



INSTITUTO DE ESTUDIOS
INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD DE CHILE

El Factor Marca País en las Exportaciones Chilenas a China

**Estudio de Caso para optar al Título de Magíster en Estrategia Internacional y
Política Comercial**

Alumno : Susan Rojas Villagra
Profesor Guía : Manfred Wilhelmy

Santiago de Chile
Junio 2015



INDICE

Abstract

Introducción	8
I. Justificación del Estudio.....	10
I.1 Contextualización.....	10
I.1.1 Objetivos.....	15
▪ Objetivo General	
▪ Objetivos Específicos	
I.1.2. Hipótesis.....	16
▪ Hipótesis General	
▪ Hipótesis Específicas	
II. Marco Conceptual.....	17
II.1 Proceso Evolutivo Marca País en Chile.....	17
II.1.1 Orígenes y Desarrollo de la Marca País.....	18
II.1.2 Imagen País, Marca País, Marcas Sectoriales.....	39
II.2 China Mercado Objetivo.....	46
II. 2.1 Características del Mercado Chino.....	46
II. 2.2 Chile como Marca País en China.....	50



III. Diseño Metodológico.....	54
III.1 Tipo y Nivel de Investigación.....	54
IV. Resultados y Principales Hallazgos	58
IV.1 Nivel Institucional.....	58
IV.2 Eventos de Posicionamiento y Promoción.....	61
IV.3 Imagen País.....	66
IV.4 Marcas Sectoriales.....	66
IV.5 Marca País.....	69
IV.6 Marca País como Factor en las Exportaciones.....	75
V. Conclusiones Finales.....	78
VI. Referencias Bibliográficas.....	85
VII. Anexos.....	89