



Sentimiento de identidad y valoración por el país alcanza niveles históricos

Un 57% de los ciudadanos declara sentir un alto orgullo por Chile

Estudio de Imagen de Chile e IPSOS revela un incremento sin precedentes en la percepción del orgullo nacional.

El sentimiento de identidad y valoración por Chile ha alcanzado cifras históricas. Ello se desprende de los resultados del más reciente Estudio Orgullo Chileno, realizado por la Fundación Imagen de Chile y la consultora internacional IPSOS, el que refleja un aumento sin precedentes en la percepción del orgullo nacional.

De acuerdo con la medición, un 57% de los encuestados declara sentir un alto orgullo por Chile, la cifra más alta registrada desde el inicio del estudio en 2019. Además, el indicador "Orgullo por ser chileno" alcanzó un 70%, un alza de siete puntos en comparación con el año anterior.

A diferencia de 2023, cuando el aumento en el orgullo nacional estuvo fuertemente ligado a la exitosa realización de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, en 2024 no hay un evento específico que explique el incremento.

"El alza en el orgullo de ser chileno es un resultado muy positivo, pero la magnitud de este aumento en 2024 nos sorprendió. No hubo un evento puntual que explique el aumento del orgullo, lo que sugiere que podría estarse consoli-



dando de manera estable", señaló Rossana Dresdner, directora ejecutiva de la Fundación Imagen de Chile. A su juicio, esto podría explicarse por una retroalimentación virtuosa entre el alza de la imagen país a nivel internacional y nacional.

Factores que lo impulsan

El estudio identificó como las principales razones que explican el sentimiento de orgullo entre los chilenos las siguientes:

- Geografía y bellezas naturales: un 87% destacó los paisajes icó-

nicos del país, como motivo principal de orgullo.

- Cielos privilegiados para la astronomía: un 81,7% mencionó el potencial de Chile como líder en exploración astronómica, gracias a observatorios de clase mundial.

- Calidad de los productos de exportación: un 72% valoró los productos chilenos reconocidos en el mundo.

- Sistema de elecciones democráticas: un 56% destacó el sistema electoral del país como un motivo de orgullo.

- Desarrollo de ciencia y tecnología: un 52% señaló avances en innovación como un aspecto positivo.

- Compromiso con el medioambiente: un 46% mencionó la sustentabilidad como un atributo país clave.

Diferencias por edad, género y región

El estudio también identificó diferencias en la percepción, según distintos segmentos de la población:

- Los jóvenes muestran menor orgullo: el grupo de 18 a 30 años registra los niveles más bajos de orgullo en comparación con otros segmentos.

- Diferencias de género: los hombres (60%) muestran un nivel de orgullo mayor que las mujeres (55%).

- Variación por zonas geográficas: el orgullo es más alto en el Norte (62%) y el Sur (65%), mientras que las cifras son menores en la zona Centro (55%) y la Región Metropolitana (53%).

Chile mejora su imagen internacional

Los resultados del estudio están alineados con una mejora en la percepción de Chile en el extranjero. En el Anholt Nation Brands Index, el estudio internacional que evalúa el posicionamiento de las marcas país en el mundo, Chile alcanzó el lugar 38, su mejor ubicación desde el año 2020. En tanto, escaló cinco posiciones en el Global Soft Power Index 2025, situándose en el puesto 54 y valorizando su marca en más de 280 mil millones de dólares.

¿Qué significa el orgullo de ser chileno?

El orgullo de ser chileno es un sentimiento complejo y multifactorial, que abarca desde la geografía hasta la identidad cultural. Para Rossana Dresdner, directora ejecutiva de Imagen de Chile, este sentimiento va más allá de la satisfacción con la calidad de vida: "El orgullo de ser chileno es mucho más que una emoción pasajera. Se basa en la valoración de nuestras fortalezas como país, desde la geografía hasta el desarrollo científico, pasando por la democracia y la cultura".

La percepción de Chile en el exterior también parece jugar un rol clave en este fenómeno. Dresdner destacó que la imagen internacional del país y el orgullo interno están comenzando a retroalimentarse: "En los últimos años, estamos viendo un círculo virtuoso, donde la imagen positiva de Chile a nivel internacional se está reflejando en la percepción interna. Y si seguimos trabajando en fortalecer esta identidad, podemos hacer que ambas se retroalimenten".

