

CLAVES IPSOS

INFORME N°54

Septiembre 2026

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

Fecha de publicación:
9 de septiembre 2026



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. Fiestas Patrias 2026
2. Orgullo e Identidad Nacional



Principales resultados

Fiestas Patrias 2026

- Las Fiestas Patrias son la celebración favorita del año de las y los chilenos, con 54% de preferencias. Le sigue la Navidad (26%) y con mucha distancia se instalan el Año Nuevo (6%) y Halloween (2%).
- 38% indica que a nivel personal, las Fiestas Patrias significan una tradición chilena. Para el 23% son una oportunidad de encuentro familiar y para el 20% la celebración de la independencia.
- En relación a las tradiciones chilenas, 33% de las personas consultadas indica que se están perdiendo, 47% cree que se mantienen iguales y 18% que se están fortaleciendo.
- En estas Fiestas Patrias, 39% indica que gastará lo mismo que el año pasado, mientras que 28% gastará menos y 29% gastará más. Entre quienes creen que gastarán más, 7 de cada 10 casos indican que será por hacer lo mismo que hace un año, pero en un escenario de aumento de precios.
- 70% indica que en estas Fiestas Patrias hará un asado y 65% se juntará con amistades y familiares a celebrar. Además, 54% va a poner bandera en la casa, 45% descansará, 37% verá la Parada Militar y 37% irá a una fonda, ramada o celebración en local. En el caso de quienes indican que descansarán, la cifra es menor que hace un año (pasa de 54% a 45%) en el contexto de un feriado más corto este año.
- Al momento de elegir un plato o preparación favorita en Fiestas Patrias, 46% elige las empanadas y 27% el asado. Y en el caso del trago, 49% elige al terremoto, seguido por 17% que elige el vino chileno.

Orgullo e Identidad Nacional

- 69% declara sentir mucho orgullo de ser chileno, cifra menor que hace un año (74%). Además, 63% declara mucho orgullo por su región, 55% por su comuna y 50% por su barrio.
- Por tercer año seguido, la Cordillera de Los Andes es elegida como el símbolo que más orgullo produce (60%). Le sigue la gastronomía chilena (55%), el himno nacional (55%), lugares turísticos como San Pedro de Atacama o Torres del Paine (51%) y la bandera nacional (50%). Pero, el orgullo asociado a dos símbolos patrios, la bandera y el escudo nacional, ha disminuido durante los últimos tres años.
- 82% está de acuerdo con que es importante que un país tenga una fuerte identidad nacional. Y en el caso de Chile, 64% cree que hay diversas identidades que conviven dentro del país, mientras que 34% cree que hay una única y fuerte identidad nacional.

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: 28 al 30 de agosto de 2026

Universo



- Hombres y mujeres de 18 años o más, de nacionalidad chilena, residentes de todas las regiones del país.
- 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



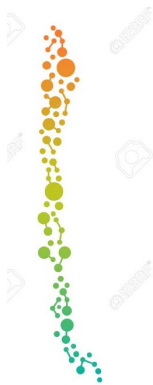
	Sin ponderar	Ponderado
Hombres	50%	48%
Mujeres	50%	52%

EDAD



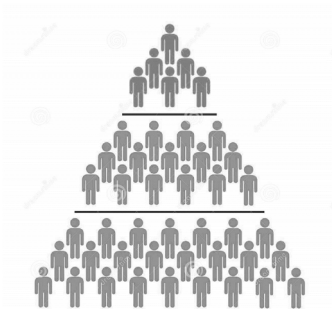
	Sin ponderar	Ponderado
18 a 29 años	29%	25%
30 a 50 años	37%	38%
51 años y +	34%	36%

ZONA



	Sin ponderar	Ponderado
RM	50%	40%
Regiones	50%	60%

GSE



	Sin ponderar	Ponderado
C1a - C1b - C2	60%	34%
C3-D	40%	66%

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

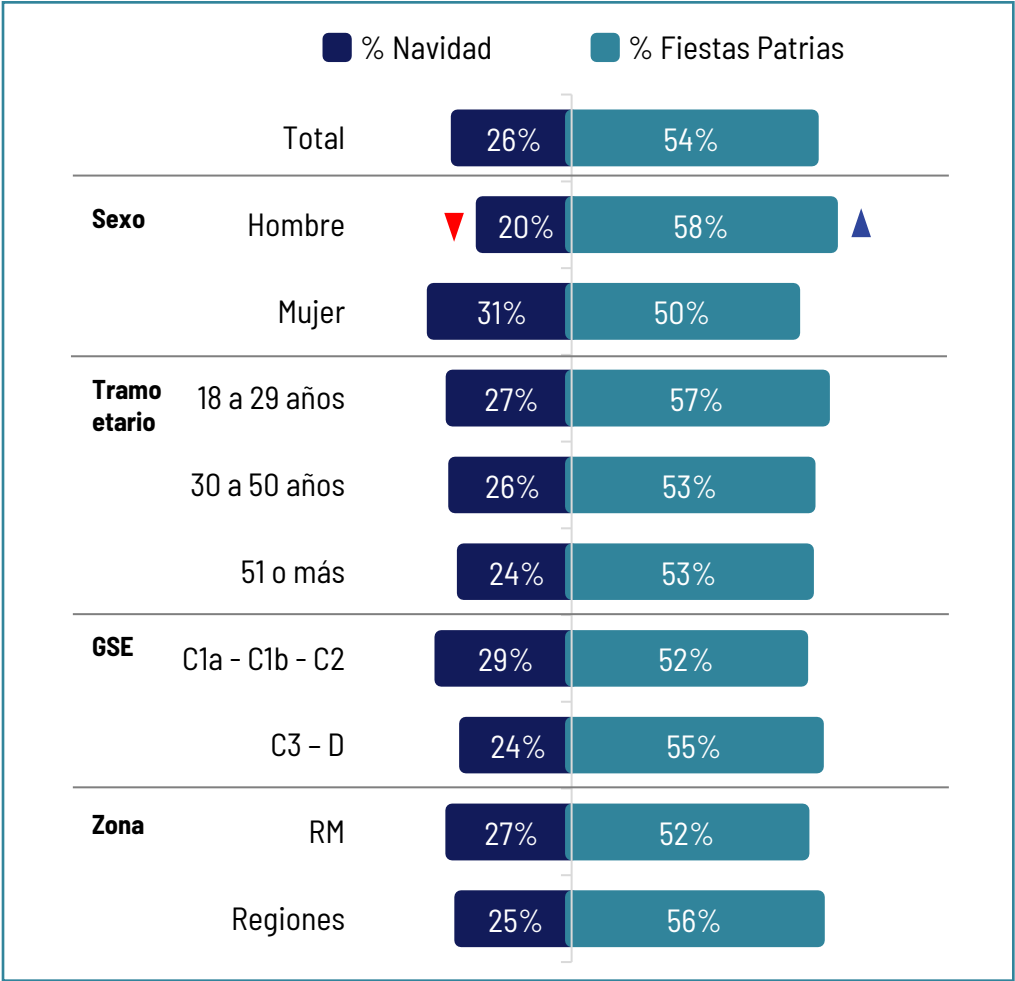
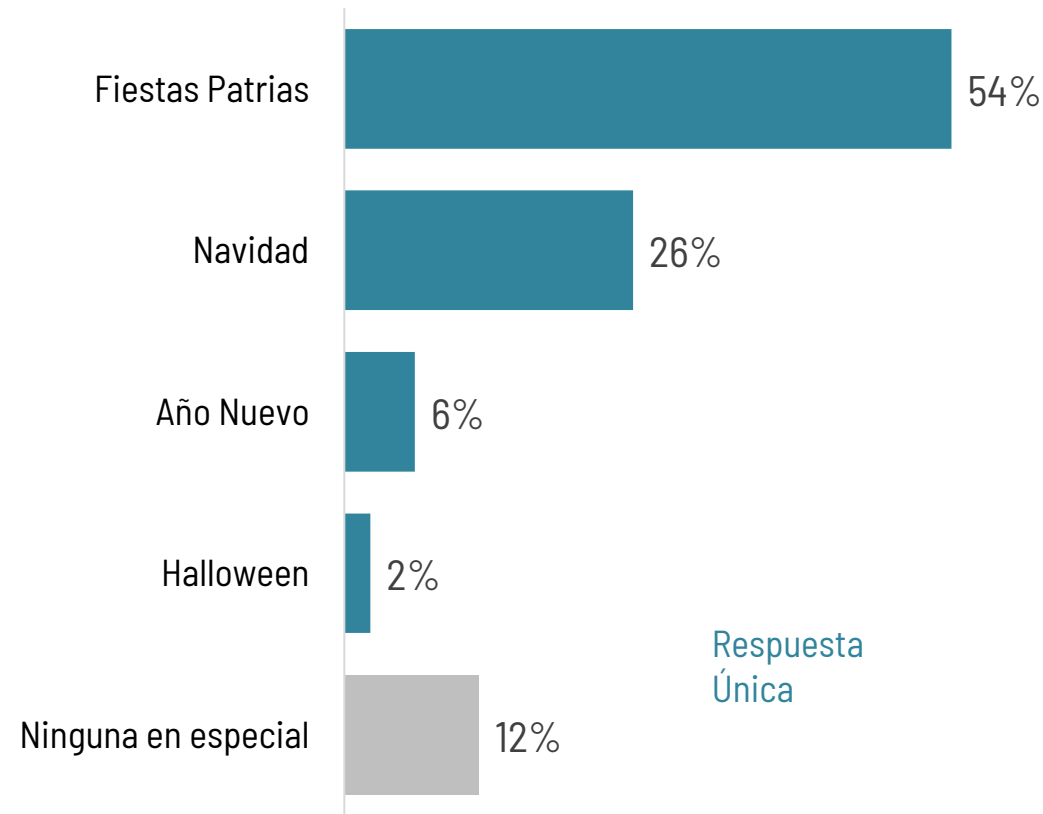
FIESTAS PATRIAS 2026

01

Las Fiestas Patrias son la celebración favorita del año para más de la mitad de las y los chilenos

De las celebraciones del año, ¿cuál es su favorita?

Base: 1.000, Muestra total

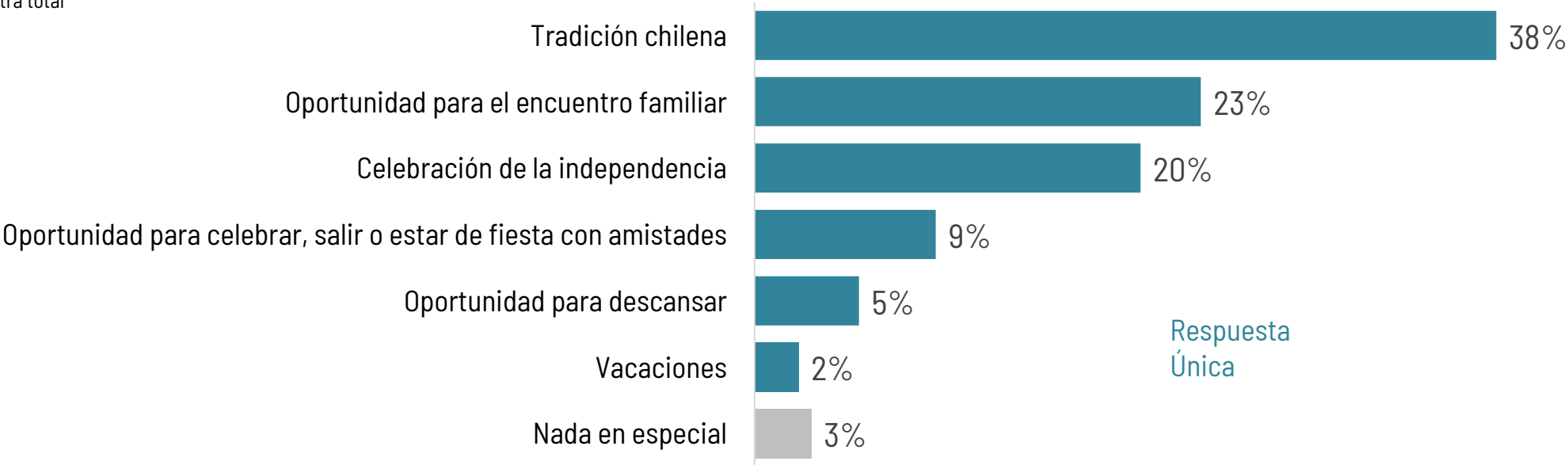


▲ ▼ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

Las Fiestas Patrias son consideradas una tradición nacional, además de ser una oportunidad para el encuentro familiar

Para usted, ¿cuál es el principal significado que tienen las Fiestas Patrias?

Base: 1.000, Muestra total

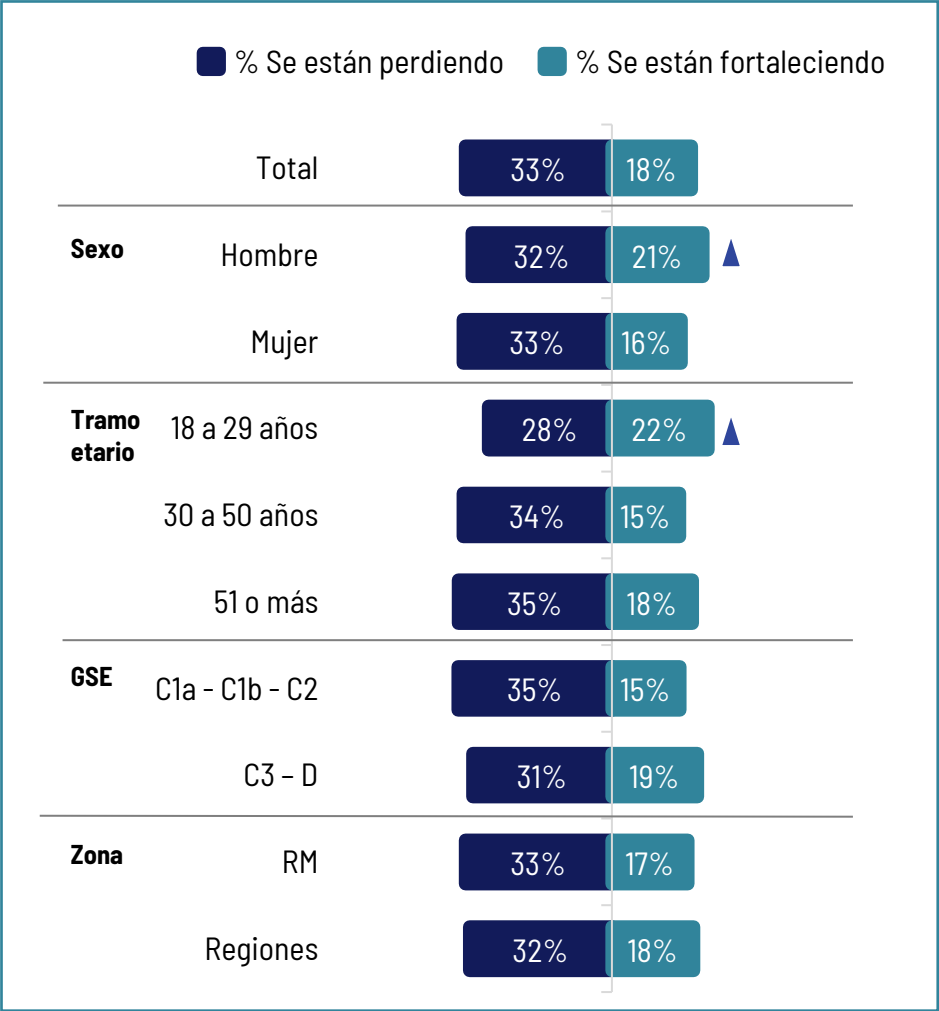
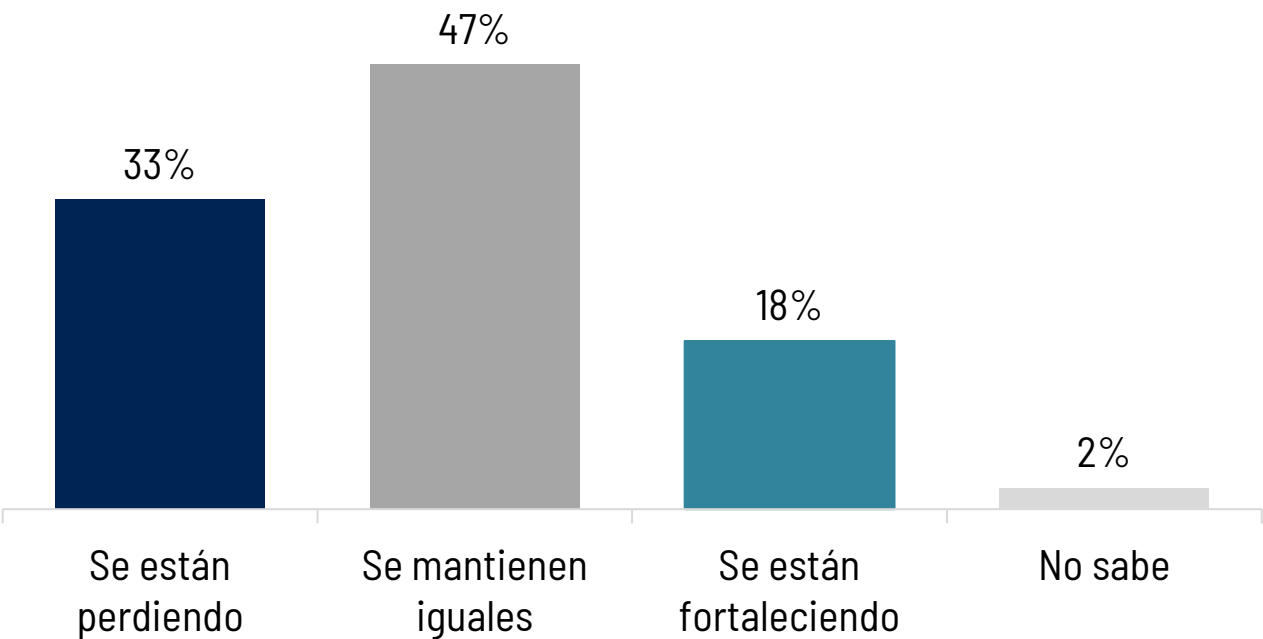


% RESPUESTA ÚNICA	Total	Sexo		Edad			GSE		Zona	
		Hombre	Mujer	18-29	30-50	51-99	C1a - C1b - C2	C3 - D	RM	Regiones
	1.000	496	500	290	370	340	602	398	499	501
Tradición chilena	38%	33%	42%	37%	44%	32%	39%	37%	38%	38%
Oportunidad para el encuentro familiar	23%	19%	27%	20%	24%	23%	25%	21%	24%	22%
Celebración de la independencia	20%	25%	15%	18%	16%	24%	13%	23%	16%	22%
Oportunidad para celebrar, salir o estar de fiesta con amistades	9%	12%	7%	16%	6%	8%	12%	8%	11%	8%
Oportunidad para descansar	5%	5%	5%	5%	5%	7%	5%	5%	5%	6%
Vacaciones	2%	3%	1%	4%	2%	2%	3%	2%	2%	2%
Nada en especial	3%	3%	2%	1%	3%	4%	3%	3%	4%	2%

3 de cada 10 personas consultadas considera que las tradiciones chilenas se están perdiendo, opinión que tiende a aumentar con la edad

¿Usted cree que las tradiciones chilenas se están manteniendo o perdiendo?

Base: 1.000 casos, Muestra total.

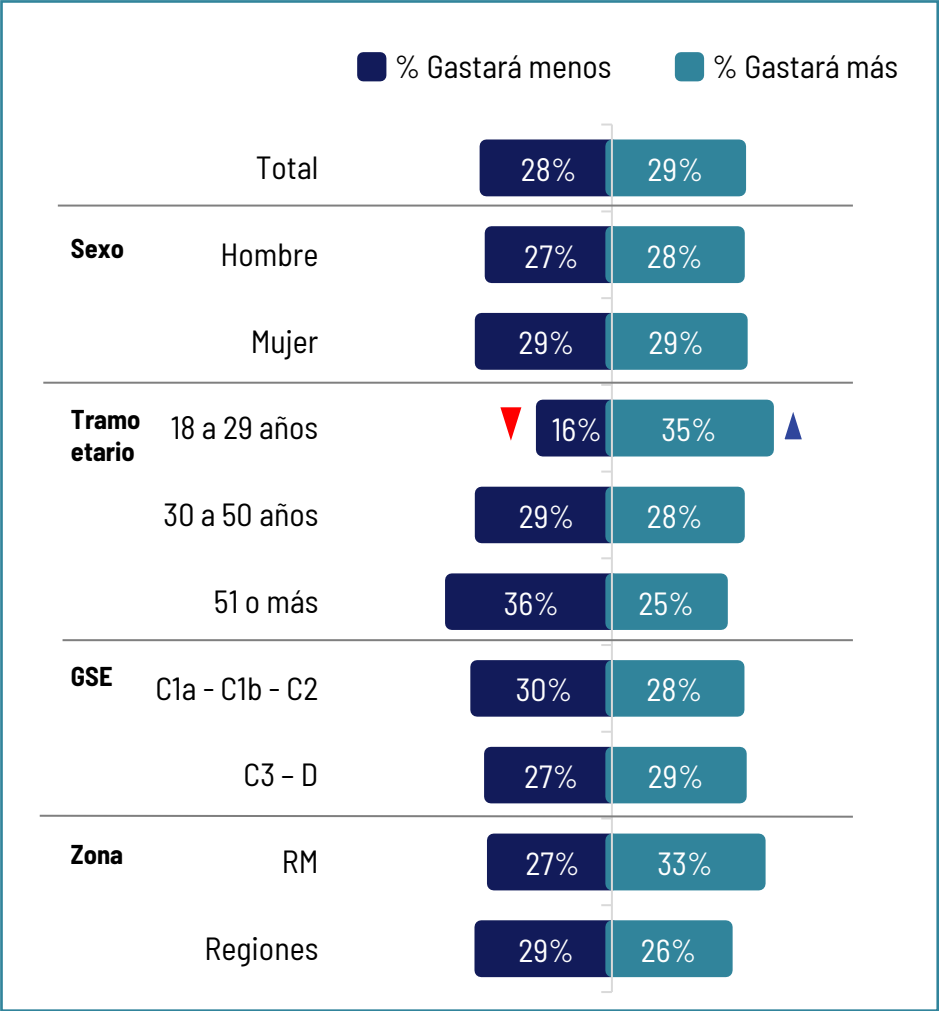
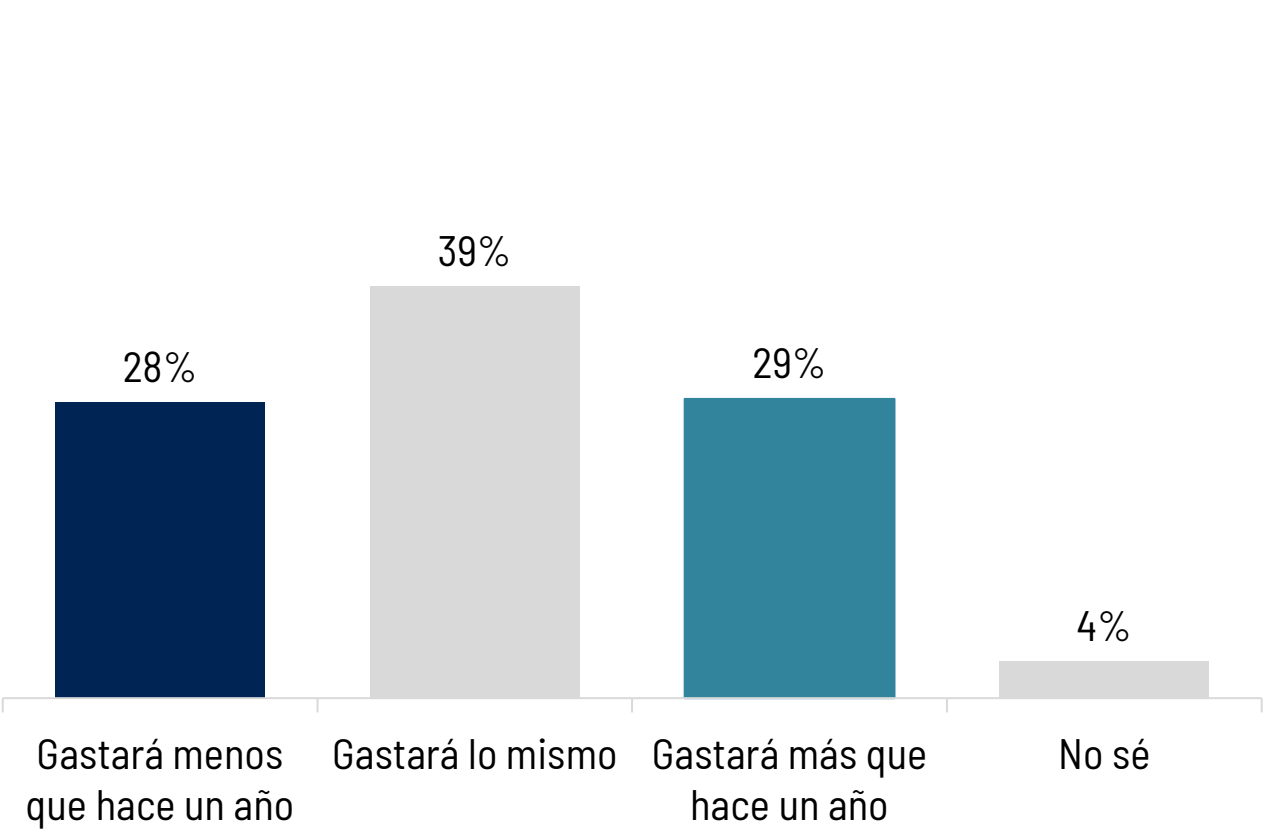


▲ ▼ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

39% indica que en estas Fiestas Patrias gastará lo mismo que hace un año, mientras que 29% cree que gastará más

Comparado con el año pasado, ¿en estas Fiestas Patrias 2026 usted cree que...?

Base: 1000 casos, Muestra total

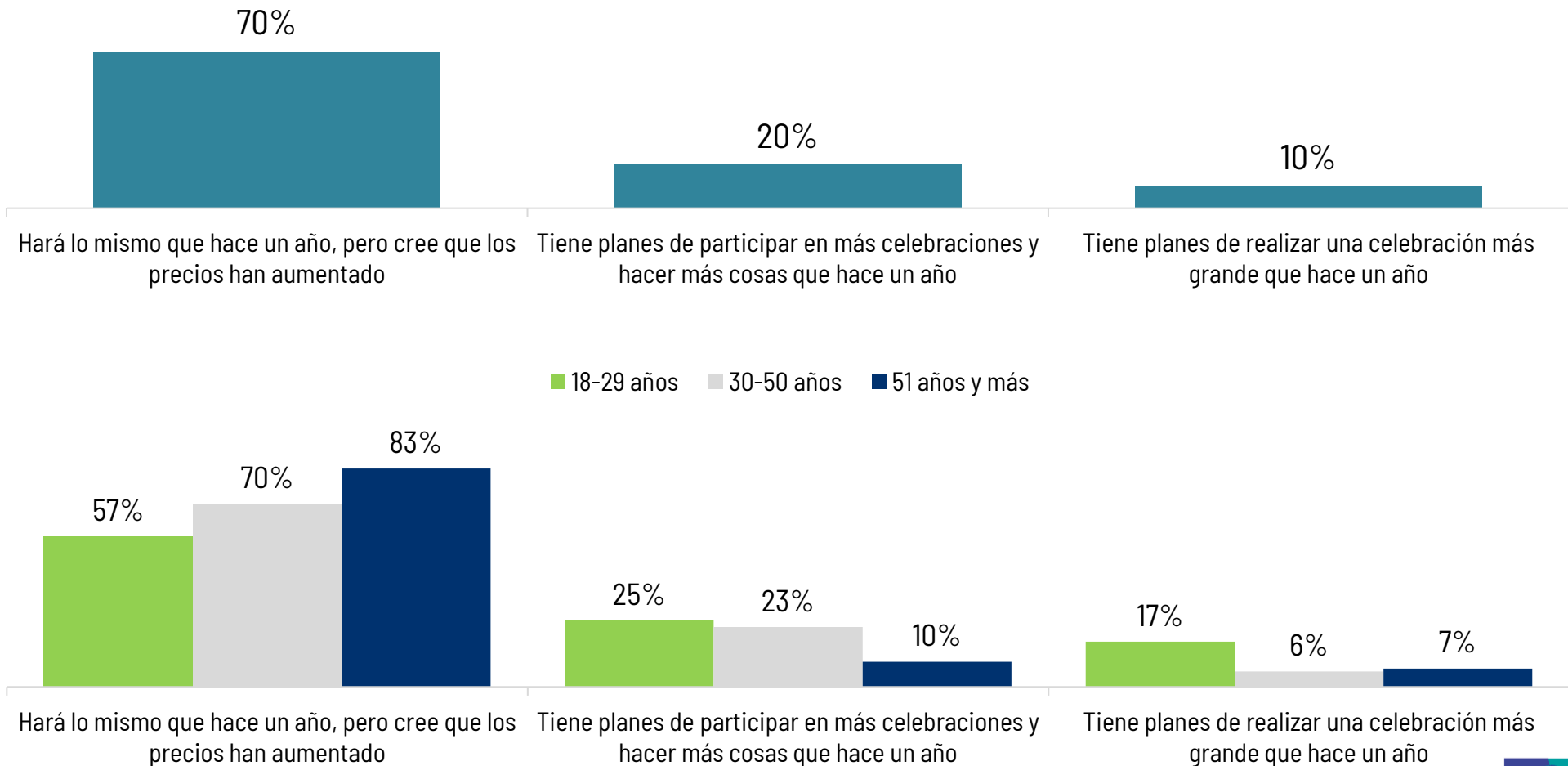


▲ ▼ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

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

¿Por qué cree que gastará más?
Base: 300 casos, Quienes creen que gastarán más.

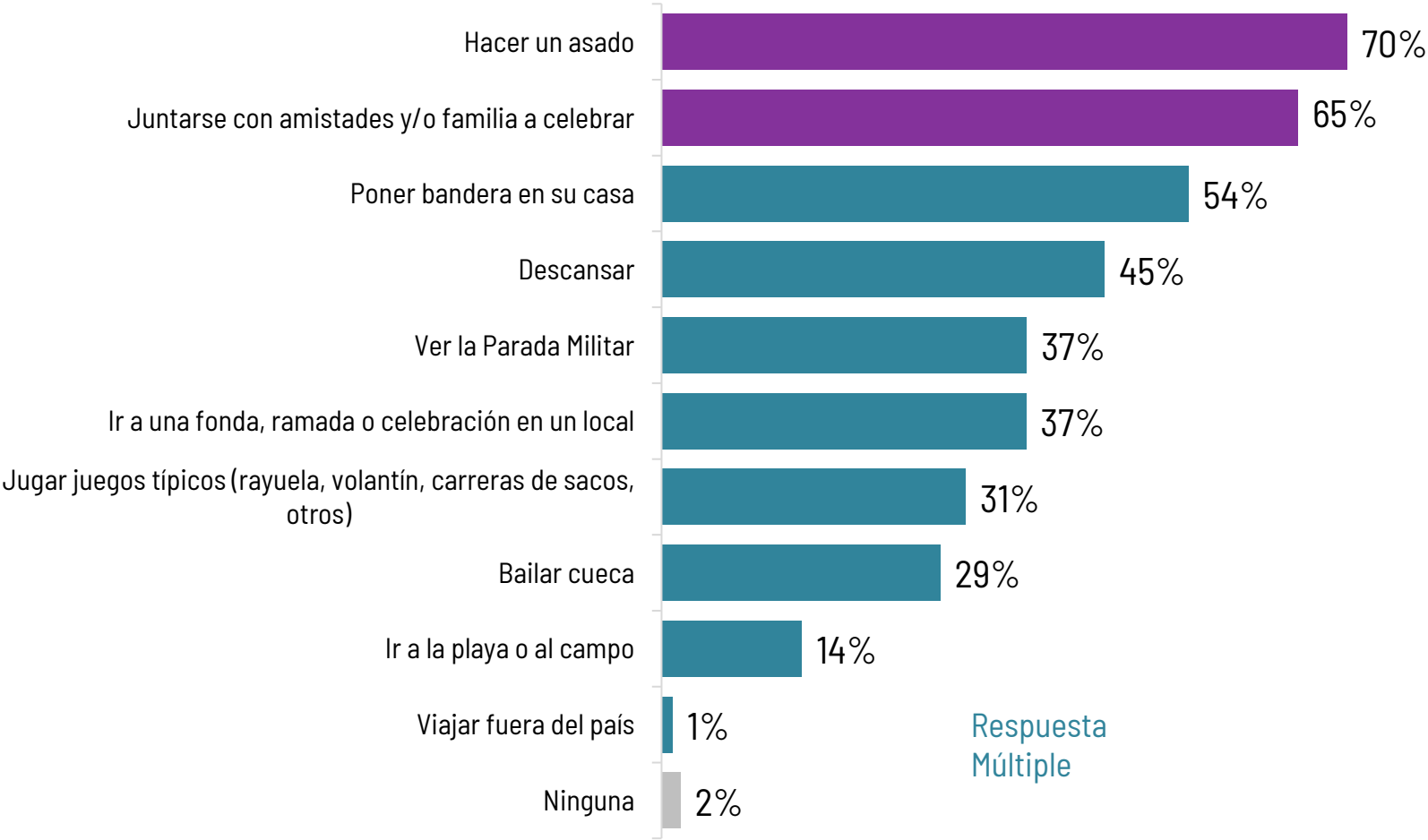
29%
Cree que
gastará más en
estas Fiestas
Patrias



Estas Fiestas Patrias se celebrarán con asados, en familia y con amigos. Pero, con un feriado de menor extensión que en otros años, se descansará menos

En estas Fiestas Patrias, ¿cuáles de las siguientes actividades piensa realizar?

Base: 1.000, Muestra total



Respuesta Múltiple

%	2024	2025	2026
Hacer un asado	71%	73%	70%
Juntarse con amistades y/o familia a celebrar	70%	69%	65%
Poner bandera en su casa	67%	59%	54% ▼
Descansar	52%	54%	45% ▼
Ver la Parada Militar	40%	33%	37%
Ir a una fonda, ramada o celebración en un local	41%	35%	37%
Jugar juegos típicos (rayuela, volantín, carreras de sacos, otros)	37%	30%	31%
Bailar cueca	37%	33%	29%
Ir a la playa o al campo	25%	20%	14%
Viajar fuera del país	4%	3%	1%

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

Las empanadas y el asado se mantienen como las preparaciones favoritas para celebrar las Fiestas Patrias

De todas estas preparaciones nacionales, ¿cuál es la que más disfruta consumir en Fiestas Patrias?

(Base: 1.000, muestra total)



Respuesta única

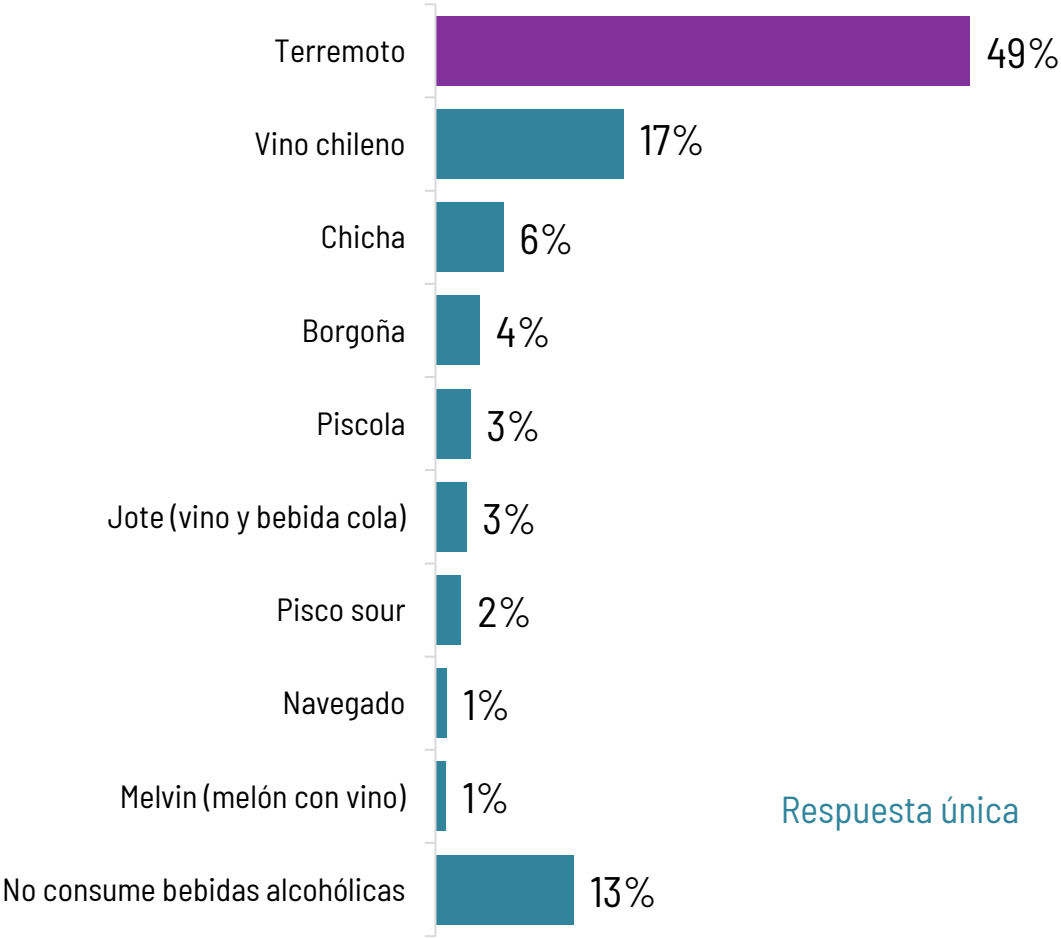
%	2024	2025	2026
Empanadas	43%	43%	46%
Asado	29%	29%	27%
Anticuchos	7%	6%	6%
Pastel de choclo	5%	3%	6%
Mote con huesillo	5%	7%	5%
Choripan	4%	6%	3%
Sopaipillas con pebre	2%	3%	3%
Dulces chilenos	2%	2%	2%
Humitas	2%	1%	2%

No hay diferencias significativas entre mediciones

El Terremoto es el trago que más se disfruta en Fiestas Patrias (y no tiene competencia)

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

(Base: 1.000, muestra total)

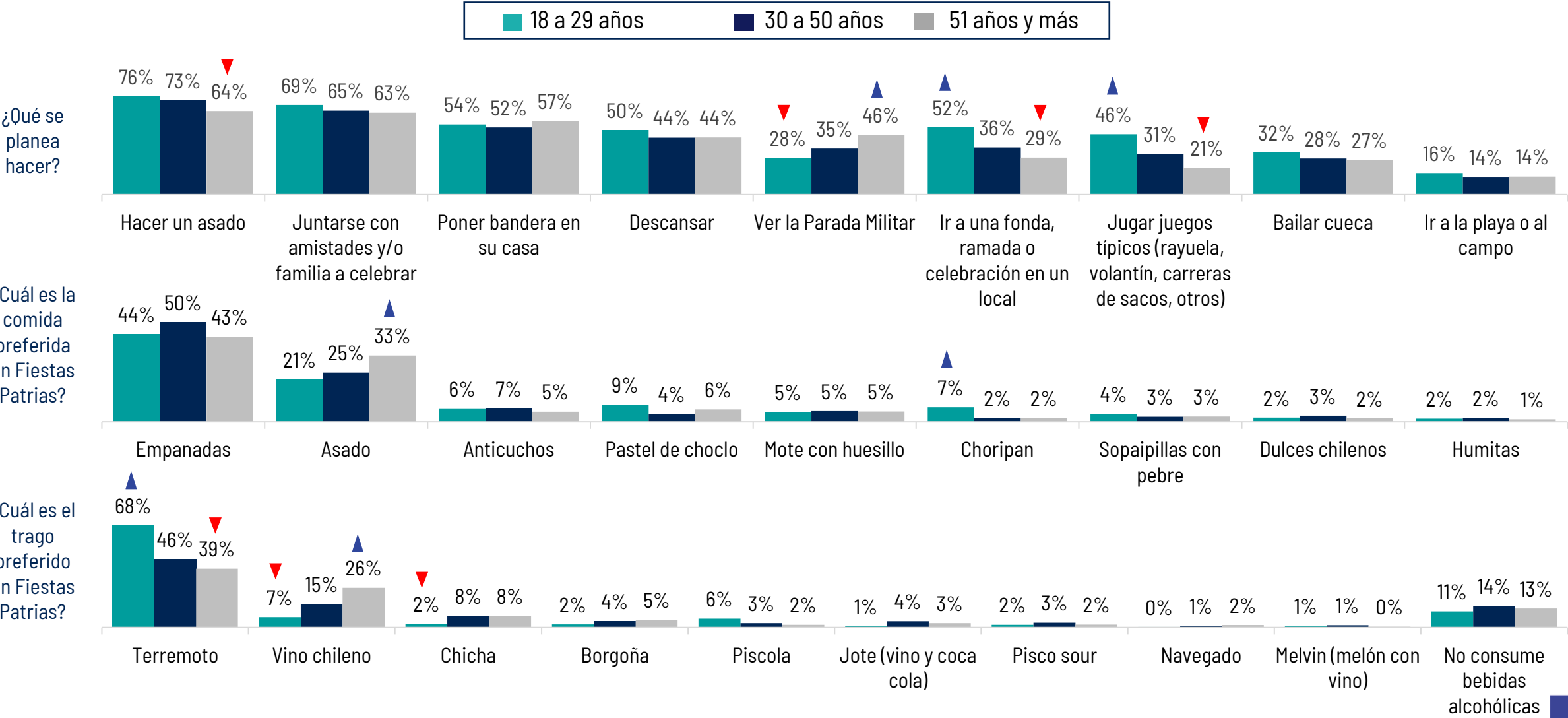


Respuesta única

%	2024	2025	2026
Terremoto	47%	47%	49%
Vino chileno	23%	18%	17%
Chicha	7%	7%	6%
Borgoña	4%	4%	4%
Piscola	3%	4%	3%
Jote (vino y bebida cola)	2%	2%	3%
Pisco sour	2%	4%	2%
Navegado	1%	2%	1%
Melvin (melón con vino)	1%	1%	1%
No consume bebidas alcohólicas	11%	11%	13%

No hay diferencias significativas entre mediciones

Los panoramas y las preferencias de comidas y tragos presentan diferencias por tramos etarios



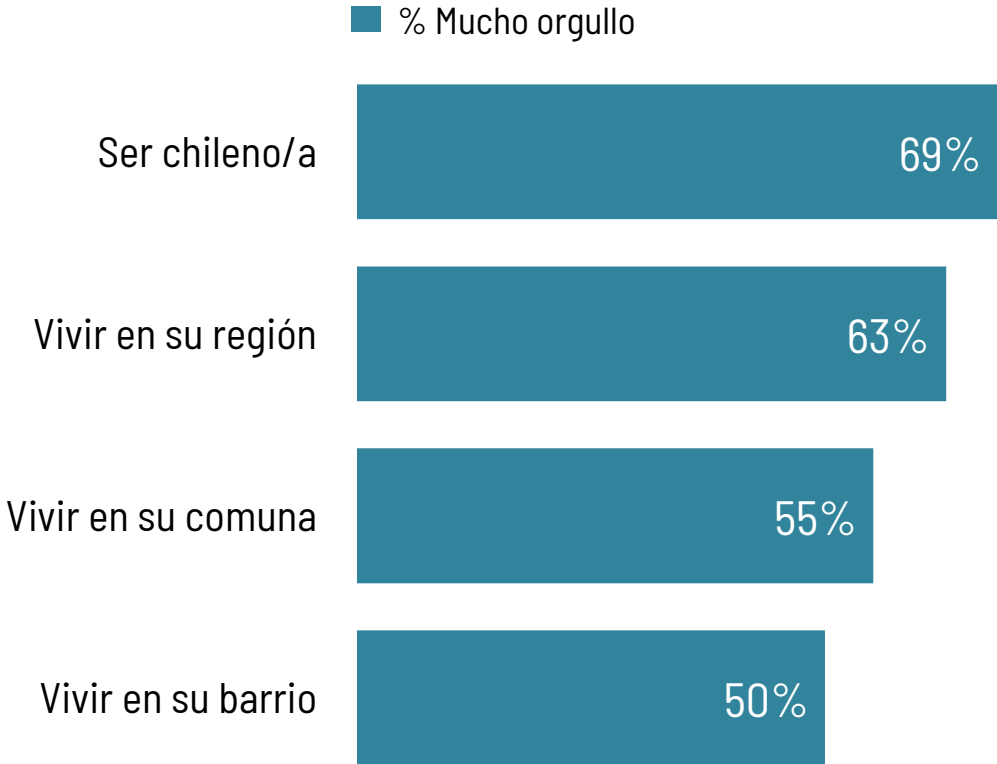
ORGULLO E IDENTIDAD NACIONAL

02

7 de cada 10 personas consultadas sienten mucho orgullo de ser chilenas

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



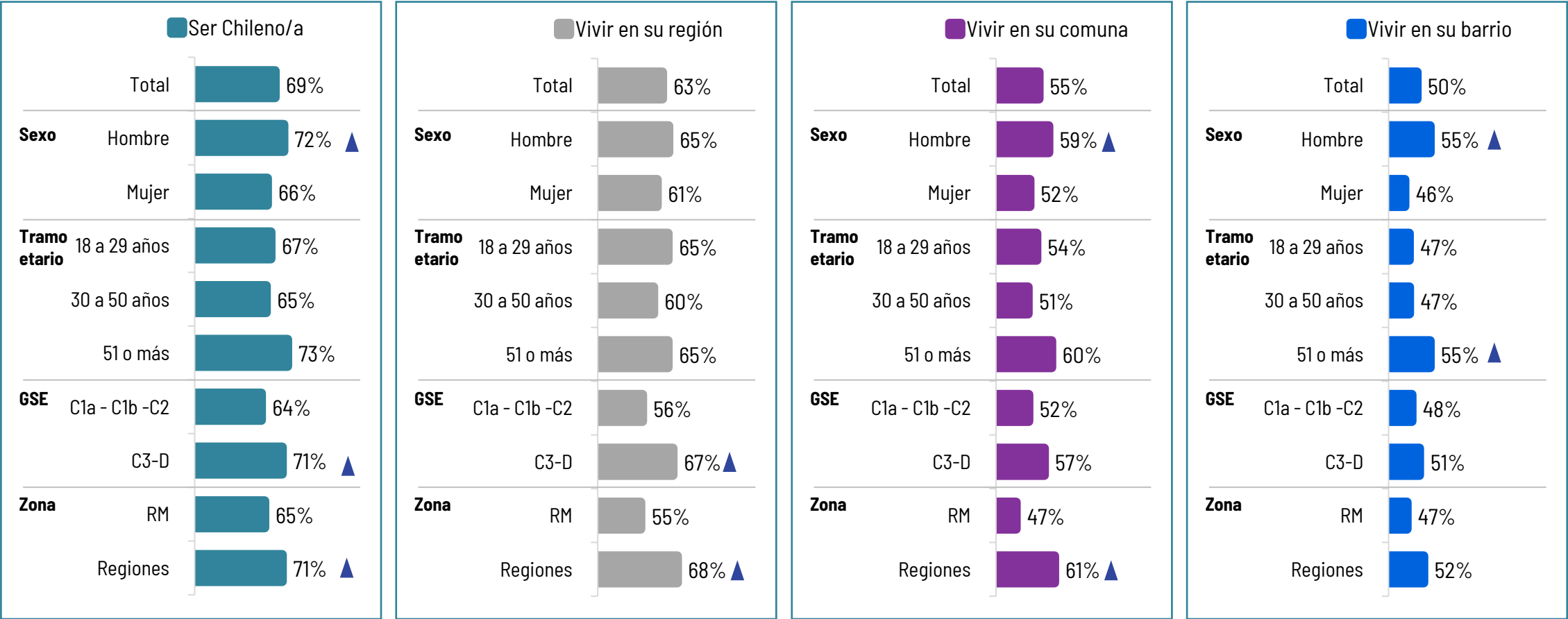
% MUCHO ORGULLO	2024	2025	2026
Ser chileno/a	65%	74%	69% ▼
Vivir en su región	55%	63%	63%
Vivir en su comuna	50%	57%	55%
Vivir en su barrio	44%	51%	50%

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

¿Quiénes están más orgullosos por ser chilenos? Hombres, residentes de regiones y grupos 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

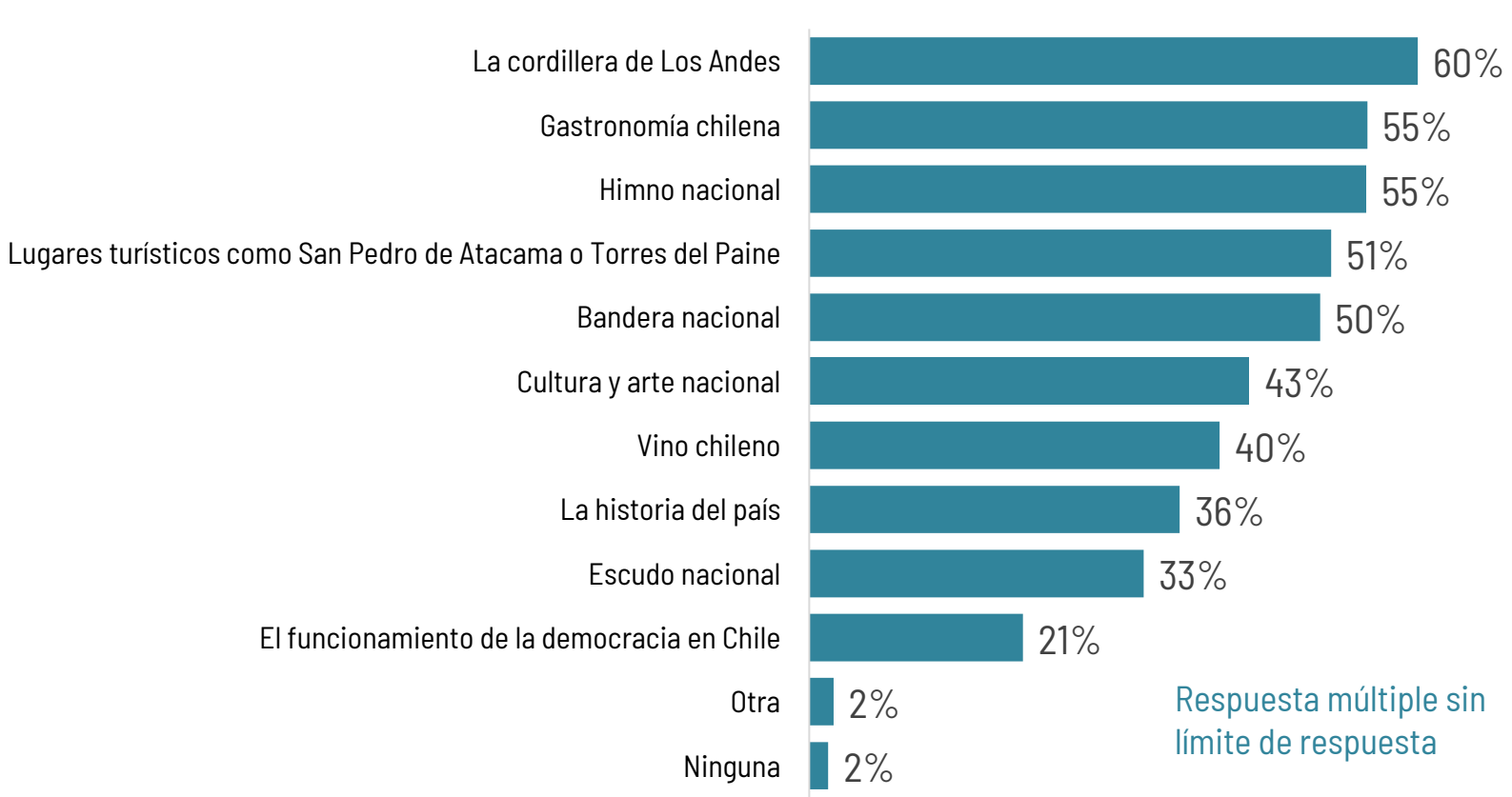


▲ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

Por tercer año consecutivo la cordillera de Los Andes es reconocida como principal orgullo nacional, mientras que los símbolos patrios continúan retrocediendo

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

Base: 1.000, muestra total



%	2024	2025	2026
La cordillera de Los Andes	63%	61%	60%
Gastronomía chilena	53%	52%	55%
Himno nacional	59%	57%	55%
Lugares turísticos como San Pedro de Atacama o Torres del Paine	53%	51%	51%
Bandera nacional	62%	57%	50% ▼
Cultura y arte nacional	42%	42%	43%
Vino chileno	49%	46%	40% ▼
La historia del país	42%	39%	36%
Escudo nacional	47%	38%	33% ▼
El funcionamiento de la democracia en Chile	21%	20%	21%

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



Los símbolos patrios y la historia del país generan más orgullo entre los hombres que entre las mujeres

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

Base: Muestra total

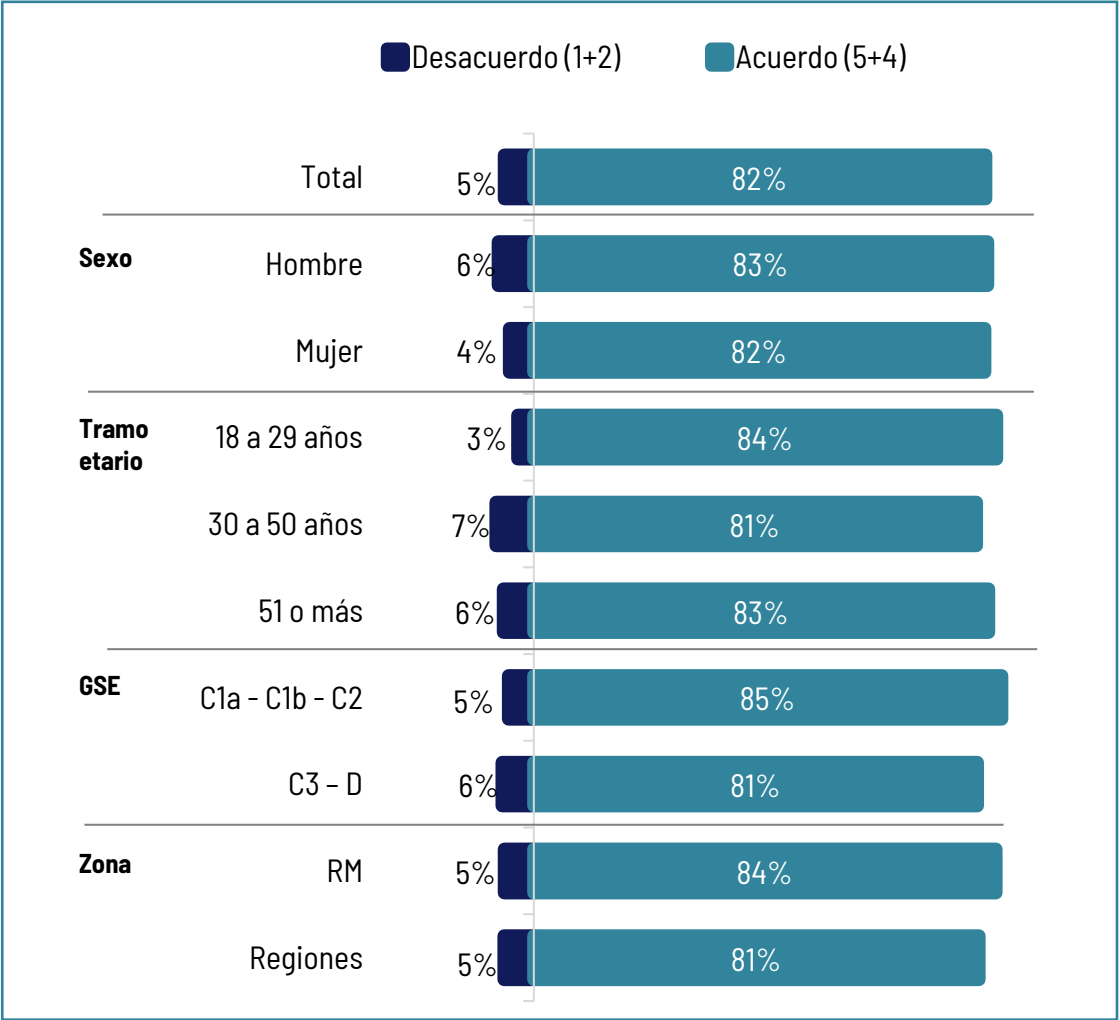
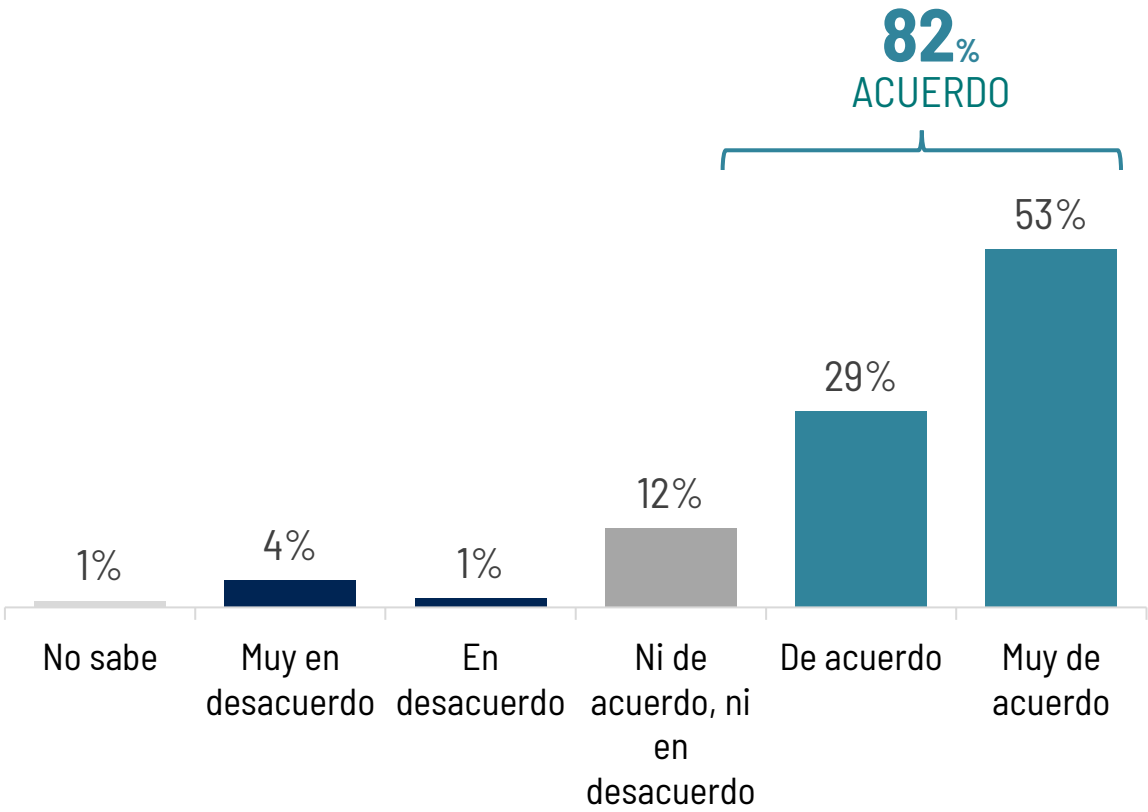
% RESPUESTA MÚLTIPLE	Total	Sexo		Edad			GSE		Zona	
		Hombre	Mujer	18-29	30-50	51-99	C1a - C1b - C2	C3 - D	Santiago	Regiones
	1.000	496	500	290	370	340	602	398	499	501
La cordillera de Los Andes	60%	56%	63%	64%	58%	58%	62%	58%	66%	55%
Gastronomía chilena	55%	53%	56%	64%	58%	44%	49%	57%	53%	56%
Himno nacional	55%	57%	52%	48%	54%	60%	48%	58%	51%	57%
Lugares turísticos como San Pedro de Atacama o Torres del Paine	51%	45%	56%	51%	51%	51%	56%	49%	55%	49%
Bandera nacional	50%	56%	45%	49%	49%	52%	48%	51%	47%	52%
Cultura y arte nacional	43%	45%	41%	61%	39%	35%	43%	43%	46%	41%
Vino chileno	40%	43%	38%	34%	40%	45%	47%	37%	42%	39%
La historia del país	36%	45%	28%	45%	30%	37%	37%	36%	37%	36%
Escudo nacional	33%	39%	27%	34%	28%	37%	32%	33%	32%	33%
El funcionamiento de la democracia en Chile	21%	23%	18%	20%	22%	21%	24%	19%	22%	20%

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

Amplio consenso: 82% cree que es importante contar con 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, Muestra total

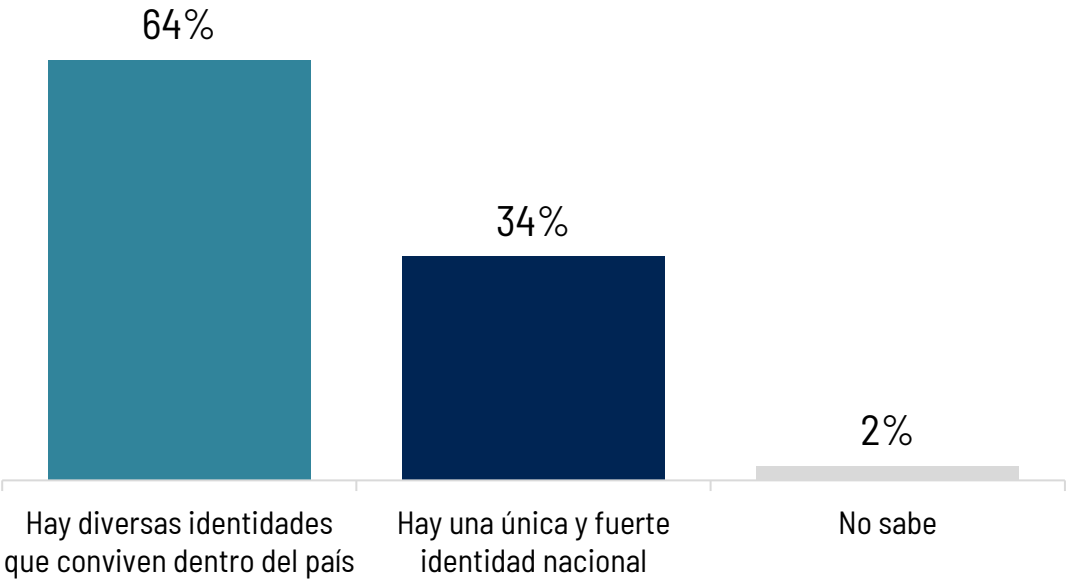


 Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

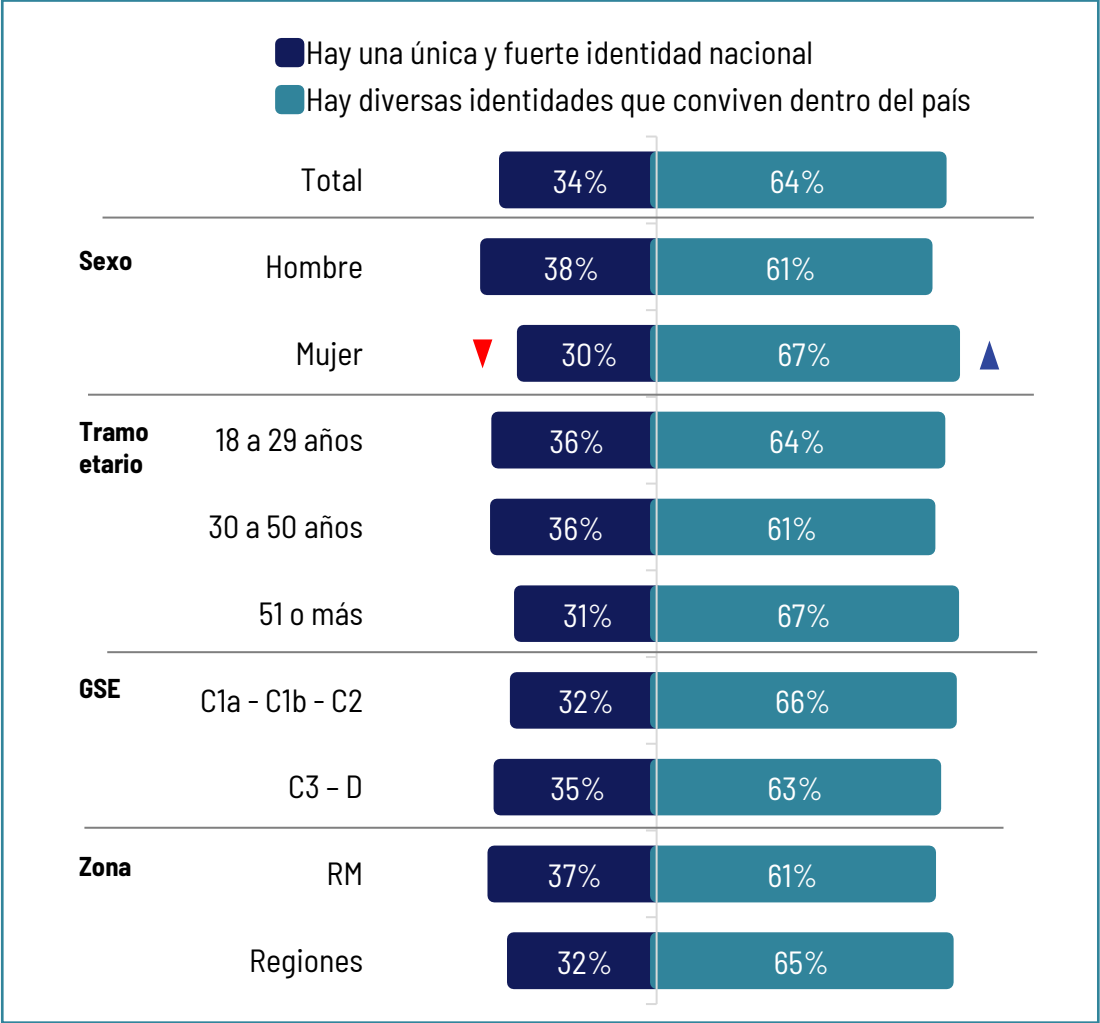
Al pensar en Chile, 2 de cada 3 personas creen que conviven diversas identidades nacionales

¿Usted cree que en Chile...?

Base: 1.000, Muestra total



	2024	2025	2026
Hay diversas identidades que conviven dentro del país	68%	70%	64% ▼



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

Contactos



Estudios:

Alejandra Ojeda Mayorga

Directora de Estudios Públicos Ipsos Chile

alejandra.ojeda@ipsos.com



Prensa:

Nicolás Valenzuela

Comunicaciones Ipsos Chile

nicolas.valenzuela@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.