

Informe MESIAS

OBSERVATORIO MESIAS DE IMAGEN
INTERNACIONAL DE LA EMPRESA ESPAÑOLA

La Imagen de la Empresa Española en
América Latina

La imagen de las Empresas Españolas y sus Directivos
en México

2023

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, mediar 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, correspondientes a 2023.

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**.

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

Este informe debe ser citado de la siguiente forma:

MESIAS (2023) La imagen de las Empresas Españolas y sus Directivos en México, 2023. 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. 2023.

Contenido

Introducción	7
1. Resumen Ejecutivo.....	11
1.1 Resumen Ejecutivo: Aspectos Metodológicos	11
1.2 Resumen Ejecutivo: Principales Conclusiones	13
1.3 Resumen Ejecutivo: Principales Indicadores.....	21
1.3.1 Índices Globales para las Empresas Españolas	21
1.3.2 Índices por indicador para las Empresas Españolas	22
1.3.4 Top 10 Ranking de Empresas Españolas que Mayor Confianza Generan.....	26
1.4 Resumen Ejecutivo: Gráficos	27
1.4.1 Perfil de Confianza de las Empresas Españolas	27
1.4.2 Perfil de Confianza de las Empresas Españolas: Estudiantes vs. Docentes .	28
1.4.3 Perfil de Acuerdo y Desacuerdo de las Empresas Españolas	29
2. Metodología	31
2.1 Objetivo de investigación	31
2.1.1 Objetivo principal.....	31
2.1.2 Objetivos secundarios	31
2.2 Metodología	32
2.2.1 Estudio Realizado.....	32
2.2.2 Colectivos objeto de investigación	32
2.2.3 Trabajo de Campo.....	33
2.2.4 Ficha Técnica del Estudio	33



Introducción

El **Observatorio MESIAS de Imagen Internacional de la Empresa Española** tiene como objetivo monitorizar la imagen y la reputación internacional de la empresa española en los mercados donde está presente.

Entre sus objetivos se encuentran 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 y la confianza depositada en ella, 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.

La creación del Observatorio se circunscribe en la necesidad de mejorar y potenciar la imagen internacional de la empresa española como medio para potenciar la excelencia en la exportación y la internacionalización del tejido productivo español.

En este sentido, pretende contribuir a mejorar la actitud hacia las empresas españolas, sus marcas, productos y servicios en los mercados exteriores, identificando las fuentes de fortaleza, las áreas de mejora, y proporcionando información precisa de alto valor, que contribuya a los procesos de decisión que influyen en la conformación de la imagen internacional de la Empresa Española.

El instrumento de investigación utilizado por el Observatorio está compuesto por un total de 134 ítems, repartidos en 21 bloques de contenido o constructos. Éstos se estructuran, a su vez, en dos grandes bloques de información dedicados, primero, a la percepción de la Empresa Española y, segundo, a la percepción en relación con los directivos expatriados de la Empresa Española, junto con un tercer bloque, de menor dimensión, que recoge de forma sintética la percepción global local en relación con la imagen de España.

Entre los constructos analizados, por el lado de las Empresas Españolas, se encuentran la imagen y la reputación, así como la confianza generada por éstas en el entorno local; la confianza depositada en las Empresas Españolas, en sus marcas y en sus productos y servicios; el valor aportado y la contribución de las Empresas Españolas al país de destino; el respeto de las Empresas Españolas por el entorno local; la admiración que las Empresas Españolas despiertan en el país; la percepción de Responsabilidad Social Corporativa en la actuación local de las Empresas Españolas; la recomendación; y la satisfacción con el valor aportado.

En cuanto a la percepción de los directivos expatriados de las Empresas Españolas, se recoge información sobre los constructos imagen y reputación, confianza generada y respeto por el entorno local. Por último, se recoge también la percepción global sobre la imagen y la reputación de España, así como el afecto y la preferencia hacia España.

El presente informe, perteneciente a la Edición de América Latina del Observatorio, denominada 'La imagen de la Empresa Española en América Latina', recoge un diagnóstico de la imagen de la empresa española y sus directivos expatriados en México en 2023, elaborado a partir de la opinión de estudiantes universitarios, así como de docentes e investigadores universitarios. Dos colectivos estratégicos en tanto que, el primero está constituido por quienes serán los/las futuros/as directivos/as y ejecutivos/as, y, el segundo, está integrado por influenciadores con opinión informada, que contribuyen a los procesos de toma de decisiones y a la conformación de la propia imagen de la Empresa Española entre los/as futuros/as directivos/as y ejecutivos/as.

El trabajo de campo que ha dado lugar al estudio ofrecido en el presente informe, ha sido elaborado en alianza con el **ITSON**. En él han participado los investigadores asociados a la **Cátedra MESIAS de Imagen de España en México**, pertenecientes a las siguientes Universidades mexicanas: Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma de Nuevo León, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Universidad Juárez del Estado de Durango, UNAM, Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez, Instituto Tecnológico de Sonora, Tecnológico de Monterrey.

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

PRENSA

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 y contribuyen con su presencia al desarrollo del 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 **eleva 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 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**, **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**, **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 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 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**.

PRENSA

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.

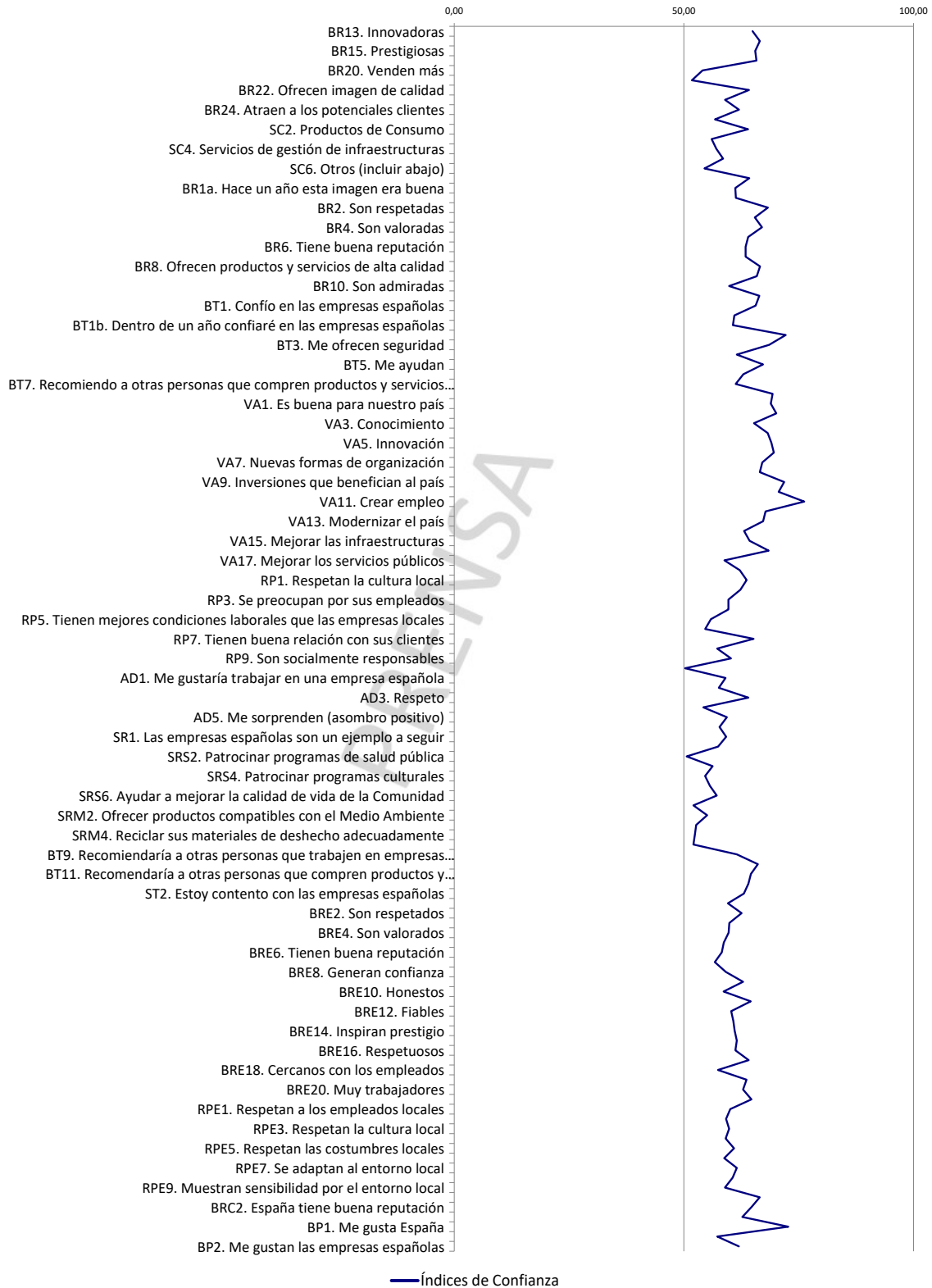
PRENSA

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

RANKING	EMPRESA	PUNTUACION
1		45.840
2		35.310
3		12.660
4		10.710
5		7.260
6		6.150
7		4.380
8		3.480
9		1.655
10		1.650

1.4 Resumen Ejecutivo: Gráficos

1.4.1 Perfil de Confianza de las Empresas Españolas

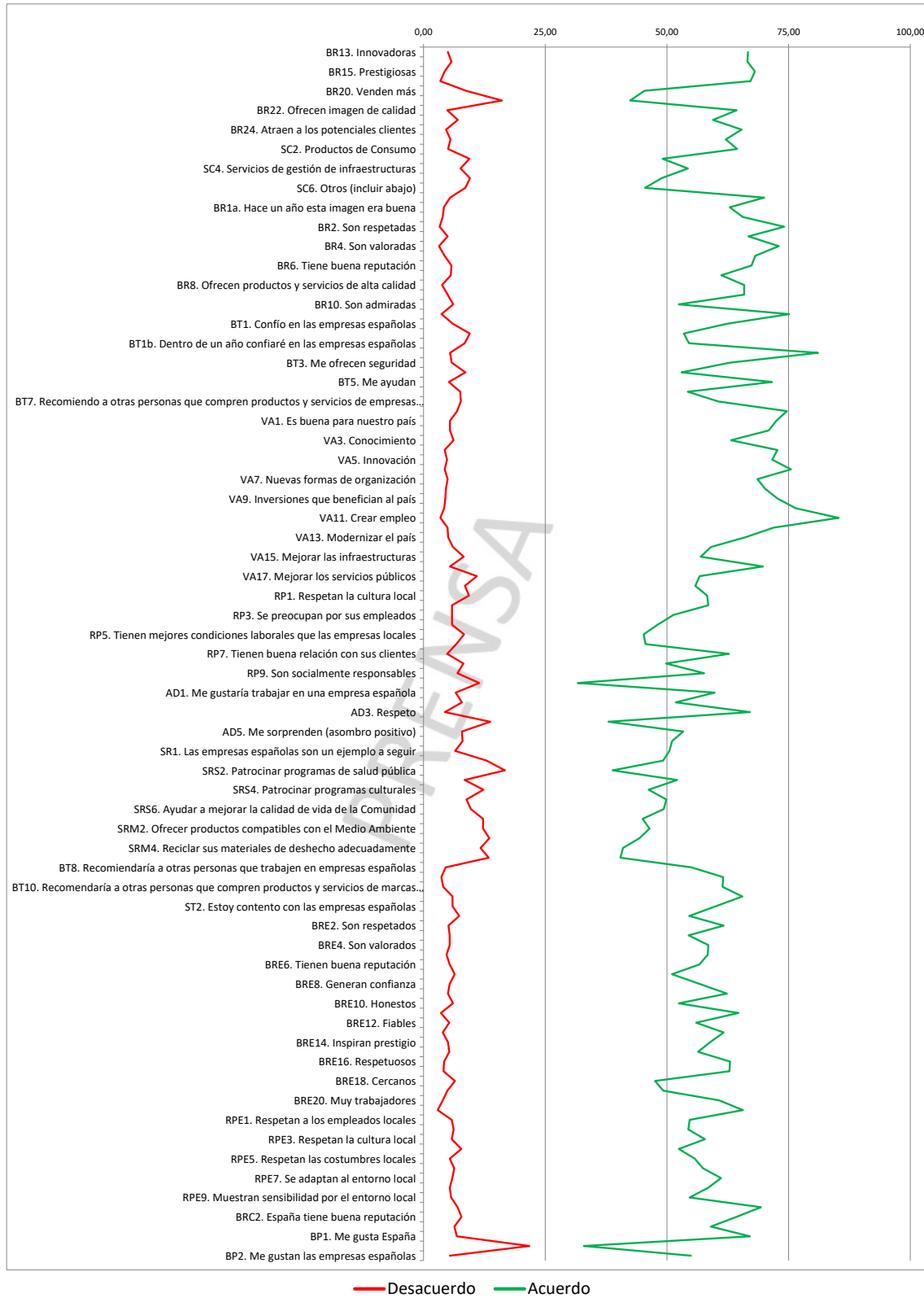


1.4.2 Perfil de Confianza de las Empresas Españolas: Estudiantes vs. Docentes



— DOCENTES — ESTUDIANTES

1.4.3 Perfil de Acuerdo y Desacuerdo de las Empresas Españolas





2. Metodología

2.1 Objetivo de investigación

2.1.1 Objetivo principal

El objetivo del **Observatorio de Imagen Internacional de la Empresa Española** es la identificación de la imagen percibida de la empresa española en América Latina por parte de dos colectivos:

- 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.

2.1.2 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, que permita identificar su estado.

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

2.2 Metodología

2.2.1 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 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 Sonora (ITSON Universidad), Tecnológico de Monterrey, 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 y Universidad Juárez del Estado de Durango.

2.2.2 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.

2.2.3 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.

2.2.4 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

OBSERVATORIO MESIAS DE IMAGEN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA ESPAÑOLA

La Imagen de la Empresa Española en América Latina

La imagen de las Empresas Españolas y sus Directivos
en México

2023

José María Cubillo, PhD

Instituto MESIAS – Inteligencia de Marca España

joemaria.cubillo@mesias.org.es

Móvil: +34 629 47 77 61

Madrid, noviembre de 2023

(*) Todos los derechos reservados

