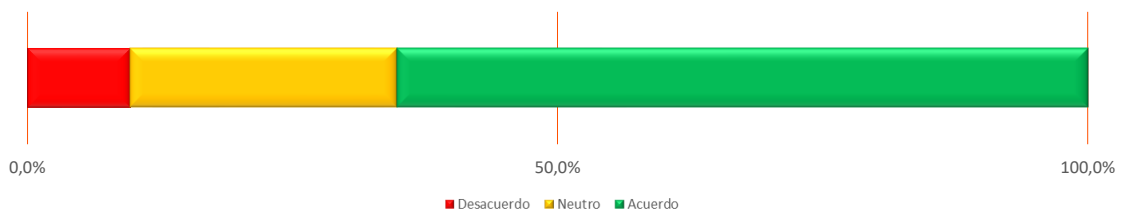
6.1.11 Confianza Generada por las Empresas Españolas

BR9. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas generan confianza



Indicador	Detractores	Promotores	
Confianza Generada por las Empresas Españolas	9,7%	65,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Confianza Generada por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas que generan confianza:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza Generada por las Empresas Españolas	6,3%	3,4%	25,1%	50,9%	14,3%
	Acumulado: 9,7%			65,1%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	55,4%				

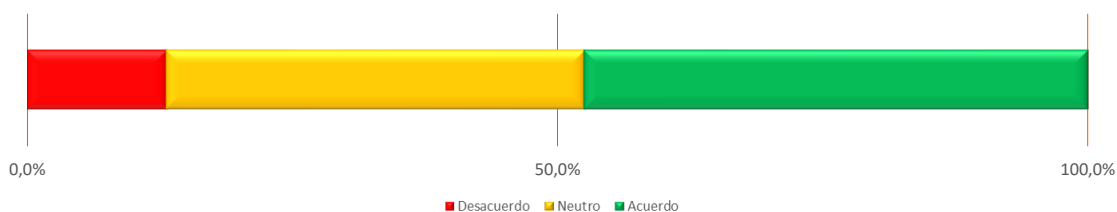
6.1.12 Admiración hacia las Empresas Españolas

BR10. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son admiradas



Indicador	Detractores	Promotores	
Admiración por las Empresas Españolas	13,1%	47,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Admiración por las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas admiradas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Admiración por las Empresas Españolas	6,3%	6,9%	39,4%	36,0%	11,4%
	Acumulado: 13,1%			47,4%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	34,3%				

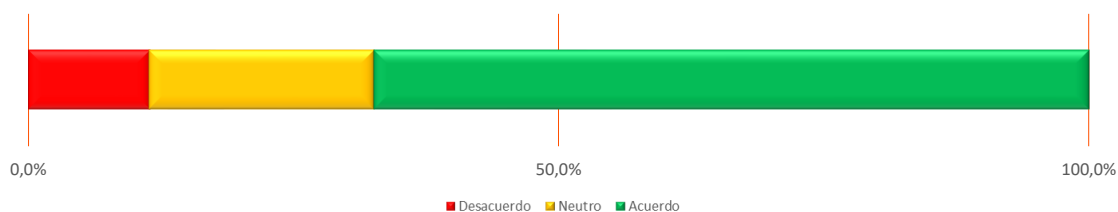
6.1.13 Reconocimiento de las Empresas Españolas

BR11. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son reconocidas



Indicador	Detractores	Promotores	
Reconocimiento de las Empresas Españolas	11,4%	67,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Reconocimiento de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas reconocidas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Reconocimiento de las Empresas Españolas	6,3%	5,1%	21,1%	51,4%	16,0%
	Acumulado: 11,4%			67,4%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	56,0%				

6.2 Imagen de las Empresas Españolas

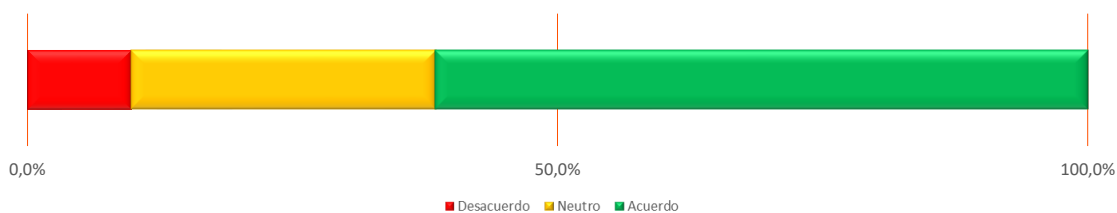
6.2.1 Imagen de Empresas Innovadoras

BR13. En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser innovadoras



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Empresas Innovadoras	9,8%	61,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas innovadoras



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas innovadoras:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Empresas Innovadoras	6,9%	2,9%	28,7%	46,6%	14,9%
	Acumulado: 9,8%			61,5%	
	Diferencial A/D: 51,7%				

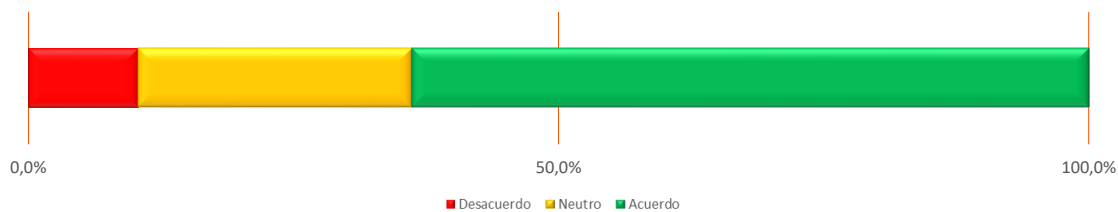
6.2.2 Imagen de Empresas Tecnológicamente Avanzadas

BR14. En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser tecnológicamente avanzadas



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Empresas Tecnológicamente Avanzadas	10,3%	63,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas Tecnológicamente Avanzadas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas Tecnológicamente Avanzadas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Empresas Tecnológicamente Avanzadas	5,7%	4,6%	25,9%	45,4%	18,4%
	Acumulado: 10,3%			63,8%	
	Diferencial A/D: 53,4%				

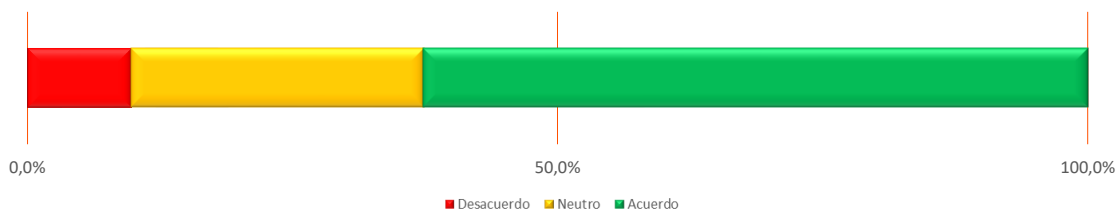
6.2.3 Imagen de Empresas Prestigiosas

BR15. En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser prestigiosas



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Empresas Prestigiosas	9,8%	62,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas prestigiosas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas prestigiosas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Empresas Prestigiosas	5,2%	4,6%	27,6%	48,3%	14,4%
	Acumulado: 9,8%			62,6%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	52,9%				

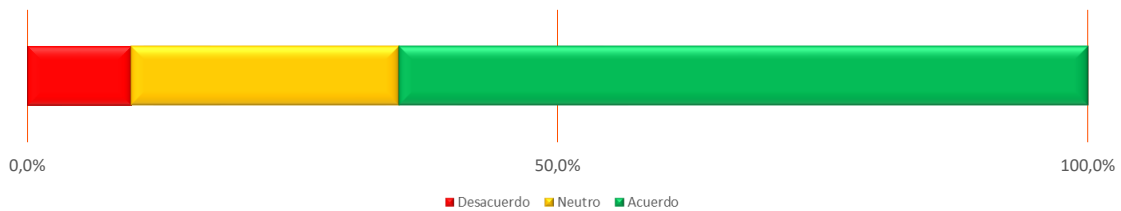
6.2.4 Imagen de Empresas Avanzadas en Gestión

BR16. En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser avanzadas en gestión



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Empresas Avanzadas en Gestión	9,8%	64,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como avanzadas en gestión



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como avanzadas en gestión:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Empresas Avanzadas en Gestión	6,3%	3,4%	25,3%	50,6%	14,4%
	Acumulado: 9,8%			64,9%	
	Diferencial A/D: 55,2%				

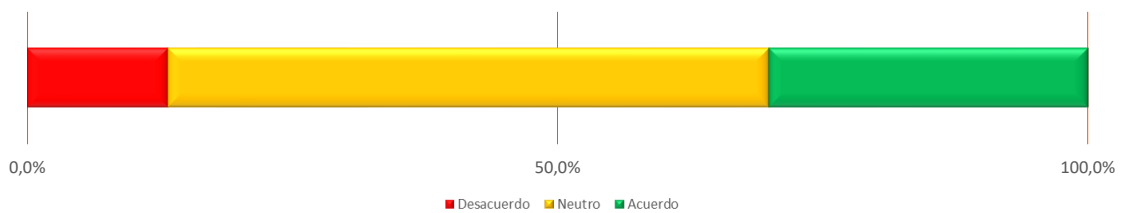
6.2.5 Prima de Ventas para Empresas Españolas

BR20. En mi país, las empresas por ser españolas venden más



Indicador	Detractores	Promotores	
Prima de Ventas por ser Empresas Españolas	13,3%	30,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de prima de ventas por ser Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de prima de ventas por ser Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Prima de Ventas por ser Empresas Españolas	4,6%	8,7%	56,6%	26,0%	4,0%
	Acumulado: 13,3%			30,1%	
	Diferencial A/D: 16,8%				

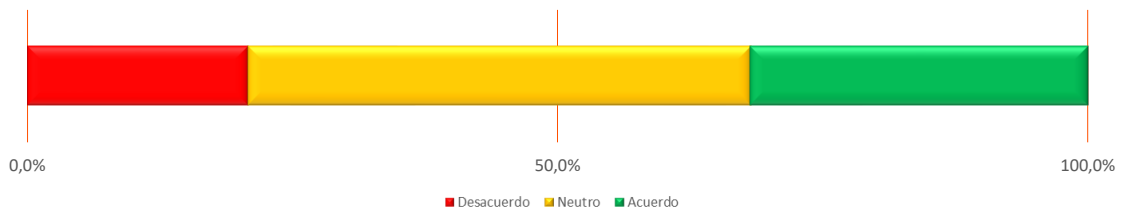
6.2.6 Prima de Precio para Empresas Españolas

BR21. En mi país, las empresas por ser españolas pueden vender con un precio más alto



Indicador	Detractores	Promotores	
Prima de Precio por ser Empresas Españolas	20,8%	31,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de prima de precio por ser Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de prima de precio por ser Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Prima de Precio por ser Empresas Españolas	8,7%	12,1%	47,4%	27,2%	4,6%
	Acumulado: 20,8%			31,8%	
	Diferencial A/D: 11,0%				

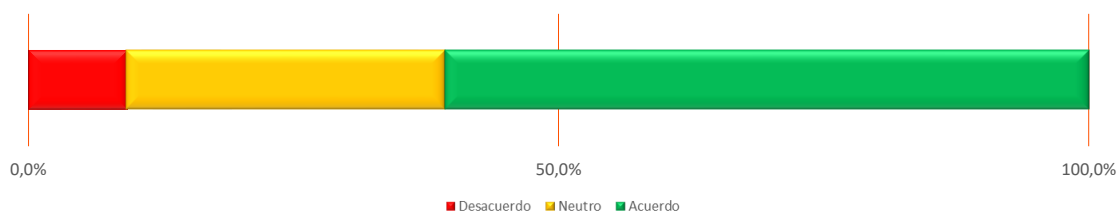
6.2.7 Imagen de Calidad Proyectada por las Empresas Españolas

BR22. En mi país, las empresas por ser españolas ofrecen imagen de calidad



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Calidad Proyectada por ser Empresas Españolas	9,2%	60,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Imagen de Calidad proyectada por ser Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de imagen de calidad proyectada por ser Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Calidad Proyectada por ser Empresas Españolas	4,6%	4,6%	30,1%	50,9%	9,8%
	Acumulado: 9,2%			60,7%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	51,4%				

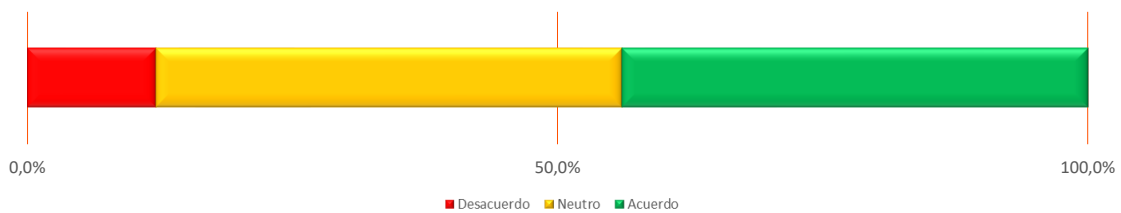
6.2.8 Popularidad de las Empresas Españolas

BR23. En mi país, las empresas por ser españolas alcanzan mayor popularidad



Indicador	Detractores	Promotores	
Mayor Popularidad por ser Empresas Españolas	12,1%	43,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de mayor popularidad alcanzada por ser Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de mayor popularidad alcanzada por ser Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Mayor Popularidad por ser Empresas Españolas	5,8%	6,4%	43,9%	34,1%	9,8%
	Acumulado: 12,1%			43,9%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	31,8%				

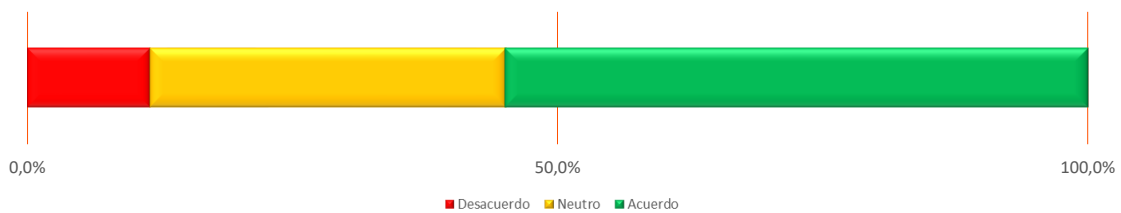
6.2.9 Atracción de Clientes Potenciales

BR24. En mi país, las empresas por ser españolas atraen a los potenciales clientes



Indicador	Detractores	Promotores	
Atracción de Clientes Potenciales por ser Empresas Españolas	11,6%	54,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de atracción de clientes potenciales por ser Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de atracción de clientes potenciales por ser Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Atracción de Clientes Potenciales por ser Empresas Españolas	5,8%	5,8%	33,5%	44,5%	10,4%
	Acumulado: 11,6%			54,9%	
	Diferencial A/D: 43,4%				

6.3 Imagen de las Empresas Españolas por Sectores de Actividad

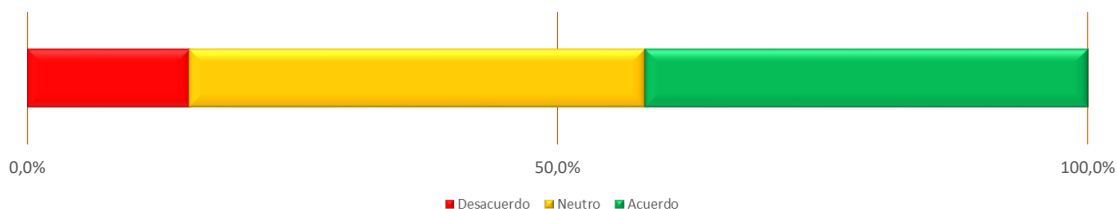
6.3.1 Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Servicios Públicos

SC1. En mi país, las empresas españolas del Sector Servicios Públicos tienen buena imagen



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios Públicos	15,3%	41,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios Públicos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios Públicos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios Públicos	8,2%	7,1%	42,9%	32,9%	8,8%
	Acumulado: 15,3%			41,8%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	26,5%				

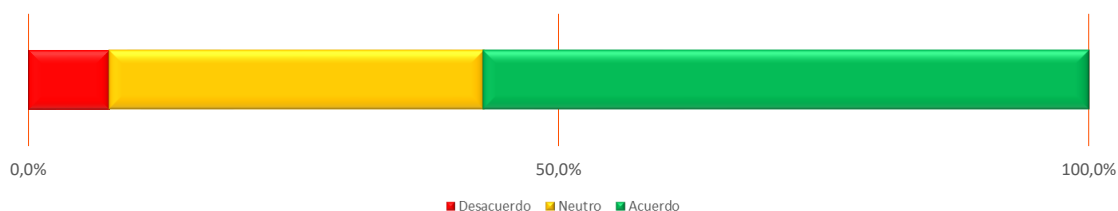
6.3.2 Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Productos de Consumo

SC2. En mi país, las empresas españolas del Sector Productos de Consumo tienen buena imagen



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Consumo	7,6%	57,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Consumo



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Consumo:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Consumo	5,9%	1,8%	35,3%	44,7%	12,4%
	Acumulado: 7,6%			57,1%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	49,4%				

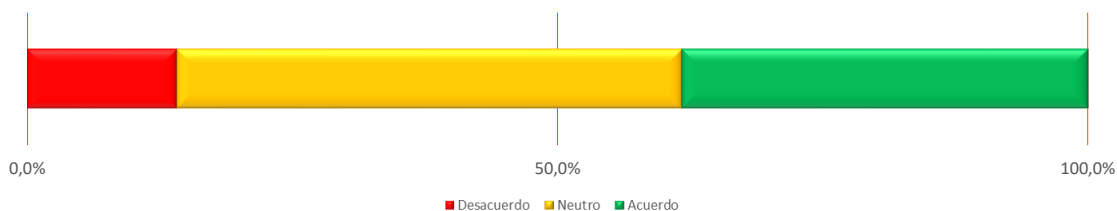
6.3.3 Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Construcción de Grandes Obras Públicas

SC3. En mi país, las empresas españolas del Sector Construcción de Grandes Obras Públicas tienen buena imagen



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Construcción de Grandes Obras Públicas	14,1%	38,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas del Sector Construcción de Grandes Obras Públicas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la imagen de las Empresas Españolas del Sector Construcción de Grandes Obras Públicas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Construcción de Grandes Obras Públicas	8,8%	5,3%	47,6%	29,4%	8,8%
	Acumulado: 14,1%			38,2%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	24,1%				

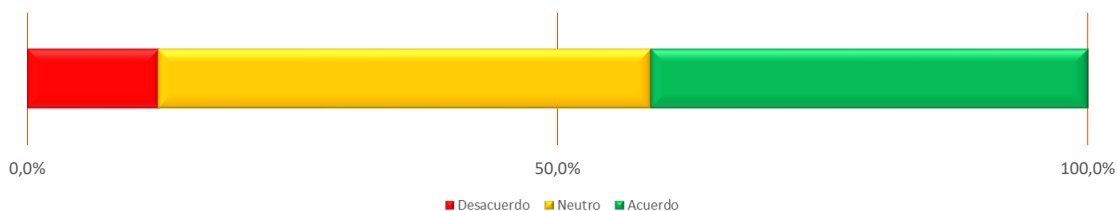
6.3.4 Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras

SC4. En mi país, las empresas españolas del Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras tienen buena imagen



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras	12,4%	41,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Servicios de Gestión de Infraestructuras	7,6%	4,7%	46,5%	34,1%	7,1%
	Acumulado: 12,4%			41,2%	
	Diferencial A/D: 28,8%				

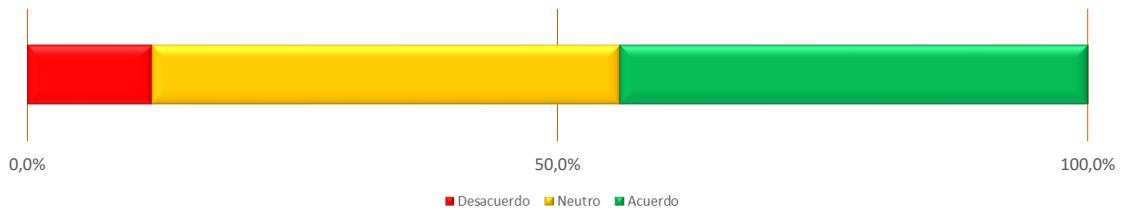
6.3.5 Imagen de las Empresas Españolas en el Sector Productos de Alimentación

SC5. En mi país, las empresas españolas del Sector Productos de Alimentación tienen buena imagen



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Alimentación	11,8%	44,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de la Imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Alimentación



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Alimentación:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de las Empresas Españolas del Sector Productos de Alimentación	7,6%	4,1%	44,1%	34,7%	9,4%
	Acumulado: 11,8%			44,1%	
	Diferencial A/D: 32,4%				

6.4 Admiración hacia las Empresas Españolas

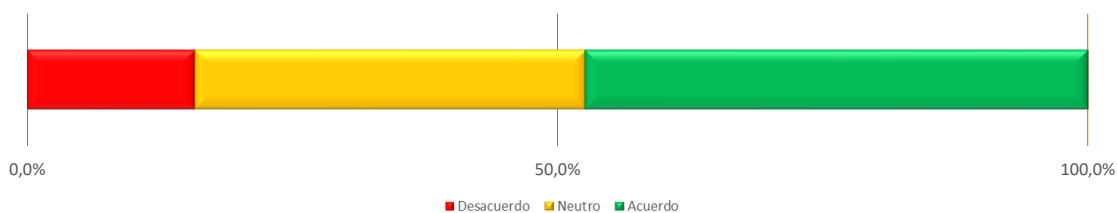
6.4.1 Deseo de Trabajar en una Empresa Española

AD1. En relación con las empresas españolas, siento que me gustaría trabajar en una empresa española



Indicador	Detractores	Promotores	
Deseo de Trabajar en una Empresa Española	15,8%	47,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción del deseo de trabajar en una Empresa Española



Frecuencias de Respuestas en relación con el deseo de trabajar en una Empresa Española:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Deseo de Trabajar en una Empresa Española	8,2%	7,6%	36,8%	34,5%	12,9%
	Acumulado: 15,8%			47,4%	
	Diferencial A/D: 31,6%				

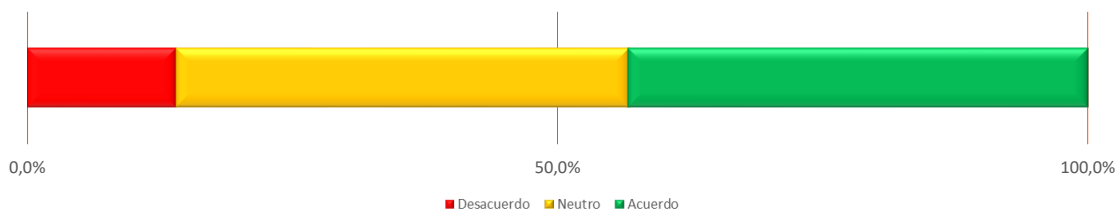
6.4.2 Admiración hacia las Empresas Españolas

AD2. En relación con las empresas españolas siento admiración



Indicador	Detractores	Promotores	
Admiración hacia las Empresas Españolas	14,0%	43,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de admiración hacia las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de admiración hacia las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Admiración hacia las Empresas Españolas	6,4%	7,6%	42,7%	35,7%	7,6%
	Acumulado: 14,0%			43,3%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	29,2%				

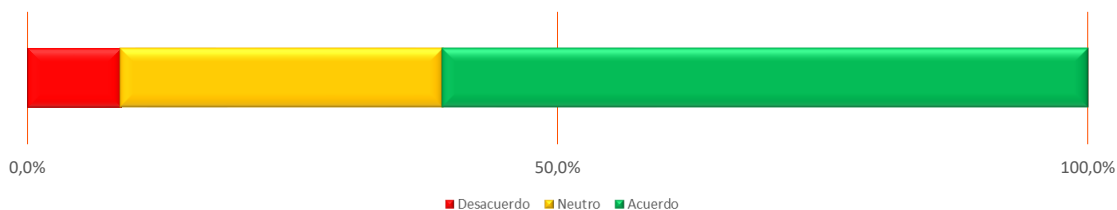
6.4.3 Respeto hacia las Empresas Españolas

AD3. En relación con las empresas españolas siento respeto



Indicador	Detractores	Promotores	
Respeto hacia las Empresas Españolas	8,8%	60,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de respeto hacia las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de respeto hacia las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto hacia las Empresas Españolas	5,8%	2,9%	30,4%	50,9%	9,9%
	Acumulado: 8,8% (Desacuerdo)			60,8% (Acuerdo)	
	Diferencial A/D: 52,0%				

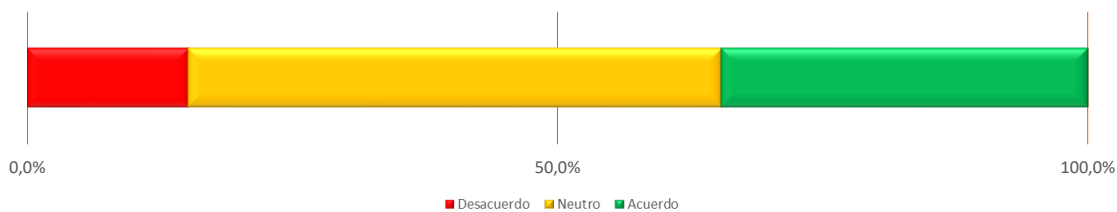
6.4.4 Devoción hacia las Empresas Españolas

AD4. En relación con las empresas españolas siento devoción



Indicador	Detractores	Promotores	
Devoción hacia las Empresas Españolas	15,2%	34,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de devoción hacia las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de devoción hacia las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Devoción hacia las Empresas Españolas	8,2%	7,0%	50,3%	28,7%	5,8%
	Acumulado: 15,2%			34,5%	
	Diferencial A/D: 19,3%				

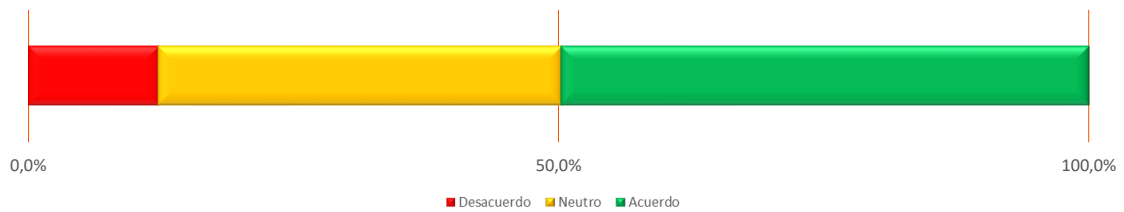
6.4.5 Asombro ante las Empresas Españolas

AD5. En relación con las empresas españolas siento que me sorprenden (asombro positivo)



Indicador	Detractores	Promotores	
Asombro ante las Empresas Españolas	12,3%	49,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de asombro ante las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de asombro ante las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Asombro ante las Empresas Españolas	7,6%	4,7%	38,0%	42,1%	7,6%
	Acumulado: 12,3%			49,7%	
	Diferencial A/D: 37,4%				

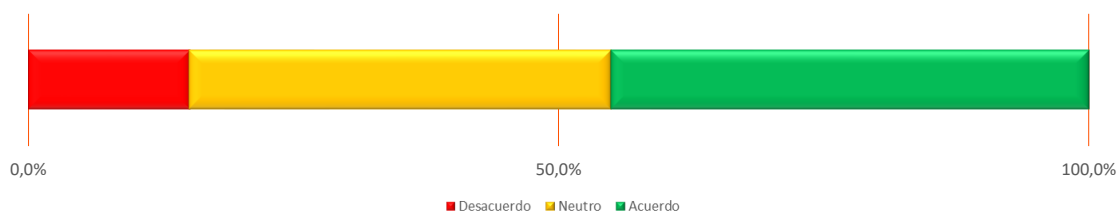
6.4.6 Sentimiento de Inspiración en relación con las Empresas Españolas

AD6. En relación con las empresas españolas siento inspiración



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Sentimiento de Inspiración en relación con las Empresas Españolas	15,2%	45,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de sentimiento de inspiración en relación con las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de sentimiento de inspiración en relación con las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Sentimiento de Inspiración en relación con las Empresas Españolas	8,8%	6,4%	39,8%	35,1%	9,9%
	Acumulado: 15,2% Desacuerdo			45,0% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 29,8%				

6.5 Confianza

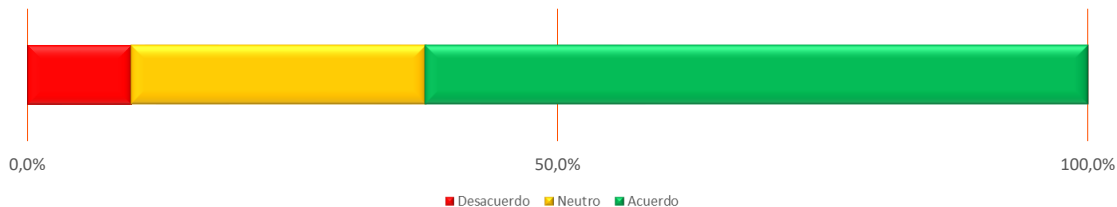
6.5.1 Confianza Depositada en las Empresas Españolas

BT1. Confío en las Empresas Españolas



Indicador	Detractores	Promotores	
Confianza Depositada en las Empresas Españolas	9,8%	62,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Confianza depositada en las Empresas Españolas por los docentes universitarios en México



Frecuencias de Respuestas en relación con la confianza depositada en las Empresas Españolas por los docentes universitarios en México:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza Depositada en las Empresas Españolas	6,3%	3,4%	27,8%	46,3%	16,1%
	Acumulado: 9,8%			62,4%	
	Diferencial A/D: 52,7%				

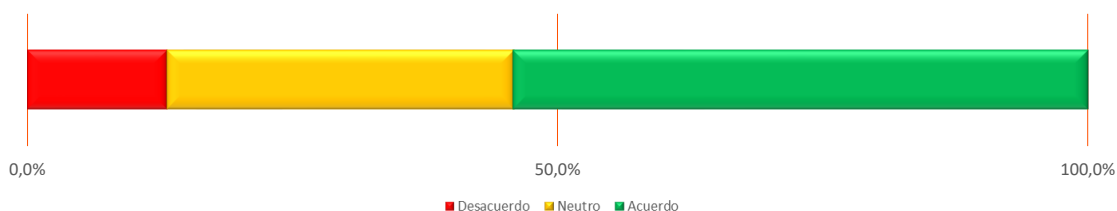
6.5.2 Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Precedente

BT1a. Hace un año confiaba en las Empresas Españolas



Indicador	Detractores	Promotores	
Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Precedente	13,2%	54,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Confianza depositada en las Empresas Españolas por los docentes universitarios en México en el Año Precedente



Frecuencias de Respuestas en relación con la confianza depositada en las Empresas Españolas por los docentes universitarios en México en el Año Precedente:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Precedente	8,8%	4,4%	32,7%	42,4%	11,7%
	Acumulado: 13,2%			54,1%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	41,0%				

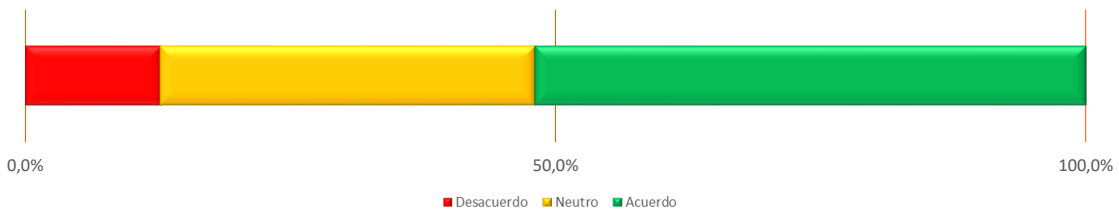
6.5.3 Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Posterior

BT1b. Dentro de un año confiaré en las Empresas Españolas



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Posterior	12,7%	52,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Confianza depositada en las Empresas Españolas por los docentes universitarios en México en el Año Posterior



Frecuencias de Respuestas en relación con la confianza depositada en las Empresas Españolas por los docentes universitarios en México en el Año Posterior:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza Depositada en las Empresas Españolas en el Año Posterior	7,8%	4,9%	35,3%	40,7%	11,3%
	Acumulado: 12,7%			52,0%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	39,2%				

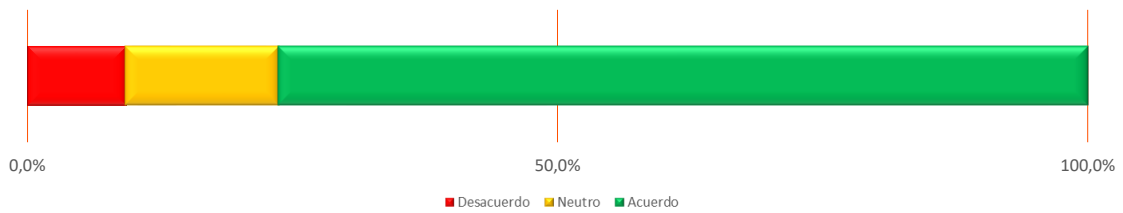
6.5.4 Utilidad Percibida de las Empresas Españolas

BT2. Las Empresas Españolas, con sus productos y servicios, me aportan utilidad



Indicador	Detractores	Promotores	
Utilidad de las Empresas Españolas	9,3%	76,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de utilidad de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de utilidad de las Empresas Españolas por los docentes universitarios en México:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Utilidad de las Empresas Españolas	3,6%	5,7%	14,4%	51,0%	25,3%
	Acumulado: 9,3%			76,3%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	67,0%				

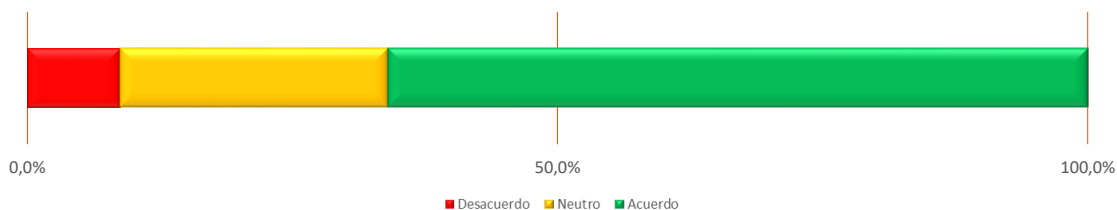
6.5.5 Seguridad Percibida de las Empresas Españolas

BT3. Las Empresas Españolas, con sus productos y servicios, me ofrecen seguridad



Indicador	Detractores	Promotores	
Seguridad Ofrecida por las Empresas Españolas	8,8%	66,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de seguridad ofrecida por las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de seguridad ofrecida por las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Seguridad Ofrecida por las Empresas Españolas	4,1%	4,6%	25,3%	44,8%	21,1%
	Acumulado: 8,8%			66,0%	
	Diferencial A/D: 57,2%				

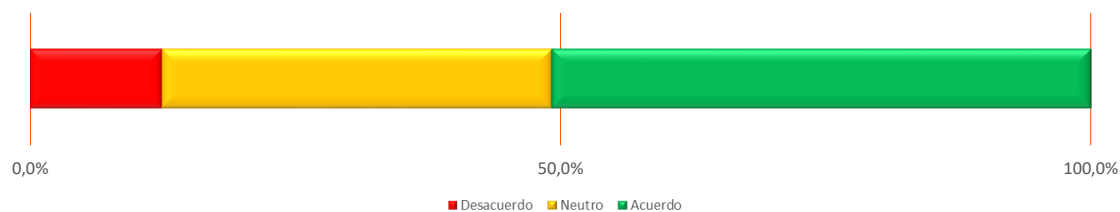
6.5.6 Garantía de Éxito Percibida de las Empresas Españolas

BT4. Comprar los productos y servicios de las Empresas Españolas es una garantía de éxito



Indicador	Detractores	Promotores	
Garantía de Éxito	12,4%	50,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los productos y servicios de las Empresas Españolas como una garantía de éxito



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los productos y servicios de las Empresas Españolas como una garantía de éxito:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Garantía de Éxito	4,1%	8,3%	36,8%	38,9%	11,9%
	Acumulado: 12,4%			50,8%	
	Diferencial A/D: 38,3%				

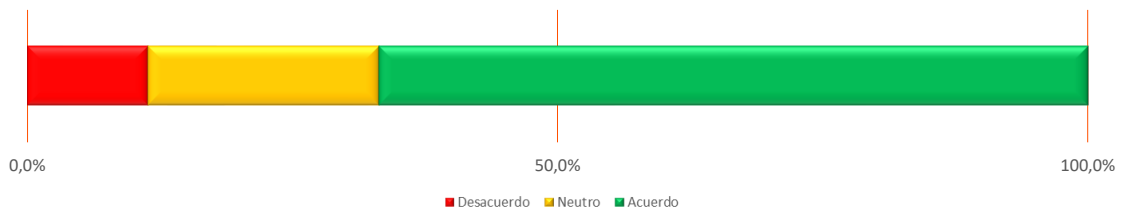
6.5.7 Ayuda Aportada por las Empresas Españolas

BT5. Las Empresas Españolas, con sus productos y servicios, me ayudan



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Ayuda Aportada por las Empresas Españolas	11,4%	66,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de ayuda aportada por las Empresas Españolas con sus productos y servicios



Frecuencias de Respuestas en relación con la ayuda aportada por las Empresas Españolas con sus productos y servicios:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Ayuda Aportada por las Empresas Españolas	3,6%	7,8%	21,8%	49,7%	17,1%
	Acumulado: 11,4%			66,8%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	55,4%				

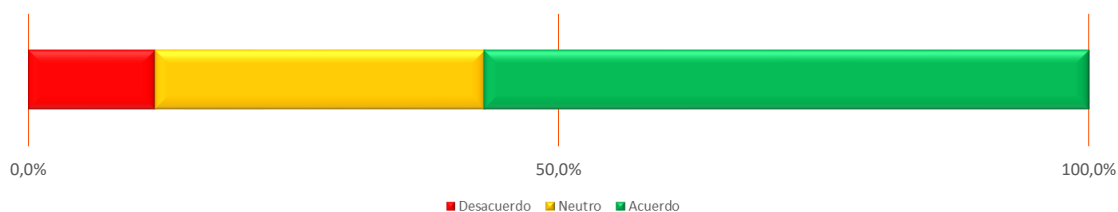
6.5.8 Aporte de Valor de las Empresas Españolas

BT6. Las Empresas Españolas, con sus productos y servicios, me aportan valor



Indicador	Detractores	Promotores	
Valor Aportado por las Empresas Españolas	11,9%	57,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Valor Aportado por las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con el valor aportado por las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Valor Aportado por las Empresas Españolas	4,1%	7,8%	31,1%	46,1%	10,9%
	Acumulado: 11,9%			57,0%	
	Diferencial A/D: 45,1%				

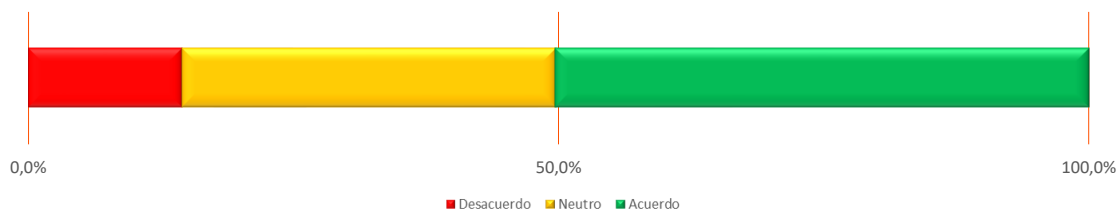
6.5.9 Recomendación de las Empresas Españolas

BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas



Indicador	Detractores	Promotores	
Recomendación de las Empresas Españolas	14,5%	50,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Recomendación de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la recomendación de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Recomendación de las Empresas Españolas	5,2%	9,3%	35,2%	35,8%	14,5%
	Acumulado: 14,5%			50,3%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	35,8%				



6.6 Valor Aportado por las Empresas Españolas al País

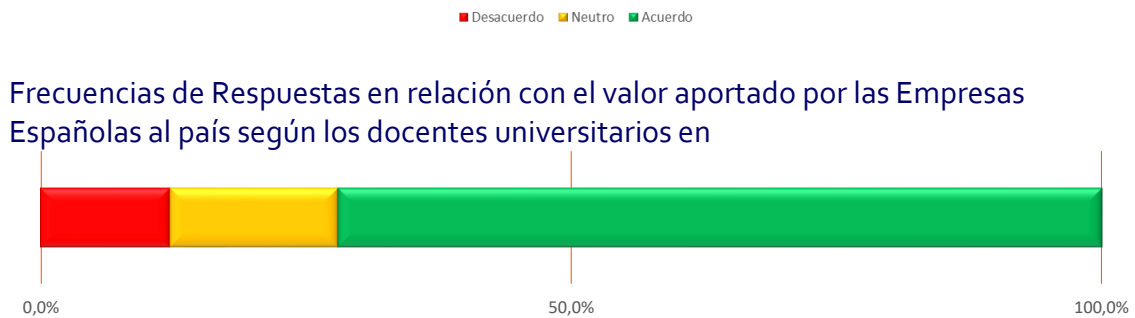
6.6.1 Valor Aportado al País

BT8. La presencia de empresas españolas aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Valor Aportado al País por la presencia de Empresas Españolas	12,2%	72,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Valor aportado al país por las Empresas Españolas según los docentes universitarios en México



Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Valor Aportado al País por las Empresas Españolas	6,3%	5,8%	15,9%	48,1%	23,8%
	Acumulado: 12,2%		72,0%		
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	59,8%				

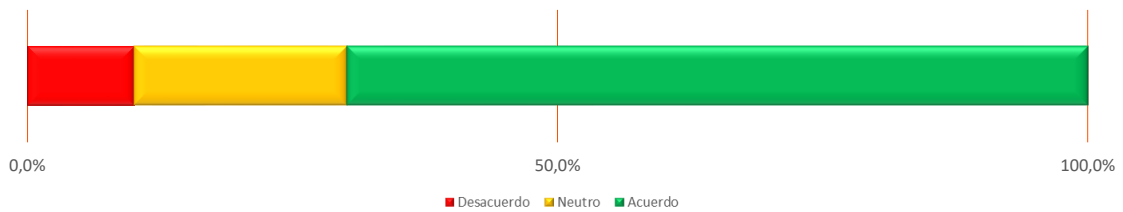
6.6.2 Beneficioso para el País

VA1. La presencia de empresas españolas es buena para nuestro país



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Beneficio Percibido por la Presencia de Empresas Españolas en el País	10,1%	69,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Beneficio percibido por la presencia de Empresas Españolas en el país por los docentes universitarios en México



Frecuencias de Respuestas en relación con el beneficio percibido para el país por la presencia de Empresas Españolas por los docentes universitarios en México:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Beneficio Percibido por la Presencia de Empresas Españolas en el País	5,8%	4,2%	20,1%	48,1%	21,7%
	Acumulado: 10,1%			69,8%	
	Diferencial A/D: 59,8%				

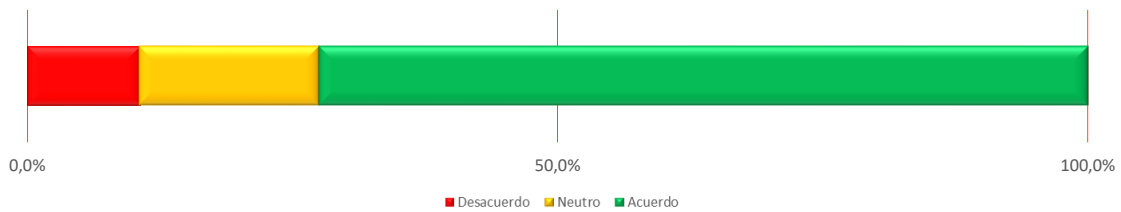
6.6.3 Contribución al Desarrollo del País

VA2. La presencia de empresas españolas en México contribuye al desarrollo de nuestro país



Indicador	Detractores	Promotores	
Contribución al Desarrollo del País por parte de las Empresas Españolas	10,6%	72,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Contribución de la presencia de Empresas Españolas al Desarrollo del País según los docentes universitarios en México



Frecuencias de Respuestas en relación con la contribución de la presencia de Empresas Españolas al Desarrollo del País según los docentes universitarios en México:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución al Desarrollo del País por parte de las Empresas Españolas	6,3%	4,2%	16,9%	47,6%	24,9%
	Acumulado: 10,6%			72,5%	
	Diferencial A/D: 61,9%				

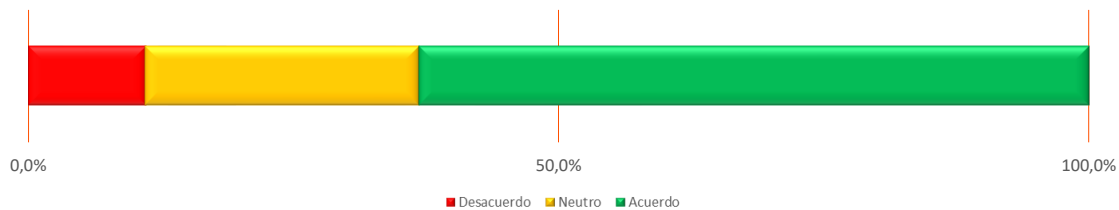
6.6.4 Aporte de Conocimiento al País

VA3. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Conocimiento



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Conocimiento	11,1%	63,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de conocimiento al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de conocimiento al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Conocimiento	5,8%	5,3%	25,8%	48,4%	14,7%
	Acumulado: 11,1%			63,2%	
	Diferencial A/D: 52,1%				

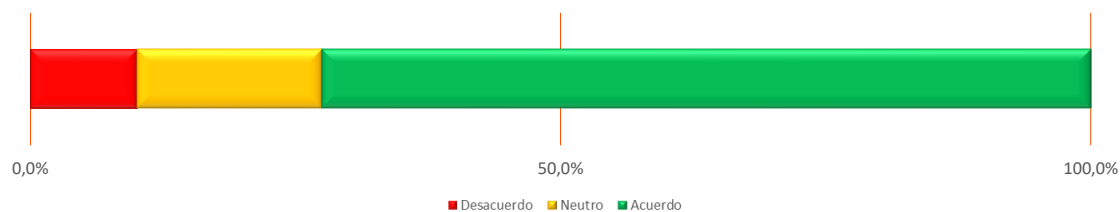
6.6.5 Aporte de Experiencia al País

VA4. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Experiencia



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Experiencia	10,1%	72,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de experiencia al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de experiencia al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Experiencia	5,3%	4,8%	17,5%	56,6%	15,9%
	Acumulado: 10,1%		72,5%		
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	62,4%				

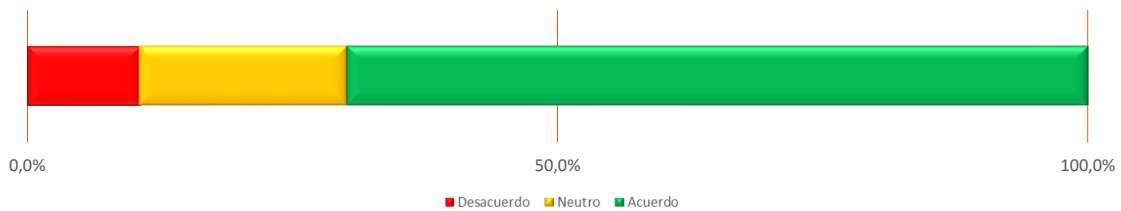
6.6.6 Aporte de Innovación al País

VA5. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Innovación



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Innovación	10,6%	69,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de innovación al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de innovación al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Innovación	5,8%	4,8%	19,6%	47,1%	22,8%
	Acumulado: 10,6%			69,8%	
	Diferencial A/D: 59,3%				

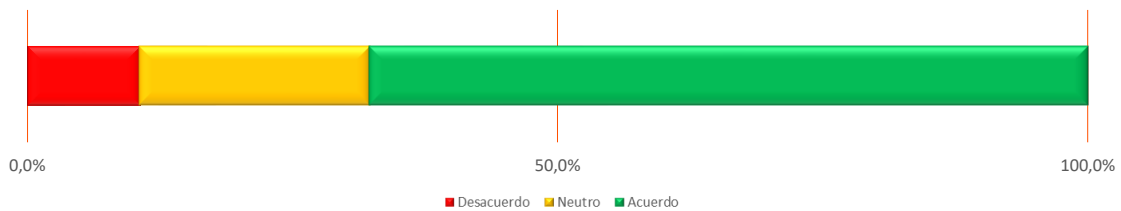
6.6.7 Aporte de Tecnología al País

VA6. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Tecnología



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Tecnología	10,6%	67,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de Tecnología a País por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de Tecnología al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Tecnología	4,2%	6,3%	21,7%	42,3%	25,4%
	Acumulado: 10,6%			67,7%	
	Diferencial A/D: 57,1%				

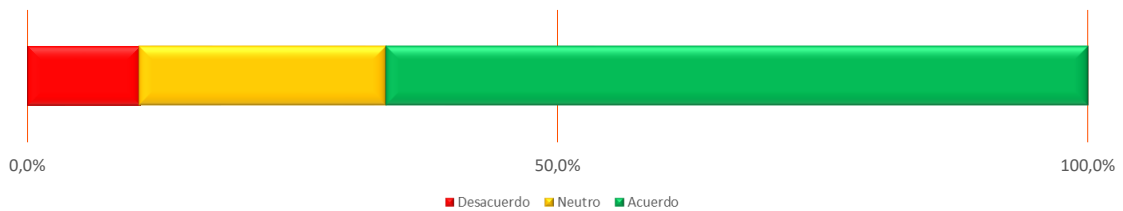
6.6.8 Aporte de Nuevas Formas de Organización

VA7. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Nuevas Formas de Organización



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: de Nuevas Formas de Organización	10,6%	66,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de Nuevas Formas de Organización al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de Nuevas Formas de Organización al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Nuevas Formas de Organización	4,8%	5,8%	23,3%	48,7%	17,5%
	Acumulado: 10,6%			66,1%	
	Diferencial A/D: 55,6%				

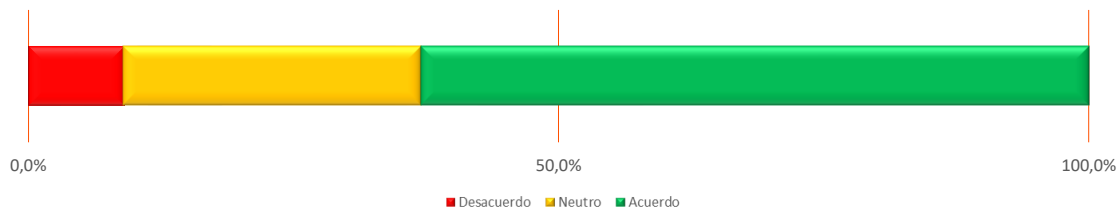
6.6.9 Aporte de Nuevos Modelos de Gestión

VA8. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Nuevos Modelos de Gestión



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Nuevos Modelos de Gestión	9,0%	63,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de Nuevos Modelos de Gestión al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de Nuevos Modelos de Gestión al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Nuevos Modelos de Gestión	4,8%	4,2%	28,0%	46,0%	16,9%
	Acumulado: 9,0%			63,0%	
	Diferencial A/D: 54,0%				

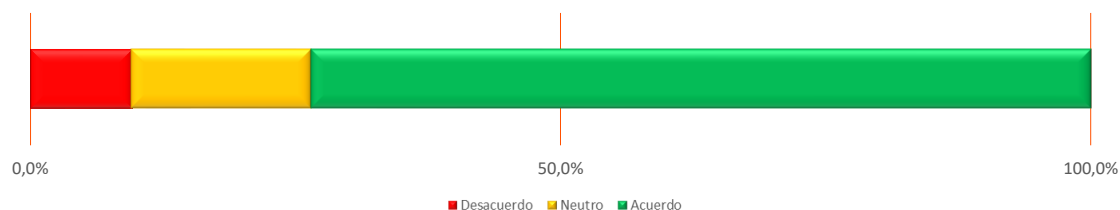
6.6.10 Aporte de Inversiones que Benefician al País

VA9. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Inversiones que benefician al país



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Inversiones que Benefician al País	9,5%	73,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de inversiones que benefician al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de inversiones que benefician al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Inversiones que Benefician al País	5,3%	4,2%	16,9%	45,0%	28,6%
	Acumulado: 9,5%			73,5%	
	Diferencial A/D: 64,0%				

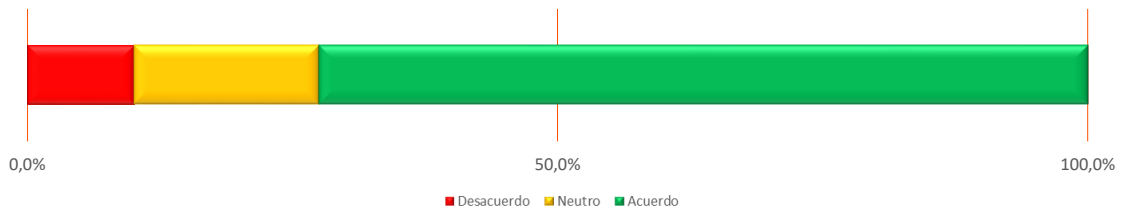
6.6.11 Aporte de Oportunidades de Desarrollo Económico

VA10. Según mi experiencia, la presencia de empresas españolas en mi país aporta Oportunidades de Desarrollo Económico



Indicador	Detractores	Promotores	
Aporte de las Empresas Españolas al País: Oportunidades de Desarrollo Económico	10,1%	72,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de aporte de Oportunidades de Desarrollo Económico al país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de aporte de Oportunidades de Desarrollo Económico al país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Aporte de las Empresas Españolas al País: Oportunidades de Desarrollo Económico	5,3%	4,8%	17,5%	47,1%	25,4%
	Acumulado: 10,1%			72,5%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	62,4%				

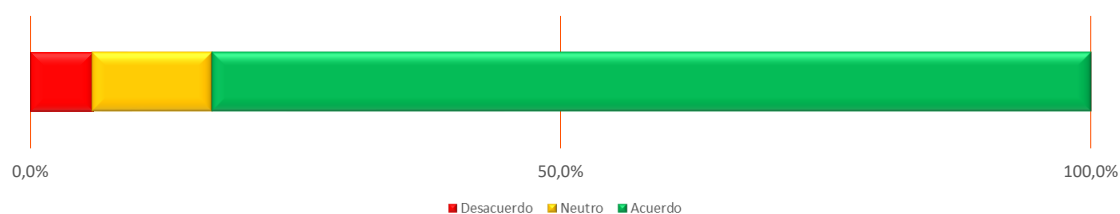
6.6.12 Contribución a la Creación de Empleo en el País

VA11. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Crear Empleo



Indicador	Detractores	Promotores	
Contribución de las Empresas Españolas al País: Creación de Empleo	5,9%	82,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de contribución a la Creación de Empleo en el país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución a la Creación de Empleo en el país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas al País: Creación de Empleo	3,7%	2,1%	11,2%	51,3%	31,6%
	Acumulado: 5,9%			82,9%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	77,0%				

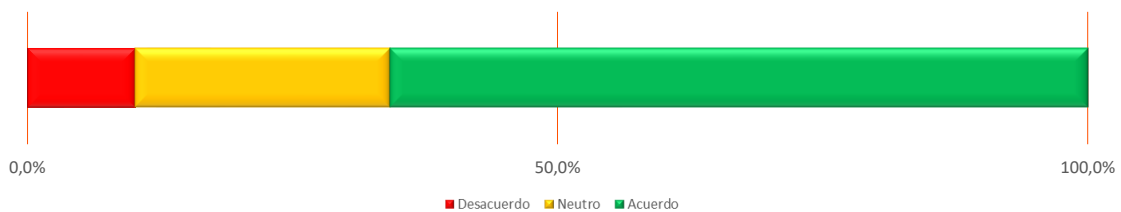
6.6.13 Contribución a la Creación de Empleo Estable y de Calidad en el País

VA12. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Crear Empleo Estable y de Calidad



Indicador	Detractores	Promotores	
Contribución de las Empresas Españolas al País: Creación de Empleo Estable y de Calidad	10,2%	65,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de contribución a la Creación de Empleo Estable y de Calidad en el país por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución a la Creación de Empleo Estable y de Calidad en el país por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas al País: Creación de Empleo Estable y de Calidad	5,3%	4,8%	24,1%	44,9%	20,9%
	Acumulado: 10,2%			65,8%	
	Diferencial A/D: 55,6%				

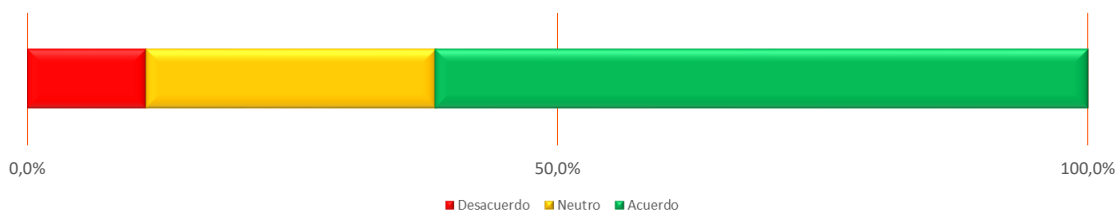
6.6.14 Contribución a Modernizar el País

VA13. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Modernizar el País



Indicador	Detractores	Promotores	
Contribución de las Empresas Españolas a: Modernizar el País	11,2%	61,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de contribución de las Empresas Españolas a Modernizar el País



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución de las Empresas Españolas a Modernizar el País:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas a: Modernizar el País	5,3%	5,9%	27,3%	37,4%	24,1%
	Acumulado: 11,2%			61,5%	
	Diferencial A/D: 50,3%				

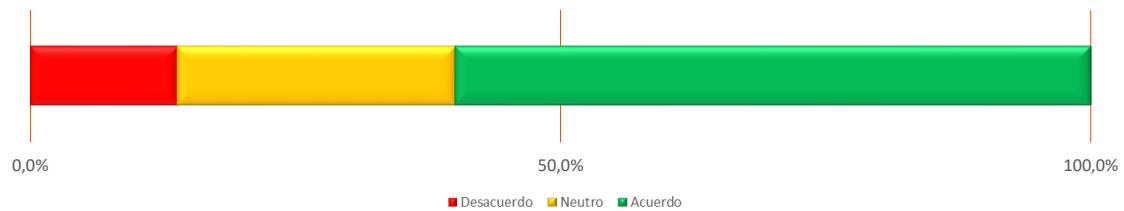
6.6.15 Contribución a Mejorar el Bienestar de la Población

VA14. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Mejorar el Bienestar de la Población



Indicador	Detractores	Promotores	
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar el Bienestar de la Población	13,9%	59,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar el Bienestar de la Población



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar el Bienestar de la Población:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar el Bienestar de la Población	6,4%	7,5%	26,2%	47,1%	12,8%
	Acumulado: 13,9%			59,9%	
	Diferencial A/D: 46,0%				

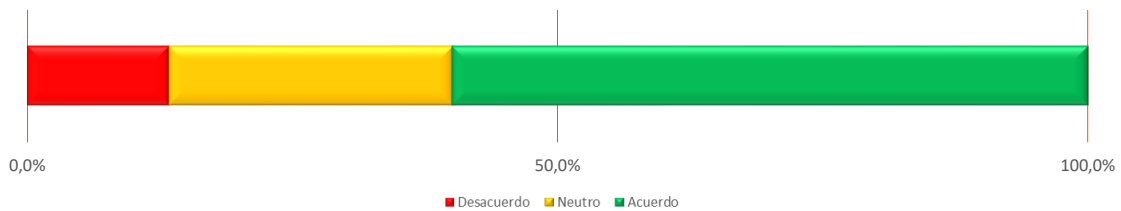
6.6.16 Contribución a Mejorar las Infraestructuras

VA15. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Mejorar las Infraestructuras



Indicador	Detractores	Promotores	
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar las Infraestructuras	13,4%	59,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar las Infraestructuras



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar las Infraestructuras:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar las Infraestructuras	7,5%	5,9%	26,7%	41,7%	18,2%
	Acumulado: 13,4%			59,9%	
	Diferencial A/D: 46,5%				

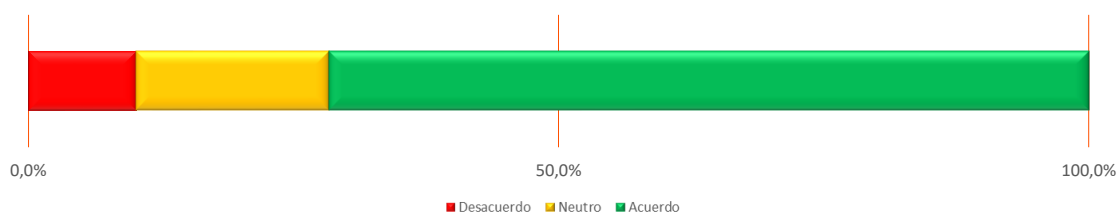
6.6.17 Contribución a Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente

VA16. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente	10,2%	71,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar la Oferta de Productos y Servicios Existente	6,4%	3,7%	18,2%	52,9%	18,7%
	Acumulado: 10,2%			71,7%	
	Diferencial A/D: 61,5%				

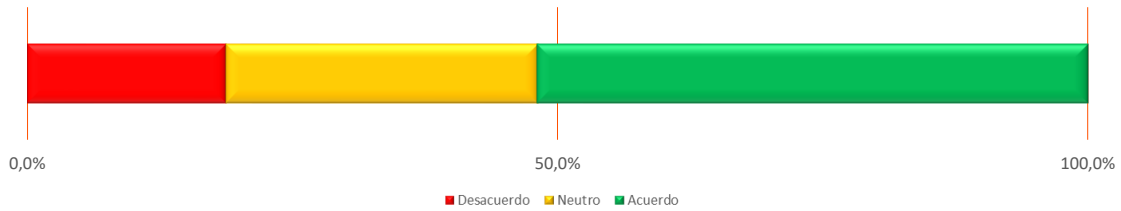
6.6.18 Contribución a Mejorar los Servicios Públicos

VA17. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Mejorar los Servicios Públicos



Indicador	Detractores	Promotores	
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar los Servicios Públicos	18,7%	51,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar los Servicios Públicos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar los Servicios Públicos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar los Servicios Públicos	8,6%	10,2%	29,4%	41,2%	10,7%
	Acumulado: 18,7%			51,9%	
	Diferencial A/D: 33,2%				

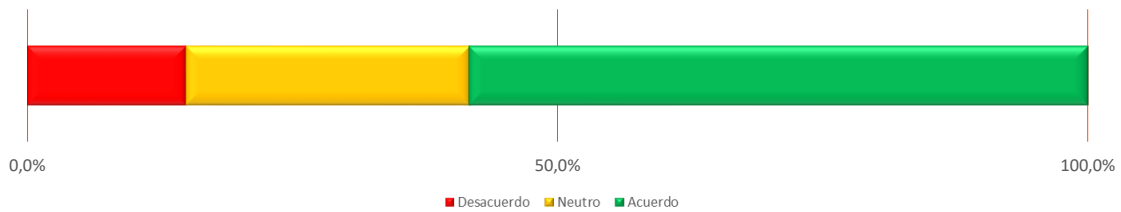
6.6.19 Contribución a Mejorar mi País

VA18. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a Mejorar mi País



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar mi País	15,0%	58,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar mi País



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de contribución de las Empresas Españolas a Mejorar mi País:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Contribución de las Empresas Españolas a: Mejorar mi País	8,6%	6,4%	26,7%	44,4%	13,9%
	Acumulado: 15,0%			58,3%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	43,3%				



6.7 Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas

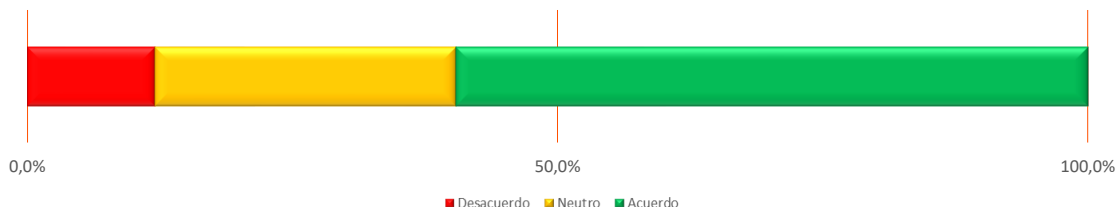
6.7.1 Respeto a la Cultura Local

RP1. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas Respetan la Cultura Local



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Respeto por la Cultura Local	12,0%	59,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de Respeto por la Cultura Local por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de Respeto por la Cultura Local por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto por la Cultura Local	6,0%	6,0%	28,4%	46,4%	13,1%
	Acumulado: 9,9%			51,1%	
	Diferencial A/D: 47,5%				

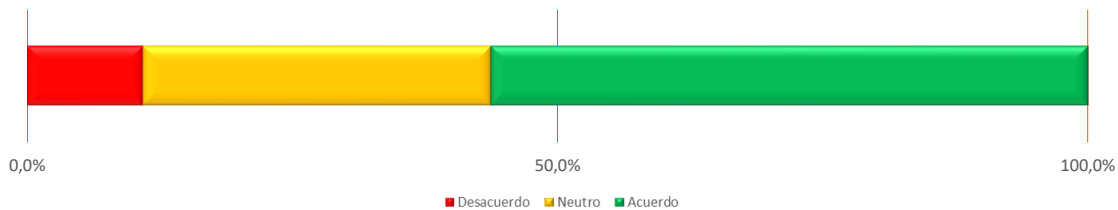
6.7.2 Respeto a los Empleados

RP2. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas Respetan a sus Empleados



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Respeto a los Empleados en el País	10,9%	56,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de Respeto a los Empleados por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de Respeto a los Empleados por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto a los Empleados en el País	6,0%	4,9%	32,8%	46,4%	9,8%
	Acumulado: 10,9%			56,3%	
	Diferencial A/D: 45,4%				

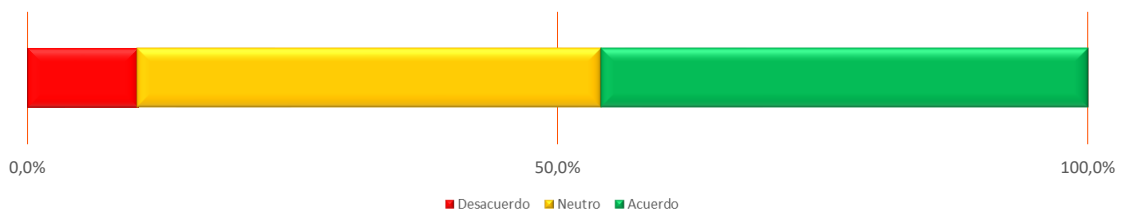
6.7.3 Preocupación por los Empleados

RP3. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas se Preocupan por sus Empleados



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Preocupación por los Empleados	10,4%	45,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de Preocupación por los Empleados por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de Preocupación por los Empleados por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Preocupación por los Empleados	6,0%	4,4%	43,7%	36,6%	9,3%
	Acumulado: 10,4% Desacuerdo			45,9% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 35,5%				

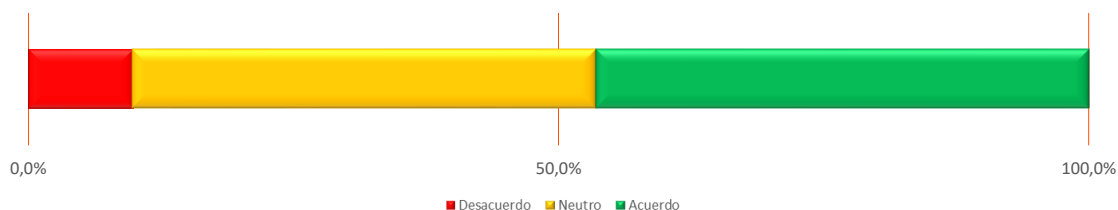
6.7.4 Relación con los Empleados

RP4. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas tienen buena relación con sus empleados



Indicador	Detractores	Promotores	
Buena Relación con los Empleados por parte de las Empresas Españolas	9,8%	46,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de mantenimiento de buenas relaciones con los empleados por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de mantenimiento de buenas relaciones con los empleados por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Buena Relación con los Empleados por parte de las Empresas Españolas	6,0%	3,8%	43,7%	38,3%	8,2%
	Acumulado: 9,8%			46,4%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	36,6%				

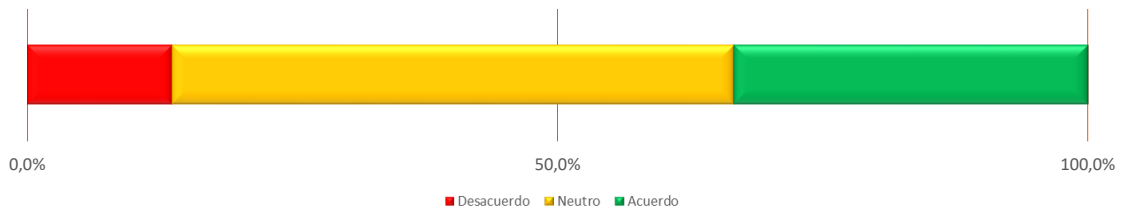
6.7.5 Condiciones Laborales

RP5. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Mejores Condiciones Laborales de las Empresas Españolas en relación con las empresas locales	13,7%	33,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de mejores condiciones laborales de las Empresas Españolas en relación con las empresas locales



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de mejores condiciones laborales de las Empresas Españolas en relación con las empresas locales:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Mejores Condiciones Laborales de las Empresas Españolas en relación con las empresas locales	5,5%	8,2%	53,0%	24,0%	9,3%
	Acumulado: 13,7% Desacuerdo			33,3% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 19,7%				

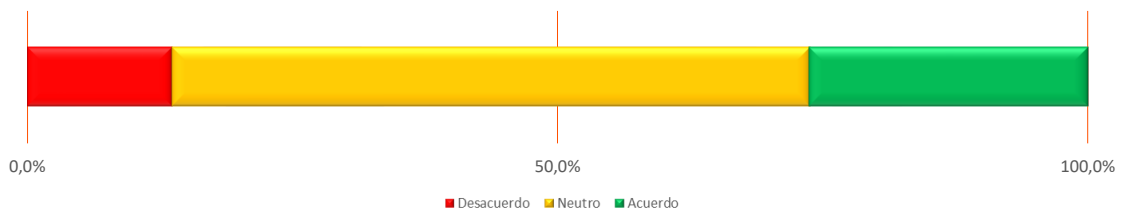
6.7.6 Remuneración

RP6. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas remunerar mejor que las empresas locales



Indicador	Detractores	Promotores	
Mejor Remuneración que las Empresas Locales	13,7%	26,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de mejor remuneración por parte de las Empresas Españolas en relación con las empresas locales



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de mejor remuneración por parte de las Empresas Españolas en relación con las empresa locales:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Mejor Remuneración que las Empresas Locales	5,5%	8,2%	60,1%	14,8%	11,5%
	Acumulado: 13,7% Desacuerdo			26,2% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 12,6%				

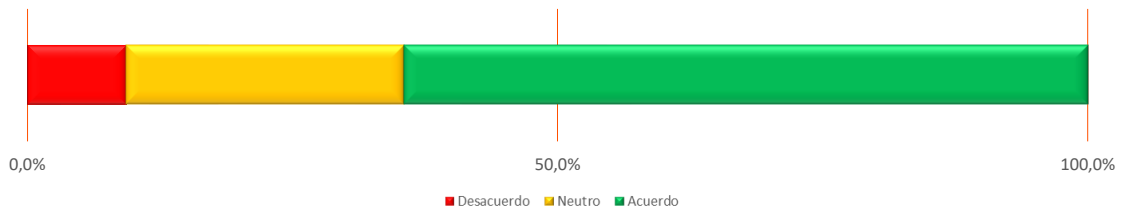
6.7.7 Relación con los Clientes

RP7. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas tienen buena relación con sus clientes



Indicador	Detractores	Promotores	
Buena Relación con los Clientes	9,3%	64,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de mantenimiento de buena relación con los clientes por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de mantenimiento de Buena relación con los clientes por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Buena Relación con los Clientes	6,0%	3,3%	26,2%	53,0%	11,5%
	Acumulado: 9,3% Desacuerdo			64,5% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 55,2%				

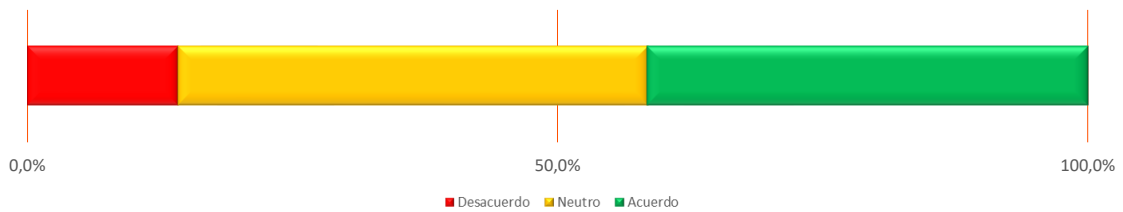
6.7.8 Transparencia con la Información

RP8. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son transparentes con la información



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Transparencia con la Información	14,2%	41,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de transparencia con la información por parte de las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de transparencia con la información por parte de las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Transparencia con la Información	6,0%	8,2%	44,3%	33,9%	7,7%
	Acumulado: 14,2%			41,5%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	27,3%				

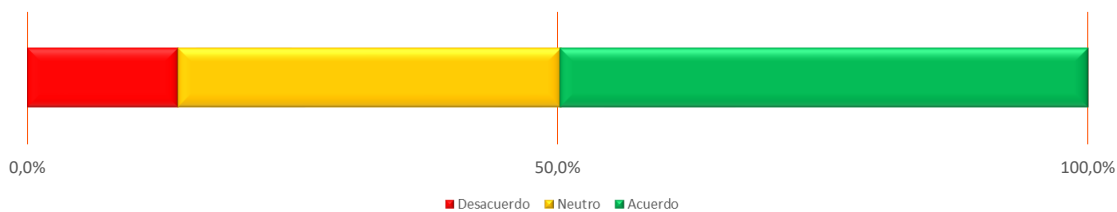
6.7.9 Responsabilidad Social

RP9. Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas son socialmente responsables



Indicador	Detractores	Promotores	
Socialmente Responsables	14,2%	49,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como socialmente responsables



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como socialmente responsables:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Socialmente Responsables	7,1%	7,1%	36,1%	37,2%	12,6%
	Acumulado: 14,2%			49,7%	
	Diferencial A/D: 35,5%				

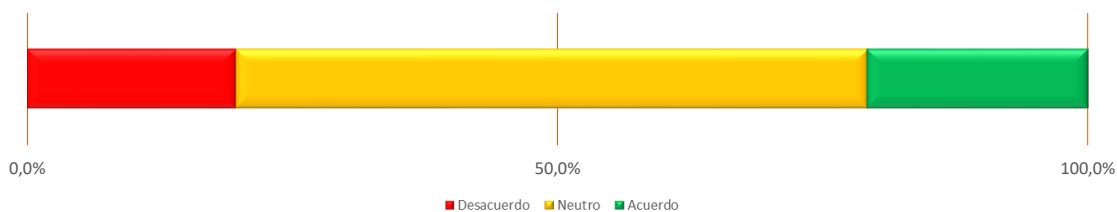
6.7.10 Comportamiento de las Empresas Españolas

RP10. Según mi experiencia, el comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España



Indicador	Detractores	Promotores	
Comportamiento Peor que en España	19,7%	20,8%	↓
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de comportamiento de las Empresas Españolas en el entorno local peor que en España



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de comportamiento de las Empresas Españolas en el entorno local peor que en España:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Comportamiento Peor que en España	6,0%	13,7%	59,6%	14,8%	6,0%
	Acumulado: 19,7%			20,8%	
	Diferencial A/D: 1,1%				



6.8 Responsabilidad Social en las Empresas Españolas

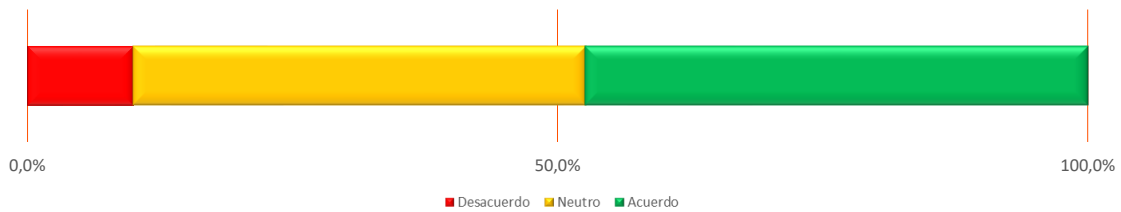
6.8.1 Ejemplo para seguir

SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir



Indicador	Detractores	Promotores	
Ejemplo para Seguir	9,9%	47,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como un ejemplo para seguir



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como un ejemplo para seguir:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Ejemplo para Seguir	8,2%	1,8%	42,7%	39,8%	7,6%
	Acumulado: 9,9%			47,4%	
	Diferencial A/D: 37,4%				

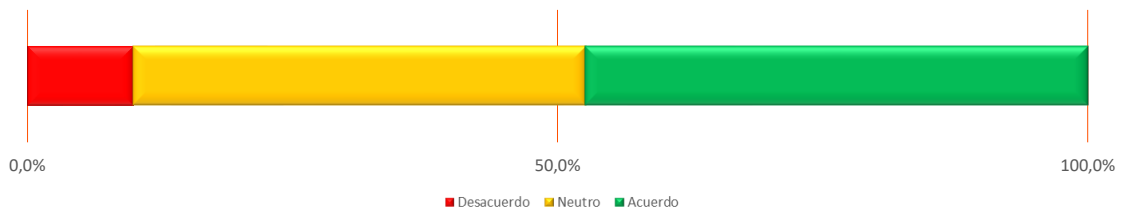
6.8.2 Patrocinio de Programas Educativos

SRS1. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por patrocinar programas educativos



Indicador	Detractores	Promotores	
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas Educativos	17,9%	45,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas educativos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas educativos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas Educativos	8,3%	9,5%	36,9%	34,5%	10,7%
	Acumulado: 17,9%			45,2%	
	Diferencial A/D: 27,4%				

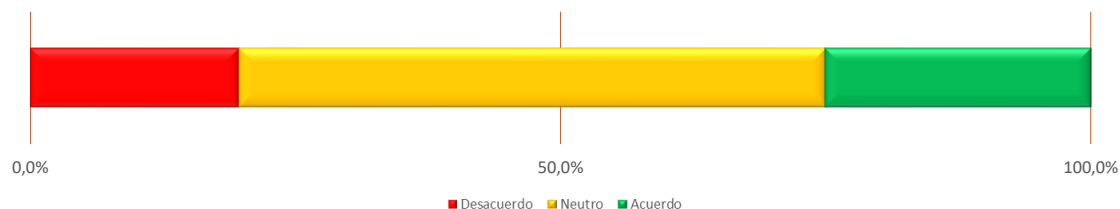
6.8.3 Patrocinio de Programas de Salud Pública

SRS2. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por patrocinar programas de salud pública



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas de Salud Pública	19,6%	25,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas de salud pública



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas de salud pública:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas de Salud Pública	8,9%	10,7%	55,4%	19,0%	6,0%
	Acumulado: 19,6%			25,0%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	5,4%				

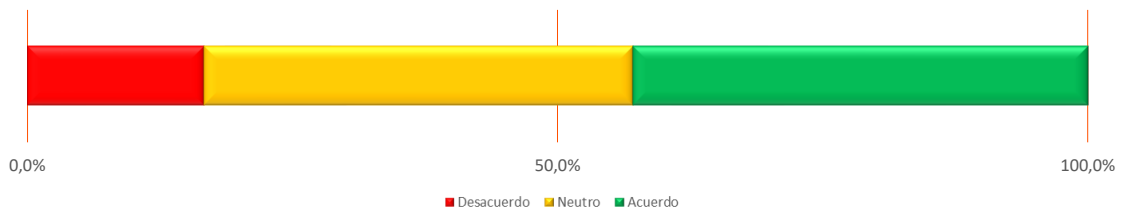
6.8.4 Patrocinio de Programas Culturales

SRS3. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por patrocinar programas culturales



Indicador	Detractores	Promotores	
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas Culturales	16,7%	42,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas culturales



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas culturales:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas Culturales	8,9%	7,7%	40,5%	35,1%	7,7%
	Acumulado: 16,7%			42,9%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	26,2%				

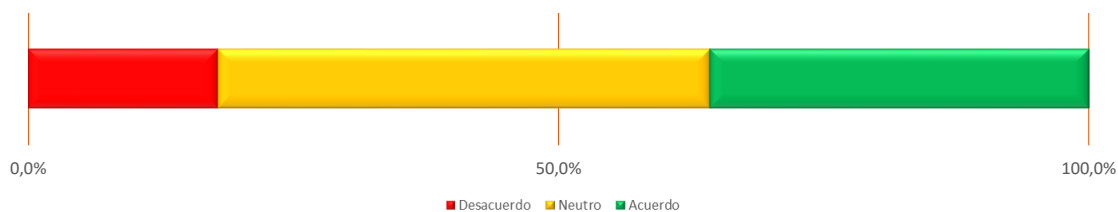
6.8.5 Compromiso con Principios Éticos

SRS4. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por mantener un alto compromiso con principios éticos



Indicador	Detractores	Promotores	
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Compromiso con Principios Éticos	17,9%	35,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas altamente comprometidas con los principios éticos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas altamente comprometidas con los principios éticos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Compromiso con Principios Éticos	7,7%	10,1%	46,4%	27,4%	8,3%
	Acumulado: 17,9%			35,7%	
	Diferencial A/D: 17,9%				

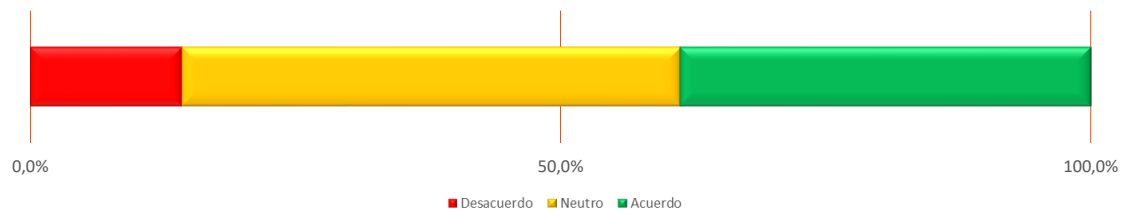
6.8.6 Donaciones Económicas a Causas Sociales

SRS5. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por realizar donaciones económicas a causas sociales



Indicador	Detractores	Promotores	
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Realizan Donaciones a Causas Sociales	14,3%	38,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como empresas que realizan donaciones económicas a causas sociales



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas que realizan donaciones económicas a causas sociales:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Realizan Donaciones a Causas Sociales	8,3%	6,0%	47,0%	32,1%	6,5%
	Acumulado: 14,3%			38,7%	
	Diferencial A/D: 24,4%				

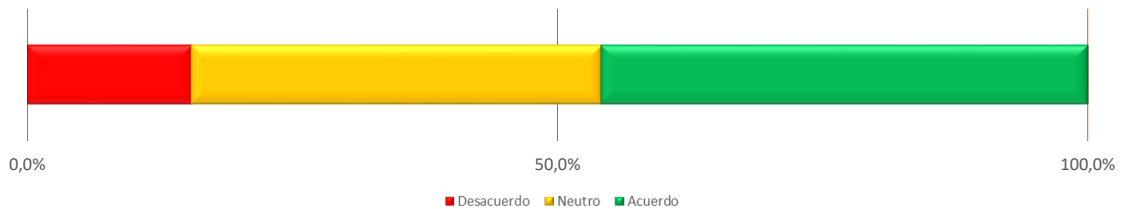
6.8.7 Mejorar la Calidad de Vida de la Comunidad

SRS6. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Ayudan a Mejorar la Calidad de Vida de la Comunidad	15,5%	45,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de las Empresas Españolas como empresas que ayudan a mejorar la calidad de vida de la Comunidad



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas que ayudan a mejorar la calidad de vida de la Comunidad:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Ayudan a Mejorar la Calidad de Vida de la Comunidad	8,3%	7,1%	38,7%	39,3%	6,5%
	Acumulado: 15,5%		45,8%		
	Diferencial A/D: 30,4%				

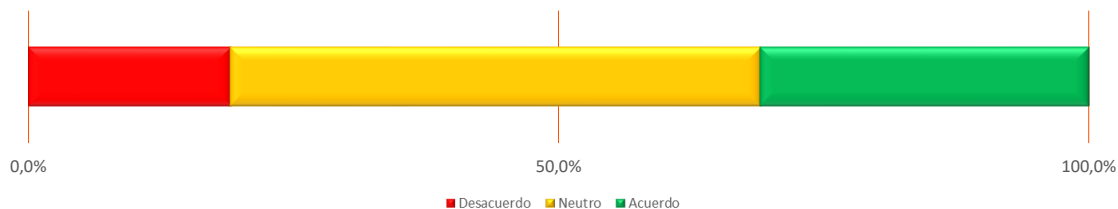
6.8.8 Patrocinio de Programas Medioambientales

SRM1. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por patrocinar programas medioambientales



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas Medioambientales	19,0%	31,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas medioambientales



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como patrocinadoras de programas medioambientales:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Patrocinio de Programas Medioambientales	9,5%	9,5%	50,0%	25,0%	6,0%
	Acumulado: 19,0%			31,0%	
	Diferencial A/D: 11,9%				

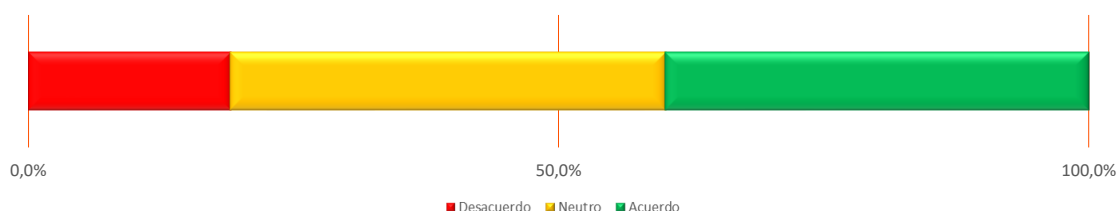
6.8.9 Oferta de Productos Compatibles con el Medioambiente

SRM2. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente



Indicador	Detractores	Promotores	
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Oferta de Productos Compatibles con el Medioambiente	19,0%	39,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de las Empresas Españolas como oferentes de productos compatibles con el Medioambiente



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como oferentes de productos compatibles con el Medioambiente:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Oferta de Productos Compatibles con el Medioambiente	8,3%	10,7%	41,1%	32,1%	7,7%
	Acumulado: 19,0%			39,9%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	20,8%				

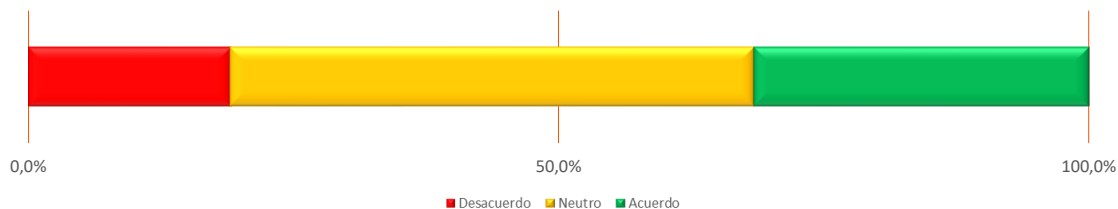
6.8.10 Programas para Reducir la Contaminación

SRM3. En mi país, las empresas españolas se caracterizan por realizar programas para reducir la contaminación



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Realización de Programas para Reducir la Contaminación	19,0%	31,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de las Empresas Españolas como empresas que realizan programas para reducir la contaminación



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas que realizan programas para reducir la contaminación:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Realización de Programas para Reducir la Contaminación	9,5%	9,5%	49,4%	23,8%	7,7%
	Acumulado: 19,0%			31,5%	
	Desacuerdo		Acuerdo		
Diferencial A/D:	12,5%				

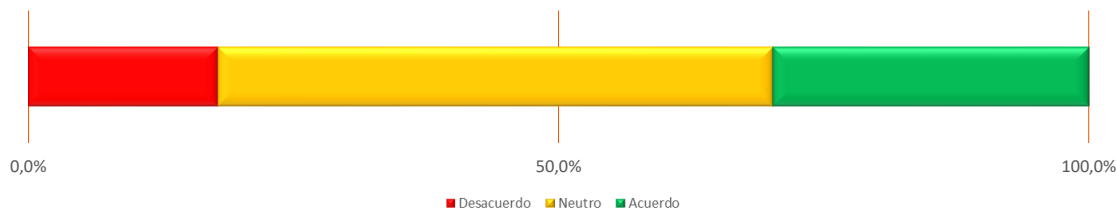
6.8.11 Reciclaje Adecuado de Materiales de Desecho

SRM4. En mi país, las empresas españolas se caracterizan reciclar sus materiales de desecho adecuadamente



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Reciclaje Adecuado de Materiales de Desecho	17,9%	29,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de las Empresas Españolas como empresas que reciclan sus materiales de desecho de forma adecuada



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de las Empresas Españolas como empresas que reciclan sus materiales de desecho de forma adecuada:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Reciclaje Adecuado de Materiales de Desecho	8,9%	8,9%	52,4%	23,2%	6,5%
	Acumulado: 12,3%			23,8%	
	Diferencial A/D: 11,9%				

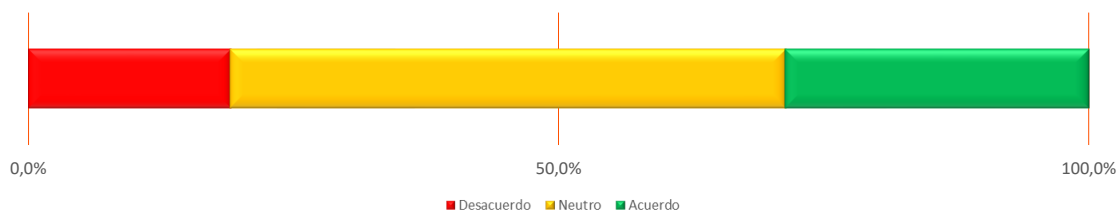
6.8.12 Asombro ante las Empresas Españolas

SRM5. En mi país, las empresas españolas se caracterizan utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Utilización sólo de Recursos Naturales Necesarios	19,0%	28,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de las Empresas Españolas como empresas que utilizan sólo los recursos naturales que sean necesarios



Frecuencias de Respuestas en relación con la de las Empresas Españolas como empresas que utilizan sólo los recursos naturales que sean necesarios:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas: Utilización sólo de Recursos Naturales Necesarios	8,3%	10,7%	52,4%	21,4%	7,1%
	Acumulado: 19,0%			28,6%	
	Diferencial A/D: 9,5%				



6.9 Recomendación en relación con las Empresas Españolas

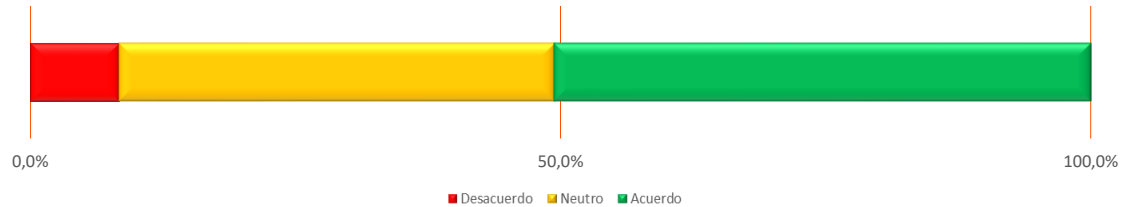
6.9.1 Recomendación para Trabajar en Empresas Españolas

BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas



Indicador	Detractores	Promotores	
Recomendación para Trabajar en Empresas Españolas	8,3%	50,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de recomendación para trabajar en Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de recomendación para trabajar en Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Recomendación para Trabajar en Empresas Españolas	6,1%	2,2%	41,1%	40,6%	10,0%
	Acumulado: 8,3% Desacuerdo			Acumulado: 50,6% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 42,2%				

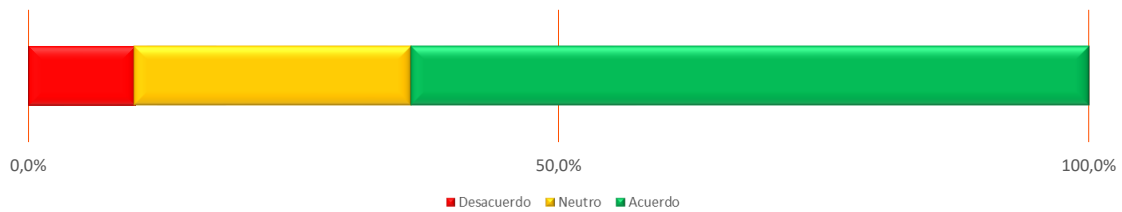
6.9.2 Recomendación para Estudiar en una Universidad o Escuela de Negocios Española

BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios Española



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Recomendación para Estudiar en una Universidad o Escuela de Negocios Española	10,0%	63,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de recomendación para estudiar en una Universidad o Escuela de Negocios Española



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de recomendación para estudiar en una Universidad o Escuela de Negocios Española:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Recomendación para Estudiar en una Universidad o Escuela de Negocios Española	6,7%	3,3%	26,1%	46,7%	17,2%
	Acumulado: 10,0% Desacuerdo		63,9% Acuerdo		
	Diferencial A/D: 53,9%				

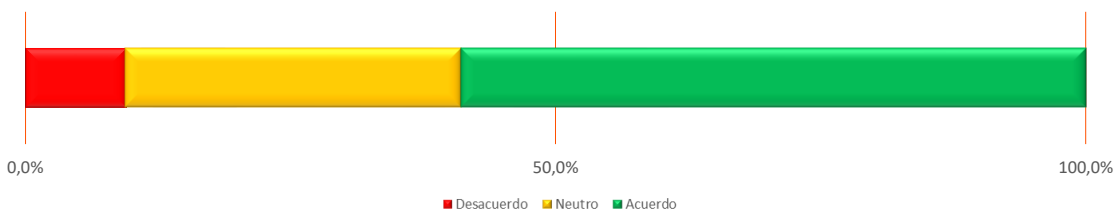
6.9.3 Recomendación para Comprar Productos y Servicios de Marcas Españolas

BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Recomendación para Comprar Productos y Servicios de Marcas Españolas	9,4%	58,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de recomendación para comprar productos y servicios de marcas españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de recomendación para comprar productos y servicios de marcas españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Recomendación para Comprar Productos y Servicios de Marcas Españolas	5,6%	3,9%	31,7%	44,4%	14,4%
	Acumulado: 9,4%			58,9%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	49,4%				



6.10 Satisfacción

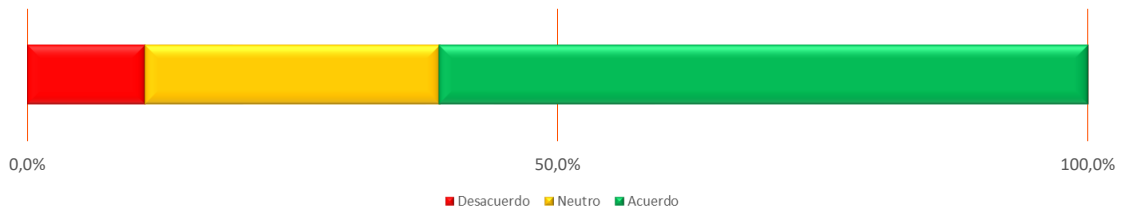
6.10.1 Nivel de Satisfacción con el Valor Aportado por las Empresas Españolas al País

ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Satisfacción con el Valor Aportado por las Empresas Españolas al País	11,1%	61,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Satisfacción con el valor aportado por las Empresas Españolas al País



Frecuencias de Respuestas en relación con el nivel de satisfacción con el valor aportado por las Empresas Españolas al País:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Satisfacción con el Valor Aportado por las Empresas Españolas al País	6,7%	4,4%	27,8%	48,3%	12,8%
	Acumulado: 11,1%		61,1%		
	Diferencial A/D: 50,0%				

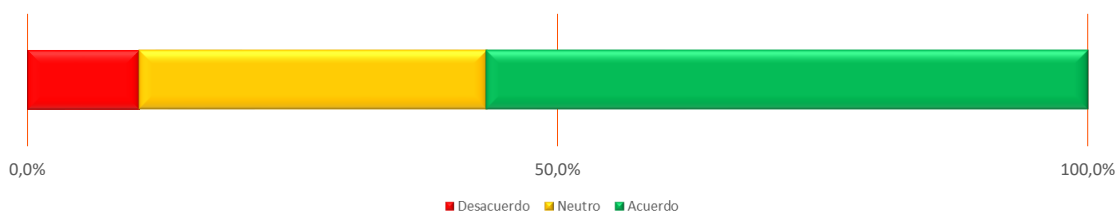
6.10.2 Nivel de Contenido con las Empresas Españolas

ST2. Estoy contento/a con las Empresas Españolas



Indicador	Detractores	Promotores	
Nivel de Contenido con las Empresas Españolas	10,6%	56,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Nivel de contenido con las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con el nivel de contenido con las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Nivel de Contenido con las Empresas Españolas	7,2%	3,3%	32,8%	43,3%	13,3%
	Acumulado: 10,6%			56,7%	
	Diferencial A/D: 46,1%				



7. Percepción de los Directivos Expatriados Españoles

7.1 Reputación de los Directivos Expatriados Españoles

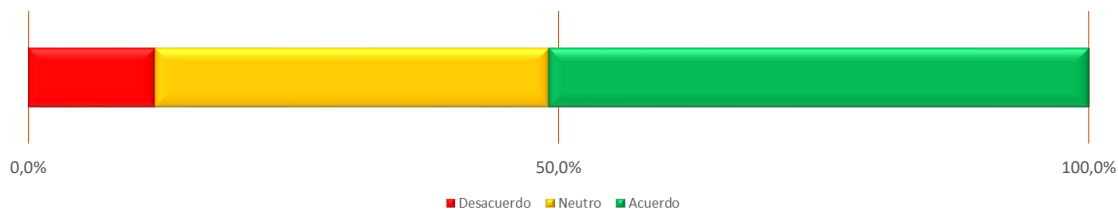
7.1.1 Imagen de los Directivos Españoles Expatriados

BRE1. Según mi experiencia, en mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de los Directivos Españoles Expatriados	12,0%	50,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Imagen de los Directivos Españoles Expatriados



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de la imagen de los Directivos Españoles Expatriados:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de los Directivos Españoles Expatriados	7,2%	4,8%	37,1%	44,3%	6,6%
	Acumulado: 12,0%			50,9%	
	Diferencial A/D: 38,9%				

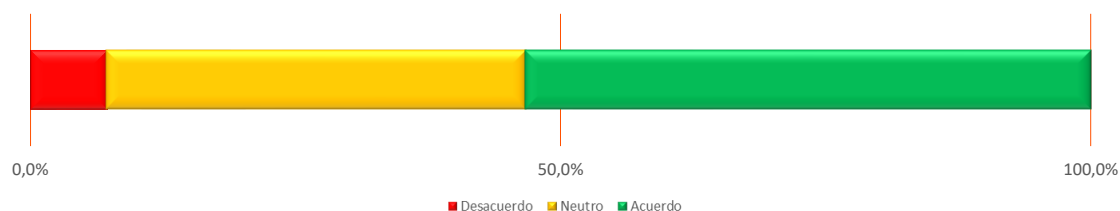
7.1.2 Respeto hacia los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

BRE2. Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas son respetados



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Respeto hacia los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	7,2%	53,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de respeto hacia los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de respeto hacia los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto hacia los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	4,8%	2,4%	39,5%	44,3%	9,0%
	Acumulado: 7,2%			53,3%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	46,1%				

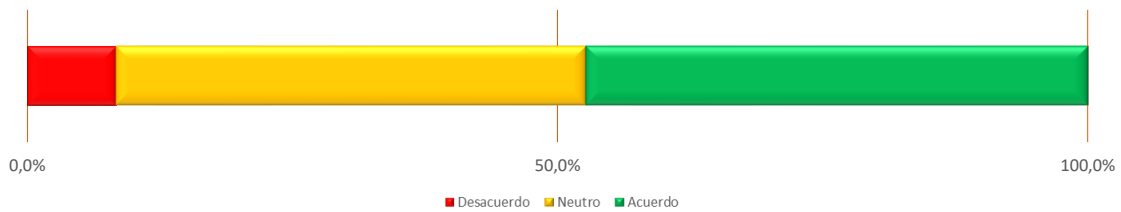
7.1.3 Credibilidad de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

BRE3. Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas son creíbles



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Credibilidad de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	8,4%	47,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de credibilidad de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de credibilidad de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Credibilidad de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	5,4%	3,0%	44,3%	41,3%	6,0%
	Acumulado: 8,4%			47,3%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	38,9%				

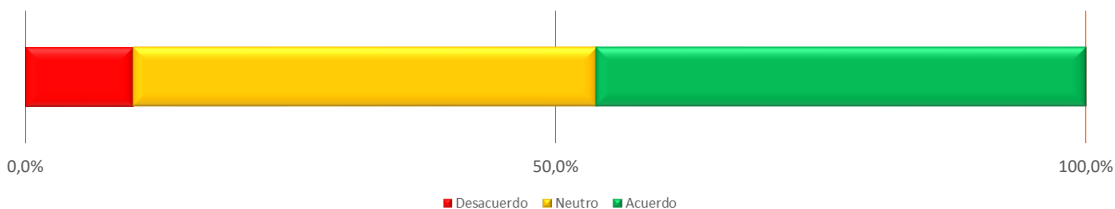
7.1.4 Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

BRE4. Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas son valorados



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	10,2%	46,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos valorados



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos valorados:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	4,8%	5,4%	43,7%	38,3%	7,8%
	Acumulado: 10,2%			46,1%	
	Diferencial A/D: 35,9%				

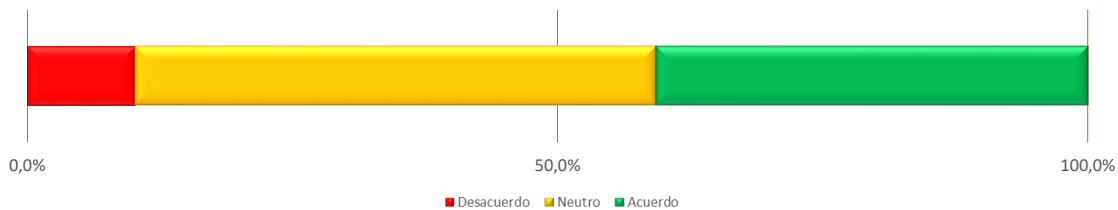
7.1.5 Prestigio de los Directivos de Empresas Españolas

BRE5. Según mi experiencia, en mi país, los directivos expatriados de empresas españolas tienen mucho prestigio



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Prestigio de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	10,2%	40,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de prestigio de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos que tienen mucho prestigio:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Prestigio de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	5,4%	4,8%	49,1%	31,1%	9,6%
	Acumulado: 10,2%			40,7%	
	Diferencial A/D: 30,5%				

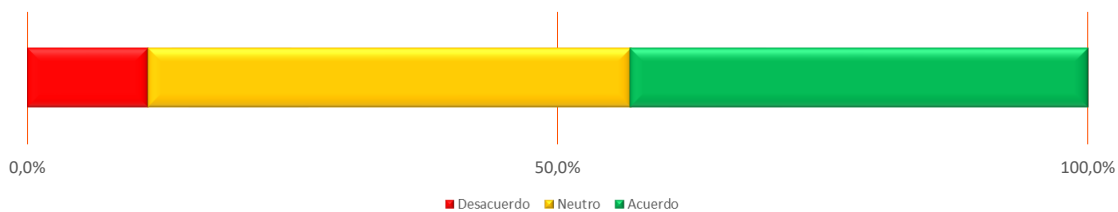
7.1.6 Reputación de los Directivos de Empresas Españolas

BRE6. Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas tienen buena reputación



Indicador	Detractores	Promotores	
Reputación de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	11,4%	43,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de la Reputación de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos con buena reputación:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Reputación de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	6,0%	5,4%	45,5%	35,9%	7,2%
	Acumulado: 11,4%			43,1%	
	Diferencial A/D: 31,7%				

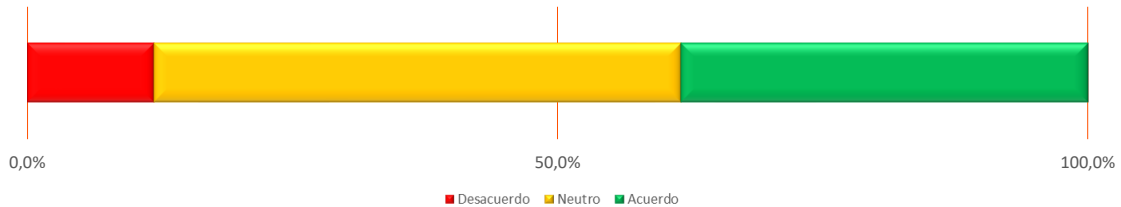
7.1.7 Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas en su Sector

BRE7. Según mi experiencia, en mi país, los directivos de empresas españolas son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas en mi Área de Conocimiento/Sector	12,0%	38,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos valorados en mi área de conocimiento/sector



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos valorados en mi área de conocimiento/sector:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Valoración de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas en mi Área de Conocimiento/Sector	6,6%	5,4%	49,7%	31,1%	7,2%
	Acumulado: 12,0%			38,3%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	26,3%				

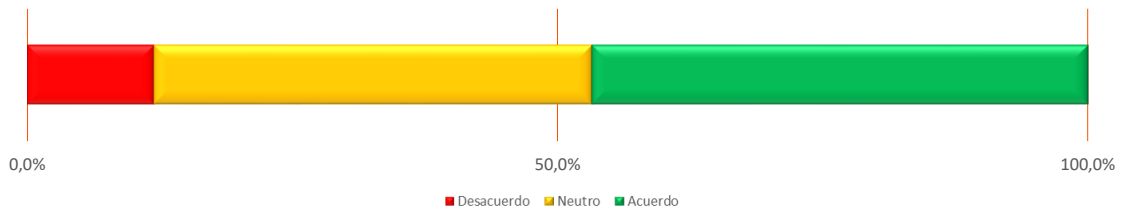
7.1.8 Confianza Generada por los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

BRE8. Según mi experiencia, en mi país, los directivos de empresas españolas generan confianza



Indicador	Detractores	Promotores	
Confianza Generada por los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	12,0%	46,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de Confianza Generada por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de confianza generada por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza Generada por los Directivos Expatriados de Empresas Españolas	5,4%	6,6%	41,3%	39,5%	7,2%
	Acumulado: 12,0%			46,7%	
	Diferencial A/D: 34,7%				



7.2 Respeto por el Entorno Local

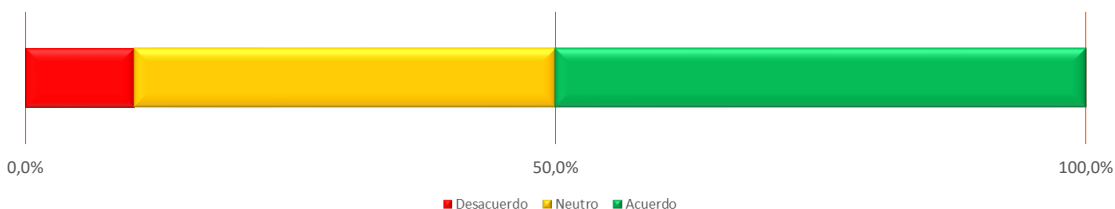
7.2.1 Respeto hacia los Empleados Locales

RPE1. En mi país, los directivos de las empresas españolas respetan a los empleados locales



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Respeto hacia los Empleados Locales	10,2%	50,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de respeto hacia los empleados locales por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de respeto hacia los empleados locales por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto hacia los Empleados Locales	4,8%	5,4%	39,8%	44,6%	5,4%
	Acumulado: 10,2% Desacuerdo			50,0% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 39,8%				

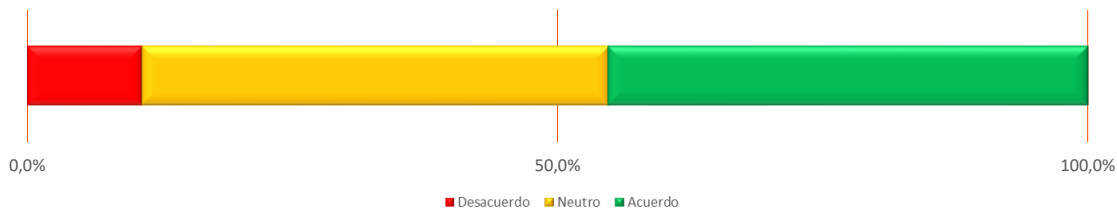
7.2.2 Buen Trato hacia los Empleados Locales

RPE2. En mi país, los directivos de las empresas españolas tratan bien a los empleados locales



Indicador	Detractores	Promotores	
Buen Trato hacia los Empleados Locales	10,8%	45,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de buen trato hacia los empleados locales por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de buen trato hacia los empleados locales por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Buen Trato hacia los Empleados Locales	4,2%	6,6%	44,0%	38,6%	6,6%
	Acumulado: 10,8%			45,2%	
	Diferencial A/D: 34,3%				

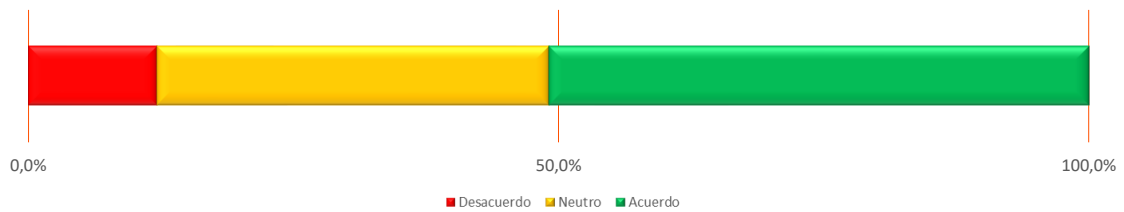
7.2.3 Respeto hacia la Cultura Local

RPE3. En mi país, los directivos de las empresas españolas respetan la cultura local



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Respeto hacia la Cultura Local	12,1%	50,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de respeto hacia la cultura local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de respeto hacia la cultura local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto hacia la Cultura Local	6,1%	6,1%	37,0%	44,2%	6,7%
	Acumulado: 12,1%			50,9%	
	Diferencial A/D: 38,8%				

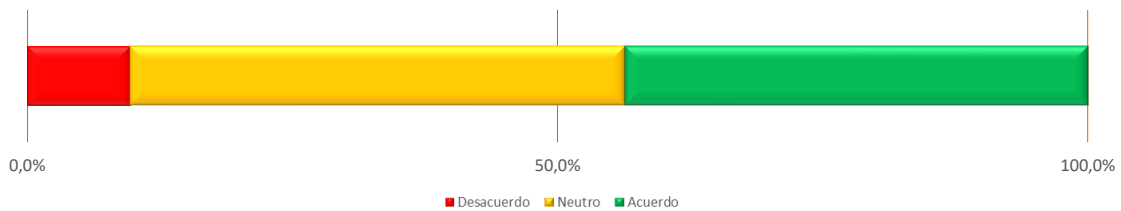
7.2.4 Preocupación por Entender la Cultura Local

RPE4. En mi país, los directivos de las empresas españolas se preocupan por entender la cultural local



Indicador	Detractores	Promotores	
Preocupación por Entender la Cultura Local	9,7%	43,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de preocupación por entender la cultura local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de preocupación por entender la cultura local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Preocupación por Entender la Cultura Local	5,5%	4,2%	46,7%	35,8%	7,9%
	Acumulado: 9,7%			43,6%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	33,9%				

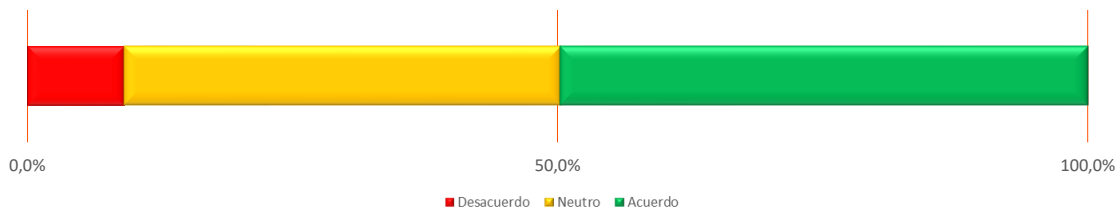
7.2.5 Respeto hacia las Costumbres Locales

RPE5. En mi país, los directivos de las empresas españolas respetan las costumbres locales



Indicador	Detractores	Promotores	
Respeto hacia las Costumbres Locales	9,1%	49,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de respeto hacia las costumbres locales por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de respeto hacia las costumbres locales por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Respeto hacia las Costumbres Locales	6,1%	3,0%	41,2%	40,6%	9,1%
	Acumulado: 9,1%			49,7%	
	Diferencial A/D: 40,6%				

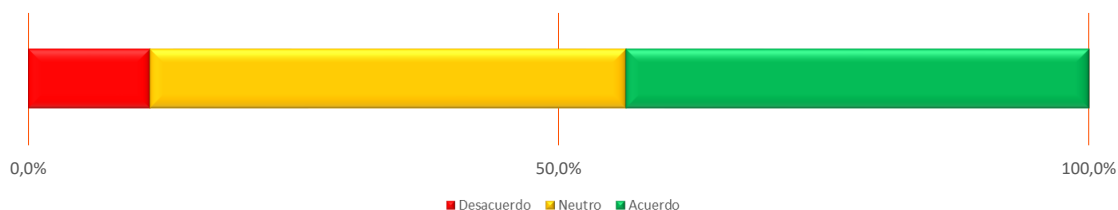
7.2.6 Integración en la Comunidad Local

RPE6. En mi país, los directivos de las empresas españolas se integran en la Comunidad Local



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Integración en la Comunidad Local	11,5%	43,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de integración en la Comunidad Local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de integración en la Comunidad Local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Integración en la Comunidad Local	5,5%	6,1%	44,8%	35,2%	8,5%
	Acumulado: 11,5%		43,6%		
	Diferencial A/D: 32,1%				

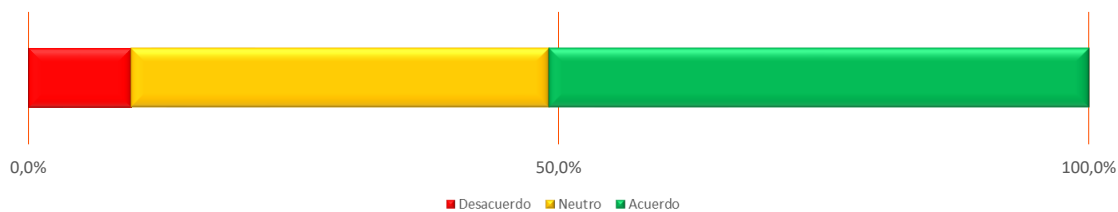
7.2.7 Adaptación al Entorno Local

RPE7. En mi país, los directivos de las empresas españolas se adaptan al entorno local



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Adaptación al Entorno Local	9,7%	50,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de adaptación al entorno local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de adaptación al entorno local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Adaptación al Entorno Local	4,8%	4,8%	39,4%	41,2%	9,7%
	Acumulado: 9,7%			50,9%	
	Diferencial A/D: 41,2%				

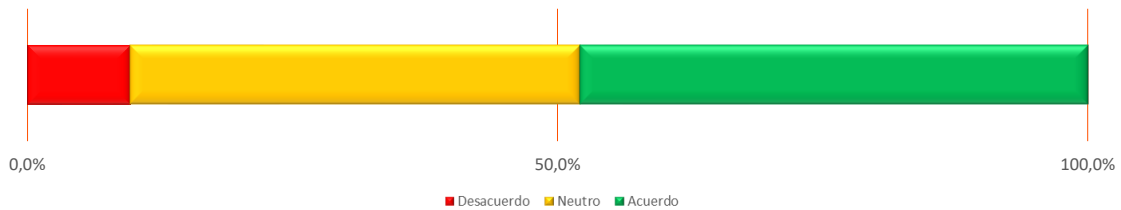
7.2.8 Adaptación de las Políticas Empresariales a la Cultura Local

RPE8. En mi país, los directivos de las empresas españolas adaptan las políticas empresariales a la cultura local



Indicador	Detractores	Promotores	
Adaptación de las Políticas Empresariales a la Cultura Local	9,7%	47,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de adaptación de las políticas empresariales a la cultura local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de adaptación de las políticas empresariales a la cultura local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Adaptación de las Políticas Empresariales a la Cultura Local	4,8%	4,8%	42,4%	38,8%	9,1%
	Acumulado: 9,7%			47,9%	
	Diferencial A/D: 38,2%				

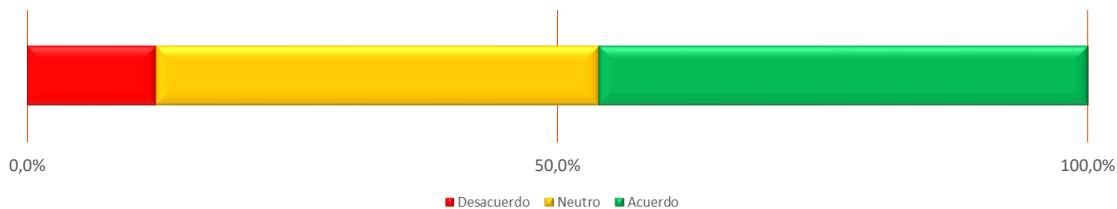
7.2.9 Sensibilidad por el Entorno Local

RPEg. En mi país, los directivos de las empresas españolas muestran sensibilidad por el entorno local



Indicador	Detractores	Promotores	
Sensibilidad por el Entorno Local	12,1%	46,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de sensibilidad por el entorno local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de sensibilidad por el entorno local por parte de los directivos expatriados de Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Sensibilidad por el Entorno Local	4,8%	7,3%	41,8%	39,4%	6,7%
	Acumulado: 12,1%			46,1%	
	Diferencial A/D: 33,9%				

7.3 Imagen de los Directivos Expatriados de Empresas Españolas

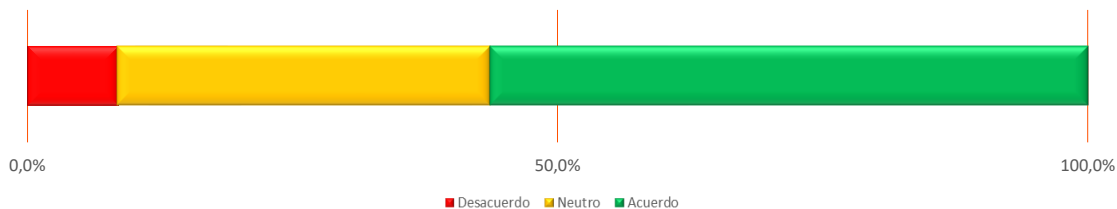
7.3.1 Imagen de Directivos Innovadores

BRE9. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser innovadores



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de Directivos Innovadores	8,5%	56,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos innovadores



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos innovadores:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Innovadores	4,8%	3,6%	35,2%	47,9%	8,5%
	Acumulado: 8,5%			56,4%	
	Diferencial A/D: 47,9%				

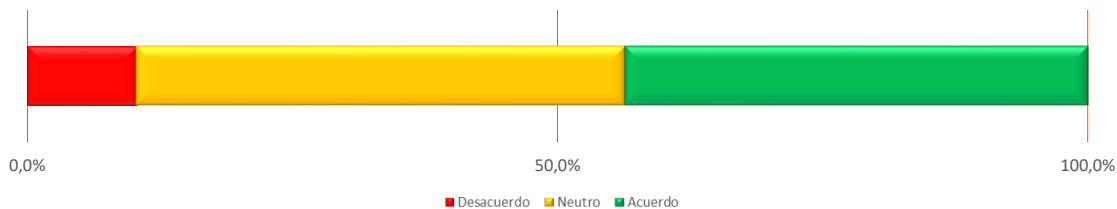
7.3.2 Imagen de Directivos Honestos

BRE10. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser honestos



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Honestos	10,3%	43,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos honestos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos honestos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Honestos	5,5%	4,8%	46,1%	37,0%	6,7%
	Acumulado: 10,3%			43,6%	
	Diferencial A/D: 33,3%				

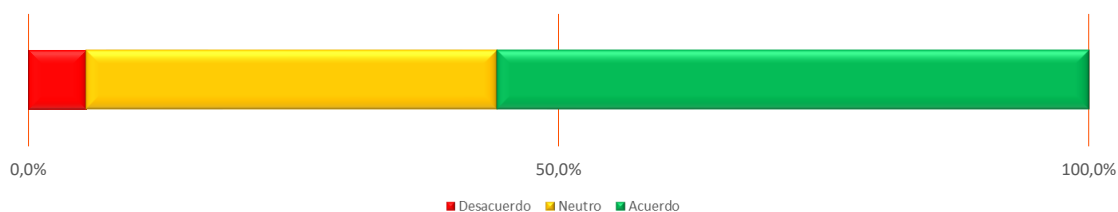
7.3.3 Imagen de Directivos Creativos

BRE11. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser creativos



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Creativos	5,5%	55,8%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos creativos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos creativos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Creativos	3,6%	1,8%	38,8%	44,2%	11,5%
	Acumulado: 5,5% Desacuerdo			55,8% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 50,3%				

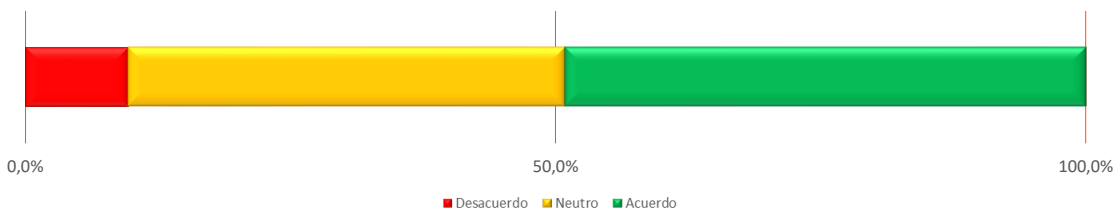
7.3.4 Imagen de Directivos Fiables

BRE12. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser fiables



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Fiables	9,7%	49,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos fiables



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos fiables:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Fiables	6,1%	3,6%	41,2%	41,2%	7,9%
	Acumulado: 9,7% Desacuerdo			49,1% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 39,4%				

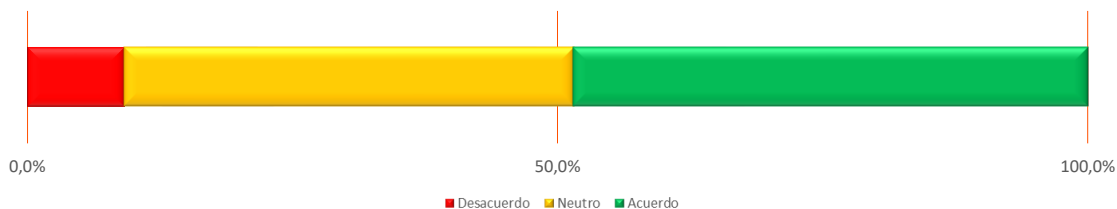
7.3.5 Imagen de Directivos Altamente Cualificados

BRE13. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser altamente cualificados



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de Directivos Altamente Cualificados	9,1%	48,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos altamente cualificados



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos altamente cualificados:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Altamente Cualificados	6,7%	2,4%	42,4%	38,2%	10,3%
	Acumulado: 9,1% Desacuerdo			48,5% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 39,4%				

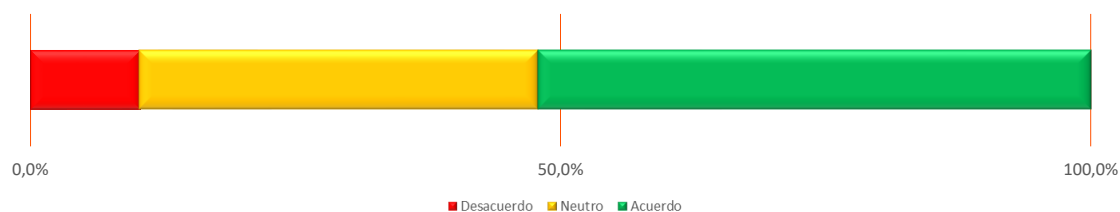
7.3.6 Imagen de Directivos que Inspiran Prestigio

BRE14. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser directivos que inspiran prestigio



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos que Inspiran Prestigio	10,3%	52,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos que inspiran prestigio



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos que inspiran prestigio:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos que Inspiran Prestigio	5,5%	4,8%	37,6%	44,2%	7,9%
	Acumulado: 10,3% Desacuerdo			52,1% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 41,8%				

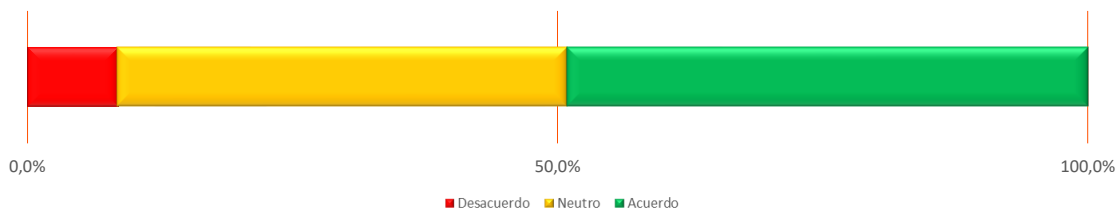
7.3.7 Imagen de Directivos Amables

BRE15. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser amables



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Amables	8,5%	49,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos amables



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos amables:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Amables	6,7%	1,8%	42,4%	37,0%	12,1%
	Acumulado: 8,5%			49,1%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	40,6%				

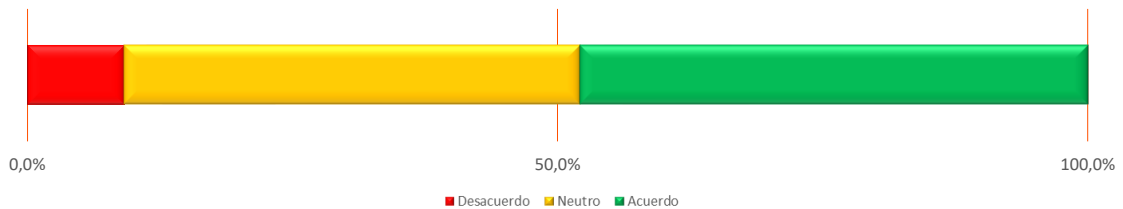
7.3.8 Imagen de Directivos Respetuosos

BRE16. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser respetuosos



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Imagen de Directivos Respetuosos	9,1%	47,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos respetuosos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos respetuosos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Respetuosos	5,5%	3,6%	43,0%	36,4%	11,5%
	Acumulado: 9,1% Desacuerdo			47,9% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 38,8%				

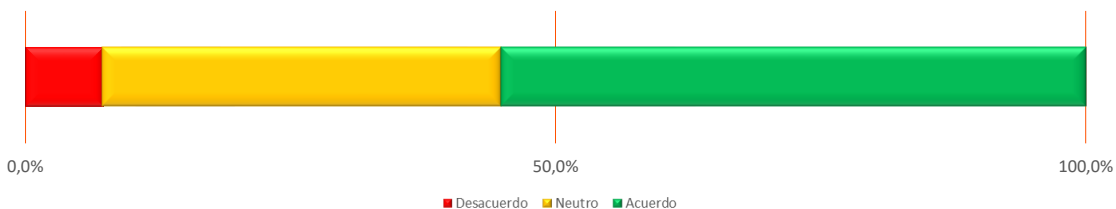
7.3.9 Imagen de Directivos Educados

BRE17. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser educados



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Educados	7,3%	55,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos educados



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos educados:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Educados	4,8%	2,4%	37,6%	41,8%	13,3%
	Acumulado: 7,3% Desacuerdo			55,2% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 47,9%				

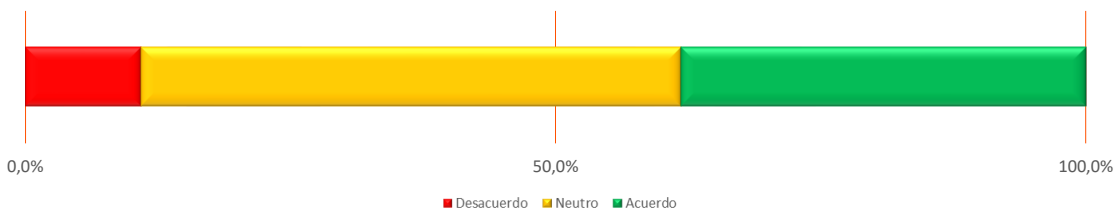
7.3.10 Imagen de Directivos Cercanos

BRE18. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser cercanos



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Cercanos	10,9%	38,2%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos cercanos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos cercanos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Cercanos	5,5%	5,5%	50,9%	30,3%	7,9%
	Acumulado: 10,9%			38,2%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	27,3%				

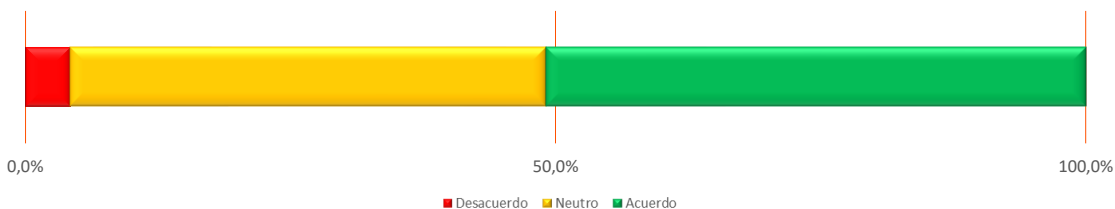
7.3.11 Imagen de Directivos Rigurosos

BRE19. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser rigurosos



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Rigurosos	4,2%	50,9%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos rigurosos



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos rigurosos:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Rigurosos	2,4%	1,8%	44,8%	40,6%	10,3%
	Acumulado: 4,2% Desacuerdo			50,9% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 46,7%				

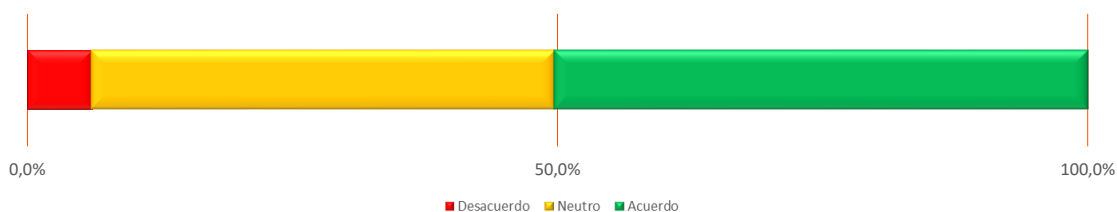
7.3.12 Imagen de Directivos Muy Trabajadores

BRE20. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser muy trabajadores



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos Muy Trabajadores	6,1%	50,3%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos muy trabajadores



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos muy trabajadores:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos Muy trabajadores	3,6%	2,4%	43,6%	39,4%	10,9%
	Acumulado: 6,1% Desacuerdo			50,3% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 44,2%				

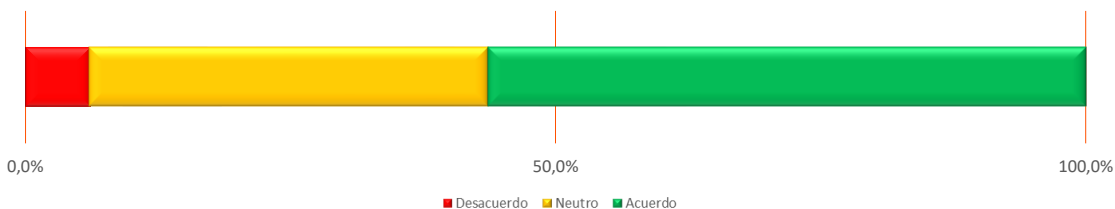
7.3.13 Imagen de Directivos con Buena Formación

BRE21. En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de tener buena formación



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de Directivos con Buena Formación	6,1%	56,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos con buena formación



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción de los directivos expatriados de Empresas Españolas como directivos con buena formación:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de Directivos con Buena Formación	3,6%	2,4%	37,6%	44,2%	12,1%
	Acumulado: 6,1% Desacuerdo			56,4% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 50,3%				



8. Percepción de España

8.1 Imagen y Reputación de España

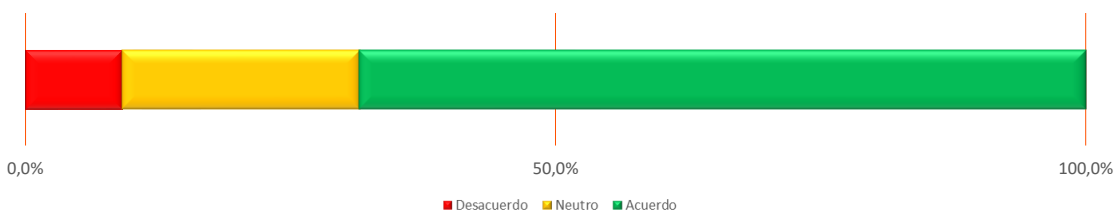
8.1.1 Imagen de España

BRC1. España tiene buena imagen



Indicador	Detractores	Promotores	
Imagen de España	9,1%	68,5%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción sobre la imagen de España



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción sobre la imagen de España:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen de España	6,1%	3,0%	22,4%	55,8%	12,7%
	Acumulado: 9,1%			68,5%	
	Diferencial A/D: 59,4%				

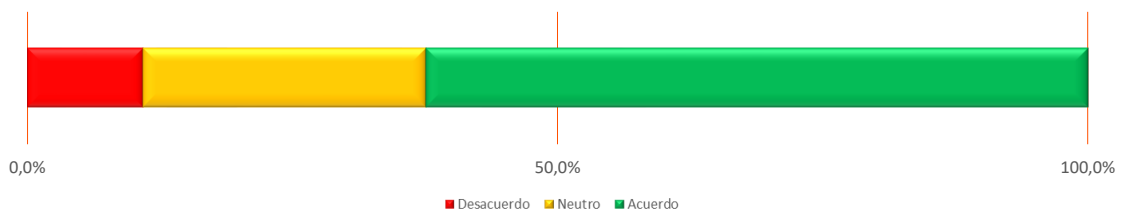
8.1.2 Reputación de España

BRC2. España tiene buena reputación



Indicador	Detractores	Promotores	
Reputación de España	10,9%	62,4%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción sobre la reputación de España



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción sobre la reputación de España:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Reputación de España	5,5%	5,5%	26,7%	49,7%	12,7%
	Acumulado: 10,9%			62,4%	
	Diferencial A/D: 51,5%				

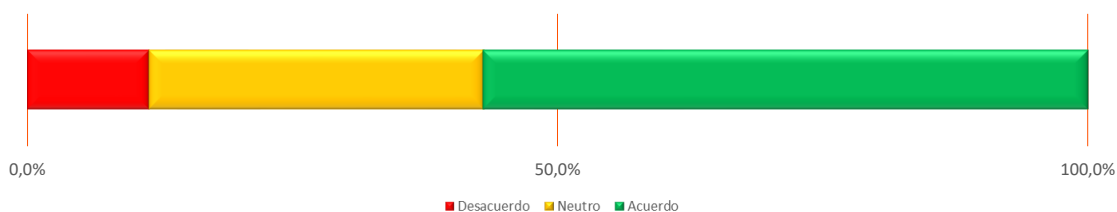
8.1.3 Confianza Generada por España

BRC3. España genera confianza



Indicador	Detractores	Promotores	
Confianza Generada por España	11,5%	57,0%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción sobre la confianza generada por España



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción sobre la confianza generada por España:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza Generada por España	5,5%	6,1%	31,5%	46,1%	10,9%
	Acumulado: 11,5%			57,0%	
	Desacuerdo			Acuerdo	
Diferencial A/D:	45,5%				

8.2 Preferencia y Afecto de Marca hacia España

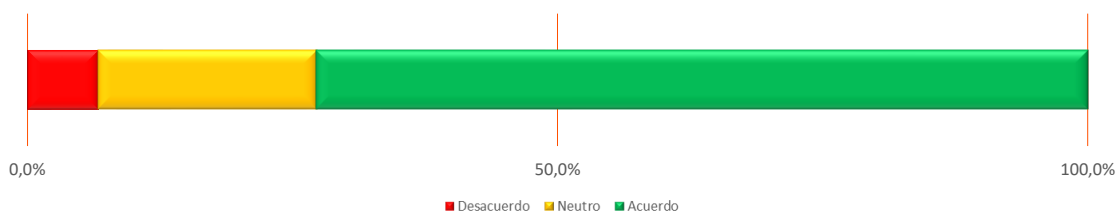
8.2.1 Preferencia por España

BP1. Me gusta España



Indicador	Detractores	Promotores	
Preferencia de Marca España	6,7%	72,7%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción sobre la preferencia de marca España



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción sobre la preferencia de marca España:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Preferencia de Marca España	2,4%	4,2%	20,6%	45,5%	27,3%
	Acumulado: 6,7%			72,7%	
	Diferencial A/D: 66,1%				

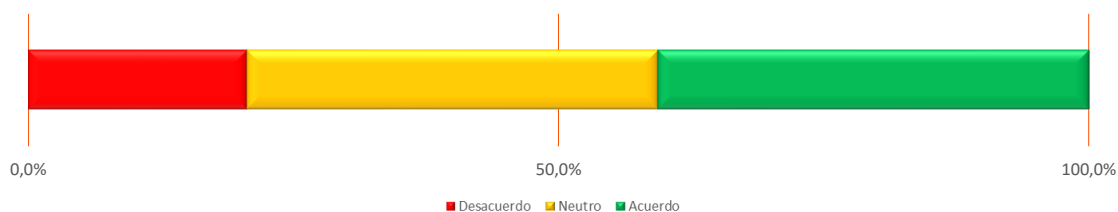
8.2.2 Afecto hacia España

BA1. Me siento identificado con España



Indicador	Detractores	Promotores	Tendencia
Afecto hacia España	20,6%	40,6%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	

Percepción sobre el afecto hacia España



Frecuencias de Respuestas en relación con la percepción sobre el afecto hacia España:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Afecto hacia España	7,3%	13,3%	38,8%	24,2%	16,4%
	Acumulado: 20,6% Desacuerdo			40,6% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 20,0%				

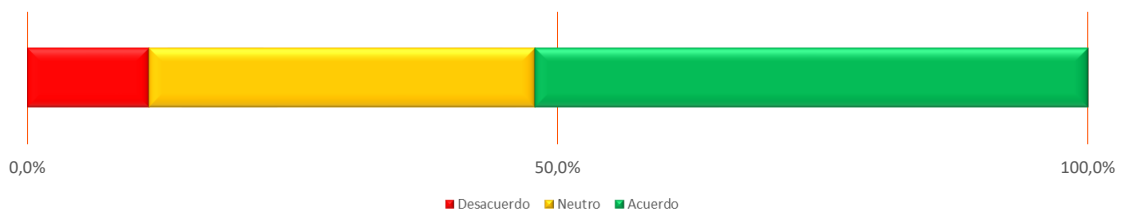
8.2.3 Preferencia por las Empresas Españolas

BP2. Me gustan las empresas españolas



Indicador	Detractores	Promotores	
Preferencia por las Empresas Españolas	11,5%	52,1%	↑
	Desacuerdo	vs. Acuerdo	Tendencia

Percepción sobre la preferencia por las Empresas Españolas



Frecuencias de Respuestas en relación con la preferencia por las Empresas Españolas:

Indicador	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Preferencia por las Empresas Españolas	5,5%	6,1%	36,4%	39,4%	12,7%
	Acumulado: 11,5% Desacuerdo			52,1% Acuerdo	
	Diferencial A/D: 40,6%				



Resumen de Indicadores

9. Resumen de Indicadores

9.1 Resumen de Indicadores en Estudiantes

9.1.1 Índices por Indicador

Índices para las Empresas Españolas por Indicador

	<u>Índices</u>
Imagen de las Empresas Españolas	
En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser...	
BR13. Innovadoras	68,10
BR14. Tecnológicamente avanzadas	68,93
BR15. Prestigiosas	69,44
BR16. Avanzadas en gestión	69,28
En mi país, las empresas por ser españolas...	
BR20. Venden más	61,38
BR21. Pueden vender con un precio más alto	58,57
BR22. Ofrecen imagen de calidad	67,93
BR23. Alcanzan mayor popularidad	66,37
BR24. Atraen a los potenciales clientes	69,05
En mi país, las empresas españolas de los siguientes sectores tienen buena imagen...	
SC1. Servicios públicos	67,38
SC2. Productos de Consumo	68,01
SC3. Construcción de grandes obras públicas	61,98
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	63,84
SC5. Productos de alimentación	62,10
SC6. Otros (incluir abajo)	61,41
Reputación de las Empresas Españolas	
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	69,56
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	67,66
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	69,08
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...	
BR2. Son respetadas	71,03
BR3. Son creíbles	69,16
BR4. Son valoradas	70,94
BR5. Tiene mucho prestigio	70,34
BR6. Tiene buena reputación	69,16
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	67,23
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	69,16
BR9. Generan confianza	68,75
BR10. Son admiradas	64,31
BR11. Son reconocidas	74,08
Confianza en las Empresas Españolas	
BT1. Confío en las empresas españolas	67,09
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	63,14
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	63,72
Las empresas españolas, con sus productos y servicios,...	
BT2. Me aportan utilidad	74,94
BT3. Me ofrecen seguridad	68,20
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	63,90
BT5. Me ayudan	70,67
BT6. Me aportan valor	63,93
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios españoles	66,40

Valor Aportado por las Empresas Españolas

BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	72,04
VA1. Es buena para nuestro país	71,44
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	70,86
VA3. Conocimiento	67,48
VA4. Experiencia	71,04
VA5. Innovación	71,41
VA6. Tecnología	73,25
VA7. Nuevas formas de organización	69,90
VA8. Nuevos modelos de gestión	70,29
VA9. Inversiones que benefician al país	72,22
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	73,40

Las empresas españolas contribuyen a...

VA11. Crear empleo	77,79
VA12. Crear empleo estable y de calidad	71,68
VA13. Modernizar el país	69,62
VA14. Mejorar el bienestar de la población	66,54
VA15. Mejorar las infraestructuras	65,28
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	70,17
VA17. Mejorar los servicios públicos	64,79
VA18. Mejorar mi país	64,70

Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas

En mi país, las empresas españolas...

RP1. Respetan la cultura local	64,22
RP2. Respetan a sus empleados	65,65
RP3. Se preocupan por sus empleados	63,60
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	62,76
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	61,37
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	61,74
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	67,39
RP8. Son transparentes con la información	62,76
RP9. Son socialmente responsables	65,28
RP10. El comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España	56,46

Admiración por las Empresas Españolas

En relación con las empresas españolas siento...

AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	67,02
AD2. Admiración	63,37
AD3. Respeto	68,83
AD4. Devoción	57,33
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	64,02
AD6. Inspiración	63,15

Responsabilidad Social de las Empresas Españolas

Responsabilidad Social

Las empresas españolas se caracterizan por...

SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	62,92
SRS1. Patrocinar programas educativos	60,98
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	56,67
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	63,02
SRS4. Patrocinar programas culturales	60,04
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	62,37
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	61,56

Índices

Responsabilidad Medioambiental

Las empresas españolas se caracterizan por...

SRM1. Patrocinar programas medioambientales	59,59
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	60,44
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	59,07
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	58,81
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	58,09

Recomendación

BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	64,57
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	68,25
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	67,34

Satisfacción con las Empresas Españolas

ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	67,51
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	65,90

Directivos Expatriados de Empresas Españolas

Reputación de los Directivos Expatriados Españoles

BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	64,01
--	-------

En mi país, los directivos de las empresas españolas...

BRE2. Son respetados	66,75
BRE3. Son creíbles	64,50
BRE4. Son valorados	65,54
BRE5. Tienen mucho prestigio	66,13
BRE6. Tienen buena reputación	65,18
BRE7. Son muy valorados en mi sector	63,48

Confianza Generada por los Directivos Expatriados Españoles

BRE8. Generan confianza	63,32
-------------------------	-------

Imagen de los Directivos Expatriados Españoles

Los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser...

BRE9. Innovadores	67,39
BRE10. Honestos	64,06
BRE11. Creativos	68,48
BRE12. Fiables	65,71
BRE13. Altamente cualificados	67,52
BRE14. Inspiran prestigio	66,53
BRE15. Amables	65,51
BRE16. Respetuosos	67,65
BRE17. Educados	67,79
BRE18. Cercanos	62,15
BRE19. Rigurosos	63,18
BRE20. Muy trabajadores	67,19
BRE21. Tener buena formación	69,17

Índices

Respeto por el Entorno Local por parte de los Directivos Expatriados Españoles

En mi país, los directivos de las empresas españolas...

RPE1. Respetan a los empleados locales	64,19
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	64,03
RPE3. Respetan la cultura local	65,18
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	62,94
RPE5. Respetan las costumbres locales	64,52
RPE6. Se integran en la Comunidad local	64,85
RPE7. Se adaptan al entorno local	66,10
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	65,83
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	64,19

Imagen y Reputación de España

En mi país...

BRC1. España tiene buena imagen	69,70
BRC2. España tiene buena reputación	67,95
BRC3. España genera confianza	65,94

Afecto y Preferencia por España

BP1. Me gusta España	70,36
BA1. Me siento identificado con España	53,33
BP2. Me gustan las empresas españolas	65,35

(*) Datos en índices sobre 100.

9.1.2 Porcentajes acumulados de respuesta para Acuerdo y Desacuerdo por indicador

Diferencial Acuerdo-Desacuerdo por Indicador (Promotores-Detractores)

	Desacuerdo (Detractores) <u>(A)</u>	Acuerdo (Promotores) <u>(B)</u>	Diferencial A-D (Neto) <u>(B-A)</u>
Imagen de las Empresas Españolas			
En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser...			
BR13. Innovadoras	5,0%	66,7%	61,7%
BR14. Tecnológicamente avanzadas	5,7%	66,5%	60,8%
BR15. Prestigiosas	4,3%	68,1%	63,7%
BR16. Avanzadas en gestión	3,4%	67,2%	63,7%
En mi país, las empresas por ser españolas...			
BR20. Venden más	8,7%	45,4%	36,7%
BR21. Pueden vender con un precio más alto	16,1%	42,5%	26,3%
BR22. Ofrecen imagen de calidad	4,9%	64,3%	59,5%
BR23. Alcanzan mayor popularidad	7,0%	59,5%	52,4%
BR24. Atraen a los potenciales clientes	4,6%	65,3%	60,7%
En mi país, las empresas españolas de los siguientes sectores tienen buena imagen...			
SC1. Servicios públicos	5,5%	62,1%	56,6%
SC2. Productos de Consumo	5,0%	64,4%	59,4%
SC3. Construcción de grandes obras públicas	9,4%	49,1%	39,7%
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	7,6%	54,3%	46,7%
SC5. Productos de alimentación	9,5%	48,9%	39,4%
SC6. Otros (incluir abajo)	8,6%	45,5%	36,9%
Reputación de las Empresas Españolas			
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	5,4%	70,0%	64,6%
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	4,2%	62,9%	58,7%
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	3,9%	65,6%	61,6%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...			
BR2. Son respetadas	3,3%	74,1%	70,8%
BR3. Son creíbles	4,9%	66,8%	61,8%
BR4. Son valoradas	3,2%	73,0%	69,8%
BR5. Tiene mucho prestigio	4,3%	68,1%	63,8%
BR6. Tiene buena reputación	5,7%	67,4%	61,7%
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	5,6%	61,2%	55,6%
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	3,8%	65,9%	62,1%
BR9. Generan confianza	4,9%	65,9%	60,9%
BR10. Son admiradas	6,1%	52,4%	46,3%
BR11. Son reconocidas	3,7%	75,1%	71,4%

	Desacuerdo (Detractores)	Acuerdo (Promotores)	Diferencial A-D (Neto)
	(A)	(B)	(B-A)
Confianza en las Empresas Españolas			
BT1. Confío en las empresas españolas	6,0%	62,4%	56,4%
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	9,5%	53,5%	44,0%
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	8,4%	54,5%	46,1%
Las empresas españolas, con sus productos y servicios,...			
BT2. Me aportan utilidad	5,4%	81,0%	75,6%
BT3. Me ofrecen seguridad	5,8%	63,0%	57,2%
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	8,6%	53,0%	44,4%
BT5. Me ayudan	5,2%	71,6%	66,4%
BT6. Me aportan valor	7,5%	54,3%	46,8%
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	7,7%	60,5%	52,9%
Valor Aportado por las Empresas Españolas			
Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones:			
La presencia de empresas españolas en mi país...			
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	6,9%	74,6%	67,8%
VA1. Es buena para nuestro país	5,4%	72,5%	67,0%
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	5,4%	70,9%	65,5%
VA3. Conocimiento	6,2%	63,2%	57,0%
VA4. Experiencia	4,3%	72,7%	68,4%
VA5. Innovación	4,8%	71,6%	66,8%
VA6. Tecnología	4,3%	75,5%	71,1%
VA7. Nuevas formas de organización	5,0%	68,6%	63,6%
VA8. Nuevos modelos de gestión	4,6%	70,2%	65,6%
VA9. Inversiones que benefician al país	4,5%	72,7%	68,2%
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	4,2%	76,4%	72,2%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a...			
VA11. Crear empleo	3,4%	85,3%	81,8%
VA12. Crear empleo estable y de calidad	4,9%	72,0%	67,0%
VA13. Modernizar el país	5,0%	66,1%	61,0%
VA14. Mejorar el bienestar de la población	6,0%	59,0%	53,0%
VA15. Mejorar las infraestructuras	8,2%	56,9%	48,7%
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	5,4%	69,7%	64,3%
VA17. Mejorar los servicios públicos	10,9%	56,7%	45,8%
VA18. Mejorar mi país	8,5%	55,8%	47,4%
Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas			
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...			
RP1. Respetan la cultura local	9,3%	58,3%	48,9%
RP2. Respetan a sus empleados	5,8%	58,5%	52,7%
RP3. Se preocupan por sus empleados	5,8%	51,3%	45,5%
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	5,8%	48,1%	42,2%
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	8,3%	45,2%	36,9%
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	6,7%	45,6%	38,9%
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	4,8%	62,7%	57,9%
RP8. Son transparentes con la información	8,2%	49,8%	41,6%
RP9. Son socialmente responsables	7,0%	57,6%	50,7%
RP10. El comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España	11,4%	31,7%	20,2%

	Desacuerdo (Detractores)	Acuerdo (Promotores)	Diferencial A-D (Neto)
	(A)	(B)	(B-A)
Admiración por las Empresas Españolas			
En relación con las empresas españolas siento...			
AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	6,6%	59,8%	53,2%
AD2. Admiración	7,9%	51,8%	43,9%
AD3. Respeto	4,4%	67,1%	62,7%
AD4. Devoción	13,7%	38,0%	24,3%
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	7,9%	53,4%	45,5%
AD6. Inspiración	8,0%	51,0%	43,0%
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas			
Responsabilidad Social			
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...			
SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	6,5%	50,5%	44,1%
SRS1. Patrocinar programas educativos	13,0%	49,2%	36,3%
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	16,7%	38,9%	22,2%
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	8,4%	52,1%	43,7%
SRS4. Patrocinar programas culturales	12,3%	46,2%	33,9%
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	8,8%	49,9%	41,1%
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	9,7%	49,4%	39,6%
Responsabilidad Medioambiental			
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...			
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	12,2%	45,0%	32,8%
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	12,2%	46,4%	34,2%
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	13,5%	44,3%	30,8%
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	11,7%	41,0%	29,3%
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	13,4%	40,4%	27,0%
Recomendación			
BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	4,5%	55,0%	50,5%
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	3,6%	61,6%	57,9%
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	4,0%	61,4%	57,4%
Satisfacción con las Empresas Españolas			
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	5,9%	65,5%	59,5%
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	5,9%	60,1%	54,1%

	Desacuerdo (Detractores)	Acuerdo (Promotores)	Diferencial A-D (Neto)
	(A)	(B)	(B-A)
Directivos Expatriados de Empresas Españolas			
Reputación de los Directivos Expatriados Españoles			
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	7,3%	54,6%	47,3%
Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas...			
BRE2. Son respetados	5,1%	61,6%	56,5%
BRE3. Son creíbles	5,4%	54,5%	49,1%
BRE4. Son valorados	5,4%	58,5%	53,1%
BRE5. Tienen mucho prestigio	4,7%	58,4%	53,7%
BRE6. Tienen buena reputación	5,4%	56,7%	51,3%
BRE7. Son muy valorados en mi sector	6,4%	51,0%	44,6%
Confianza Generada por los Directivos Expatriados Españoles			
BRE8. Generan confianza	5,4%	56,7%	51,3%
Imagen de los Directivos Expatriados Españoles			
En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser...			
BRE9. Innovadores	5,0%	62,3%	57,3%
BRE10. Honestos	6,1%	52,4%	46,4%
BRE11. Creativos	3,6%	64,7%	61,1%
BRE12. Fiables	5,3%	56,0%	50,7%
BRE13. Altamente cualificados	4,0%	61,7%	57,7%
BRE14. Inspiran prestigio	5,0%	58,9%	53,9%
BRE15. Amables	5,3%	56,4%	51,1%
BRE16. Respetuosos	4,2%	63,0%	58,8%
BRE17. Educados	4,1%	62,8%	58,8%
BRE18. Cercanos	6,5%	47,6%	41,1%
BRE19. Rigurosos	4,9%	49,3%	44,4%
BRE20. Muy trabajadores	4,0%	60,7%	56,8%
BRE21. Tener buena formación	2,9%	65,6%	62,7%
Respeto por el Entorno Local por par de los Directivos Expatriados Españoles			
En mi país, los directivos de las empresas españolas...			
RPE1. Respetan a los empleados locales	5,8%	54,7%	48,9%
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	6,2%	54,4%	48,2%
RPE3. Respetan la cultura local	5,8%	57,8%	52,0%
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	7,8%	52,4%	44,7%
RPE5. Respetan las costumbres locales	5,4%	55,7%	50,3%
RPE6. Se integran en la Comunidad local	6,3%	57,4%	51,1%
RPE7. Se adaptan al entorno local	5,9%	61,1%	55,2%
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	5,4%	58,5%	53,1%
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	5,7%	54,7%	49,0%

	Desacuerdo (Detractores)	Acuerdo (Promotores)	Diferencial A-D (Neto)
	(A)	(B)	(B-A)
Imagen y Reputación de España			
En mi país...			
BRC1. España tiene buena imagen	7,0%	69,3%	62,3%
BRC2. España tiene buena reputación	7,8%	64,3%	56,5%
BRC3. España genera confianza	6,3%	59,0%	52,7%
Afecto y Preferencia			
BP1. Me gusta España	6,9%	67,1%	60,2%
BA1. Me siento identificado con España	21,7%	32,9%	11,2%
BP2. Me gustan las empresas españolas	5,4%	54,9%	49,5%

9.1.3 Porcentajes de respuesta por ítem e Indicador

Porcentajes de respuesta por Ítem e Indicador

	Frecuencias de Respuesta				
	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen					
En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser...					
BR13. Innovadoras	1,5%	3,4%	28,4%	54,4%	12,3%
BR14. Tecnológicamente avanzadas	0,9%	4,9%	27,7%	50,7%	15,8%
BR15. Prestigiosas	0,6%	3,7%	27,6%	53,4%	14,7%
BR16. Avanzadas en gestión	1,0%	2,4%	29,4%	52,7%	14,4%
En mi país, las empresas por ser españolas...					
BR20. Venden más	1,3%	7,4%	45,9%	35,3%	10,1%
BR21. Pueden vender con un precio más alto	2,6%	13,6%	41,4%	32,0%	10,5%
BR22. Ofrecen imagen de calidad	0,6%	4,2%	30,8%	51,4%	12,9%
BR23. Alcanzan mayor popularidad	0,8%	6,3%	33,5%	45,7%	13,8%
BR24. Atraen a los potenciales clientes	0,6%	4,0%	30,1%	49,2%	16,1%
En mi país, las empresas españolas de los siguientes sectores tienen buena imagen...					
SC1. Servicios públicos	1,2%	4,4%	32,4%	47,9%	14,1%
SC2. Productos de Consumo	0,5%	4,5%	30,5%	51,3%	13,1%
SC3. Construcción de grandes obras públicas	1,6%	7,9%	41,5%	39,3%	9,8%
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	1,4%	6,2%	38,1%	44,3%	10,0%
SC5. Productos de alimentación	1,7%	7,9%	41,6%	38,2%	10,7%
SC6. Otros (incluir abajo)	2,2%	6,4%	45,9%	34,6%	10,9%
Reputación					
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...					
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	1,0%	4,4%	24,6%	55,3%	14,7%
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	0,9%	3,3%	32,9%	50,1%	12,8%
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	0,8%	3,2%	30,5%	50,1%	15,4%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...					
BR2. Son respetadas	0,9%	2,4%	22,6%	59,9%	14,2%
BR3. Son creíbles	1,1%	3,8%	28,3%	50,8%	16,0%
BR4. Son valoradas	0,5%	2,7%	23,9%	58,5%	14,5%
BR5. Tiene mucho prestigio	0,9%	3,4%	27,5%	49,7%	18,4%
BR6. Tiene buena reputación	1,0%	4,7%	26,9%	51,4%	16,0%
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	1,0%	4,6%	33,2%	46,8%	14,3%
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	0,8%	3,0%	30,3%	50,5%	15,4%
BR9. Generan confianza	0,6%	4,3%	29,2%	51,1%	14,7%
BR10. Son admiradas	0,6%	5,5%	41,5%	40,9%	11,5%
BR11. Son reconocidas	1,3%	2,4%	21,2%	49,0%	26,1%

Frecuencias de Respuesta

	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza					
BT1. Confío en las empresas españolas	3,1%	2,9%	31,6%	47,2%	15,1%
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	2,8%	6,7%	37,0%	42,1%	11,3%
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	3,5%	5,0%	37,0%	42,2%	12,3%
Las empresas españolas, con sus productos y servicios,...					
BT2. Me aportan utilidad	2,1%	3,3%	13,5%	54,8%	26,3%
BT3. Me ofrecen seguridad	1,5%	4,2%	31,2%	45,9%	17,1%
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	1,9%	6,7%	38,4%	39,9%	13,1%
BT5. Me ayudan	1,7%	3,5%	23,2%	53,7%	17,9%
BT6. Me aportan valor	1,5%	6,0%	38,2%	43,8%	10,5%
BT7. Recomendando a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	2,2%	5,4%	31,8%	45,6%	15,0%
Valor Aportado					
La presencia de empresas españolas en mi país...					
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)					
VA1. Es buena para nuestro país	2,9%	4,0%	18,5%	51,3%	23,3%
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	1,9%	3,5%	22,1%	51,8%	20,7%
VA3. Conocimiento	1,9%	3,5%	23,7%	51,0%	19,9%
VA4. Experiencia	1,4%	4,7%	30,7%	48,8%	14,4%
VA5. Innovación	1,1%	3,3%	22,9%	55,8%	16,9%
VA6. Tecnología	1,0%	3,9%	23,6%	51,8%	19,8%
VA7. Nuevas formas de organización	0,8%	3,5%	20,2%	52,8%	22,7%
VA8. Nuevos modelos de gestión	0,8%	4,1%	26,4%	51,8%	16,8%
VA9. Inversiones que benefician al país	0,6%	4,0%	25,2%	54,0%	16,2%
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	1,7%	2,8%	22,8%	50,4%	22,3%
	1,3%	2,9%	19,3%	53,7%	22,7%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a...					
VA11. Crear empleo					
VA12. Crear empleo estable y de calidad	1,3%	2,1%	11,3%	54,6%	30,7%
VA13. Modernizar el país	1,2%	3,7%	23,1%	51,0%	20,9%
VA14. Mejorar el bienestar de la población	1,2%	3,8%	28,9%	47,4%	18,7%
VA15. Mejorar las infraestructuras	1,7%	4,3%	34,9%	44,2%	14,9%
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	1,7%	6,5%	34,8%	42,8%	14,1%
VA17. Mejorar los servicios públicos	1,5%	3,9%	24,8%	51,9%	17,8%
VA18. Mejorar mi país	2,6%	8,4%	32,3%	40,7%	16,0%

Frecuencias de Respuesta

Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
-----------------------------	---------------	--------------------------------	------------	--------------------------

Respeto por el Entorno Local

Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...

RP1. Respetan la cultura local	2,4%	7,0%	32,4%	48,0%	10,3%
RP2. Respetan a sus empleados	0,9%	5,0%	35,7%	47,7%	10,8%
RP3. Se preocupan por sus empleados	0,9%	5,0%	42,9%	41,5%	9,8%
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	0,5%	5,3%	46,1%	38,8%	9,3%
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	1,5%	6,8%	46,5%	35,2%	10,1%
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	1,6%	5,1%	47,7%	35,9%	9,7%
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	0,5%	4,3%	32,4%	50,6%	12,2%
RP8. Son transparentes con la información	1,4%	6,8%	42,0%	39,0%	10,8%
RP9. Son socialmente responsables	1,4%	5,6%	35,4%	45,8%	11,8%
RP10. El comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España	1,7%	9,7%	56,9%	24,3%	7,3%

Admiración por las Empresas Españolas

En relación con las empresas españolas siento...

AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	2,1%	4,5%	33,6%	42,9%	16,9%
AD2. Admiración	1,4%	6,5%	40,3%	40,8%	11,0%
AD3. Respeto	0,8%	3,6%	28,6%	53,6%	13,4%
AD4. Devoción	3,5%	10,2%	48,3%	29,5%	8,5%
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	1,4%	6,5%	38,8%	41,3%	12,0%
AD6. Inspiración	2,5%	5,6%	41,0%	39,0%	12,0%

Responsabilidad Social de las Empresas Españolas

Responsabilidad Social

En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...

SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	1,9%	4,5%	43,0%	41,0%	9,6%
SRS1. Patrocinar programas educativos	4,0%	8,9%	37,8%	37,6%	11,7%
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	3,9%	12,8%	44,4%	30,4%	8,4%
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	1,4%	7,0%	39,5%	42,2%	9,8%
SRS4. Patrocinar programas culturales	2,6%	9,7%	41,5%	37,4%	8,8%
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	2,3%	6,5%	41,3%	39,1%	10,8%
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	2,3%	7,4%	40,9%	40,4%	8,9%

	Frecuencias de Respuesta				
	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Medioambiental					
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...					
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	3,0%	9,2%	42,8%	36,4%	8,6%
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	2,3%	9,9%	41,4%	36,5%	9,9%
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	3,6%	9,9%	42,1%	35,2%	9,1%
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	2,1%	9,6%	47,3%	32,9%	8,1%
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	3,3%	10,1%	46,2%	31,9%	8,6%
Recomendación					
BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	1,4%	3,1%	40,5%	45,9%	9,2%
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	0,9%	2,8%	34,8%	45,6%	16,0%
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	0,5%	3,5%	34,5%	49,0%	12,4%
Satisfacción					
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	1,1%	4,8%	28,6%	53,9%	11,6%
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	0,8%	5,2%	34,0%	49,8%	10,2%
Directivos Expatriados de Empresas Españolas					
Reputación de los Directivos Expatriados Españoles					
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	1,3%	6,0%	38,1%	44,5%	10,1%
Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas...					
BRE2. Son respetados	1,0%	4,1%	33,2%	50,1%	11,5%
BRE3. Son creíbles	0,9%	4,5%	40,2%	44,6%	9,8%
BRE4. Son valorados	0,7%	4,7%	36,1%	48,8%	9,7%
BRE5. Tienen mucho prestigio	0,5%	4,2%	36,9%	47,0%	11,4%
BRE6. Tienen buena reputación	0,9%	4,5%	38,0%	46,3%	10,3%
BRE7. Son muy valorados en mi sector	0,5%	5,9%	42,5%	41,2%	9,8%

	Frecuencias de Respuesta				
	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza					
BRE8. Generan confianza	0,7%	4,7%	38,0%	46,2%	10,5%
Imagen de los Directivos Expatriados Españoles					
En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser...					
BRE9. Innovadores	1,2%	3,8%	32,7%	48,9%	13,4%
BRE10. Honestos	1,1%	5,0%	41,5%	41,5%	10,9%
BRE11. Creativos	0,9%	2,6%	31,8%	51,0%	13,7%
BRE12. Fiables	0,5%	4,7%	38,7%	43,3%	12,6%
BRE13. Altamente cualificados	1,2%	2,8%	34,4%	48,1%	13,6%
BRE14. Inspiran prestigio	1,2%	3,8%	36,1%	45,5%	13,4%
BRE15. Amables	0,9%	4,3%	38,3%	44,5%	11,9%
BRE16. Respetuosos	1,2%	3,0%	32,8%	49,9%	13,0%
BRE17. Educados	0,7%	3,4%	33,1%	49,8%	13,0%
BRE18. Cercanos	2,1%	4,3%	46,0%	37,9%	9,6%
BRE19. Rigurosos	1,3%	3,6%	45,8%	39,7%	9,6%
BRE20. Muy trabajadores	1,1%	2,9%	35,3%	47,7%	13,0%
BRE21. Tener buena formación	0,7%	2,2%	31,5%	51,0%	14,6%
Respeto por el Entorno Local por par de los Directivos Expatriados Españoles					
En mi país, los directivos de las empresas españolas...					
RPE1. Respetan a los empleados locales	1,6%	4,2%	39,6%	45,2%	9,5%
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	1,3%	4,9%	39,4%	45,2%	9,2%
RPE3. Respetan la cultura local	1,2%	4,6%	36,4%	48,0%	9,9%
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	1,7%	6,0%	39,8%	43,6%	8,8%
RPE5. Respetan las costumbres locales	1,6%	3,8%	38,9%	46,4%	9,3%
RPE6. Se integran en la Comunidad local	1,7%	4,6%	36,3%	47,4%	10,0%
RPE7. Se adaptan al entorno local	1,4%	4,5%	33,0%	50,5%	10,6%
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	1,6%	3,8%	36,1%	46,6%	11,8%
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	1,6%	4,1%	39,7%	45,3%	9,3%

	Frecuencias de Respuesta				
	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen y Reputación de España					
En mi país...					
BRC1. España tiene buena imagen	1,4%	5,5%	23,7%	51,4%	17,9%
BRC2. España tiene buena reputación	1,2%	6,6%	27,9%	47,8%	16,5%
BRC3. España genera confianza	1,8%	4,5%	34,7%	46,1%	12,9%
Afecto y Preferencia					
BP1. Me gusta España	2,9%	4,0%	26,1%	43,0%	24,1%
BA1. Me siento identificado con España	6,3%	15,4%	45,3%	24,5%	8,4%
BP2. Me gustan las empresas españolas	1,6%	3,8%	39,7%	41,5%	13,4%

9.1.4 Índices y Subíndices en orden decreciente

Índices y Subíndices	Índices
VA11. Crear empleo	77,79
BT2. Me resultan útiles	74,94
BR11. Son reconocidas	74,08
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	73,40
VA6. Tecnología	73,25
VA9. Inversiones que benefician al país	72,22
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	72,04
VA12. Crear empleo estable y de calidad	71,68
VA1. Es buena para nuestro país	71,44
VA5. Innovación	71,41
VA4. Experiencia	71,04
BR2. Son respetadas	71,03
BR4. Son valoradas	70,94
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	70,86
BT5. Me ayudan	70,67
BP1. Me gusta España	70,36
BR5. Tiene mucho prestigio	70,34
VA8. Nuevos modelos de gestión	70,29
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	70,17
VA7. Nuevas formas de organización	69,90
BRC1. España tiene buena imagen	69,70
VA13. Modernizar el país	69,62
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	69,56
BR15. Prestigiosas	69,44
BR16. Avanzadas en gestión	69,28
BRE21. Tener buena formación	69,17
BR3. Son confiables (tienen mucha credibilidad)	69,16
BR6. Tiene buena reputación	69,16
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	69,16
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	69,08
BR24. Atraen a los potenciales clientes	69,05
BR14. Tecnológicamente avanzadas	68,93
AD3. Respeto	68,83
BR9. Generan confianza	68,75
BRE11. Creativos	68,48
BT9. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	68,25
BT3. Me ofrecen seguridad	68,20
BR13. Innovadoras	68,10
SC2. Productos de Consumo	68,01
BRC2. España tiene buena reputación	67,95

(*) Datos en índices sobre 100.

Índices y Subíndices

Índices

BR22. Ofrecen imagen de calidad	67,93
BRE17. Educados	67,79
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	67,66
BRE16. Respetuosos	67,65
BRE13. Altamente cualificados	67,52
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	67,51
VA3. Conocimiento	67,48
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	67,39
BRE9. Innovadores	67,39
SC1. Servicios públicos	67,38
BT10. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	67,34
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	67,23
BRE20. Muy trabajadores	67,19
BT1. Confío en las empresas españolas	67,09
AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	67,02
BRE2. Son respetados	66,75
VA14. Mejorar el bienestar de la población	66,54
BRE14. Inspiran prestigio	66,53
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	66,40
BR23. Alcanzan mayor popularidad	66,37
BRE5. Tienen mucho prestigio	66,13
RPE7. Se adaptan al entorno local	66,10
BRC3. España genera confianza	65,94
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	65,90
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	65,83
BRE12. Fiables	65,71
RP2. Respetan a sus empleados	65,65
BRE4. Son valorados	65,54
BRE15. Amables	65,51
BP2. Me gustan las empresas españolas	65,35
VA15. Mejorar las infraestructuras	65,28
RP9. Son socialmente responsables	65,28
BRE6. Tienen buena reputación	65,18
RPE3. Respetan la cultura local	65,18
RPE6. Se integran en la Comunidad local	64,85
VA17. Mejorar los servicios públicos	64,79
VA18. Mejorar mi país	64,70
BT8. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	64,57
RPE5. Respetan las costumbres locales	64,52
BRE3. Son creíbles	64,50
BR10. Son admiradas	64,31
RP1. Respetan la cultura local	64,22

(*) Datos en índices sobre 100.

Índices y Subíndices

Índices

RPE1. Respetan a los empleados locales	64,19
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	64,19
BRE10. Honestos	64,06
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	64,03
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	64,02
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	64,01
BT6. Me aportan valor	63,93
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	63,90
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	63,84
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	63,72
RP3. Se preocupan por sus empleados	63,60
BRE7. Son muy valorados en mi sector	63,48
AD2. Admiración	63,37
BRE8. Generan confianza	63,32
BRE19. Rigurosos	63,18
AD6. Inspiración	63,15
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	63,14
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	63,02
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	62,94
SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	62,92
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	62,76
RP8. Son transparentes con la información	62,76
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	62,37
BRE18. Cercanos con los empleados	62,15
SC5. Productos de alimentación	62,10
SC3. Construcción de grandes obras públicas	61,98
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	61,74
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	61,56
SC6. Otros (incluir abajo)	61,41
BR20. Venden más	61,38
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	61,37
SRS1. Patrocinar programas educativos	60,98
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	60,44
SRS4. Patrocinar programas culturales	60,04
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	59,59
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	59,07
SRM4. Reciclar sus materiales de Desecho adecuadamente	58,81
BR21. Pueden vender con un precio más alto	58,57
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	58,09
AD4. Afecto	57,33
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	56,67
RP11. El comportamiento de las empresas españolas en mi país creo que es peor que en España	56,46
BA1. Me siento identificado con España	53,33

(*) Datos en índices sobre 100.

9.1.5 Índices y Subíndices en orden creciente

Índices y Subíndices	Índices
BA1. Me siento identificado con España	53,33
RP11. El comportamiento de las empresas españolas en mi país creo que es peor que en España	56,46
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	56,67
AD4. Afecto	57,33
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	58,09
BR21. Pueden vender con un precio más alto	58,57
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	58,81
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	59,07
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	59,59
SRS4. Patrocinar programas culturales	60,04
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	60,44
SRS1. Patrocinar programas educativos	60,98
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	61,37
BR20. Venden más	61,38
SC6. Otros (incluir abajo)	61,41
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	61,56
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	61,74
SC3. Construcción de grandes obras públicas	61,98
SC5. Productos de alimentación	62,10
BRE18. Cercanos con los empleados	62,15
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	62,37
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	62,76
RP8. Son transparentes con la información	62,76
SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	62,92
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	62,94
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	63,02
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	63,14
AD6. Inspiración	63,15
BRE19. Rigurosos	63,18
BRE8. Generan confianza	63,32
AD2. Admiración	63,37
BRE7. Son muy valorados en mi sector	63,48
RP3. Se preocupan por sus empleados	63,60
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	63,72
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	63,84
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	63,90
BT6. Me aportan valor	63,93
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	64,01
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	64,02
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	64,03

(*) Datos en índices sobre 100.

Índices y Subíndices

Índices

BRE10. Honestos	64,06
RPE1. Respetan a los empleados locales	64,19
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	64,19
RP1. Respetan la cultura local	64,22
BR10. Son admiradas	64,31
BRE3. Son creíbles	64,50
RPE5. Respetan las costumbres locales	64,52
BT8. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	64,57
VA18. Mejorar mi país	64,70
VA17. Mejorar los servicios públicos	64,79
RPE6. Se integran en la Comunidad local	64,85
RPE3. Respetan la cultura local	65,18
BRE6. Tienen buena reputación	65,18
RP9. Son socialmente responsables	65,28
VA15. Mejorar las infraestructuras	65,28
BP2. Me gustan las empresas españolas	65,35
BRE15. Amables	65,51
BRE4. Son valorados	65,54
RP2. Respetan a sus empleados	65,65
BRE12. Fiables	65,71
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	65,83
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	65,90
BRC3. España genera confianza	65,94
RPE7. Se adaptan al entorno local	66,10
BRE5. Tienen mucho prestigio	66,13
BR23. Alcanzan mayor popularidad	66,37
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	66,40
BRE14. Inspiran prestigio	66,53
VA14. Mejorar el bienestar de la población	66,54
BRE2. Son respetados	66,75
AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	67,02
BT1. Confío en las empresas españolas	67,09
BRE20. Muy trabajadores	67,19
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	67,23
BT10. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	67,34
SC1. Servicios públicos	67,38
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	67,39
BRE9. Innovadores	67,39
VA3. Conocimiento	67,48
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	67,51
BRE13. Altamente cualificados	67,52
BRE16. Respetuosos	67,65

(*) Datos en índices sobre 100.

Índices y Subíndices

Índices

BR1a. Hace un año esta imagen era buena	67,66
BRE17. Educados	67,79
BR22. Ofrecen imagen de calidad	67,93
BRC2. España tiene buena reputación	67,95
SC2. Productos de Consumo	68,01
BR13. Innovadoras	68,10
BT3. Me ofrecen seguridad	68,20
BT9. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	68,25
BRE11. Creativos	68,48
BR9. Generan confianza	68,75
AD3. Respeto	68,83
BR14. Tecnológicamente avanzadas	68,93
BR24. Atraen a los potenciales clientes	69,05
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	69,08
BR3. Son confiables (tienen mucha credibilidad)	69,16
BR6. Tiene buena reputación	69,16
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	69,16
BRE21. Tener buena formación	69,17
BR16. Avanzadas en gestión	69,28
BR15. Prestigiosas	69,44
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	69,56
VA13. Modernizar el país	69,62
BRC1. España tiene buena imagen	69,70
VA7. Nuevas formas de organización	69,90
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	70,17
VA8. Nuevos modelos de gestión	70,29
BR5. Tiene mucho prestigio	70,34
BP1. Me gusta España	70,36
BT5. Me ayudan	70,67
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	70,86
BR4. Son valoradas	70,94
BR2. Son respetadas	71,03
VA4. Experiencia	71,04
VA5. Innovación	71,41
VA1. Es buena para nuestro país	71,44
VA12. Crear empleo estable y de calidad	71,68
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	72,04
VA9. Inversiones que benefician al país	72,22
VA6. Tecnología	73,25
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	73,40
BR11. Son reconocidas	74,08
BT2. Me resultan útiles	74,94
VA11. Crear empleo	77,79

(*) Datos en índices sobre 100.

9.1.6 Diferencial Acuerdo-Desacuerdo (Promotores-Detractores) en orden decreciente

Diferencial Acuerdo-Desacuerdo (Promotores-Detractores)	Porcentaje Diferencial A-D
VA11. Crear empleo	81,8%
BT2. Me aportan utilidad	75,6%
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	72,2%
BR11. Son reconocidas	71,4%
VA6. Tecnología	71,1%
BR2. Son respetadas	70,8%
BR4. Son valoradas	69,8%
VA4. Experiencia	68,4%
VA9. Inversiones que benefician al país	68,2%
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	67,8%
VA12. Crear empleo estable y de calidad	67,0%
VA1. Es buena para nuestro país	67,0%
VA5. Innovación	66,8%
BT5. Me ayudan	66,4%
VA8. Nuevos modelos de gestión	65,6%
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	65,5%
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	64,6%
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	64,3%
BR5. Tiene mucho prestigio	63,8%
BR15. Prestigiosas	63,7%
BR16. Avanzadas en gestión	63,7%
VA7. Nuevas formas de organización	63,6%
BRE21. Tener buena formación	62,7%
AD3. Respeto	62,7%
BRC1. España tiene buena imagen	62,3%
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	62,1%
BR3. Son creíbles	61,8%
BR13. Innovadoras	61,7%
BR6. Tiene buena reputación	61,7%
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	61,6%
BRE11. Creativos	61,1%
VA13. Modernizar el país	61,0%
BR9. Generan confianza	60,9%
BR14. Tecnológicamente avanzadas	60,8%
BR24. Atraen a los potenciales clientes	60,7%
BP1. Me gusta España	60,2%
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	59,5%
BR22. Ofrecen imagen de calidad	59,5%
SC2. Productos de Consumo	59,4%
BRE17. Educados	58,8%

Diferencial Acuerdo-Desacuerdo (Promotores-Detractores)	Porcentaje Diferencial A-D
BRE16. Respetuosos	58,8%
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	58,7%
BT9. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	57,9%
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	57,9%
BRE13. Altamente cualificados	57,7%
BT10. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	57,4%
BRE9. Innovadores	57,3%
BT3. Me ofrecen seguridad	57,2%
VA3. Conocimiento	57,0%
BRE20. Muy trabajadores	56,8%
SC1. Servicios públicos	56,6%
BRE2. Son respetados	56,5%
BRC2. España tiene buena reputación	56,5%
BT1. Confío en las empresas españolas	56,4%
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	55,6%
RPE7. Se adaptan al entorno local	55,2%
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	54,1%
BRE14. Inspiran prestigio	53,9%
BRE5. Tienen mucho prestigio	53,7%
AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	53,2%
BRE4. Son valorados	53,1%
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	53,1%
VA14. Mejorar el bienestar de la población	53,0%
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	52,9%
BRC3. España genera confianza	52,7%
RP2. Respetan a sus empleados	52,7%
BR23. Alcanzan mayor popularidad	52,4%
RPE3. Respetan la cultura local	52,0%
BRE6. Tienen buena reputación	51,3%
BRE8. Generan confianza	51,3%
BRE15. Amables	51,1%
RPE6. Se integran en la Comunidad local	51,1%
BRE12. Fiables	50,7%
RP9. Son socialmente responsables	50,7%
BT8. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	50,5%
RPE5. Respetan las costumbres locales	50,3%
BP2. Me gustan las empresas españolas	49,5%
BRE3. Son creíbles	49,1%
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	49,0%
RP1. Respetan la cultura local	48,9%
RPE1. Respetan a los empleados locales	48,9%
VA15. Mejorar las infraestructuras	48,7%
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	48,2%

Diferencial Acuerdo-Desacuerdo (Promotores-Detractores)	Porcentaje Diferencial A-D
VA18. Mejorar mi país	47,4%
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	47,3%
BT6. Me aportan valor	46,8%
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	46,7%
BRE10. Honestos	46,4%
BR10. Son admiradas	46,3%
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	46,1%
VA17. Mejorar los servicios públicos	45,8%
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	45,5%
RP3. Se preocupan por sus empleados	45,5%
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	44,7%
BRE7. Son muy valorados en mi sector	44,6%
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	44,4%
BRE19. Rigurosos	44,4%
SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	44,1%
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	44,0%
AD2. Admiración	43,9%
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	43,7%
AD6. Inspiración	43,0%
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	42,2%
RP8. Son transparentes con la información	41,6%
BRE18. Cercanos	41,1%
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	41,1%
SC3. Construcción de grandes obras públicas	39,7%
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	39,6%
SC5. Productos de alimentación	39,4%
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	38,9%
SC6. Otros (incluir abajo)	36,9%
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	36,9%
BR20. Venden más	36,7%
SRS1. Patrocinar programas educativos	36,3%
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	34,2%
SRS4. Patrocinar programas culturales	33,9%
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	32,8%
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	30,8%
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	29,3%
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	27,0%
BR21. Pueden vender con un precio más alto	26,3%
AD4. Devoción	24,3%
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	22,2%
RP11. El comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España	20,2%



9.2 Resumen de Indicadores en Docentes

9.2.1 Índices por Indicador

Índices para las Empresas Españolas por Indicador

	Índices
Imagen de las Empresas Españolas	
En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser...	
BR13. Innovadoras	64,94
BR14. Tecnológicamente avanzadas	66,52
BR15. Prestigiosas	65,52
BR16. Avanzadas en gestión	65,80
En mi país, las empresas por ser españolas...	
BR20. Venden más	54,05
BR21. Pueden vender con un precio más alto	51,73
BR22. Ofrecen imagen de calidad	64,16
BR23. Alcanzan mayor popularidad	58,96
BR24. Atraen a los potenciales clientes	61,99
En mi país, las empresas españolas de los siguientes sectores tienen buena imagen...	
SC1. Servicios públicos	56,76
SC2. Productos de Consumo	63,97
SC3. Construcción de grandes obras públicas	56,03
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	57,06
SC5. Productos de alimentación	58,53
SC6. Otros (incluir abajo)	54,49
Reputación de las Empresas Españolas	
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	64,25
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	61,17
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	61,31
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...	
BR2. Son respetadas	68,29
BR3. Son creíbles	65,43
BR4. Son valoradas	67,00
BR5. Tiene mucho prestigio	64,00
BR6. Tiene buena reputación	63,43
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	63,43
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	66,57
BR9. Generan confianza	65,86
BR10. Son admiradas	59,86
BR11. Son reconocidas	66,43
Confianza en las Empresas Españolas	
BT1. Confío en las empresas españolas	65,61
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	60,98
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	60,66
Las empresas españolas, con sus productos y servicios,...	
BT2. Me aportan utilidad	72,16
BT3. Me ofrecen seguridad	68,56
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	61,53
BT5. Me ayudan	67,23
BT6. Me aportan valor	62,95
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios españoles	61,27

Valor Aportado por las Empresas Españolas

BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	69,31
VA1. Es buena para nuestro país	68,92
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	70,11
VA3. Conocimiento	65,26
VA4. Experiencia	68,25
VA5. Innovación	69,05
VA6. Tecnología	69,58
VA7. Nuevas formas de organización	67,06
VA8. Nuevos modelos de gestión	66,53
VA9. Inversiones que benefician al país	71,83
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	70,63

Las empresas españolas contribuyen a...

VA11. Crear empleo	76,20
VA12. Crear empleo estable y de calidad	67,78
VA13. Modernizar el país	67,25
VA14. Mejorar el bienestar de la población	63,10
VA15. Mejorar las infraestructuras	64,30
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	68,45
VA17. Mejorar los servicios públicos	58,82
VA18. Mejorar mi país	62,17

Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas

En mi país, las empresas españolas...

RP1. Respetan la cultura local	63,66
RP2. Respetan a sus empleados	62,30
RP3. Se preocupan por sus empleados	59,70
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	59,70
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	55,87
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	54,64
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	65,16
RP8. Son transparentes con la información	57,24
RP9. Son socialmente responsables	60,25
RP10. El comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España	50,27

Admiración por las Empresas Españolas

En relación con las empresas españolas siento...

AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	59,06
AD2. Admiración	57,60
AD3. Respeto	64,04
AD4. Devoción	54,24
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	59,36
AD6. Inspiración	57,75

Responsabilidad Social de las Empresas Españolas

Responsabilidad Social

Las empresas españolas se caracterizan por...

SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	59,21
SRS1. Patrocinar programas educativos	57,44
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	50,60
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	56,25
SRS4. Patrocinar programas culturales	54,61
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	55,65
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	57,14

Responsabilidad Medioambiental

Las empresas españolas se caracterizan por...

SRM1. Patrocinar programas medioambientales	52,08
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	55,06
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	52,68
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	52,38
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	52,08

Recomendación

BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	61,53
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	66,11
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	64,58

Satisfacción con las Empresas Españolas

ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	64,03
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	63,06

Directivos Expatriados de Empresas Españolas

Reputación de los Directivos Expatriados Españoles

BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	59,58
--	-------

En mi país, los directivos de las empresas españolas...

BRE2. Son respetados	62,57
BRE3. Son creíbles	59,88
BRE4. Son valorados	59,73
BRE5. Tienen mucho prestigio	58,68
BRE6. Tienen buena reputación	58,23
BRE7. Son muy valorados en mi sector	56,74

Confianza Generada por los Directivos Expatriados Españoles

BRE8. Generan confianza	59,13
-------------------------	-------

Imagen de los Directivos Expatriados Españoles

Los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser...

BRE9. Innovadores	62,88
BRE10. Honestos	58,64
BRE11. Creativos	64,55
BRE12. Fiables	60,30
BRE13. Altamente cualificados	60,76
BRE14. Inspiran prestigio	61,06
BRE15. Amables	61,52
BRE16. Respetuosos	61,21
BRE17. Educados	64,09
BRE18. Cercanos	57,42
BRE19. Rigurosos	63,64
BRE20. Muy trabajadores	62,88
BRE21. Tener buena formación	64,70

Respeto por el Entorno Local por parte de los Directivos Expatriados Españoles

En mi país, los directivos de las empresas españolas...

RPE1. Respetan a los empleados locales	60,09
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	59,19
RPE3. Respetan la cultura local	59,85
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	59,09
RPE5. Respetan las costumbres locales	60,91
RPE6. Se integran en la Comunidad local	58,79
RPE7. Se adaptan al entorno local	61,52
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	60,61
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	58,94

Imagen y Reputación de España

En mi país...

BRC1. España tiene buena imagen	66,52
BRC2. España tiene buena reputación	64,70
BRC3. España genera confianza	62,73

Afecto y Preferencia por España

BP1. Me gusta España	72,73
BA1. Me siento identificado con España	57,27
BP2. Me gustan las empresas españolas	61,97

(*) Datos en índices sobre 100.

9.2.2 Porcentajes acumulados de respuesta para Acuerdo y Desacuerdo por indicador

Diferencial Acuerdo-Desacuerdo por Indicador (Promotores-Detractores)

	Desacuerdo (Detractores) <u>(A)</u>	Acuerdo (Promotores) <u>(B)</u>	Diferencial A-D (Neto) <u>(B-A)</u>
Imagen de las Empresas Españolas			
En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser...			
BR13. Innovadoras	9,8%	61,5%	51,7%
BR14. Tecnológicamente avanzadas	10,3%	63,8%	53,4%
BR15. Prestigiosas	9,8%	62,6%	52,9%
BR16. Avanzadas en gestión	9,8%	64,9%	55,2%
En mi país, las empresas por ser españolas...			
BR20. Venden más	13,3%	30,1%	16,8%
BR21. Pueden vender con un precio más alto	20,8%	31,8%	11,0%
BR22. Ofrecen imagen de calidad	9,2%	60,7%	51,4%
BR23. Alcanzan mayor popularidad	12,1%	43,9%	31,8%
BR24. Atraen a los potenciales clientes	11,6%	54,9%	43,4%
En mi país, las empresas españolas de los siguientes sectores tienen buena imagen...			
SC1. Servicios públicos	15,3%	41,8%	26,5%
SC2. Productos de Consumo	7,6%	57,1%	49,4%
SC3. Construcción de grandes obras públicas	14,1%	38,2%	24,1%
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	12,4%	41,2%	28,8%
SC5. Productos de alimentación	11,8%	44,1%	32,4%
SC6. Otros (incluir abajo)	16,0%	35,9%	19,9%
Reputación de las Empresas Españolas			
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	12,8%	63,7%	50,8%
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	14,5%	56,4%	41,9%
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	14,5%	54,7%	40,2%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...			
BR2. Son respetadas	8,6%	71,4%	62,9%
BR3. Son creíbles	11,4%	64,0%	52,6%
BR4. Son valoradas	8,0%	66,9%	58,9%
BR5. Tiene mucho prestigio	10,9%	58,3%	47,4%
BR6. Tiene buena reputación	13,1%	59,4%	46,3%
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	13,1%	56,0%	42,9%
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	9,1%	66,9%	57,7%
BR9. Generan confianza	9,7%	65,1%	55,4%
BR10. Son admiradas	13,1%	47,4%	34,3%
BR11. Son reconocidas	11,4%	67,4%	56,0%

	Desacuerdo	Acuerdo	Diferencial
	(Detractores)	(Promotores)	A-D
	(A)	(B)	(B-A)
Confianza en las Empresas Españolas			
BT1. Confío en las empresas españolas	9,8%	62,4%	52,7%
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	13,2%	54,1%	41,0%
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	12,7%	52,0%	39,2%
Las empresas españolas, con sus productos y servicios,...			
BT2. Me aportan utilidad	9,3%	76,3%	67,0%
BT3. Me ofrecen seguridad	8,8%	66,0%	57,2%
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	12,4%	50,8%	38,3%
BT5. Me ayudan	11,4%	66,8%	55,4%
BT6. Me aportan valor	11,9%	57,0%	45,1%
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	14,5%	50,3%	35,8%
Valor Aportado por las Empresas Españolas			
La presencia de empresas españolas en mi país...			
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	12,2%	72,0%	59,8%
VA1. Es buena para nuestro país	10,1%	69,8%	59,8%
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	10,6%	72,5%	61,9%
VA3. Conocimiento	11,1%	63,2%	52,1%
VA4. Experiencia	10,1%	72,5%	62,4%
VA5. Innovación	10,6%	69,8%	59,3%
VA6. Tecnología	10,6%	67,7%	57,1%
VA7. Nuevas formas de organización	10,6%	66,1%	55,6%
VA8. Nuevos modelos de gestión	9,0%	63,0%	54,0%
VA9. Inversiones que benefician al país	9,5%	73,5%	64,0%
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	10,1%	72,5%	62,4%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a...			
VA11. Crear empleo	5,9%	82,9%	77,0%
VA12. Crear empleo estable y de calidad	10,2%	65,8%	55,6%
VA13. Modernizar el país	11,2%	61,5%	50,3%
VA14. Mejorar el bienestar de la población	13,9%	59,9%	46,0%
VA15. Mejorar las infraestructuras	13,4%	59,9%	46,5%
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	10,2%	71,7%	61,5%
VA17. Mejorar los servicios públicos	18,7%	51,9%	33,2%
VA18. Mejorar mi país	15,0%	58,3%	43,3%
Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas			
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...			
RP1. Respetan la cultura local	12,0%	59,6%	47,5%
RP2. Respetan a sus empleados	10,9%	56,3%	45,4%
RP3. Se preocupan por sus empleados	10,4%	45,9%	35,5%
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	9,8%	46,4%	36,6%
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	13,7%	33,3%	19,7%
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	13,7%	26,2%	12,6%
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	9,3%	64,5%	55,2%
RP8. Son transparentes con la información	14,2%	41,5%	27,3%
RP9. Son socialmente responsables	14,2%	49,7%	35,5%
RP10. El comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España	19,7%	20,8%	1,1%

	Desacuerdo (Detractores)	Acuerdo (Promotores)	Diferencial A-D (Neto)
	(A)	(B)	(B-A)
Admiración por las Empresas Españolas			
En relación con las empresas españolas siento...			
AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	15,8%	47,4%	31,6%
AD2. Admiración	14,0%	43,3%	29,2%
AD3. Respeto	8,8%	60,8%	52,0%
AD4. Devoción	15,2%	34,5%	19,3%
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	12,3%	49,7%	37,4%
AD6. Inspiración	15,2%	45,0%	29,8%
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas			
Responsabilidad Social			
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...			
SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	9,9%	47,4%	37,4%
SRS1. Patrocinar programas educativos	17,9%	45,2%	27,4%
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	19,6%	25,0%	5,4%
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	16,7%	42,9%	26,2%
SRS4. Patrocinar programas culturales	17,9%	35,7%	17,9%
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	14,3%	38,7%	24,4%
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	15,5%	45,8%	30,4%
Responsabilidad Medioambiental			
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...			
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	19,0%	31,0%	11,9%
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	19,0%	39,9%	20,8%
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	19,0%	31,5%	12,5%
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	17,9%	29,8%	11,9%
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	19,0%	28,6%	9,5%
Recomendación			
BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	8,3%	50,6%	42,2%
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	10,0%	63,9%	53,9%
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	9,4%	58,9%	49,4%
Satisfacción con las Empresas Españolas			
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	11,1%	61,1%	50,0%
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	10,6%	56,7%	46,1%

	Desacuerdo (Detractores)	Acuerdo (Promotores)	Diferencial A-D (Neto)
	(A)	(B)	(B-A)
Directivos Expatriados de Empresas Españolas			
Reputación de los Directivos Expatriados Españoles			
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	12,0%	50,9%	38,9%
Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas...			
BRE2. Son respetados	7,2%	53,3%	46,1%
BRE3. Son creíbles	8,4%	47,3%	38,9%
BRE4. Son valorados	10,2%	46,1%	35,9%
BRE5. Tienen mucho prestigio	10,2%	40,7%	30,5%
BRE6. Tienen buena reputación	11,4%	43,1%	31,7%
BRE7. Son muy valorados en mi sector	12,0%	38,3%	26,3%
Confianza Generada por los Directivos Expatriados Españoles			
BRE8. Generan confianza	12,0%	46,7%	34,7%
Imagen de los Directivos Expatriados Españoles			
En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser...			
BRE9. Innovadores	8,5%	56,4%	47,9%
BRE10. Honestos	10,3%	43,6%	33,3%
BRE11. Creativos	5,5%	55,8%	50,3%
BRE12. Fiables	9,7%	49,1%	39,4%
BRE13. Altamente cualificados	9,1%	48,5%	39,4%
BRE14. Inspiran prestigio	10,3%	52,1%	41,8%
BRE15. Amables	8,5%	49,1%	40,6%
BRE16. Respetuosos	9,1%	47,9%	38,8%
BRE17. Educados	7,3%	55,2%	47,9%
BRE18. Cercanos	10,9%	38,2%	27,3%
BRE19. Rigurosos	4,2%	50,9%	46,7%
BRE20. Muy trabajadores	6,1%	50,3%	44,2%
BRE21. Tener buena formación	6,1%	56,4%	50,3%
Respeto por el Entorno Local por par de los Directivos Expatriados Españoles			
En mi país, los directivos de las empresas españolas...			
RPE1. Respetan a los empleados locales	10,2%	50,0%	39,8%
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	10,8%	45,2%	34,3%
RPE3. Respetan la cultura local	12,1%	50,9%	38,8%
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	9,7%	43,6%	33,9%
RPE5. Respetan las costumbres locales	9,1%	49,7%	40,6%
RPE6. Se integran en la Comunidad local	11,5%	43,6%	32,1%
RPE7. Se adaptan al entorno local	9,7%	50,9%	41,2%
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	9,7%	47,9%	38,2%
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	12,1%	46,1%	33,9%

	Desacuerdo (Detractores)	Acuerdo (Promotores)	Diferencial A-D (Neto)
	(A)	(B)	(B-A)
Imagen y Reputación de España			
En mi país...			
BRC1. España tiene buena imagen	9,1%	68,5%	59,4%
BRC2. España tiene buena reputación	10,9%	62,4%	51,5%
BRC3. España genera confianza	11,5%	57,0%	45,5%
Afecto y Preferencia			
BP1. Me gusta España	6,7%	72,7%	66,1%
BA1. Me siento identificado con España	20,6%	40,6%	20,0%
BP2. Me gustan las empresas españolas	11,5%	52,1%	40,6%

9.2.3 Porcentajes de respuesta por ítem e Indicador

Porcentajes de respuesta por ítem e Indicador

	Frecuencias de Respuesta				
	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen					
En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser...					
BR13. Innovadoras	6,9%	2,9%	28,7%	46,6%	14,9%
BR14. Tecnológicamente avanzadas	5,7%	4,6%	25,9%	45,4%	18,4%
BR15. Prestigiosas	5,2%	4,6%	27,6%	48,3%	14,4%
BR16. Avanzadas en gestión	6,3%	3,4%	25,3%	50,6%	14,4%
En mi país, las empresas por ser españolas...					
BR20. Venden más	4,6%	8,7%	56,6%	26,0%	4,0%
BR21. Pueden vender con un precio más alto	8,7%	12,1%	47,4%	27,2%	4,6%
BR22. Ofrecen imagen de calidad	4,6%	4,6%	30,1%	50,9%	9,8%
BR23. Alcanzan mayor popularidad	5,8%	6,4%	43,9%	34,1%	9,8%
BR24. Atraen a los potenciales clientes	5,8%	5,8%	33,5%	44,5%	10,4%
En mi país, las empresas españolas de los siguientes sectores tienen buena imagen...					
SC1. Servicios públicos	8,2%	7,1%	42,9%	32,9%	8,8%
SC2. Productos de Consumo	5,9%	1,8%	35,3%	44,7%	12,4%
SC3. Construcción de grandes obras públicas	8,8%	5,3%	47,6%	29,4%	8,8%
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	7,6%	4,7%	46,5%	34,1%	7,1%
SC5. Productos de alimentación	7,6%	4,1%	44,1%	34,7%	9,4%
SC6. Otros (incluir abajo)	10,3%	5,8%	48,1%	27,6%	8,3%
Reputación					
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...					
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	5,6%	7,3%	23,5%	52,0%	11,7%
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	6,1%	8,4%	29,1%	47,5%	8,9%
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	6,1%	8,4%	30,7%	43,6%	11,2%
BR2. Son respetadas	5,1%	3,4%	20,0%	56,0%	15,4%
BR3. Son creíbles	6,3%	5,1%	24,6%	48,6%	15,4%
BR4. Son valoradas	5,7%	2,3%	25,1%	52,0%	14,9%
BR5. Tiene mucho prestigio	5,7%	5,1%	30,9%	44,0%	14,3%
BR6. Tiene buena reputación	7,4%	5,7%	27,4%	44,6%	14,9%
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	6,3%	6,9%	30,9%	38,9%	17,1%
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	7,4%	1,7%	24,0%	50,9%	16,0%
BR9. Generan confianza	6,3%	3,4%	25,1%	50,9%	14,3%
BR10. Son admiradas	6,3%	6,9%	39,4%	36,0%	11,4%
BR11. Son reconocidas	6,3%	5,1%	21,1%	51,4%	16,0%

Frecuencias de Respuesta

	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza					
BT1. Confío en las empresas españolas	6,3%	3,4%	27,8%	46,3%	16,1%
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	8,8%	4,4%	32,7%	42,4%	11,7%
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	7,8%	4,9%	35,3%	40,7%	11,3%
Las empresas españolas, con sus productos y servicios,...					
BT2. Me aportan utilidad	3,6%	5,7%	14,4%	51,0%	25,3%
BT3. Me ofrecen seguridad	4,1%	4,6%	25,3%	44,8%	21,1%
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	4,1%	8,3%	36,8%	38,9%	11,9%
BT5. Me ayudan	3,6%	7,8%	21,8%	49,7%	17,1%
BT6. Me aportan valor	4,1%	7,8%	31,1%	46,1%	10,9%
BT7. Recomendando a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	5,2%	9,3%	35,2%	35,8%	14,5%
Valor Aportado					
La presencia de empresas españolas en mi país...					
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)					
VA1. Es buena para nuestro país	6,3%	5,8%	15,9%	48,1%	23,8%
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	5,8%	4,2%	20,1%	48,1%	21,7%
VA3. Conocimiento	6,3%	4,2%	16,9%	47,6%	24,9%
VA4. Experiencia	5,8%	5,3%	25,8%	48,4%	14,7%
VA5. Innovación	5,3%	4,8%	17,5%	56,6%	15,9%
VA6. Tecnología	5,8%	4,8%	19,6%	47,1%	22,8%
VA7. Nuevas formas de organización	4,2%	6,3%	21,7%	42,3%	25,4%
VA8. Nuevos modelos de gestión	4,8%	5,8%	23,3%	48,7%	17,5%
VA9. Inversiones que benefician al país	4,8%	4,2%	28,0%	46,0%	16,9%
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	5,3%	4,2%	16,9%	45,0%	28,6%
	5,3%	4,8%	17,5%	47,1%	25,4%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a...					
VA11. Crear empleo					
VA12. Crear empleo estable y de calidad	3,7%	2,1%	11,2%	51,3%	31,6%
VA13. Modernizar el país	5,3%	4,8%	24,1%	44,9%	20,9%
VA14. Mejorar el bienestar de la población	5,3%	5,9%	27,3%	37,4%	24,1%
VA15. Mejorar las infraestructuras	6,4%	7,5%	26,2%	47,1%	12,8%
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	7,5%	5,9%	26,7%	41,7%	18,2%
VA17. Mejorar los servicios públicos	6,4%	3,7%	18,2%	52,9%	18,7%
VA18. Mejorar mi país	8,6%	10,2%	29,4%	41,2%	10,7%

Frecuencias de Respuesta

	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
--	-----------------------------	---------------	--------------------------------	------------	--------------------------

Respeto por el Entorno Local

Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...

RP1. Respetan la cultura local	6,0%	6,0%	28,4%	46,4%	13,1%
RP2. Respetan a sus empleados	6,0%	4,9%	32,8%	46,4%	9,8%
RP3. Se preocupan por sus empleados	6,0%	4,4%	43,7%	36,6%	9,3%
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	6,0%	3,8%	43,7%	38,3%	8,2%
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	5,5%	8,2%	53,0%	24,0%	9,3%
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	5,5%	8,2%	60,1%	14,8%	11,5%
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	6,0%	3,3%	26,2%	53,0%	11,5%
RP8. Son transparentes con la información	6,0%	8,2%	44,3%	33,9%	7,7%
RP9. Son socialmente responsables	7,1%	7,1%	36,1%	37,2%	12,6%
RP10. El comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España	6,0%	13,7%	59,6%	14,8%	6,0%

Admiración por las Empresas Españolas

En relación con las empresas españolas siento...

AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	8,2%	7,6%	36,8%	34,5%	12,9%
AD2. Admiración	6,4%	7,6%	42,7%	35,7%	7,6%
AD3. Respeto	5,8%	2,9%	30,4%	50,9%	9,9%
AD4. Devoción	8,2%	7,0%	50,3%	28,7%	5,8%
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	7,6%	4,7%	38,0%	42,1%	7,6%
AD6. Inspiración	8,8%	6,4%	39,8%	35,1%	9,9%

Responsabilidad Social de las Empresas Españolas

Responsabilidad Social

En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...

SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	8,2%	1,8%	42,7%	39,8%	7,6%
SRS1. Patrocinar programas educativos	8,3%	9,5%	36,9%	34,5%	10,7%
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	8,9%	10,7%	55,4%	19,0%	6,0%
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	8,9%	7,7%	40,5%	35,1%	7,7%
SRS4. Patrocinar programas culturales	7,7%	10,1%	46,4%	27,4%	8,3%
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	8,3%	6,0%	47,0%	32,1%	6,5%
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	8,3%	7,1%	38,7%	39,3%	6,5%

	Frecuencias de Respuesta				
	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Responsabilidad Medioambiental					
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...					
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	9,5%	9,5%	50,0%	25,0%	6,0%
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	8,3%	10,7%	41,1%	32,1%	7,7%
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	9,5%	9,5%	49,4%	23,8%	7,7%
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	8,9%	8,9%	52,4%	23,2%	6,5%
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	8,3%	10,7%	52,4%	21,4%	7,1%
Recomendación					
BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	6,1%	2,2%	41,1%	40,6%	10,0%
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	6,7%	3,3%	26,1%	46,7%	17,2%
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	5,6%	3,9%	31,7%	44,4%	14,4%
Satisfacción					
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	6,7%	4,4%	27,8%	48,3%	12,8%
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	7,2%	3,3%	32,8%	43,3%	13,3%
Directivos Expatriados de Empresas Españolas					
Reputación de los Directivos Expatriados Españoles					
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	7,2%	4,8%	37,1%	44,3%	6,6%
Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas...					
BRE2. Son respetados	4,8%	2,4%	39,5%	44,3%	9,0%
BRE3. Son creíbles	5,4%	3,0%	44,3%	41,3%	6,0%
BRE4. Son valorados	4,8%	5,4%	43,7%	38,3%	7,8%
BRE5. Tienen mucho prestigio	5,4%	4,8%	49,1%	31,1%	9,6%
BRE6. Tienen buena reputación	6,0%	5,4%	45,5%	35,9%	7,2%
BRE7. Son muy valorados en mi sector	6,6%	5,4%	49,7%	31,1%	7,2%

	Frecuencias de Respuesta				
	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Confianza					
BRE8. Generan confianza	5,4%	6,6%	41,3%	39,5%	7,2%
Imagen de los Directivos Expatriados Españoles					
En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser...					
BRE9. Innovadores	4,8%	3,6%	35,2%	47,9%	8,5%
BRE10. Honestos	5,5%	4,8%	46,1%	37,0%	6,7%
BRE11. Creativos	3,6%	1,8%	38,8%	44,2%	11,5%
BRE12. Fiables	6,1%	3,6%	41,2%	41,2%	7,9%
BRE13. Altamente cualificados	6,7%	2,4%	42,4%	38,2%	10,3%
BRE14. Inspiran prestigio	5,5%	4,8%	37,6%	44,2%	7,9%
BRE15. Amables	6,7%	1,8%	42,4%	37,0%	12,1%
BRE16. Respetuosos	5,5%	3,6%	43,0%	36,4%	11,5%
BRE17. Educados	4,8%	2,4%	37,6%	41,8%	13,3%
BRE18. Cercanos	5,5%	5,5%	50,9%	30,3%	7,9%
BRE19. Rigurosos	2,4%	1,8%	44,8%	40,6%	10,3%
BRE20. Muy trabajadores	3,6%	2,4%	43,6%	39,4%	10,9%
BRE21. Tener buena formación	3,6%	2,4%	37,6%	44,2%	12,1%
Respeto por el Entorno Local por par de los Directivos Expatriados Españoles					
En mi país, los directivos de las empresas españolas...					
RPE1. Respetan a los empleados locales	4,8%	5,4%	39,8%	44,6%	5,4%
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	4,2%	6,6%	44,0%	38,6%	6,6%
RPE3. Respetan la cultura local	6,1%	6,1%	37,0%	44,2%	6,7%
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	5,5%	4,2%	46,7%	35,8%	7,9%
RPE5. Respetan las costumbres locales	6,1%	3,0%	41,2%	40,6%	9,1%
RPE6. Se integran en la Comunidad local	5,5%	6,1%	44,8%	35,2%	8,5%
RPE7. Se adaptan al entorno local	4,8%	4,8%	39,4%	41,2%	9,7%
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	4,8%	4,8%	42,4%	38,8%	9,1%
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	4,8%	7,3%	41,8%	39,4%	6,7%

	Frecuencias de Respuesta				
	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Imagen y Reputación de España					
En mi país...					
BRC1. España tiene buena imagen	6,1%	3,0%	22,4%	55,8%	12,7%
BRC2. España tiene buena reputación	5,5%	5,5%	26,7%	49,7%	12,7%
BRC3. España genera confianza	5,5%	6,1%	31,5%	46,1%	10,9%
Afecto y Preferencia					
BP1. Me gusta España	2,4%	4,2%	20,6%	45,5%	27,3%
BA1. Me siento identificado con España	7,3%	13,3%	38,8%	24,2%	16,4%
BP2. Me gustan las empresas españolas	5,5%	6,1%	36,4%	39,4%	12,7%

9.2.4 Índices y Subíndices en orden decreciente

Índices y Subíndices	Índices
VA11. Crear empleo	76,20
BP1. Me gusta España	72,73
BT2. Me resultan útiles	72,16
VA9. Inversiones que benefician al país	71,83
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	70,63
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	70,11
VA6. Tecnología	69,58
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	69,31
VA5. Innovación	69,05
VA1. Es buena para nuestro país	68,92
BT3. Me ofrecen seguridad	68,56
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	68,45
BR2. Son respetadas	68,29
VA4. Experiencia	68,25
VA12. Crear empleo estable y de calidad	67,78
VA13. Modernizar el país	67,25
BT5. Me ayudan	67,23
VA7. Nuevas formas de organización	67,06
BR4. Son valoradas	67,00
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	66,57
VA8. Nuevos modelos de gestión	66,53
BR14. Tecnológicamente avanzadas	66,52
BRC1. España tiene buena imagen	66,52
BR11. Son reconocidas	66,43
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	66,11
BR9. Generan confianza	65,86
BR16. Avanzadas en gestión	65,80
BT1. Confío en las empresas españolas	65,61
BR15. Prestigiosas	65,52
BR3. Son confiables (tienen mucha credibilidad)	65,43
VA3. Conocimiento	65,26
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	65,16
BR13. Innovadoras	64,94
BRE21. Tener buena formación	64,70
BRC2. España tiene buena reputación	64,70
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	64,58
BRE11. Creativos	64,55
VA15. Mejorar las infraestructuras	64,30
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	64,25
BR22. Ofrecen imagen de calidad	64,16

(*) Datos en índices sobre 100.

Índices y Subíndices

Índices

BRE17. Educados	64,09
AD3. Respeto	64,04
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	64,03
BR5. Tiene mucho prestigio	64,00
SC2. Productos de Consumo	63,97
RP1. Respetan la cultura local	63,66
BRE19. Rigurosos	63,64
BR6. Tiene buena reputación	63,43
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	63,43
VA14. Mejorar el bienestar de la población	63,10
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	63,06
BT6. Me aportan valor	62,95
BRE9. Innovadores	62,88
BRE20. Muy trabajadores	62,88
BRC3. España genera confianza	62,73
BRE2. Son respetados	62,57
RP2. Respetan a sus empleados	62,30
VA18. Mejorar mi país	62,17
BR24. Atraen a los potenciales clientes	61,99
BP2. Me gustan las empresas españolas	61,97
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	61,53
BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	61,53
BRE15. Amables	61,52
RPE7. Se adaptan al entorno local	61,52
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	61,31
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	61,27
BRE16. Respetuosos	61,21
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	61,17
BRE14. Inspiran prestigio	61,06
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	60,98
RPE5. Respetan las costumbres locales	60,91
BRE13. Altamente cualificados	60,76
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	60,66
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	60,61
BRE12. Fiables	60,30
RP9. Son socialmente responsables	60,25
RPE1. Respetan a los empleados locales	60,09
BRE3. Son creíbles	59,88
BR10. Son admiradas	59,86
RPE3. Respetan la cultura local	59,85
BRE4. Son valorados	59,73
RP3. Se preocupan por sus empleados	59,70

(*) Datos en índices sobre 100.

Índices y Subíndices

Índices

RP4. Tienen buena relación con sus empleados	59,70
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	59,58
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	59,36
SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	59,21
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	59,19
BRE8. Generan confianza	59,13
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	59,09
AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	59,06
BR23. Alcanzan mayor popularidad	58,96
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	58,94
VA17. Mejorar los servicios públicos	58,82
RPE6. Se integran en la Comunidad local	58,79
BRE5. Tienen mucho prestigio	58,68
BRE10. Honestos	58,64
SC5. Productos de alimentación	58,53
BRE6. Tienen buena reputación	58,23
AD6. Inspiración	57,75
AD2. Admiración	57,60
SRS1. Patrocinar programas educativos	57,44
BRE18. Cercanos con los empleados	57,42
BA1. Me siento identificado con España	57,27
RP8. Son transparentes con la información	57,24
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	57,14
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	57,06
SC1. Servicios públicos	56,76
BRE7. Son muy valorados en mi sector	56,74
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	56,25
SC3. Construcción de grandes obras públicas	56,03
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	55,87
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	55,65
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	55,06
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	54,64
SRS4. Patrocinar programas culturales	54,61
SC6. Otros (incluir abajo)	54,49
AD4. Afecto	54,24
BR20. Venden más	54,05
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	52,68
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	52,38
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	52,08
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	52,08
BR21. Pueden vender con un precio más alto	51,73
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	50,60
RP11. El comportamiento de las empresas españolas en mi país creo que es peor que en España	50,27

(*) Datos en índices sobre 100.

9.2.5 Índices y Subíndices en orden creciente

Índices y Subíndices	Índices
RP11. El comportamiento de las empresas españolas en mi país creo que es peor que en España	50,27
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	50,60
BR21. Pueden vender con un precio más alto	51,73
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	52,08
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	52,08
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	52,38
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	52,68
BR20. Venden más	54,05
AD4. Afecto	54,24
SC6. Otros (incluir abajo)	54,49
SRS4. Patrocinar programas culturales	54,61
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	54,64
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	55,06
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	55,65
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	55,87
SC3. Construcción de grandes obras públicas	56,03
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	56,25
BRE7. Son muy valorados en mi sector	56,74
SC1. Servicios públicos	56,76
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	57,06
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	57,14
RP8. Son transparentes con la información	57,24
BA1. Me siento identificado con España	57,27
BRE18. Cercanos con los empleados	57,42
SRS1. Patrocinar programas educativos	57,44
AD2. Admiración	57,60
AD6. Inspiración	57,75
BRE6. Tienen buena reputación	58,23
SC5. Productos de alimentación	58,53
BRE10. Honestos	58,64
BRE5. Tienen mucho prestigio	58,68
RPE6. Se integran en la Comunidad local	58,79
VA17. Mejorar los servicios públicos	58,82
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	58,94
BR23. Alcanzan mayor popularidad	58,96
AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	59,06
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	59,09
BRE8. Generan confianza	59,13
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	59,19
SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	59,21

(*) Datos en índices sobre 100.

Índices y Subíndices

Índices

Índices y Subíndices	Índices
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	59,36
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	59,58
RP3. Se preocupan por sus empleados	59,70
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	59,70
BRE4. Son valorados	59,73
RPE3. Respetan la cultura local	59,85
BR10. Son admiradas	59,86
BRE3. Son creíbles	59,88
RPE1. Respetan a los empleados locales	60,09
RP9. Son socialmente responsables	60,25
BRE12. Fiables	60,30
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	60,61
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	60,66
BRE13. Altamente cualificados	60,76
RPE5. Respetan las costumbres locales	60,91
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	60,98
BRE14. Inspiran prestigio	61,06
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	61,17
BRE16. Respetuosos	61,21
BT7. Recomendando a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	61,27
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	61,31
BRE15. Amables	61,52
RPE7. Se adaptan al entorno local	61,52
BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	61,53
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	61,53
BP2. Me gustan las empresas españolas	61,97
BR24. Atraen a los potenciales clientes	61,99
VA18. Mejorar mi país	62,17
RP2. Respetan a sus empleados	62,30
BRE2. Son respetados	62,57
BRC3. España genera confianza	62,73
BRE9. Innovadores	62,88
BRE20. Muy trabajadores	62,88
BT6. Me aportan valor	62,95
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	63,06
VA14. Mejorar el bienestar de la población	63,10
BR6. Tiene buena reputación	63,43
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	63,43
BRE19. Rigurosos	63,64
RP1. Respetan la cultura local	63,66
SC2. Productos de Consumo	63,97
BR5. Tiene mucho prestigio	64,00

(*) Datos en índices sobre 100.

Índices y Subíndices

Índices

ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	64,03
AD3. Respeto	64,04
BRE17. Educados	64,09
BR22. Ofrecen imagen de calidad	64,16
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	64,25
VA15. Mejorar las infraestructuras	64,30
BRE11. Creativos	64,55
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	64,58
BRE21. Tener buena formación	64,70
BRC2. España tiene buena reputación	64,70
BR13. Innovadoras	64,94
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	65,16
VA3. Conocimiento	65,26
BR3. Son confiables (tienen mucha credibilidad)	65,43
BR15. Prestigiosas	65,52
BT1. Confío en las empresas españolas	65,61
BR16. Avanzadas en gestión	65,80
BR9. Generan confianza	65,86
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	66,11
BR11. Son reconocidas	66,43
BRC1. España tiene buena imagen	66,52
BR14. Tecnológicamente avanzadas	66,52
VA8. Nuevos modelos de gestión	66,53
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	66,57
BR4. Son valoradas	67,00
VA7. Nuevas formas de organización	67,06
BT5. Me ayudan	67,23
VA13. Modernizar el país	67,25
VA12. Crear empleo estable y de calidad	67,78
VA4. Experiencia	68,25
BR2. Son respetadas	68,29
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	68,45
BT3. Me ofrecen seguridad	68,56
VA1. Es buena para nuestro país	68,92
VA5. Innovación	69,05
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	69,31
VA6. Tecnología	69,58
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	70,11
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	70,63
VA9. Inversiones que benefician al país	71,83
BT2. Me resultan útiles	72,16
BP1. Me gusta España	72,73
VA11. Crear empleo	76,20

(*) Datos en índices sobre 100.

9.2.6 Diferencial Acuerdo-Desacuerdo (Promotores-Detractores) en orden decreciente

Diferencial Acuerdo-Desacuerdo (Promotores-Detractores)	Porcentaje Diferencial A-D
VA11. Crear empleo	77,0%
BT2. Me aportan utilidad	67,0%
BP1. Me gusta España	66,1%
VA9. Inversiones que benefician al país	64,0%
BR2. Son respetadas	62,9%
VA4. Experiencia	62,4%
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	62,4%
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	61,9%
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	61,5%
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	59,8%
VA1. Es buena para nuestro país	59,8%
BRC1. España tiene buena imagen	59,4%
VA5. Innovación	59,3%
BR4. Son valoradas	58,9%
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	57,7%
BT3. Me ofrecen seguridad	57,2%
VA6. Tecnología	57,1%
BR11. Son reconocidas	56,0%
VA12. Crear empleo estable y de calidad	55,6%
VA7. Nuevas formas de organización	55,6%
BT5. Me ayudan	55,4%
BR9. Generan confianza	55,4%
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	55,2%
BR16. Avanzadas en gestión	55,2%
VA8. Nuevos modelos de gestión	54,0%
BT9. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	53,9%
BR14. Tecnológicamente avanzadas	53,4%
BR15. Prestigiosas	52,9%
BT1. Confío en las empresas españolas	52,7%
BR3. Son creíbles	52,6%
VA3. Conocimiento	52,1%
AD3. Respeto	52,0%
BR13. Innovadoras	51,7%
BRC2. España tiene buena reputación	51,5%
BR22. Ofrecen imagen de calidad	51,4%
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	50,8%
BRE21. Tener buena formación	50,3%
BRE11. Creativos	50,3%
VA13. Modernizar el país	50,3%
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	50,0%

Diferencial Acuerdo-Desacuerdo (Promotores-Detractores)	Porcentaje Diferencial A-D
BT10. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	49,4%
SC2. Productos de Consumo	49,4%
BRE9. Innovadores	47,9%
BRE17. Educados	47,9%
RP1. Respetan la cultura local	47,5%
BR5. Tiene mucho prestigio	47,4%
BRE19. Rigurosos	46,7%
VA15. Mejorar las infraestructuras	46,5%
BR6. Tiene buena reputación	46,3%
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	46,1%
BRE2. Son respetados	46,1%
VA14. Mejorar el bienestar de la población	46,0%
BRC3. España genera confianza	45,5%
RP2. Respetan a sus empleados	45,4%
BT6. Me aportan valor	45,1%
BRE20. Muy trabajadores	44,2%
BR24. Atraen a los potenciales clientes	43,4%
VA18. Mejorar mi país	43,3%
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	42,9%
BT8. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	42,2%
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	41,9%
BRE14. Inspiran prestigio	41,8%
RPE7. Se adaptan al entorno local	41,2%
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	41,0%
BP2. Me gustan las empresas españolas	40,6%
BRE15. Amables	40,6%
RPE5. Respetan las costumbres locales	40,6%
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	40,2%
RPE1. Respetan a los empleados locales	39,8%
BRE12. Fiables	39,4%
BRE13. Altamente cualificados	39,4%
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	39,2%
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	38,9%
BRE3. Son creíbles	38,9%
BRE16. Respetuosos	38,8%
RPE3. Respetan la cultura local	38,8%
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	38,3%
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	38,2%
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	37,4%
SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	37,4%
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	36,6%
BRE4. Son valorados	35,9%
BT10. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	49,4%
SC2. Productos de Consumo	49,4%

Diferencial Acuerdo-Desacuerdo (Promotores-Detractores)	Porcentaje Diferencial A-D
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	35,8%
RP3. Se preocupan por sus empleados	35,5%
RP9. Son socialmente responsables	35,5%
BRE8. Generan confianza	34,7%
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	34,3%
BR10. Son admiradas	34,3%
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	33,9%
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	33,9%
BRE10. Honestos	33,3%
VA17. Mejorar los servicios públicos	33,2%
SC5. Productos de alimentación	32,4%
RPE6. Se integran en la Comunidad local	32,1%
BR23. Alcanzan mayor popularidad	31,8%
BRE6. Tienen buena reputación	31,7%
AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	31,6%
BRE5. Tienen mucho prestigio	30,5%
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	30,4%
AD6. Inspiración	29,8%
AD2. Admiración	29,2%
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	28,8%
SRS1. Patrocinar programas educativos	27,4%
RP8. Son transparentes con la información	27,3%
BRE18. Cercanos	27,3%
SC1. Servicios públicos	26,5%
BRE7. Son muy valorados en mi sector	26,3%
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	26,2%
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	24,4%
SC3. Construcción de grandes obras públicas	24,1%
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	20,8%
BA1. Me siento identificado con España	20,0%
SC6. Otros (incluir abajo)	19,9%
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	19,7%
AD4. Devoción	19,3%
SRS4. Patrocinar programas culturales	17,9%
BR20. Venden más	16,8%
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	12,6%
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	12,5%
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	11,9%
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	11,9%
BR21. Pueden vender con un precio más alto	11,0%
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	9,5%



9.3 Comparación de Indicadores entre Estudiantes y Docentes

9.3.1 Diferencial entre Estudiantes y Docentes por Índice

Diferencial entre Docentes y Estudiantes por Índice

	ÍNDICES		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Imagen de las Empresas Españolas			
En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser...			
BR13. Innovadoras	64,94	68,10	3,16
BR14. Tecnológicamente avanzadas	66,52	68,93	2,41
BR15. Prestigiosas	65,52	69,44	3,93
BR16. Avanzadas en gestión	65,80	69,28	3,48
En mi país, las empresas por ser españolas...			
BR20. Venden más	54,05	61,38	7,33
BR21. Pueden vender con un precio más alto	51,73	58,57	6,83
BR22. Ofrecen imagen de calidad	64,16	67,93	3,77
BR23. Alcanzan mayor popularidad	58,96	66,37	7,41
BR24. Atraen a los potenciales clientes	61,99	69,05	7,06
En mi país, las empresas españolas de los siguientes sectores tienen buena imagen...			
SC1. Servicios públicos	56,76	67,38	10,62
SC2. Productos de Consumo	63,97	68,01	4,04
SC3. Construcción de grandes obras públicas	56,03	61,98	5,95
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	57,06	63,84	6,78
SC5. Productos de alimentación	58,53	62,10	3,57
SC6. Otros (incluir abajo)	54,49	61,41	6,92
Reputación de las Empresas Españolas			
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	64,25	69,56	5,31
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	61,17	67,66	6,49
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	61,31	69,08	7,77
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...			
BR2. Son respetadas	68,29	71,03	2,75
BR3. Son creíbles	65,43	69,16	3,73
BR4. Son valoradas	67,00	70,94	3,94
BR5. Tiene mucho prestigio	64,00	70,34	6,34
BR6. Tiene buena reputación	63,43	69,16	5,73
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	63,43	67,23	3,80
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	66,57	69,16	2,59
BR9. Generan confianza	65,86	68,75	2,89
BR10. Son admiradas	59,86	64,31	4,45
BR11. Son reconocidas	66,43	74,08	7,65

	ÍNDICES		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Confianza en las Empresas Españolas			
BT1. Confío en las empresas españolas	65,61	67,09	1,48
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	60,98	63,14	2,16
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	60,66	63,72	3,05
Las empresas españolas, con sus productos y servicios,...			
BT2. Me aportan utilidad	72,16	74,94	2,78
BT3. Me ofrecen seguridad	68,56	68,20	-0,36
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	61,53	63,90	2,37
BT5. Me ayudan	67,23	70,67	3,44
BT6. Me aportan valor	62,95	63,93	0,97
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	61,27	66,40	5,13
Valor Aportado por las Empresas Españolas			
La presencia de empresas españolas en mi país...			
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	69,31	72,04	2,73
VA1. Es buena para nuestro país	68,92	71,44	2,52
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	70,11	70,86	0,76
VA3. Conocimiento	65,26	67,48	2,22
VA4. Experiencia	68,25	71,04	2,79
VA5. Innovación	69,05	71,41	2,36
VA6. Tecnología	69,58	73,25	3,67
VA7. Nuevas formas de organización	67,06	69,90	2,83
VA8. Nuevos modelos de gestión	66,53	70,29	3,76
VA9. Inversiones que benefician al país	71,83	72,22	0,40
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	70,63	73,40	2,76
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a...			
VA11. Crear empleo	76,20	77,79	1,59
VA12. Crear empleo estable y de calidad	67,78	71,68	3,90
VA13. Modernizar el país	67,25	69,62	2,37
VA14. Mejorar el bienestar de la población	63,10	66,54	3,44
VA15. Mejorar las infraestructuras	64,30	65,28	0,98
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	68,45	70,17	1,72
VA17. Mejorar los servicios públicos	58,82	64,79	5,97
VA18. Mejorar mi país	62,17	64,70	2,53
Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas			
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...			
RP1. Respetan la cultura local	63,66	64,22	0,56
RP2. Respetan a sus empleados	62,30	65,65	3,36
RP3. Se preocupan por sus empleados	59,70	63,60	3,90
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	59,70	62,76	3,06
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	55,87	61,37	5,49
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	54,64	61,74	7,09
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	65,16	67,39	2,23
RP8. Son transparentes con la información	57,24	62,76	5,52
RP9. Son socialmente responsables	60,25	65,28	5,03
RP10. El comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España	50,27	56,46	6,19

	ÍNDICES		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Admiración por las Empresas Españolas			
En relación con las empresas españolas siento...			
AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	59,06	67,02	7,96
AD2. Admiración	57,60	63,37	5,77
AD3. Respeto	64,04	68,83	4,80
AD4. Devoción	54,24	57,33	3,09
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	59,36	64,02	4,66
AD6. Inspiración	57,75	63,15	5,40
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas			
Responsabilidad Social			
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...			
SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	59,21	62,92	3,71
SRS1. Patrocinar programas educativos	57,44	60,98	3,54
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	50,60	56,67	6,08
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	56,25	63,02	6,77
SRS4. Patrocinar programas culturales	54,61	60,04	5,43
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	55,65	62,37	6,72
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	57,14	61,56	4,42
Responsabilidad Medioambiental			
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...			
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	52,08	59,59	7,51
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	55,06	60,44	5,38
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	52,68	59,07	6,39
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	52,38	58,81	6,43
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	52,08	58,09	6,01
Recomendación			
BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	61,53	64,57	3,05
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	66,11	68,25	2,14
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	64,58	67,34	2,75
Satisfacción con las Empresas Españolas			
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	64,03	67,51	3,48
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	63,06	65,90	2,84

	ÍNDICES		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Directivos Expatriados de Empresas Españolas			
Reputación de los Directivos Expatriados Españoles			
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	62,50	62,24	0,26
Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas...			
BRE2. Son respetados	59,58	64,01	4,42
BRE3. Son creíbles			
BRE4. Son valorados			
BRE5. Tienen mucho prestigio			
BRE6. Tienen buena reputación	62,57	66,75	4,18
BRE7. Son muy valorados en mi sector	59,88	64,50	4,62
	59,73	65,54	5,81
Confianza Generada por los Directivos Expatriados Españoles	58,68	66,13	7,45
	58,23	65,18	6,95
BRE8. Generan confianza	56,74	63,48	6,75
Imagen de los Directivos Expatriados Españoles			
En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser...	59,13	63,32	4,19
BRE9. Innovadores			
BRE10. Honestos			
BRE11. Creativos			
BRE12. Fiables			
BRE13. Altamente cualificados	62,88	67,39	4,51
BRE14. Inspiran prestigio	58,64	64,06	5,43
BRE15. Amables	64,55	68,48	3,93
BRE16. Respetuosos	60,30	65,71	5,41
BRE17. Educados	60,76	67,52	6,77
BRE18. Cercanos	61,06	66,53	5,47
BRE19. Rigurosos	61,52	65,51	4,00
BRE20. Muy trabajadores	61,21	67,65	6,44
BRE21. Tener buena formación	64,09	67,79	3,70
	57,42	62,15	4,73
Respeto por el Entorno Local por par de los Directivos Expatriados Españoles	63,64	63,18	-0,46
	62,88	67,19	4,31
En mi país, los directivos de las empresas españolas...	64,70	69,17	4,47
RPE1. Respetan a los empleados locales			
RPE2. Tratan bien a los empleados locales			
RPE3. Respetan la cultura local			
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local			
RPE5. Respetan las costumbres locales	60,09	64,19	4,10
RPE6. Se integran en la Comunidad local	59,19	64,03	4,84
RPE7. Se adaptan al entorno local	59,85	65,18	5,33
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	59,09	62,94	3,85
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	60,91	64,52	3,61

	ÍNDICES		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Imagen y Reputación de España			
En mi país...			
BRC1. España tiene buena imagen	66,52	69,70	3,18
BRC2. España tiene buena reputación	64,70	67,95	3,25
BRC3. España genera confianza	62,73	65,94	3,21
Afecto y Preferencia			
BP1. Me gusta España	72,73	70,36	-2,37
BA1. Me siento identificado con España	57,27	53,33	-3,95
BP2. Me gustan las empresas españolas	61,97	65,35	3,38

9.3.2 Diferencial entre Estudiantes y Docentes para Porcentaje Acumulado de Acuerdo por Indicador

Diferencial entre Estudiantes y Docentes para NPS por Indicador

	ACUERDO		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Imagen de las Empresas Españolas			
En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser...			
BR13. Innovadoras	61,5%	66,7%	5,17%
BR14. Tecnológicamente avanzadas	63,8%	66,5%	2,75%
BR15. Prestigiosas	62,6%	68,1%	5,43%
BR16. Avanzadas en gestión	64,9%	67,2%	2,23%
En mi país, las empresas por ser españolas...			
BR20. Venden más	30,1%	45,4%	15,34%
BR21. Pueden vender con un precio más alto	31,8%	42,5%	10,66%
BR22. Ofrecen imagen de calidad	60,7%	64,3%	3,63%
BR23. Alcanzan mayor popularidad	43,9%	59,5%	15,53%
BR24. Atraen a los potenciales clientes	54,9%	65,3%	10,43%
En mi país, las empresas españolas de los siguientes sectores tienen buena imagen...			
SC1. Servicios públicos	41,8%	62,1%	20,32%
SC2. Productos de Consumo	57,1%	64,4%	7,37%
SC3. Construcción de grandes obras públicas	38,2%	49,1%	10,86%
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	41,2%	54,3%	13,13%
SC5. Productos de alimentación	44,1%	48,9%	4,79%
SC6. Otros (incluir abajo)	35,9%	45,5%	9,60%
Reputación de las Empresas Españolas			
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena	63,7%	70,0%	6,31%
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	56,4%	62,9%	6,49%
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	54,7%	65,6%	10,82%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...			
BR2. Son respetadas	71,4%	74,1%	2,68%
BR3. Son creíbles	64,0%	66,8%	2,75%
BR4. Son valoradas	66,9%	73,0%	6,11%
BR5. Tiene mucho prestigio	58,3%	68,1%	9,86%
BR6. Tiene buena reputación	59,4%	67,4%	7,96%
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	56,0%	61,2%	5,17%
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	66,9%	65,9%	-0,99%
BR9. Generan confianza	65,1%	65,9%	0,72%
BR10. Son admiradas	47,4%	52,4%	4,98%
BR11. Son reconocidas	67,4%	75,1%	7,70%

	ACUERDO		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Confianza en las Empresas Españolas			
BT1. Confío en las empresas españolas	62,4%	62,4%	-0,08%
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	54,1%	53,5%	-0,67%
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	52,0%	54,5%	2,55%
Las empresas españolas, con sus productos y servicios,...			
BT2. Me aportan utilidad	76,3%	81,0%	4,75%
BT3. Me ofrecen seguridad	66,0%	63,0%	-2,96%
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	50,8%	53,0%	2,23%
BT5. Me ayudan	66,8%	71,6%	4,74%
BT6. Me aportan valor	57,0%	54,3%	-2,70%
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	50,3%	60,5%	10,28%
Valor Aportado por las Empresas Españolas			
La presencia de empresas españolas en mi país...			
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	72,0%	74,6%	2,68%
VA1. Es buena para nuestro país	69,8%	72,5%	2,62%
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	72,5%	70,9%	-1,59%
VA3. Conocimiento	63,2%	63,2%	0,01%
VA4. Experiencia	72,5%	72,7%	0,22%
VA5. Innovación	69,8%	71,6%	1,78%
VA6. Tecnología	67,7%	75,5%	7,76%
VA7. Nuevas formas de organización	66,1%	68,6%	2,46%
VA8. Nuevos modelos de gestión	63,0%	70,2%	7,21%
VA9. Inversiones que benefician al país	73,5%	72,7%	-0,84%
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	72,5%	76,4%	3,96%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a...			
VA11. Crear empleo	82,9%	85,3%	2,39%
VA12. Crear empleo estable y de calidad	65,8%	72,0%	6,18%
VA13. Modernizar el país	61,5%	66,1%	4,55%
VA14. Mejorar el bienestar de la población	59,9%	59,0%	-0,85%
VA15. Mejorar las infraestructuras	59,9%	56,9%	-2,94%
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	71,7%	69,7%	-1,92%
VA17. Mejorar los servicios públicos	51,9%	56,7%	4,83%
VA18. Mejorar mi país	58,3%	55,8%	-2,45%
Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas			
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...			
RP1. Respetan la cultura local	59,6%	58,3%	-1,30%
RP2. Respetan a sus empleados	56,3%	58,5%	2,23%
RP3. Se preocupan por sus empleados	45,9%	51,3%	5,40%
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	46,4%	48,1%	1,63%
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	33,3%	45,2%	11,88%
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	26,2%	45,6%	19,36%
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	64,5%	62,7%	-1,75%
RP8. Son transparentes con la información	41,5%	49,8%	8,28%
RP9. Son socialmente responsables	49,7%	57,6%	7,91%
RP10. El comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España	20,8%	31,7%	10,91%

	ACUERDO		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Admiración por las Empresas Españolas			
En relación con las empresas españolas siento...			
AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	47,4%	59,8%	12,45%
AD2. Admiración	43,3%	51,8%	8,53%
AD3. Respeto	60,8%	67,1%	6,24%
AD4. Devoción	34,5%	38,0%	3,48%
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	49,7%	53,4%	3,65%
AD6. Inspiración	45,0%	51,0%	6,00%
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas			
Responsabilidad Social			
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...			
SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	47,4%	50,5%	3,15%
SRS1. Patrocinar programas educativos	45,2%	49,2%	3,98%
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	25,0%	38,9%	13,86%
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	42,9%	52,1%	9,22%
SRS4. Patrocinar programas culturales	35,7%	46,2%	10,53%
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	38,7%	49,9%	11,18%
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	45,8%	49,4%	3,52%
Responsabilidad Medioambiental			
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...			
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	31,0%	45,0%	14,04%
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	39,9%	46,4%	6,54%
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	31,5%	44,3%	12,80%
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	29,8%	41,0%	11,20%
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	28,6%	40,4%	11,87%
Recomendación			
BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	50,6%	55,0%	4,47%
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	63,9%	61,6%	-2,33%
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	58,9%	61,4%	2,54%
Satisfacción con las Empresas Españolas			
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	61,1%	65,5%	4,38%
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	56,7%	60,1%	3,38%

	ACUERDO		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Directivos Expatriados de Empresas Españolas			
Reputación de los Directivos Expatriados Españoles			
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	52,5%	45,9%	6,62%
Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas...			
BRE2. Son respetados	49,2%	52,5%	3,30%
BRE3. Son creíbles	46,7%	47,5%	0,86%
BRE4. Son valorados	44,2%	46,1%	1,92%
BRE5. Tienen mucho prestigio	36,7%	47,9%	11,28%
BRE6. Tienen buena reputación	43,3%	49,6%	6,26%
BRE7. Son muy valorados en mi sector	43,3%	44,2%	0,91%
Confianza Generada por los Directivos Expatriados Españoles			
BRE8. Generan confianza	46,7%	50,8%	4,16%
Imagen de los Directivos Expatriados Españoles			
En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser...			
BRE9. Innovadores	50,8%	64,4%	13,56%
BRE10. Honestos	41,7%	44,5%	2,85%
BRE11. Creativos	54,2%	63,1%	8,98%
BRE12. Fiables	46,7%	49,3%	2,61%
BRE13. Altamente cualificados	58,3%	60,2%	1,92%
BRE14. Inspiran prestigio	49,2%	54,5%	5,28%
BRE15. Amables	50,0%	46,4%	3,62%
BRE16. Respetuosos	50,0%	52,2%	2,17%
BRE17. Educados	58,3%	55,9%	2,43%
BRE18. Cercanos	31,7%	33,1%	1,46%
BRE19. Rigurosos	45,0%	44,1%	0,90%
BRE20. Muy trabajadores	53,3%	52,2%	1,16%
BRE21. Tener buena formación	65,0%	63,8%	1,23%
Respeto por el Entorno Local por par de los Directivos Expatriados Españoles			
En mi país, los directivos de las empresas españolas...			
RPE1. Respetan a los empleados locales	35,8%	45,5%	9,62%
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	36,7%	44,8%	8,17%
RPE3. Respetan la cultura local	44,2%	49,6%	5,42%
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	42,5%	44,8%	2,33%
RPE5. Respetan las costumbres locales	46,7%	47,7%	1,06%
RPE6. Se integran en la Comunidad local	42,5%	48,3%	5,85%
RPE7. Se adaptan al entorno local	49,2%	53,9%	4,76%
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	45,8%	51,4%	5,61%
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	40,0%	44,4%	4,42%

	ACUERDO		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Imagen y Reputación de España			
En mi país...			
BRC1. España tiene buena imagen	68,5%	69,3%	0,82%
BRC2. España tiene buena reputación	62,4%	64,3%	1,87%
BRC3. España genera confianza	57,0%	59,0%	2,06%
Afecto y Preferencia			
BP1. Me gusta España	72,7%	67,1%	-5,67%
BA1. Me siento identificado con España	40,6%	32,9%	-7,67%
BP2. Me gustan las empresas españolas	52,1%	54,9%	2,82%

9.3.3 Diferencial entre Estudiantes y Docentes para NPS por Indicador

Diferencial entre Docentes y Estudiantes para NPS por Indicador

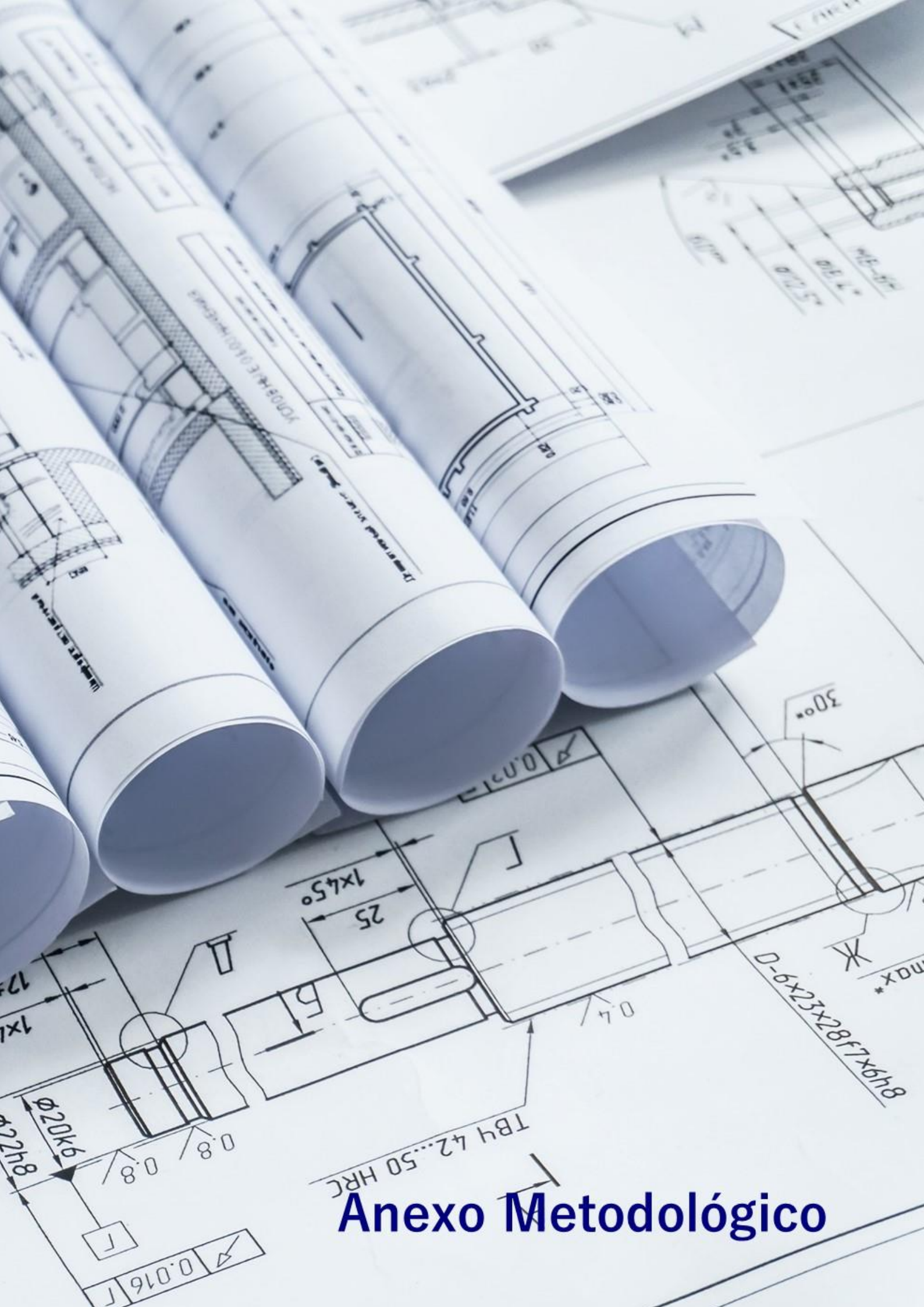
	Diferencial A-D (NPS)		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Imagen de las Empresas Españolas			
En mi país, las empresas españolas tienen imagen de ser...			
BR13. Innovadoras	51,7%	61,7%	9,96%
BR14. Tecnológicamente avanzadas	53,4%	60,8%	7,34%
BR15. Prestigiosas	52,9%	63,7%	10,86%
BR16. Avanzadas en gestión	55,2%	63,7%	8,56%
En mi país, las empresas por ser españolas...			
BR20. Venden más	16,8%	36,7%	19,94%
BR21. Pueden vender con un precio más alto	11,0%	26,3%	15,36%
BR22. Ofrecen imagen de calidad	51,4%	59,5%	8,02%
BR23. Alcanzan mayor popularidad	31,8%	52,4%	20,64%
BR24. Atraen a los potenciales clientes	43,4%	60,7%	17,39%
En mi país, las empresas españolas de los siguientes sectores tienen buena imagen...			
SC1. Servicios públicos	26,5%	56,6%	30,08%
SC2. Productos de Consumo	49,4%	59,4%	10,00%
SC3. Construcción de grandes obras públicas	24,1%	39,7%	15,55%
SC4. Servicios de gestión de infraestructuras	28,8%	46,7%	17,89%
SC5. Productos de alimentación	32,4%	39,4%	7,03%
SC6. Otros (incluir abajo)	19,9%	36,9%	17,05%
Reputación de las Empresas Españolas			
BR1. En mi país, la imagen de las empresas españolas es buena			
BR1a. Hace un año esta imagen era buena	50,8%	64,6%	13,72%
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	41,9%	58,7%	16,83%
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena			
BR1b. Dentro de un año creo que esta imagen será buena	40,2%	61,6%	21,42%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...			
BR2. Son respetadas	62,9%	70,8%	7,96%
BR3. Son creíbles	52,6%	61,8%	9,23%
BR4. Son valoradas	58,9%	69,8%	10,94%
BR5. Tiene mucho prestigio	47,4%	63,8%	16,40%
BR6. Tiene buena reputación	46,3%	61,7%	15,39%
BR7. Son muy valoradas en mi área de conocimiento/sector	42,9%	55,6%	12,73%
BR8. Ofrecen productos y servicios de alta calidad	57,7%	62,1%	4,34%
BR9. Generan confianza	55,4%	60,9%	5,49%
BR10. Son admiradas	34,3%	46,3%	12,03%
BR11. Son reconocidas	56,0%	71,4%	15,45%

	Diferencial A-D (NPS)		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Confianza en las Empresas Españolas			
BT1. Confío en las empresas españolas	52,7%	56,4%	3,67%
BT1a. Hace un año confiaba en las empresas españolas	41,0%	44,0%	3,01%
BT1b. Dentro de un año confiaré en las empresas españolas	39,2%	46,1%	6,85%
Las empresas españolas, con sus productos y servicios,...			
BT2. Me aportan utilidad	67,0%	75,6%	8,61%
BT3. Me ofrecen seguridad	57,2%	57,2%	0,03%
BT4. Comprar sus productos y servicios es una garantía de éxito	38,3%	44,4%	6,06%
BT5. Me ayudan	55,4%	66,4%	10,95%
BT6. Me aportan valor	45,1%	46,8%	1,68%
BT7. Recomiendo a otras personas que compren productos y servicios de empresas españolas	35,8%	52,9%	17,13%
Valor Aportado por las Empresas Españolas			
La presencia de empresas españolas en mi país...			
BT8. Aporta valor a nuestro país (económico, social, cultural,...)	59,8%	67,8%	7,97%
VA1. Es buena para nuestro país	59,8%	67,0%	7,24%
VA2. Contribuye al desarrollo de nuestro país	61,9%	65,5%	3,55%
VA3. Conocimiento	52,1%	57,0%	4,90%
VA4. Experiencia	62,4%	68,4%	5,92%
VA5. Innovación	59,3%	66,8%	7,53%
VA6. Tecnología	57,1%	71,1%	13,99%
VA7. Nuevas formas de organización	55,6%	63,6%	8,09%
VA8. Nuevos modelos de gestión	54,0%	65,6%	11,61%
VA9. Inversiones que benefician al país	64,0%	68,2%	4,22%
VA10. Oportunidades de desarrollo económico	62,4%	72,2%	9,79%
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas contribuyen a...			
VA11. Crear empleo	77,0%	81,8%	4,84%
VA12. Crear empleo estable y de calidad	55,6%	67,0%	11,42%
VA13. Modernizar el país	50,3%	61,0%	10,74%
VA14. Mejorar el bienestar de la población	46,0%	53,0%	7,02%
VA15. Mejorar las infraestructuras	46,5%	48,7%	2,18%
VA16. Mejorar la oferta de productos y servicios existente	61,5%	64,3%	2,83%
VA17. Mejorar los servicios públicos	33,2%	45,8%	12,60%
VA18. Mejorar mi país	43,3%	47,4%	4,04%
Respeto por el Entorno Local de las Empresas Españolas			
Según mi experiencia, en mi país, las empresas españolas...			
RP1. Respetan la cultura local	47,5%	48,9%	1,40%
RP2. Respetan a sus empleados	45,4%	52,7%	7,32%
RP3. Se preocupan por sus empleados	35,5%	45,5%	9,95%
RP4. Tienen buena relación con sus empleados	36,6%	42,2%	5,62%
RP5. Tienen mejores condiciones laborales que las empresas locales	19,7%	36,9%	17,22%
RP6. Remuneran mejor que las empresas locales	12,6%	38,9%	26,31%
RP7. Tienen buena relación con sus clientes	55,2%	57,9%	2,70%
RP8. Son transparentes con la información	27,3%	41,6%	14,29%
RP9. Son socialmente responsables	35,5%	50,7%	15,16%
RP10. El comportamiento de las empresas españolas en mi país es peor que en España	1,1%	20,2%	19,16%

	Diferencial A-D (NPS)		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Admiración por las Empresas Españolas			
En relación con las empresas españolas siento...			
AD1. Me gustaría trabajar en una empresa española	31,6%	53,2%	21,65%
AD2. Admiración	29,2%	43,9%	14,69%
AD3. Respeto	52,0%	62,7%	10,61%
AD4. Devoción	19,3%	24,3%	4,99%
AD5. Me sorprenden (asombro positivo)	37,4%	45,5%	8,05%
AD6. Inspiración	29,8%	43,0%	13,20%
Responsabilidad Social de las Empresas Españolas			
Responsabilidad Social			
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...			
SR1. Las empresas españolas son un ejemplo para seguir	37,4%	44,1%	6,63%
SRS1. Patrocinar programas educativos	27,4%	36,3%	8,89%
SRS2. Patrocinar programas de salud pública	5,4%	22,2%	16,79%
SRS3. Mantener un alto compromiso con principios éticos	26,2%	43,7%	17,46%
SRS4. Patrocinar programas culturales	17,9%	33,9%	16,08%
SRS5. Realizar donaciones económicas a causas sociales	24,4%	41,1%	16,66%
SRS6. Ayudar a mejorar la calidad de vida de la Comunidad	30,4%	39,6%	9,28%
Responsabilidad Medioambiental			
En mi país, las empresas españolas se caracterizan por...			
SRM1. Patrocinar programas medioambientales	11,9%	32,8%	20,87%
SRM2. Ofrecer productos compatibles con el Medio Ambiente	20,8%	34,2%	13,37%
SRM3. Realizar programas para reducir la contaminación	12,5%	30,8%	18,32%
SRM4. Reciclar sus materiales de desecho adecuadamente	11,9%	29,3%	17,35%
SRM5. Utilizar sólo los recursos naturales que sean necesarios	9,5%	27,0%	17,52%
Recomendación			
BT9. Recomendaría a otras personas que trabajen en empresas españolas	42,2%	50,5%	8,28%
BT10. Recomendaría a otras personas que estudien en una Universidad o Escuela de Negocios española	53,9%	57,9%	4,03%
BT11. Recomendaría a otras personas que compren productos y servicios de marcas españolas	49,4%	57,4%	7,97%
Satisfacción con las Empresas Españolas			
ST1. Estoy satisfecho con el valor que aportan las empresas españolas en mi país	50,0%	59,5%	9,54%
ST2. Estoy contento con las empresas españolas	46,1%	54,1%	8,00%

	Diferencial A-D (NPS)		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Directivos Expatriados de Empresas Españolas			
Reputación de los Directivos Expatriados Españoles			
BRE1. En mi país, la imagen de los directivos de las empresas españolas es buena	38,9%	47,3%	8,33%
Según mi experiencia, en mi país, los directivos de las empresas españolas...			
BRE2. Son respetados	46,1%	56,5%	10,44%
BRE3. Son creíbles	38,9%	49,1%	10,16%
BRE4. Son valorados	35,9%	53,1%	17,21%
BRE5. Tienen mucho prestigio	30,5%	53,7%	23,13%
BRE6. Tienen buena reputación	31,7%	51,3%	19,57%
BRE7. Son muy valorados en mi sector	26,3%	44,6%	18,29%
Confianza Generada por los Directivos Expatriados Españoles			
BRE8. Generan confianza	34,7%	51,3%	16,58%
Imagen de los Directivos Expatriados Españoles			
En mi país, los directivos de las empresas españolas tienen imagen de ser...			
BRE9. Innovadores	47,9%	57,3%	9,43%
BRE10. Honestos	33,3%	46,4%	13,04%
BRE11. Creativos	50,3%	61,1%	10,83%
BRE12. Fiables	39,4%	50,7%	11,33%
BRE13. Altamente cualificados	39,4%	57,7%	18,31%
BRE14. Inspiran prestigio	41,8%	53,9%	12,07%
BRE15. Amables	40,6%	51,1%	10,51%
BRE16. Respetuosos	38,8%	58,8%	19,97%
BRE17. Educados	47,9%	58,8%	10,88%
BRE18. Cercanos	27,3%	41,1%	13,83%
BRE19. Rigurosos	46,7%	44,4%	-2,27%
BRE20. Muy trabajadores	44,2%	56,8%	12,54%
BRE21. Tener buena formación	50,3%	62,7%	12,41%
Respeto por el Entorno Local por par de los Directivos Expatriados Españoles			
En mi país, los directivos de las empresas españolas...			
RPE1. Respetan a los empleados locales	39,8%	48,9%	9,12%
RPE2. Tratan bien a los empleados locales	34,3%	48,2%	13,89%
RPE3. Respetan la cultura local	38,8%	52,0%	13,25%
RPE4. Se preocupan por entender la cultura local	33,9%	44,7%	10,74%
RPE5. Respetan las costumbres locales	40,6%	50,3%	9,72%
RPE6. Se integran en la Comunidad local	32,1%	51,1%	19,00%
RPE7. Se adaptan al entorno local	41,2%	55,2%	13,98%
RPE8. Adaptan las políticas empresariales a la cultura local	38,2%	53,1%	14,91%
RPE9. Muestran sensibilidad por el entorno local	33,9%	49,0%	15,08%

	Diferencial A-D (NPS)		Diferencial (+/-) (B-A)
	Docentes (A)	Estudiantes (B)	
Imagen y Reputación de España			
En mi país...			
BRC1. España tiene buena imagen	59,4%	62,3%	2,92%
BRC2. España tiene buena reputación	51,5%	56,5%	5,01%
BRC3. España genera confianza	45,5%	52,7%	7,25%
Afecto y Preferencia			
BP1. Me gusta España	66,1%	60,2%	-5,85%
BA1. Me siento identificado con España	20,0%	11,2%	-8,80%
BP2. Me gustan las empresas españolas	40,6%	49,5%	8,93%



Anexo Metodológico

10. Metodología

10.1 Objetivo de investigación

10.1.1 Objetivo principal

El objetivo del **Observatorio de Imagen Internacional de la Empresa Española** es la identificación de la imagen percibida de la empresa española por parte de dos colectivos esenciales para la conformación de la imagen de la empresa en destino:

- 1) Estudiantes Universitarios y, en particular, estudiantes de Ingenierías, Economía, Administración y Dirección de Empresas, Marketing y Áreas Afines, en su papel de futuros directivos y ejecutivos del sector empresarial.
- 2) Docentes de Ingenierías, Economía, Administración y Dirección de Empresas, Marketing y Áreas Afines, en su rol de prescriptores e influenciadores.

En la presente investigación se analiza la imagen percibida de la empresa española en México.

10.1.2 Objetivos secundarios

Entre los objetivos secundarios del presente estudio se encuentra la realización de un diagnóstico integral de la imagen de las empresas españolas en México, a partir de los elementos esenciales que determinan la salud de marca.

Entre los aspectos analizados que se encuentran los siguientes constructos, así como las variables que los integran:

- Imagen percibida de las empresas españolas
- Reputación de las empresas españolas
- Confianza generada por las empresas españolas
- Confianza depositada en las empresas españolas
- Valor aportado por las empresas españolas al país receptor
- Contribución de las empresas españolas al desarrollo económico del país
- Respeto por el entorno local
- Admiración hacia las empresas españolas en el país receptor
- Responsabilidad Social de las empresas españolas
- Responsabilidad Medioambiental de las empresas españolas
- Satisfacción con las empresas españolas
- Recomendación hacia las empresas españolas
- Imagen de los directivos expatriados de empresas españolas
- Reputación de los directivos expatriados de empresas españolas

- Confianza generada por los directivos expatriados de empresas españolas
- Respeto por el entorno local de los directivos expatriados de empresas españolas
- Imagen y Reputación de España
- Afecto y Preferencia por España

10.2 Metodología

10.2.1 Estudio Realizado

Para la consecución de los objetivos enunciados se ha planteado la realización de una investigación que mide la percepción que tienen los colectivos objeto de estudio (Estudiantes de las áreas de Ingenierías, Economía, Administración y Dirección de Empresas, Marketing y áreas afines, y Docentes e Investigadores universitarios de estas áreas) en relación con las empresas españolas y con los directivos expatriados de las empresas españolas en México.

En primer lugar, se ha construido un instrumento de investigación. Para su elaboración se ha procedido, primero, a aplicar el Modelo iTRUST, y, en particular, los constructos Imagen, Reputación, Confianza y Satisfacción, y sus respectivas escalas; y, segundo, se ha procedido a realizar una revisión bibliográfica, y un análisis cualitativo, para la elaboración de las escalas correspondientes al resto de constructos.

El instrumento de investigación resultante está compuesto por 134 ítems, 21 constructos, y 12 preguntas de filtro, integradas, a su vez, por 19 ítems.

El trabajo de campo ha sido realizado en México por los investigadores de la **Cátedra MESIAS de Imagen de España en México**. Los investigadores participantes pertenecen a las siguientes Universidades Mexicanas: Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez, Instituto Tecnológico de Monterrey, Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON Universidad), Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Universidad Autónoma de México (UNAM), Universidad Autónoma de Nuevo León, Universidad Autónoma de San Luis de Potosí, Universidad de Colima y Universidad Juárez del Estado de Durango.

10.2.2 Colectivos objeto de investigación

El colectivo objeto de estudio está compuesto por estudiantes de Ingenierías, Economía, Administración y Dirección de Empresas, Marketing y Áreas Afines, así como docentes e investigadores de las citadas áreas.

10.2.3 Trabajo de Campo

La recopilación de datos ha sido realizada mediante un cuestionario auto-administrado online alojado en la plataforma de encuestas Encuestafacil.com. El cuestionario ha sido enviado por los profesores-investigadores miembros de la **Cátedra MESIAS de Imagen de España en México** a profesores y estudiantes de las citadas áreas en una muestra representativa de los colectivos objeto de estudio. El cuestionario utilizado ha sido anónimo y no ha recogido datos de carácter personal de los respondientes.

El trabajo de campo se ha realizado entre los días 31 de enero de 2023 y 7 de marzo de 2023.

A continuación, se puede consultar la Ficha Técnica del estudio.

10.2.4 Ficha Técnica del Estudio

Ficha Técnica Estudio

Característica:	Encuesta
Universo:	Docentes y Estudiantes de Ingeniería, Economía, Administración y Dirección de Empresas, Marketing y Áreas Afines
Ámbito geográfico:	México
Ámbito temporal:	Año 2023
Unidad de muestra:	Individuos (docentes y estudiantes)
Tamaño de la muestra final:	1.104 cuestionarios respondidos: Por colectivo: <ul style="list-style-type: none">- 890 estudiantes- 214 docentes
Intervalo de confianza:	95,0%
Error muestral:	+/-2,95%
Método:	Cuestionario on line auto-administrado, enviado por correo electrónico.
Fecha del Trabajo de Campo:	31/01/2023 al 07/03/2023



Informe MESIAS

LA IMAGEN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS Y SUS DIRECTIVOS EN MÉXICO

La Imagen de la Empresa Española en América Latina

Observatorio MESIAS de Imagen Internacional de la
Empresa Española

2024

José María Cubillo, PhD
Instituto MESIAS – Inteligencia de Marca España
josemaria.cubillo@institutomesias.org
Móvil: +34 629 47 77 61

(*) Todos los derechos reservados

