

**biela**

**Barómetro de imagen de las  
empresas españolas en  
Latinoamérica (biela)**

**2º informe confidencial – Octubre 2007**

## ¿Qué es biela?

- Objetivos
- Metodología
- El panel



## ¿Qué es biela?

**biela** es un método de evaluación continua que analiza el conocimiento de la opinión informada sobre las empresas españolas presentes en Latinoamérica, con el fin de determinar su perfil de imagen corporativa.

### Territorios analizados:

- Argentina
- Bolivia
- Brasil
- Centroamérica (Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá)
- Chile
- Colombia
- México
- Perú
- Venezuela



¿Qué es biela?

## Objetivos

- Obtener una evaluación de la imagen de las empresas españolas en Latinoamérica por parte de una muestra cualificada de líderes de opinión y de población informada.
- Profundizar en los factores que afectan a la imagen de cada empresa en cada país.
- Valorar la presencia empresarial de España en los distintos países en relación con la imagen global de empresas de otras nacionalidades.



¿Qué es biela?

## Metodología

**biela** es un observatorio anual que se desarrolla en tres fases cuyo fin es la ampliación de la información y su progresiva cuantificación, emitiéndose informes parciales tras cada consulta y un informe final a la conclusión de cada ciclo anual

### Fases:

1. Constitución de un panel de líderes de opinión y primera consulta al mismo.
2. **Segunda consulta al panel.**
3. Encuesta a una muestra de población informada de 900 personas.



¿Qué es biela?

## Constitución del panel

Para la constitución del panel de líderes de opinión se cuenta con la colaboración de corresponsales, comprometiéndonos a obtener un mínimo de 126\* respuestas, habiendo obtenido 150 en esta fase con la siguiente distribución muestral por territorios.

Territorios	Número de panelistas
Argentina	15
Bolivia	15
Brasil	15
Centroamérica	30
Chile	15
Colombia	15
México	15
Perú	15
Venezuela	15

### Tipología de los panelistas

- Directivos de empresas de marketing y comunicación
- Periodistas y corresponsales de medios de comunicación
- Profesores de universidad y escuelas de negocios
- Altos funcionarios y miembros de partidos políticos
- Profesionales liberales: abogados, economistas, asesores fiscales

\* El objetivo y compromiso de BIELA para esta fase es de 126 panelistas: 12 para cada uno de los ocho países de Sudamérica y 30 para los seis países de Centroamérica

El panel

## Contenido de las consultas

- Los panelistas valoran a las empresas españolas tanto globalmente como en cada uno de los factores de imagen, analizando la importancia de estos factores y su tenencia en las empresas españolas.
- Además, se pregunta a los panelistas por la mejor y la peor empresa en cada uno de los citados factores, diferenciando entre empresas españolas y multinacionales extranjeras y pidiéndoles que expongan los motivos de su elección

<i>Factores de imagen</i>
<i>Transparencia económica y fiscal</i>
<i>Calidad comercial</i>
<i>Servicio y atención al cliente</i>
<i>Calidad laboral</i>
<i>Comportamiento ético</i>
<i>Responsabilidad medioambiental</i>
<i>Innovación y tecnología</i>
<i>Filantropía y acción social</i>
<i>Información veraz</i>
<i>Contribución al desarrollo del país</i>
<i>Contribución a la creación de empleo</i>
<i>Compañías bien dirigidas</i>

## Resultados generales

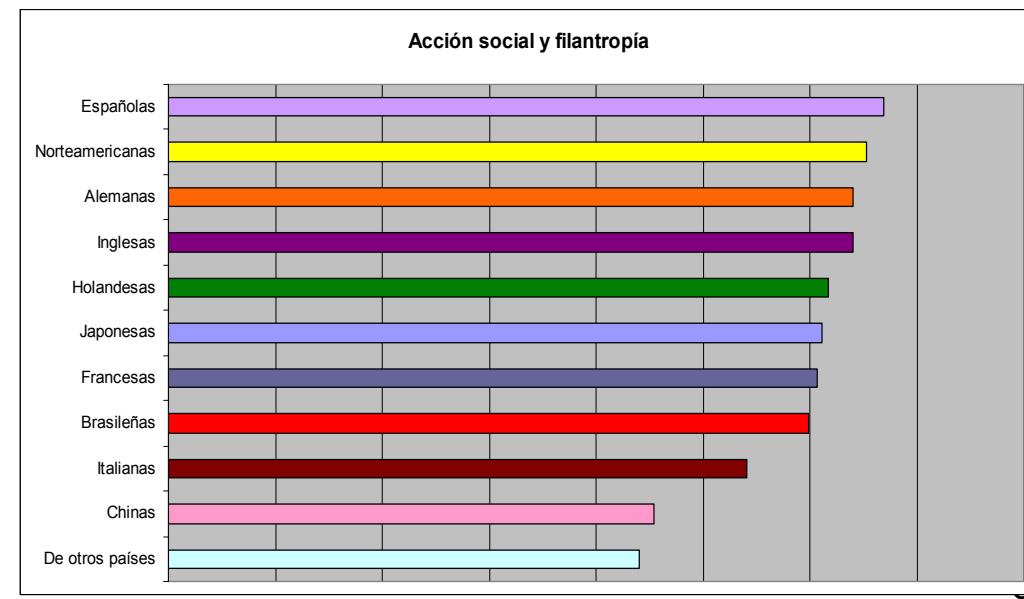
- Importancia de los factores y tenencia de éstos en las empresas españolas
- Las mejores compañías españolas en Latinoamérica



Resultados generales

## Las empresas españolas son innovadoras

- Las empresas españolas, destacadas en innovación, gestión y calidad comercial, donde ocupan, respectivamente, las posiciones 7<sup>a</sup>, 6<sup>a</sup> y 5<sup>a</sup> (sobre un total de 11) con respecto a las multinacionales de otros países
- Los tres atributos más presentes en las empresas españolas no se corresponden con los tres de mayor importancia (atención al cliente, ética y contribución al desarrollo del país)
- El atributo menos importante y peor valorado es *acción social*, en el que, sin embargo, las empresas españolas son líderes si se comparan con las multinacionales extranjeras

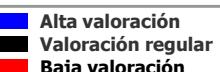


Importancia de los factores y tenencia en las empresas españolas

## Acción social, un factor poco destacado

IMPORTANCIA DE LOS FACTORES	MEDIA PAÍSES
Transparencia económica y fiscal	8,54
Calidad comercial	8,36
Servicio y atención al cliente	8,74
Calidad laboral	8,45
Comportamiento ético	8,67
Responsabilidad medioambiental	7,99
Innovación y tecnología	7,87
Filantropía y acción social	6,93
Información veraz	8,42
Contribución al desarrollo del país	8,58
Contribución a la creación de empleo	8,39
Compañías bien dirigidas	8,03
MEDIA FACTORES	8,25

- Los líderes consultados creen que el factor más estimable de las empresas españolas es la innovación y la tecnología que desarrollan.



- El factor más importante para los líderes de opinión latinoamericanos es la atención al cliente; el menos importante, la acción social

TENENCIA EMPRESAS ESPAÑOLAS	MEDIA PAÍSES
Transparencia económica y fiscal	6,68
Calidad comercial	7,16
Servicio y atención al cliente	6,38
Calidad laboral	6,54
Comportamiento ético	6,3
Responsabilidad medioambiental	6,2
Innovación y tecnología	7,33
Filantropía y acción social	6,14
Información veraz	6,47
Contribución al desarrollo del país	6,68
Contribución a la creación de empleo	7,12
Compañías bien dirigidas	7,21
MEDIA FACTORES	6,68

Las mejores empresas españolas en Latinoamérica

## El sector financiero, el mejor valorado

<i>Factores de imagen</i>	<i>Empresas españolas mejor valoradas</i>	
	Mejor	2ª mejor
<i>Transparencia económica y fiscal</i>	<b>BBVA</b>	
<i>Calidad comercial</i>	<b>BBVA</b>	
<i>Servicio y atención al cliente</i>	<b>BBVA</b>	
<i>Calidad laboral</i>	<b>BBVA</b>	
<i>Comportamiento ético</i>	<b>BBVA</b>	
<i>Responsabilidad medioambiental</i>		
<i>Innovación y tecnología</i>		
<i>Filantropía y acción social</i>		
<i>Información veraz</i>	<b>BBVA</b>	
<i>Contribución al desarrollo del país</i>		
<i>Contribución a la creación de empleo</i>		
<i>Compañías bien dirigidas</i>	<b>BBVA</b>	

- Siendo la mejor valorada en 7 de los 12 factores, BBVA destaca por encima del resto de las empresas españolas en Latinoamérica
- El sector financiero, con BBVA y Santander a la cabeza, ocupa la mitad de las menciones a las mejores empresas
- Otras empresas destacadas son Telefónica, MAPFRE, Repsol YPF y Gas Natural

Resultados generales

## Finanzas, comunicaciones y energía, sectores líderes

<i>Factores de imagen</i>	<i>Tenencia / Importancia</i>	<i>Empresas españolas mejor valoradas</i>	
		Mejor	2ª mejor
<i>Transparencia económica y fiscal</i>	<b>0,78</b>	<b>BBVA</b>	
<i>Calidad comercial</i>	<b>0,86</b>	<b>BBVA</b>	
<i>Servicio y atención al cliente</i>	<b>0,73</b>	<b>BBVA</b>	
<i>Calidad laboral</i>	<b>0,77</b>	<b>BBVA</b>	
<i>Comportamiento ético</i>	<b>0,73</b>	<b>BBVA</b>	
<i>Responsabilidad medioambiental</i>	<b>0,78</b>		
<i>Innovación y tecnología</i>	<b>0,93</b>		
<i>Filantropía y acción social</i>	<b>0,89</b>		
<i>Información veraz</i>	<b>0,77</b>	<b>BBVA</b>	
<i>Contribución al desarrollo del país</i>	<b>0,78</b>		
<i>Contribución a la creación de empleo</i>	<b>0,85</b>		
<i>Compañías bien dirigidas</i>	<b>0,90</b>	<b>BBVA</b>	

- █ Alta valoración
- █ Valoración regular
- █ Baja valoración

## Informes anuales BIELA

1. Junio – Julio: Informe cuantitativo, con los resultados de la primera consulta al panel.
2. Septiembre – Octubre: Informe cualitativo, con los resultados de la segunda consulta al panel.
3. Diciembre – Enero: Informe final, con los resultados de la encuesta a 900 personas y la opinión generada por los panelistas.

Más información en <http://www.villafane.com>  
y en [info@villafane.com](mailto:info@villafane.com)

Territorios	Número de encuestas
Argentina	100
Bolivia	100
Brasil	100
Centroamérica	100
Chile	100
Colombia	100
México	100
Perú	100
Venezuela	100



**Villafañe & Asociados**  
CONSULTORES