

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
07/05/2010	LA TERCERA (STGO-CHILE)	2	3	CHILE Y EXPO SHANGHAI 2010	5,6x19,4	\$784.329

Chile y Expo Shanghai 2010

Señor director:

China está de fiesta. Acabamos de ver por los medios la espectacular inauguración de la Expo Shanghai 2010, feria mundial que realizó grandes inversiones en infraestructura y que cuenta con la representación de 179 países y 57 organizaciones no gubernamentales. La cuenta: US\$ 4.200 millones de dólares gastados, equivalente al doble de las inversiones hechas en los Juegos Olímpicos de Beijing 2008.

No obstante esta cifra, sólo 80 países cuentan con pabellón propio y Chile es uno de ellos. Independiente de las controversias generadas por su diseño, hay que destacar que la imagen del país ha quedado en la retina de los visitantes. Un reportaje reciente realizado por la prensa china destacaba a Chile no sólo como un país al otro lado de China, sino también por su cobre, su vino, la Isla de Pascua y los glaciares del sur. Frente a esto, las autoridades encargadas de la promoción de la marca "Chile" han hecho un trabajo encomiable.

Sin embargo, esta tarea debe ser acompañada por una política de acercamiento político para poder atraer inversiones desde el "gigante asiático" hacia Chile. Si bien nuestro país fue uno de los primeros en reconocer a la República Popular China, en firmar un Tratado de Libre Comercio y apoyar su ingreso a la OMC, las grandes inversiones de las empresas chinas se orientan a Brasil, Venezuela y Perú. ¿Qué tienen de común estos tres países? Ellos han hecho un trabajo de acercamiento explícito de sus respectivos presidentes ante las autoridades chinas.

Yun Tso Lee

Centro de Estudios de Relaciones Internacionales U. del Desarrollo