

Índice de Confianza en la Marca España 2015

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

Madrid, 8 de Septiembre de 2015

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

Índice de Confianza en la Marca España

¿Qué mide?

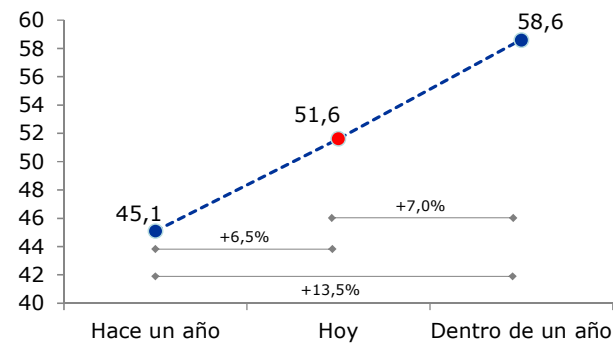
- Las percepciones que tienen los directivos de empresas españolas implicadas en procesos de exportación de bienes y servicios
- Recoge la experiencia en mercados exteriores y sus expectativas

Objetivo

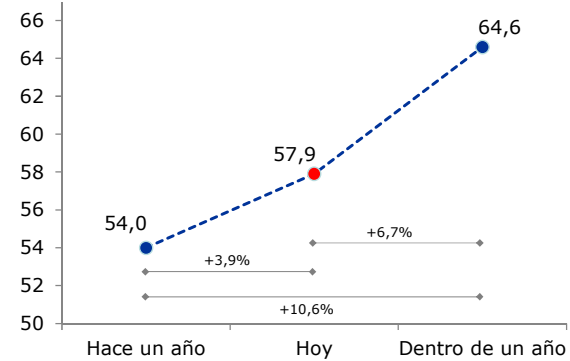
- Medir la confianza y detectar posibles desviaciones en la confianza generada

Consolidación de la Tendencia en 2015

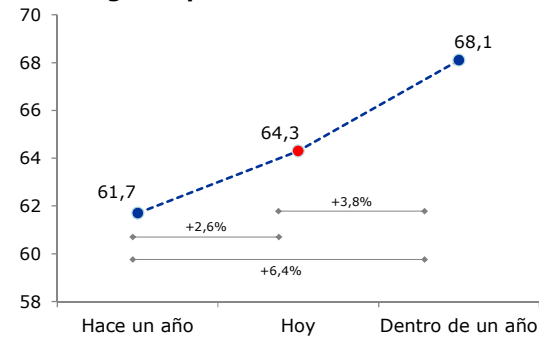
España genera confianza en el exterior...



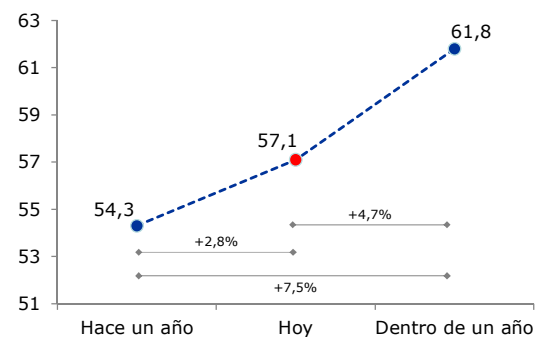
España tiene muy buena imagen...



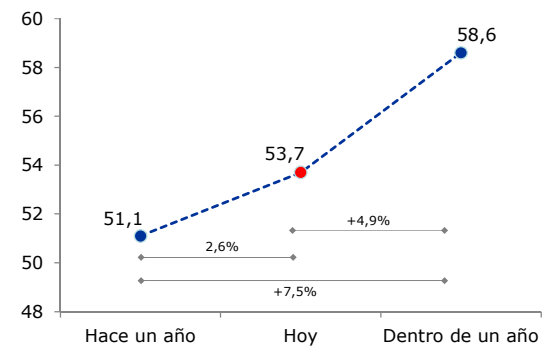
Confío en vincular marcas/productos/servicios a su origen español...



España aporta valor a nuestra marca...



España ayuda a vender en el exterior...

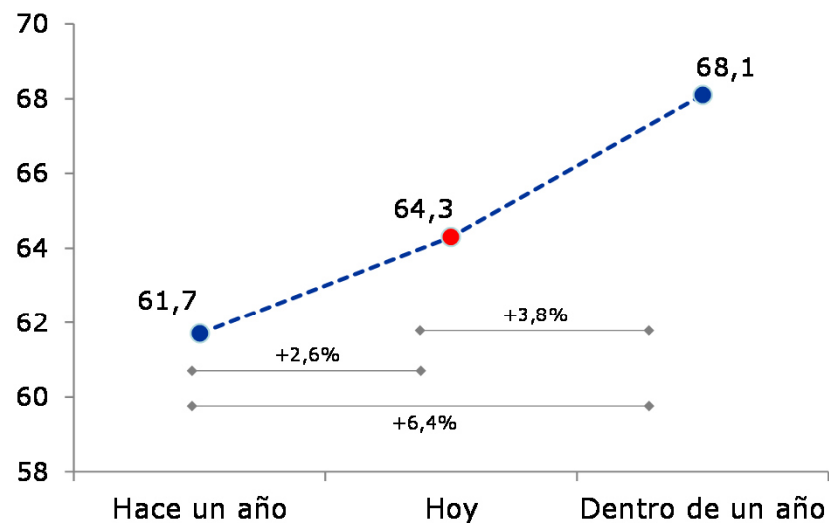


Consolidación de la Tendencia en 2015

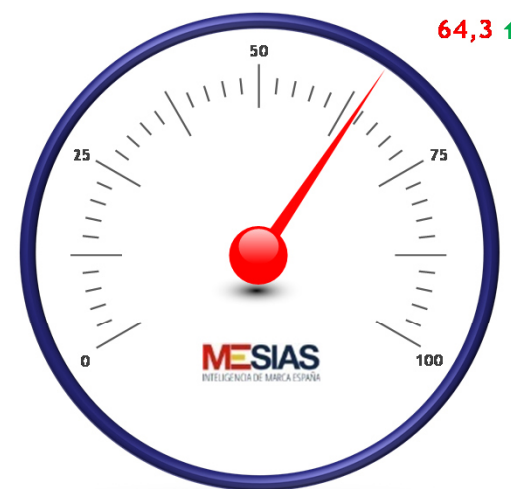
Resultados

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

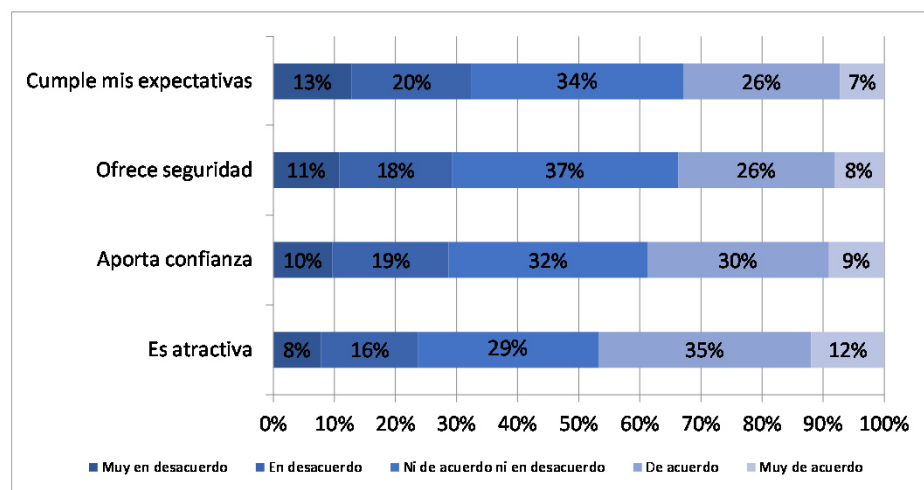
Confío en vincular marcas/productos/servicios a su origen español...



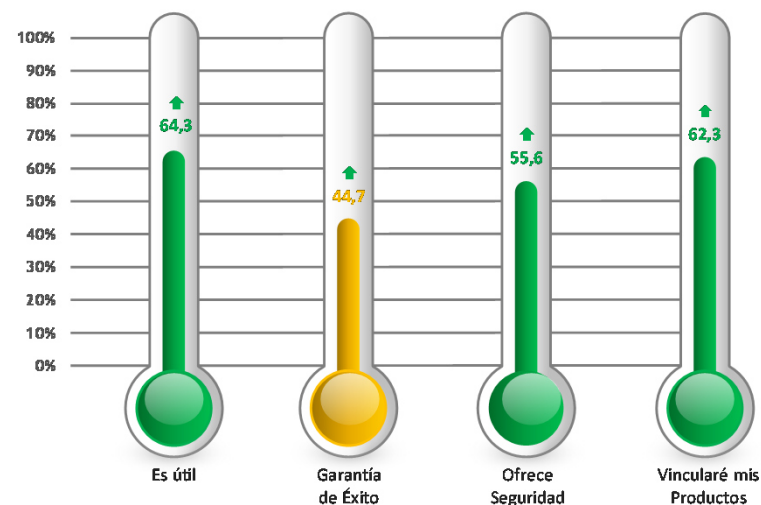
Índice de Confianza en la Marca España



La Marca España...



Subíndices de Confianza en la Marca España

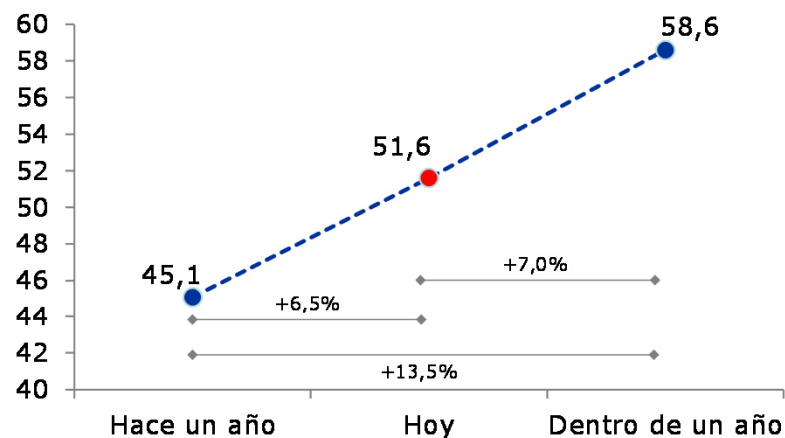


Confianza en la Marca España

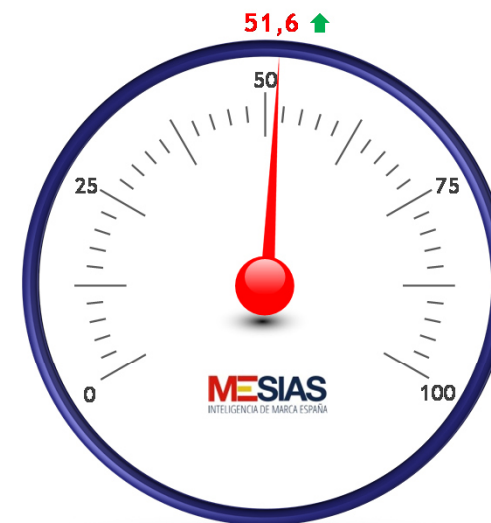
Resultados

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

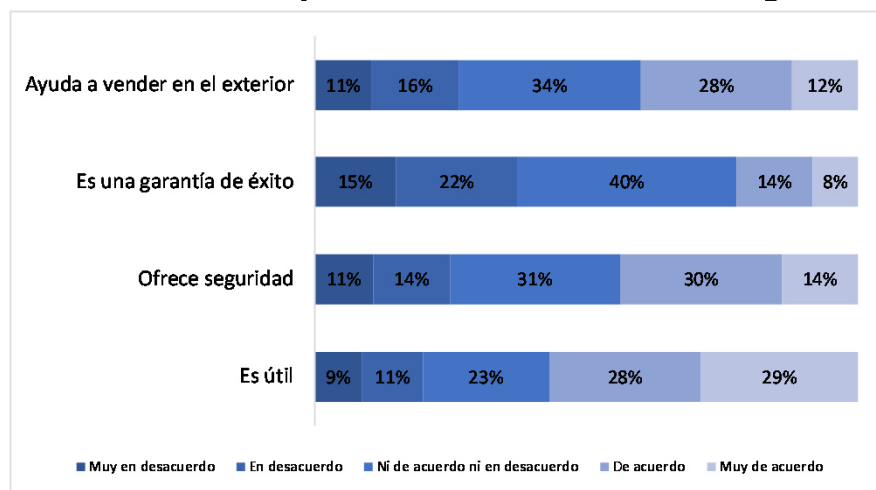
España genera confianza en el exterior...



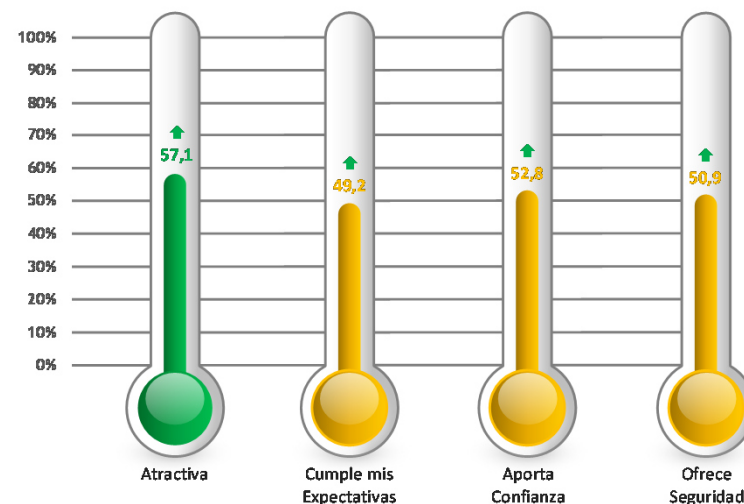
Índice de Generación de Confianza



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



Subíndices de Confianza en la Marca España

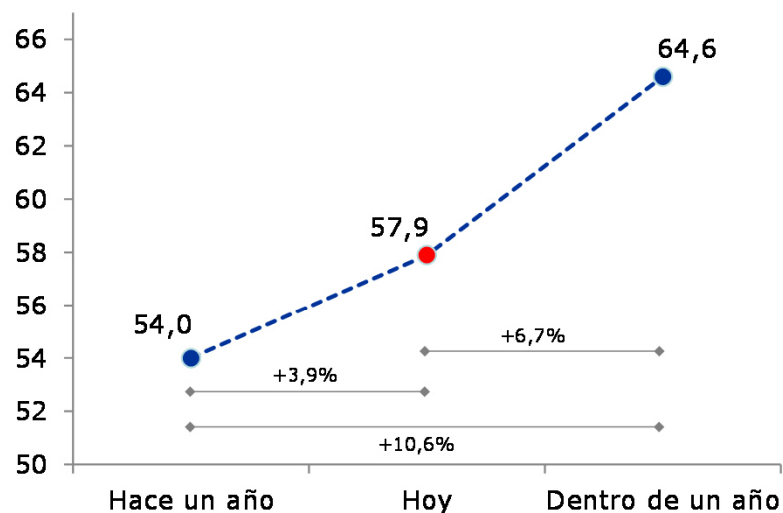


Confianza Generada en el Exterior

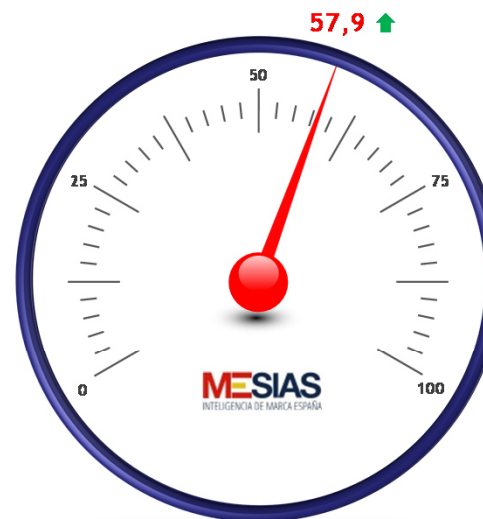
Resultados

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

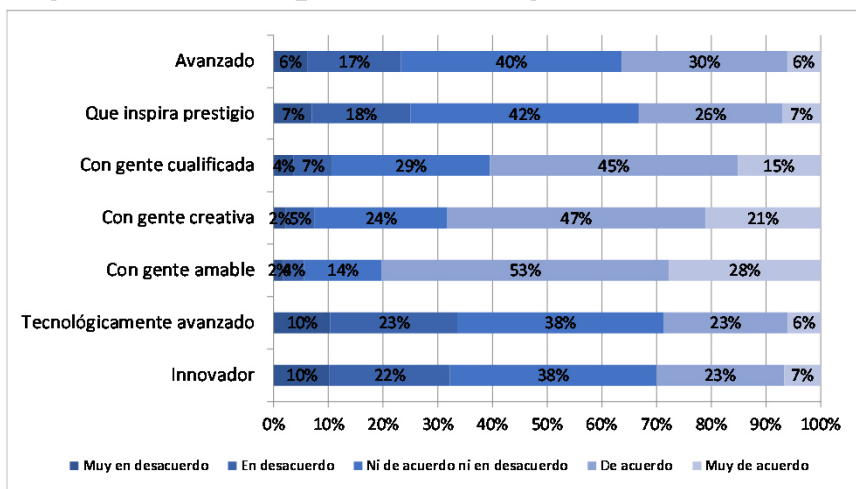
España tiene muy buena imagen...



Índice de Imagen Exterior



España tiene imagen de ser un país...



Subíndices de Imagen Exterior

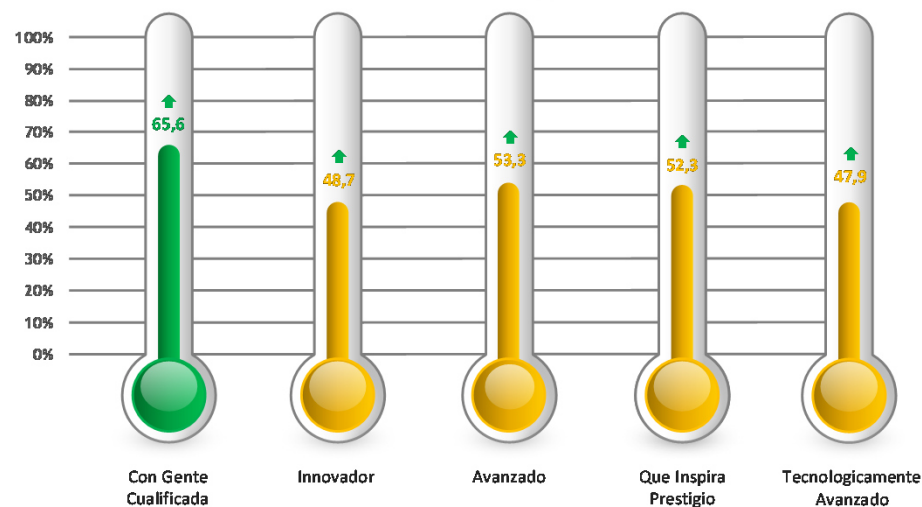
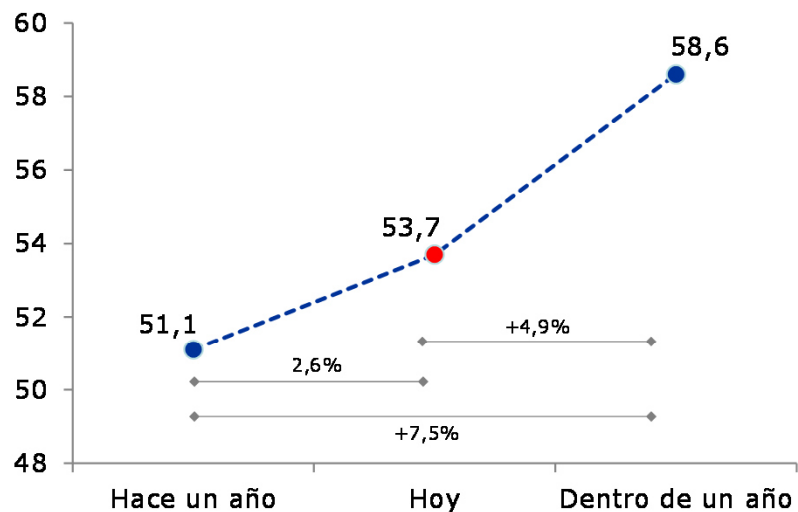


Imagen Exterior de España

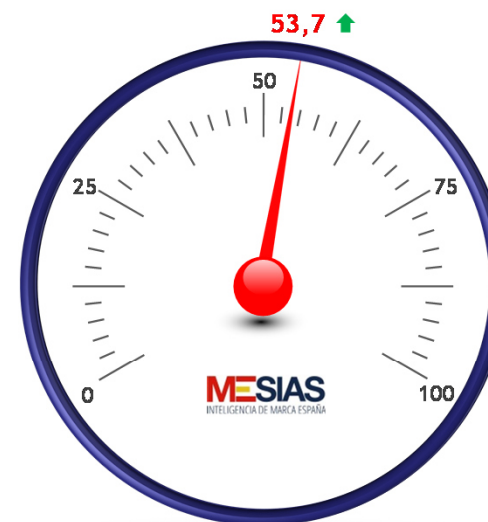
Resultados

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

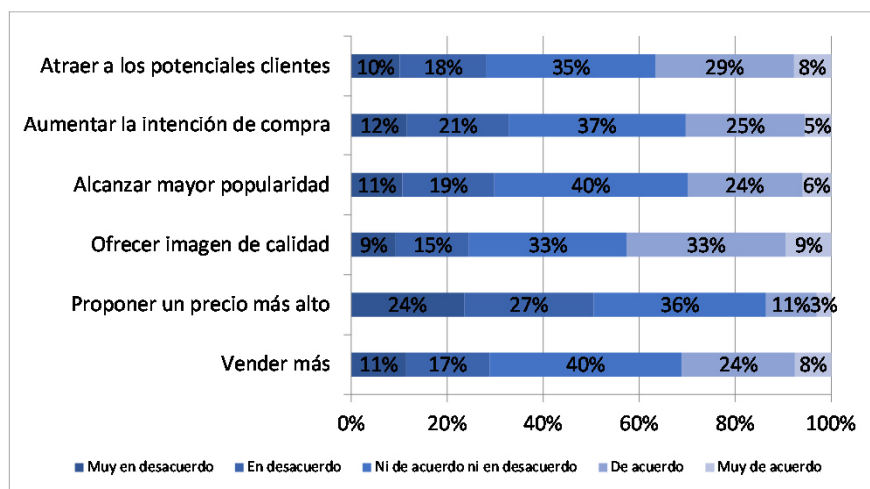
España ayuda a vender en el exterior...



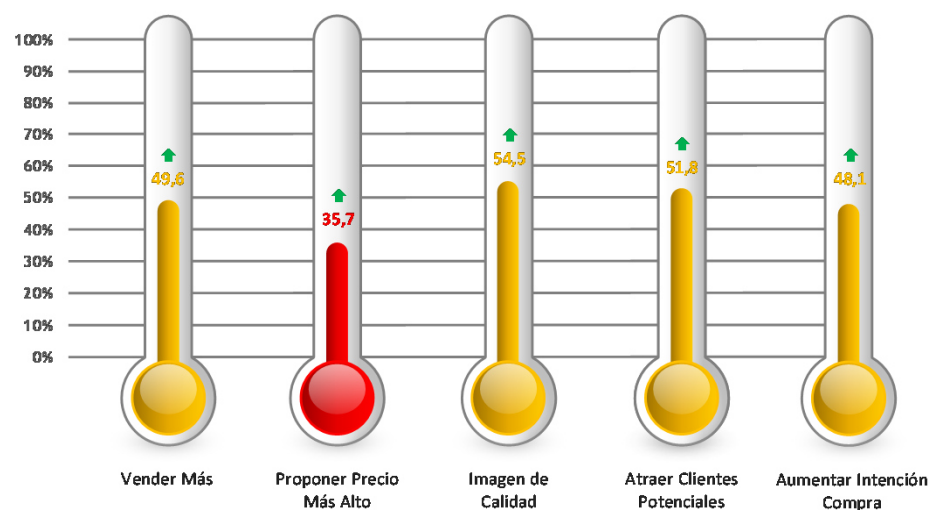
Índice de Utilidad



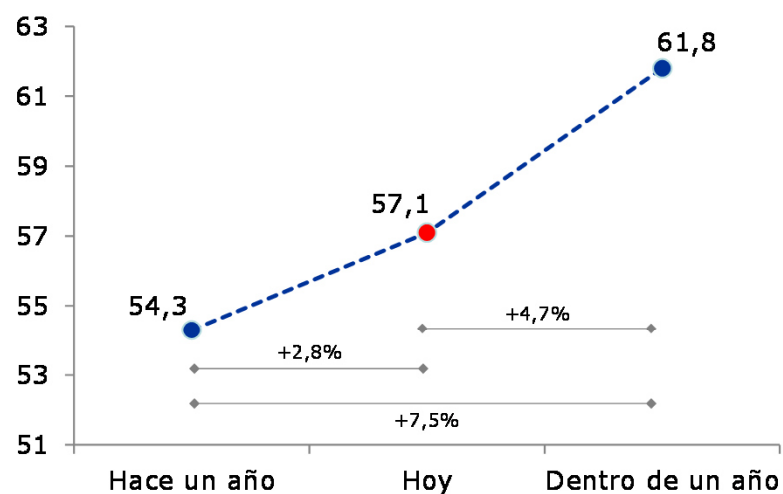
Vincular mi marca a su origen español me permite...



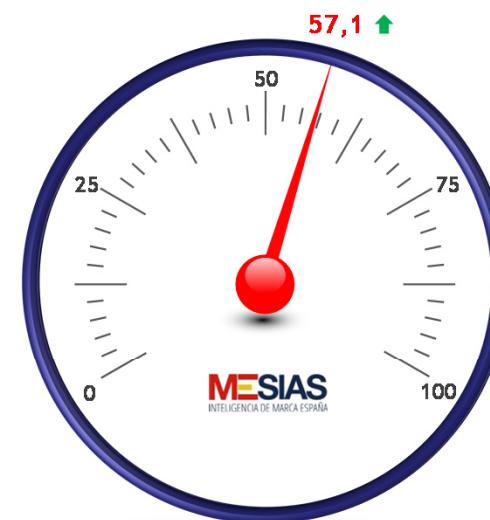
Subíndices de Valor



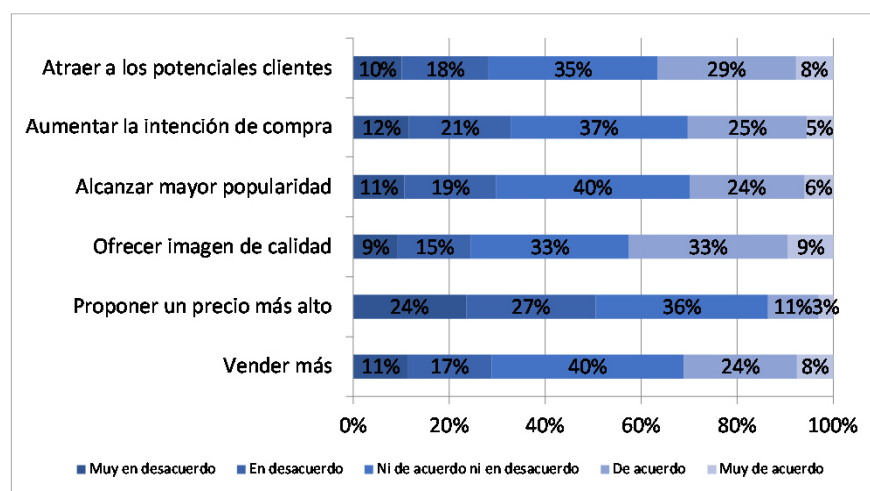
España aporta valor a nuestra marca...



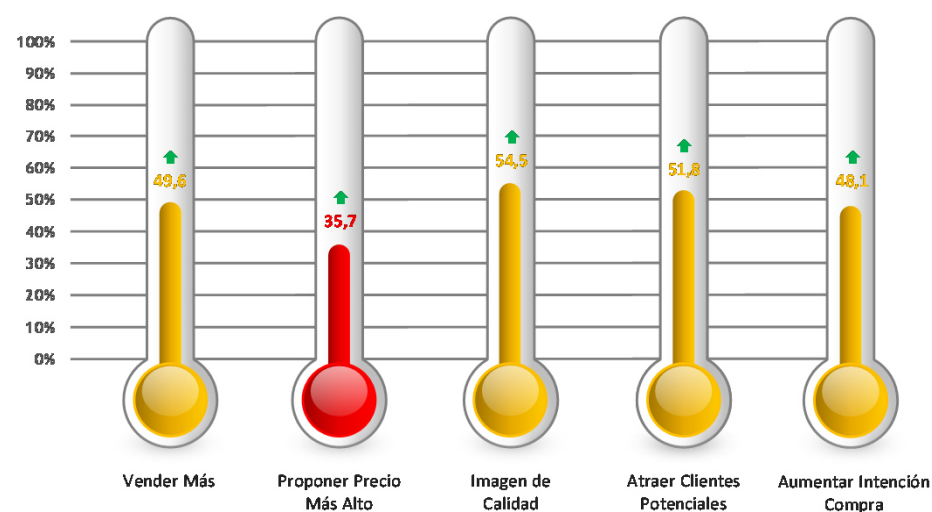
Índice de Valor Aportado



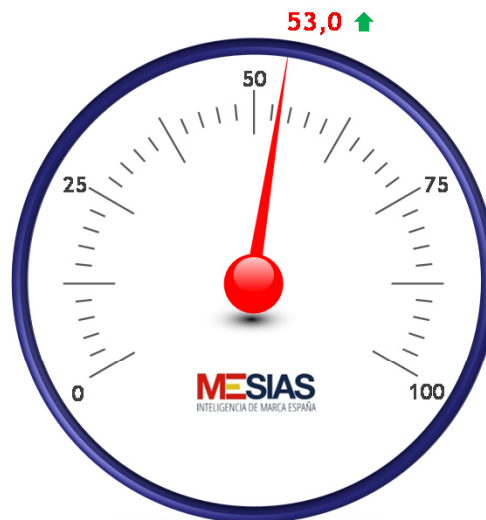
Vincular mi marca a su origen español me permite...



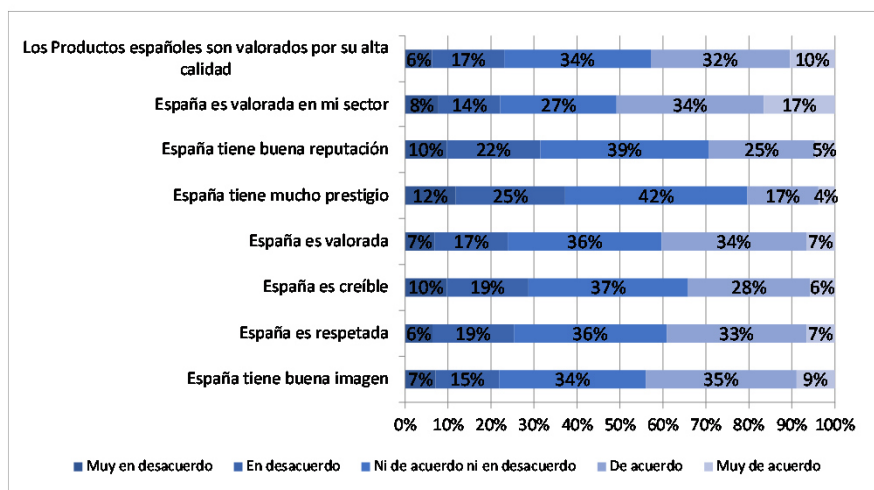
Subíndices de Valor



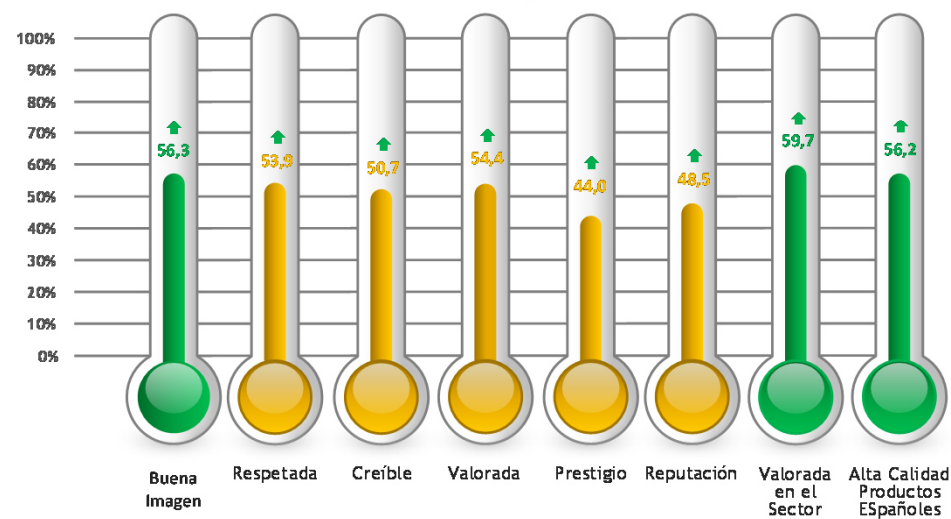
Índice de Reputación Exterior de la Marca España



Según mi experiencia, en el exterior...



Subíndices de Reputación Exterior

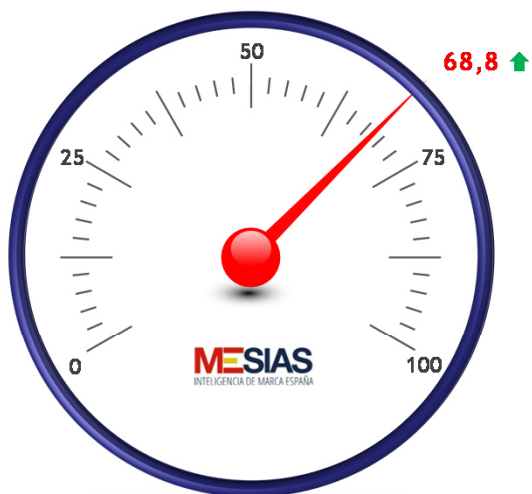


Reputación Exterior de la Marca España

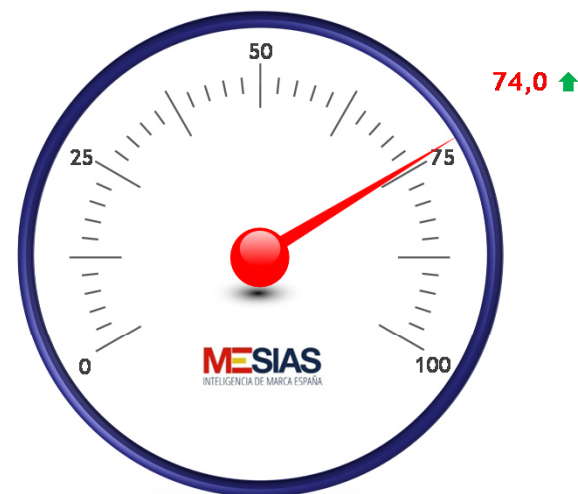
Resultados

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

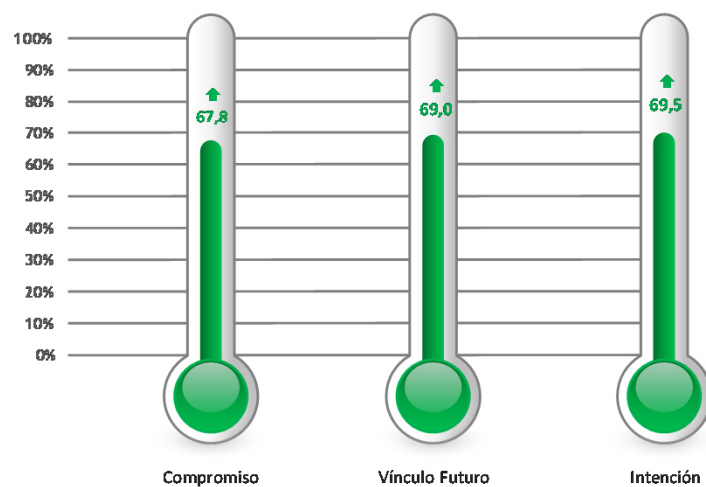
Índice de Compromiso



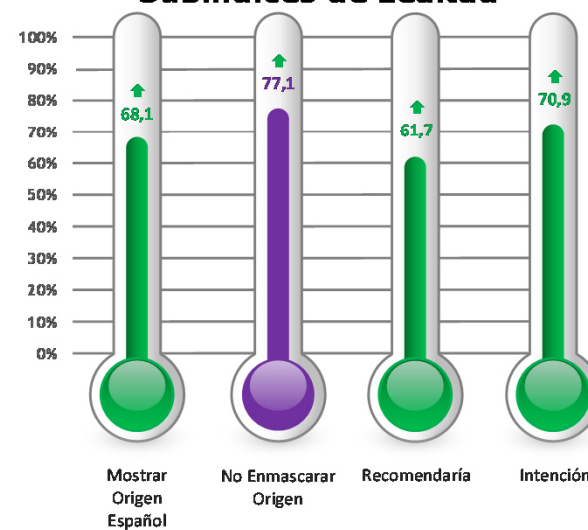
Índice de Lealtad



Subíndices de Compromiso

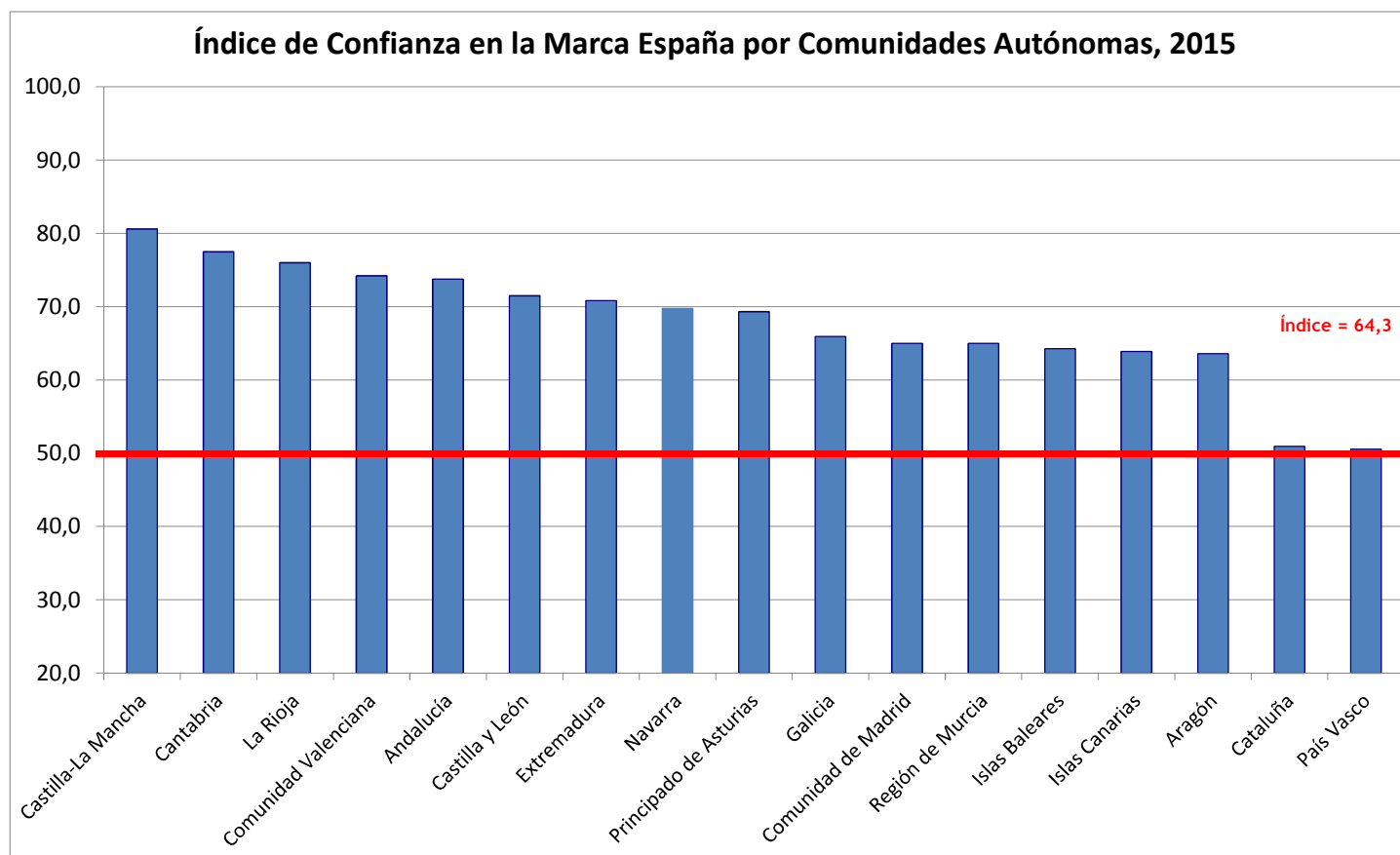


Subíndices de Lealtad



Confianza en la Marca España por Comunidades Autónomas

Índice de Confianza por Comunidades Autónomas



Colaboradores





Índice de Confianza en la Marca España 2015

José María Cubillo, PhD

Director de MESIAS – Inteligencia de Marca España

Madrid, 8 de Septiembre de 2015

(*) Todos los derechos reservados