

CLAVES IPSOS

INFORME N°43

Agosto 2025

ESTUDIO REALIZADO,
PATROCINADO Y PUBLICITADO
POR **IPSOS**.

Fecha de publicación:
9 Septiembre 2025



Objetivo

Describir las opiniones y los comportamientos de las y los ciudadanos respecto de temas de interés para el país y para las personas, tanto como ciudadanos, clientes y/o usuarios.

Contenidos de esta edición:

1. Identidad nacional
2. Fiestas Patrias 2025
3. Presidenciables y Fiestas Patrias



Principales resultados

Identidad nacional

- Se observa más orgullo que hace un año por ser chileno (de 65% a 74%), vivir en su región (de 55% a 63%), vivir en su comuna (de 50% a 63%) y vivir en su barrio (44% a 51%). Quienes están más orgullosos por su región y su comuna, son los residentes de regiones (68% y 61% respectivamente) y las personas de los grupos socioeconómicos medios y bajos (66% y 61%).
- Los tres símbolos o elementos que producen más orgullo a las y los chilenos son la Cordillera de Los Andes (61%), la bandera nacional (57%) y el himno nacional (57%). Pero, hay una distancia generacional respecto de lo que produce orgullo: la juventud está más orgullosa de la gastronomía (65%), la cultura y el arte (50%). Mientras que personas mayores lo están por los símbolos patrios (la bandera 67% y el himno nacional (66%).
- 82% está de acuerdo respecto de que es muy importante para el país tener una fuerte identidad nacional. Aunque las personas jóvenes le atribuyen menos importancia (73%). Pero, 70% considera que hoy en Chile conviven diversas identidades nacionales.

Fiestas Patrias 2025

- 24% cree que gastará menos estas fiestas patrias al comparar con las de año pasado, 36% que gastará lo mismo y 34% que gastará más. Quienes más que creen que su gasto será mayor son las personas jóvenes (41%). El motivo principal del aumento del gasto sería producto del alza de los precios (63%), cifra que es mayor entre las personas mayores de 50 años (77%). Pero, entre los jóvenes, 40% indica que gastará más porque va a participar en más celebraciones y harán más cosas que hace un año.
- 94% cree que los alimentos aumentarán de precio en Fiestas Patrias y 79% cree que la gripe aviar y la suspensión de importaciones avícolas desde Argentina subirán el precio del pollo.
- Las tres principales actividades que se desarrollarán en Fiestas patrias serán hacer un asado (73%), juntarse con amistades y familia a celebrar (69%) y poner la bandera en la casa (59%).
- La empanada es elegida como la preparación nacional preferida de la Fiestas Patrias (43%), seguida del asado (29%). Y el trago preferido es el terremoto (47%).

Principales resultados

Presidenciables y Fiesta Patrias

- Dos son los presidenciables que según las personas representan mejor al espíritu de las Fiesta Patrias: José Antonio Kast (26%) y Jeannette Jara (25%).
- Pero, las preferencias están alineadas con la identificación política las personas: Kast representa el espíritu de las fiestas patrias para el 51% de quienes se identifican con la derecha . Mientras que para quienes se identifican con la izquierda es Jeannette Jara (69%).
- Cuando se consulta sobre a quienes se imaginan celebrando de distintas formas en las fiestas patrias, el candidato José Antonio Kast es que el más se imaginan preparando un asado para sus amistades (30%) o participando en un campeonato de rayuela (24%). Mientras que Jeannette Jara es imaginada bailando en una fonda (50%) y compartiendo un terremoto con sus amistades (35%).

Ficha metodológica

Metodología



- Metodología cuantitativa.
- Diseño no probabilístico de muestreo por cuotas.

Técnica



- Encuesta online en base a cuestionario estructurado.
- Fecha de aplicación de encuestas: 27 al 30 de agosto de 2025

Universo



- Hombres y mujeres de 18 años o más de todas las regiones del país, de nacionalidad chilena
- Marco Muestral: Panel Ipsos IIS.

Muestra



- Muestra de 1.000 casos.
- Ponderación de datos por macrozona, sexo, y tramo etario, según proyecciones Censo 2017. Y para el GSE se usó información AIM actualizada en 2023.

Muestra pre y post ponderación

SEXO



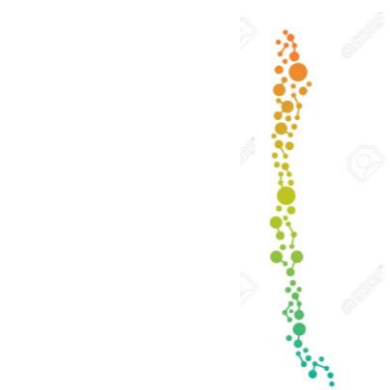
	Sin ponderar	Ponderado
Hombres	46%	48%
Mujeres	54%	52%

EDAD



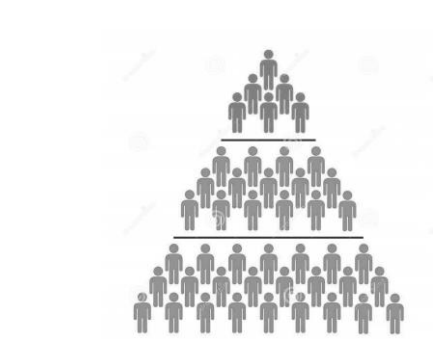
	Sin ponderar	Ponderado
18 a 29 años	23%	25%
30 a 50 años	40%	38%
51 años y +	37%	37%

ZONA



	Sin ponderar	Ponderado
RM	50%	41%
Regiones	50%	59%

GSE



	Sin ponderar	Ponderado
C1a - C1b -C2	59%	37%
C3-D	41%	63%

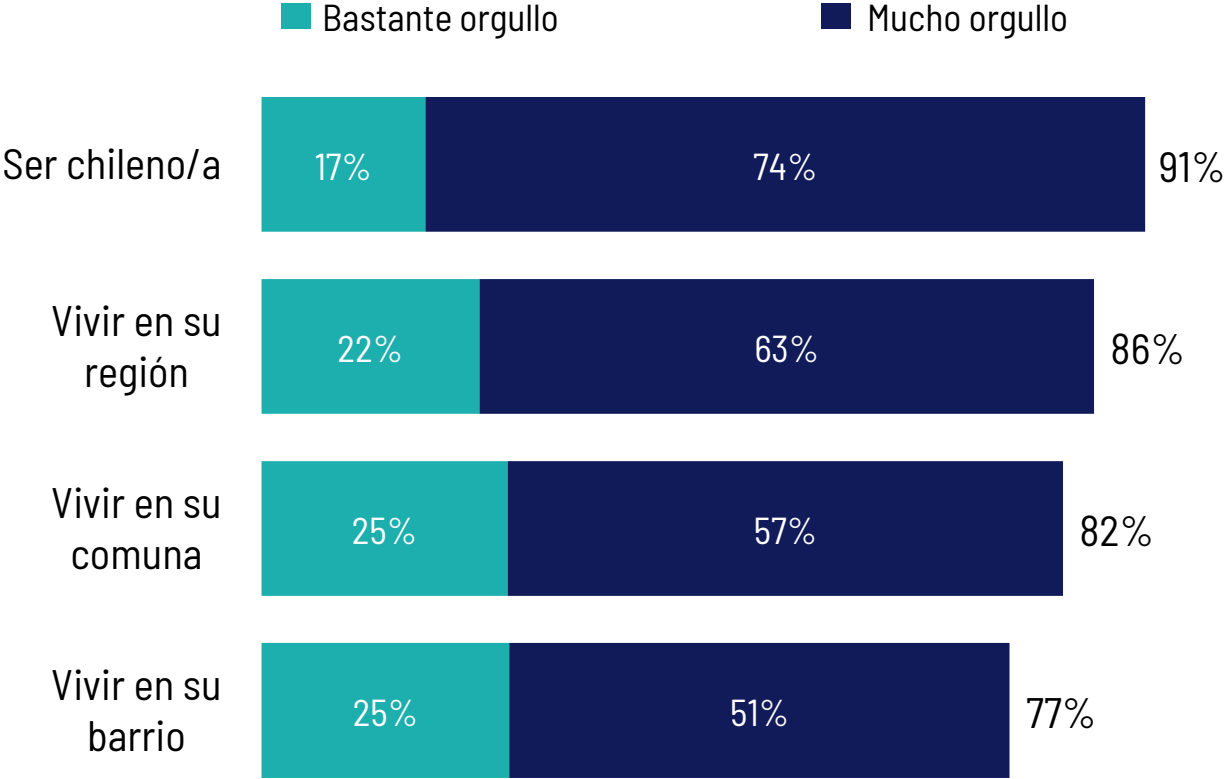
* Muestra ponderada por Sexo, Edad y Zona de Residencia según proyecciones del Censo 2017. GSE según información AIM.

IDENTIDAD NACIONAL

01

Chilenos más orgullosos que hace un año: Los niveles de orgullo por ser chileno y por el lugar donde se vive aumentan respecto del año 2024

De 1 a 5, donde 1 es “Nada de orgullo” y 5 es “Mucho orgullo”, ¿cuánto orgullo siente usted por los siguientes aspectos de su vida?
(Base: 1000, muestra total)



% MUCHO ORGULLO	2024	2025
Ser Chileno/a	65%	74% ▲
Vivir en su región	55%	63% ▲
Vivir en su comuna	50%	57% ▲
Vivir en su barrio	44%	51% ▲

▲ ▼ Diferencia significativa entre mediciones a nivel de confianza del 95%



Los más orgullosos del lugar donde viven: Residentes de regiones y niveles socioeconómicos medios y bajos

De 1 a 5, donde 1 es “Nada de orgullo” y 5 es “Mucho orgullo”, ¿cuánto orgullo siente usted por los siguientes aspectos de su vida?

(Base: 1000, muestra total)

% MUCHO ORGULLO	Total	Sexo		Edad			GSE		Zona	
		Hombre	Mujer	18-29	30-50	51 años y +	C1a - C1b - C2	C3 - D	Santiago	Regiones
	1.000	458	532	226	402	372	589	411	496	504
Ser chileno/a	74%	76%	72%	64%	74%	81%	72%	75%	75%	74%
Vivir en su región	63%	62%	64%	57%	67%	64%	57%	66%	56%	68%
Vivir en su comuna	57%	60%	54%	50%	59%	60%	51%	61%	51%	61%
Vivir en su barrio	51%	53%	50%	46%	51%	56%	48%	53%	49%	53%

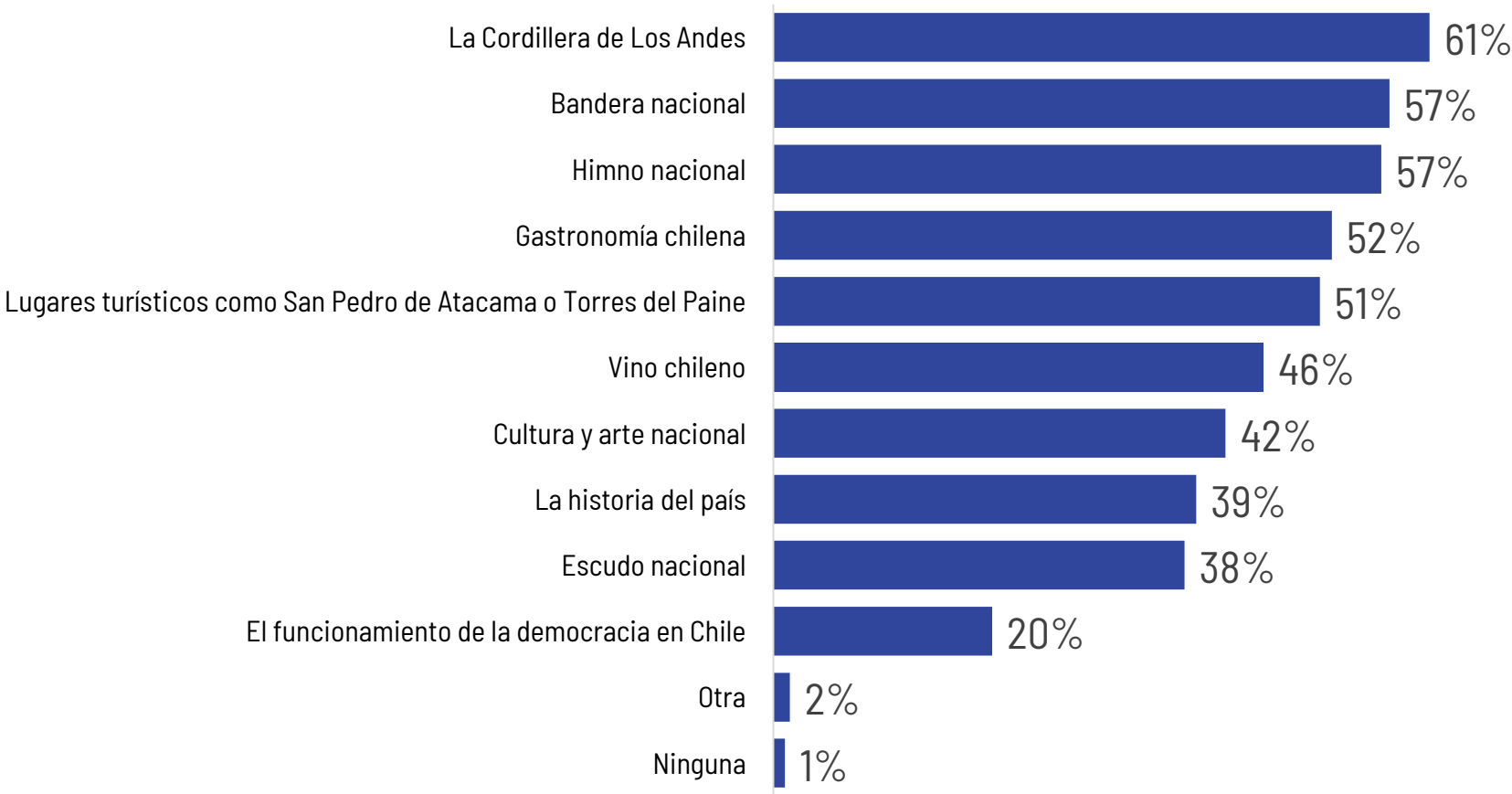
Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%

¿Qué nos llena de orgullo?: La Cordillera de los Andes, la Bandera y el Himno Nacional

De los siguientes símbolos o elementos, ¿cuáles son aquellos que le producen más orgullo?

(Base: 1.000, muestra total)

% RESPUESTA MÚLTIPLE



%	2024	2025
La Cordillera de Los Andes	63%	61%
Bandera nacional	62%	57%▼
Himno nacional	59%	57%
Gastronomía chilena	53%	52%
Lugares turísticos como San Pedro de Atacama o Torres del Paine	53%	51%
Vino chileno	49%	46%
Cultura y arte nacional	42%	42%
La historia del país	42%	39%
Escudo nacional	47%	38%▼
El funcionamiento de la democracia en Chile	21%	20%

▲ ▼ Diferencia significativa entre mediciones a nivel de confianza del 95%

Distancia generacional sobre lo que nos llena de orgullo: la juventud está más orgullosa de la gastronomía, la cultura y el arte. Mientras que personas mayores lo están por los símbolos patrios

De los siguientes símbolos o elementos, ¿cuáles son aquellos que le producen más orgullo?

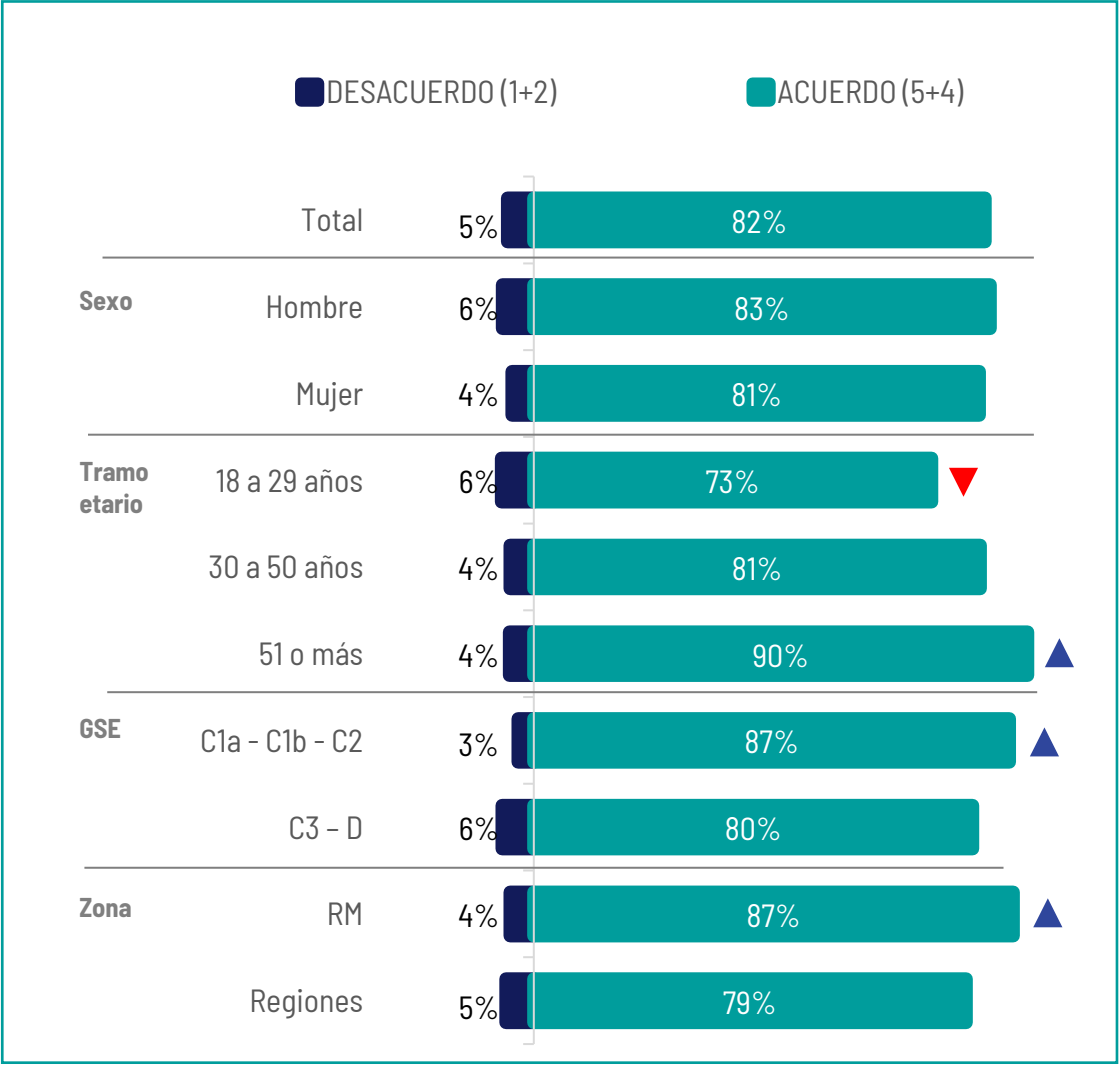
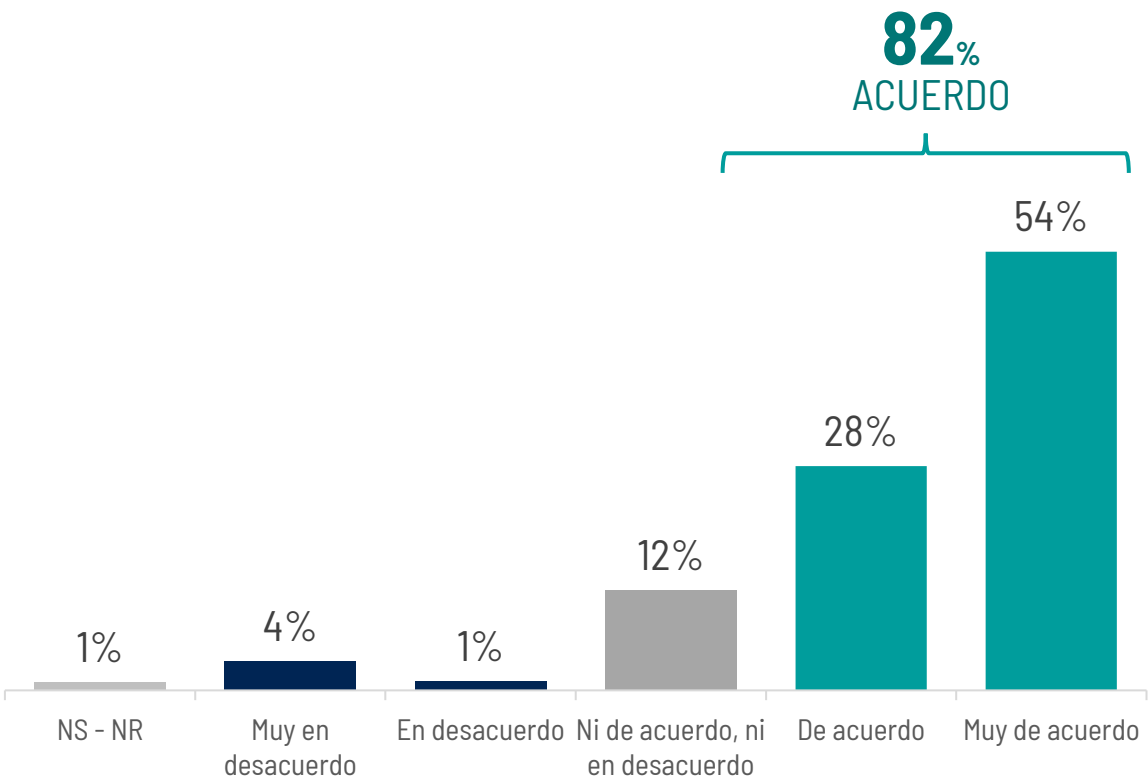
(Base: 1.000, muestra total)

% RESPUESTA MÚLTIPLE	Total	Sexo		Edad			GSE		Zona	
		Hombre	Mujer	18-29	30-50	51-99	C1a - C1b - C2	C3 - D	Santiago	Regiones
	1.000	458	532	226	402	372	589	411	496	504
La Cordillera de los Andes	61%	57%	65%	59%	64%	60%	61%	61%	69%	56%
Bandera Nacional	57%	63%	52%	46%	56%	67%	58%	57%	61%	55%
Himno Nacional	57%	59%	55%	44%	56%	66%	55%	58%	56%	57%
Gastronomía chilena	52%	51%	53%	65%	55%	40%	52%	52%	52%	52%
Lugares turísticos como San Pedro de Atacama o Torres del Paine	51%	47%	54%	55%	50%	49%	58%	47%	58%	46%
Vino chileno	46%	48%	44%	45%	44%	48%	52%	43%	52%	41%
Cultura y arte nacional	42%	47%	38%	50%	41%	38%	45%	41%	45%	40%
La historia del país	39%	48%	32%	38%	38%	42%	38%	40%	41%	38%
Escudo Nacional	38%	43%	34%	33%	35%	45%	37%	39%	38%	39%
El funcionamiento de la democracia en Chile	20%	22%	18%	20%	19%	22%	22%	20%	19%	21%

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

Amplio consenso de la importancia para el país de tener una fuerte identidad nacional

¿Qué tan de acuerdo está usted con la siguiente afirmación?
“Es importante que un país tenga una fuerte identidad nacional”
(Base: 1.000, total muestra)

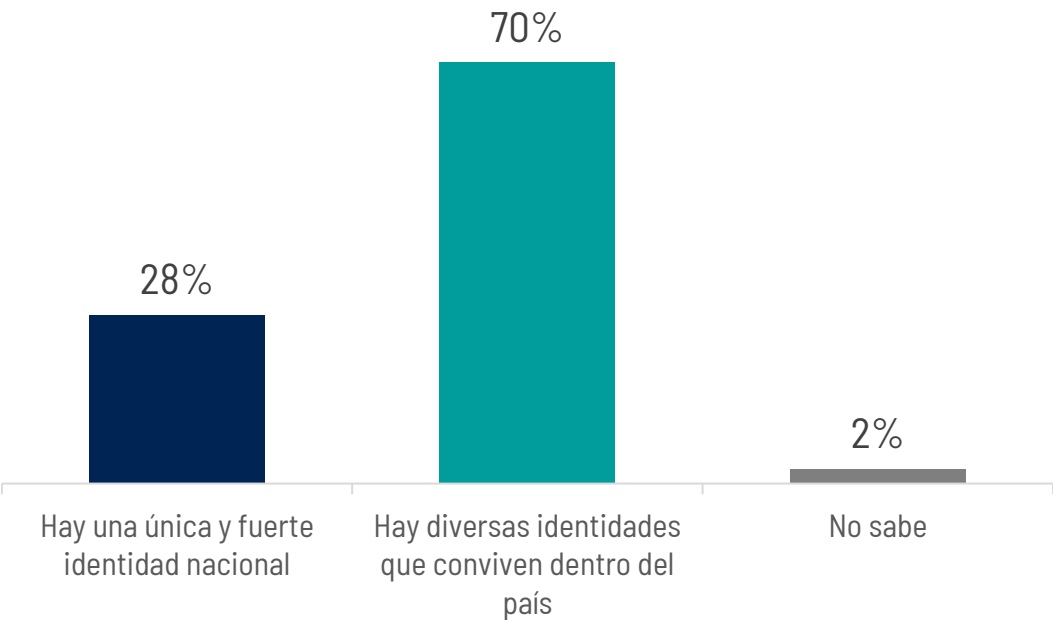


 Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

7 de cada 10 chilenos creen que en el país conviven distintas identidades nacionales

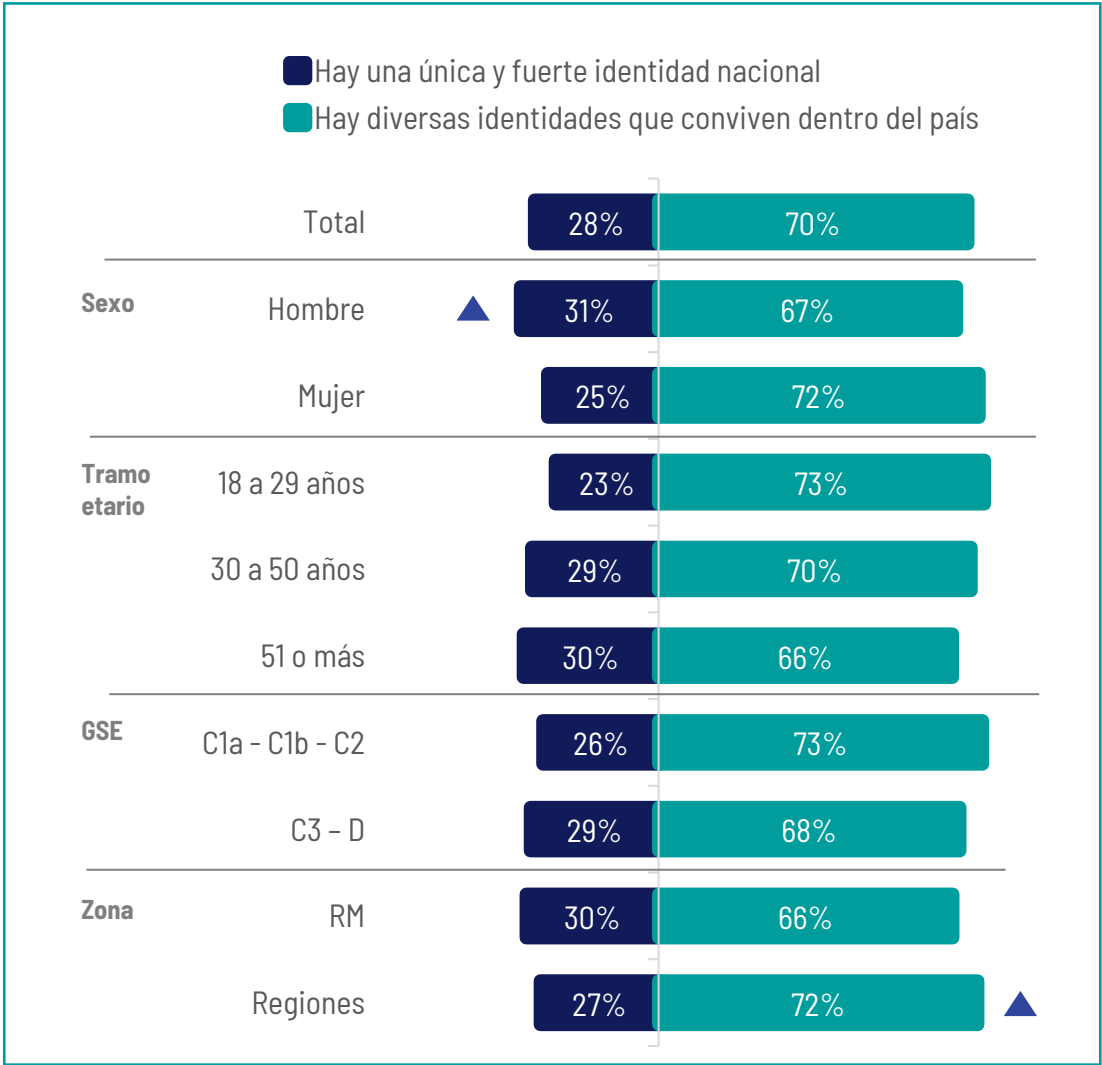
¿Usted cree que en Chile...?

(Base: 1.000, total muestra)



	2024	2025
Hay diversas identidades que convive dentro del país	68%	70%

No hay diferencias significativa entre mediciones



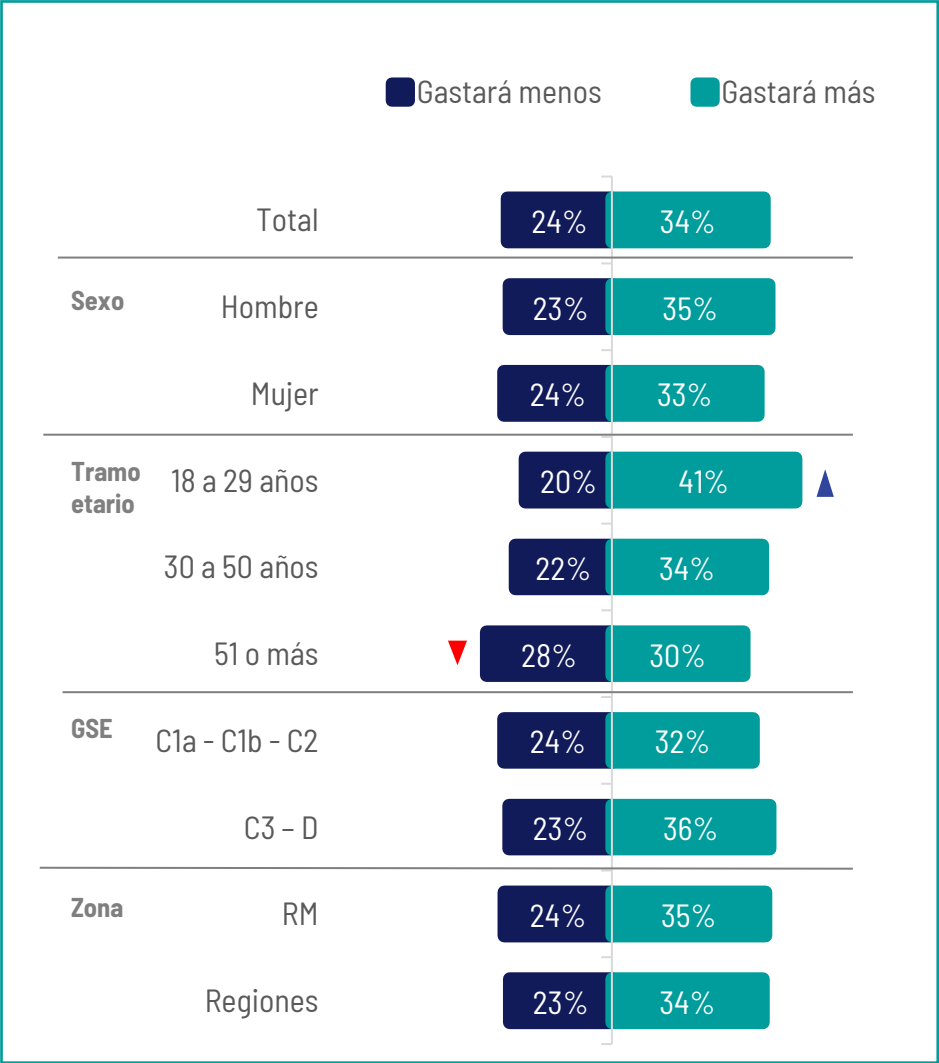
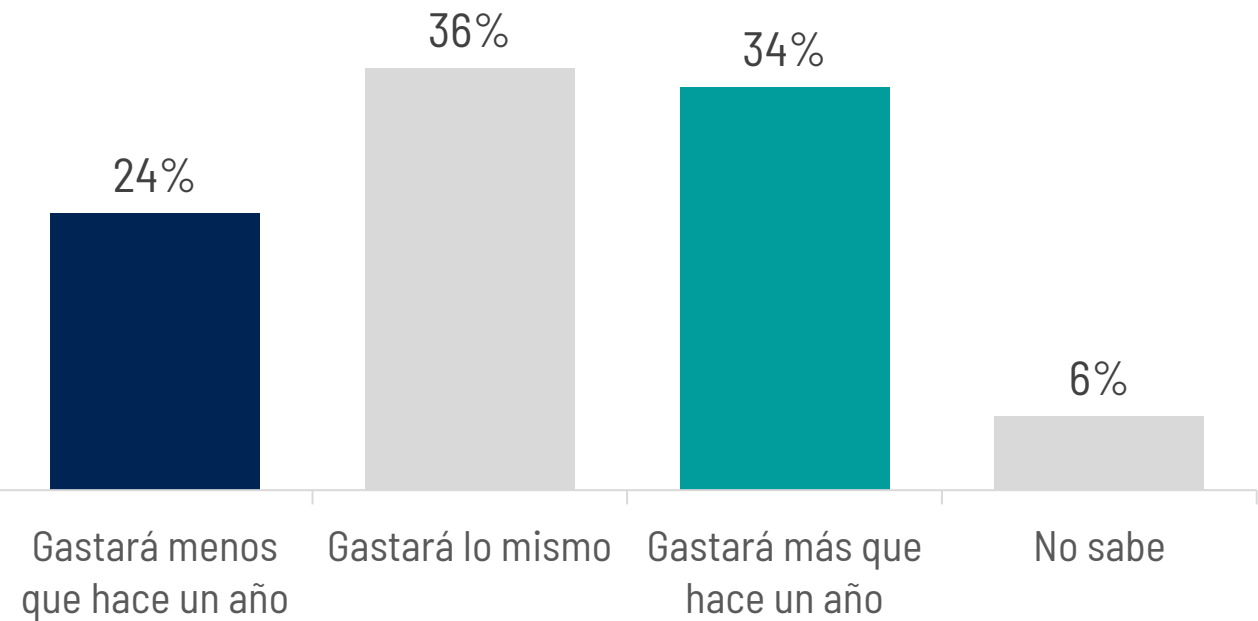
Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

FIESTAS PATRIAS 2025

02

34% indica que su gasto en las Fiestas Patrias 2025 será mayor que hace un año

Comparado con el año pasado, ¿en estas Fiestas Patrias 2025 usted cree que...?
Base: 1000 casos, total muestra. Respuesta única.

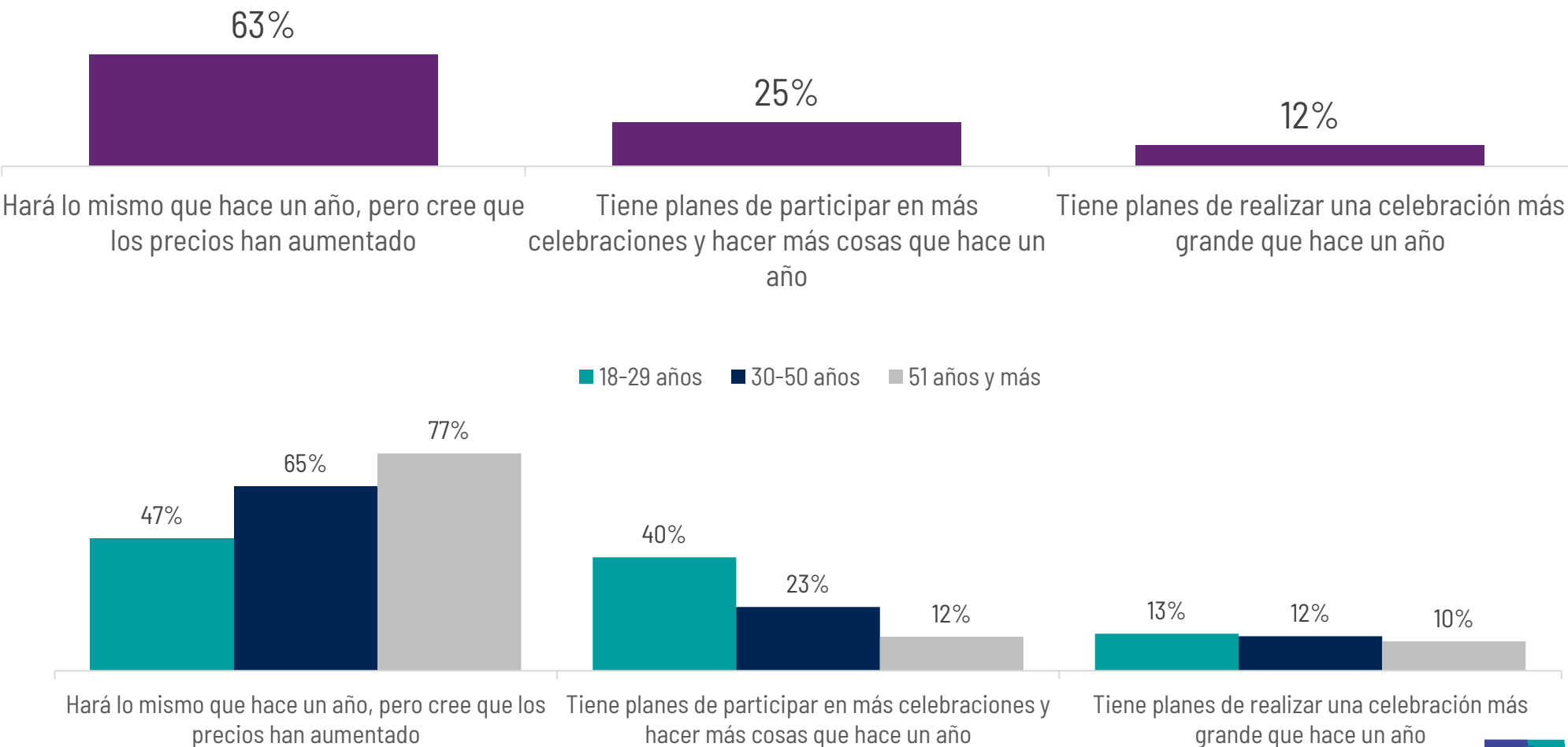


▲ ▼ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

El mayor gasto se debería principalmente al aumento de los precios, aunque en el caso de los jóvenes hay planes de más celebraciones que hace un año

¿Por qué cree que gastará más?
Base: 333 casos, Quienes creen que gastarán más.

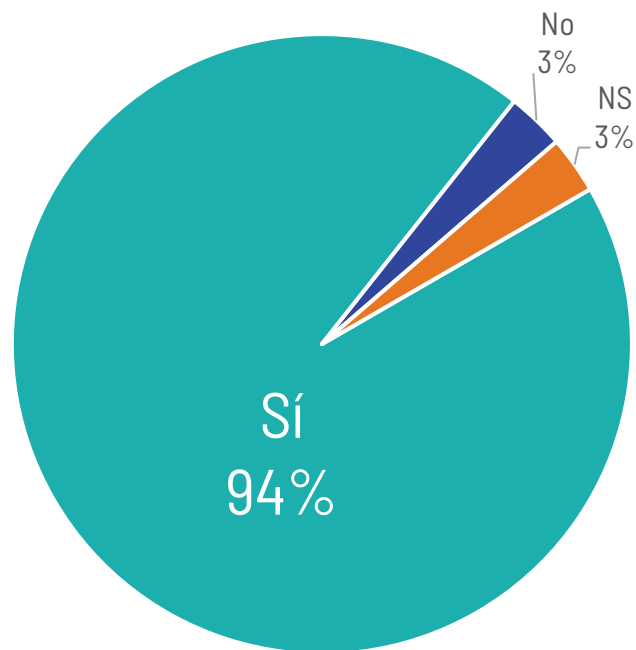
34%
Cree que
gastará más
en estas
Fiesta Patrias



94% cree que los alimentos aumentarán de precio en Fiestas Patrias y 79% cree que la gripe aviar y la suspensión de importaciones avícolas desde Argentina subirán el precio del pollo

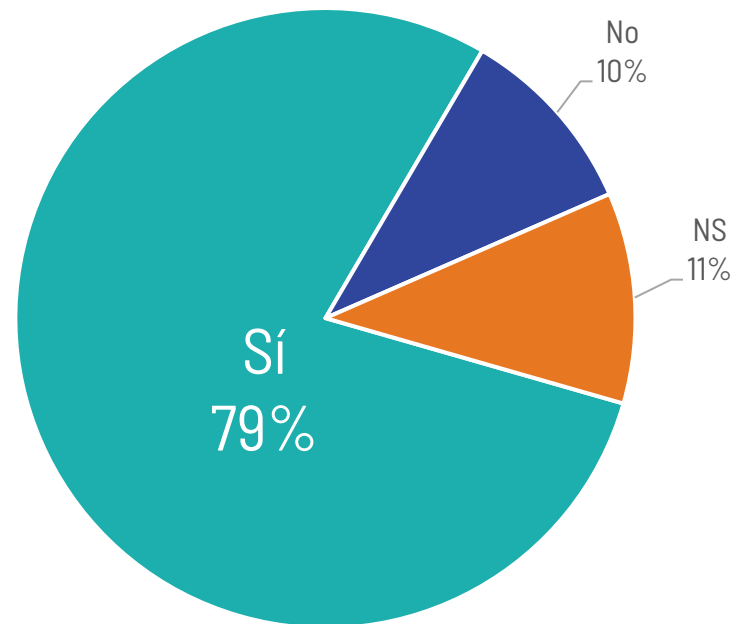
¿Usted cree los precios de alimentos como la carne, pollo o embutidos subirán para las Fiestas Patrias?

Base: 1000 casos, total muestra.



¿Usted cree que la gripe aviar y la suspensión temporal de importaciones de productos avícolas desde Argentina hará subir el precio del pollo para las Fiestas Patrias?

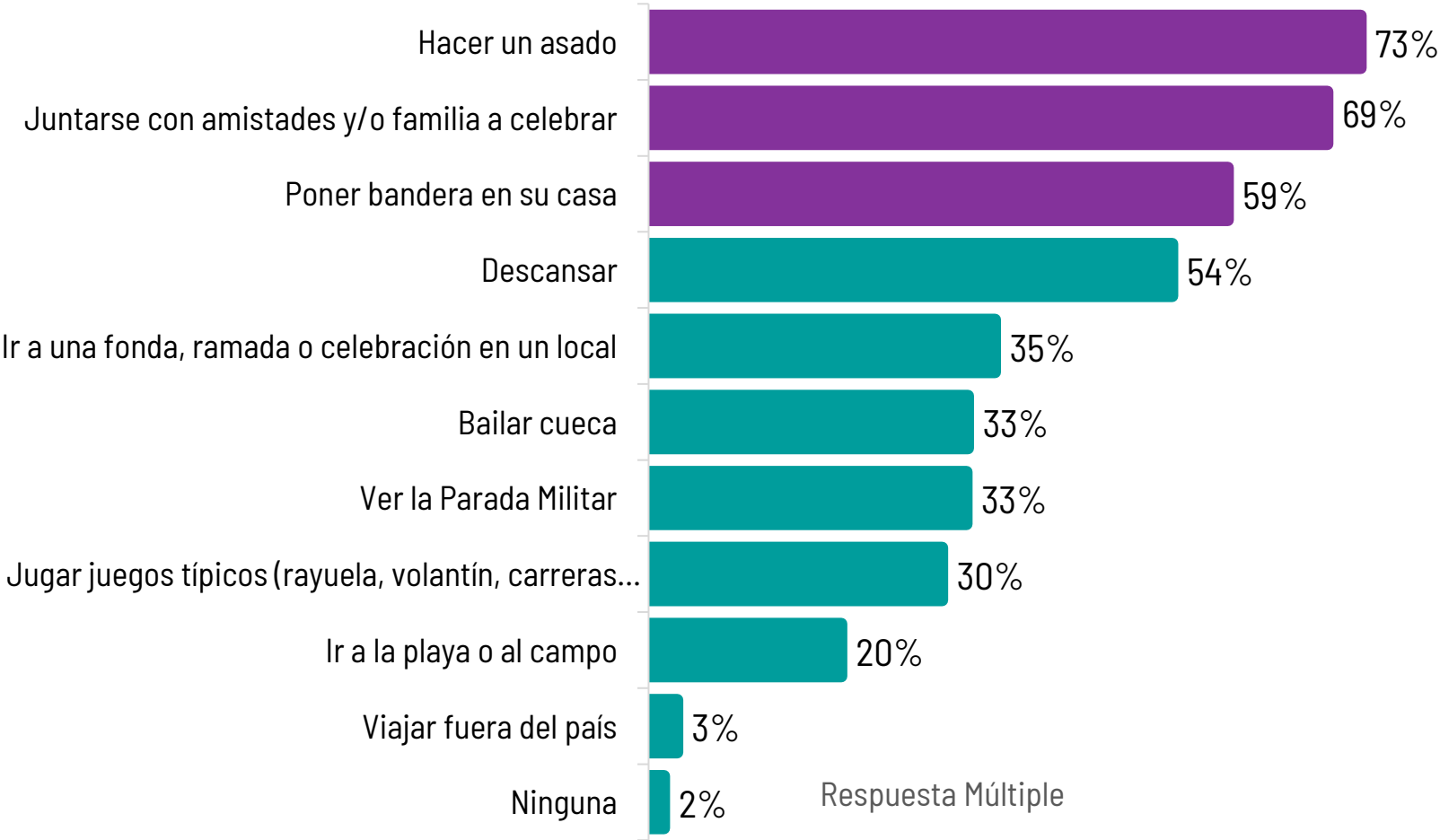
Base: 1000 casos, total muestra.



Las actividades que se realizan en Fiesta Patrias se instalan como costumbres en el tiempo: a las personas le gusta hacer un asado y juntarse con la familia y amigos a celebrar

En estas fiestas patrias, ¿cuáles de las siguientes actividades piensa realizar?

(Base: 1.000, muestra total)

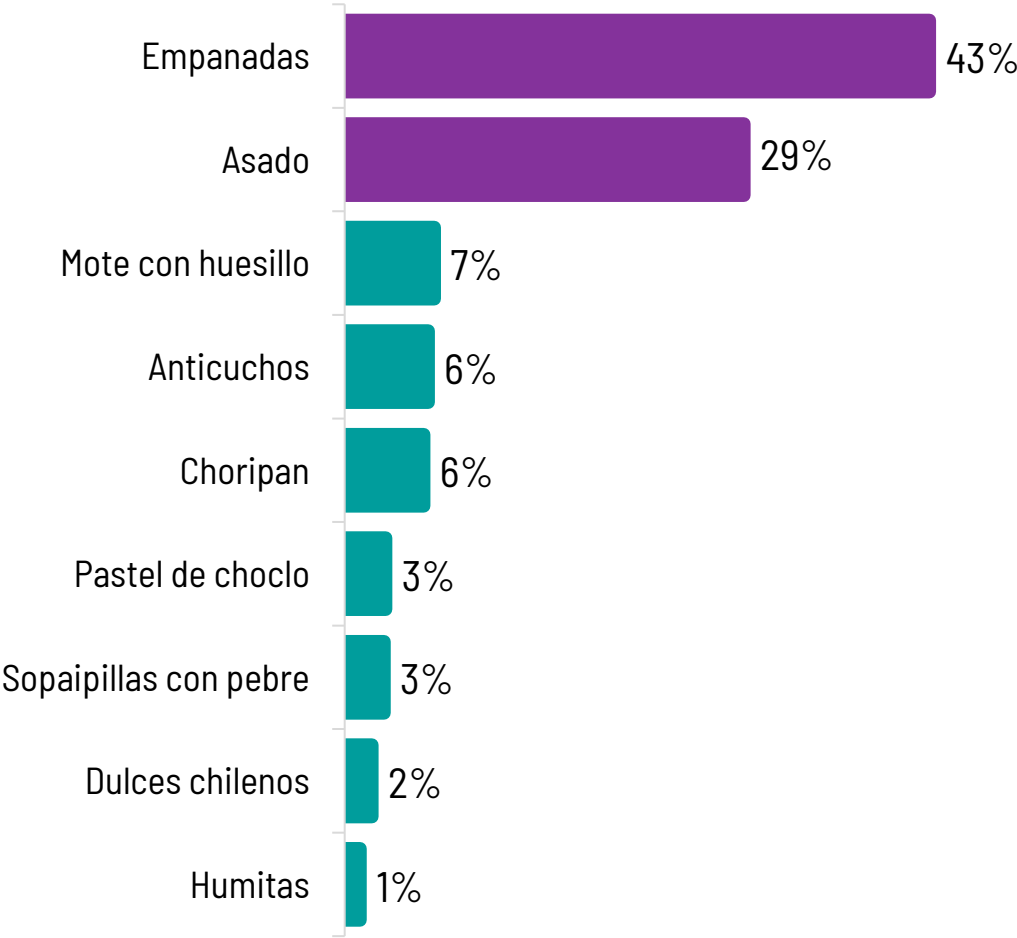


%	2024	2025
Hacer un asado	71%	73%
Juntarse con amistades y/o familia a celebrar	70%	69%
Poner bandera en su casa	67%	59%▼
Descansar	52%	54%
Ir a una fonda, ramada o celebración en un local	41%	35%▼
Bailar cueca	37%	33%
Ver la Parada Militar	40%	33%▼
Jugar juegos típicos (rayuela, volantín, carreras de sacos, otros)	37%	30%▼
Ir a la playa o al campo	25%	20%▼
Viajar fuera del país	4%	3%

▲ ▼ Diferencia significativa entre mediciones a nivel de confianza del 95%

Las empanadas son la preparación nacional que lidera las preferencias en Fiestas Patrias. Y esa preferencia no cambia en el tiempo

De todas estas preparaciones nacionales, ¿cuál es la que más disfruta consumir en fiestas patrias?
(Base: 1.000, muestra total)



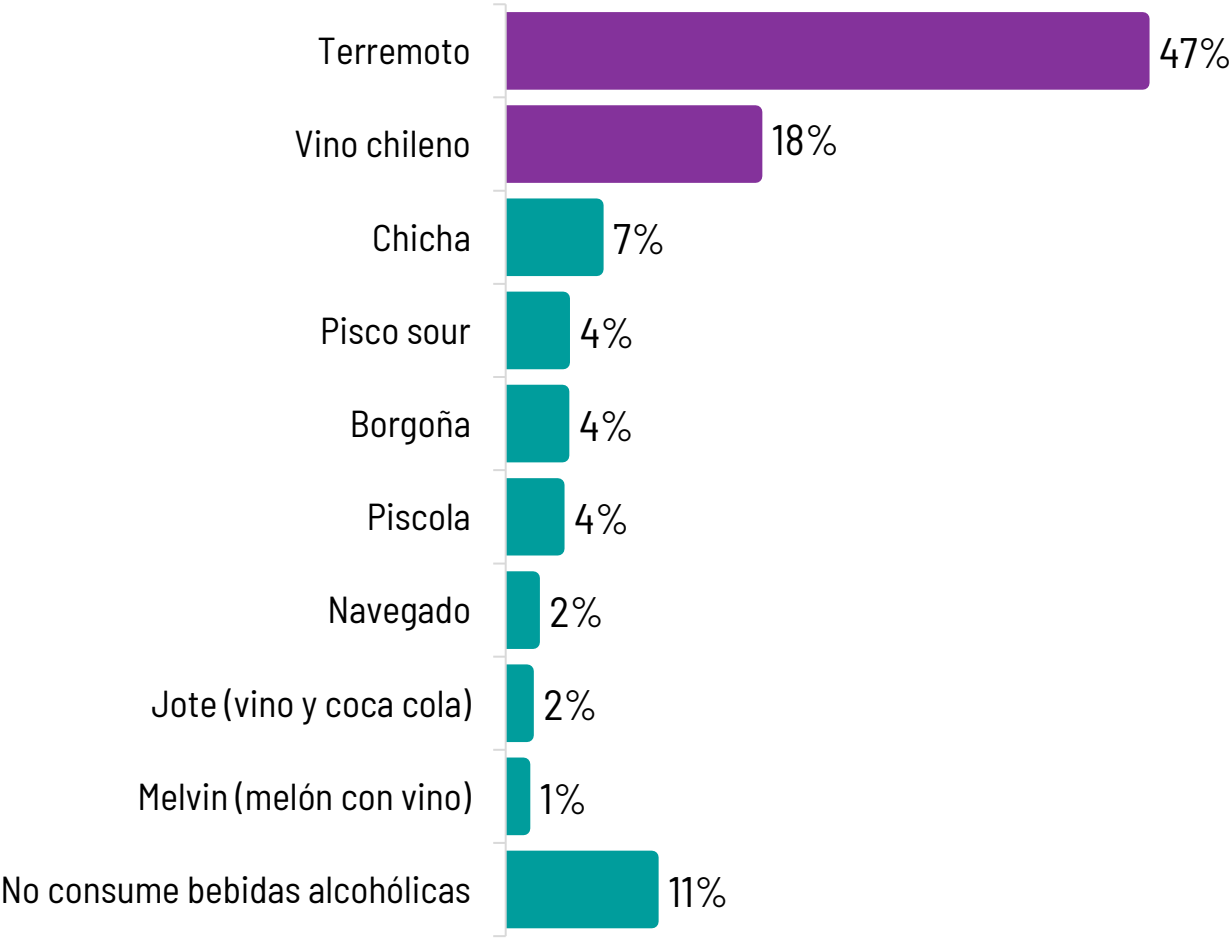
%	2024	2025
Empanadas	43%	43%
Asado	29%	29%
Mote con huesillo	5%	7%
Anticuchos	7%	6%
Choripan	4%	6%
Pastel de choclo	5%	3%
Sopaipillas con pebre	2%	3%
Dulces chilenos	2%	2%
Humitas	2%	1%

No hay diferencias significativa entre mediciones

Y el terremoto es el trago de las Fiestas Patrias para la mitad de las personas consultadas

Y entre los siguientes tragos, ¿cuál es el que más disfruta consumir en fiestas patrias?

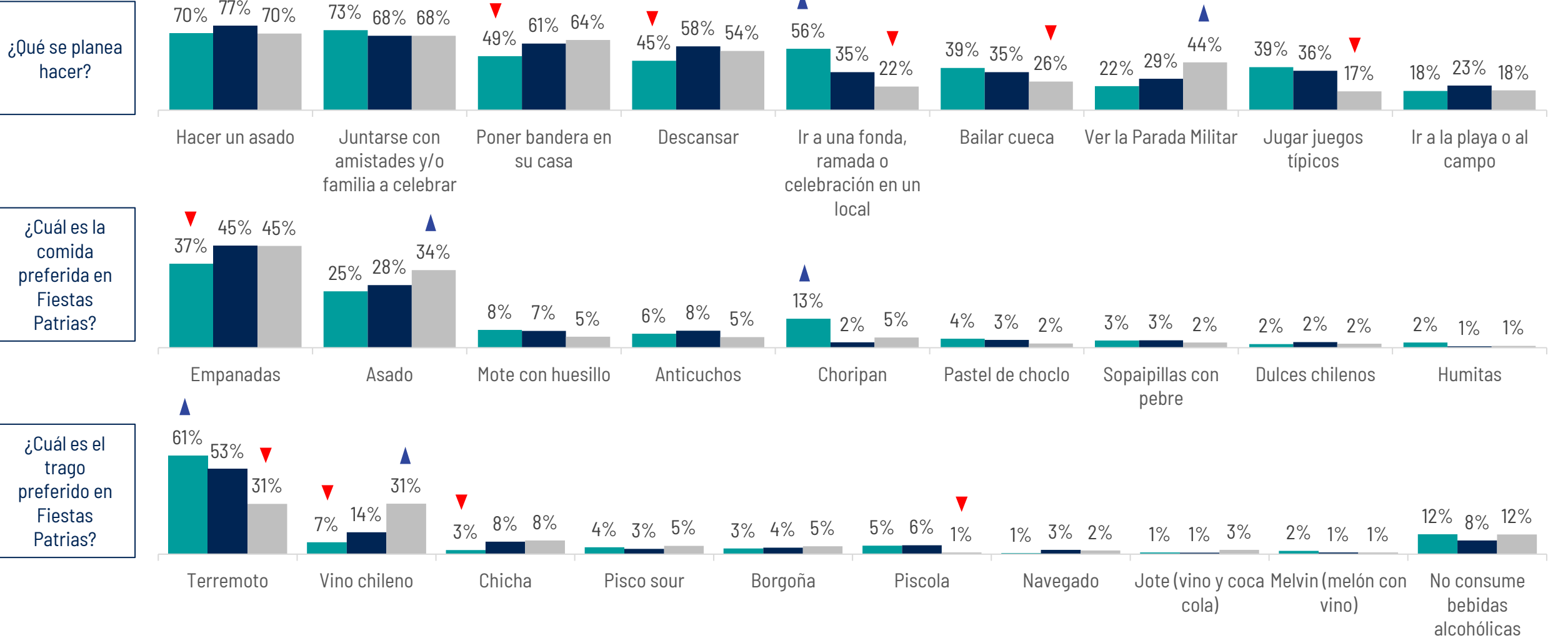
(Base: 1.000, muestra total)



%	2024	2025
Terremoto	47%	47%
Vino chileno	23%	18%▼
Chicha	7%	7%
Pisco sour	2%	4%
Borgoña	4%	4%
Piscola	3%	4%
Navegado	1%	2%
Jote (vino y coca cola)	2%	2%
Melvin (melón con vino)	1%	1%
No consume bebidas alcohólicas	11%	11%

▲ ▼ Diferencia significativa entre mediciones a nivel de confianza del 95%

Las preferencias se ordenan generacionalmente, pero lo común será la celebración



PRESIDENCIABLES Y FIESTAS PATRIAS

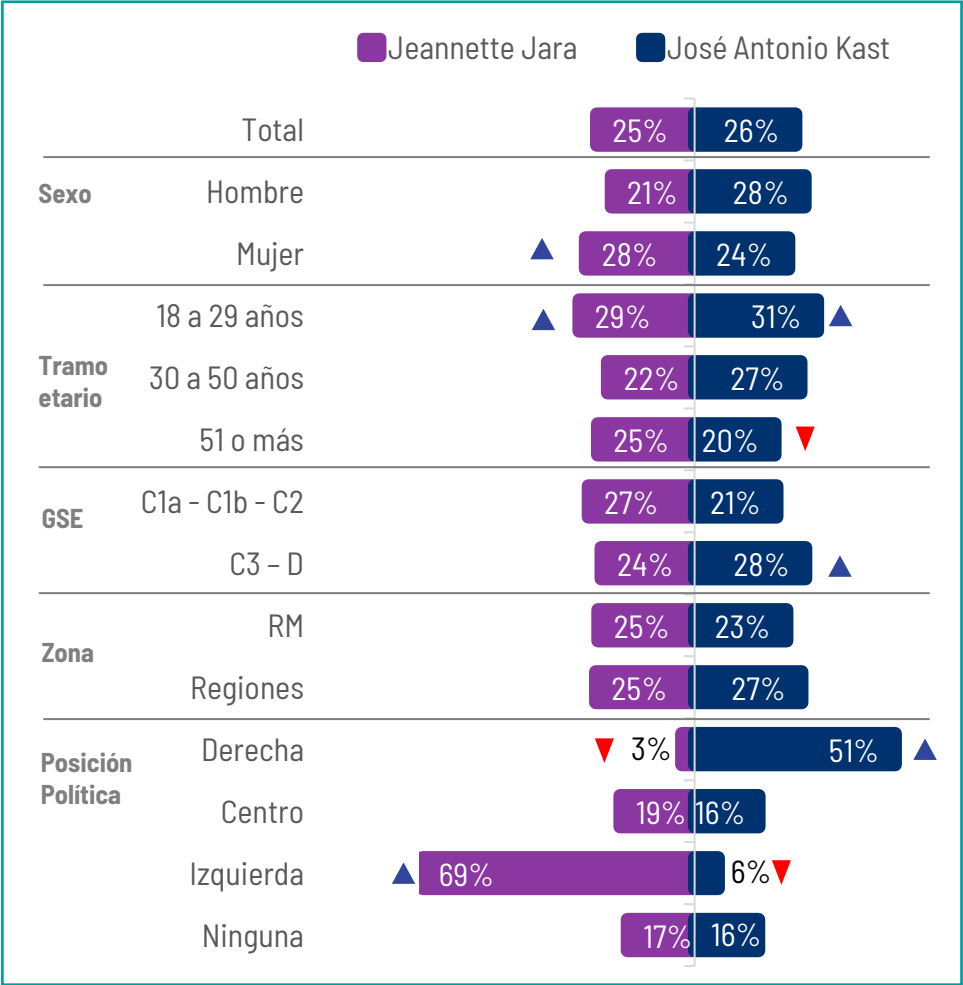
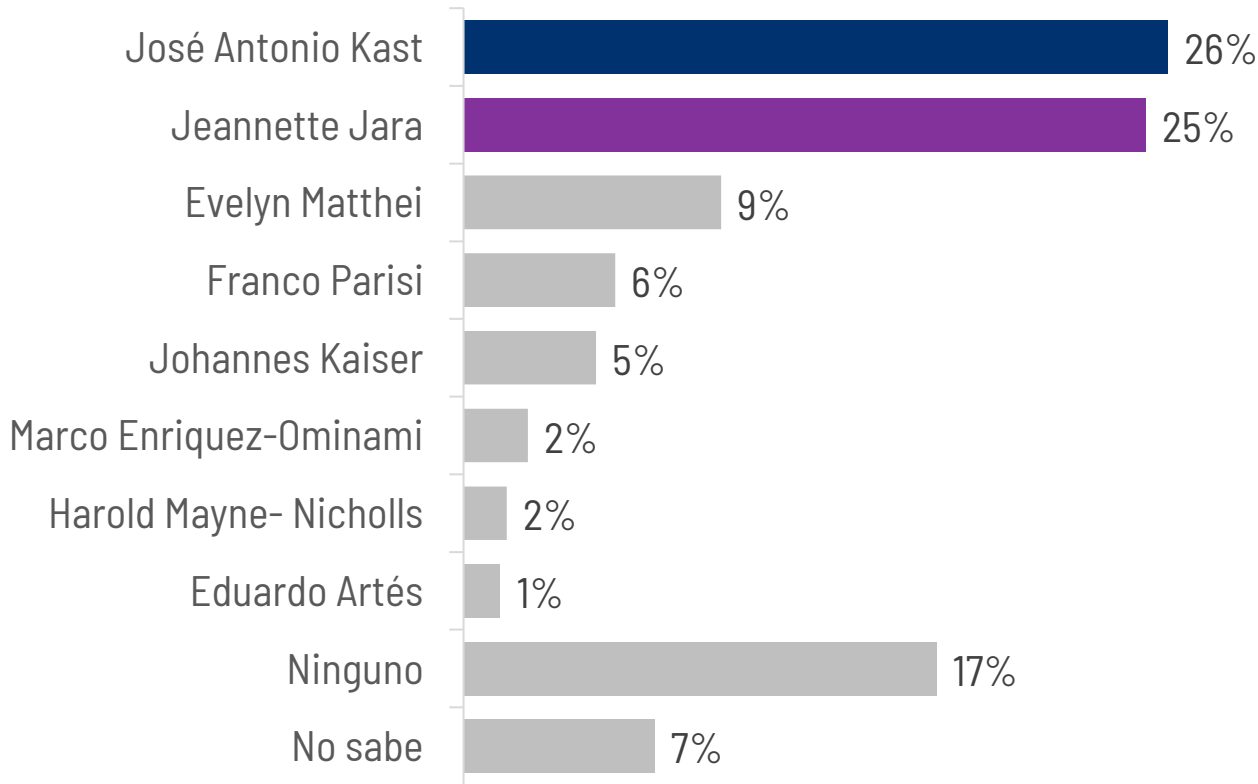
03

¿Quiénes representan mejor el espíritu de las Fiestas Patrias?

José Antonio Kast y Jeannette Jara

Considerando que en Chile habrá elecciones presidenciales en noviembre de este año y hay 8 candidatos inscritos, ¿cuál de las y los candidatos presidenciales representa mejor el espíritu de las fiestas patrias, independientemente de su preferencia electoral?

(Base: 1.000, total muestra)



▲ ▼ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

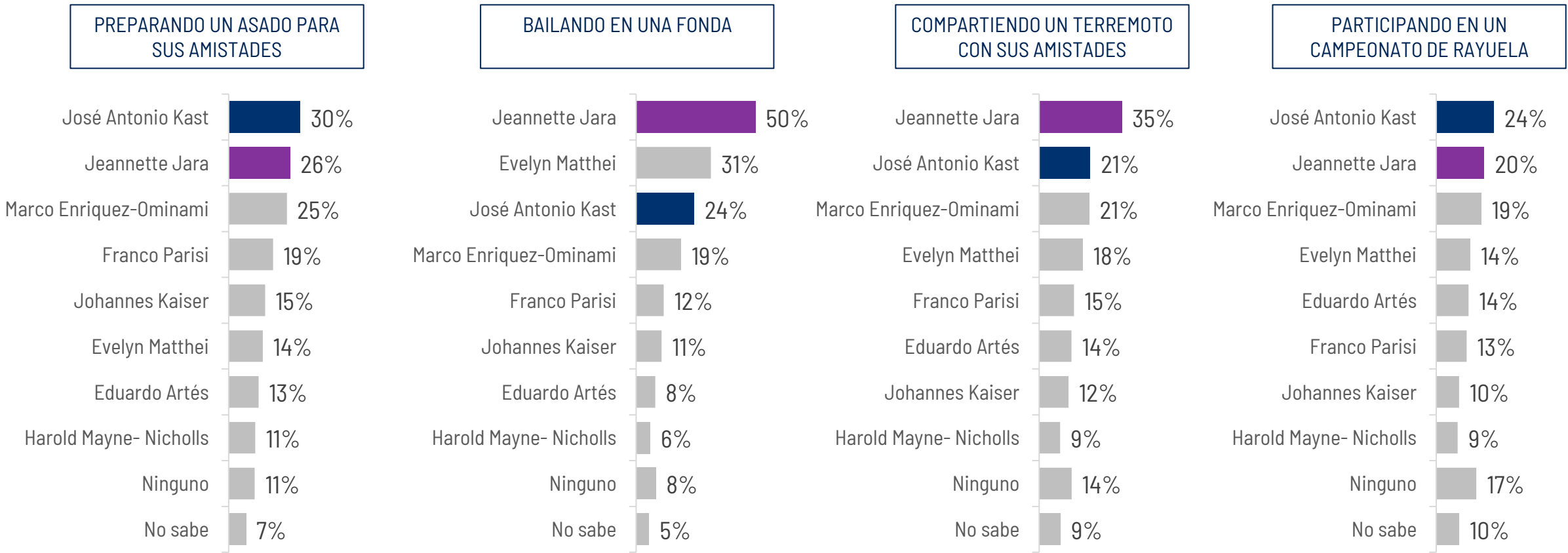
¿Cómo se imaginan a los presidenciables en Fiestas Patrias?

José Antonio Kast haciendo un asado para sus amigos

Jeannette Jara bailando en una fonda o compartiendo un terremoto con sus amistades

¿Y a quién de las y los candidatos se imagina usted haciendo usted las siguientes actividades en Fiestas Patrias? Puede marcar más de un nombre.

(Base: 1.000, total muestra)



Kast haciendo un asado para sus amigos es una idea que comparten todos los grupos y que lo instala en el espacio íntimo, con sus cercanos.

Jara bailando en una fonda o compartiendo un terremoto es una idea muy transversal, pero más instalada entre mujeres y en los GSE altos y medios altos. Y se la visualiza en el espacio público, con un entorno amplio.

¿Y a quién de las y los candidatos se imagina usted haciendo usted las siguientes actividades en Fiestas Patrias? Puede marcar más de un nombre.
(Base: 1.000, total muestra)

José Antonio Kast	Total	Sexo		Edad			GSE		Zona		Posición Política			
		Hombre	Mujer	18-29	30-50	51 años y +	C1a - C1b - C2	C3 - D	Santiago	Regiones	Derecha	Centro	Izquierda	Ninguna
	1.000	458	532	226	402	372	589	411	496	504	358	97	256	254
Preparando un asado para sus amistades	30%	32%	29%	30%	31%	30%	33%	29%	28%	32%	53%	25%	12%	21%
Bailando en una fonda	24%	28%	21%	29%	25%	21%	22%	26%	22%	26%	44%	16%	7%	19%
Compartiendo un terremoto con sus amistades	21%	25%	18%	26%	22%	18%	19%	23%	19%	23%	40%	15%	9%	13%
Participando en un campeonato de rayuela	24%	27%	22%	26%	25%	23%	23%	25%	25%	24%	46%	15%	6%	18%

Jeannette Jara	Total	Sexo		Edad			GSE		Zona		Posición Política			
		Hombre	Mujer	18-29	30-50	51 años y +	C1a - C1b - C2	C3 - D	Santiago	Regiones	Derecha	Centro	Izquierda	Ninguna
	1.000	458	532	226	402	372	589	411	496	504	358	97	256	254
Preparando un asado para sus amistades	26%	24%	27%	31%	22%	26%	29%	24%	27%	25%	14%	22%	53%	20%
Bailando en una fonda	50%	48%	52%	49%	49%	53%	60%	45%	55%	47%	36%	50%	81%	43%
Compartiendo un terremoto con sus amistades	35%	31%	38%	38%	33%	35%	42%	31%	37%	33%	24%	31%	66%	26%
Participando en un campeonato de rayuela	20%	17%	23%	28%	17%	18%	26%	17%	24%	18%	10%	19%	45%	13%

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

Contactos



Estudios:

Alejandra Ojeda Mayorga

Directora de Estudios Públicos Ipsos Chile

alejandra.ojeda@ipsos.com



Prensa:

Carolina Suez

Directora de Comunicaciones Ipsos Chile

carolina.suez@ipsos.com

SOBRE PANEL IPSOS INTERACTIVE SERVICES

El estudio fue realizado sobre la base del Panel de Ipsos Interactive Services (IIS), el cual está compuesto por un marco muestral de más de 137.000 personas del país, todas mayores de 14 años. Además del panel propio, Ipsos cuenta con reclutamiento ad hoc y apoyo en perfiles específicos desde paneles externos certificados por Ipsos.

El panel tiene presencia en todo el territorio nacional, con concentración en la zona centro con 68%, mientras que el norte alcanza a 12%, la zona sur a 19% y la zona austral a 1%.

Respecto de la edad, 29% del panel tiene 24 años o menos (5% son menores de 17 años), 28% del panel corresponde a 25 a 34 años, 24% a 35 a 44 años, 13% a 45 a 54 años y 7% son mayores de 55 años.

El panel está compuesto por 56% de personas empleadas, 2% de pensionados, 9% de personas dedicadas a trabajo no remunerado en el hogar, 11% de estudiantes y 22 de personas desempleadas buscando por un trabajo.

En relación con el Grupo Socio Económico, la composición del panel alcanza a un 15% de ABC1, 32% de C2, 27% de C3, 21% de D y 5% de E.

La inscripción en el panel y su mantención en él es voluntaria.

La recomendación de Ipsos para la aplicación de encuestas en su panel es la utilización de modelos muestrales de cuotas para un mejor control de la distribución del perfil a representar.