



Estudio Longitudinal 2024

Fundación Imagen de Chile

ESTE MATERIAL ES PROPIEDAD EXCLUSIVA DE LA FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE. QUEDA PROHIBIDA SU DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN PÚBLICA SIN AUTORIZACIÓN DE LA FUNDACIÓN.



Ficha Técnica	Familiaridad y Favorabilidad	Intención de viaje a LATAM	Visita a Chile y barreras turísticas	Atributos particulares de Chile
01	02	03	04	05

Atributos en perspectiva comparada	Valor de origen de productos y servicios	Conocimiento y atributos de productos	Conocimiento de hitos de Chile	Síntesis
06	07	08	09	10



Ficha Técnica

01

Familiaridad y
Favorabilidad

02

Intención de
viaje a LATAM

03

Visita a Chile y
barreras turísticas

04

Atributos
particulares de
Chile

05

Atributos en
perspectiva
comparada

06

Valor de origen
de productos y
servicios

07

Conocimiento y
atributos de
productos

08

Conocimiento de
hitos de Chile

09

Síntesis

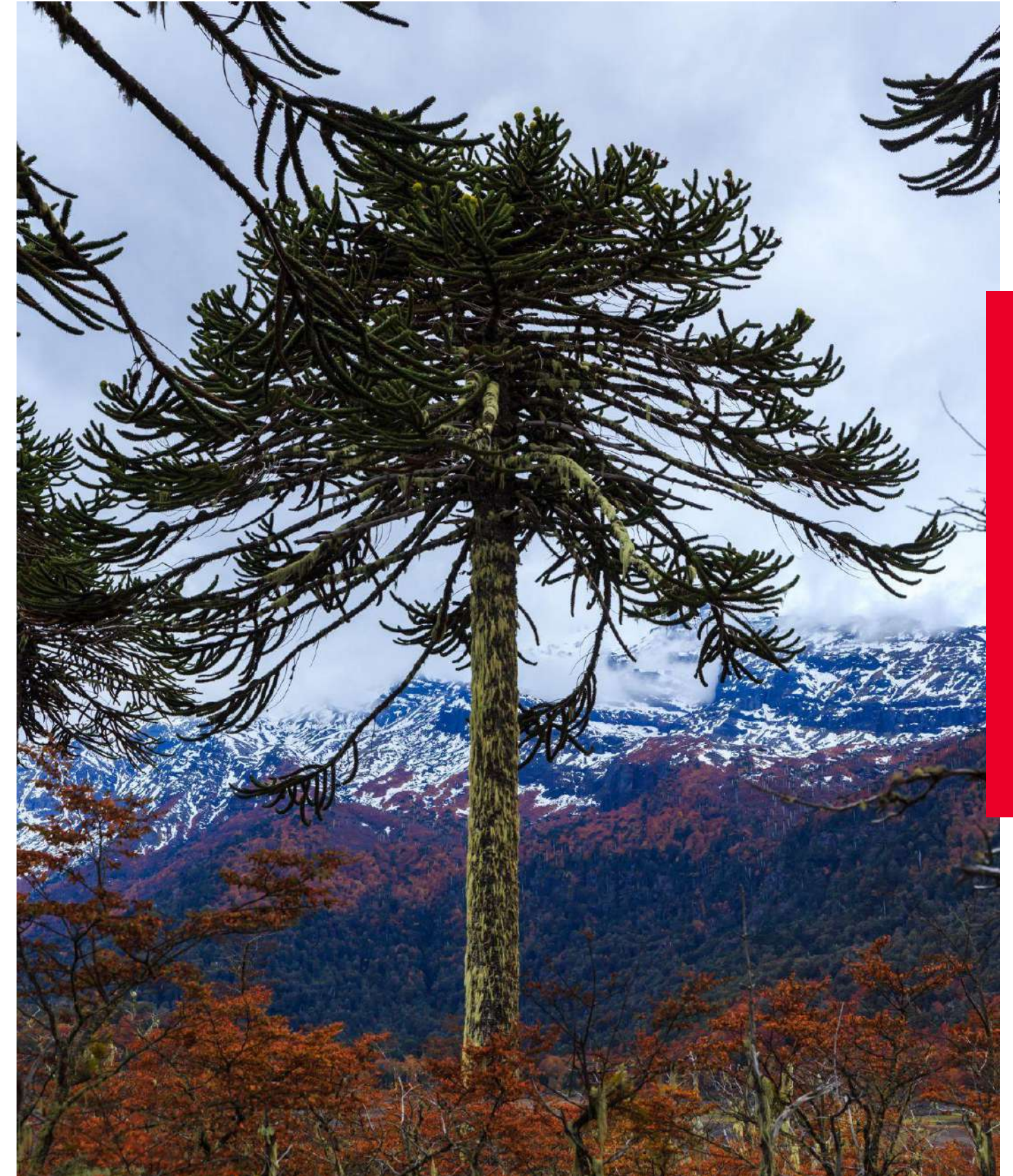
10



Ficha Técnica

El Estudio Longitudinal de Imagen de Chile mide la percepción de la imagen país en torno a diferentes ámbitos, en distintas ciudades del mundo, **el cual, desde el 2020 hasta la actualidad** se ha levantado este estudio **de manera conjunta con IPSOS.**

Este año se revisaron las ciudades de aplicación, incluyéndose **Seúl en Corea del Sur, Ciudad de México y Lima**, reemplazando a Toronto y Washington que salen de la muestra en relación con el 2023.





Ficha Técnica

OBJETIVOS

Medir en el largo plazo – de forma flexible y dinámica – la percepción en torno a los temas relevantes para el posicionamiento de la imagen país.

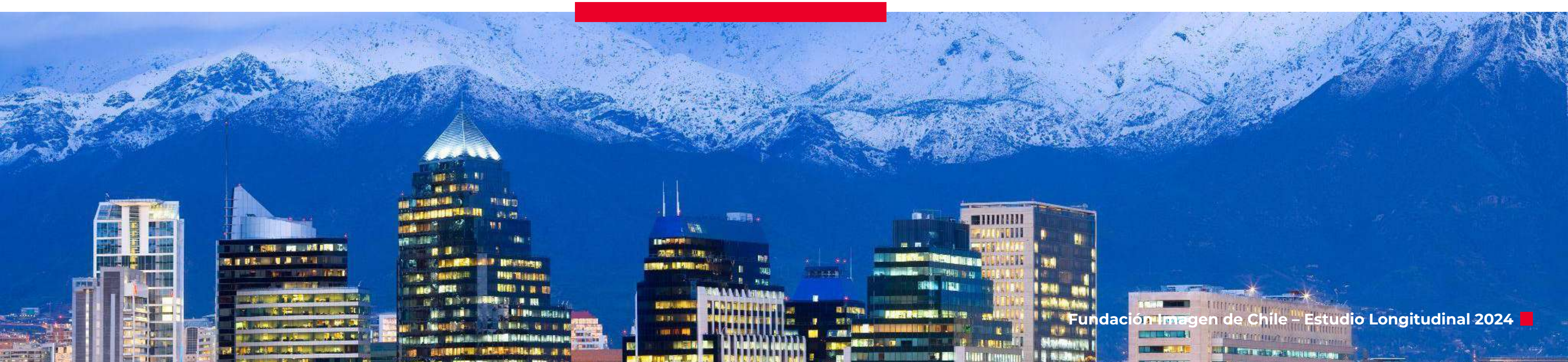
Asentar indicadores que permitan medir el trabajo estratégico.

Levantar información relevante para los principales stakeholders.

CIUDADES 2024

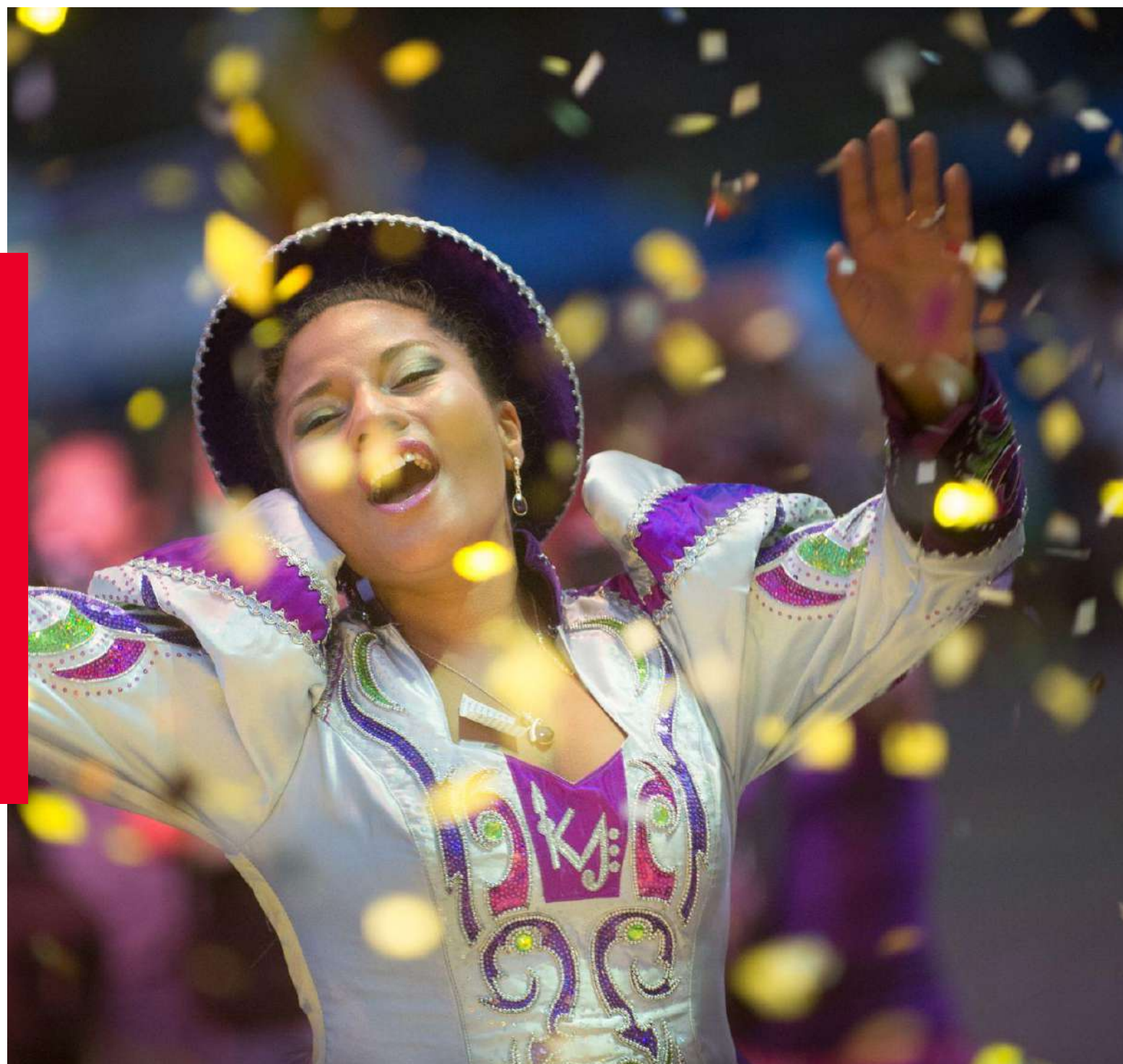
- | | | |
|------------------|-----------|-------------|
| ■ San Pablo | ■ Londres | ■ Shanghai |
| Lima | Berlín | Tokio |
| Ciudad de México | París | Nueva Delhi |
| Nueva York | Madrid | Seúl |
| | | Dubai |

**Definidas en conjunto con Subsecretaría RREE, Subsecretaría de Turismo, ProChile, InvestChile y SERNATUR.*





Ficha Técnica



MUESTRA

2.000 casos por ciudad

2600 en total

NSE medio-alto: perfil de segmento informado y consumidor final.

Estratificada por tramo etario, mayores de 18 años y por género.

Muestreo no probabilístico.

FECHA DE TERRENO

16 al 22 de enero 2024.

NOTA TÉCNICA

Cuando los porcentajes no suman 100, es por el redondeo del software.

95% de nivel de confianza y $\pm 1,8\%$ de error si es que el estudio fuese probabilístico y aleatorio.





Ficha Técnica

01

Familiaridad y
Favorabilidad

02

Intención de
viaje a LATAM

03

Visita a Chile y
barreras turísticas

04

Atributos
particulares de
Chile

05

Atributos en
perspectiva
comparada

06

Valor de origen
de productos y
servicios

07

Conocimiento y
atributos de
productos

08

Conocimiento de
hitos de Chile

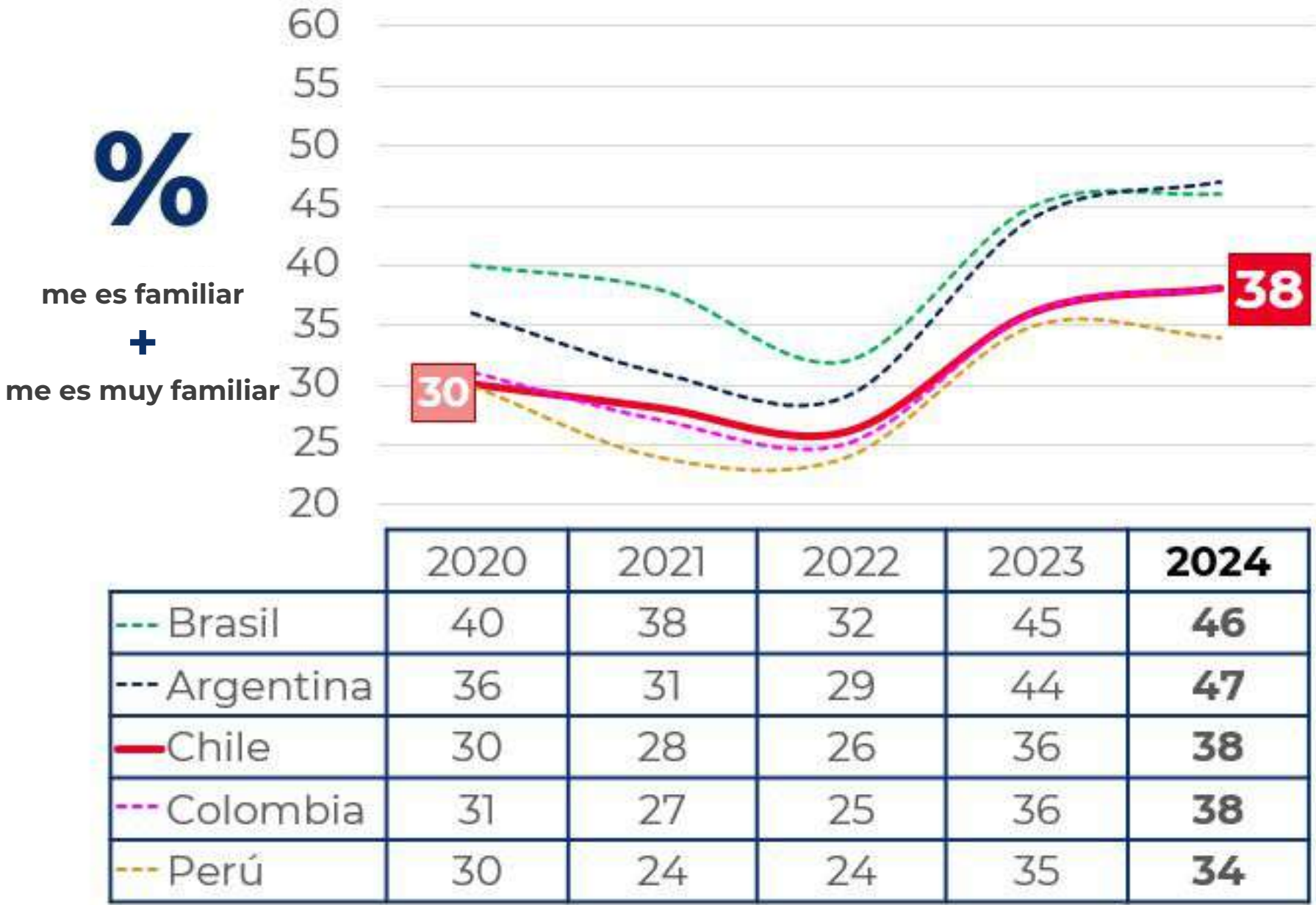
09

Síntesis

10

Familiaridad comparada

De los siguientes países, por favor indique **cuán familiares** son para usted cada uno de ellos.



38%

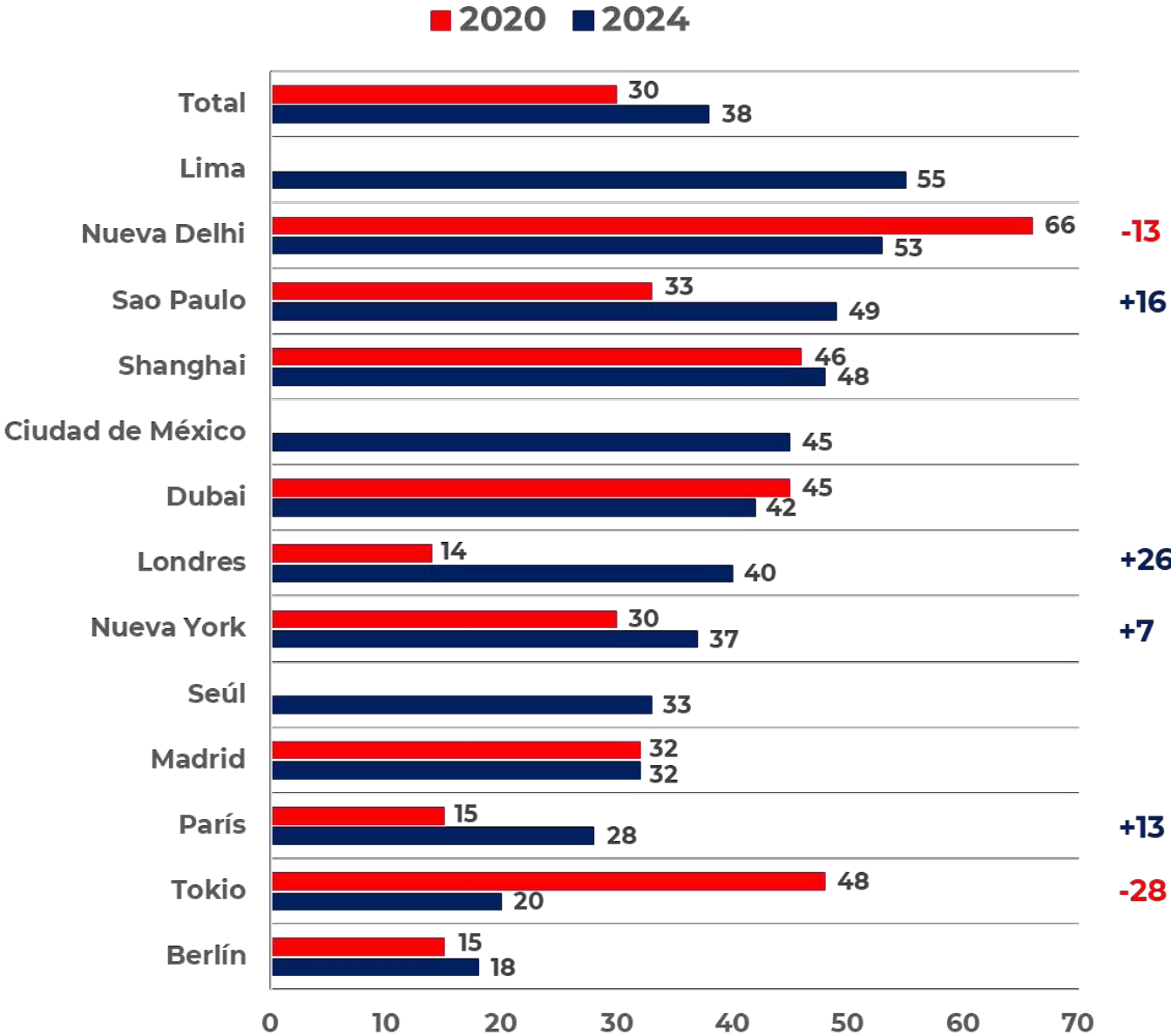
de los encuestados conoce Chile

A pesar de que la tendencia del conocimiento hacia nuestro país tiene un comportamiento relativamente similar en perspectiva comparada, **la versión 2024 indica que alcanzamos el máximo conocimiento por parte de los encuestados en el extranjero**, desde que se realiza el estudio (2020).

Familiaridad evolutiva de Chile por mercados

De los siguientes países, por favor indique **cuán familiares son** para usted cada uno de ellos

%
me es familiar
+
me es muy familiar
(sólo respecto de Chile)



38%

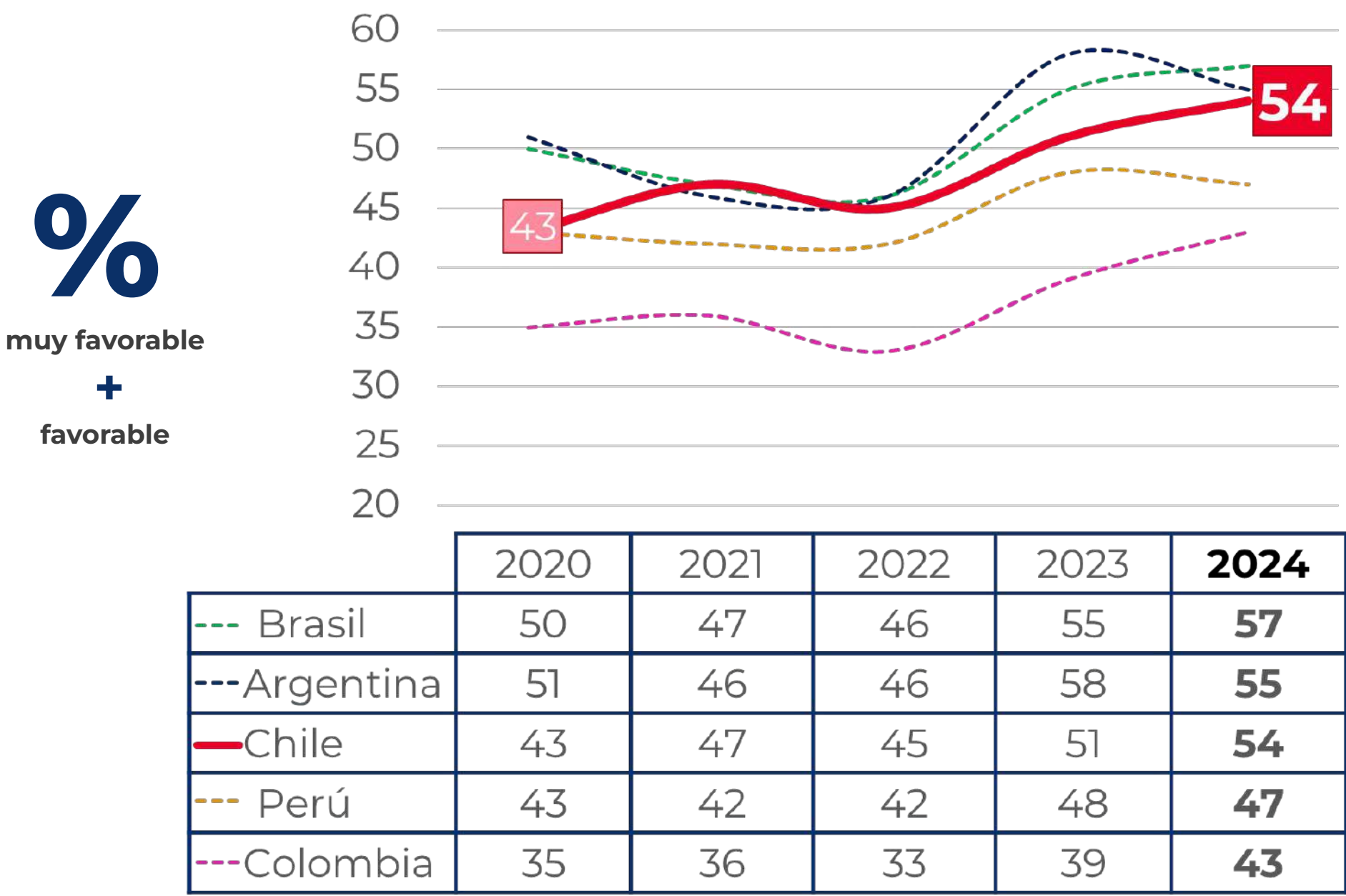
de la familiaridad de Chile está explicado por lo siguiente:

- Mercados que sostienen el 38% del 2024:
 - Lima
 - Ciudad de México
 - Nueva Delhi
 - Shanghai
 - Dubai
- Mercados que explican el alza longitudinal entre 2020 y 2024:
 - Sao Paulo
 - París
 - NYC
 - Londres
- Tokio a la baja



Favorabilidad comparada

Usando una **escala de 1 a 5**, donde **1 es muy desfavorable** y **5 muy favorable**, indique su opinión general acerca de cada uno de los países.



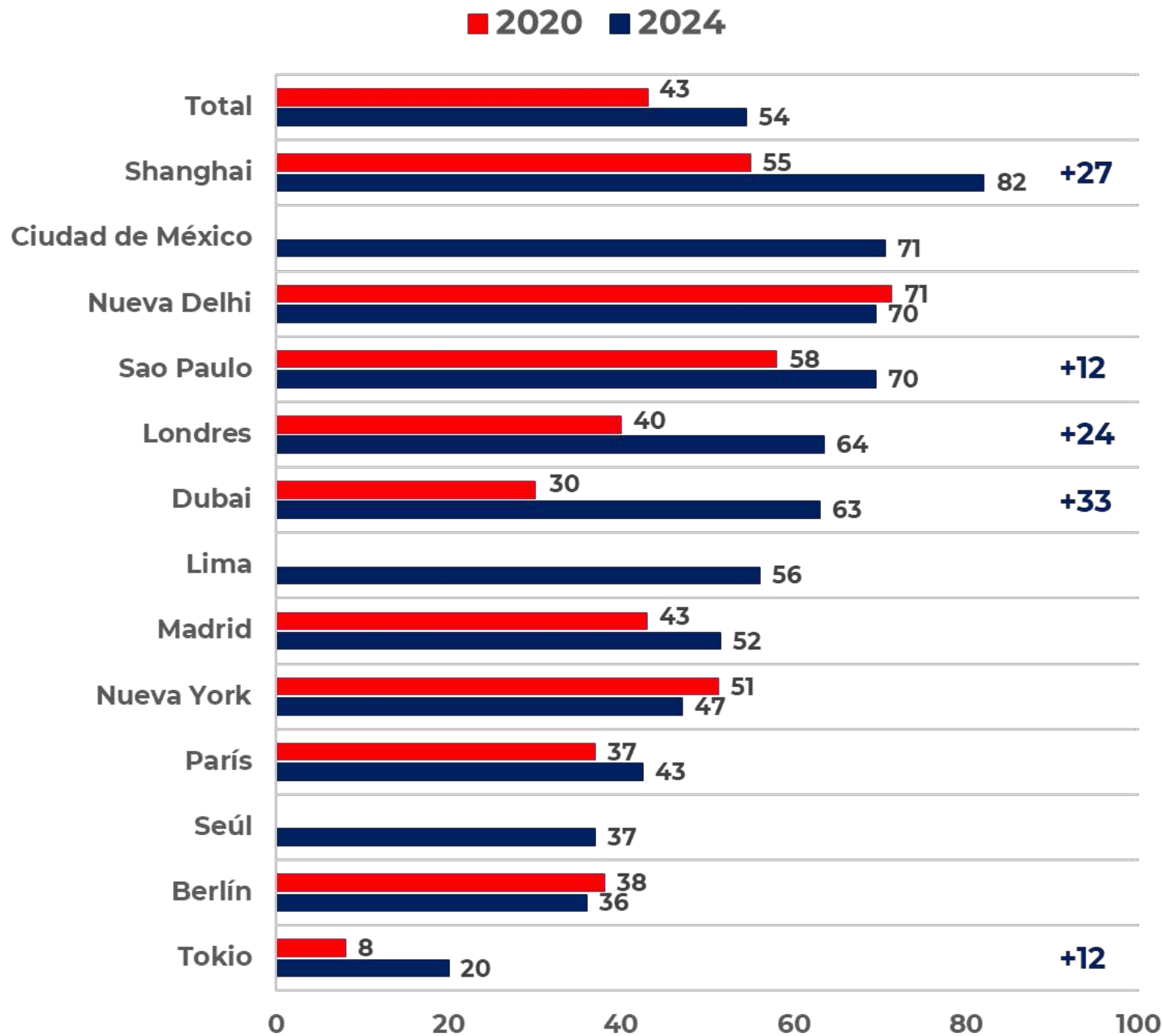
54% de los encuestados tiene una imagen favorablemente positiva de Chile

- La última versión del estudio indica que alcanzamos una **mejor evaluación de nuestra imagen** por parte de los encuestados **en el extranjero desde** que se realiza el estudio en **el 2020**, pasando de un **43% a un 54% en el 2024**.
- Chile muestra un **crecimiento constante** en el tiempo, en comparación con nuestros principales competidores de la región que exhiben un comportamiento más volátil.

Favorabilidad evolutiva de Chile por mercados

Usando una **escala de 1 a 5** , donde **1 es muy desfavorable** y **5 muy favorable**, indique su opinión general acerca de cada uno de los países.

%
muy favorable
+
favorable
(sólo respecto de Chile)

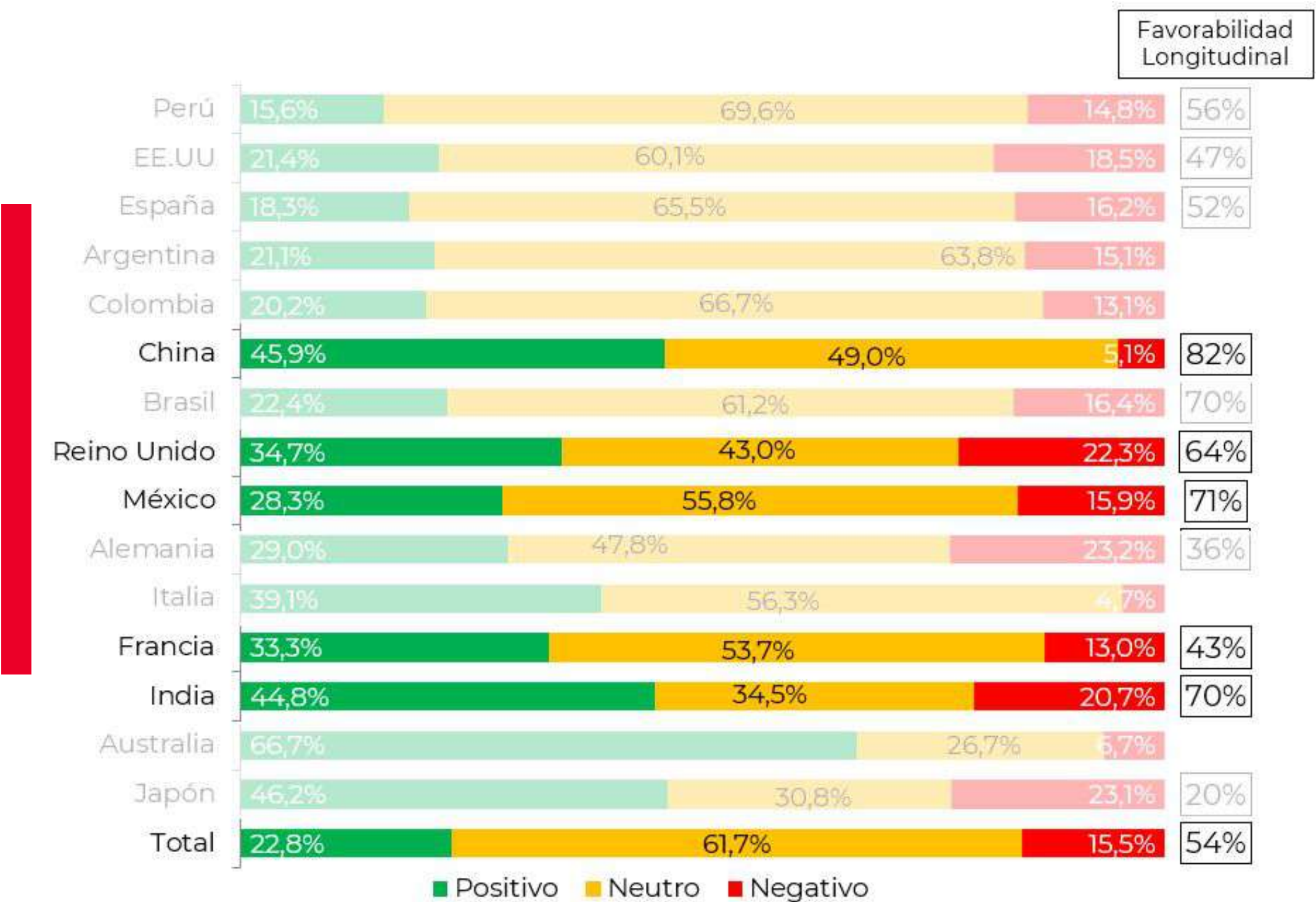


54%
de favorabilidad está explicada por lo siguiente:

- Mercados que sostienen el 54% obtenido el 2024 :
 - Lima
 - CDMX
- Mercados que explican el aumento de la favorabilidad de Chile entre el 2020 y 2024 son:
 - Dubai
 - Sao Paulo
 - Londres
 - Tokio
 - Shanghai

Reportes de prensa y favorabilidad

Favorabilidad de la difusión internacional según país de origen.
(ordenados de mayor a menor según cantidad absoluta de noticias respecto de Chile)



Correlato de la favorabilidad entre ambos insumos: China, India, UK, Francia y México

- Si bien **Alemania** está por sobre la favorabilidad total de los informes de prensa, **Berlín** está debajo del promedio.
- Algo **similar sucede con Japón / Tokio** a pesar de que la cobertura de prensa en términos absolutas es de lo más bajos.
- *Falta Corea del Sur y Emiratos Árabes Unidos en informes de prensa para el cruce con el Estudio Longitudinal.*

■ El cruce de información entre los informes de prensa y del Estudio Longitudinal se homologó el país de origen con la ciudad respectiva.



Ficha Técnica

01

Familiaridad y
Favorabilidad

02

Intención de
viaje a LATAM

03

Visita a Chile y
barreras turísticas

04

Atributos
particulares de
Chile

05

Atributos en
perspectiva
comparada

06

Valor de origen
de productos y
servicios

07

Conocimiento y
atributos de
productos

08

Conocimiento de
hitos de Chile

09

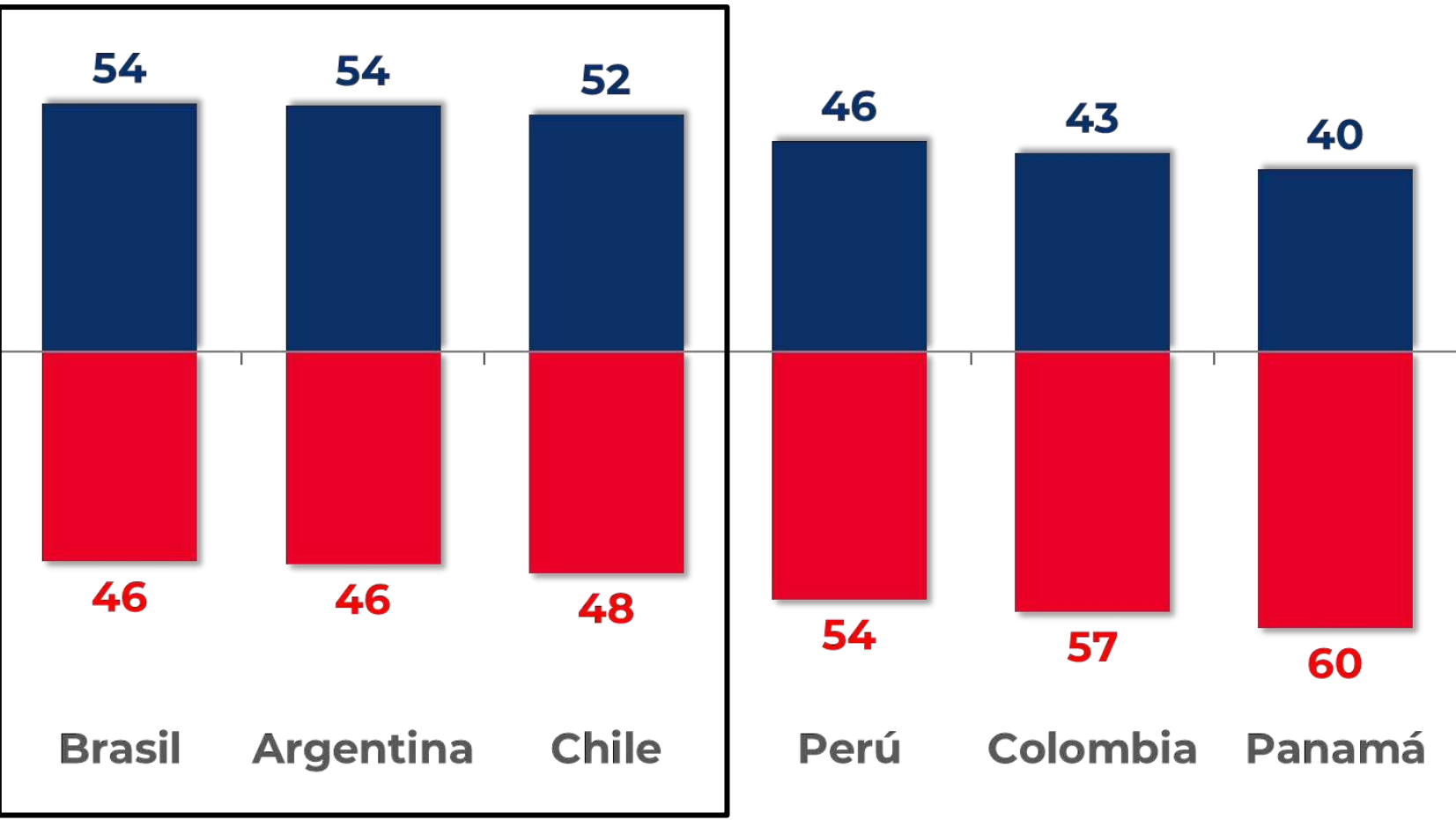
Síntesis

10



Intención de viaje a LATAM

Considerando los siguientes **destinos turísticos**, por favor seleccione la afirmación que **más identifica** lo que piensa.



■ Tengo referencias del país, y pienso visitarlo en alguna ocasión + Me gustaría visitarlo dentro de los próximos 5 años

■ No tengo referencias del país + Tengo referencias del país, pero no he pensado en visitarlo

(valores porcentuales %)

Chile **3º** en las preferencias de viajes

- El 52% de los encuestados afirman que **“Tienen referencia de Chile y les gustaría visitarlo dentro de los próximo 5 años o en alguna ocasión”**.
- Estamos a sólo 3 puntos porcentuales del liderazgo en intención de viaje a LATAM.



Intención de viaje a LATAM por mercados

Considerando los siguientes **destinos turísticos**, por favor seleccione la **afirmación que más identifica** lo que piensa.

****Graficado sólo los encuestados que respondieron “tienen referencia del país y piensan visitarlo en alguna ocasión o en los próximos 5 años”***

Chile se posiciona como **destino turístico** en Sudamérica, Shanghai y Nueva Delhi.

- En particular, **Chile destaca como intención de viaje** en mercados Sudamericanos además de Shanghai y Nueva Delhi.
- En perspectiva comparada, tenemos **una alta preferencia de viaje** por Shanghai.

		Brasil	Argentina	Chile	Perú	Colombia	Panamá
Ciudad	Total	54	54	52	46	43	40
	São Paulo	-	76	74	60	56	52
	New York	51	47	41	35	36	34
	Lima	75	74	62	-	68	62
	CDMX	66	55	63	54	67	38
	Londres	64	55	51	59	51	46
	Madrid	47	60	52	43	39	36
	Berlín	35	31	32	27	26	28
	Paris	45	45	38	44	30	26
	Shanghai	69	68	81	64	57	59
	Dubai	63	54	47	39	33	30
	Nueva Delhi	79	70	69	65	65	67
	Tokio	18	19	16	19	9	13
	Seúl	42	46	49	46	29	29

Ciudades destacadas para cada atributo

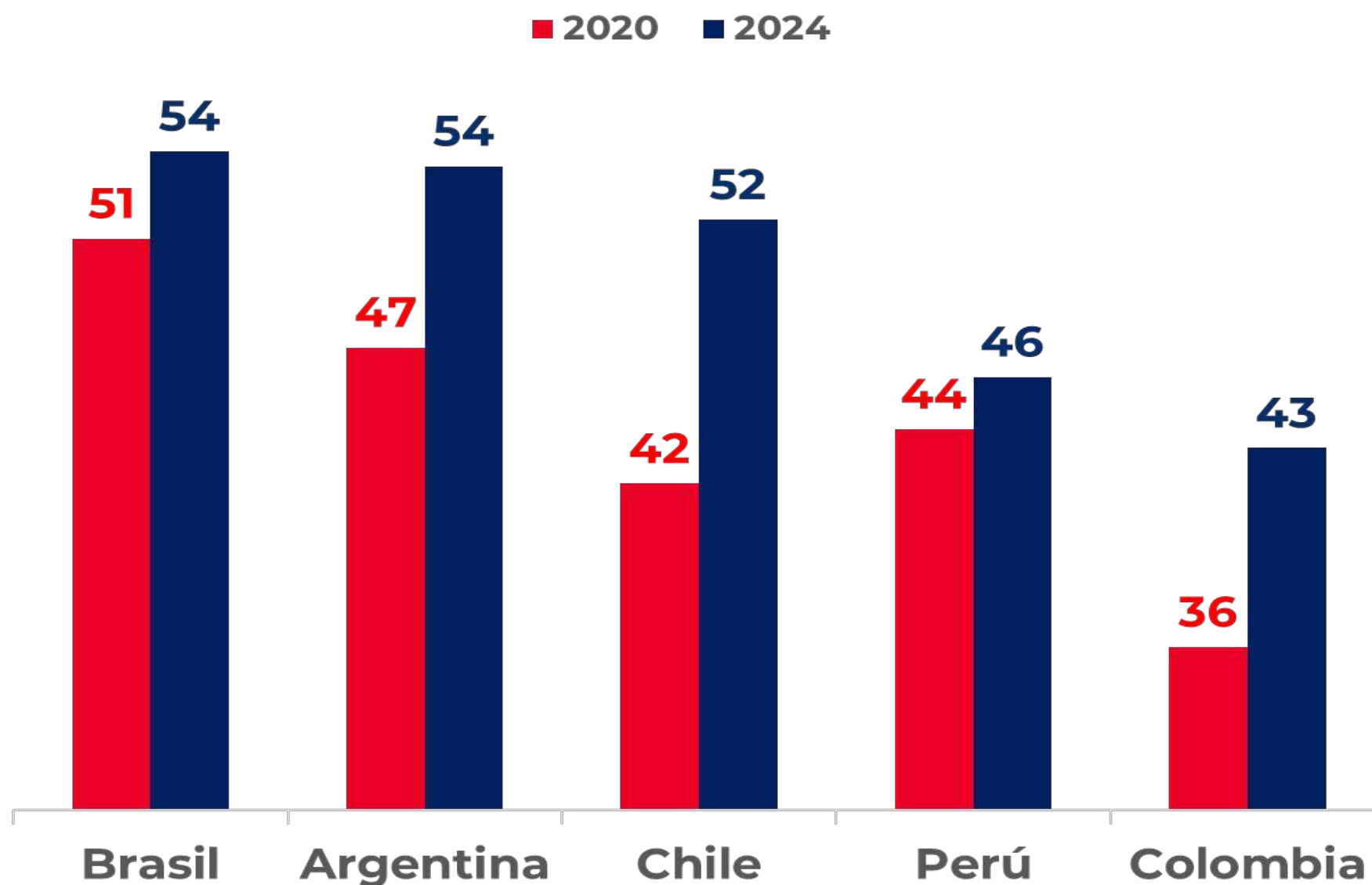
Ciudades destacadas negativamente para cada atributo



Evolutivo intención de viaje a LATAM

Considerando los siguientes **destinos turísticos**, por favor seleccione la afirmación que más identifica lo que piensa*

Graficado sólo los encuestados que respondieron “tienen referencia del país y piensan visitarlo en alguna ocasión o en los próximos 5 años**”*



(valores porcentuales %)

Chile es el país que **más** ha aumentado como intención de destino turístico entre el 2020 y 2024.



Ficha Técnica

01

Familiaridad y
Favorabilidad

02

Intención de
viaje a LATAM

03

Visita a Chile y
barreras turísticas

04

Atributos
particulares de
Chile

05

Atributos en
perspectiva
comparada

06

Valor de origen
de productos y
servicios

07

Conocimiento y
atributos de
productos

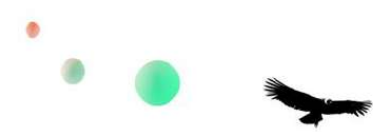
08

Conocimiento de
hitos de Chile

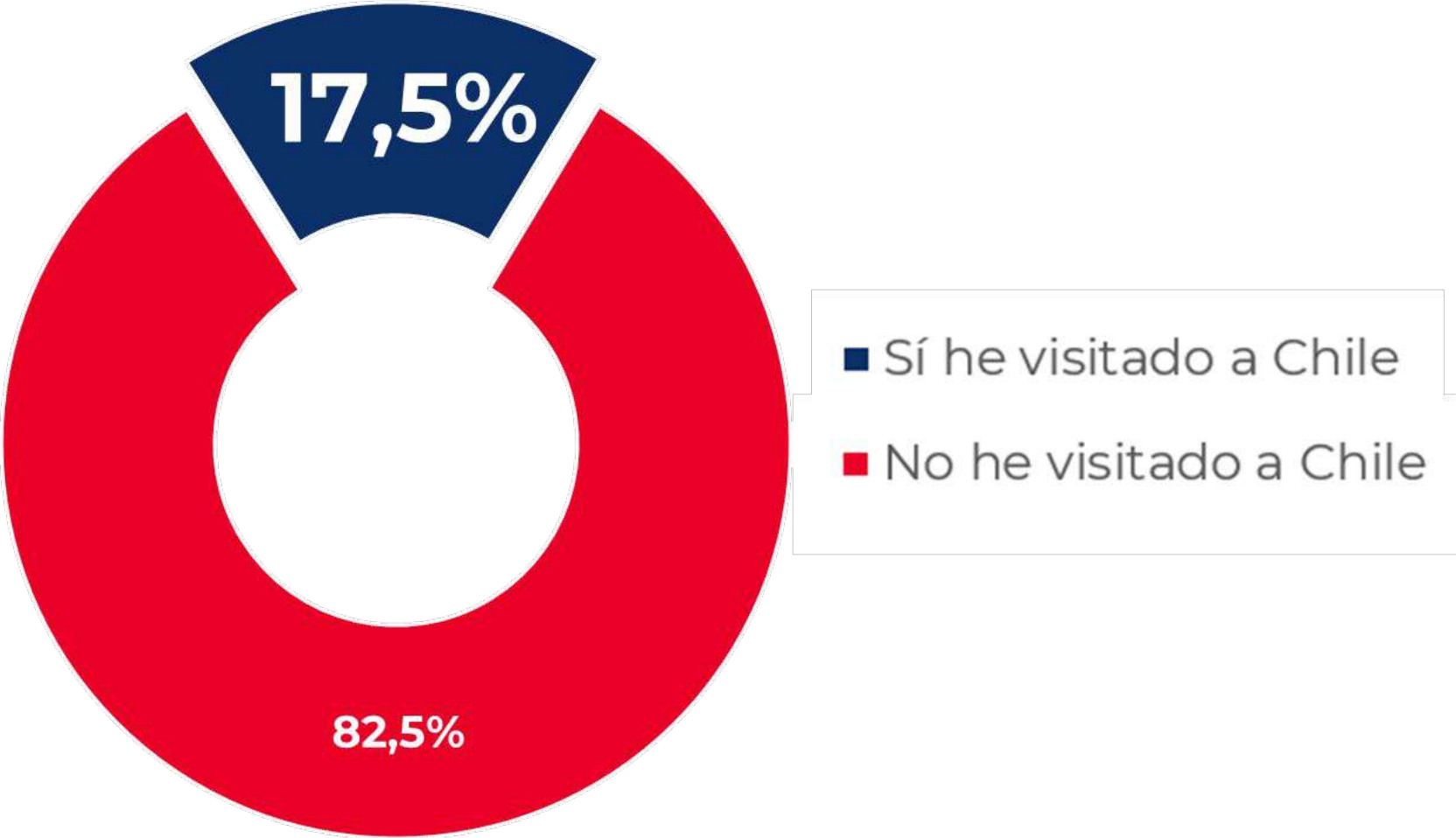
09

Síntesis

10



¿Ha visitado Chile alguna vez?

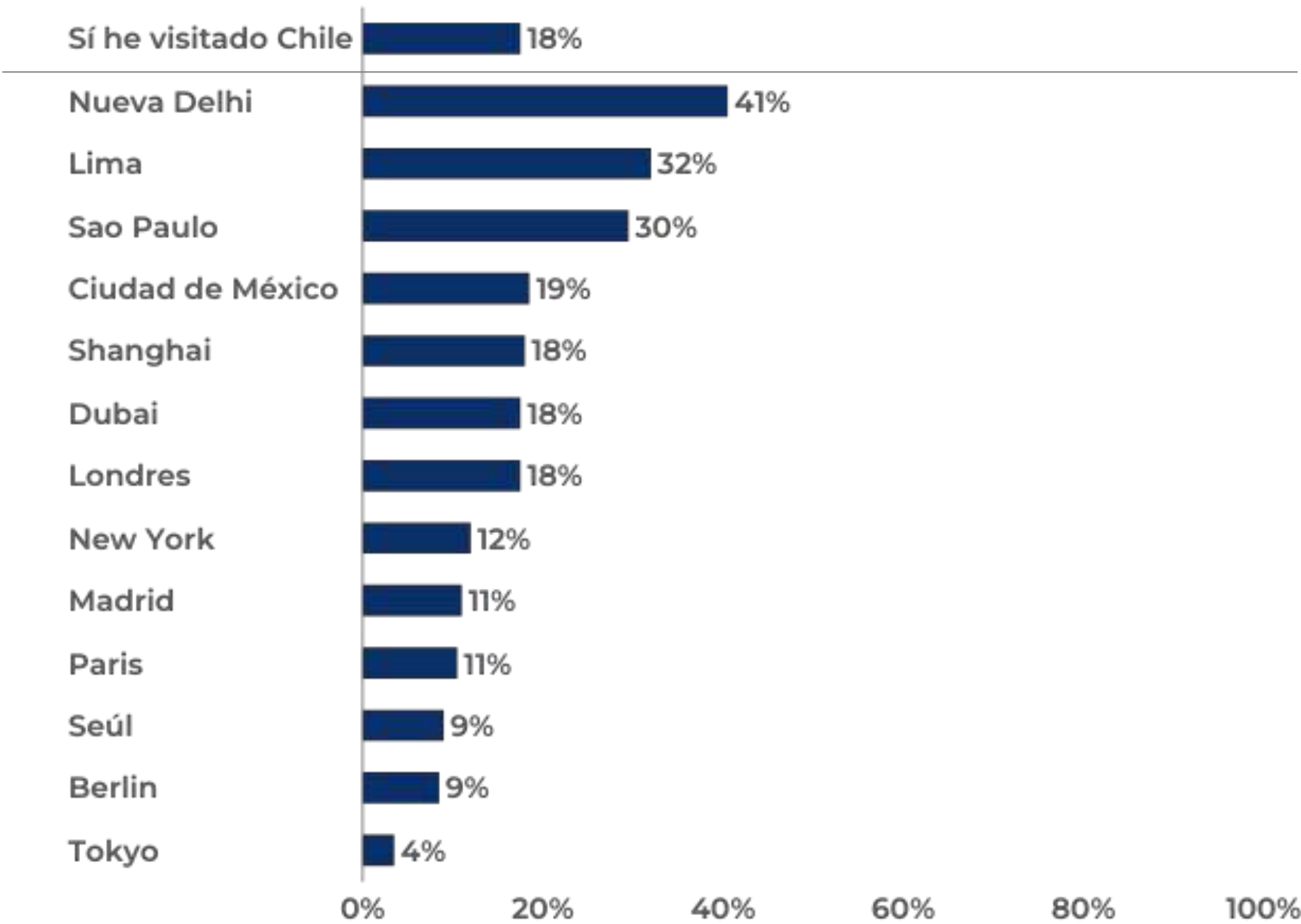


17,5%
de los encuestados han visitado **Chile** alguna vez



Visita a Chile según mercado

¿Ha **visitado** a **Chile**? +
Mercados.

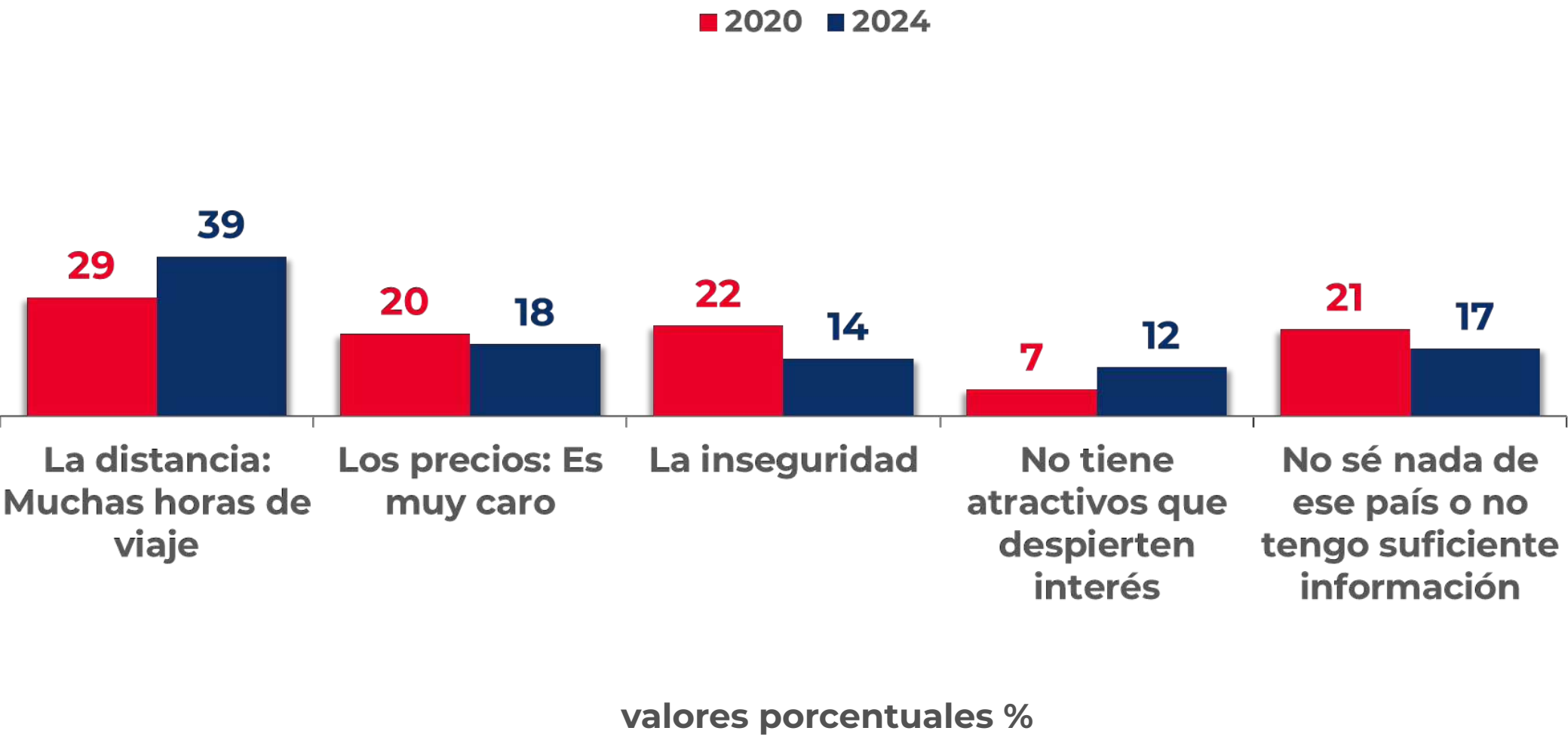


17,5
de los encuestados han visitado
Chile alguna vez

- De **Nueva Delhi**, **Lima** y **Sao Paulo** son los principales encuestados que declaran haber visitado nuestro país.
- En contraparte, **Tokyo**, **Berlín** y **Seúl** son de los mercados que menos afirman habernos visitado.

Evolutivo de barreras turísticas de Chile.

Independiente de si ha visitado o no el país, ¿cuál cree que es la principal barrera para visitar Chile por motivos turísticos?



Chile comienza a ser percibido como un destino **más seguro.**

- Ha **disminuido la sensación de inseguridad**, bajando de un 22% a un 14%.
- Ha aumentado en un 10% la percepción de la distancia en términos de lo que significa las horas de viaje.

Barreras turísticas de Chile por mercados

Independiente de si ha visitado o no el país, ¿cuál cree que es la **principal barrera para visitar Chile** por motivos turísticos?

Mercados que destacan a **Chile** por su **distancia cercana:**
Lima, Sao Paulo y París.

	Total	Ciudad												
		São Paulo	New York	Lima	CDMX	Londres	Madrid	Berlín	Paris	Shanghai	Dubai	Nueva Delhi	Tokio	Seúl
La distancia: Muchas horas de viaje	39	26	32	12	43	41	48	50	31	49	43	46	52	43
Los precios: Es muy caro	18	40	9	29	14	14	15	8	16	23	16	24	9	16
La inseguridad	14	12	17	12	13	13	18	15	21	4	11	11	15	24
No tiene atractivos que despierten interés	12	12	10	38	15	11	11	7	9	9	12	11	3	14
No sé nada de ese país o no tengo suficiente información	17	12	33	11	16	22	10	21	25	16	19	9	23	4

Ciudades destacadas para cada atributo

Ciudades destacadas negativamente para cada atributo

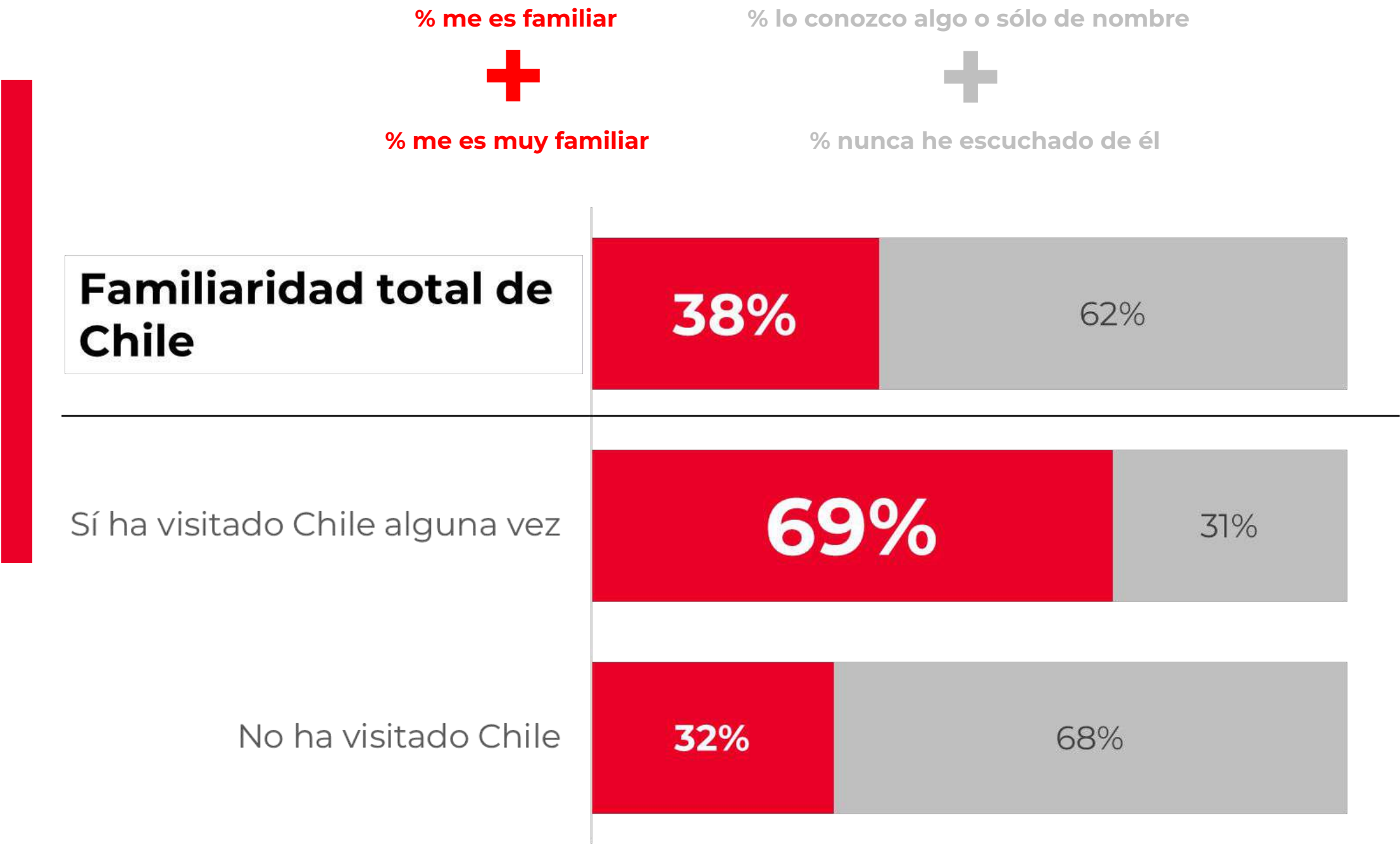
(valores porcentuales %)

- Sin embargo **Lima y Sao Paulo** consideran que **es muy caro**.
- Asimismo, los encuestados **limeños** declaran que nuestro país **no tiene atractivos que despierten interés**.



Familiaridad según visita a Chile

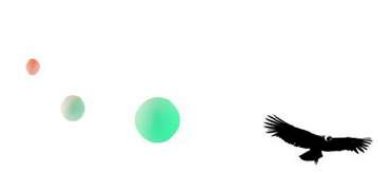
De los siguientes países, por favor indique **cuán familiares** son para usted cada uno de ellos +
¿Ha **visitado** a **Chile**?



38% → 69%

El conocimiento general de Chile casi se duplica entre los encuestados que sí han visitado nuestro país.

■ Sin embargo, tenemos un **desafío**: un **31% de los que sí han visitado Chile** alguna vez se quedaron **con poco o algo de conocimiento** respecto de nuestro país.



Favorabilidad según visita a Chile

Usando una **escala de 1 a 5** , donde **1 es muy desfavorable** y **5 muy favorable**, indique su opinión general acerca de cada uno de los países + ¿Ha **visitado** a **Chile**?.



54% → 77%

La favorabilidad aumenta si se visitó Chile alguna vez.

■ 1 de cada 5 encuestados que sí han visitado nuestro país alguna vez queda con una imagen desfavorable de Chile.



Ficha Técnica

01

Familiaridad y
Favorabilidad

02

Intención de
viaje a LATAM

03

Visita a Chile y
barreras turísticas

04

Atributos
particulares de
Chile

05

Atributos en
perspectiva
comparada

06

Valor de origen
de productos y
servicios

07

Conocimiento y
atributos de
productos

08

Conocimiento de
hitos de Chile

09

Síntesis

10



Atributos de Chile

¿Cuán de **acuerdo o en desacuerdo** está con las siguientes frases respecto a Chile?



valores porcentuales %

■ **Atributos destacables:**

- Naturaleza atractiva.
- Me encantaría viajar a este país.
- Es reconocido por su arte, cultura y patrimonio.
- Exporta productos de calidad.

■ **Atributos de segunda línea:**

- Es confiable.
- Es seguro.
- Exporta servicios de calidad.
- Es estable democráticamente.

■ **Atributo crítico:**

- Es corrupto.



Atributos de Chile 2024 por mercados

¿Cuán **de acuerdo** o **en desacuerdo** está con las siguientes frases respecto a Chile?

	Total	São Paulo	New York	Lima	Ciudad de México	Londres	Madrid	Berlín	París	Shanghai	Dubai	Nueva Delhi	Tokio	Seúl
Tiene una naturaleza atractiva	80	87	70	69	83	85	81	79	73	92	80	92	75	81
Me encantaría viajar a ese país	72	82	65	66	84	78	73	58	65	93	70	89	46	66
Es reconocido por su arte, cultura y patrimonio	70	81	68	51	74	78	65	68	62	91	70	89	55	62
Exporta productos de calidad	67	76	62	69	79	65	65	53	47	91	68	86	50	60
Es confiable	64	77	54	67	80	62	63	45	46	92	68	91	34	56
Es seguro	61	74	53	68	76	63	61	43	45	92	62	84	29	47
Exporta servicios de calidad	61	75	52	68	80	61	56	42	42	94	67	87	30	41
Es estable democráticamente	60	70	48	68	72	62	61	44	48	88	64	85	31	46
Es desigual en ingresos	58	64	44	54	59	63	71	64	63	57	40	70	37	75
Organiza eventos culturales y deportivos internacionales de calidad	58	64	58	65	76	64	51	33	40	90	65	83	35	34
Es estable económicamente	58	69	42	73	75	57	55	40	41	89	64	85	23	40
Es atractivo para hacer inversiones y negocios	57	67	50	67	69	58	52	43	37	90	61	84	28	44
Está comprometido con la sustentabilidad	57	64	51	66	70	58	39	42	39	90	57	88	32	53
Fomenta la innovación y la ciencia	57	60	48	69	74	56	46	47	37	90	64	84	27	39
Es avanzado en igualdad de género	55	65	41	67	75	57	44	35	33	86	63	85	28	41
Es reconocido por su capacidad de observación astronómica	54	57	41	50	61	52	52	47	43	87	56	83	37	42
Es corrupto	45	46	33	45	52	46	47	48	54	31	28	57	28	70

Ciudades destacadas para cada atributo

Ciudades destacadas negativamente para cada atributo

(se grafica sólo % muy de acuerdo + % de acuerdo)

Atributos según visita a Chile

¿Cuán de **acuerdo o en desacuerdo** está con las siguientes frases respecto a Chile?

■ % Muy en desacuerdo + % En desacuerdo
■ % Muy de acuerdo + % De acuerdo

¿Ha visitado a Chile?
(Solo muy de acuerdo + de acuerdo)



(valores porcentuales %)

Valor significativamente mayor entre segmentos, a nivel de confianza del 99%.

Visitar Chile mejora la percepción de sus atributos

■ Sobre todo “es atractivo para hacer inversiones y negocios”, “está comprometido con la sustentabilidad”, “fomenta la innovación y la ciencia” y “es avanzado en igualdad de género”.



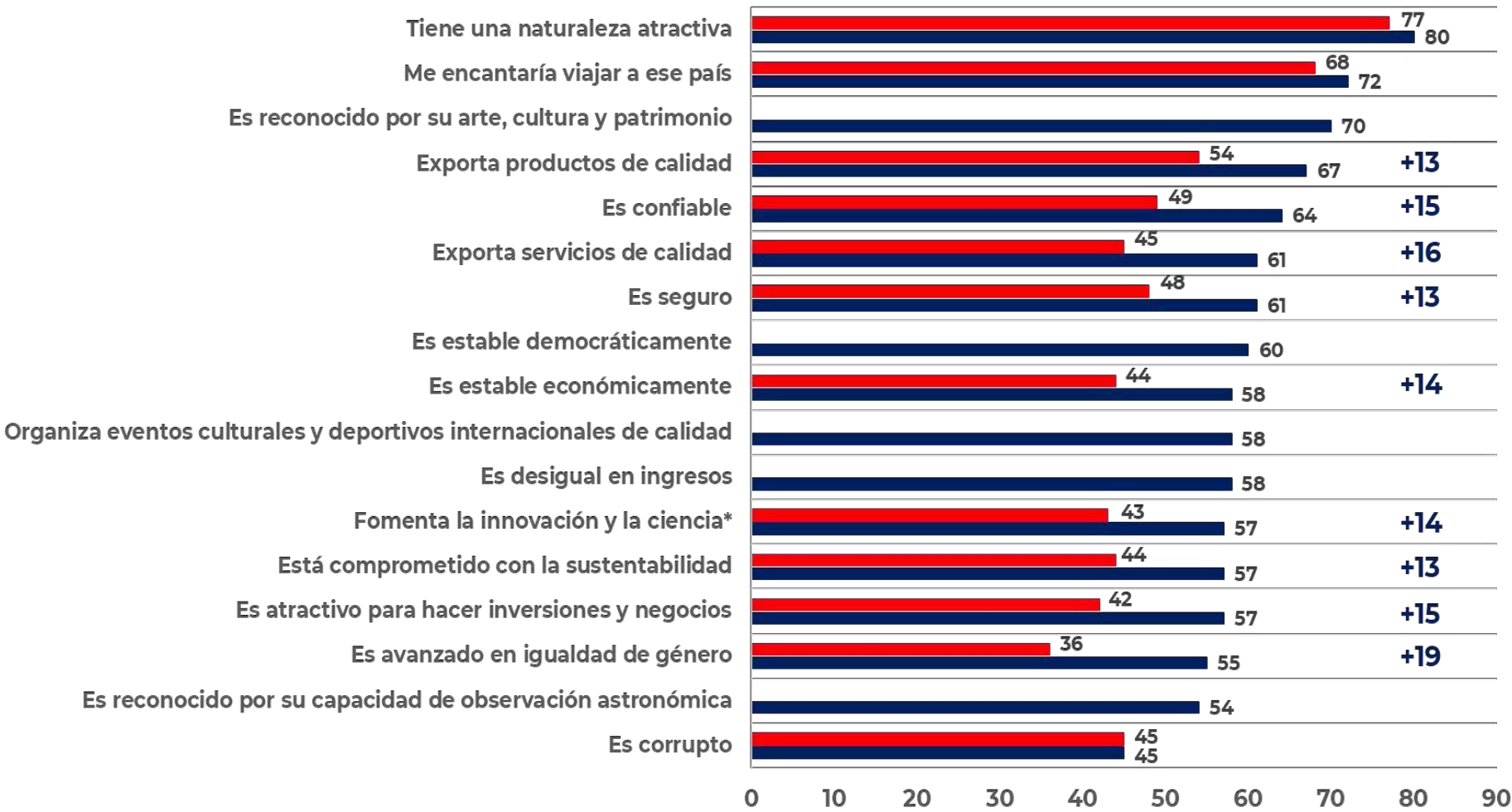
Evolutivo de atributos de Chile

¿Cuán de **acuerdo o en desacuerdo** está con las siguientes frases respecto a Chile?

%

muy de acuerdo + de acuerdo
(sólo respecto de Chile)

■ 2020 ■ 2024



*El año 2020 el atributo era “Invierte en innovación” por lo que su comparación es referencial con el nuevo atributo “Fomenta la innovación y la ciencia”.

ATRIBUTO ESTRELLA:

La calidad de los productos de exportación es el atributo más relevante

- **La calidad de los productos:**
Es un atributo destacable y que se mantiene al alza longitudinalmente.
- **Atributos destacables se consolidan:**
 - Naturaleza atractiva.
 - Me encantaría viajar a este país.
 - Es reconocido por su arte, cultura y patrimonio.
- **Sustentabilidad, Democracia y Diversidad como dimensiones claves:**
 - Estabilidad democrática y económica.
 - Imagen de confianza y atracción para hacer negocios e inversiones.
 - Exportación de servicios de calidad
 - Igualdad de género.
 - Compromiso sustentable, innovador y científico.



Ficha Técnica

01

Familiaridad y
Favorabilidad

02

Intención de
viaje a LATAM

03

Visita a Chile y
barreras turísticas

04

Atributos
particulares de
Chile

05

Atributos en
perspectiva
comparada

06

Valor de origen
de productos y
servicios

07

Conocimiento y
atributos de
productos

08

Conocimiento de
hitos de Chile

09

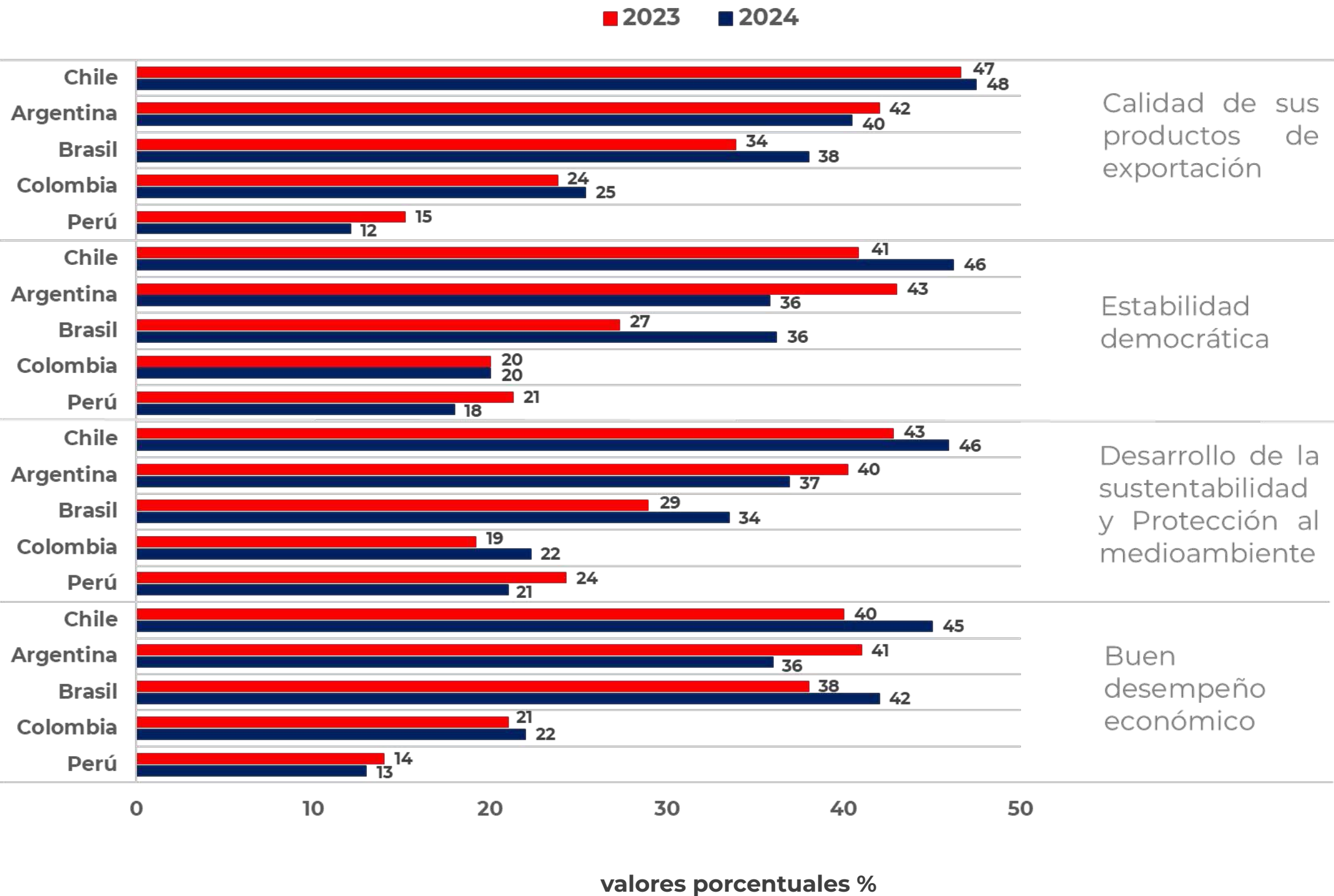
Síntesis

10



Atributos en perspectiva comparada

Por favor elija los **DOS países** que cumplen mejor cada **atributo**.



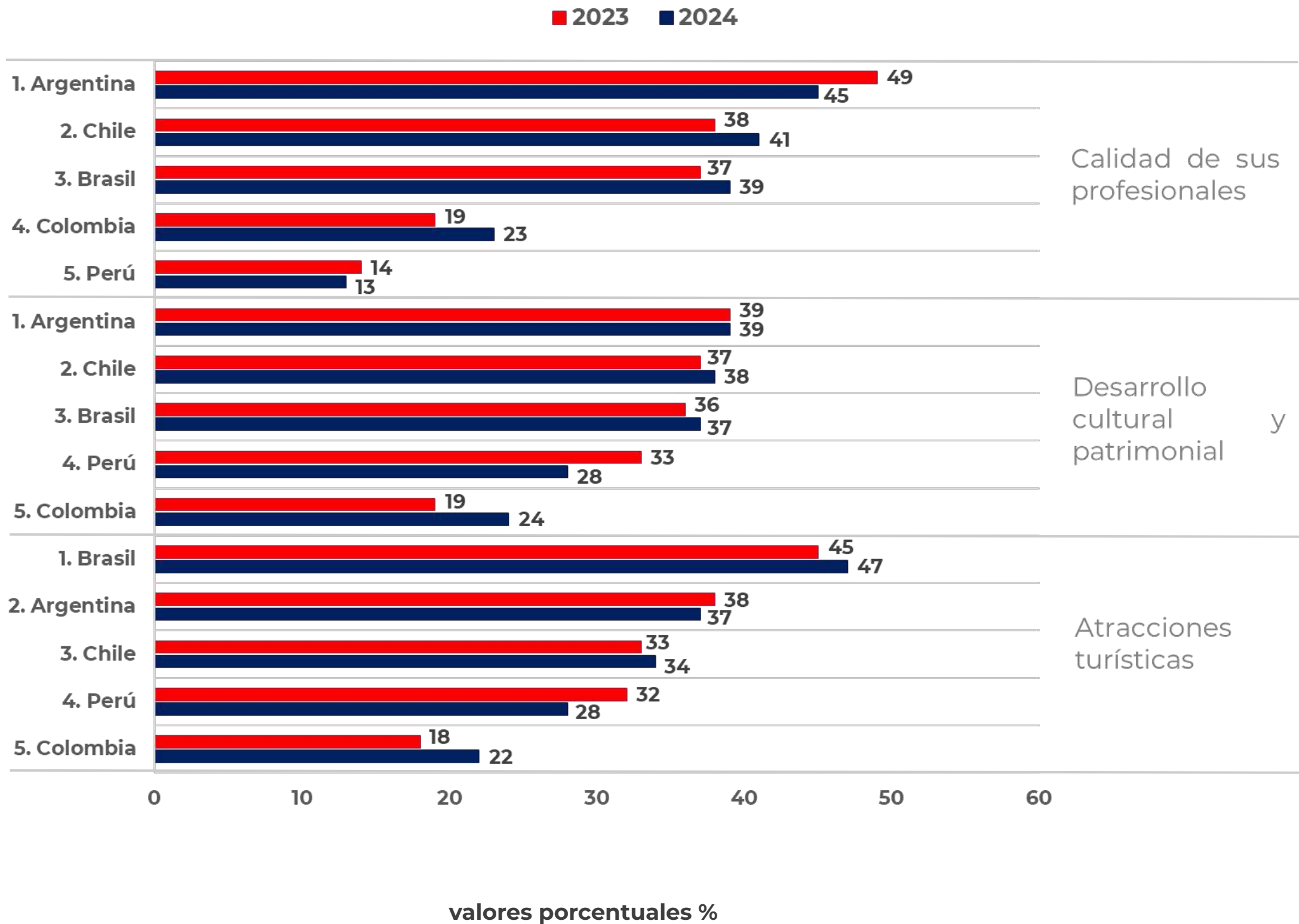
Sustentabilidad, Diversidad y Democracia al alza

- La “calidad de nuestros productos de exportación” y el “desarrollo de la sustentabilidad y protección al medioambiente” son **atributos diferenciadores** que se han consolidado en el tiempo para Chile en perspectiva comparada.
- Tanto la “**estabilidad democrática**” como el “**buen desempeño económico**” son atributos que en el 2024 tomamos la delantera.



Atributos en perspectiva comparada

Por favor elija los **DOS** países que **cumplen** mejor cada **atributo**.



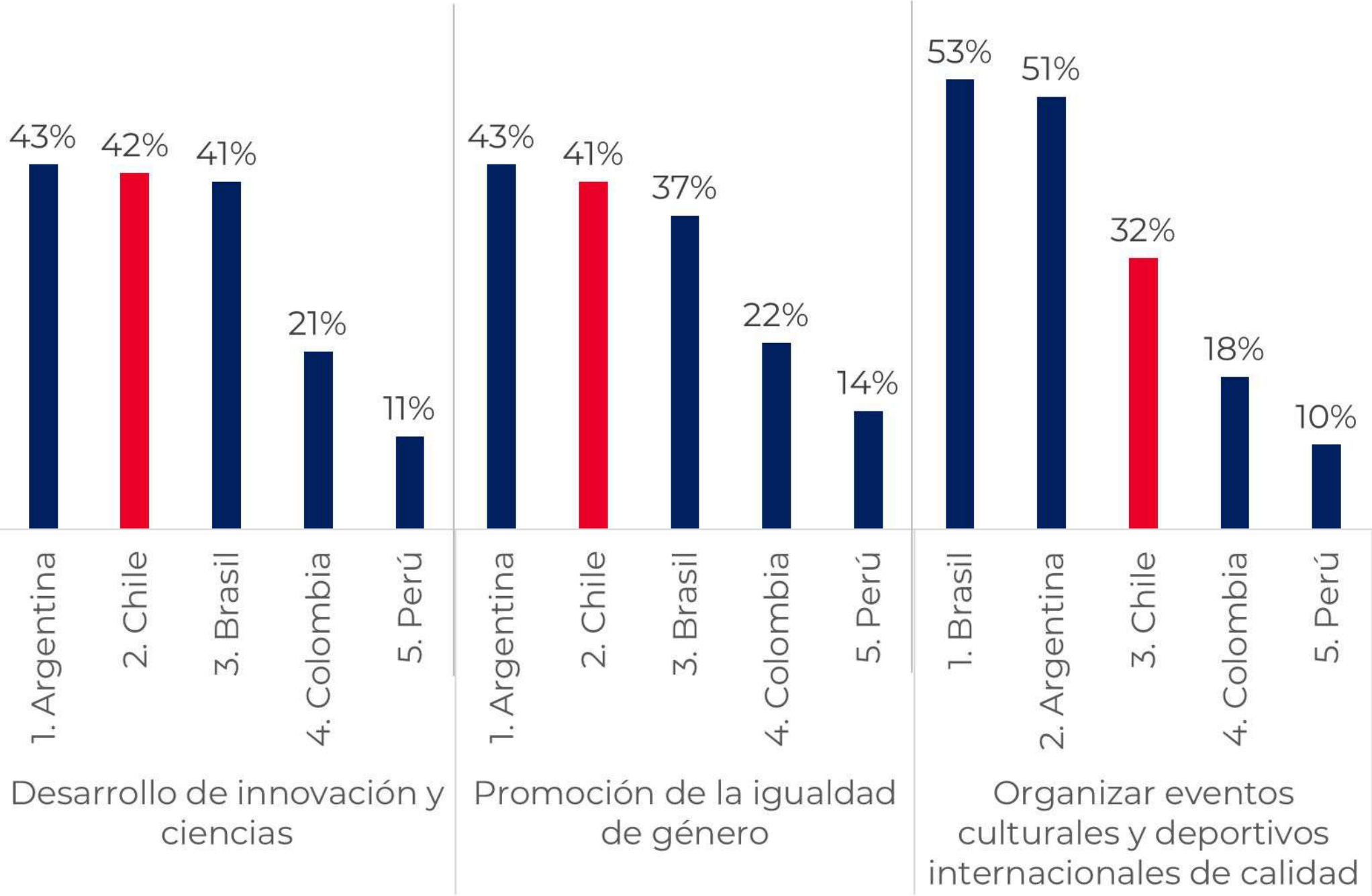
Profesionales de Chile destacan como atributo

■ A pesar de que la “calidad de sus profesionales”, “desarrollo cultural y patrimonial” y “atracciones turísticas” son atributos **posicionados más débilmente** para Chile, hemos logrado mantenernos relativamente estable entre el 2023 y 2024.



Atributos en perspectiva comparada.

Por favor elija los **DOS** países que **cumplen** mejor **cada atributo**.



Atributos preguntados sólo el 2024

Atributos de posicionamiento país para reforzar

- A pesar de que Chile no lidere en el “**desarrollo de innovación y ciencias**” y “**promoción de la igualdad de género**”, son **atributos relevantes** dentro del posicionamiento país en perspectiva comparada.
- En cambio, en lo que respecta a “**organizar eventos culturales y deportivos internacionales de calidad**” tanto Brasil como Argentina son los países vanguardistas en este sentido. Por lo tanto, para nuestro país **es una debilidad**.



Atributos en perspectiva comparada

Por favor, elija **DOS** países que cumplan mejor **cada atributo**

		Total	Ciudad												
			Sao Paulo	New York	Lima	Ciudad de México	Londres	Madrid	Berlín	Paris	Shanghai	Dubai	Nueva Delhi	Tokyo	Seúl
Estabilidad democrática	Chile	46	66	37	50	46	47	55	43	33	65	38	39	39	46
	Brasil	36	-	39	58	44	40	28	28	36	33	51	45	39	33
	Argentina	36	32	52	28	20	41	25	36	38	35	43	42	40	38
	Colombia	20	23	14	24	28	18	16	12	14	36	12	29	19	18
	Perú	18	20	25	-	11	23	20	24	29	13	13	13	23	22
Calidad de sus profesionales	Argentina	45	48	56	52	25	52	49	40	51	40	37	48	46	41
	Chile	41	59	33	37	46	33	48	44	30	64	40	38	25	42
	Brasil	39	-	45	58	47	52	23	37	43	27	47	42	54	38
	Colombia	23	23	21	17	31	17	24	13	13	37	26	33	21	21
	Perú	13	15	15	-	13	17	13	15	14	12	12	9	17	18
Organizar eventos culturales y deportivos internacionales de calidad	Brasil	53	-	58	69	54	59	50	63	64	38	56	49	69	66
	Argentina	51	59	55	55	42	53	51	48	55	42	53	43	56	60
	Chile	32	57	31	25	34	32	31	23	19	52	35	36	19	20
	Colombia	18	19	18	18	29	15	14	9	10	37	12	29	9	11
	Perú	10	11	11	-	9	15	11	4	11	14	9	15	12	9

Ciudades destacadas para cada atributo

Ciudades destacadas negativamente para cada atributo



Atributos en perspectiva comparada

Por favor, elija **DOS** países que cumplan mejor **cada atributo**

		Total	Ciudad												
			Sao Paulo	New York	Lima	Ciudad de México	Londres	Madrid	Berlín	Paris	Shanghai	Dubai	Nueva Delhi	Tokyo	Seúl
Buen desempeño económico	Chile	45	65	38	60	49	36	55	39	29	62	39	31	34	49
	Brasil	42	-	44	66	52	46	30	47	51	25	52	44	50	48
	Argentina	36	30	52	17	24	49	22	35	36	41	42	49	40	29
	Colombia	22	22	20	19	21	21	22	17	19	38	17	31	18	22
	Perú	13	18	16	-	12	14	16	9	18	14	10	12	19	12
Atracciones turísticas	Brasil	47	-	57	77	50	48	46	57	59	31	57	45	48	41
	Argentina	37	46	47	40	28	31	47	31	37	36	44	41	30	27
	Chile	34	55	31	19	29	36	26	28	17	65	38	37	27	39
	Perú	28	30	27	-	27	38	31	32	39	11	16	19	52	43
	Colombia	22	21	13	38	35	25	16	12	16	41	14	26	14	20
Calidad de sus productos de exportación	Chile	48	67	44	39	49	44	44	42	30	70	36	38	52	66
	Argentina	40	50	50	43	30	43	43	43	41	38	41	47	30	30
	Brasil	38	-	38	55	39	39	30	41	47	25	58	44	48	33
	Colombia	25	19	23	30	38	31	26	15	23	31	22	28	21	26
	Perú	12	12	15	-	9	16	17	11	19	16	9	12	14	11

Ciudades destacadas para cada atributo

Ciudades destacadas negativamente para cada atributo



Atributos en perspectiva comparada

Por favor, elija **DOS** países que cumplan mejor **cada atributo**

		Total	Ciudad												
			Sao Paulo	New York	Lima	Ciudad de México	Londres	Madrid	Berlín	Paris	Shanghai	Dubai	Nueva Delhi	Tokyo	Seúl
Desarrollo de sustentabilidad y protección del medioambiente	Chile	46	61	37	38	44	45	48	51	36	68	42	38	39	54
	Argentina	37	37	46	34	29	42	30	33	33	45	47	42	34	30
	Brasil	34	-	37	60	48	34	23	25	29	25	44	44	41	28
	Colombia	22	22	26	28	23	22	25	12	18	32	13	33	19	21
	Perú	21	23	27	-	16	24	23	23	39	13	13	13	30	32
Desarrollo de innovación y ciencias	Argentina	43	35	54	34	30	50	45	47	45	37	47	50	43	42
	Chile	42	62	37	42	46	39	49	40	27	63	39	36	29	37
	Brasil	41	-	42	69	48	42	31	37	51	30	47	38	56	46
	Colombia	21	24	21	17	26	22	15	13	18	37	15	33	19	21
	Perú	11	14	13	-	7	18	10	9	12	15	12	11	11	14
Desarrollo cultural y patrimonial	Argentina	39	44	46	50	29	38	44	33	39	43	46	41	24	28
	Chile	38	56	39	28	35	41	38	41	21	54	37	36	34	42
	Brasil	37	-	37	60	41	39	32	34	48	30	53	47	32	27
	Perú	28	27	29	-	27	31	32	37	33	18	13	16	56	53
	Colombia	24	23	23	26	34	27	17	13	21	40	15	30	21	19
Promoción de la igualdad de género	Argentina	43	44	47	48	29	42	45	36	43	44	42	46	45	48
	Chile	41	51	34	44	39	40	47	45	28	61	43	36	33	36
	Brasil	37	-	46	52	43	47	22	34	41	26	51	38	46	42
	Colombia	22	24	17	17	35	23	18	16	18	39	14	32	19	18
	Perú	14	18	19	-	11	16	15	14	21	15	9	15	18	10

Ciudades destacadas para cada atributo

Ciudades destacadas negativamente para cada atributo



Ficha Técnica

01

Familiaridad y
Favorabilidad

02

Intención de
viaje a LATAM

03

Visita a Chile y
barreras turísticas

04

Atributos
particulares de
Chile

05

Atributos en
perspectiva
comparada

06

Valor de origen
de productos y
servicios

07

Conocimiento y
atributos de
productos

08

Conocimiento de
hitos de Chile

09

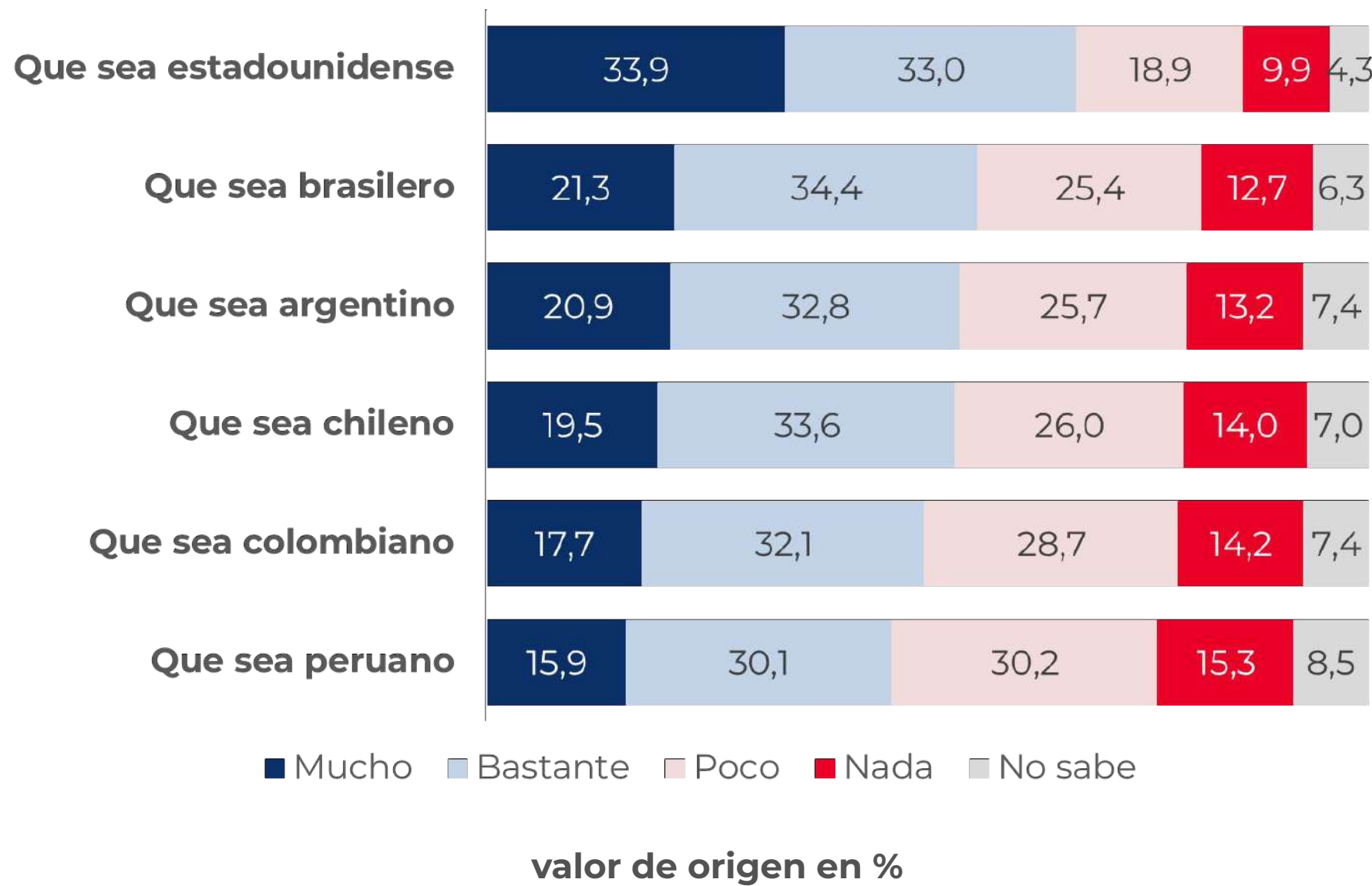
Síntesis

10



Valor de origen de productos y servicios

Al momento de tomar una **decisión de consumo** de un producto o de contratar un servicio, **¿qué tan valorable** es que éste sea **originario** de **los siguientes países?**



Productos chilenos
3º en las preferencias de consumo.

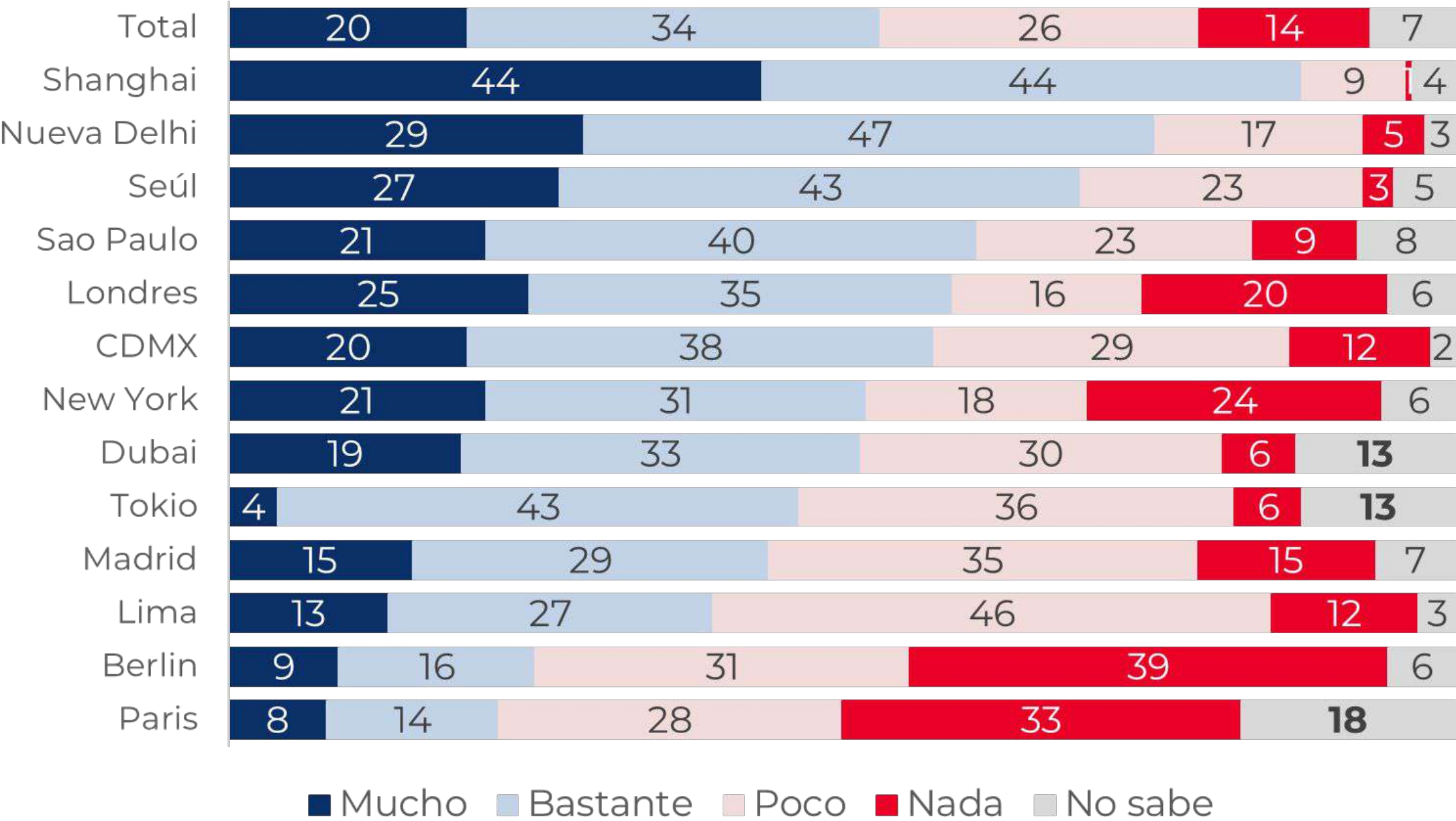
- El valor de origen de productos o servicio lo lidera EE.UU y luego Brasil.
- El producto de origen **chileno se posiciona relativamente en tercer lugar** junto con Argentina.

Nota técnica: No se les pregunta a los encuestados por su país de origen.



Valor de origen chileno por mercados

Al momento de tomar una **decisión de consumo** de un producto o de contratar un servicio, **¿qué tan valorable** es que éste sea originario de los siguientes países? **Que sea chileno.**



valor de origen en %

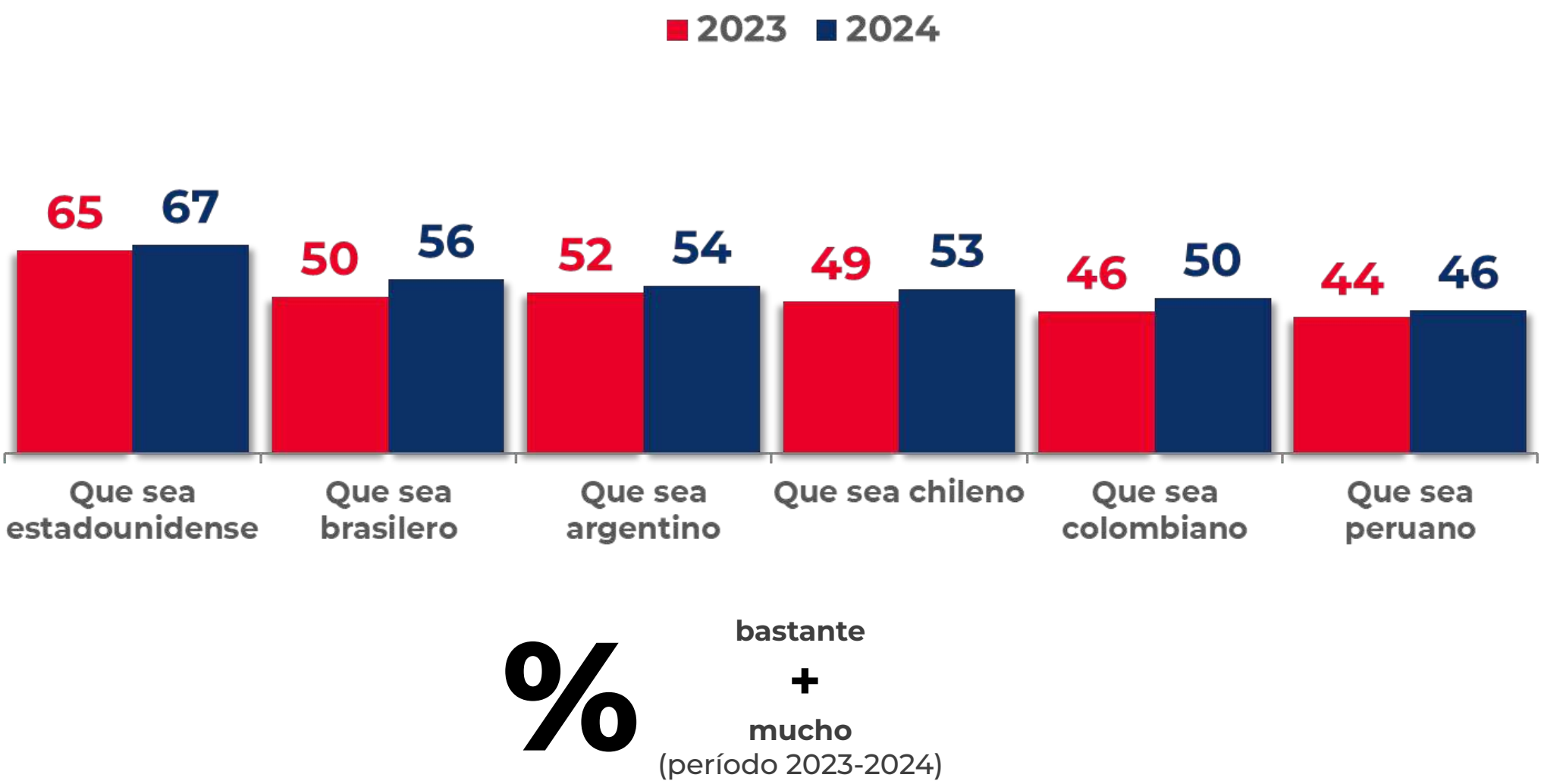
Shanghai, Nueva Delhi y Seúl: los **mercados** que **más valoran** el origen chileno.

■ **Tokio, Dubai y París** son los lugares en donde tenemos **más oportunidades** de **posicionamiento** del valor de origen, dado los altos porcentajes de encuestados que declaran **no saber**.



Evolutivo valor de origen

Al momento de **tomar una decisión de consumo** de un producto o de contratar un servicio, **¿qué tan valorable es que éste sea originario de los siguientes países?**



La **valoración** de los productos de **origen chileno** ha aumentado en relación con el 2023

- Todos los países preguntados en cuanto al valor de origen de productos y servicios han tenido un aumento entre el 2023 y 2024.
- Sólo destaca **Brasil, Chile y Colombia** en cuanto a la variación interanual.

Nota técnica: No se les pregunta a los encuestados por su país de origen.



Ficha Técnica

01

Familiaridad y
Favorabilidad

02

Intención de
viaje a LATAM

03

Visita a Chile y
barreras turísticas

04

Atributos
particulares de
Chile

05

Atributos en
perspectiva
comparada

06

Valor de origen
de productos y
servicios

07

Conocimiento y
atributos de
productos

08

Conocimiento de
hitos de Chile

09

Síntesis

10

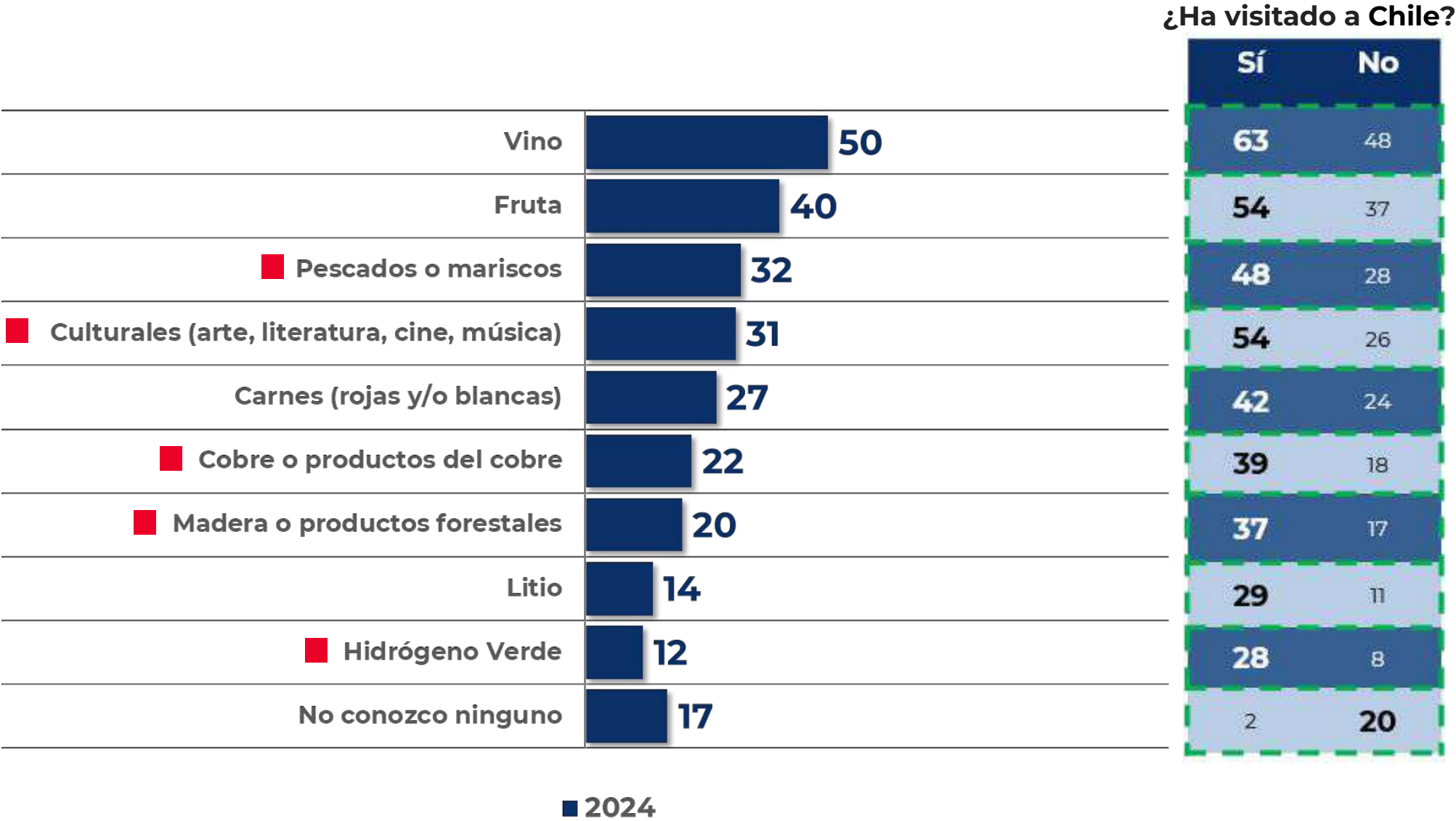


Conocimiento de productos chilenos según visita a Chile

¿Conoce productos de **origen chileno**? ¿Cuáles? Por favor marque **todos los que conozca +**
¿Ha visitado Chile?

El conocimiento de los **productos chilenos** aumenta cuando hay una visita a nuestro país.

Las mayores brechas de conocimiento según ha visitado o no nuestro país están en: **Productos culturales; cobre; madera; pescados o mariscos; hidrógeno verde.**

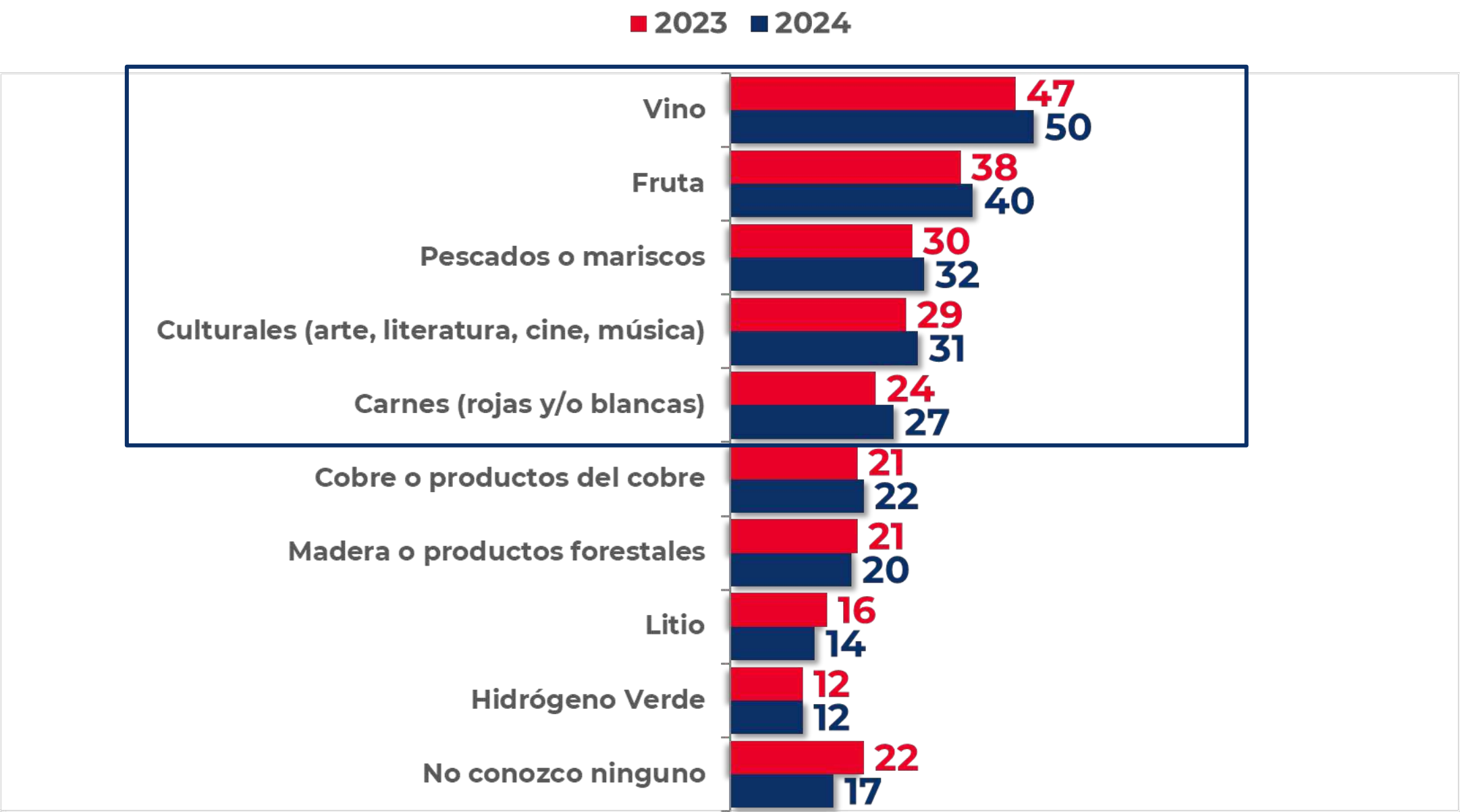


Valor significativamente mayor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.



Evolutivo de conocimiento de productos chilenos

¿Conoce productos de **origen chileno**? ¿Cuáles? Por favor marque **todos los que conozca**.



(valores porcentuales %)

Los **productos** de origen **chileno** **mantienen** su posición en el listado en relación con el 2023

- Destaca tanto el **vino**, la **fruta**, **pescados o mariscos**, **productos culturales** y las **carnes rojas y/o blancas**.
- Sin embargo, falta mayor posicionamiento con productos que están relacionados con la **Sustentabilidad**.



Conocimiento de productos chilenos por mercados

¿Conoce productos de origen chileno? ¿Cuáles?
Por favor marque todos los que conozca.

	Total	Mercados												
		São Paulo	New York	Lima	CDMX	Londres	Madrid	Berlín	Paris	Shanghai	Dubai	Nueva Delhi	Tokio	Seúl
Vino	50	74	44	61	61	57	30	47	39	49	22	46	62	64
Fruta	40	34	36	58	31	41	30	31	26	73	46	50	20	50
Pescados o mariscos	32	38	40	18	32	27	28	21	16	47	35	47	29	35
Culturales (arte, literatura)	31	42	28	41	36	36	33	28	31	35	25	46	9	16
Carnes (rojas y/o blancas)	27	27	27	12	28	31	24	18	28	41	32	36	11	38
Cobre o productos del cobre	22	19	21	28	16	28	20	23	15	19	26	36	11	20
Madera o productos forestales	20	14	20	20	15	26	17	17	15	27	25	45	9	15
Litio	14	9	13	15	12	15	12	18	11	14	15	30	7	18
Hidrógeno verde	12	13	11	9	8	19	7	9	8	17	13	33	5	6
No conozco ninguno	17	11	21	13	15	14	29	28	31	2	23	8	21	8

El cobre:
transversalmente conocido por
nuestros mercados prioritarios.

■ En contraparte, en los mercados de **Europa** -
menos Londres - **falta mayor posicionamiento**
general de los productos de origen chileno.

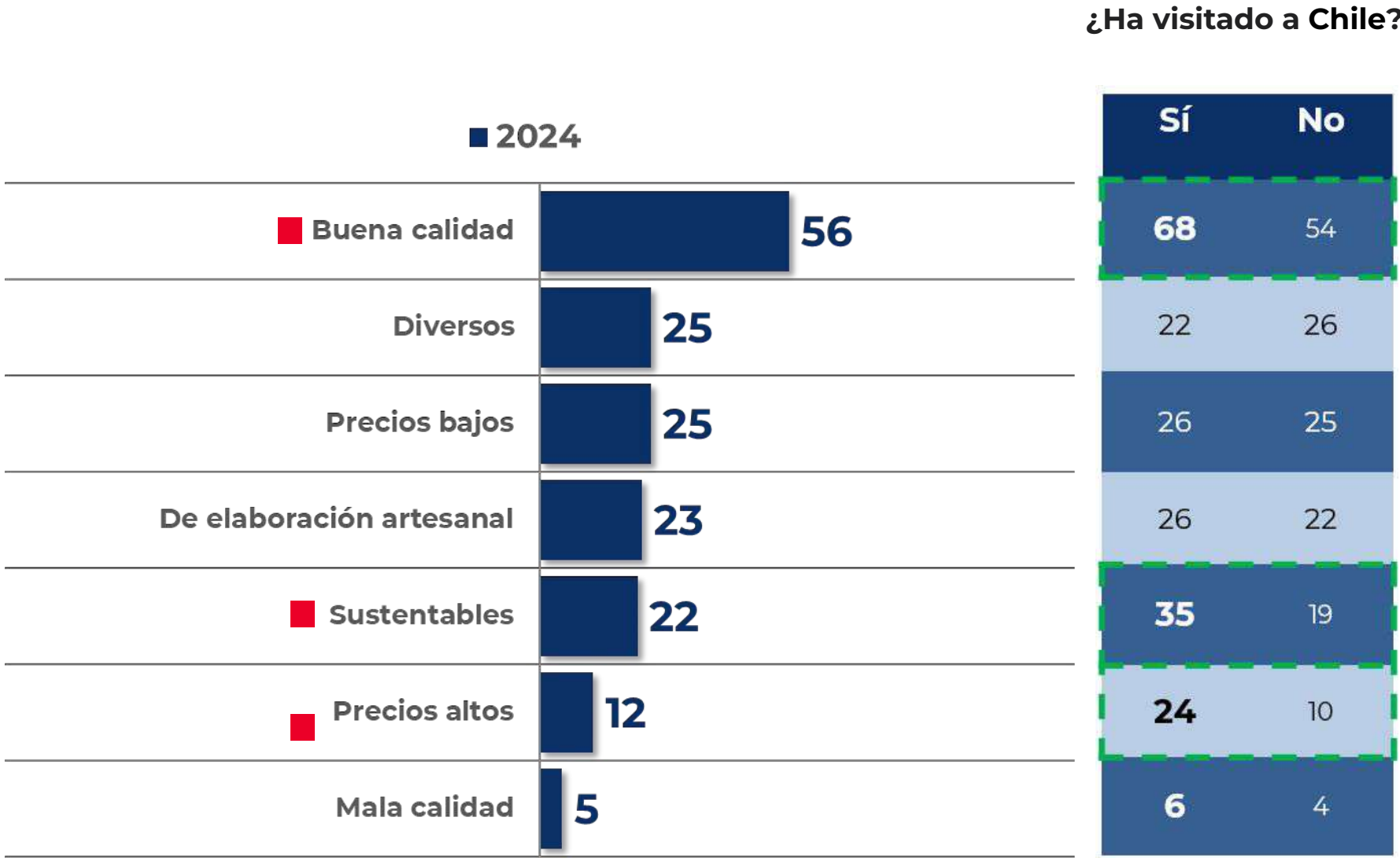


valores porcentuales %



Atributos de productos chilenos según visita a Chile

¿Con qué **atributos** asocia a los **productos chilenos**? Respuesta Múltiple +
¿Ha visitado **Chile**?



Buena Calidad es el principal atributo que asocian a los productos chilenos

- Mayor será la asociación de buena calidad si es que han visitado a Chile.
- Lo mismo ocurre con “Sustentables” y “Precios altos”.

(valores porcentuales %)

Valor significativamente mayor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.



Evolutivo de atributos de productos chilenos

¿Con qué **atributos** asocia a los **productos chilenos**? Respuesta Múltiple



Buena Calidad se mantiene como el atributo principal de los productos chilenos.

- **“Diversos”** y **“sustentables”** son las características que más crecimiento han mostrado en el tiempo.
- **“Precios bajos”** es el atributo que ha mostrado mayor tendencia a la baja.



Ficha Técnica

01

Familiaridad y
Favorabilidad

02

Intención de
viaje a LATAM

03

Visita a Chile y
barreras turísticas

04

Atributos
particulares de
Chile

05

Atributos en
perspectiva
comparada

06

Valor de origen
de productos y
servicios

07

Conocimiento y
atributos de
productos

08

Conocimiento de
hitos de Chile

09

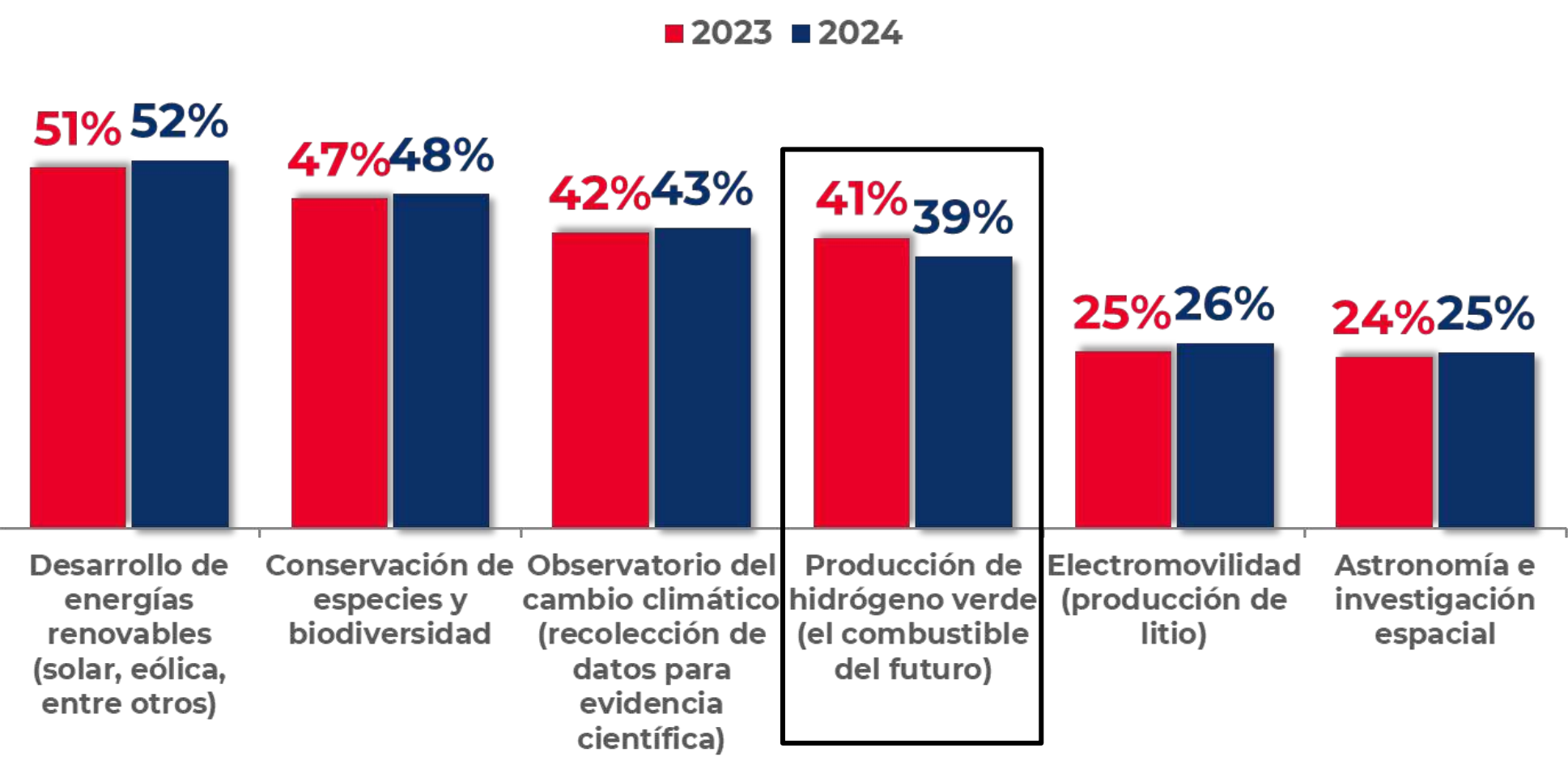
Síntesis

10



Conocimiento de hitos de Chile

Considerando el siguiente listado de **iniciativas que está realizando Chile** en la actualidad, **¿cuáles son las 3 que considera más relevantes?**



Nos hemos mantenido relativamente estable en el tiempo en el conocimiento de hitos

■ La producción del **hidrógeno verde** es la única que mostró una **variación negativa** interanualmente (41% a 39%).



Conocimiento de hitos de Chile.

Considerando el siguiente listado de **iniciativas que está realizando Chile** en la actualidad, **¿cuáles son las 3 que considera más relevantes?**

		Desarrollo de energías renovables (solar, eólica, entre otros)	Conservación de especies y biodiversidad	Observatorio del cambio climático (recolección de datos para evidencia científica)	Producción de hidrógeno verde (el combustible del futuro)	Electromovilidad (producción de litio)	Astronomía e investigación espacial
Mercado	Total	52	48	43	39	26	25
	Sao Paulo	52	48	49	37	19	21
	New York	58	49	54	47	25	20
	Lima	61	45	43	34	31	25
	CDMX	56	47	38	34	25	28
	Londres	53	53	51	41	25	23
	Madrid	50	53	40	39	19	29
	Berlín	51	56	20	43	19	20
	Paris	52	53	44	38	20	15
	Shanghai	53	52	51	43	27	35
	Dubai	48	37	32	37	32	24
	Nueva Delhi	46	40	53	51	35	27
	Tokio	50	38	43	27	28	41
	Seúl	54	52	41	36	41	19



Valores porcentuales %

Nuestro hito destacado: Desarrollo de energías renovables

- El “desarrollo de energías renovables” es un **hito transversalmente destacado**, sobre todo en Lima.
- **Tokio** es un mercado en donde **menos se conocen nuestras iniciativas**, más aún en lo referido a “Conservación de especies y biodiversidad”.



Conocimiento de hitos de Chile.

Considerando el siguiente listado de **iniciativas que está realizando Chile** en la actualidad, **¿cuáles son las 3 que considera más relevantes?**

		Desarrollo de energías renovables (solar, eólica, entre otros)	Conservación de especies y biodiversidad	Observatorio del cambio climático (recolección de datos para evidencia científica)	Producción de hidrógeno verde (el combustible del futuro)	Electromovilidad (producción de litio)	Astronomía e investigación espacial
Mercado	Total	52	48	43	39	26	25
	Sao Paulo	52	48	49	37	19	21
	New York	58	49	54	47	25	20
	Lima	61	45	43	34	31	25
	CDMX	56	47	38	34	25	28
	Londres	53	53	51	41	25	23
	Madrid	50	53	40	39	19	29
	Berlín	51	56	20	43	19	20
	Paris	52	53	44	38	20	15
	Shanghai	53	52	51	43	27	35
	Dubai	48	37	32	37	32	24
	Nueva Delhi	46	40	53	51	35	27
	Tokio	50	38	43	27	28	41
	Seúl	54	52	41	36	41	19

Ciudades destacadas para cada hito

Ciudades destacadas negativamente para cada hito

Valores porcentuales %

Nuestro hito destacado: Desarrollo de energías renovables

- El “desarrollo de energías renovables” es un **hito transversalmente destacado**, sobre todo en Lima.
- **Tokio** es un mercado en donde **menos se conocen nuestras iniciativas**, más aún en lo referido a “Conservación de especies y biodiversidad”.



Ficha Técnica

01

Familiaridad y
Favorabilidad

02

Intención de
viaje a LATAM

03

Visita a Chile y
barreras turísticas

04

Atributos
particulares de
Chile

05

Atributos en
perspectiva
comparada

06

Valor de origen
de productos y
servicios

07

Conocimiento y
atributos de
productos

08

Valoración de
hitos de Chile

09

Síntesis

10



FAMILIARIDAD Y FAVORABILIDAD EN SU MAYOR NIVEL

- Alcanzamos al **máximo nivel de conocimiento y posicionamiento** de la Imagen de Chile.
- Se **destaca la evaluación de Chile en perspectiva comparada** en términos de nuestro crecimiento sólido y consistente en el tiempo.
- Mientras más nos conozcan, mayor será nuestra **evaluación positiva**.
- Todos los **atributos** que se midieron tanto el 2020 como el 2024 tuvieron un **aumento en el transcurso del tiempo**.
- La **calidad de nuestros productos** de exportación es nuestra característica de posicionamiento estrella.
- **En perspectiva comparada** destacamos en aspectos vinculados a nuestro macro relato:
 - Democracia
 - Diversidad
 - Sustentabilidad.
- Tanto **el vino, la fruta y pescados o mariscos** se mantienen como los productos mejor posicionados entre el 2023 y 2024.
- Uno de los desafíos actuales está en el posicionamiento de productos que tienen directa relación con la **sustentabilidad**.
- Al consultar sobre intención de viaje, el 52% de los encuestados afirmó tener referencias de Chile y les gustaría visitarlo dentro de los próximo 5 años o en alguna ocasión.
- Chile es el país que **más ha aumentado como intención de destino turístico entre el 2020 y 2024**.



IMAGEN DE CHILE VISTA POR NUESTROS MERCADOS

- Tanto en la familiaridad como favorabilidad **destacan los siguientes mercados:**
 1. Shanghai
 2. Nueva Delhi
 3. Dubai
 4. Sao Paulo
 5. CDMX
 6. Lima
- El caso de Nueva Delhi es especial, porque ha ido en descenso en la favorabilidad evolutivamente hablando.
- El caso de Lima según los datos 2024 indica que la tasa de conversión de conocimiento en evaluación es baja en comparación a otros mercados.
- Tokio y Seúl obtuvimos bajos porcentajes de evaluación de nuestra imagen país.
- En cuanto al conocimiento de nuestros productos de exportación **necesitamos poner foco en el bloque europeo** (Madrid, París, Berlín), NYC, Tokio y Seúl.



ESTE MATERIAL ES PROPIEDAD EXCLUSIVA DE LA FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE. QUEDA PROHIBIDA SU DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN PÚBLICA SIN AUTORIZACIÓN DE LA FUNDACIÓN.

Estudio Longitudinal 2024

Fundación Imagen de Chile

