



Anholt NBI Chile 2024

Fundación Imagen de Chile



Contexto Anholt
NBI

01

Ránking Global
Anholt NBI

02

Motivos del aumento
en Ránking Anholt NBI

03

Familiaridad,
Favorabilidad y
Atributos de Chile

04

Imagen de Chile en
China

05

Conclusiones

06



Contexto Anholt
NBI

01

Ránking Global
Anholt NBI

02

Motivos del aumento
en Ránking Anholt NBI

03

Familiaridad,
Favorabilidad y
Atributos de Chile

04

Imagen de Chile en
China

05

Conclusiones

06

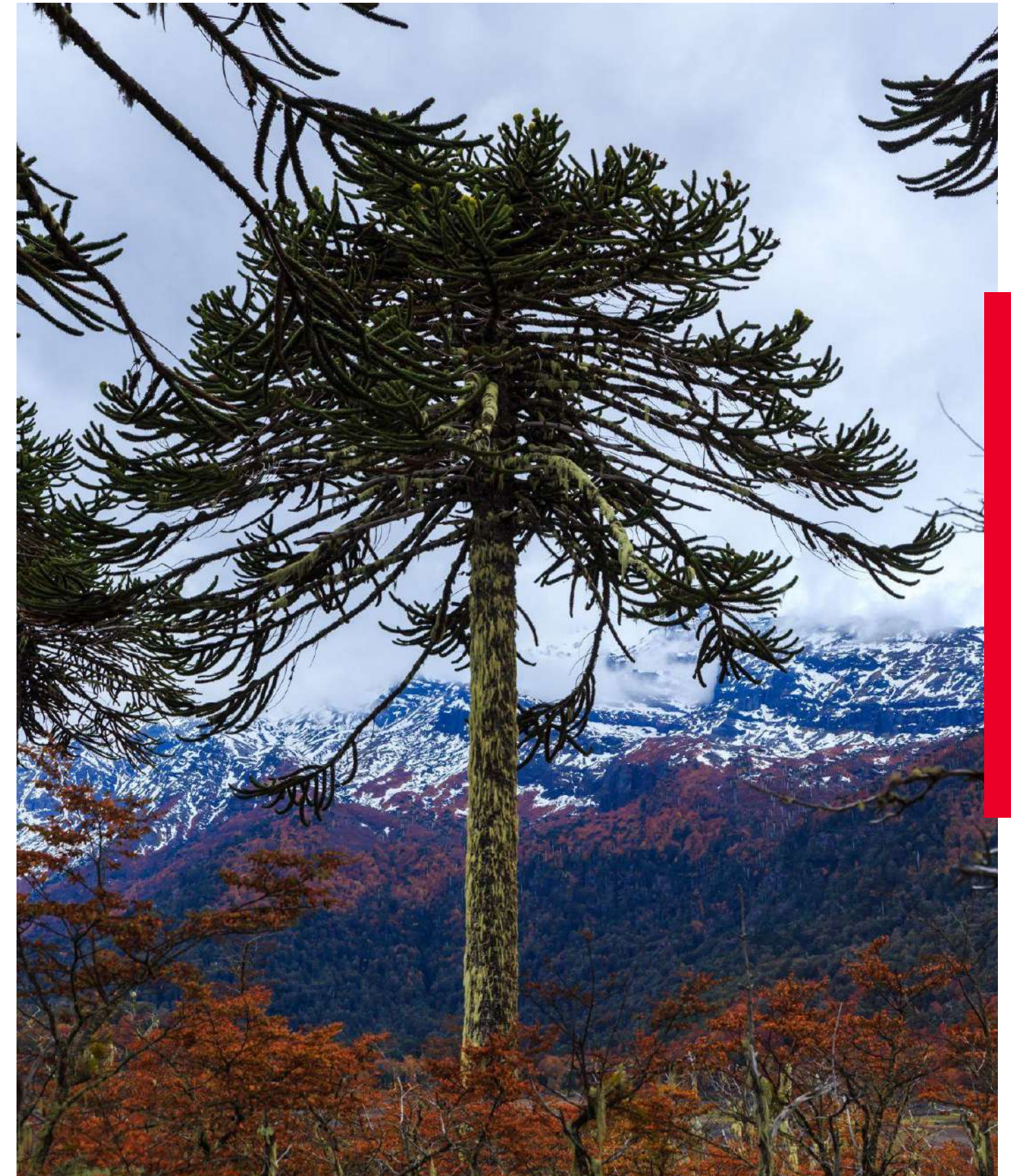


Estudio **Anholt NBI 2024**

Anholt Nation Brands Index es un estudio anual de **Imagen de Marca País**, diseñado por la consultora internacional Anholt & Co desde el 2005, y llevado a cabo por la empresa IPSOS, a través de una encuesta online, dirigida a población general de **20 países** que **evalúan** a un total de **50 naciones**.

La última contratación del NBI por Imagen de Chile, anterior a 2024, fue en 2018.

El estudio es mundialmente considerado la mejor referencia de valor de la marca de un país en relación a otros, mediante la entrega **indicadores comparables** y datos que permiten identificar las **fortalezas** y **debilidades** de cada nación, en las **dimensiones** y en los **atributos** consultados.

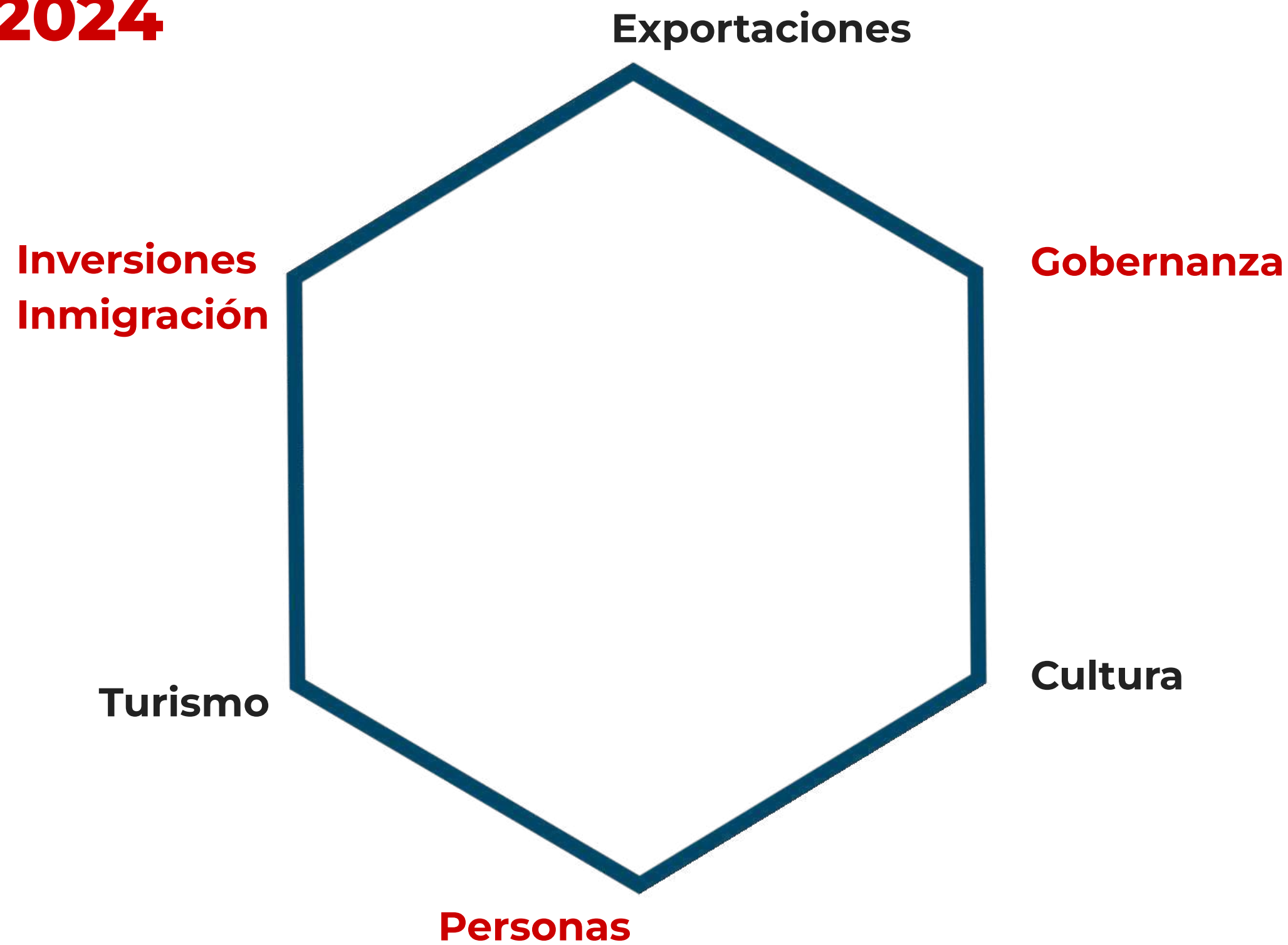




Estudio **Anholt NBI 2024**

La base del **indicador global de Marca País** (*Anholt Nation Brands Index*) está en la evaluación, para cada país, de **23 atributos que se agrupan en 6 dimensiones**.

La representación gráfica de esta metodología se denomina **“El Hexágono de Anholt”**.





Estudio **Anholt NBI 2024**

EXPORTACIONES



1. Importante contribución a la innovación en **ciencia y tecnología**.
2. Efecto país sobre la **intención de compra** de un producto.
3. Lugar **creativo**, con ideas vanguardistas y nuevas formas de pensamiento.

GOBERNANZA



1. **Competente y honestamente gobernado.**
2. Respeta los **derechos de sus ciudadanos** y los trata **con justicia**.
3. Se comporta **responsablemente** en la **paz y seguridad** internacional.
4. Se comporta **responsablemente** para proteger **el medioambiente**.
5. Se comporta **responsablemente** para ayudar a **reducir la pobreza en el mundo**.

CULTURA



1. Excelencia **deportiva**.
2. Riqueza **patrimonial**.
3. Interesante **cultura contemporánea**, como la música, el cine, el arte y la literatura.



Estudio **Anholt NBI 2024**

PERSONAS



1. Gente **acogedora**.
2. Tendría como **amigo cercano** a una persona de ese país.
3. Disposición a **contratar gente bien calificada** de ese país.

TURISMO



1. **Visitaría** el país si el **dinero no fuera obstáculo**.
2. Rico en **bellezas naturales**.
3. Rico en **edificios históricos y monumentos**.
4. Vibrante **vida de ciudad** y **atracciones urbanas**.

INVERSIONES / INMIGRACIÓN



1. **Voluntad de vivir y trabajar** durante un período prolongado.
2. Lugar con **alta calidad de vida**.
3. Buen lugar para **obtener cualificaciones educativas**.
4. Tiene empresas comprometedoras para **invertir**.
5. Se preocupa de la **igualdad de la sociedad**.

Ficha Técnica

Anholt Nation Brands Index 2024 es un estudio que realiza encuestas en **20 países de altos ingresos y medios**, seleccionados por su rol en las relaciones internacionales, comercio y actividades culturales y artísticas.

Las **naciones** de LATAM **evaluadas globalmente** en la versión 2024, son **Argentina, Brasil, México, Chile y Perú.**





Muestra

La muestra incluye **2.020 encuestas** por país evaluador, y un total de **40.400 cuestionarios** aplicados.

Para el caso específico de **Chile**, se realizaron **10.698** encuestas a nivel global

Los encuestados son **mayores de 18 años conectados a internet*** y los datos se ponderan para reflejar características sociológicas como **edad** y **género**.

Región	País Evaluador
Europa Occidental / Norteamérica	Alemania
	UK
	Francia
	Italia
	Suecia
	EE.UU
	Canadá
Europa Central y del Este	Polonia
	Turquía
	Rusia

Región	País Evaluador
Asia/Pacífico	Japón
	China
	India
	Corea del Sur
	Australia
LATAM	Argentina
	Brasil
	México
Medio Oriente/África	Arabia Saudita
	Sudáfrica

*Los encuestados con acceso a internet tienden a pertenecer a un perfil socioeconómico medio-alto, ya que el acceso a la tecnología está asociada a mayores ingresos y niveles de educación.





Contexto Anholt
NBI

01

Ránking Global
Anholt NBI

02

Motivos del aumento
en Ránking Anholt NBI

03

Familiaridad,
Favorabilidad y
Atributos de Chile

04

Imagen de Chile en
China

05

Conclusiones

06

Ránking Anholt NBI 2023 - 2024

Chile subió 3 puestos en el ránking global entre el 2023 y 2024.

Nación	Rank NBI 2023	Rank NBI 2024		Nación	Rank NBI 2023	Rank NBI 2024		Nación	Rank NBI 2023	Rank NBI 2024		Nación	Rank NBI 2023	Rank NBI 2024		Nación	Rank NBI 2023	Rank NBI 2024
Japón	1°	1°		España	11°	11°		Islandia	22°	21°		Argentina	29°	31°		Sudáfrica	42°	41°
Alemania	2°	2°		Noruega	12°	12°		Portugal	20°	22°		Chequia	30°	32°		Indonesia	44°	42°
Italia	5°	3°		Países Bajos	13°	13°		Gales	23°	23°		México	34°	33°		Emiratos Árabes Unidos	45°	43°
Suiza	7°	4°		Nueva Zelanda	14°	14°		Corea del Sur	24°	24°		Eslovaquia	35°	34°		India	38°	44°
UK	4°	5°		Escocia	16°	15°		Irlanda del Norte	25°	25°		Estonia	-	35°		Arabia Saudita	54°	45°
Canadá	3°	6°		Finlandia	15°	16°		Singapur	26°	26°		Turquía	-	36°		Rusia	59°	46°
EE.UU	6°	7°		Austria	17°	17°		Brasil	27°	27°		Egipto	36°	37°		Ucrania	57°	47°
Sueca	10°	8°		Irlanda	18°	18°		Polonia	28°	28°		Chile	41°	38°		Kenia	56°	48°
Australia	9°	9°		Bélgica	19°	19°		Taiwán	32°	29°		Perú	39°	39°		Israel	46°	49°
Francia	8°	10°		Grecia	21°	20°		China	31°	30°		Rumania	43°	40°		Palestina	-	50°



Contexto Anholt
NBI

01

Ránking Global
Anholt NBI

02

Motivos del aumento
en Ránking Anholt NBI

03

Familiaridad,
Favorabilidad y
Atributos de Chile

04

Imagen de Chile en
China

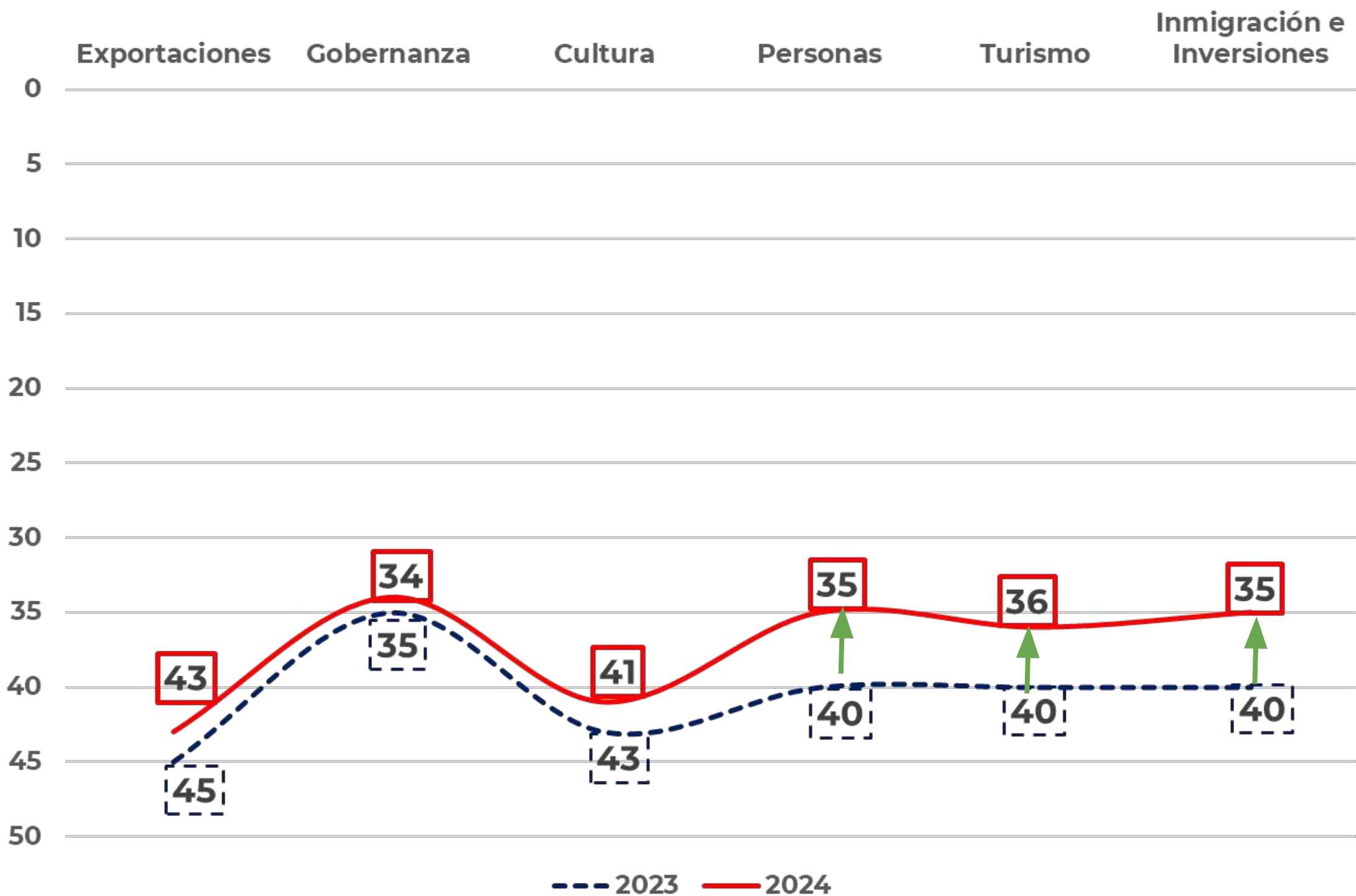
05

Conclusiones

06



Desempeño **evolutivo** en el ránking de **Chile** según dimensiones NBI

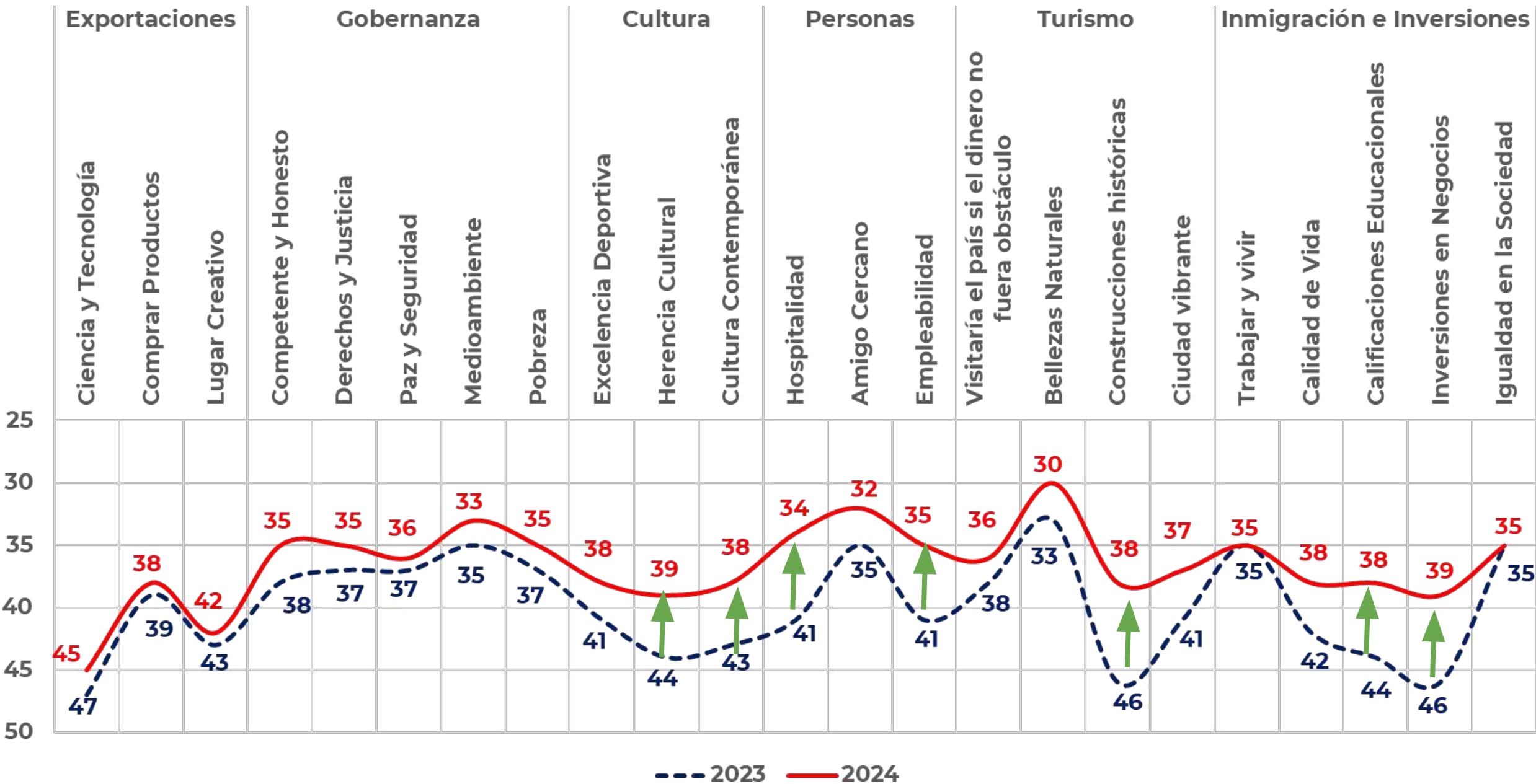


Chile ha mejorado en todas las **dimensiones** del **NBI** entre el 2023 y 2024.

- Subimos **5 puestos** en:
 - 1) Personas
 - 2) Inmigración e inversiones
- Escalamos **4 puestos** en:
 - 1) Turismo
- Subimos **2 puestos** en:
 - 1) Exportaciones
 - 2) Cultura
- Escalamos **1 puesto** en:
 - 1) Gobernanza



Desempeño evolutivo en el ránking de Chile según atributos de dimensiones NBI



Chile ha mejorado en la mayoría de los indicadores del NBI entre el 2023 y 2024.

- Destacamos en:
 - 1) Construcciones históricas (+8)
 - 2) Inversiones (+7 puestos)
 - 3) Calificaciones Educativas (+6)
 - 4) Empleabilidad (+6)
 - 5) Hospitalidad (+5)
 - 6) Cultura Contemporánea (+5)
 - 7) Herencia Cultural (+5)



Contexto Anholt
NBI

01

Ránking Global
Anholt NBI

02

Motivos del aumento
en Ránking Anholt NBI

03

Familiaridad,
Favorabilidad y
Atributos de Chile

04

Imagen de Chile en
China

05

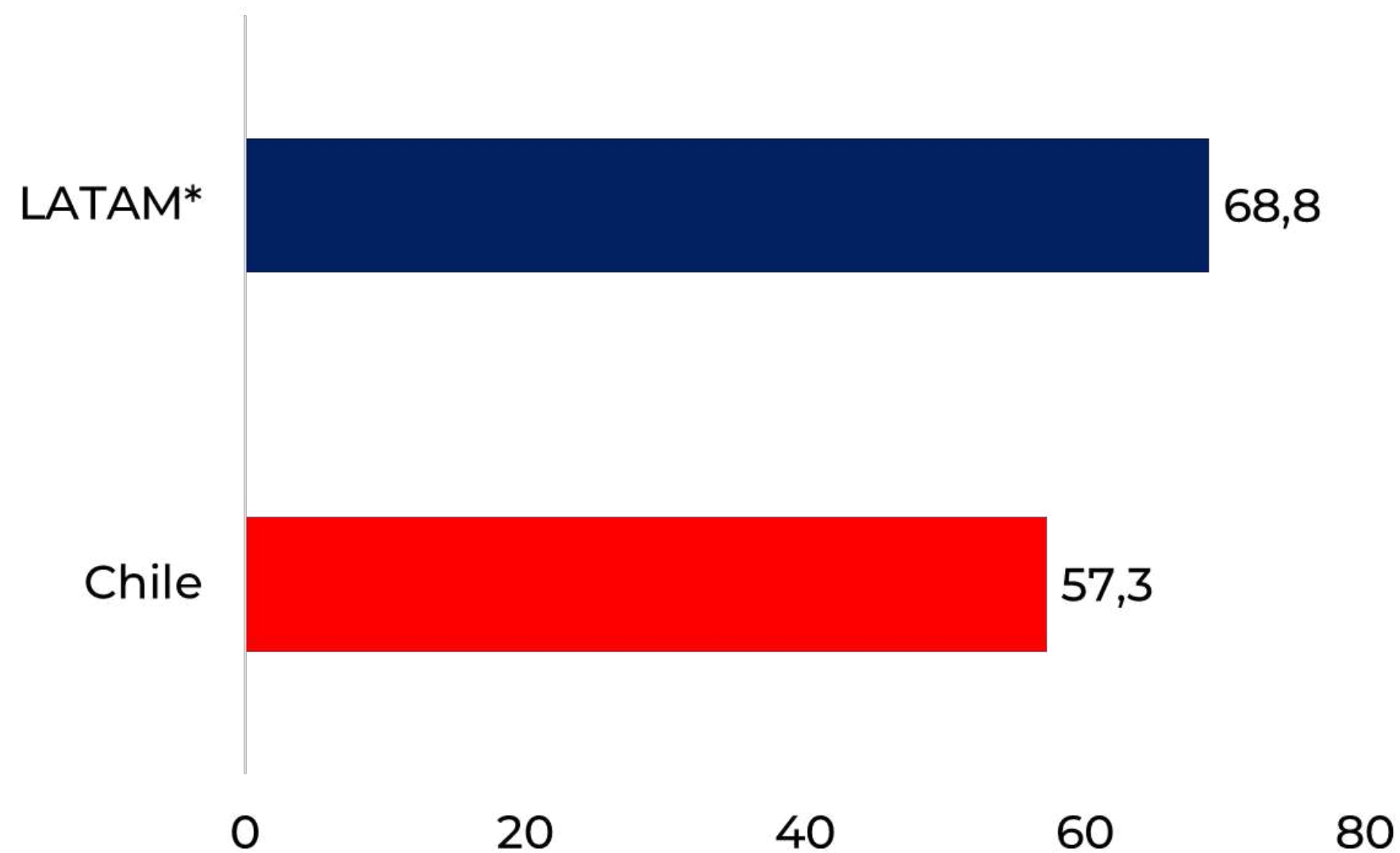
Conclusiones

06



Familiaridad de **Chile** en perspectiva comparada

Por favor, indique **cuánto conoce** cada uno de los siguientes países, considerando todas las formas en que ha aprendido sobre ellos (Sólo respecto de **Chile y el resto de países evaluados de LATAM**).



Chile tiene **menor** familiaridad que **Argentina, Brasil y México**, pero es **más conocido** que **Perú**.

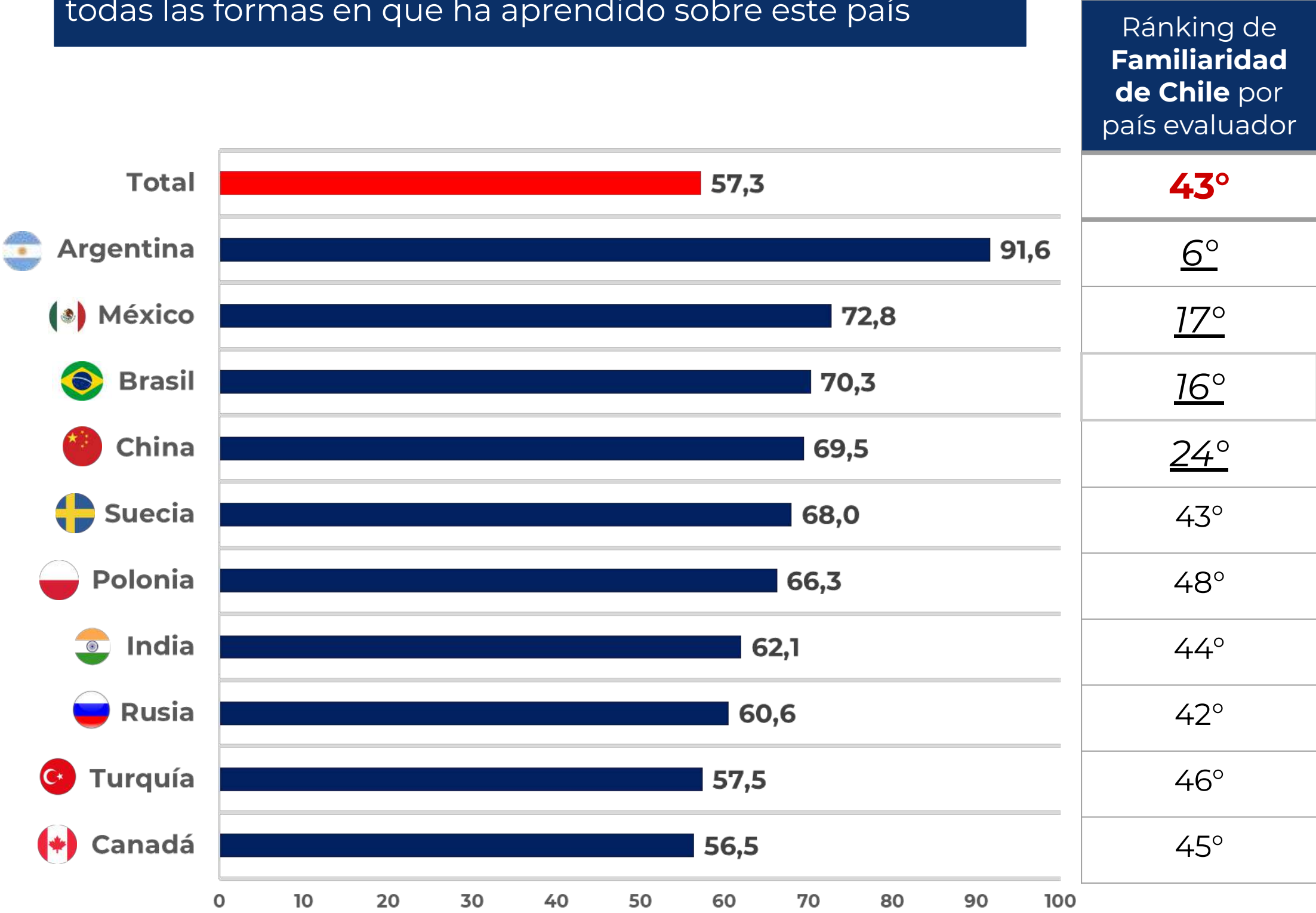
*El promedio de LATAM
excluye a Chile



sólo un poco conocido + algo conocido + me es muy conocido

Familiaridad de Chile según país evaluador

Por favor, indique **qué tanto conoce** a Chile, considerando todas las formas en que ha aprendido sobre este país



Chile ocupa el lugar **43** en familiaridad a nivel global.

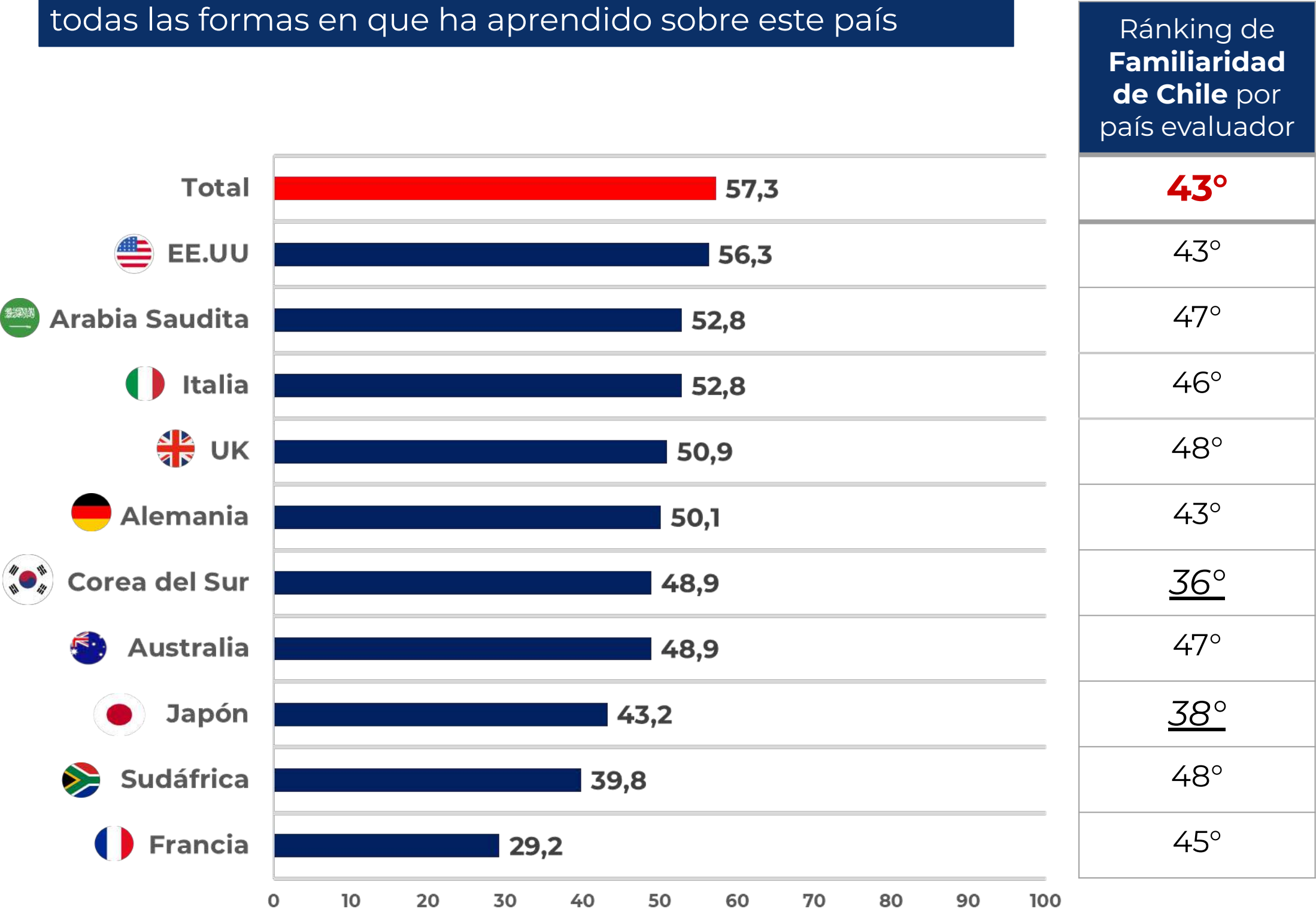
- El conocimiento sobre Chile es mayor en países de **Latinoamérica** y con aquellos que existe un relación bilateral y comercial más estrecha, como **China**.
- En países como **Suecia, Polonia, India y Rusia**, Chile muestra niveles más altos de conocimiento respecto del total, pero sin destacar en el ránking global.
- Esto se puede originar en la tendencia general de dichos países de tener un buen conocimiento sobre de las naciones consultadas.

% sólo un poco conocido + algo conocido + me es muy conocido



Familiaridad de Chile según país evaluador

Por favor, indique **qué tanto conoce** a **Chile**, considerando todas las formas en que ha aprendido sobre este país



% sólo un poco conocido + algo conocido + me es muy conocido

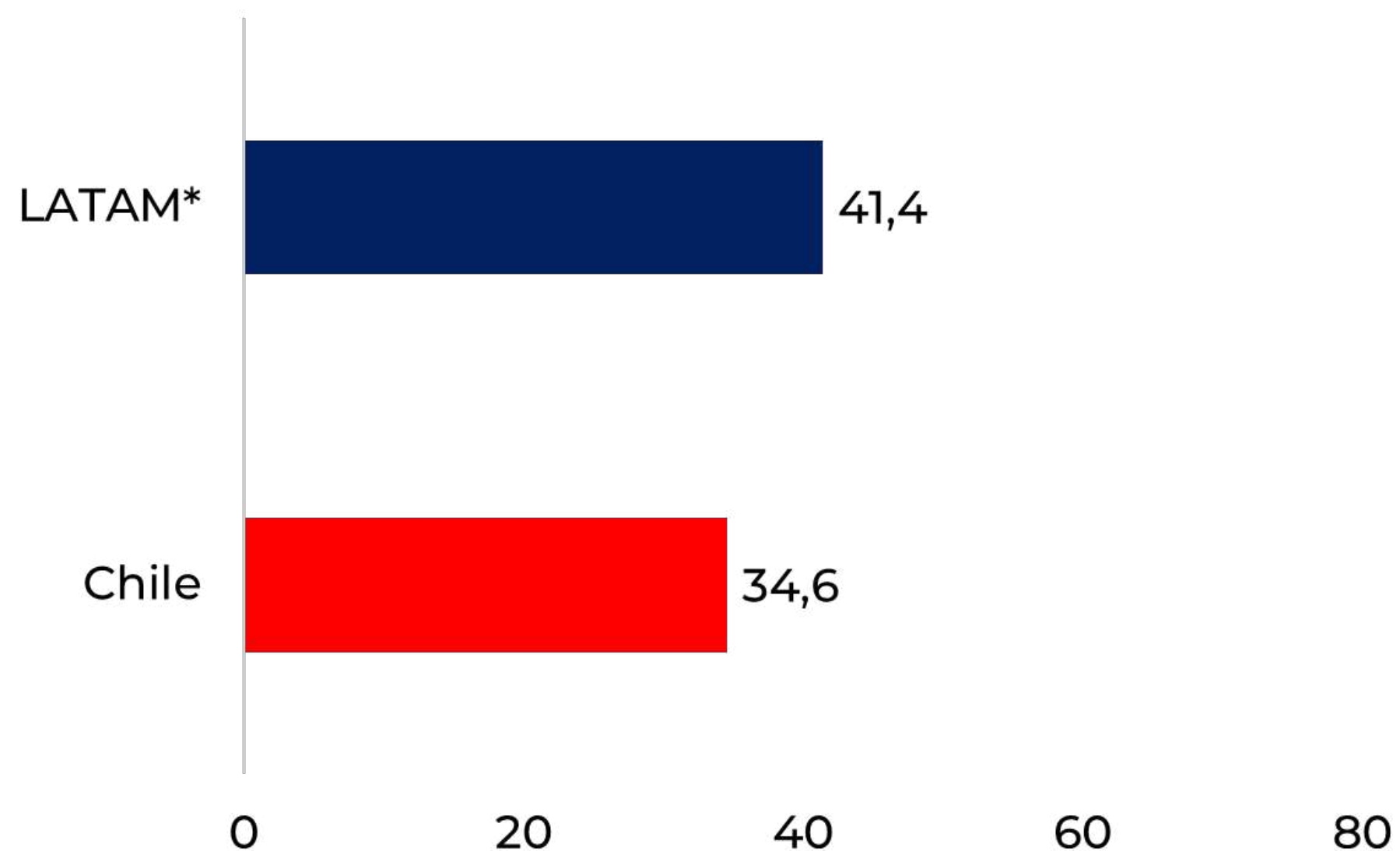
En **Japón** y en **Corea del Sur**, **Chile** mejora su posición en el ránking global.

- Esto se debe a nuestro sólido desempeño en la dimensión de “Exportaciones” en ambas naciones.
- En **Corea del Sur**, además, destacamos en “Gobernanza”, “Personas” y “Turismo”, lo que consolida una percepción más competitiva en este mercado.
- Tanto en **UK**, como **Arabia Saudita**, **Sudáfrica** y **Australia**, Chile muestra un posicionamiento más débil a nivel global.



Favorabilidad de **Chile** en perspectiva comparada

En base en cualquier cosa que sepa o haya escuchado, por favor indique su **opinión general** sobre cada uno de los siguientes países (Sólo respecto de **Chile y el resto de países evaluados de LATAM**).



Chile tiene menor favorabilidad que Argentina, Brasil y México y Perú.

**El promedio de LATAM excluye a Chile*

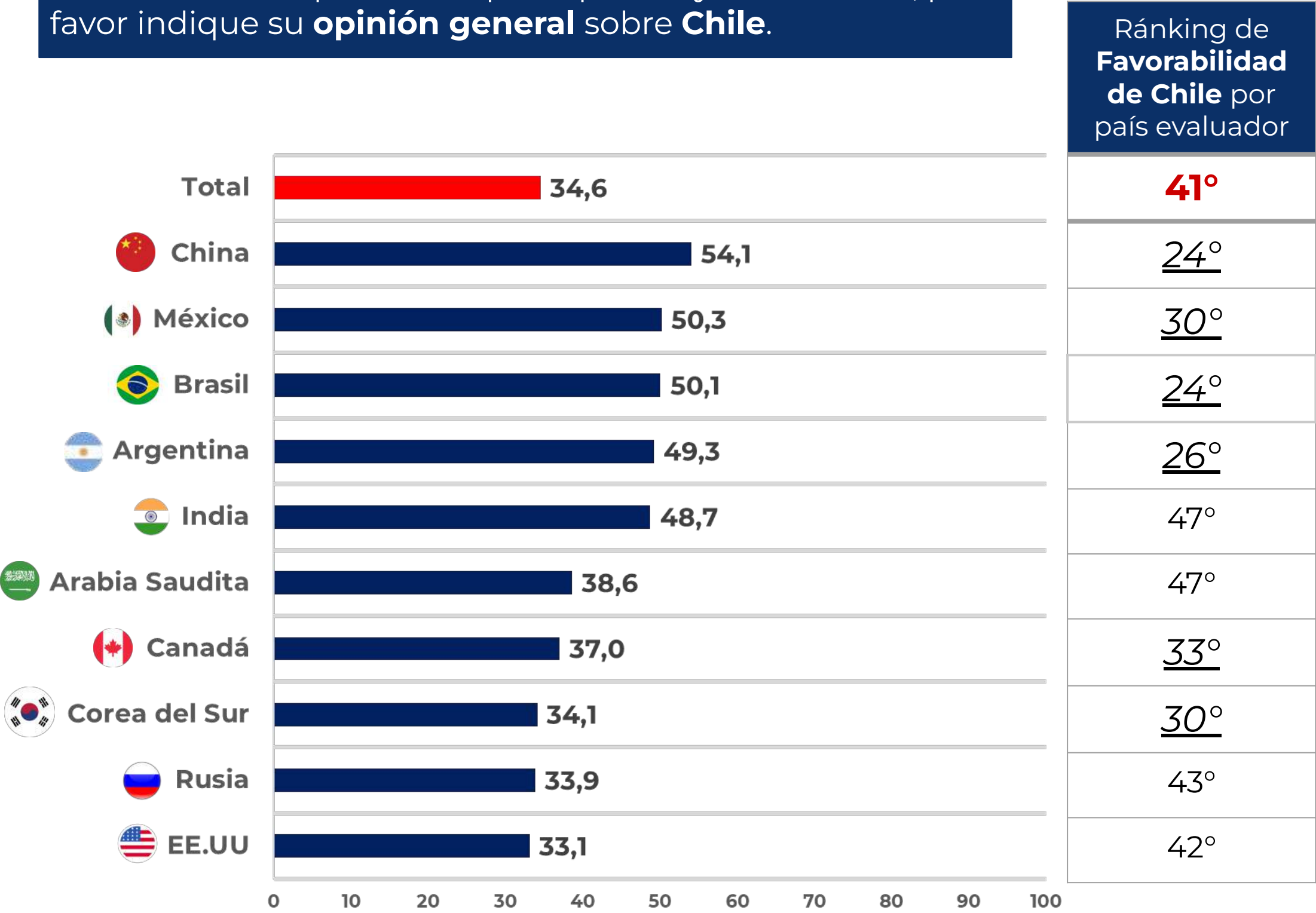


sólo un poco favorable + algo favorable + extremadamente favorable



Favorabilidad de Chile según país evaluador

En base en cualquier cosa que sepa o haya escuchado, por favor indique su **opinión general** sobre Chile.



China y LATAM lideran la favorabilidad hacia Chile.

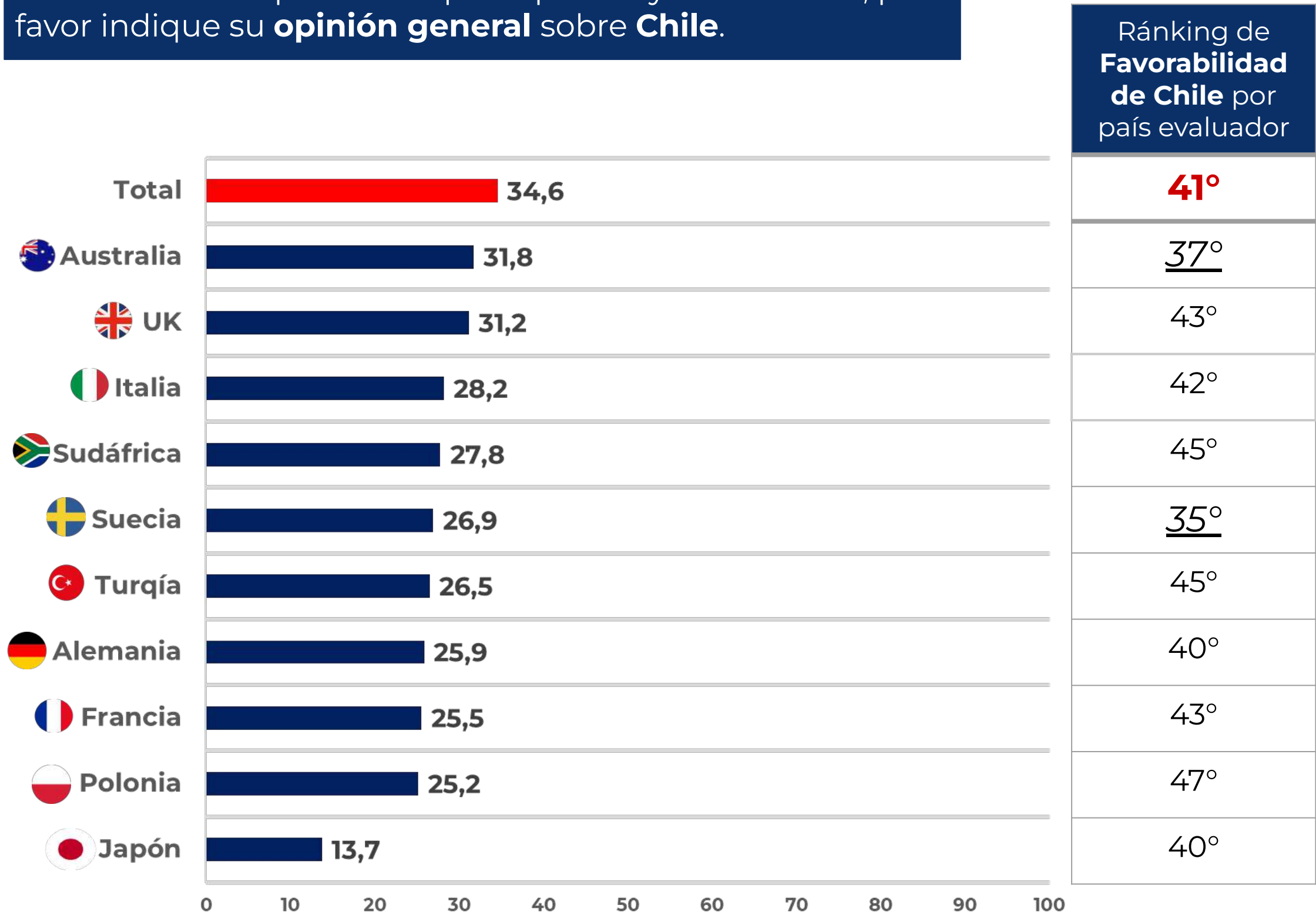
■ A pesar de no destacar en naciones como **Corea del Sur** y **Canadá**, **Chile** muestra una posición relativamente competitiva en el ránking global.

% sólo un poco favorable + algo favorable + extremadamente favorable



Favorabilidad de Chile según país evaluador

En base en cualquier cosa que sepa o haya escuchado, por favor indique su **opinión general** sobre Chile.



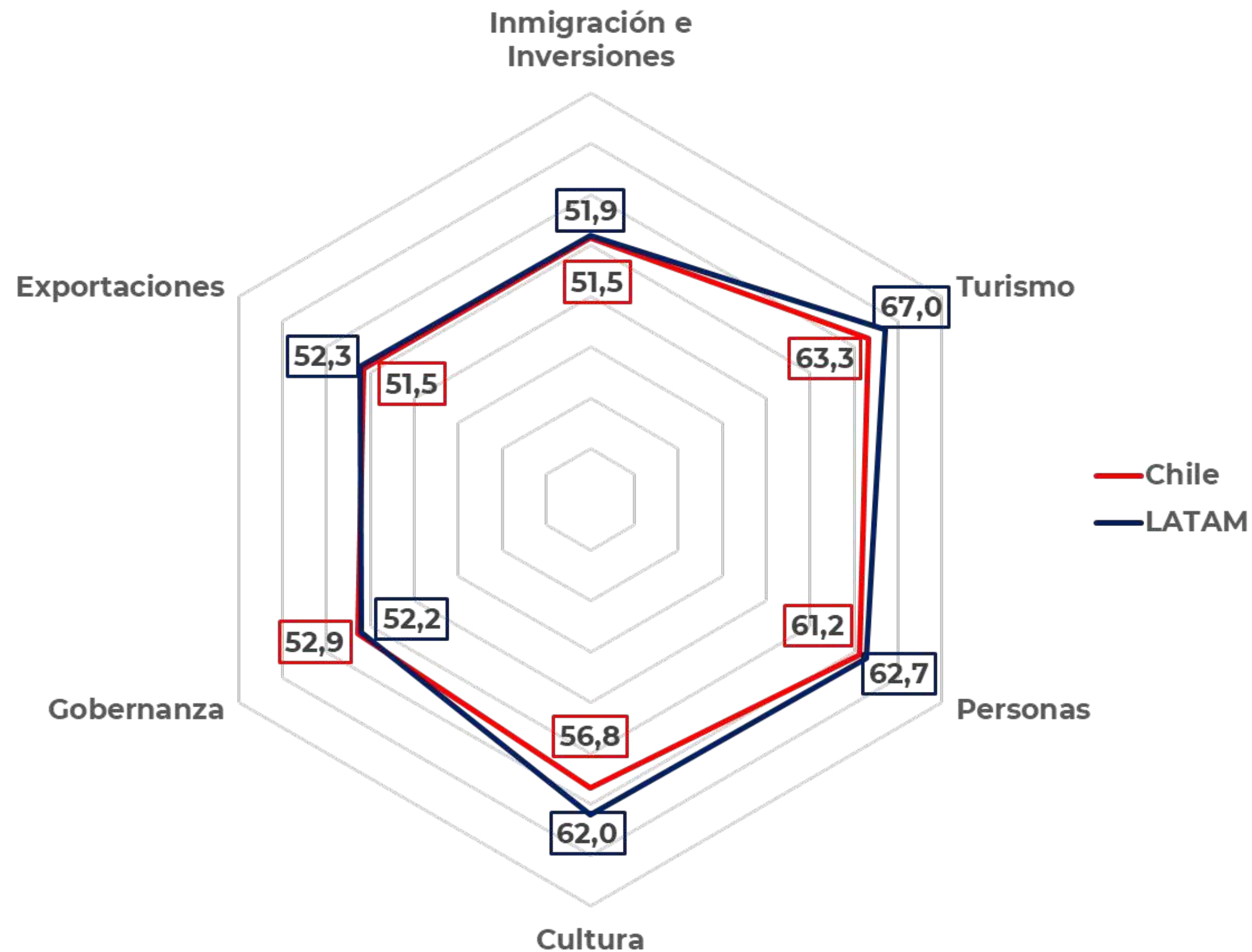
Chile enfrenta desafíos de favorabilidad en Europa y Japón

- Sin embargo, Suecia y Australia ofrecen oportunidades de mejora en nuestra Imagen País a nivel global.
- Turquía, Alemania, Francia y Polonia son los países europeos con menor favorabilidad hacia la Imagen de Chile.

% sólo un poco favorable + algo favorable + extremadamente favorable



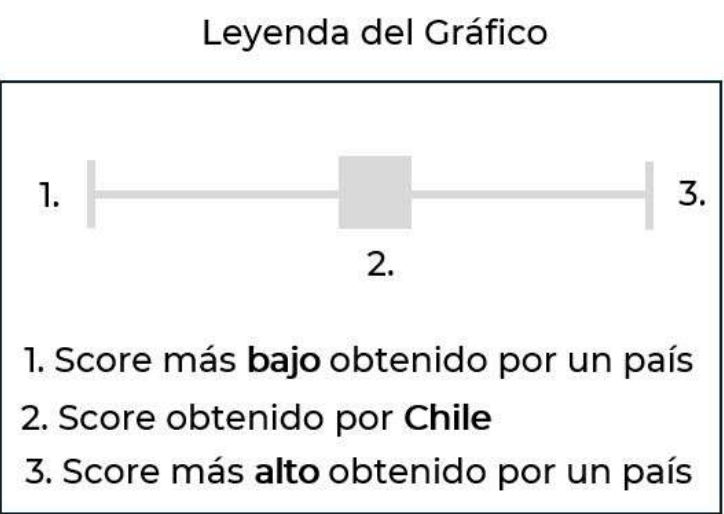
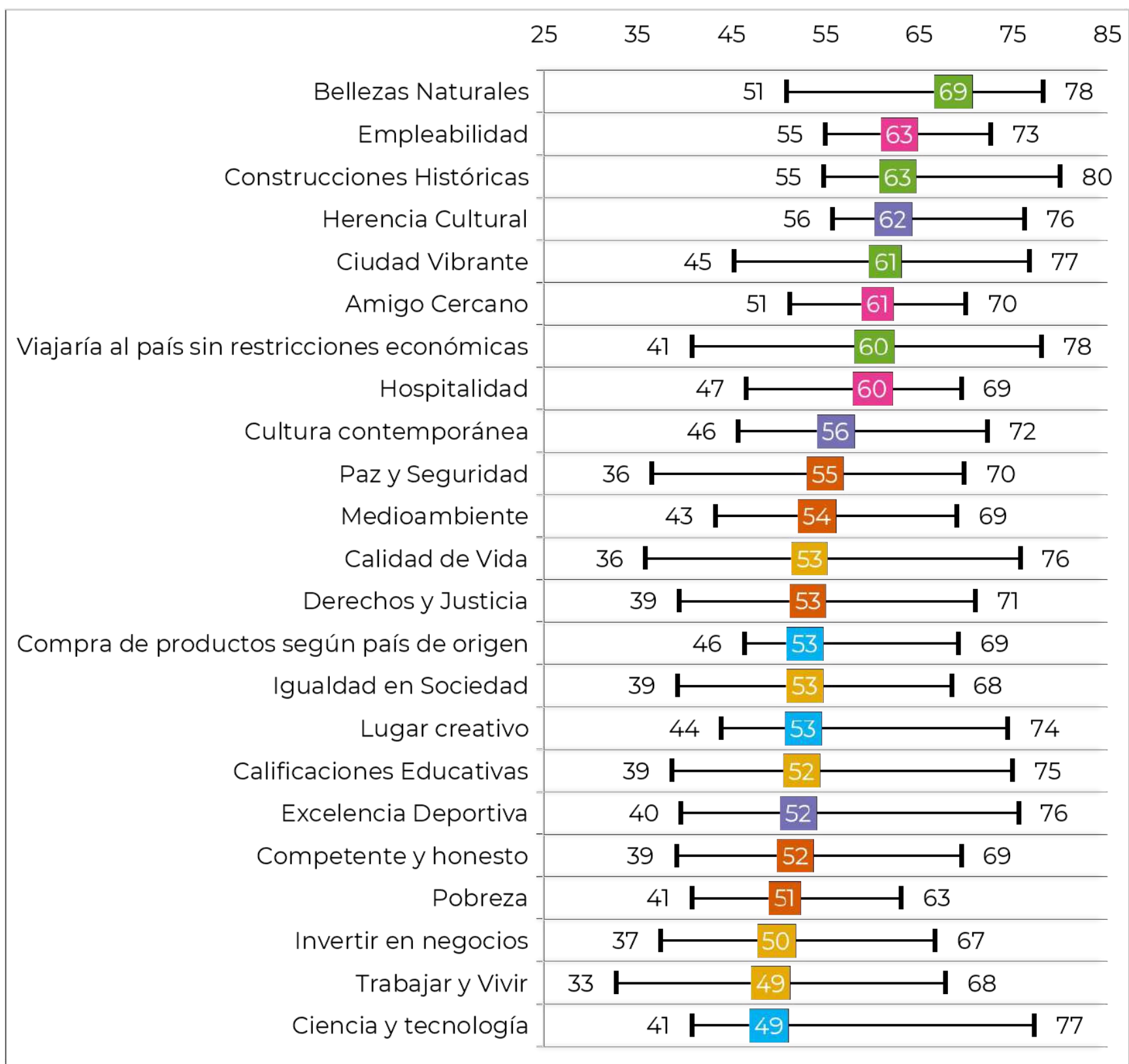
Desempeño de Dimensiones de **Chile** en perspectiva comparada



Chile muestra un mejor desempeño en **Gobernanza** en comparación con el promedio de los otros 4 países de **LATAM** evaluados en el estudio.



Desempeño de atributos de Chile 2024



“Bellezas naturales” es el atributo de Chile más competitivo y su principal fortaleza

- “Amigo cercano”, “hospitalidad” y “paz y seguridad”, también son características competitivas de Chile.
- Pero, tanto “medioambiente” como “ciencia y tecnología” son atributos que reflejan oportunidades de mejora en el posicionamiento de Imagen País.



Contexto Anholt
NBI

01

Ránking Global
Anholt NBI

02

Motivos del aumento
en Ránking Anholt NBI

03

Familiaridad,
Favorabilidad y
Atributos de Chile

04

Imagen de Chile en
China

05

Conclusiones

06

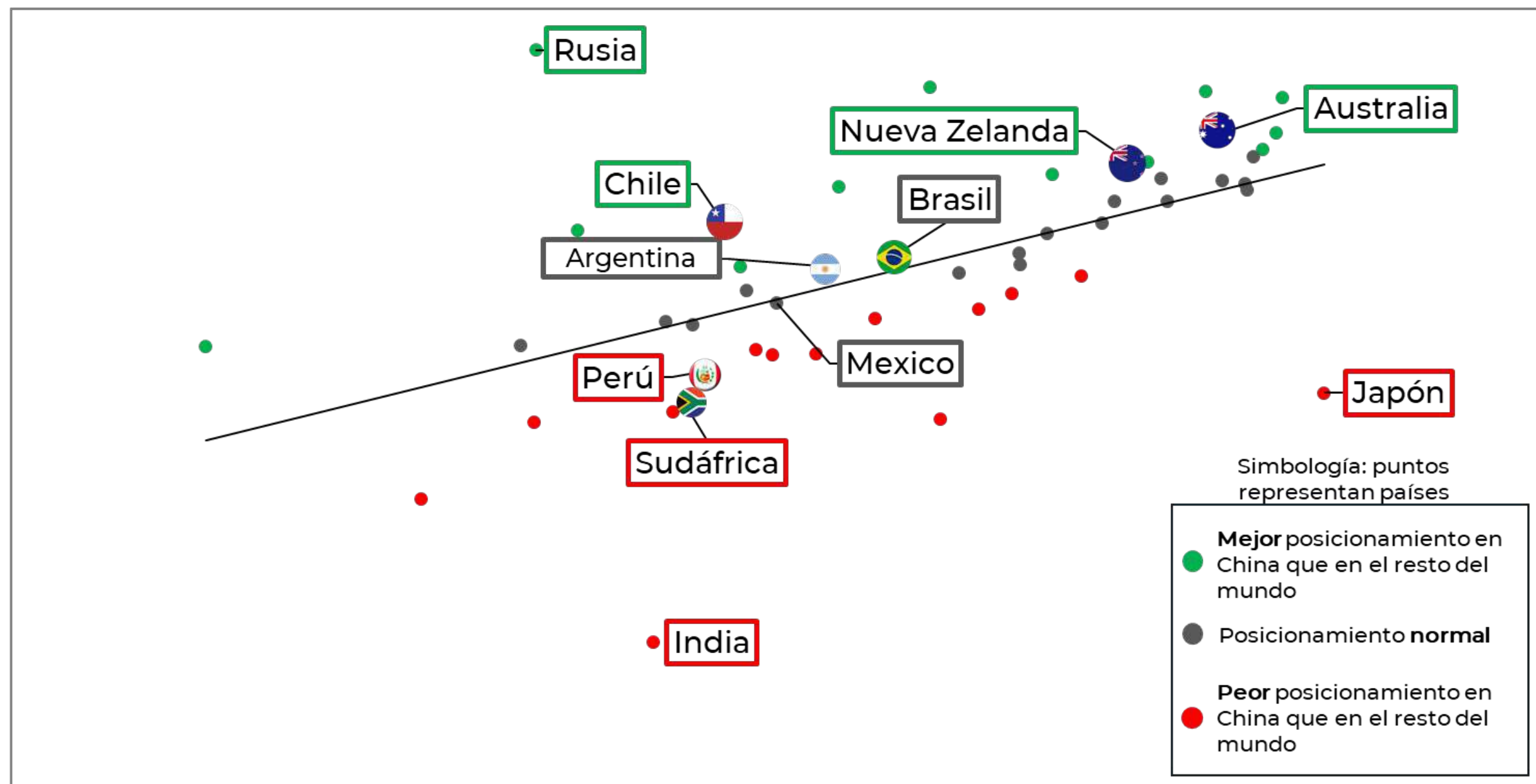
Chile Week China 2024



- **China** se posiciona como el país donde **Chile** proyecta su imagen más favorable según los resultados del Anholt Nation Brands Index 2024.
- Este **resultado** refleja el fortalecimiento de nuestra relación bilateral y las oportunidades estratégicas que esto genera.
- Con motivo de este destacado posicionamiento, **elaboramos un análisis específico para Chile Week China**, con el objetivo de identificar los principales motivos que fortalecen nuestra presencia en este mercado clave y las áreas donde podemos seguir creciendo
- Para profundizar este logro, se llevaron a cabo **3 jornadas de presentación del informe** dirigidas a stakeholders clave, reuniendo a **39 participantes interesados en los resultados**.

Comparación de la percepción de los países en China y a nivel global

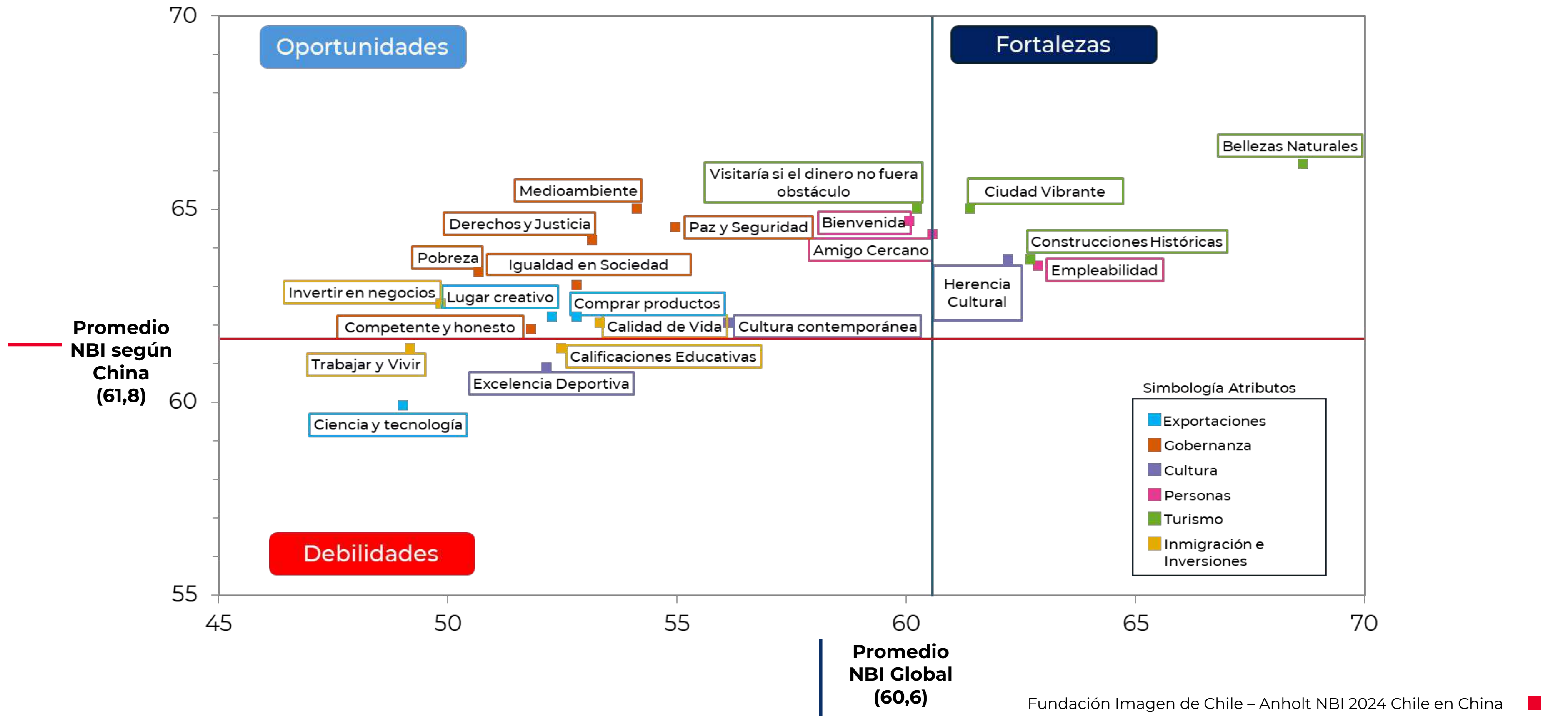
Puntaje NBI China



Puntaje NBI Global

Chile destaca en China con mejor percepción a nivel global, superando a Brasil, Argentina, México, Perú y Sudáfrica.

Atributos de Chile en China y perspectiva Global





Contexto Anholt
NBI

01

Ránking Global
Anholt NBI

02

Motivos del aumento
en Ránking Anholt NBI

03

Familiaridad,
Favorabilidad y
Atributos de Chile

04

Imagen de Chile en
China

05

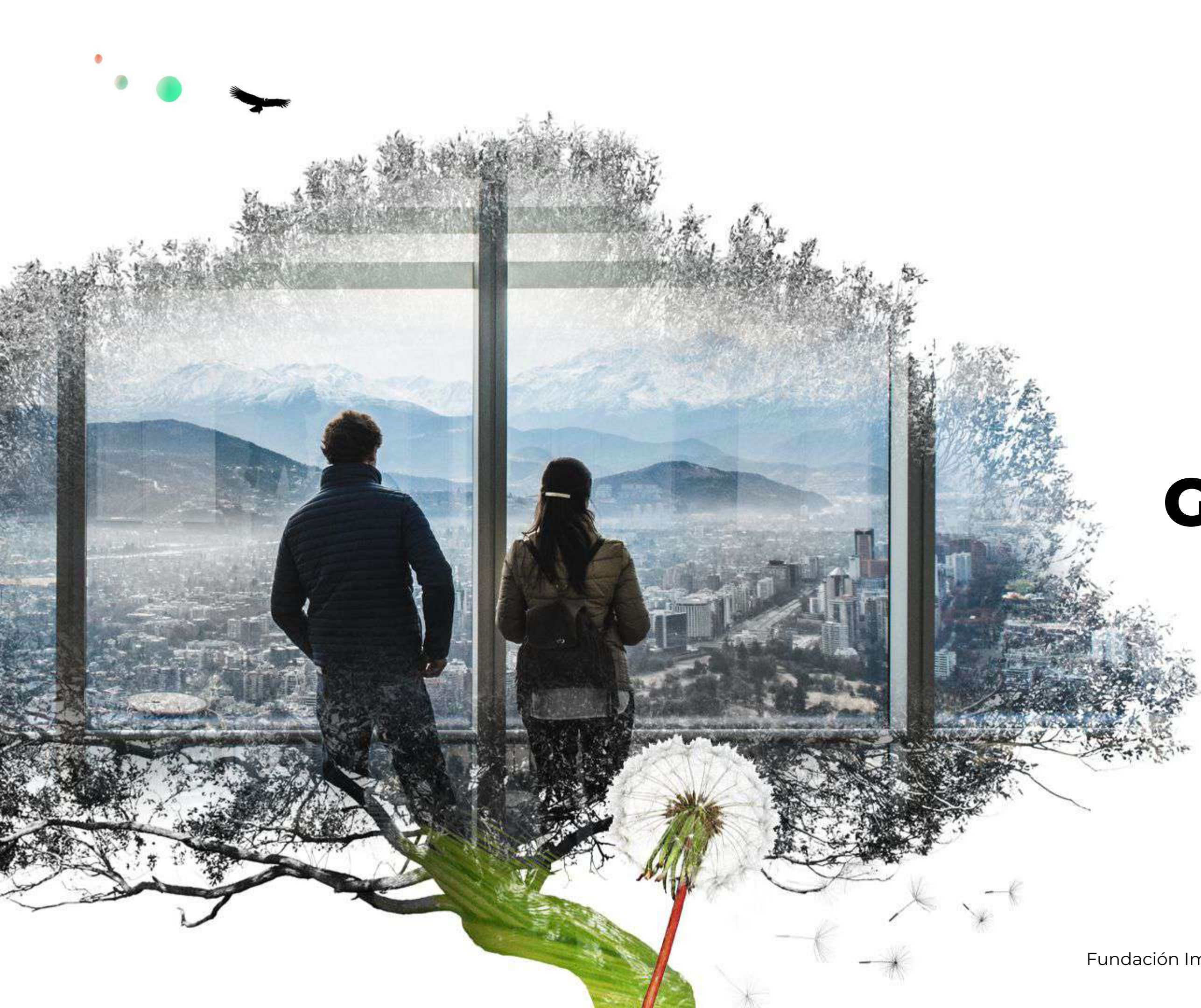
Conclusiones

06



CHILE SUBIÓ DEL PUESTO 41° AL 38° EN EL 2024 SEGÚN ANHOLT NBI

- Chile es conocido no sólo en Latinoamérica y algunos países asiáticos (excluyendo a India), sino que mantiene una posición competitiva en la Imagen País de esos lugares, con la excepción de Japón.
- Particularmente en China, Chile destaca por su alta favorabilidad, consolidándose como un socio estratégico y confiable. Incluso supera a países de Latinoamérica consultados en el estudio, como Argentina, Brasil, México y Perú, aunque no alcanza a naciones competidoras como Australia y Nueva Zelanda.
- Dentro de las dimensiones del hexágono de Anholt a destacar de Chile son: Personas, Inversión/Inmigración y Turismo.
- En perspectiva comparada, Chile destaca en Gobernanza respecto al promedio de los países Latinoamericanos medidos.
- Por último, las “Bellezas Naturales” son el principal atributo diferenciador y competitivo de Chile.



GRACIAS