



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.**

ÍNDICE

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

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

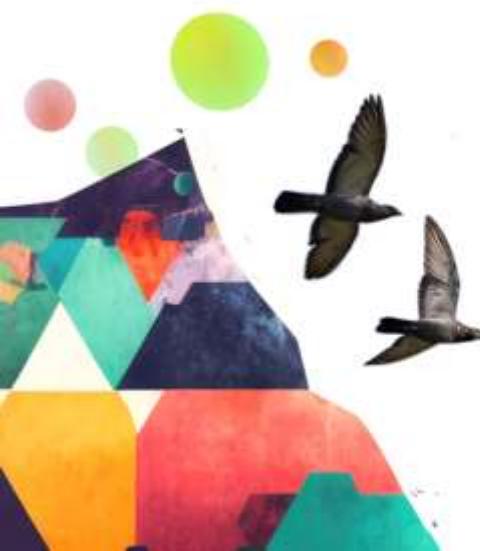
10



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
Lima
Ciudad de México
Nueva York

■ Londres
Berlín
París
Madrid

■ Shanghai
Tokio
Nueva Delhi
Seúl
Dubai

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





Ficha Técnica



MUESTRA:

200 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

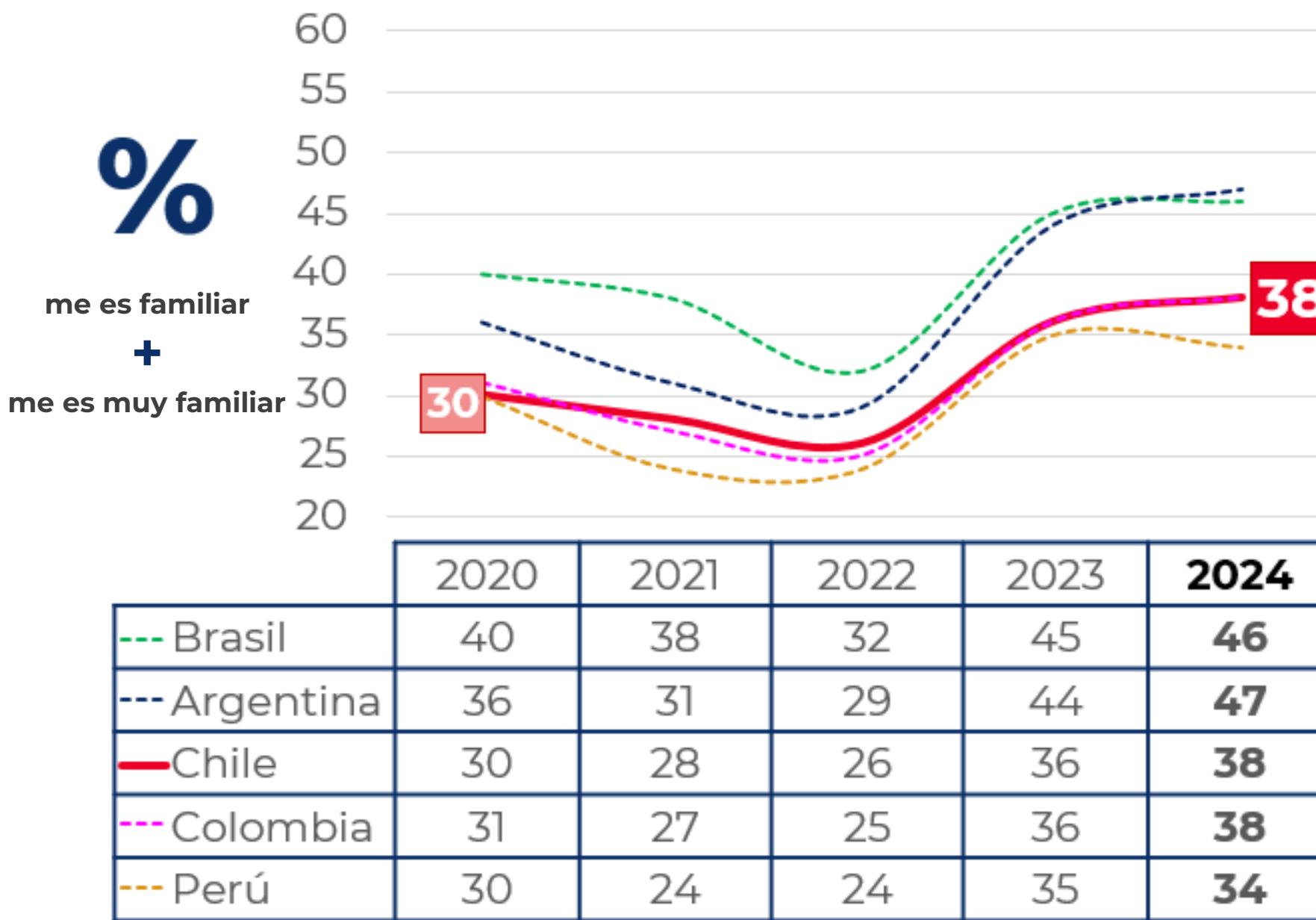
Síntesis

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

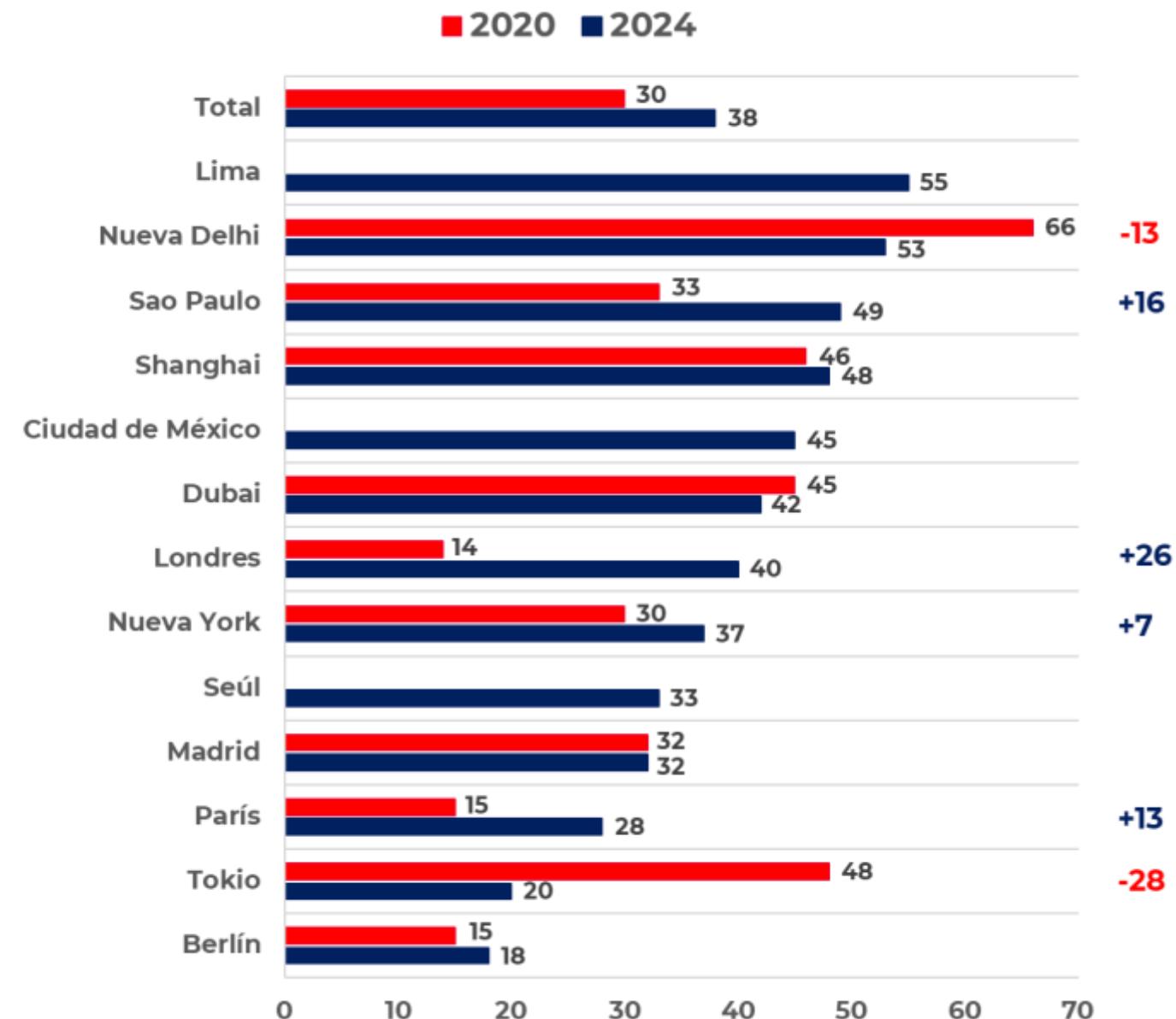
■ A pesar de que la tendencia del conocimiento hacia nuestro país tiene un comportamiento relativamente similar en perspectiva comparada, **la versión 2024 indica que alcanzamos el máximo conocimiento por parte de los encuestados en el extranjero**, desde que se realiza el estudio (2020).



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:

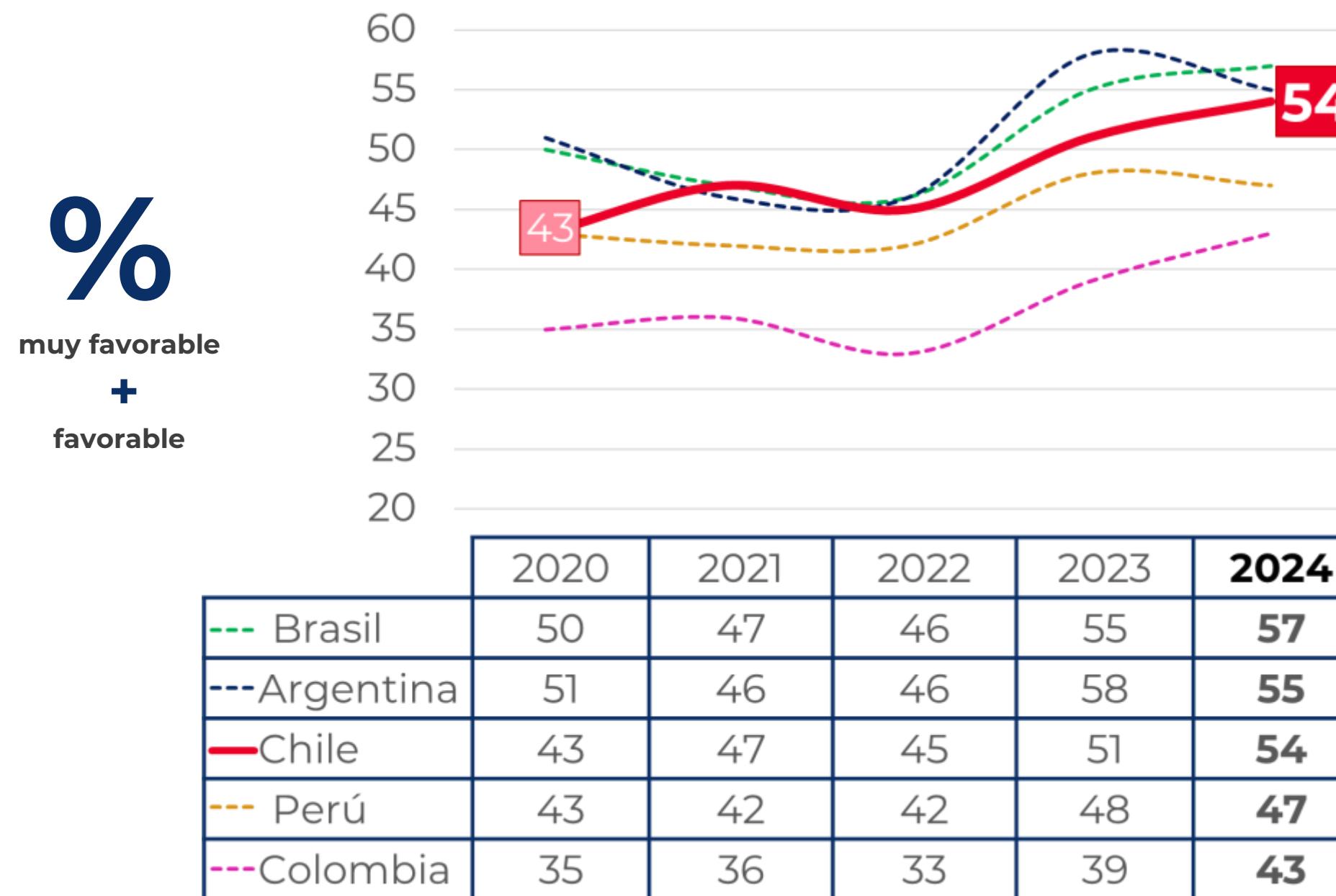
- Sao Paulo
- París
- NYC
- Londres

■ 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.



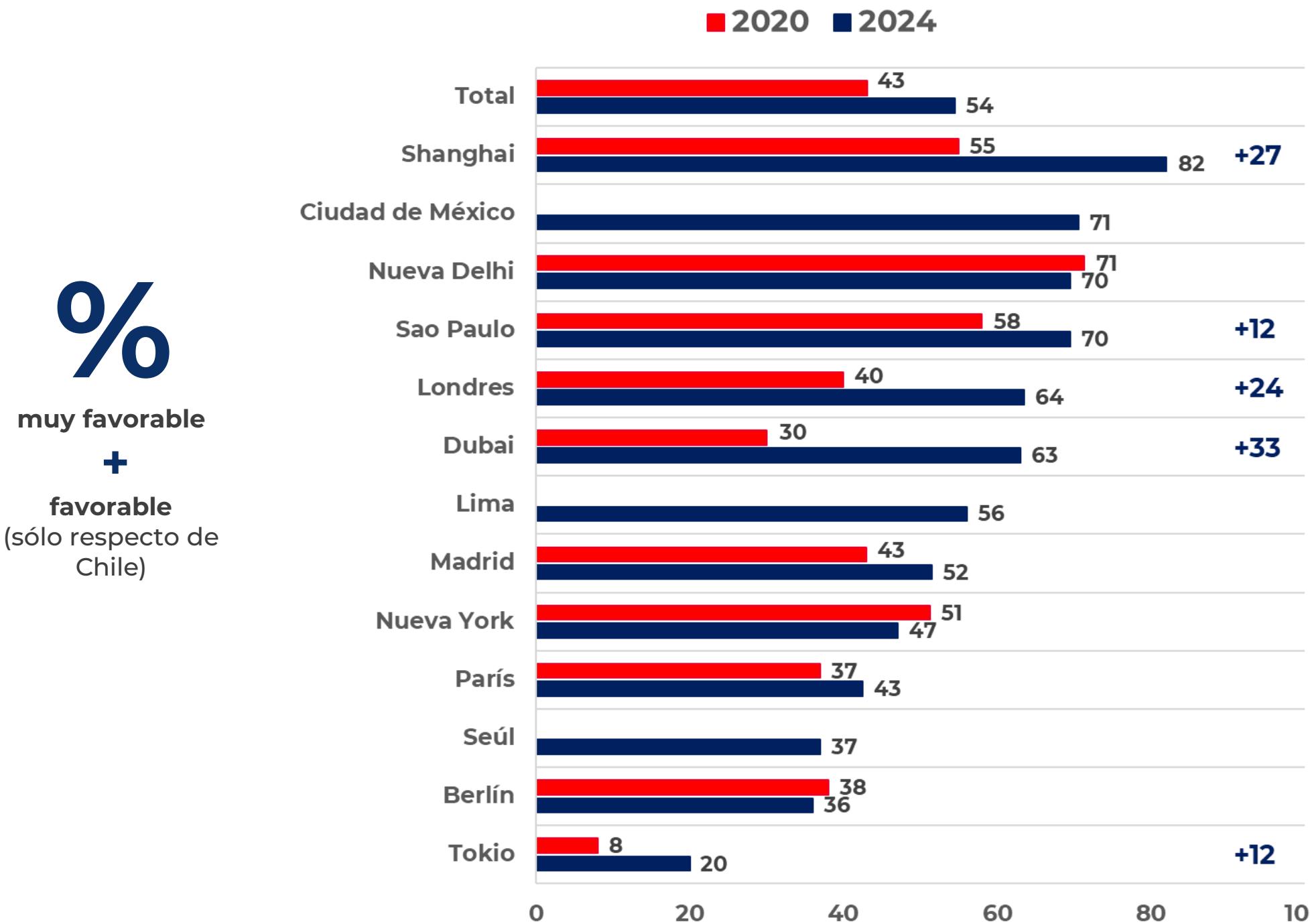
54% de los encuestados tiene una imagen favorablemente positiva de Chile

- 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



54%

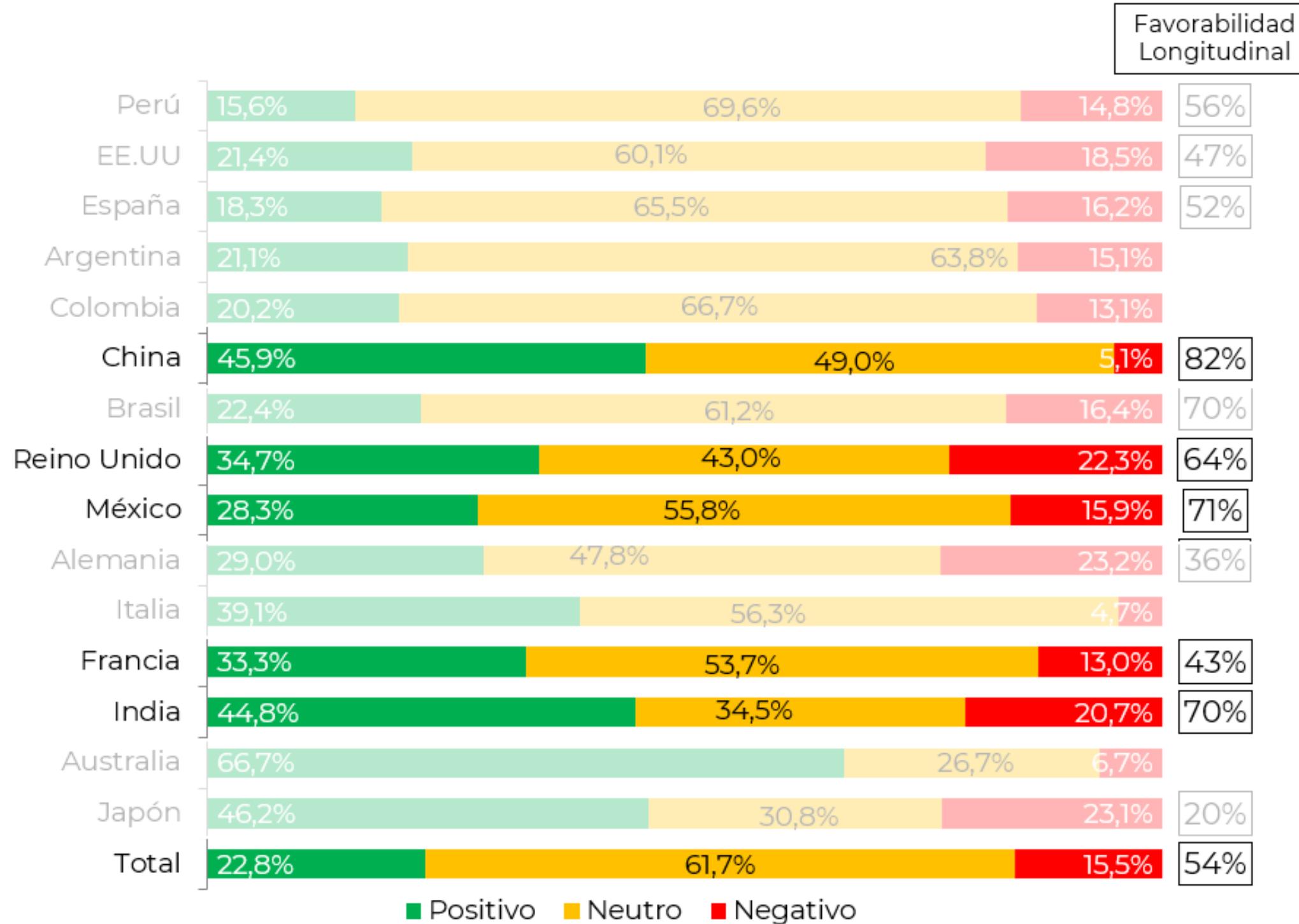
de favorabilidad está explicada por lo siguiente:

- **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 absolutos es de lo más bajos.
- Falta Corea del Sur y Emiratos Árabes Unidos en informes de prensa para el cruce con el Estudio Longitudinal.

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

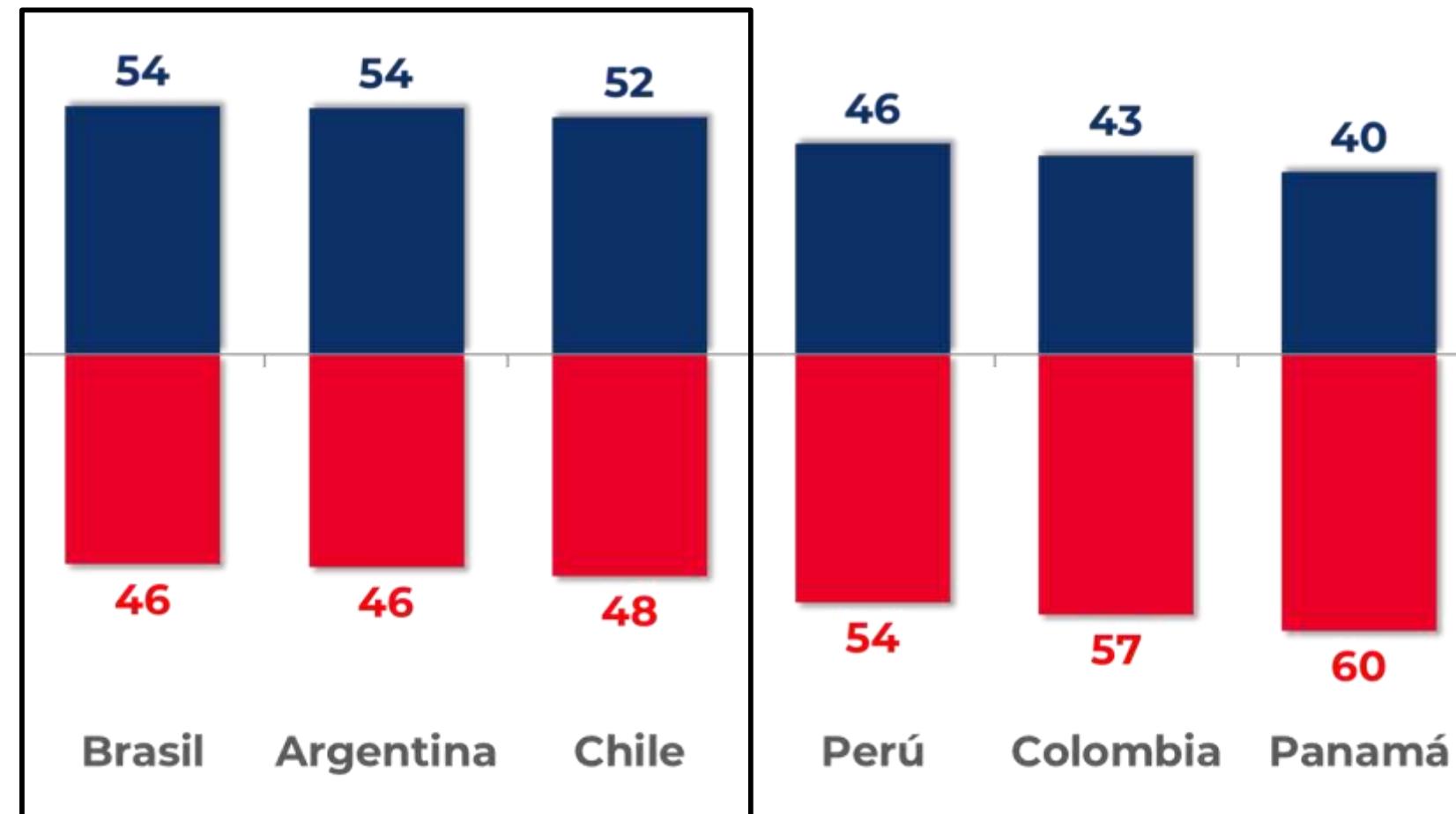
Síntesis

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

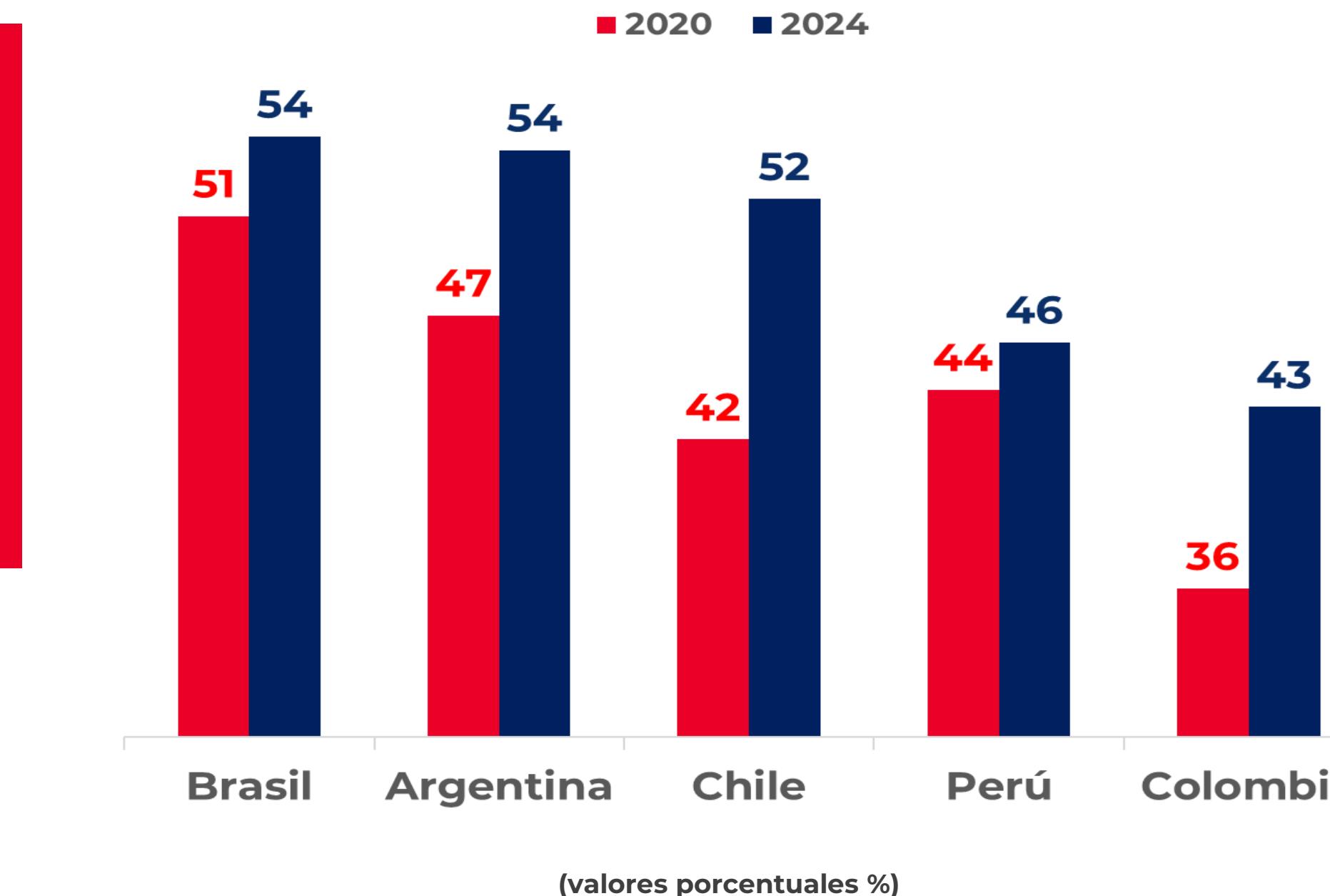
- El 52% de los encuestados afirman que **“Tienen referencia de Chile y les gustaría visitarlo dentro de los próximos 5 años o en alguna ocasión”**.
- **Estamos a sólo 3 puntos porcentuales del liderazgo en intención de viaje a LATAM.**



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 piensen visitarlo en alguna ocasión o en los próximos 5 años**”



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

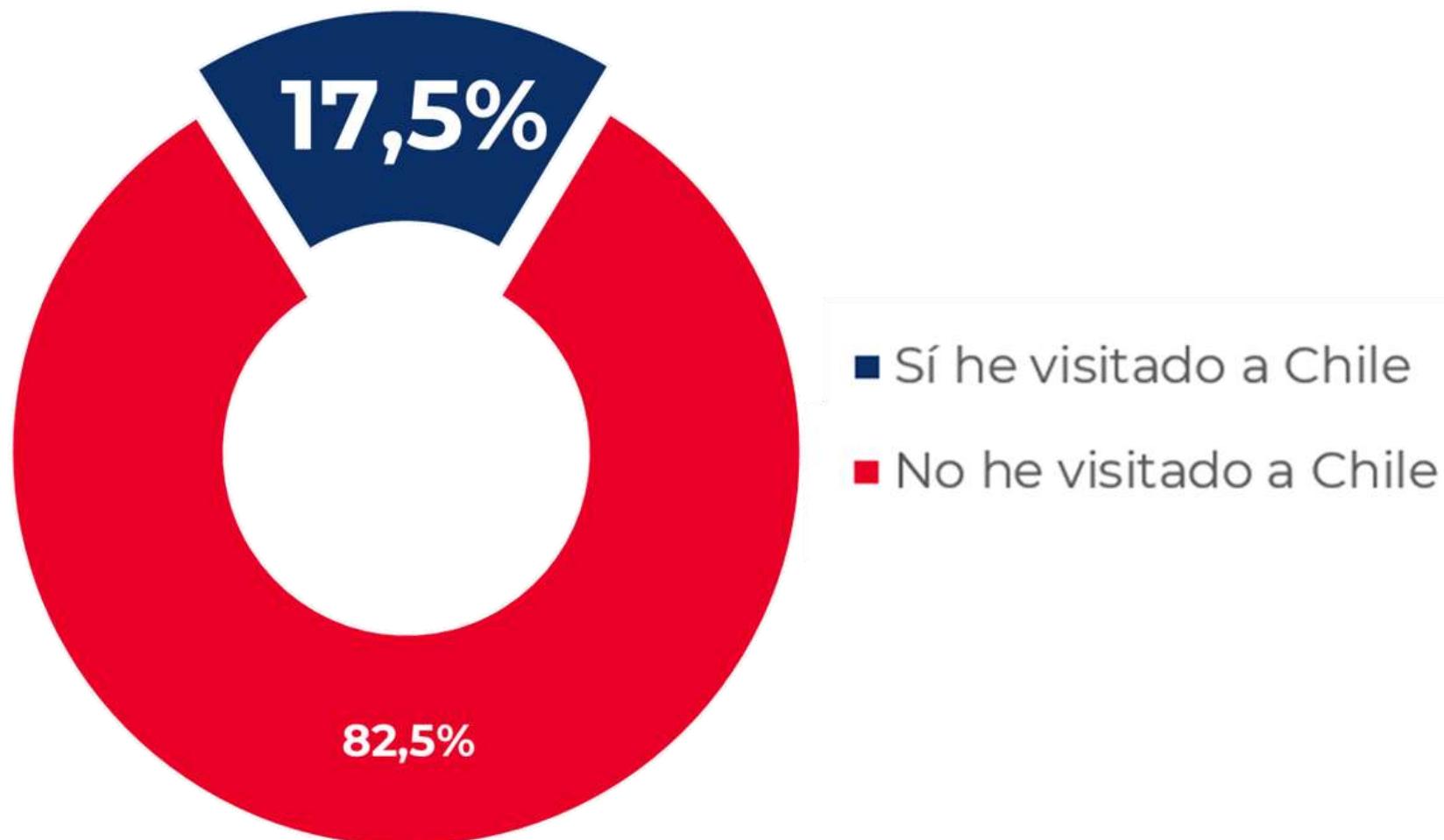
Conocimiento de hitos de Chile

09

Síntesis

10

¿Ha visitado Chile alguna vez?



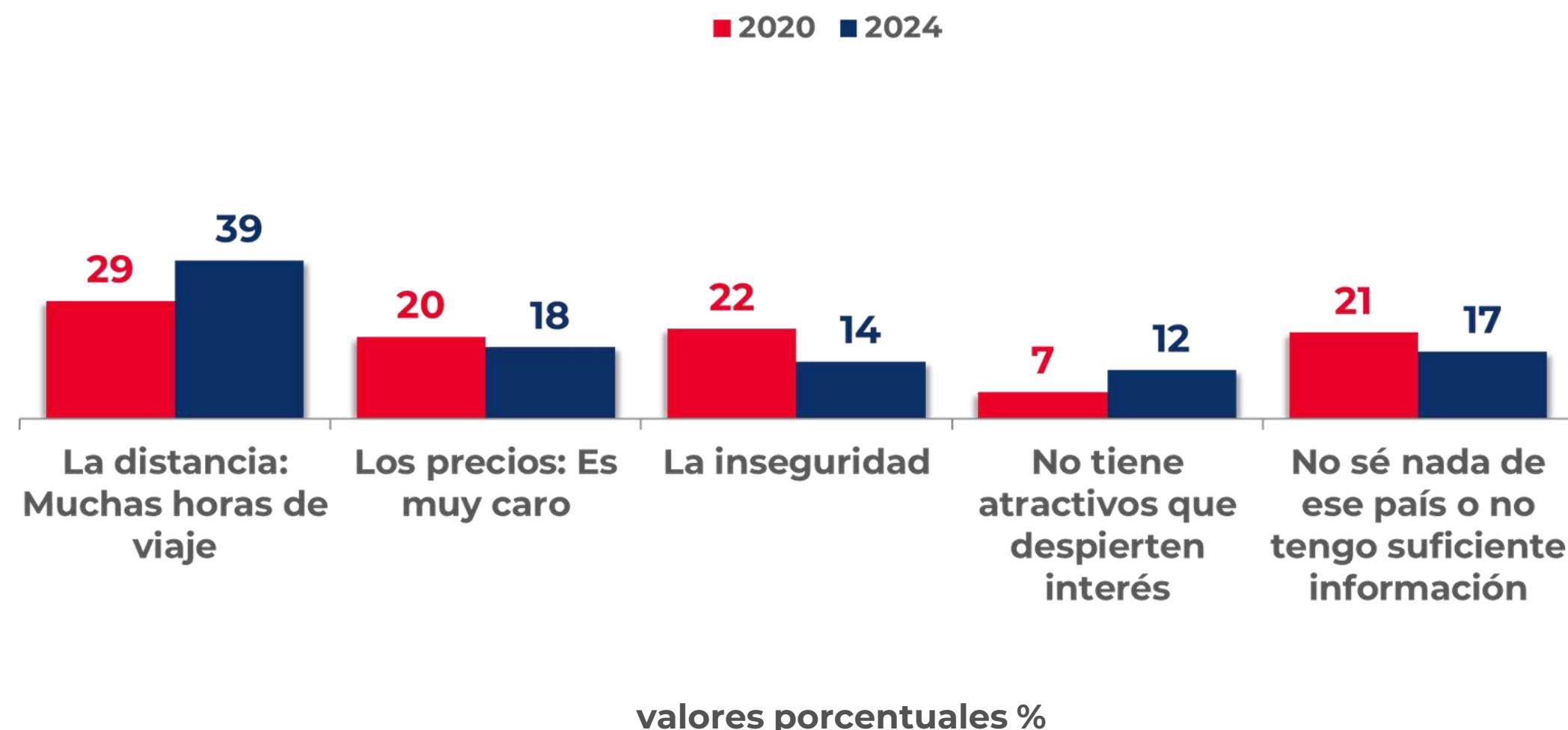
17,5%

de los encuestados han visitado
Chile alguna vez



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?



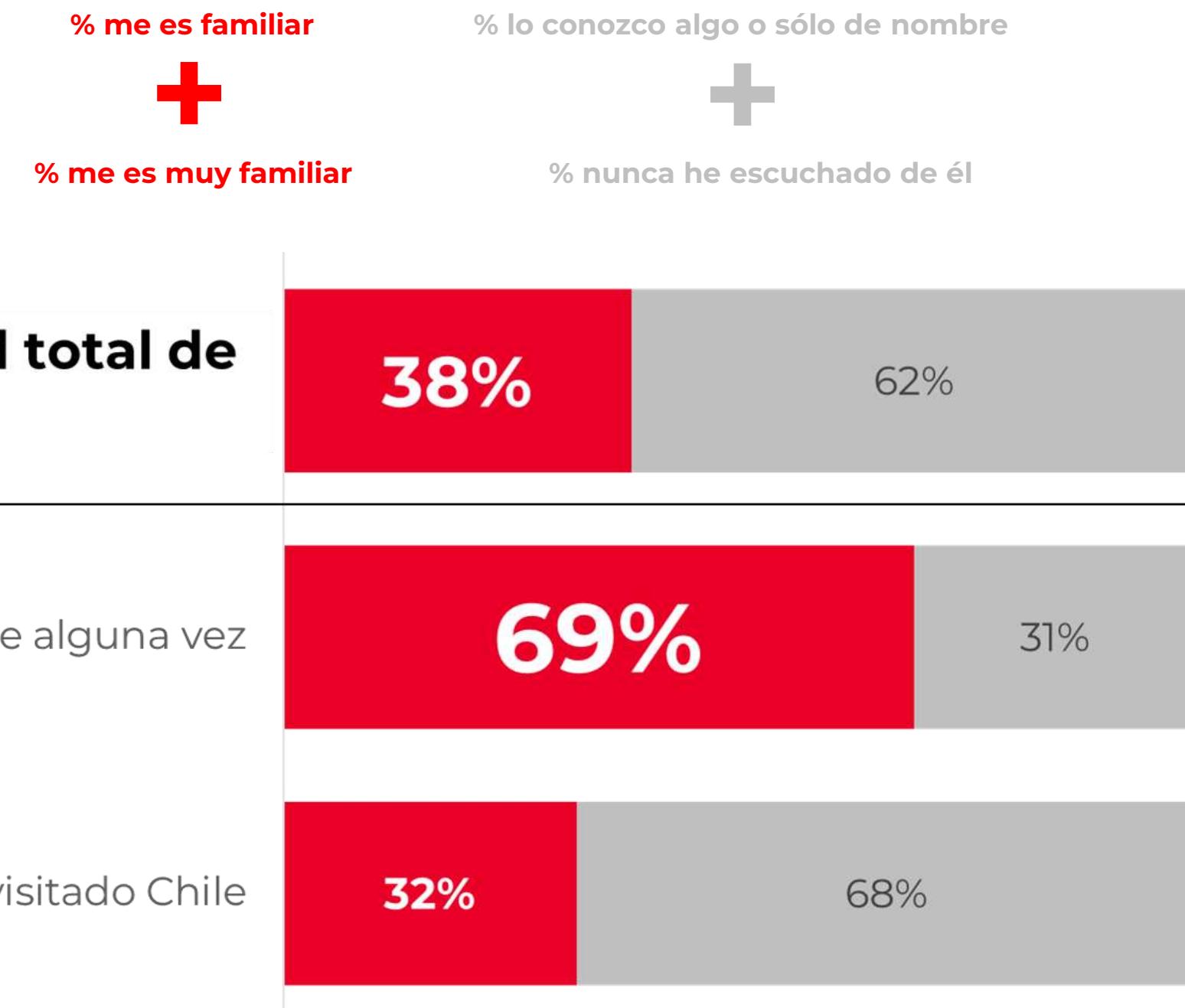
Chile comienza a ser percibido como un destino más seguro.

- 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.



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 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)

	Sí	No
87	79	
87	68	
82	67	
84	63	
84	60	
83	56	
84	56	
83	56	
73	55	
80	53	
82	53	
81	52	
81	52	
82	51	
80	50	
77	50	
60	41	

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

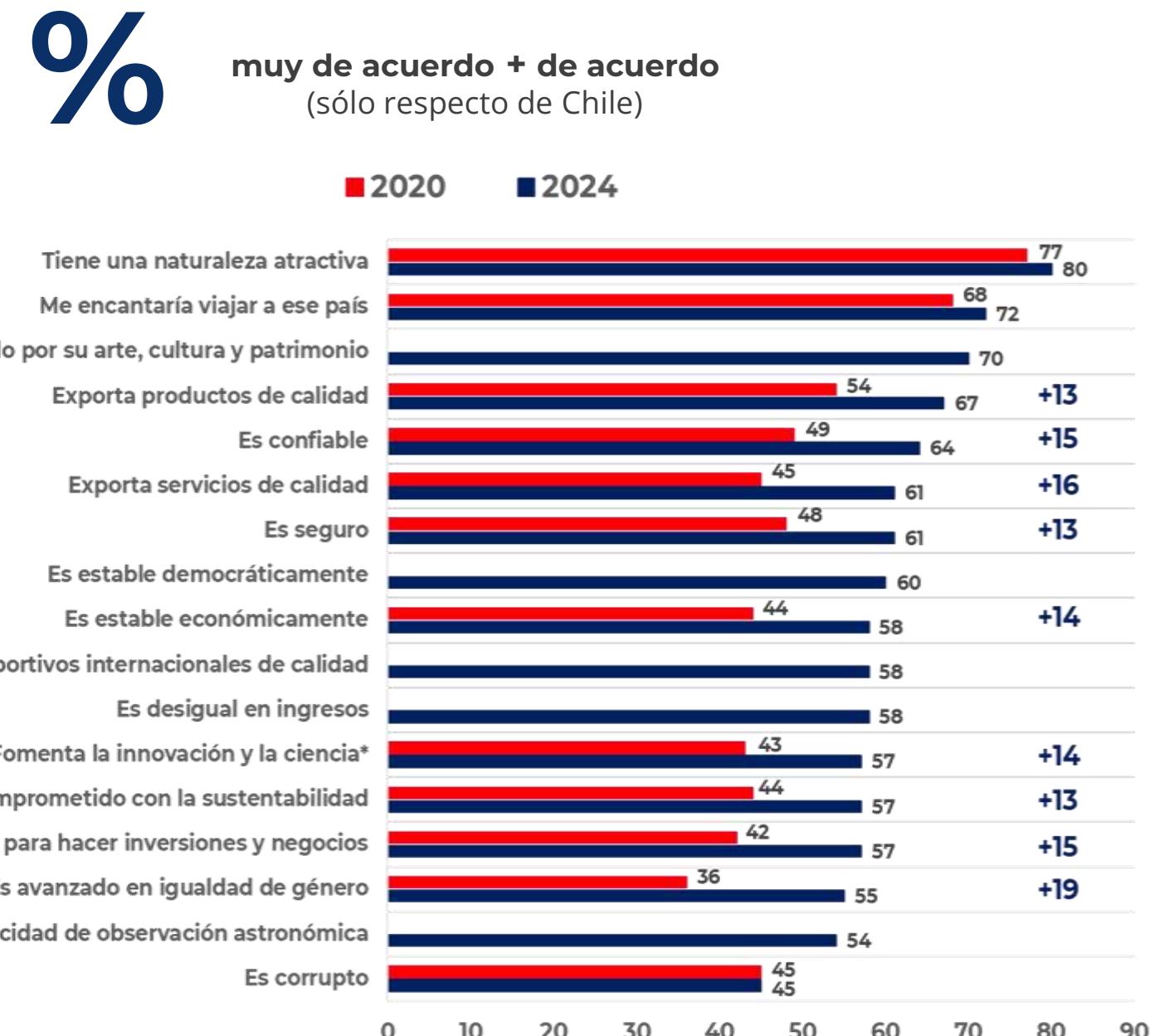
Visitar Chile mejora la percepción de sus atributos

- 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?



*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

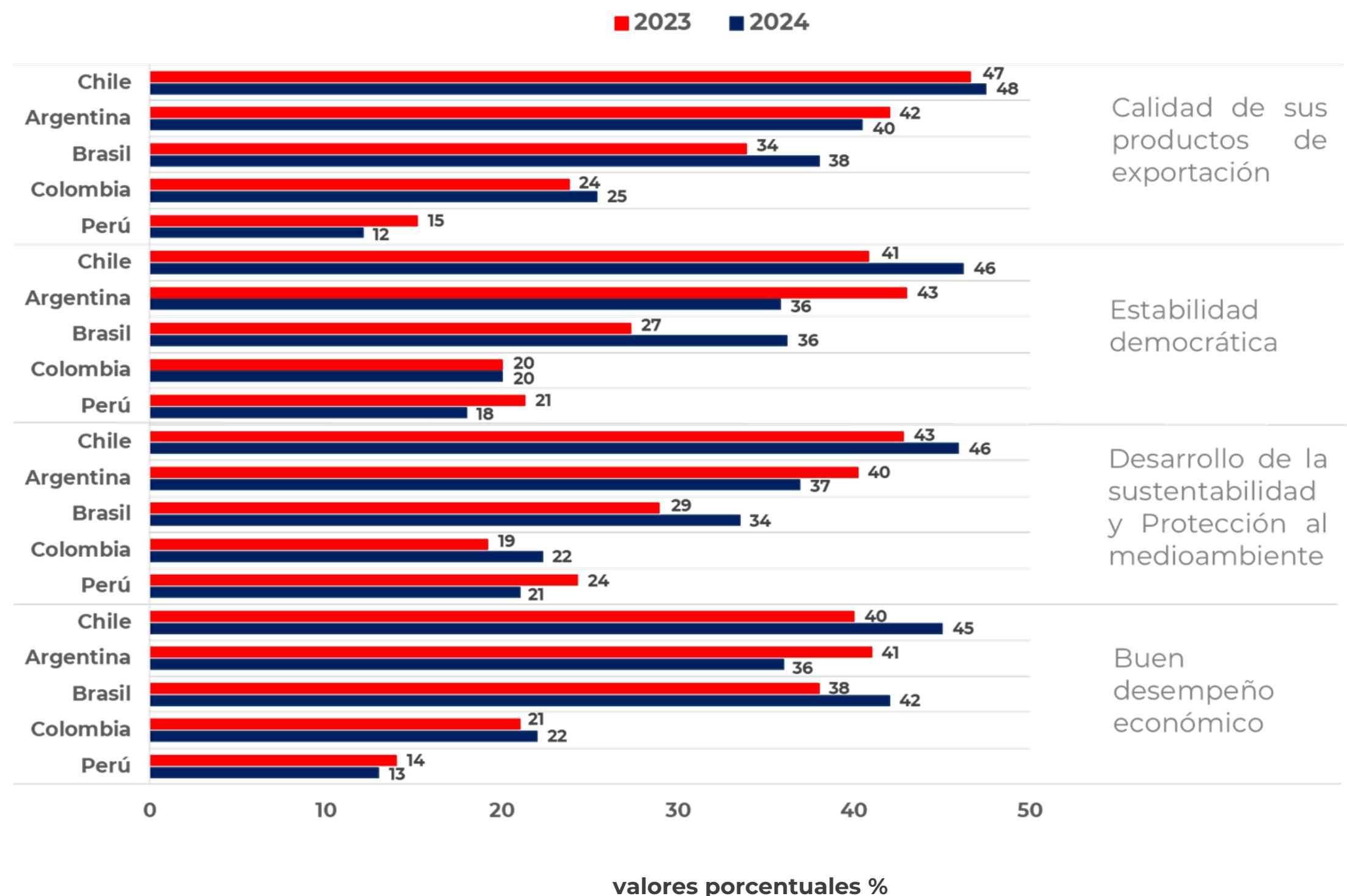
Síntesis

10



Atributos en perspectiva comparada

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



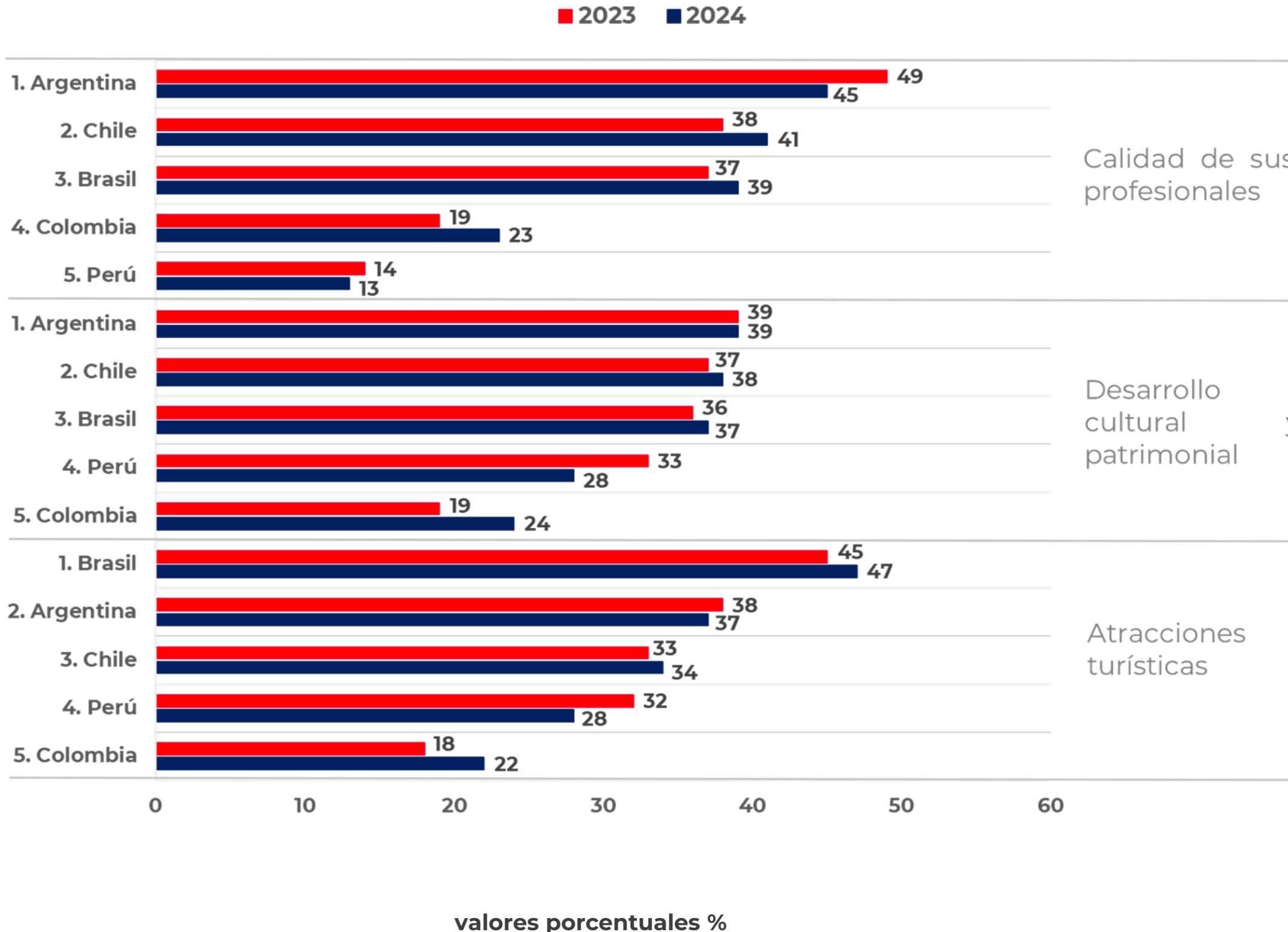
Sustentabilidad, Diversidad y Democracia al alza

- 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 mantenerlos relativamente estable entre el 2023 y 2024.



Atributos en perspectiva comparada.

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



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**.

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

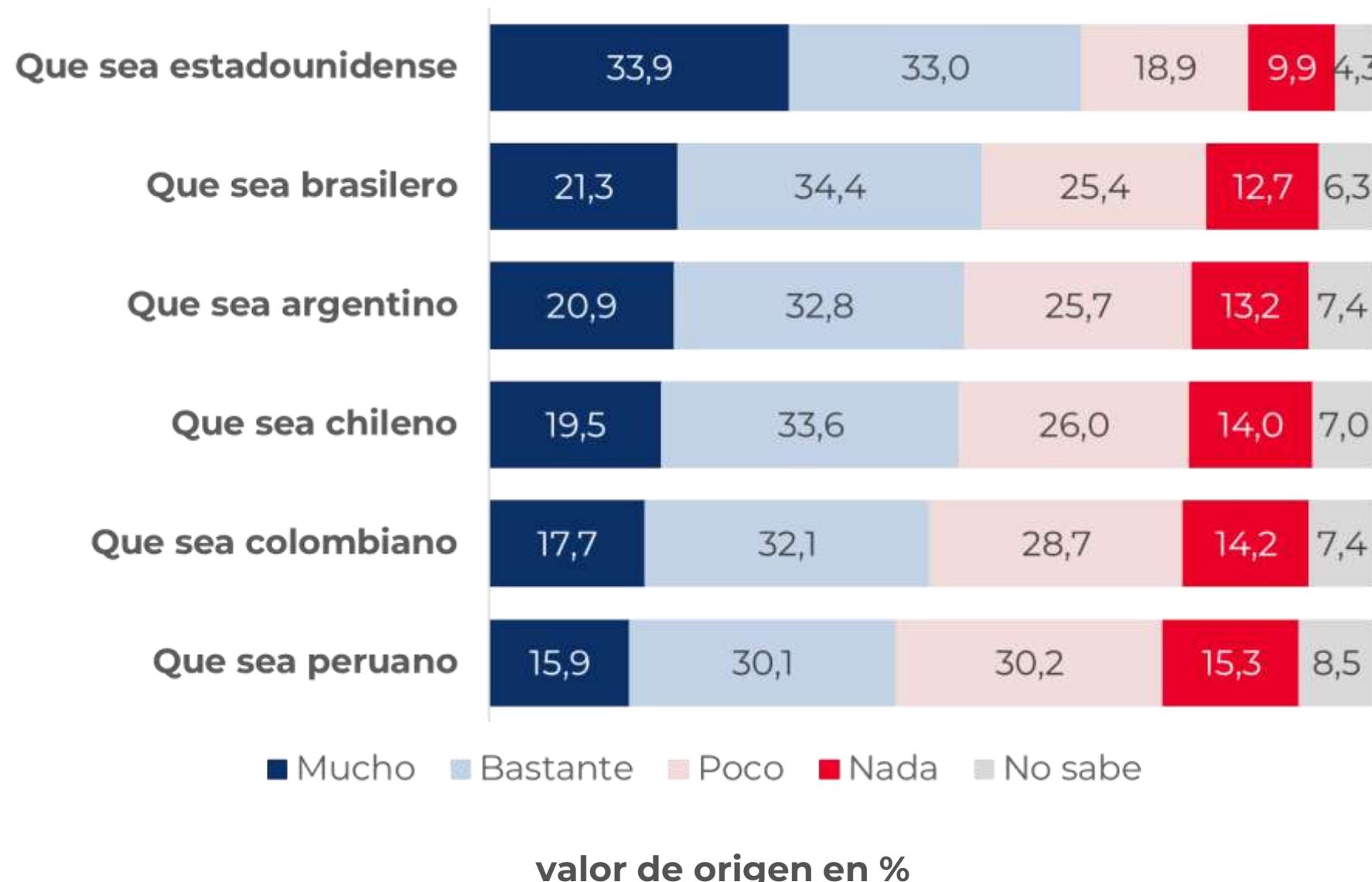
Síntesis

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?**



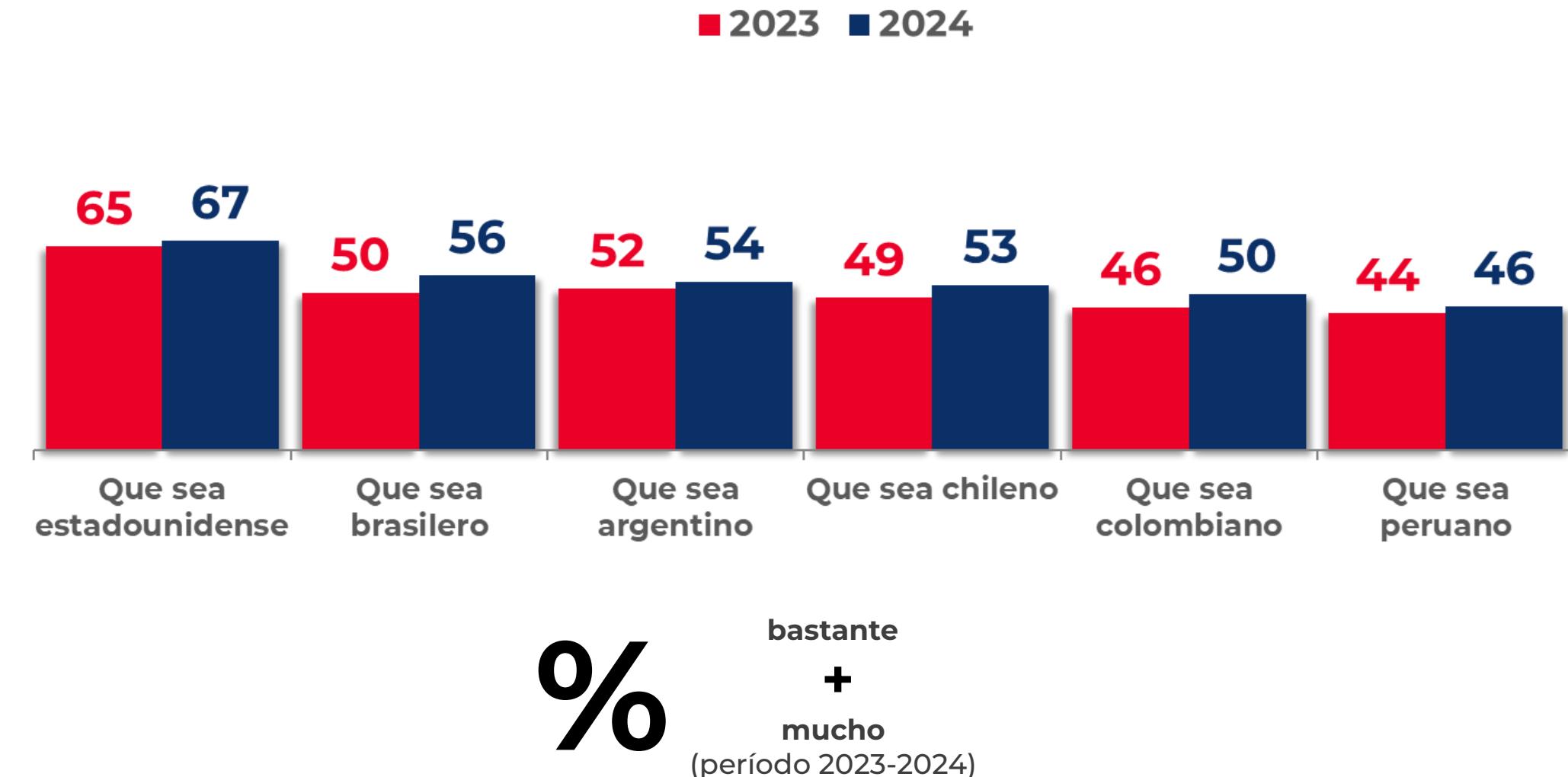
Productos chilenos
3º en las preferencias de consumo.

- 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.



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?**



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

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.

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

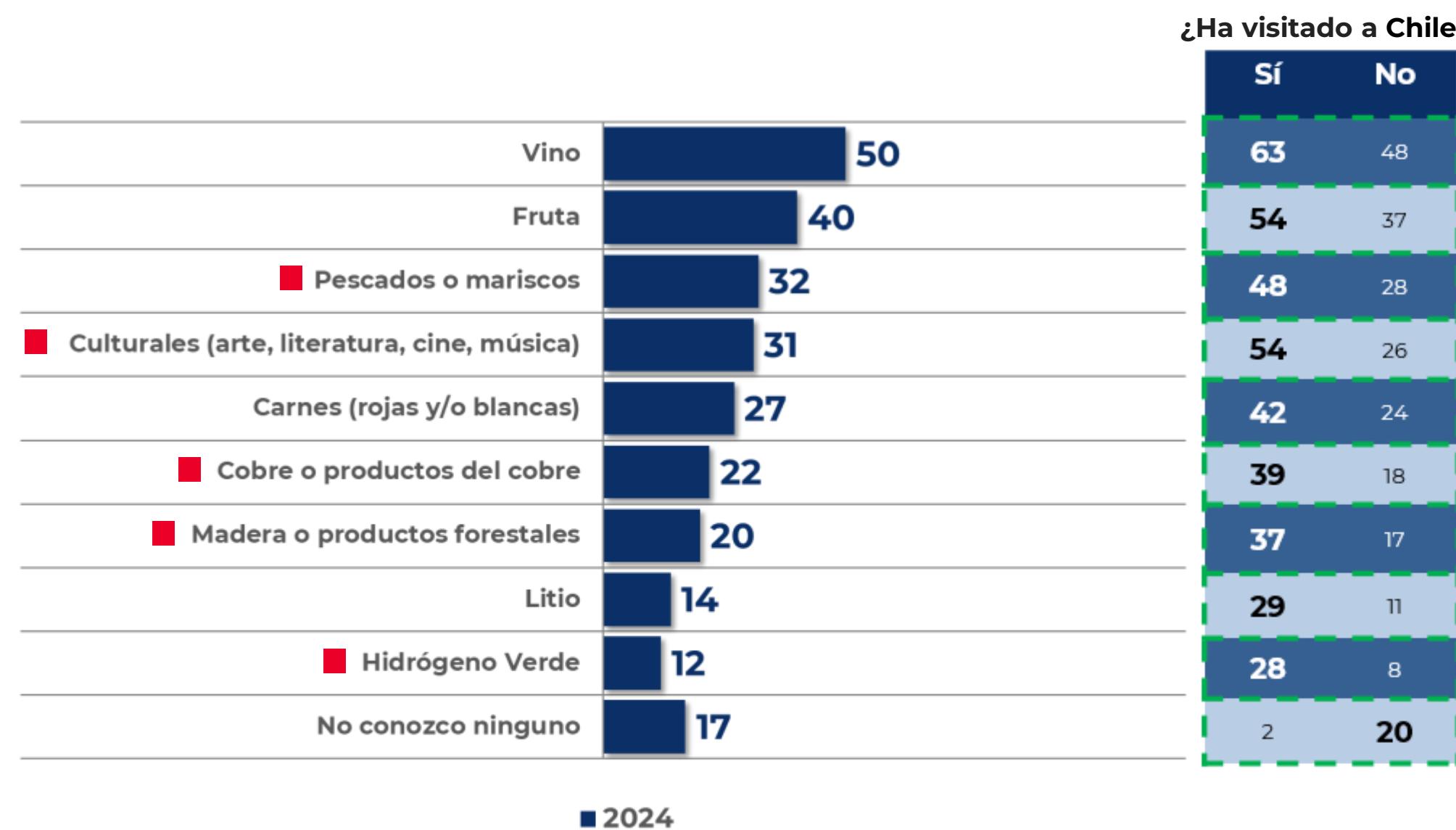
Síntesis

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?



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

(valores porcentuales %)

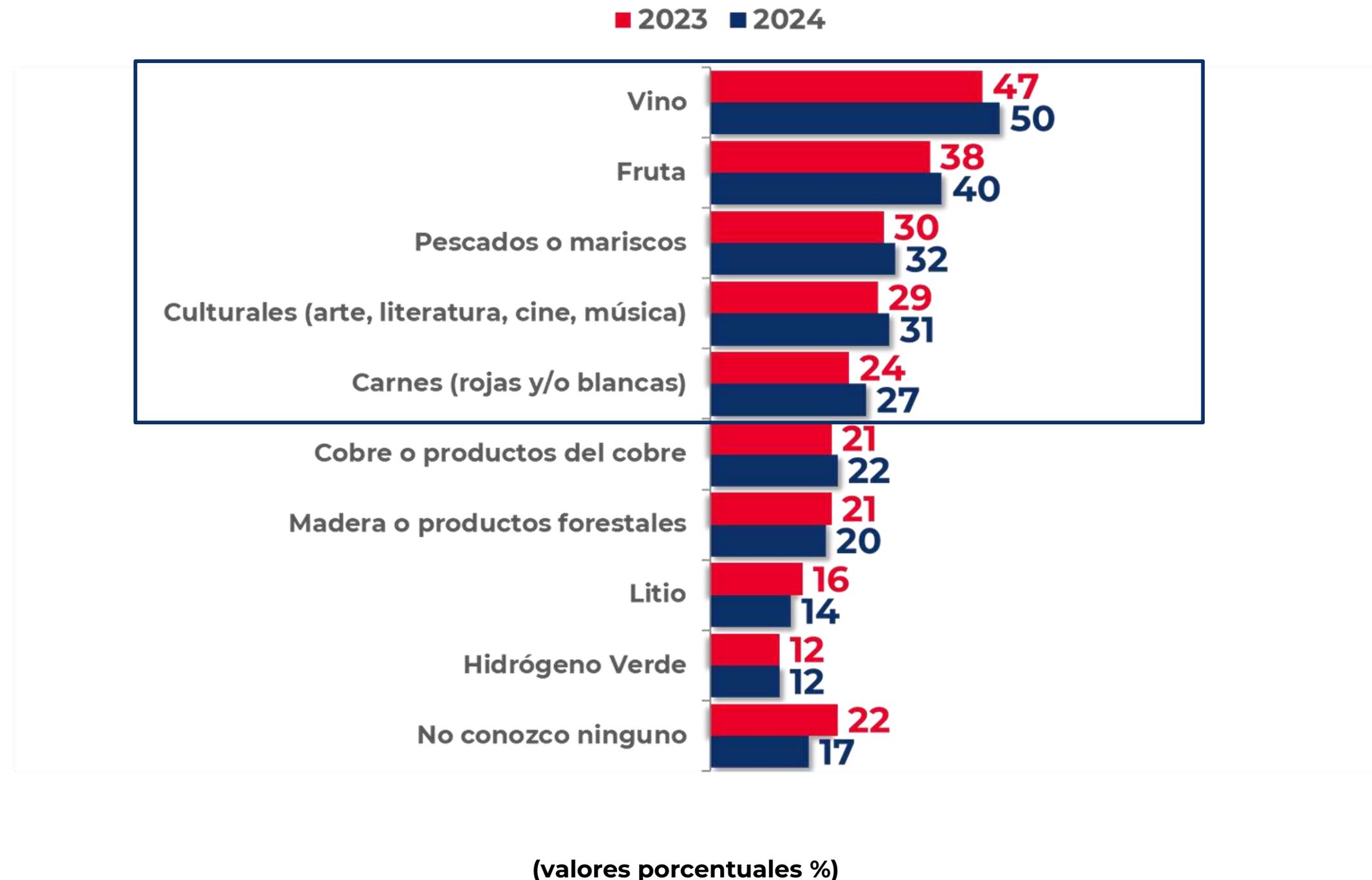
El conocimiento de los productos aumenta cuando hay una visita a nuestro país.

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



Evolutivo de conocimiento de productos chilenos

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



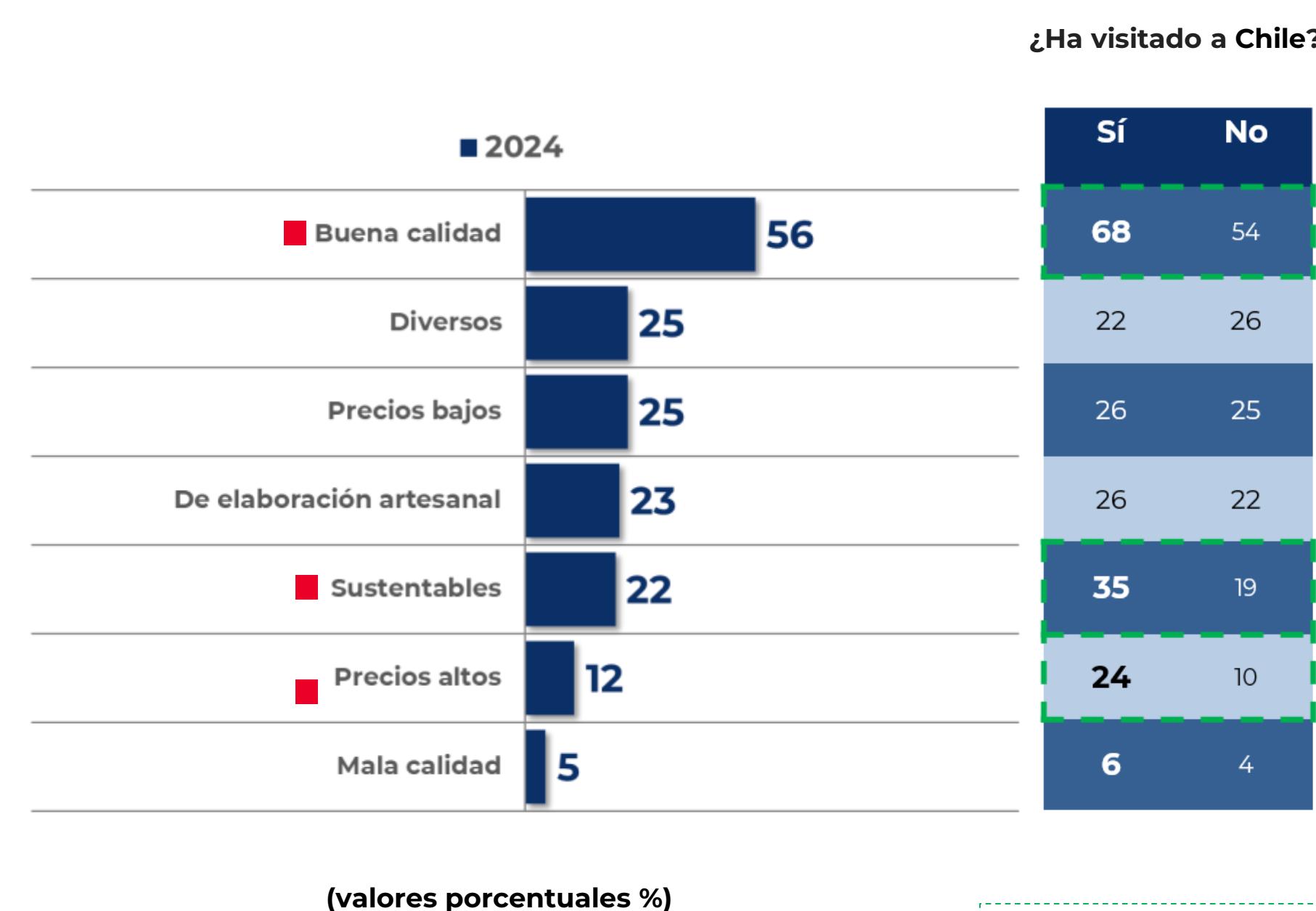
Los productos de origen chileno mantienen su posición en el listado en relación con el 2023

- 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**.



Atributos de productos chilenos según visita a Chile

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



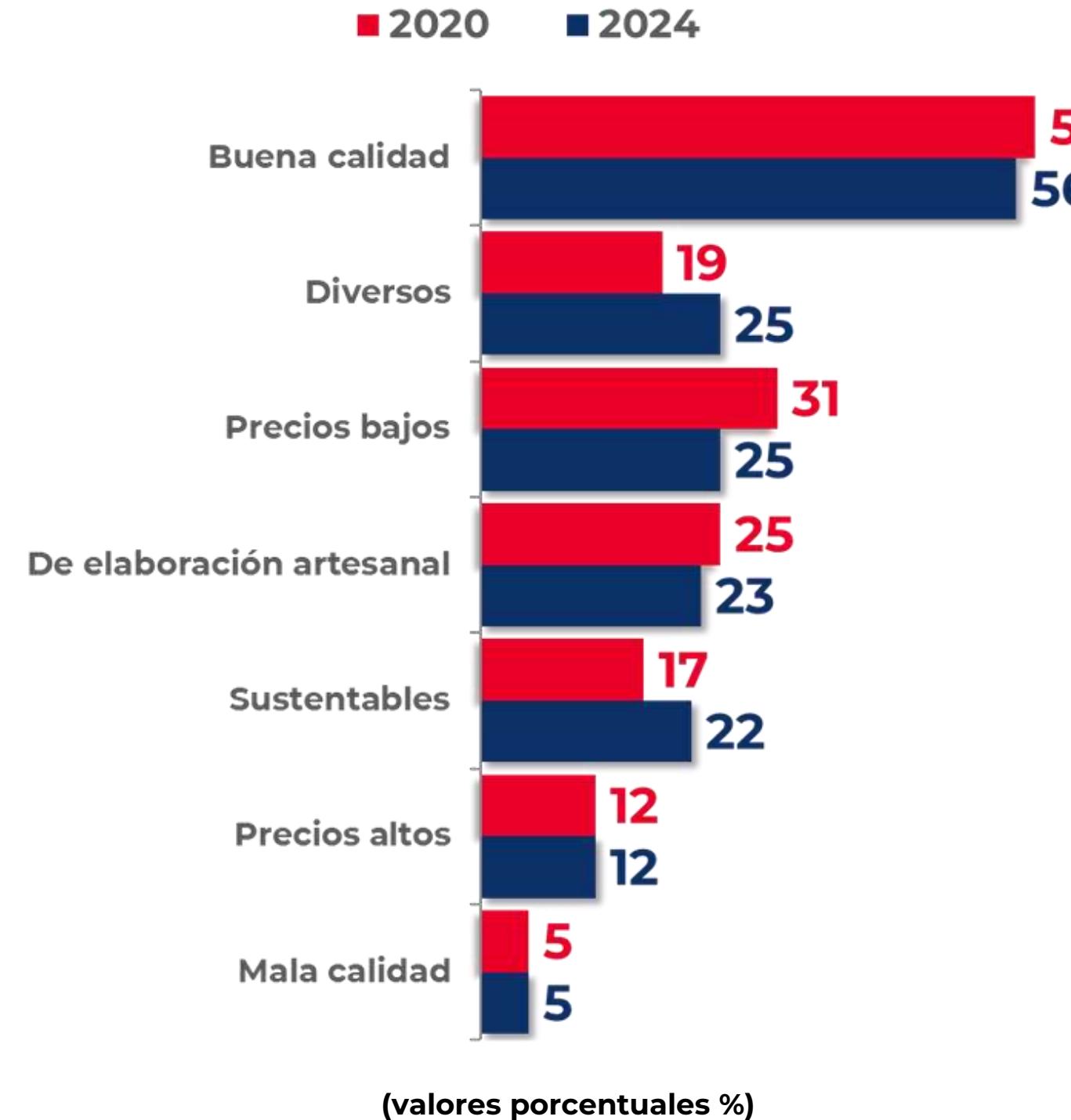
Buena Calidad es el principal atributo que asocian a los productos chilenos

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



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

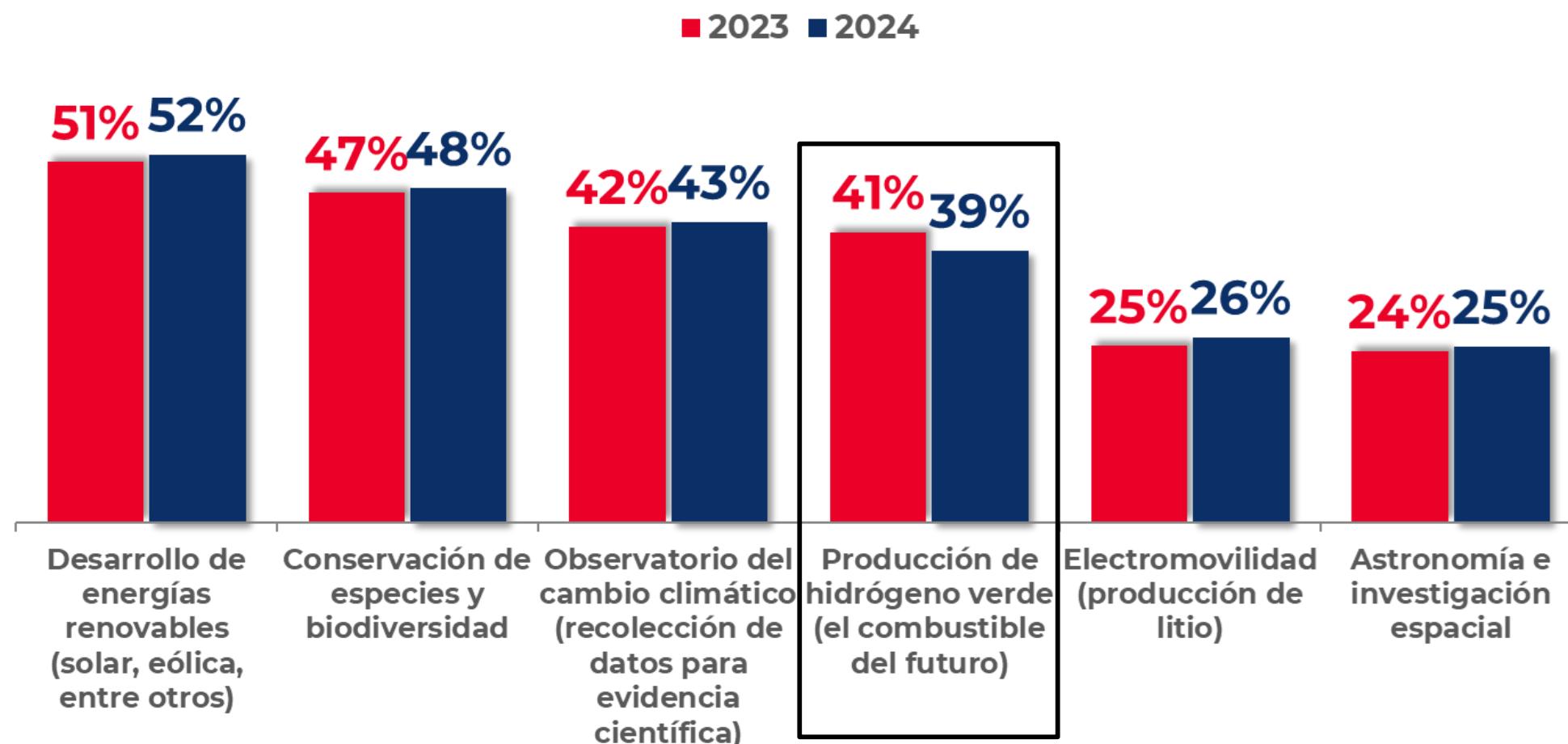
Síntesis

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%).

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

- Alanzamos 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