

# Estudio IPSOS percepción Chile en Brasil 2023.

Noviembre 2023.

**ESTE MATERIAL ES PROPIEDAD EXCLUSIVA DE LA FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE.  
QUEDA PROHIBIDA SU DIVULGACIÓN O EXPLOTACIÓN SIN AUTORIZACIÓN DE LA  
FUNDACIÓN, SIN IMPORTAR LOS MOTIVOS O EL ÁNIMO POR EL CUAL SE HA  
HECHO ESTA DIVULGACIÓN O EXPLOTACIÓN.**



# Ficha Técnica

---

# Ficha Técnica

Se realizó un levantamiento de información del posicionamiento de la Imagen de Chile en Brasil, en el marco de la Rueda de Negocios que se realizará en dicho país entre el 27 de noviembre y 1 de diciembre. La consultora internacional IPSOS estuvo a cargo de este estudio.

## **OBJETIVO GENERAL**

- Levantar un diagnóstico de la Imagen de Chile en Brasil que ayude a definir el trabajo comunicacional de la Rueda de Negocios 2023.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Medir la Imagen de Chile en Brasil, utilizando modelo de variables generales (Familiaridad y Favorabilidad) comparado con países de la región.
- Identificar conceptos y atributos asociados a la Imagen de Chile.
- Conocer cuáles son los productos chilenos más conocidos en Brasil.

## **FECHA DE TERRENO**

3-5 de noviembre 2023.



# Ficha Técnica

## METODOLOGÍA

- Cuantitativa.

## TÉCNICA

- Encuesta online utilizando el Panel Web de IIS (Ipsos Interactive Services).
- Cuestionario semiestructurado de 5 minutos.

## UNIVERSO

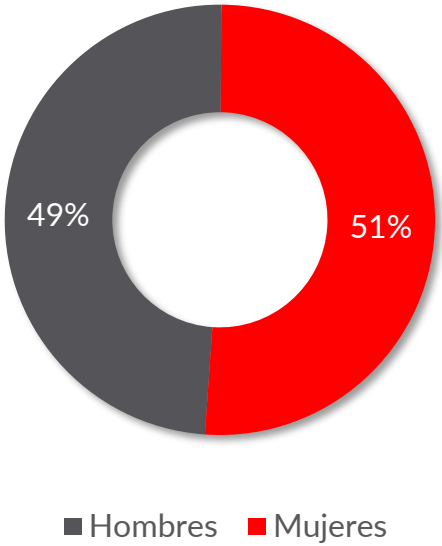
- Población general de Brasil.
- Mayores de 18 años.
- Segmento Socioeconómico medio-alto.
- Encuesta aplicada en **Belo Horizonte y Sao Paulo**.
- Muestra de control en el **resto del país**.

## MUESTREO

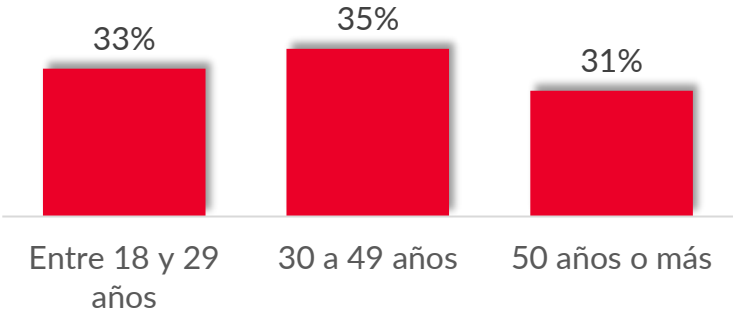
- Muestreo no probabilístico correspondiente al diseño por cuotas.
- Muestra de 500 casos totales.

# Perfilamiento del Encuestado.

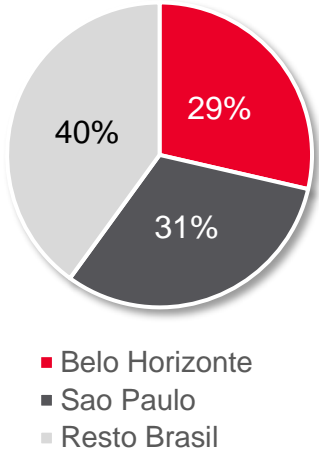
Sexo del encuestado



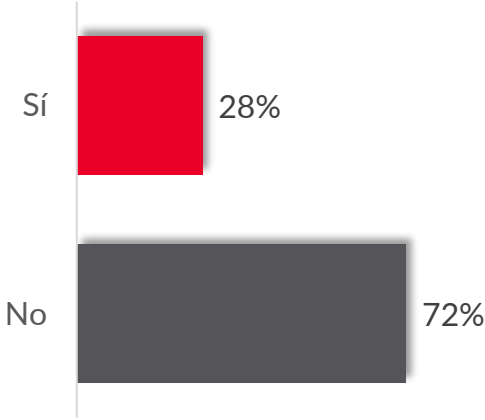
Tramo Etario



Ciudad del encuestado



¿Ha visitado Chile?

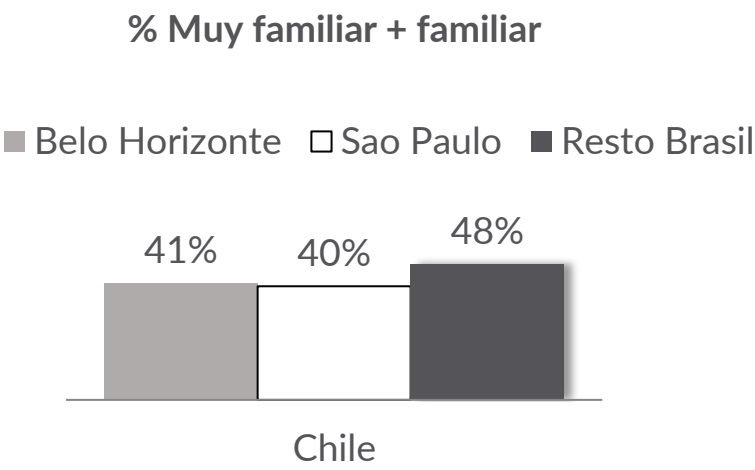
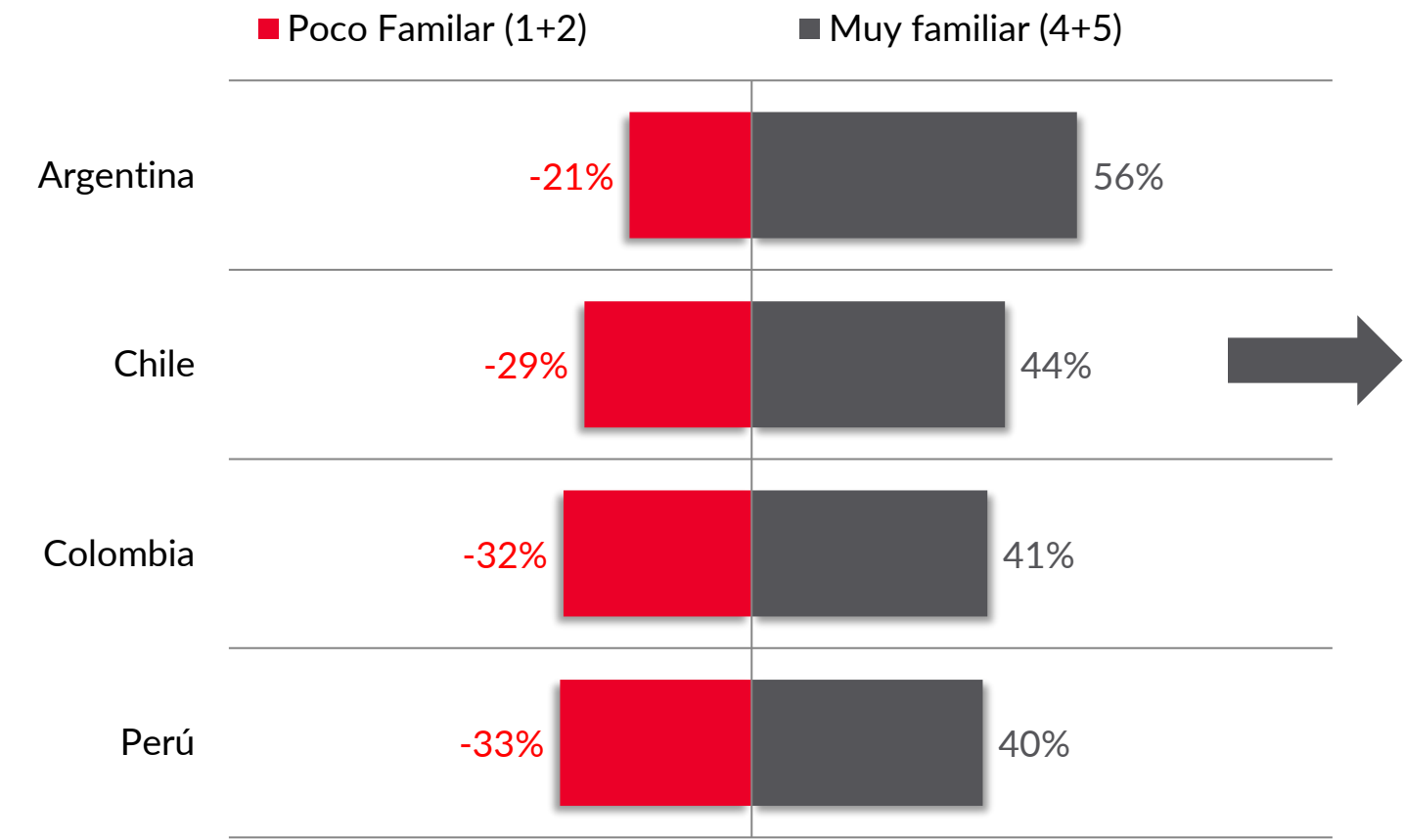


# Familiaridad Países LATAM.

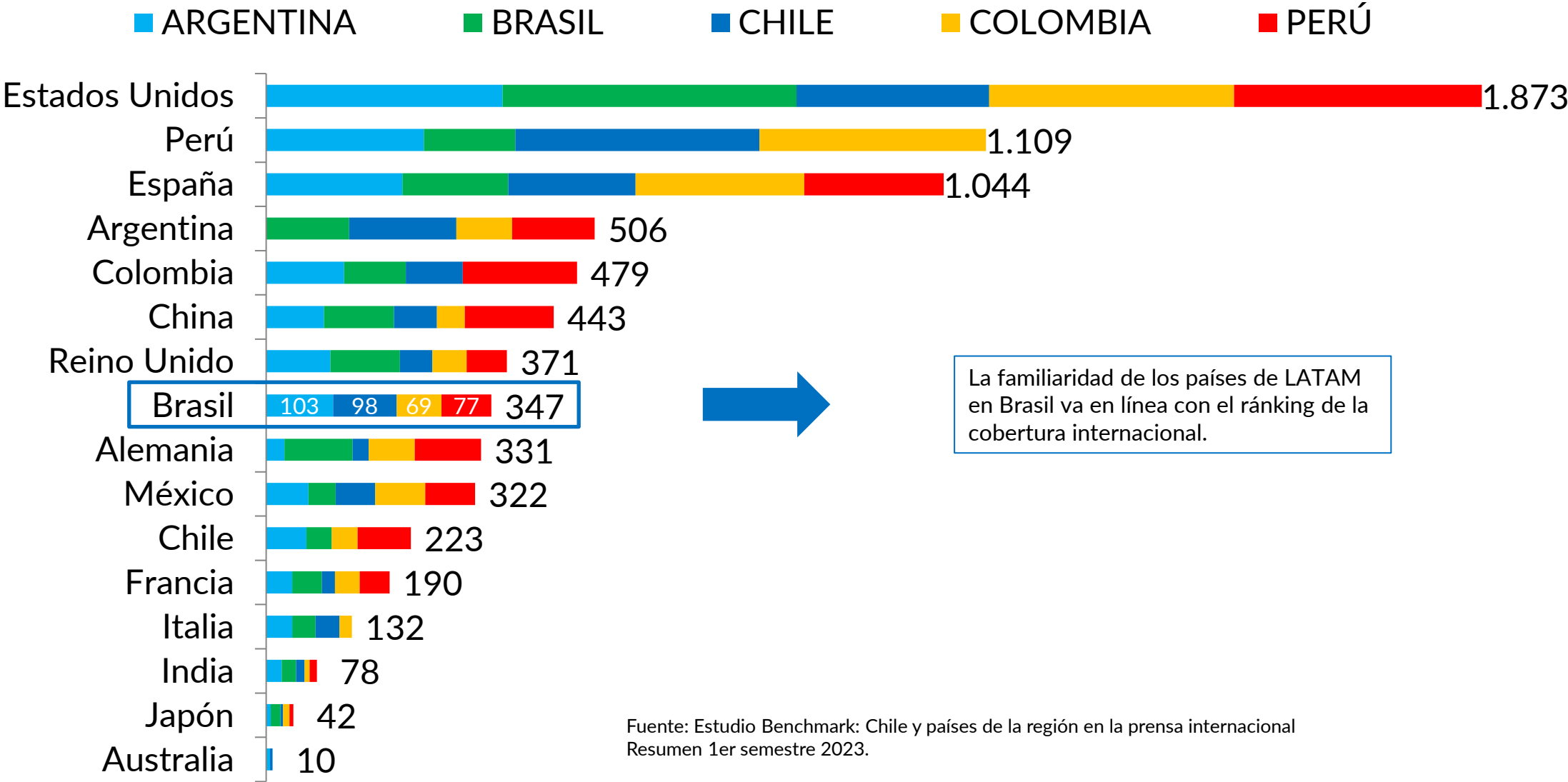
Chile ocupa el segundo lugar en familiaridad entre los países evaluados, sólo detrás de Argentina.  
Es importante mencionar que la mayor familiaridad en Brasil sobre Chile es en el resto de las ciudades.



Por favor indique qué tan familiares son para usted cada uno de los siguientes países



# Ranking de la cobertura internacional - LATAM.



Fuente: Estudio Benchmark: Chile y países de la región en la prensa internacional  
Resumen 1er semestre 2023.

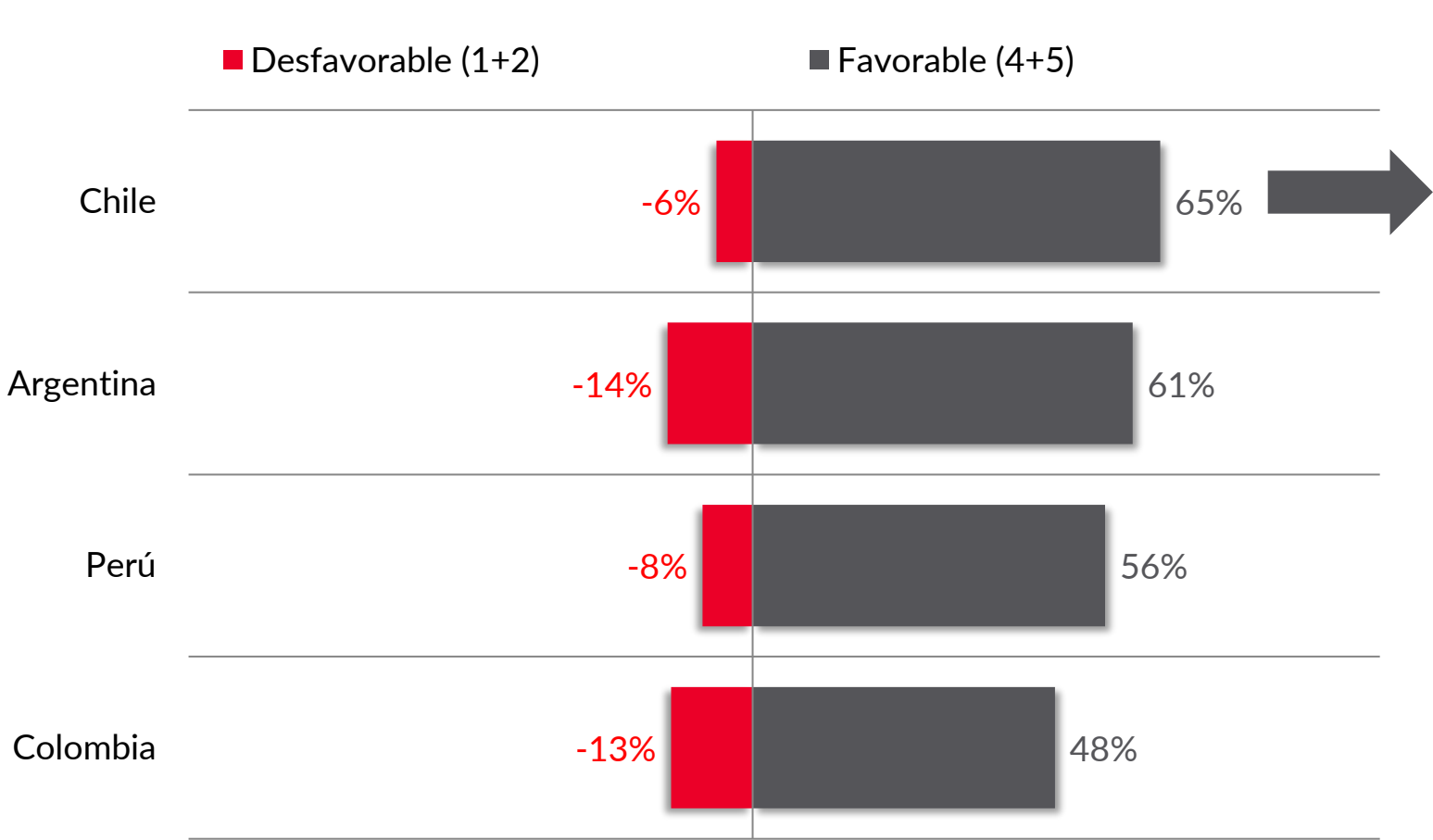


# Favorabilidad Países LATAM.

Chile es el país con la opinión más favorable de los países de LATAM evaluados por las personas encuestadas.




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 siguientes países.



Potencial hipótesis de la favorabilidad de Chile.

Según Activa Research, uno de los principales beneficios que traerá para Chile el haber organizado los Juegos Panamericanos Santiago 2023 es **“Mejorar la Imagen de Chile internacionalmente”** luego de “Disponer de mayor infraestructura deportiva” (noviembre 2023).

% Chile	Total	Sexo		Edad			Ciudad			Ha visitado Chile	
		Hombre	Mujer	18 a 29 años	30 a 49 años	50 años y más	Belo Horizonte	Sao Paulo	Resto Brasil	Sí	No
Base:	500	244	256	167	176	157	143	157	200	138	362
Muy desfavorable	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	2%	2%	1%
Desfavorable	5%	5%	4%	5%	5%	4%	5%	4%	6%	4%	5%
Ni favorable ni desfavorable	29%	29%	30%	34%	26%	28%	34%	28%	27%	14%	35%
Favorable	44%	43%	45%	41%	43%	48%	43%	46%	43%	41%	45%
Muy favorable	21%	22%	20%	19%	26%	18%	17%	22%	23%	39%	14%
% Favorable + Muy Favorable	65%	65%	65%	60%	69%	66%	60%	68%	66%	80%	59%

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

\_\_\_\_\_

**Chile**

**Creando Futuro**

[illegible]

## POSITIVOS

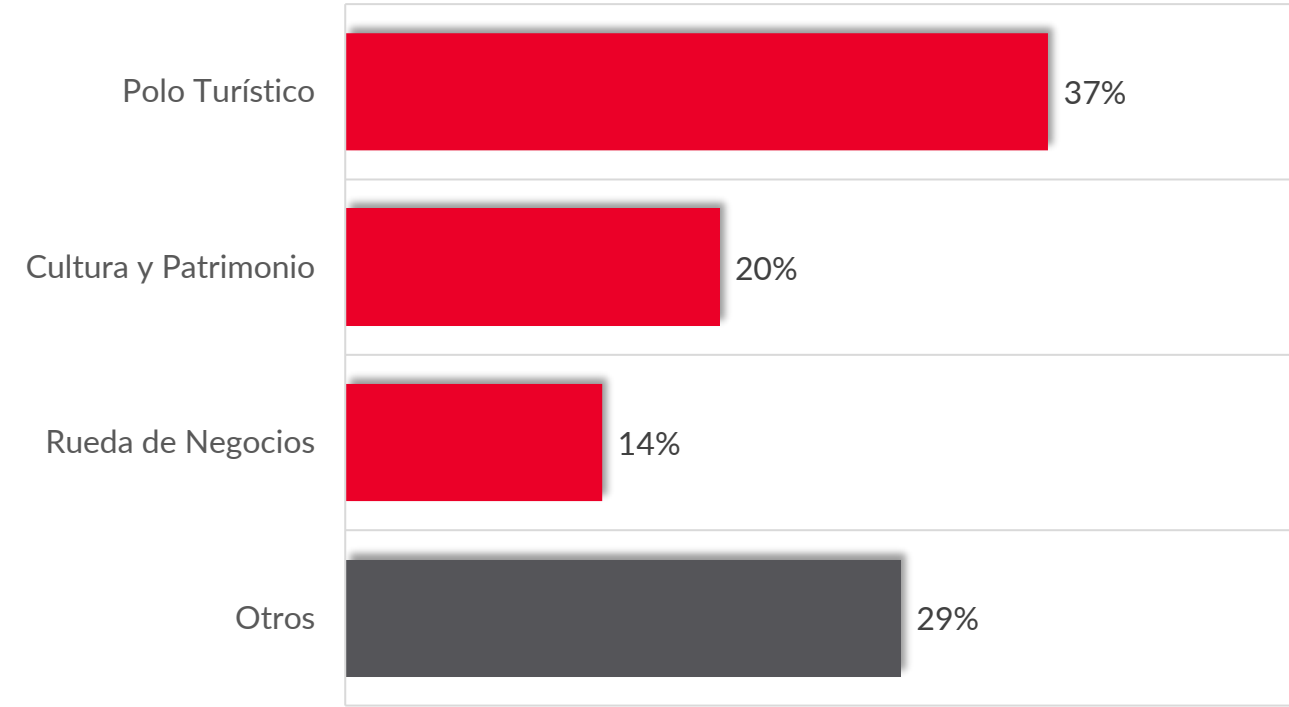


## NEGATIVOS

	Porcentaje	Nº de Casos
Frío	3%	16
Menciones negativas genéricas (desigualdad, crisis, corrupción, etc.)	1%	6
Economía en recesión / pobre	1%	4
Dictadura militar / Pinochet	1%	3

Solo hay 29 casos que son clasificadas con aspectos negativos asociados a Chile, lo cual representa solo un 5,8% del total menciones.

Dimensiones de Análisis en Asociación Espontánea



Rango Etario

18-29	30-49	≥50
34%	43%	34%
26%	18%	15%
10%	12%	20%

Los brasileños de igual o más de 50 años asocian espontáneamente más aspectos que se posicionarán en el encuentro de negocios que los de 18-29 años.

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

# Acuerdo Atributos – Chile.

En términos generales los atributos de Chile son:

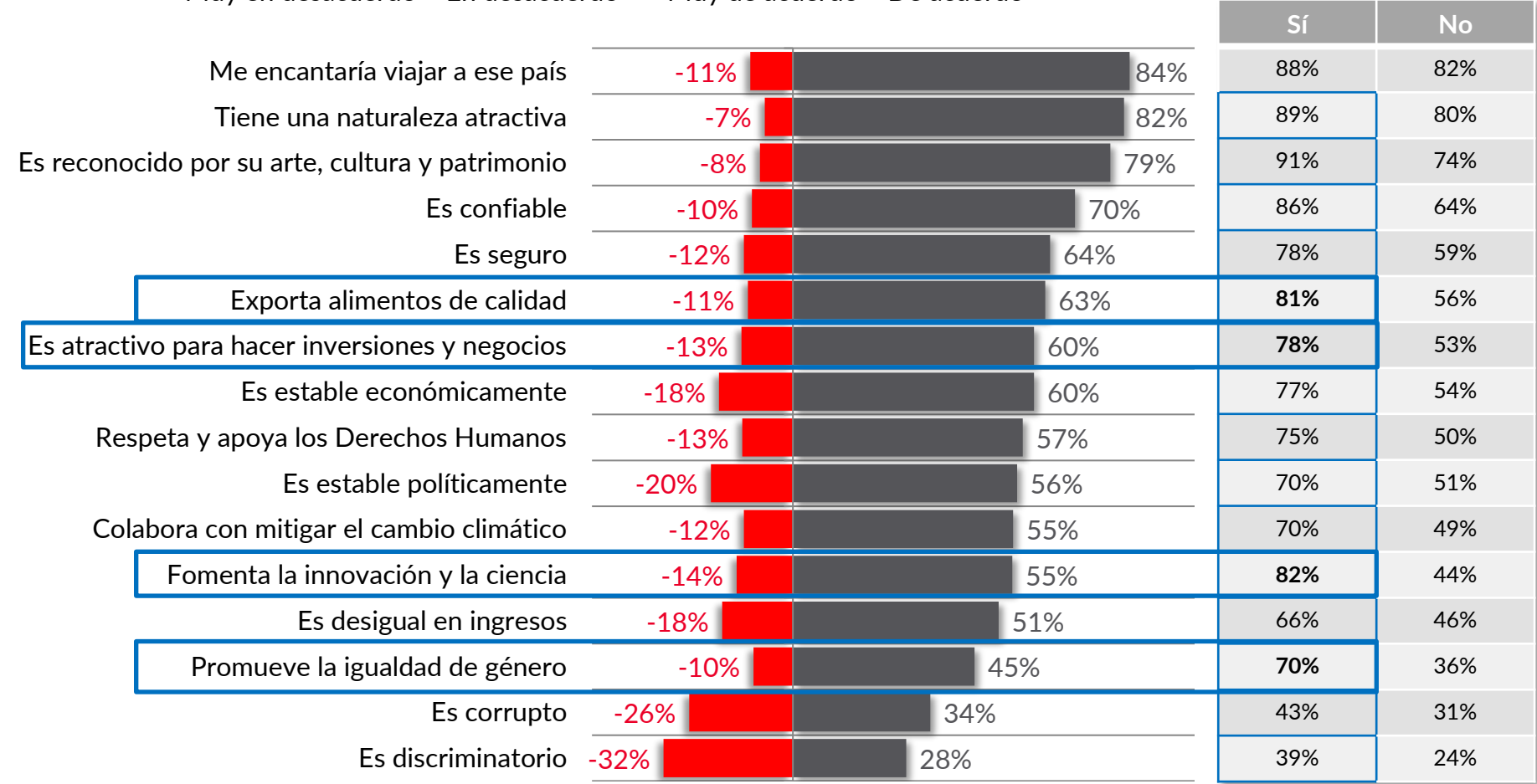
- “Me encantaría viajar a ese país”
- “Tiene una naturaleza atractiva”
- “Es reconocido por su arte, cultura y patrimonio”.

En tanto, los que tienen menor nivel de acuerdo son “Es corrupto” y “Es discriminatorio”.



¿Cuán de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases sobre Chile?

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



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

Sí	No
88%	82%
89%	80%
91%	74%
86%	64%
78%	59%
81%	56%
78%	53%
77%	54%
75%	50%
70%	51%
70%	49%
82%	44%
66%	46%
70%	36%
43%	31%
39%	24%

En particular para los que sí han visitado a Chile, los atributos diferenciadores a destacar en comparación con el total son:

- “Fomento a la innovación y la ciencia”
- “Promueve la igualdad de género”
- “Exporta alimentos de calidad”
- “Es atractivo para hacer inversiones y negocios”.

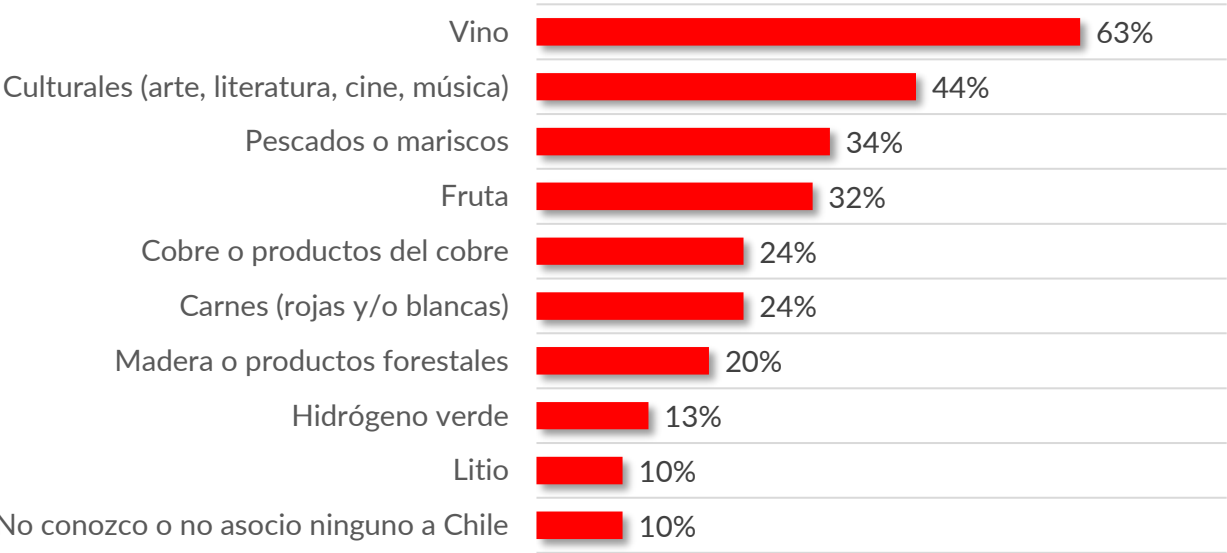


# Productos de Exportación – Chile.

El producto más asociado a Chile es el Vino, seguido por productos culturales, pescados o mariscos y frutas.



De acuerdo a lo que Ud. sabe, conoce o ha escuchado  
¿Con cuáles de los siguientes tipos de productos de exportación asocia a Chile?



¿Ha visitado a Chile?

Sí	No
69%	61%
54%	40%
49%	29%
37%	30%
41%	18%
35%	20%
30%	17%
23%	9%
17%	8%

Quienes han visitado a Chile asocian más el **Cobre, Pescados o mariscos, Hidrógeno Verde y Litio.**

Rango Etario

18-29	30-49	≥50
53%	64%	74%
44%	49%	38%
29%	36%	38%
31%	26%	41%
24%	23%	26%
27%	26%	19%
31%	17%	13%
16%	13%	10%
11%	12%	8%

Entre mayor sea la edad, hay un mayor conocimiento del **Vino**. Lo inverso sucede con la **madera o productos forestales**.

Los brasileños de igual o más de 50 años conocen en mayor proporción a la **Fruta** en comparación a los de 30-49 años.

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

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

## IMAGEN GENERAL DE CHILE EN BRASIL

A pesar de no ser el país más familiar, **Chile tiene una buena Imagen en Brasil**, posicionándose en el primer lugar entre los 4 países evaluados (Argentina, Colombia, Perú y Chile).

Adicionalmente, **Chile** es el país que concentra **menor porcentaje** de opinión general **desfavorable** (sólo el 6%), versus Argentina que es el más conocido, pero con mayor desfavorabilidad (14%).

## TURISMO

El **posicionamiento de Chile** en términos espontáneos hace referencia de nuestro país como **“Polo Turístico”**, sobre todo por el vínculo de la Cordillera de Los Andes y la nieve.

Lo anteriormente mencionado se ve **respaldado** por los altos niveles de acuerdo con:

- “Me encantaría viajar a este país”.
- “Tiene una naturaleza atractiva”.

## CULTURA

En segundo orden, la **Cultura y Patrimonio** cumplen un rol importante en la Imagen de Chile en Brasil, sobre todo **“Las Comidas”**.

En ese sentido, los brasileños declaran que están de acuerdo o muy de acuerdo con que Chile:

- “Es reconocido por su arte, cultura y patrimonio”.

Asimismo, los **productos culturales** son uno de los que más se asocia dentro de los bienes de exportación de Chile.

# Conclusiones – Cruce de información con Programa Rueda de Negocios Chile - Brasil 2023.

## GENERALIDADES

En términos generales, dentro del **top 5 de los atributos de Chile** más relevantes, destaca:

- “Es confiable”.
- “Es seguro”.

Los brasileños que han viajado a Chile versus los que no, enfatizan que nuestro país:

- “Es atractivo para hacer negocios e inversiones”.
- “Exporta alimentos de calidad”.

Los más experimentados de dicho país, tienen mayor conocimiento espontáneo de los aspectos a posicionar en la rueda de negocios.

## VINOS Y ALIMENTOS

Es trascendental el rol que cumple el **Vino**, tanto en la **asociación espontánea** como **producto de exportación**, más aún en los segmentos etarios experimentados.

Asimismo, en este mismo grupo etario, se destaca la **Fruta** nacional como bien exportable.

En tanto, los que **han visitado a Chile** en contraste a los que no, valoran los siguientes productos de exportación:

- Pescados o mariscos.
- Carnes rojas y blancas.

## CIENCIA, MINERÍA Y SOSTENIBILIDAD

Dentro de los que han visitado a Chile en comparación a los que no, nuestro **principal atributo** es:

- “Fomenta la innovación y la ciencia”.

Asimismo, valoran los siguientes **productos de exportación**:

- “Cobre o productos del cobre”
- “Hidrógeno verde”
- “Litio”

Por último, el segmento **más joven** encuestado destaca:

- “Madera o productos forestales”

## PRODUCTOS

Ranking según % total	Asociación de Producto de exportación con Chile	Total	¿Ha visitado a Chile? Variación Sí - No
5	Cobre o productos del cobre	24%	23%
3	Pescados o mariscos	34%	21%
6	Carnes (rojas y/o blancas)	24%	15%
8	Hidrógeno verde	13%	14%
2	Culturales (arte, literatura, cine, música)	44%	14%
7	Madera o productos forestales	20%	13%
9	Litio	10%	10%
1	Vino	63%	8%
4	Fruta	32%	7%

El caso del vino es interesante, pues el producto exportable con mayor porcentaje de asociación con Chile, independiente de si los brasileños encuestados hayan visitado o no nuestro país. De lo anterior, se desprende que se ha hecho un potente trabajo comunicacional.

- Oportunidades y Desafíos en:
- Cobre
  - Pescados o mariscos
  - Carnes

## ATRIBUTOS DE CHILE

Ranking según total	Atributos	Total	¿Ha visitado a Chile? Variación Sí - No
12	Fomenta la innovación y la ciencia	55%	38%
14	Promueve la igualdad de género	45%	35%
6	Exporta alimentos de calidad	63%	25%
7	Es atractivo para hacer inversiones y negocios	60%	25%
9	Respeto y apoya los Derechos Humanos	57%	25%
8	Es estable económicamente	60%	23%
4	Es confiable	70%	22%
11	Colabora con mitigar el cambio climático	55%	21%
13	Es desigual en ingresos	51%	20%
5	Es seguro	64%	20%
10	Es estable políticamente	56%	19%
3	Es reconocido por su arte, cultura y patrimonio	79%	17%
16	Es discriminatorio	28%	15%
15	Es corrupto	34%	12%
2	Tiene una naturaleza atractiva	82%	9%
1	Me encantaría viajar a ese país	84%	5%

- Oportunidades y Desafíos en:
- Fomenta la innovación y la ciencia
  - Promueve la igualdad de género
  - Exporta alimentos de calidad
  - Es atractivo para hacer inversiones y negocios
  - Respeto y apoya los Derechos Humanos

# Estudio IPSOS percepción Chile en Brasil 2023.

Noviembre 2023.