



# Orgullo Chileno 2026

Ficha Técnica  
Orgullo Chileno  
2025

01

Principales  
resultados

02

Posicionamiento Marca  
Chile

03

Ficha Técnica  
Orgullo Chileno  
2025

01

Principales  
resultados

02

Posicionamiento Marca  
Chile

03

# Estudio **Orgullo Chileno**

El Estudio **Orgullo Chileno** mide la **percepción de los chilenos en torno a indicadores claves de orgullo nacional**. Desde el 2019 hasta el 2023 se ha levantado este estudio de manera conjunta con DESUC y las últimas 2 versiones la ha realizado la consultora internacional especializada en estudios de opinión pública **IPSOS**.

En contraste de años anteriores, en esta versión se incorporó un componente cualitativo con el objetivo de dilucidar cuáles son los aspectos que movilizan el alza sostenida de los indicadores de Orgullo Cívico.



# Muestreo Cuantitativo

La muestra incluye **3.200 encuestas** nivel nacional.

Los encuestados son **mayores de 18 años conectados a internet** con muestreo no probabilístico diseñado por cuotas (edad, sexo, NSE y zona geográfica)

El estudio tiene un **95% de confianza** y un **± 1,7% de error muestral**.

## FECHA DE TERRENO

5 al 14 de enero de 2026.

Muestra Ponderada		
Zona	Regiones	Muestra
Norte	Arica, Iquique, Antofagasta, Copiapó, La Serena	493
Centro	Valparaíso, O'Higgins, Maule, Ñuble	655
Sur	Bíobío, La Araucanía, Los Ríos, Los Lagos, Aysén, Magallanes	652
RM	Metropolitana	1.400
	Total	3.200



# Muestreo Cualitativo

La muestra incluye **14 entrevistas** aplicadas a través de la plataforma Teams.

Los entrevistados son **mayores de 18 años conectados a internet** con **residencia permanente en Chile**, presentes en la RM y regiones.

## FECHA DE TERRENO

16 al 29 de enero de 2026.

Género	NSE	Zona	Rango Etario
Hombre	ABC1C2	Región Metropolitana	35-49
Mujer	ABC1C2	Región Metropolitana	35-49
Mujer	C3D	Región Metropolitana	60 o más
Hombre	ABC1C2	Región	35-49
Mujer	C3D	Región Metropolitana	18-26
Mujer	ABC1C2	Región Metropolitana	18-26
Mujer	C3D	Región	18-26
Mujer	C3D	Región Metropolitana	18-26
Mujer	C3D	Región Metropolitana	60 o más
Hombre	ABC1C2	Región Metropolitana	60 o más
Hombre	ABC1C2	Región	35-49
Mujer	C3D	Región	60 o más
Hombre	ABC1C2	Región	60 o más
Hombre	ABC1C2	Región Metropolitana	35-49



Ficha Técnica  
Orgullo Chileno  
2025

01

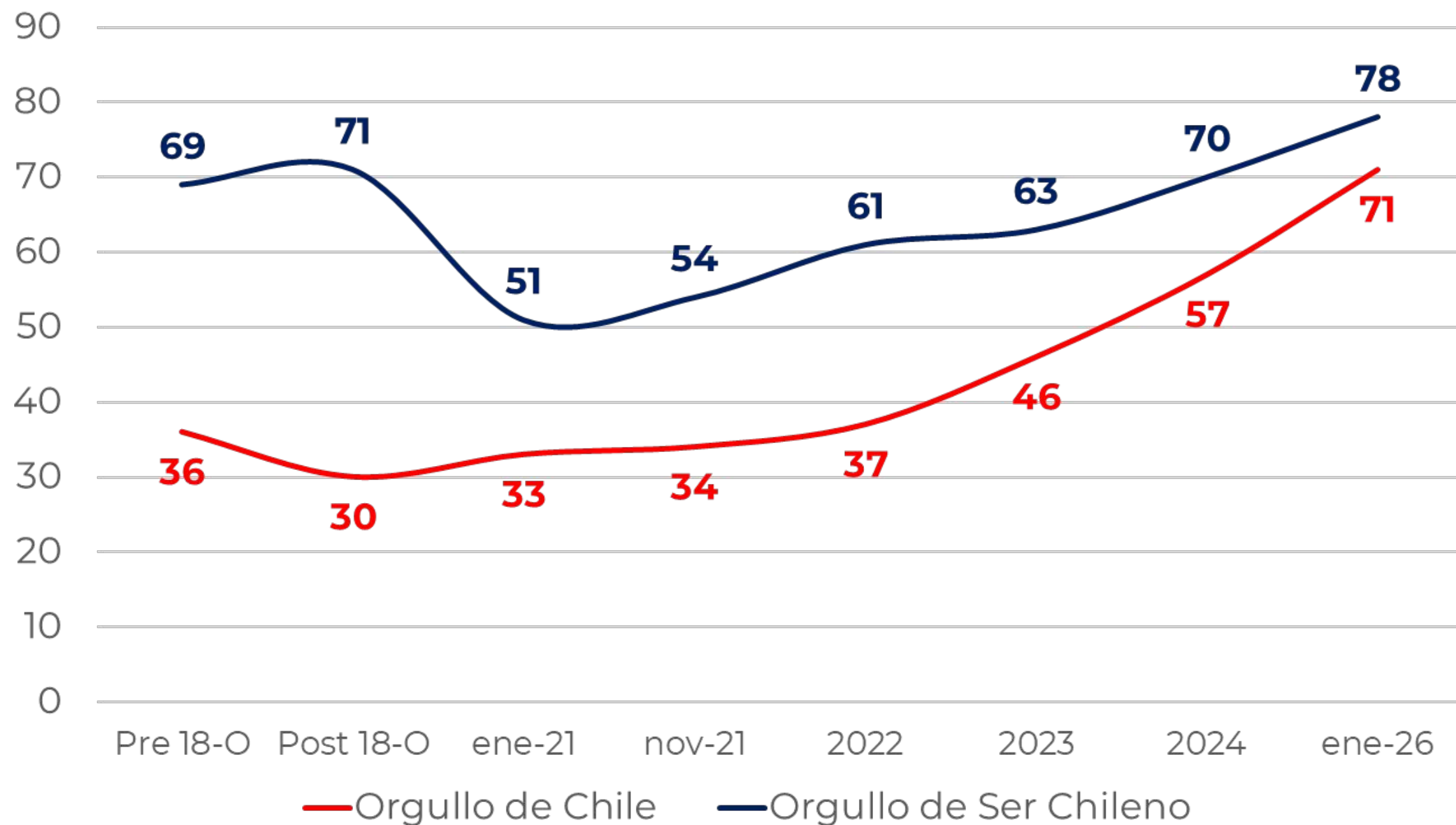
Principales  
resultados

02

Posicionamiento Marca  
Chile

03

En una escala de 1 a 7, donde 1 es nada de orgulloso y 7 muy orgulloso  
¿Qué tan orgulloso/a está ud de...?  
(Solo % notas 6 a 7 - alto orgullo)



**Peak histórico:**  
**Orgullo Nacional en su máximo (78% y 71%).**

## La distinción: ¿Qué evaluamos y desde dónde?

- **Orgullo por Chile (El País):**

Es una evaluación externa y objetiva de **cómo funciona el país, en su dimensión institucional**. Es **cíclico y volátil**, ya que depende de los resultados económicos, la seguridad y de quién esté gobernando en el momento.

Se basa en la **comparación**, es decir, nos sentimos orgullosos cuando vemos que Chile es más estable que sus vecinos regionales.

- **Orgullo por ser chileno (La identidad):**

Es un sentimiento **íntimo, biográfico y profundo**. No depende de los resultados del gobierno, sino de quiénes somos: nuestros códigos compartidos, **la 'chispeza', la solidaridad y la resiliencia**.

Este orgullo funciona como un **“suelo estable” o refugio emocional**; aunque el país pase por una mala racha, la identidad nos sostiene.

## ¿Por qué los orgullos vienen al alza?

Aunque parezca contradictorio que el orgullo suba mientras el ánimo nacional por la economía y seguridad baja, el estudio explica que esto sucede por las siguientes razones.

- **Funciona como un **contrapeso**:**

Frente a un discurso público que se siente **“castigador”** con noticias negativas, los ciudadanos activan el orgullo para **reequilibrar su imagen propia** y recordar que el **país** aún tiene **recursos valiosos**.

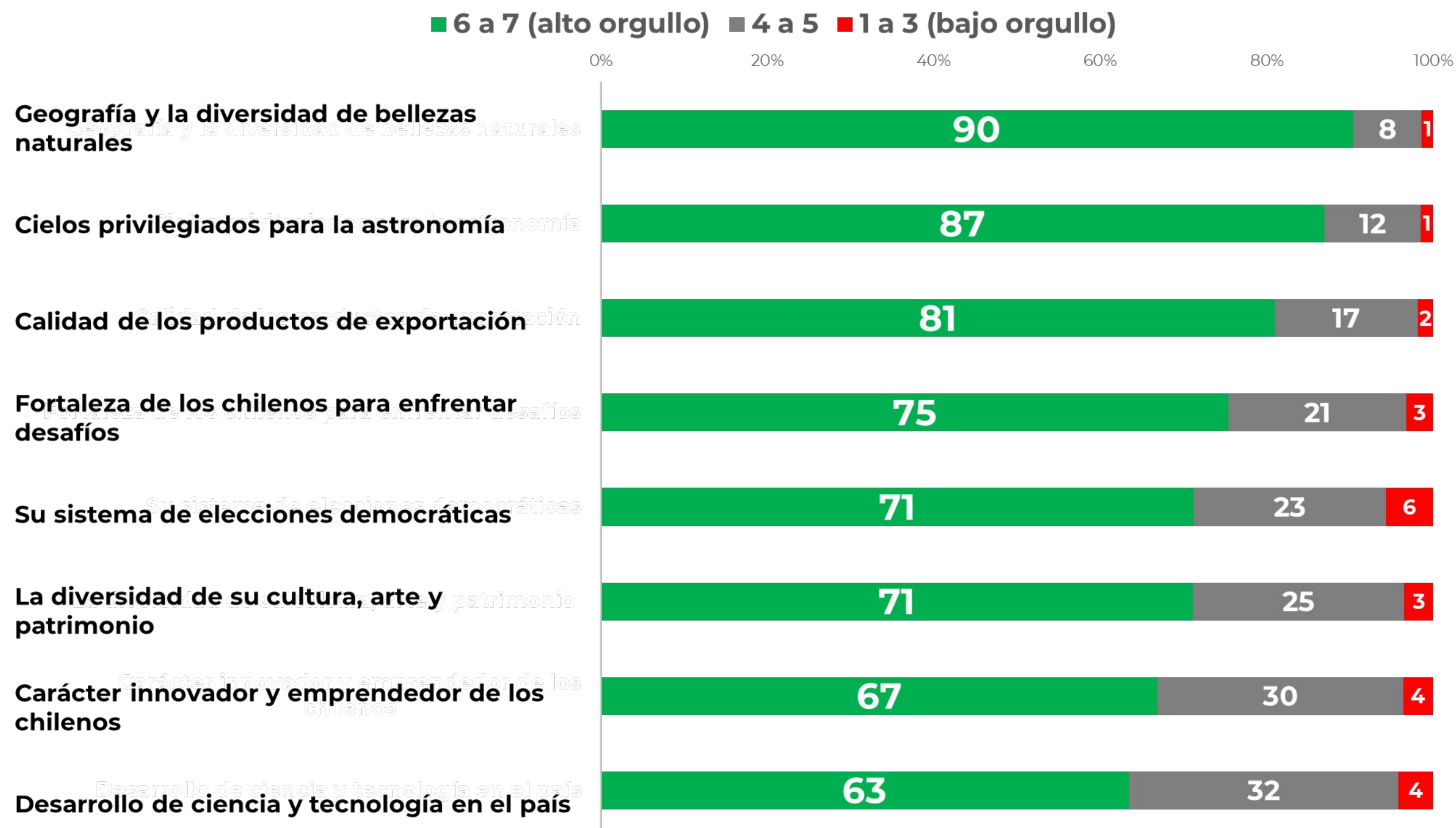
- **El efecto **espejo**:**

El hecho de que migrantes valoren a Chile como destino, dado a los servicios y estabilidad que ofrece nuestro país, hace que el chileno diga: **“no estamos tan mal”**.

- **Reparación en la **crisis**:**

Las **catástrofes** (incendios, terremoto, pandemia) son hitos en los que la **fragmentación social** se detiene, apareciendo la **solidaridad y fortaleza** de la gente. Lo anterior es una señal que **Chile puede actuar en comunidad**, reparando la autoestima colectiva.

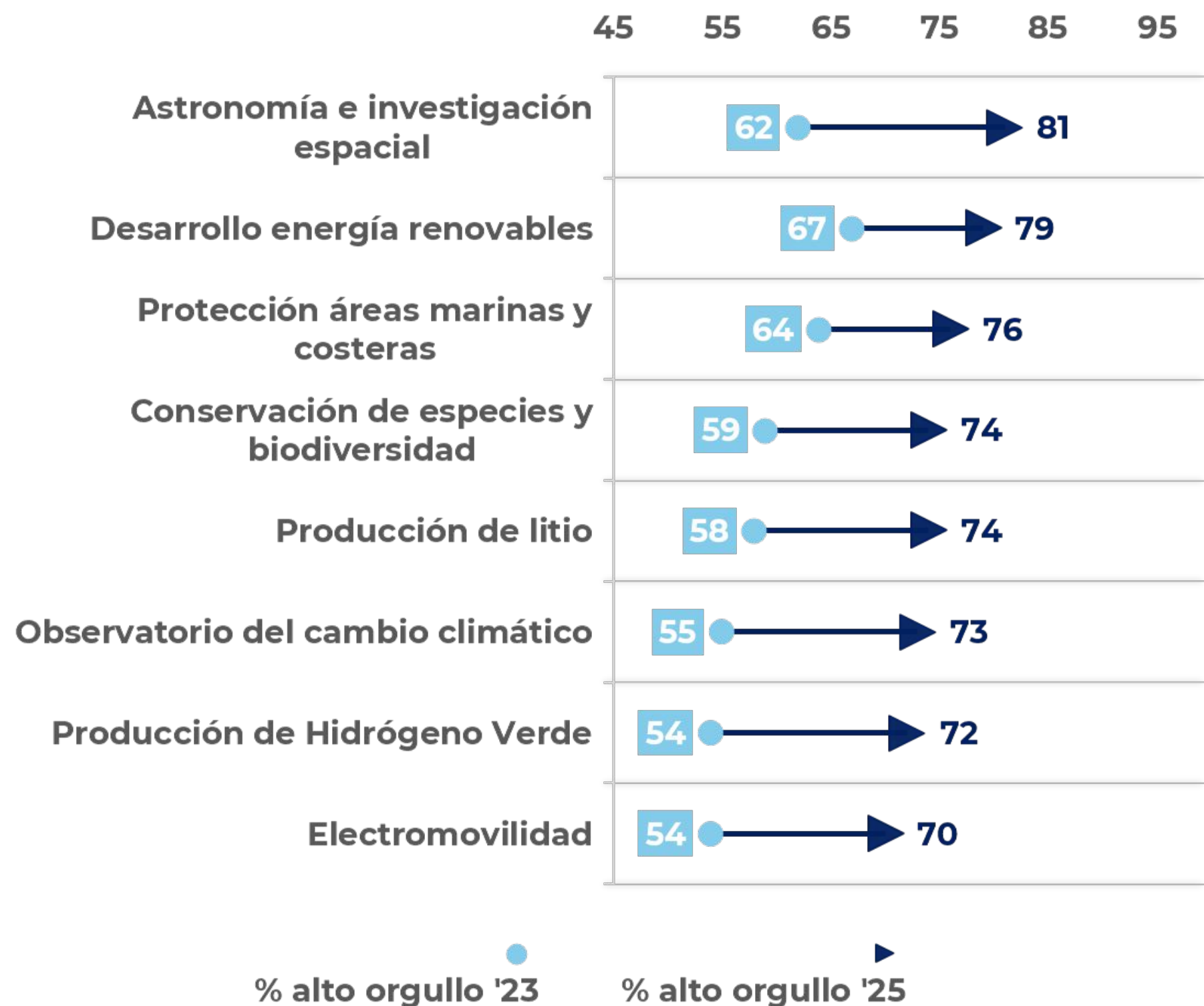
Hay ciertos atributos de Chile que son muy importante para nuestro país. En una escala de 1 a 7, donde 1 es nada de orgulloso y 7 muy orgulloso ¿Qué tan orgulloso/a está ud de...?



**Chile genera más orgullo por su geografía que por su desarrollo.**

- En general, **no se observan atributos con niveles bajos de orgullo**, lo que sugiere una **evaluación positiva del país**.

En una escala de 1 a 7, donde 1 es nada de orgulloso y 7 muy orgulloso ¿Qué tan orgulloso/a se siente frente a esta iniciativa?  
(% alto orgullo - 6 a 7)



**El orgullo no solo se sostiene en sus atributos naturales, sino que comienza a trasladarse hacia iniciativas de desarrollo sostenible y la ciencia.**

- **Todas** las iniciativas consultadas **aumentan** su nivel de orgullo entre 2023 y 2025.

# Atributos de posicionamiento país: en qué **Chile** es fuerte.



Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre Chile.  
(Sólo se grafican % notas 6 a 7)



**Chile construye su imagen desde la naturaleza y capacidad productiva.**

- Atributos asociados a **patrimonio cultural, inversión, calidad de vida** muestran evaluaciones **positivas**, pero de segundo orden.

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre Chile.  
(Sólo se grafican % notas 6 a 7)



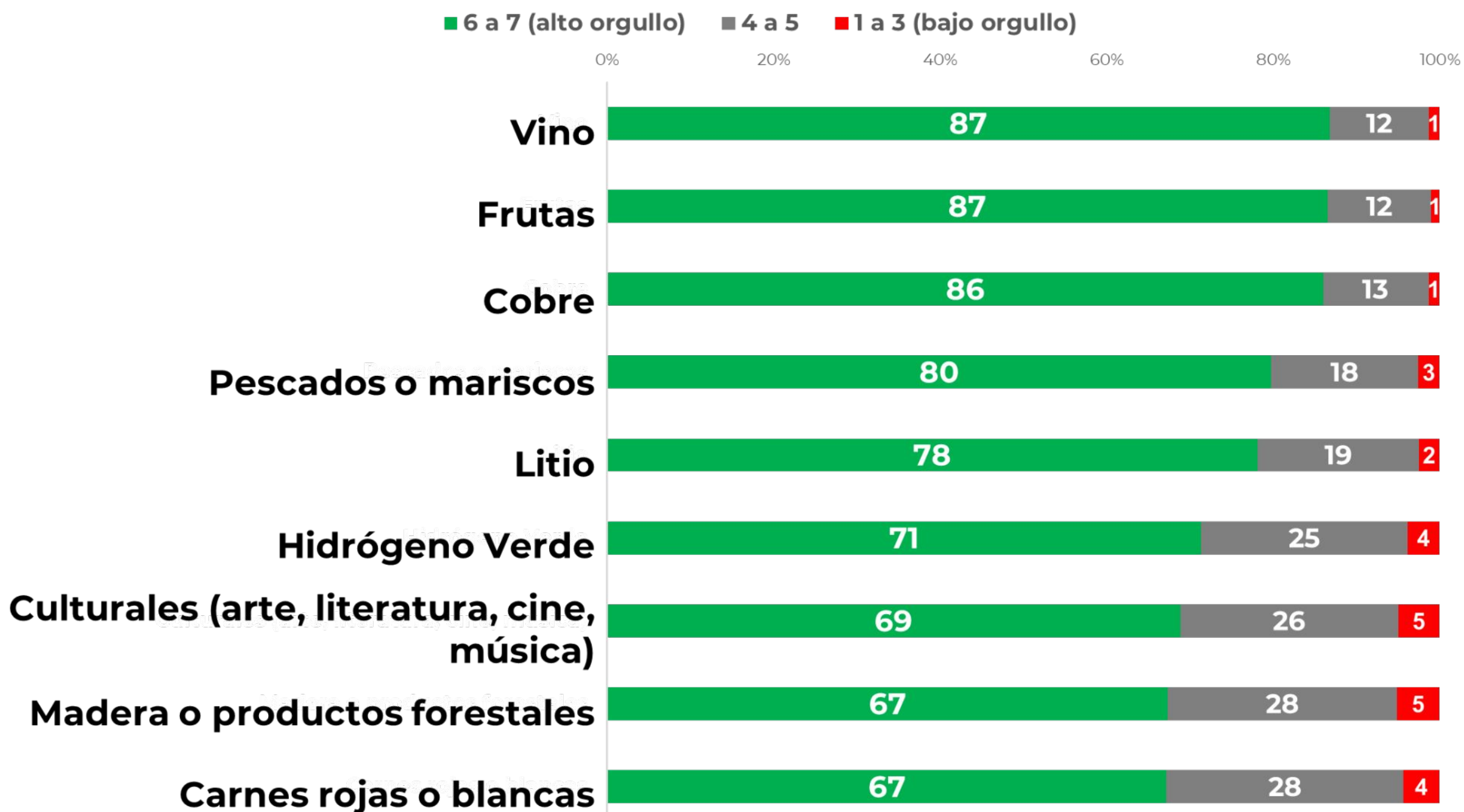
**La Imagen de Chile presenta desafíos no con lo que es, sino que con lo que hace**

- Las principales debilidades del país se concentran en institucionalidad, equidad y desempeño social.

En una escala de 1 a 7, donde 1 es nada de orgulloso y 7 muy orgulloso ¿Qué tan orgulloso/a se siente con los siguientes productos de exportación de origen chileno?

**Chile se enorgullece por lo que exporta hace décadas, no de lo que proyecta hacia el futuro.**

- El vino y las frutas lideran como principales fuentes de orgullo, seguido por el **cobre**.
- Las nuevas industrias, como el H2V, muestran niveles relevantes, pero por debajo de los sectores tradicionales..



Ficha Técnica  
Orgullo Chileno  
2025

01

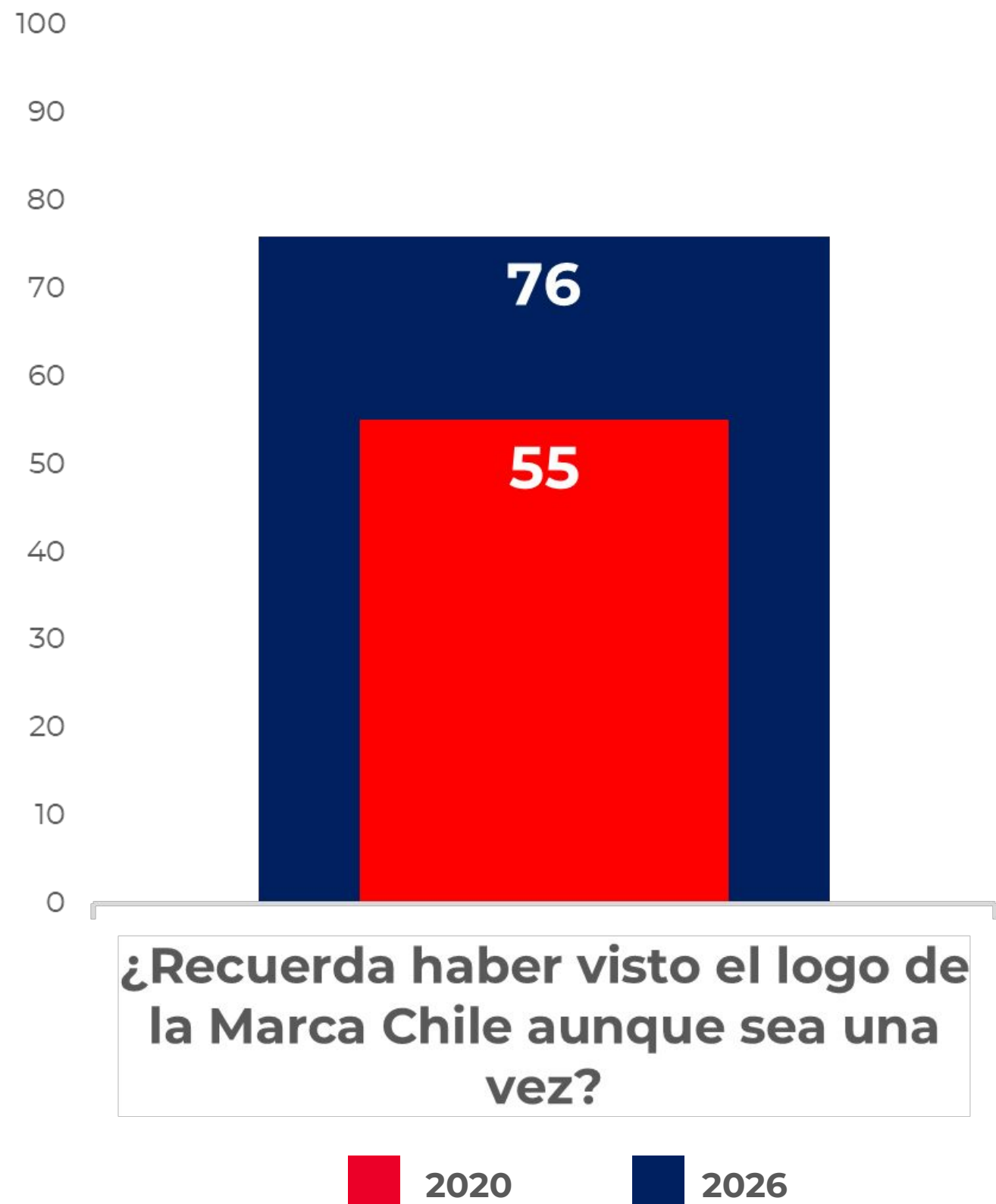
Principales  
resultados

02

Posicionamiento Marca  
Chile

03

# 02 Logo Marca Chile - Conocimiento



Marca **Chile** consolida su presencia: el reconocimiento del logo crece 21 puntos desde el 2020.

*Nota técnica: Se grafica sólo % quienes respondieron "Sí"*

**Marca Chile**  
consolida su valor  
simbólico: alta  
relevancia, orgullo y  
creciente confianza.

Marca Chile, como símbolo de nuestro país, me genera orgullo

81

Que un producto/servicio tenga el sello de la Marca Chile me genera confianza

67

81

Que exista un logo o Marca Chile, que comunique el origen de un producto/servicio me parece importante

81

82

 2020

 2026

*Nota técnica: Se grafica sólo % de respuesta 6 a 7*

# Orgullo Chileno

Versión Prensa.

