INFORME FINAL

Monitor de confianza social, institucional y empresarial

Cuarta ola · octubre 2026



Encuesta de Opinión Pública
2.011 casos a nivel nacional, datos ponderados
Eficacia · Ética · Empatía

Trabajo de campo: 20 al 30 de octubre de 2026

ÍNDICE

Contenidos del informe Ola #4 Monitor de Confianza Feedback

PRESENTACIÓN

Ficha técnica 3

Distribución de la muestra 4

Agenda noticiosa 5

Resumen ejecutivo 6

1 **Clima de opinión** 7-13
Rumbo del país, emociones, expectativas, preocupaciones y gasto

2 **Confianza interpersonal** 14-16
Confianza en las personas y confianza generalizada

3 **Confianza institucional** 17-19
Confianza en el Estado y evaluación 3E de las instituciones

4 **Confianza empresarial** 20-25
Grandes empresas, modelo 3E y expectativas de reparación

5 **Índices de confianza 3E** 26-31
Eficacia, Ética, Empatía e Índice de Confianza en las Empresas (ICE)

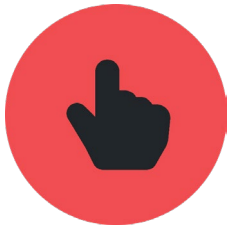
6 **Narrativas económicas** 32-33
Nueve clivajes sobre crecimiento, mérito, Estado, mercado y trabajo

7 **Fuentes de información** 34-37
Fuentes para decidir compras y consumo de noticias

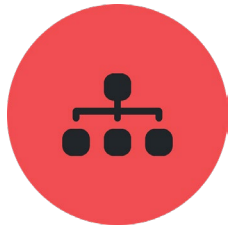
8 **Contexto político** 38-40
Evaluación del gobierno, identificación y auto ubicación ideológica

9 **Nuevos módulos de la Ola 4** 41-50
Decisiones, futuro, precios, industrias, participación y estallido

Ficha técnica de la encuesta



Técnica
Estudio cuantitativo, en base a encuestas online en plataforma digital propia. Invitación a responder mediante envío aleatorio de campaña de correos electrónicos.



Muestras del Monitor
Primera ola (enero): 1.245
Segunda ola (marzo): 2.212
Tercera ola (julio): 2.019
Cuarta ola (octubre): 2.011
Total: 7.487 casos

Diseño de la muestra
No probabilístico, distribuido según cuotas por macrozonas del país.



Trabajo de campo
Realizado entre el 20 y el 30 de **octubre de 2026**.

Instrumento
Cuestionario mayoritariamente estructurado, ±20 minutos promedio de aplicación.



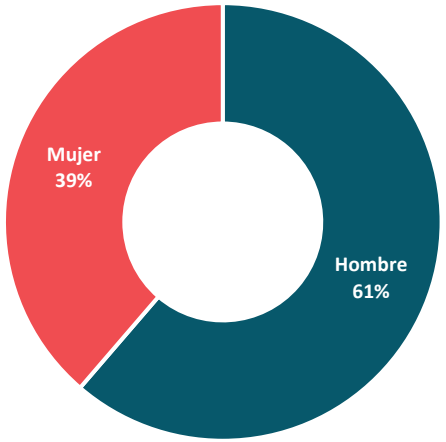
Universo representado
Hombres y mujeres mayores de 18 años, habitantes de las 16 regiones del país.



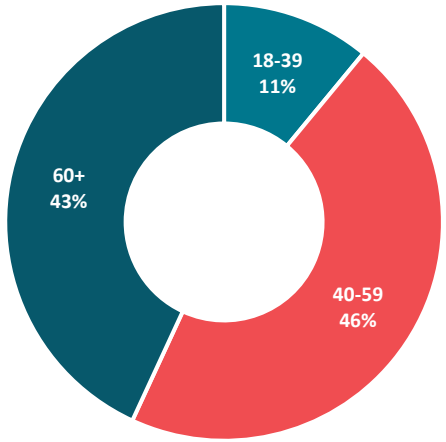
Ajuste del diseño
Los **resultados están ponderados** según macrozonas, género y grupos de edad, en base a los datos poblacionales del Censo 2024. La ponderación de nivel socioeconómico usa como referencia el promedio de los pesos regionales de la última actualización del GSE AIM.

Composición de la muestra

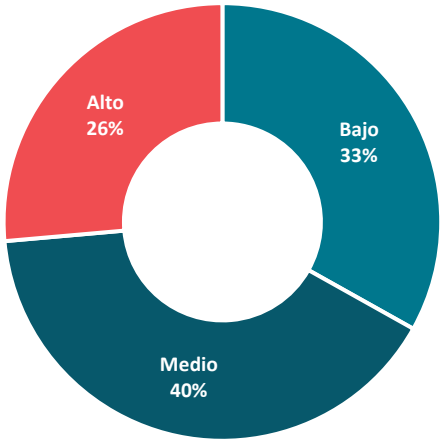
Distribución de la muestra · frecuencias observadas, no ponderadas (n = 2.011)



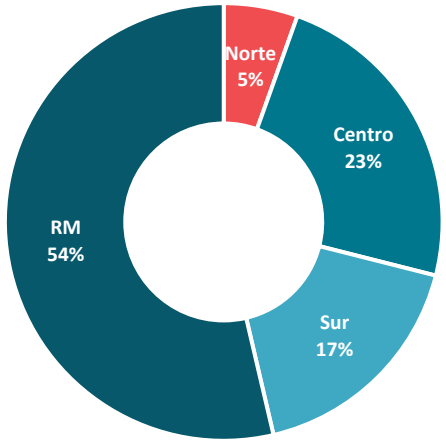
Género



Grupos de edad



Nivel socioeconómico



Macrozona

CONTEXTO · AGENDA NOTICIOSA

La Ola 4 se levantó en medio de la crisis por las rebajas de condena, nuevas alzas de combustibles y un desempleo de 9,8%

20 oct · inicio del campo

21 OCT · JUSTICIA

Se conocen 56 rebajas de condena a condenados por delitos sexuales contra menores

Decretos del Ministerio de Justicia dictados entre marzo y septiembre. El ministro Rabat los defiende citando fallos de la Corte Suprema.

22 OCT · ECONOMÍA

Quinta alza consecutiva de los combustibles

El diésel sube $91,5 por litro y las gasolinas $41,3. Desde fines de julio, el diésel acumula un alza de $401 por litro.

26 OCT · OPINIÓN PÚBLICA

La aprobación de Kast cae por primera vez bajo 30%

Cadem: 29% aprueba y 66% desaprueba; 92% rechaza las rebajas de condena. Criteria (22-23 oct): 27% de aprobación.

26-27 OCT · CLIMA

Sistema frontal provoca aluviones e inundaciones en la RM

Alerta roja en comunas de la precordillera, daños y cortes de rutas en Las Condes y suspensión de clases en varias comunas.

27 OCT · ECONOMÍA

El Banco Central mantiene la tasa en 4,5% y advierte más inflación

Según el Consejo, los riesgos inflacionarios «han aumentado de forma relevante» por el alza del petróleo y de los alimentos.

28 OCT · POLÍTICA

La oposición anuncia una acusación constitucional contra el ministro Rabat

Sería la primera contra un ministro de Kast, quien mantiene su respaldo y reconoce un error del Ejecutivo.

29 OCT · ECONOMÍA

El desempleo sube a 9,8%, su mayor nivel desde 2021

Trimestre julio-septiembre (INE): más de un millón de personas desocupadas; la tasa de las mujeres llega a 10,5%.

30 OCT · POLÍTICA

Renuncia el subsecretario de Justicia, Luis Silva

Parlamentarios de gobierno y oposición habían pedido su salida por las rebajas de condena. Lo reemplaza Josefina Soto.

30 oct · cierre del campo

Octubre profundiza el deterioro: más pesimismo económico y mayor rechazo al gobierno

29%

El rumbo del país cae por tercera ola

Dirección correcta: 58% (ene) → 47% (mar) → 35% (jul) → 29% (oct). Siete de cada diez (70%) ven un rumbo equivocado.

61%

Más pesimismo económico

Quienes esperan una economía peor suben 5 pp y duplican el nivel de enero (29%). Solo 23% espera una mejora.

65%

El ICE queda en el tramo bajo

El Índice de Confianza Empresarial (ICE) promedia 32,4 puntos y 65% queda en el tramo bajo (60% en julio). Ética y Empatía explican 74% de la confianza.

59%

Cede levemente la preocupación por la delincuencia

Cae 10 pp desde el peak de julio (69%). La economía del hogar (61%) pasa a encabezar las preocupaciones.

28%

Confianza en empresas en su mínimo

La confianza alta en grandes empresas baja por tercera ola (33% → 30% → 28%). Honestidad (12%) y transparencia (10%) siguen al fondo.

68%

Sube el rechazo al gobierno

La desaprobación del Presidente Kast sube 5 pp (63% → 68%) y la aprobación baja a 19%. En jóvenes de 18 a 39 años, la desaprobación llega a 77%.

Clima de opinión

1

Rumbo del país, emociones, expectativas, preocupaciones y ajuste del gasto



La evaluación del rumbo del país cae por tercera ola consecutiva

29%

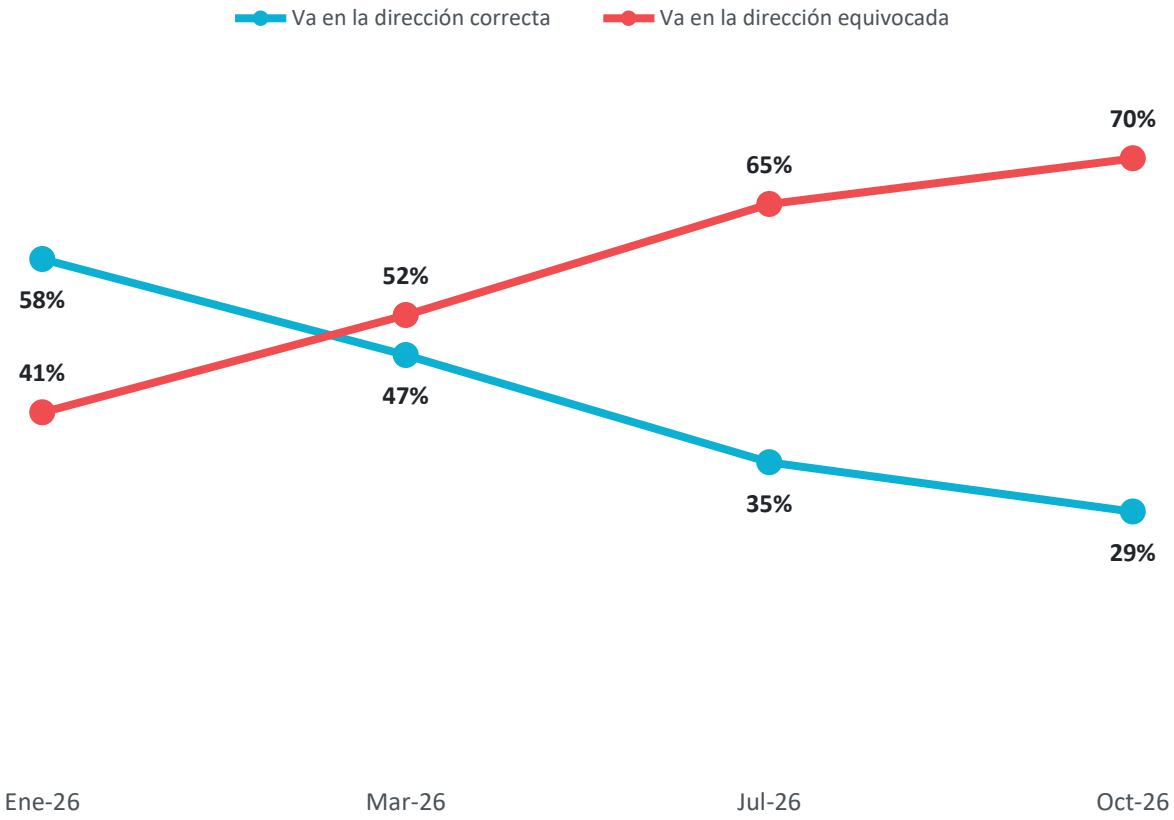
cree que Chile va en la dirección correcta

▼ **–5,7 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- La evaluación positiva cae por tercera ola consecutiva: 58% (ene), 47% (mar), 35% (jul) y 29% (oct).
- La percepción de rumbo equivocado alcanza 70%, su máximo de la serie.
- Solo entre quienes se ubican en la derecha predomina una evaluación positiva (75%).

En general, ¿usted siente que actualmente Chile va en la dirección correcta o va en la dirección equivocada?



La incertidumbre sigue dominando y el pesimismo alcanza su máximo de la serie

16%

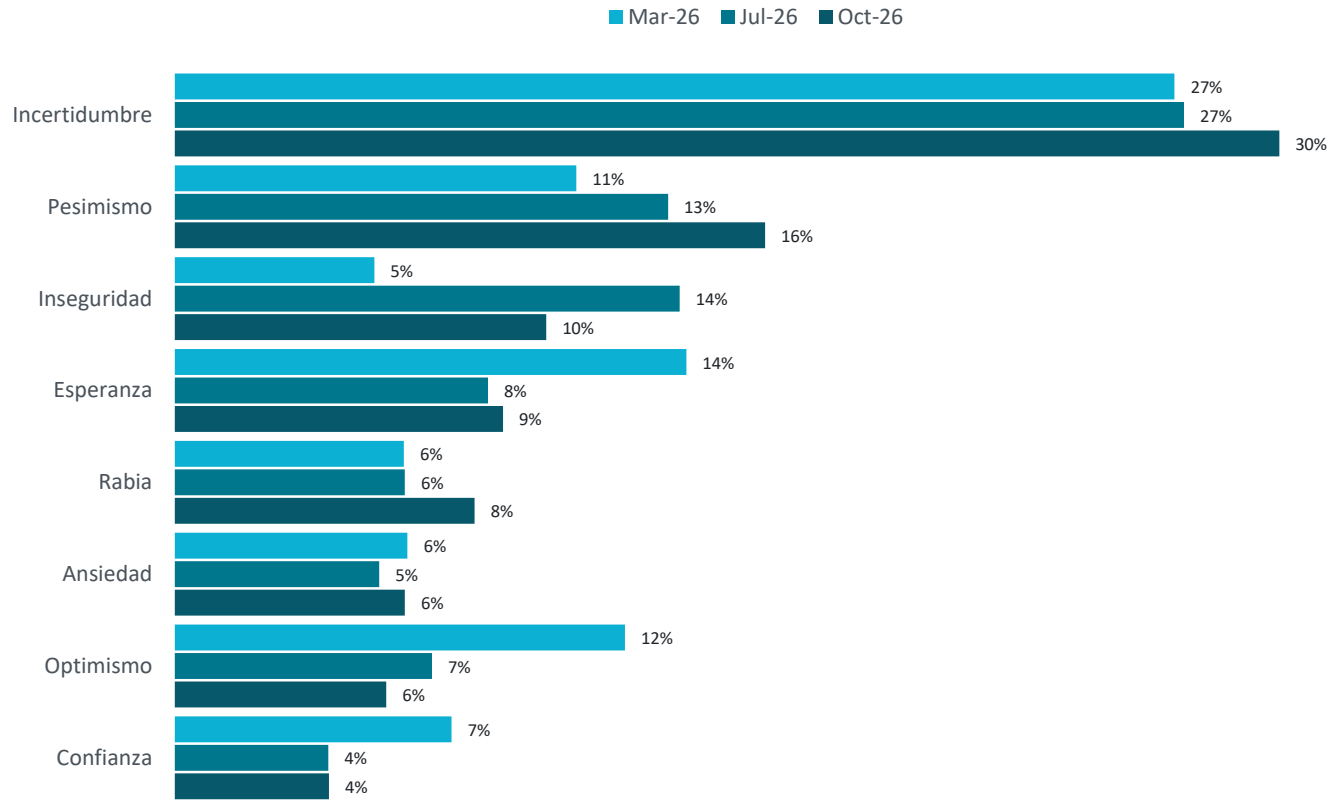
elige el pesimismo como emoción principal; la incertidumbre persiste y aumenta

▲ **+2,6 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- La incertidumbre se mantiene como la emoción dominante (30%) y sube 3 pp respecto de julio.
- El pesimismo sube por tercera ola (11% → 13% → 16%), su máximo de la serie.
- La inseguridad baja desde su peak de julio (14% → 10%); la rabia sube a 8%.
- Esperanza (9%) y optimismo (6%) siguen lejos de enero (18% y 14%).

En general, ¿con cuál de las siguientes emociones se identifica más en este momento? (8 principales menciones)



Seis de cada diez esperan una economía peor: las expectativas siguen deteriorándose

61%

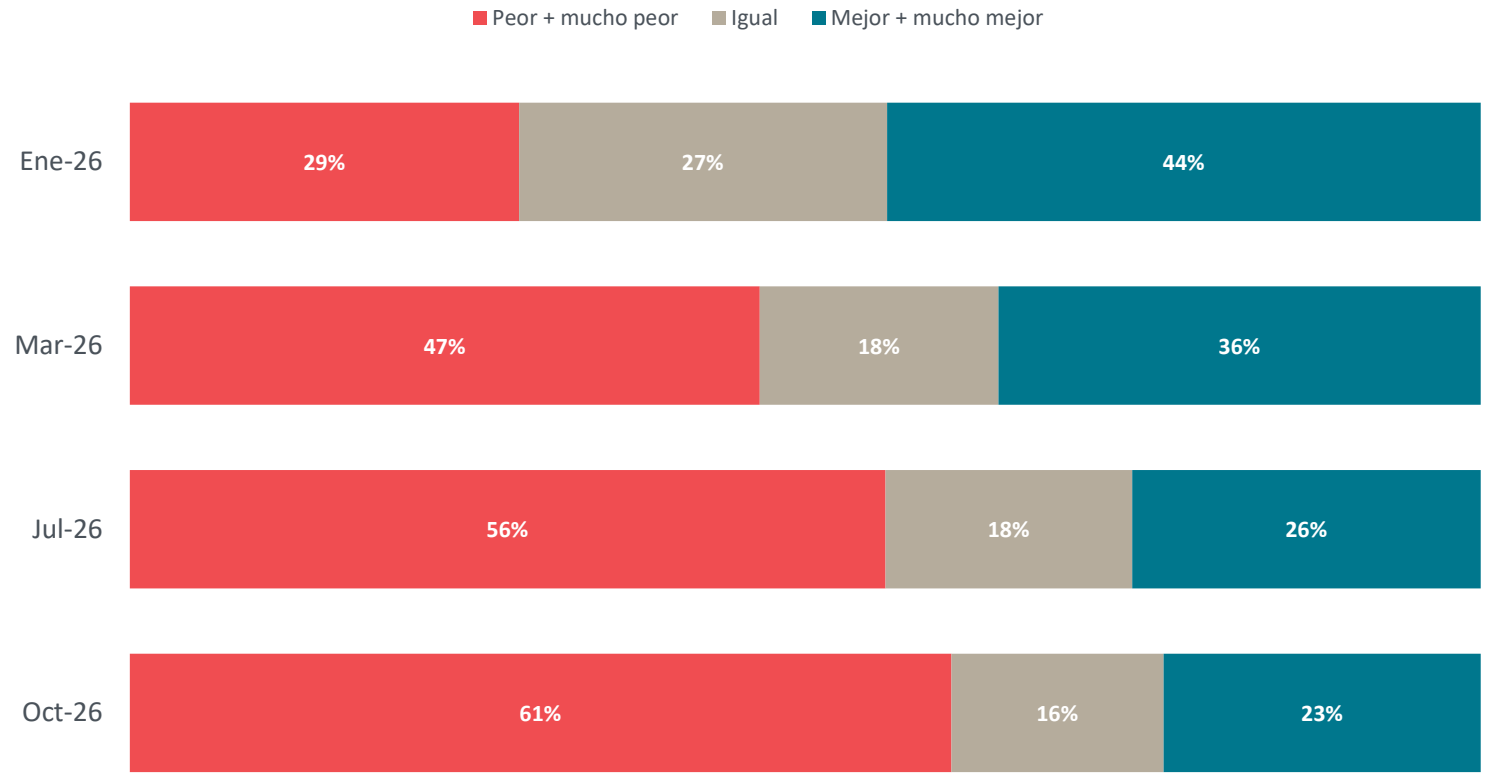
cree que la economía del país estará peor en 12 meses

▲ **+4,8 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- Las expectativas negativas suben por tercera ola y duplican el nivel de enero (29%).
- Solo 23% espera una mejora, frente a 44% en enero.
- El pesimismo económico es mayor en la izquierda (90%) y en jóvenes de 18 a 39 años (71%).

¿Cómo cree usted que estará la situación económica del país en los próximos 12 meses?



La delincuencia deja de liderar las preocupaciones; la economía del hogar pasa al primer lugar

59%

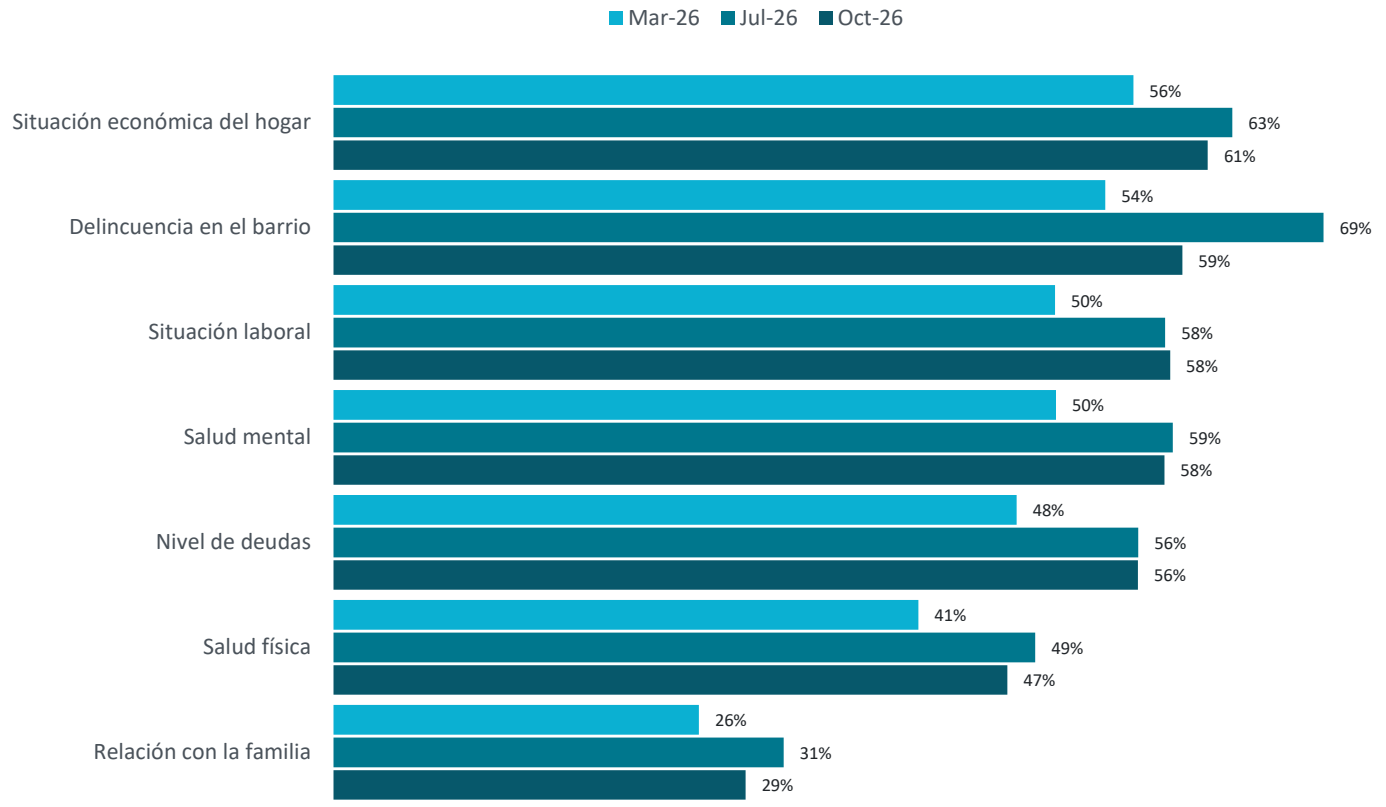
está muy preocupado por la delincuencia en su barrio (4+5)

▼ **–9,9 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- La preocupación por la delincuencia cae 10 pp desde el peak de julio (69% → 59%) y se acerca al nivel de enero-marzo (53%-54%).
- La situación económica del hogar (61%) pasa a encabezar las preocupaciones, seguida por la situación laboral (58%).
- Salud mental (58%) y deudas (56%) se mantienen en el nivel de julio.

En una escala de 1 a 5, ¿cuán preocupado(a) se siente usted por cada uno de los siguientes aspectos? (% 4 + 5)



El ajuste defensivo del gasto se mantiene en su nivel más alto

83%

compró marcas más baratas en el último año

▲ **+0,5 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- El ajuste del gasto se consolida: más de 8 de cada 10 compran marcas más baratas, recortan recreación y ahorran energía.
- Reducir gastos de vacaciones (80%) y vender bienes o activos (27%) alcanzan sus máximos de la serie.
- Todas las variaciones respecto de julio son menores a 3 pp.

¿Cuáles de las siguientes acciones ha realizado usted en el último año? (% sí lo ha realizado)

Acción	Ene-26	Mar-26	Jul-26	Oct-26	Δ Oct vs Jul
Comprar marcas más baratas	77,7%	75,0%	82,9%	83,4%	+0,5 pp
Reducir gastos recreativos	77,0%	78,3%	84,1%	83,1%	−1,0 pp
Ahorrar energía en el hogar	79,2%	81,0%	83,1%	82,2%	−0,9 pp
Reducir gastos de vacaciones	70,8%	71,3%	78,2%	80,4%	+2,2 pp
Cancelar suscripciones	65,2%	61,3%	68,4%	68,5%	+0,1 pp
Evitar usar tarjetas de crédito	56,4%	62,3%	62,1%	61,8%	−0,3 pp
Ahorrar para imprevistos	54,4%	57,4%	56,4%	56,4%	±0,0 pp
Vender bienes o activos	21,7%	20,1%	24,9%	26,6%	+1,7 pp

La confianza en las empresas sigue cediendo; instituciones y personas se mantienen

28%

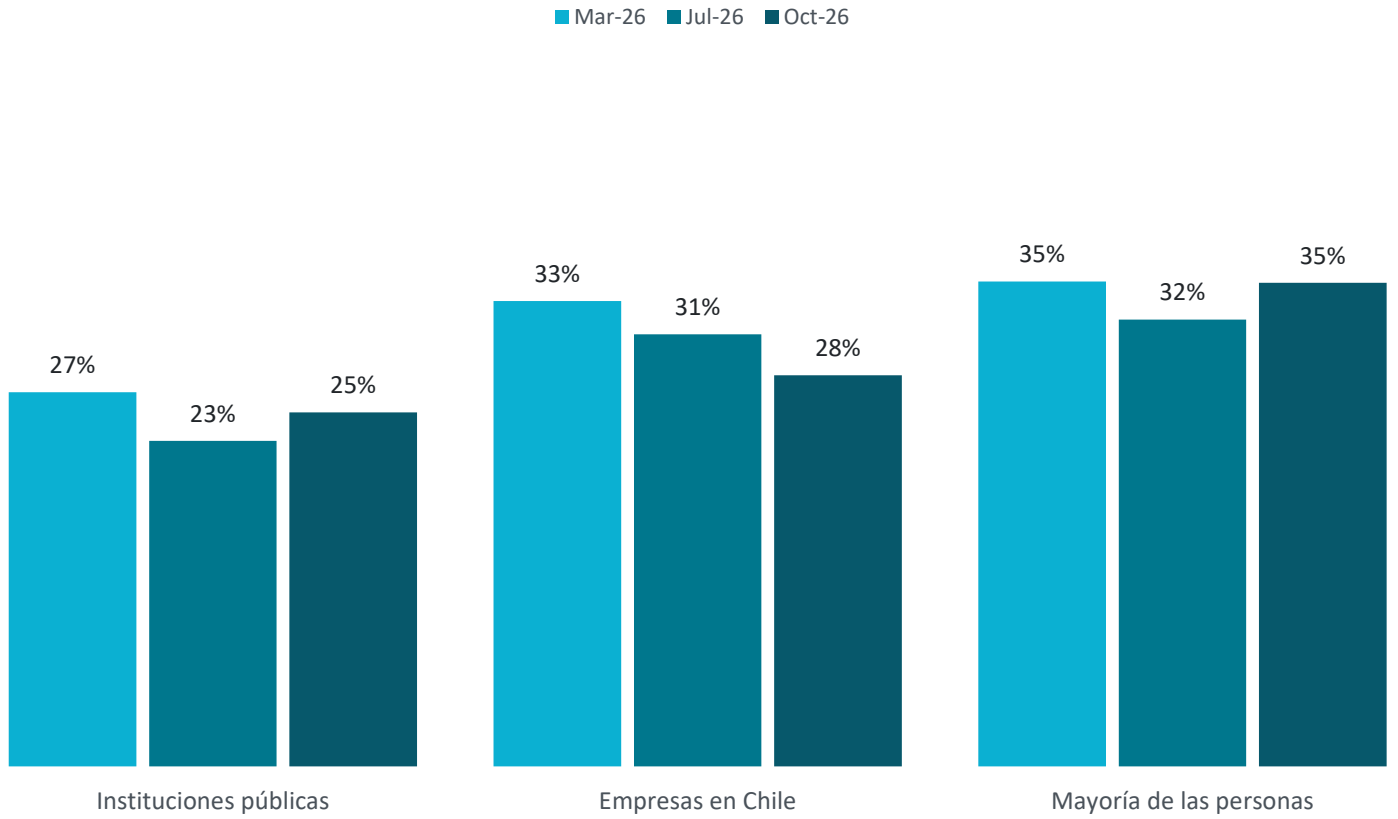
tiene confianza alta (6-10) en las empresas en Chile

▼ **–2,9 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- La confianza alta en las empresas baja por tercera ola (33% → 31% → 28%) y la baja llega a 54%.
- Instituciones públicas (25%) y personas (35%) suben 2 a 3 pp, dentro del rango de estabilidad.
- Las instituciones siguen siendo el ámbito peor evaluado (59% de confianza baja).

En una escala de 0 a 10, ¿cuánta confianza tiene usted hoy en cada uno de los siguientes ámbitos? (% confianza alta, 6 a 10)



Confianza interpersonal

2

Confianza en las personas y confianza generalizada



La desconfianza hacia las personas sigue creciendo y supera a la confianza

40%

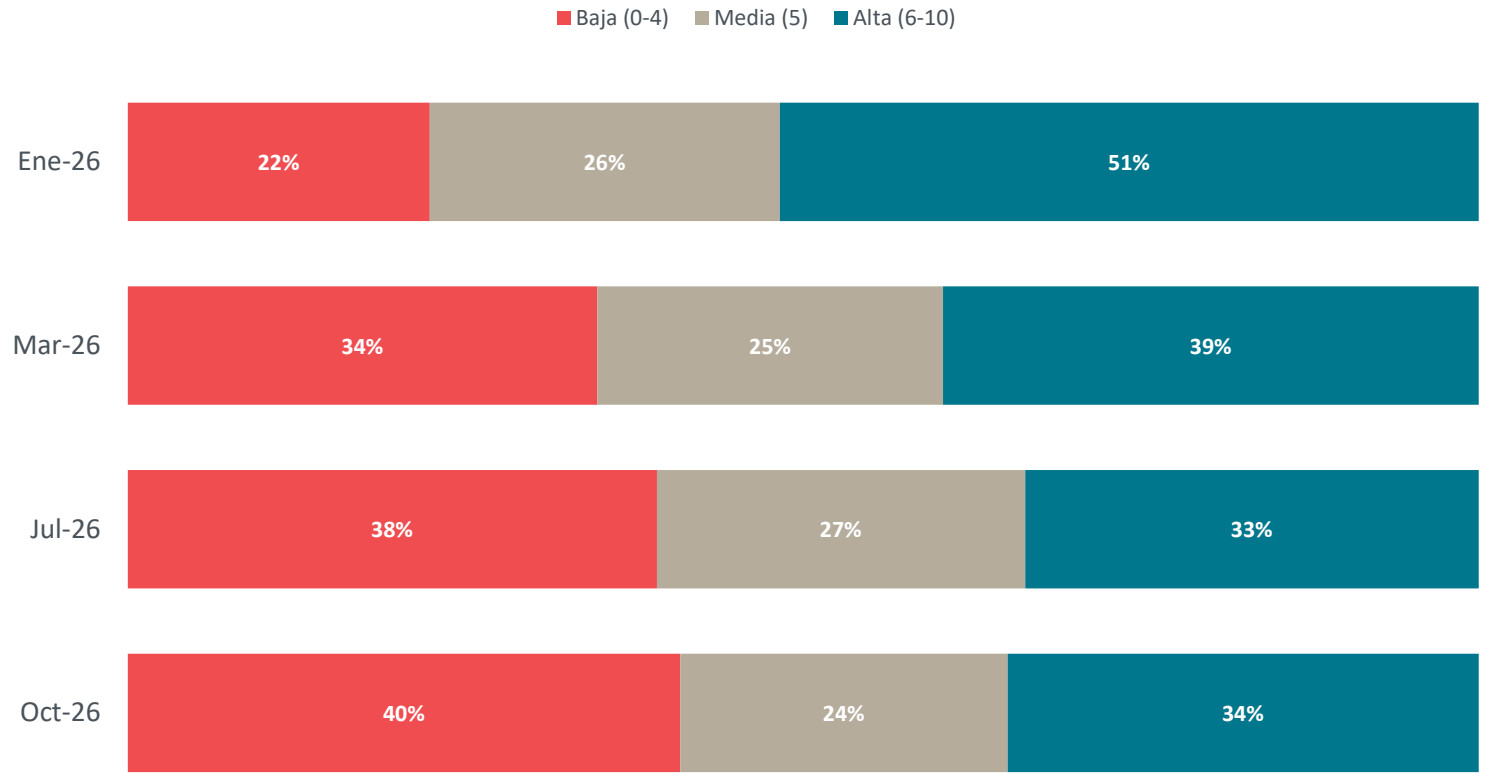
tiene baja confianza (0-4) en las personas

▲ **+1,5 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- La confianza baja sube por tercera ola: 22% (ene), 35% (mar), 38% (jul) y 40% (oct).
- La confianza alta se estabiliza en torno a un tercio (34%), tras caer desde 51% en enero.
- El tramo medio (5) baja 3 pp (24%): las opiniones se polarizan.

En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada de confianza" y 10 "mucha confianza", en general, ¿cuánta confianza tiene usted en las personas?



Ocho de cada diez creen que hay que ser muy cuidadoso al tratar con la gente

17%

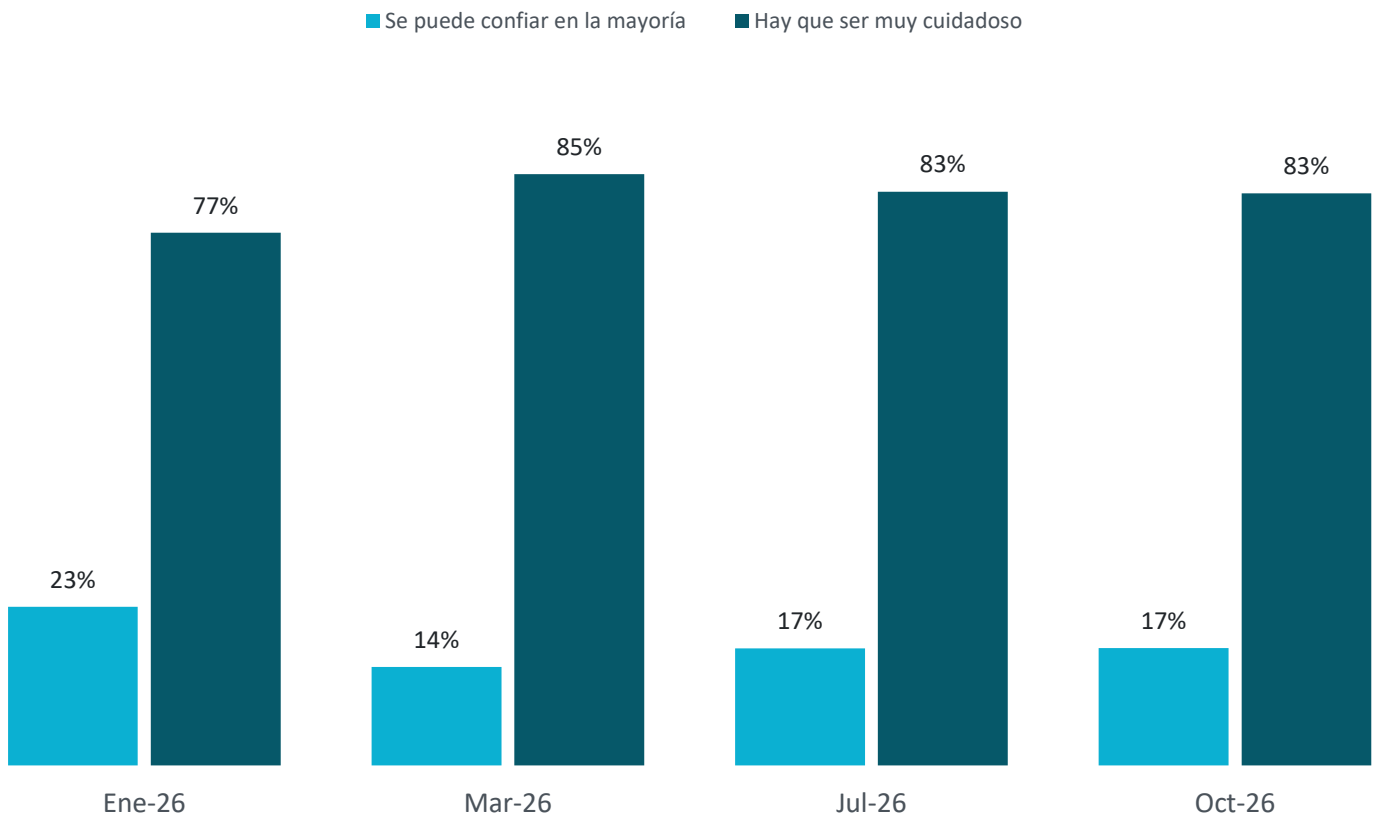
cree que se puede confiar en la mayoría de la gente

▲ **+0,1 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- La confianza generalizada se mantiene baja y sin cambios respecto de julio.
- Tras el mínimo de marzo (14%) se estabiliza en torno a 17%, aún bajo enero (23%).
- Es un bien de clase: 26% en el NSE alto y 13% en el NSE bajo.

Hablando en general, ¿diría usted que se puede confiar en la mayoría de la gente o que hay que ser muy cuidadoso al tratar con la gente?



Confianza institucional

3

Confianza en el Estado y evaluación 3E de las instituciones públicas



Seis de cada diez tienen baja confianza en las instituciones públicas

61%

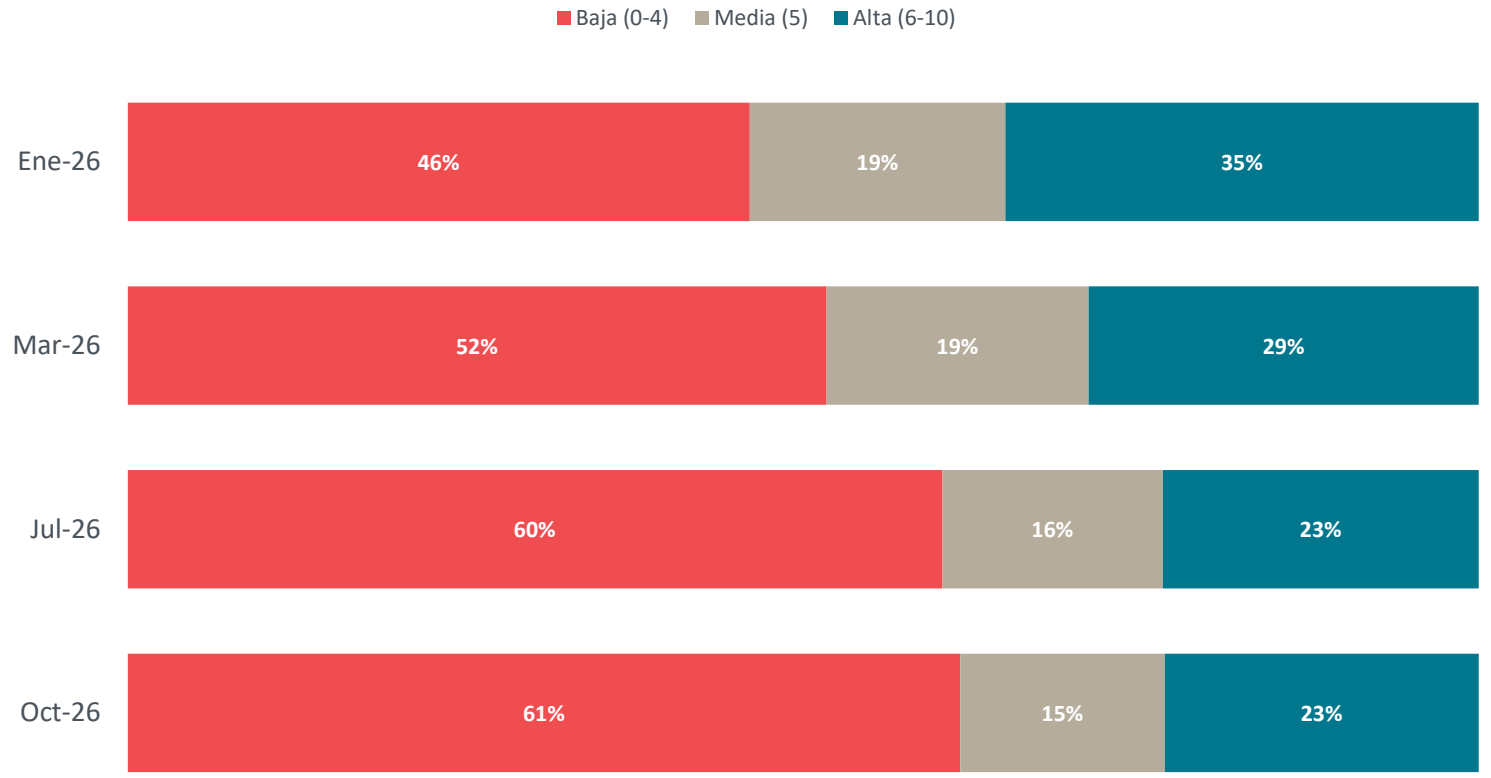
tiene baja confianza (0-4) en las instituciones públicas

▲ **+1,3 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- La baja confianza en el Estado sube por tercera ola: 46% → 52% → 60% → 61%.
- La confianza alta se mantiene en 23%, lejos del 35% de enero.
- Solo en la derecha la confianza alta se acerca a 40% (38%); en el centro político es 15%.

En una escala de 0 a 10, ¿cuánta confianza tiene usted en las instituciones públicas, es decir, en los organismos del Estado?



Transparencia, igualdad y cumplimiento: los déficits éticos del Estado se profundizan

8%

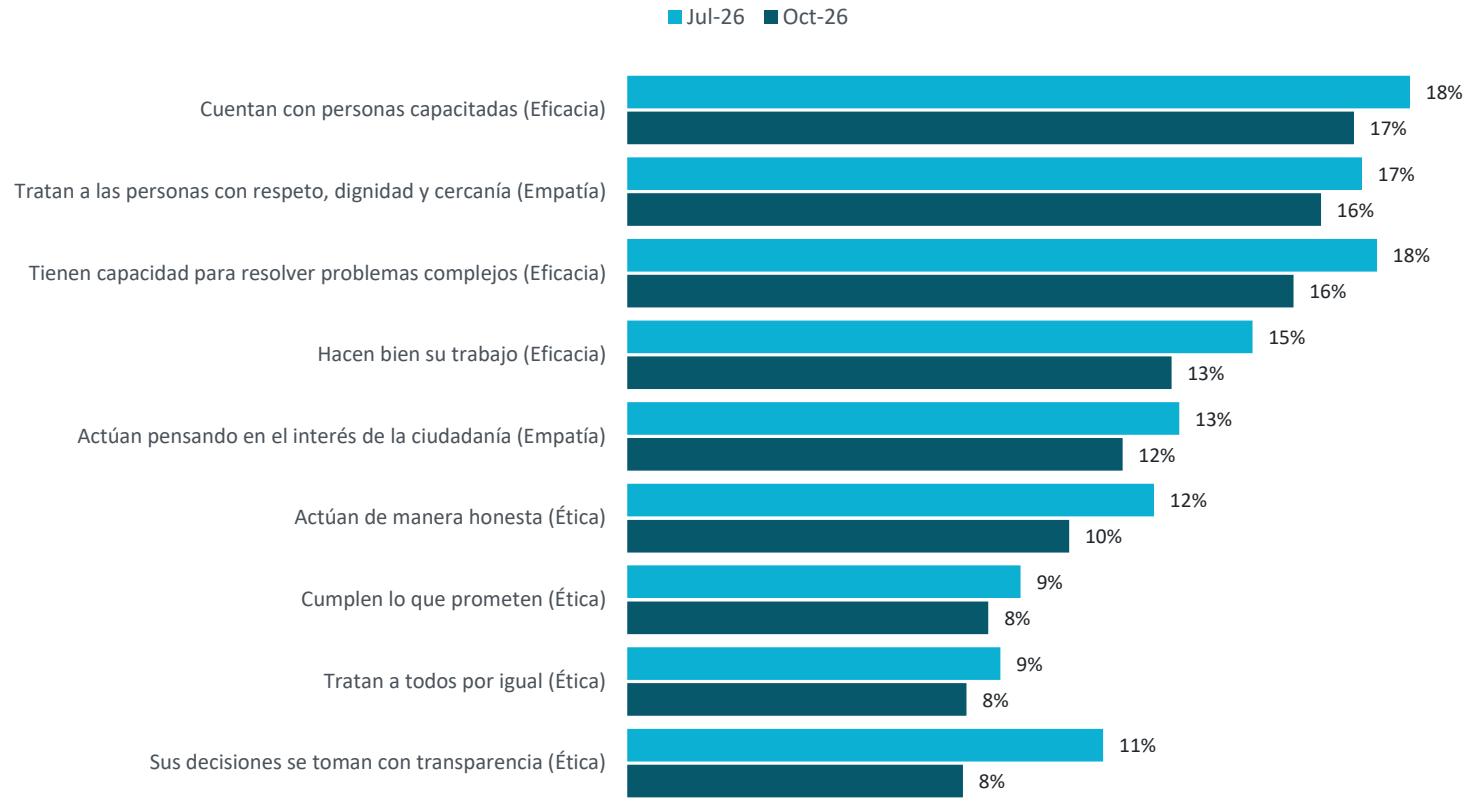
cree que las decisiones de las instituciones públicas se toman con transparencia

▼ **–3,3 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- Ningún atributo llega a 20% de acuerdo; el mejor evaluado es contar con personas capacitadas (17%).
- La transparencia es el atributo que más baja (11% → 8%) y se suma a igualdad de trato (8%) y cumplimiento de promesas (8%) como puntos más débiles.
- Los nueve atributos bajan respecto de julio, aunque el resto lo hace en menos de 3 pp.

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes afirmaciones sobre las instituciones públicas? (% de acuerdo + totalmente de acuerdo)



Confianza empresarial

4

Confianza en las grandes empresas, modelo 3E y expectativas de reparación



La confianza en las grandes empresas marca su mínimo de la serie

28%

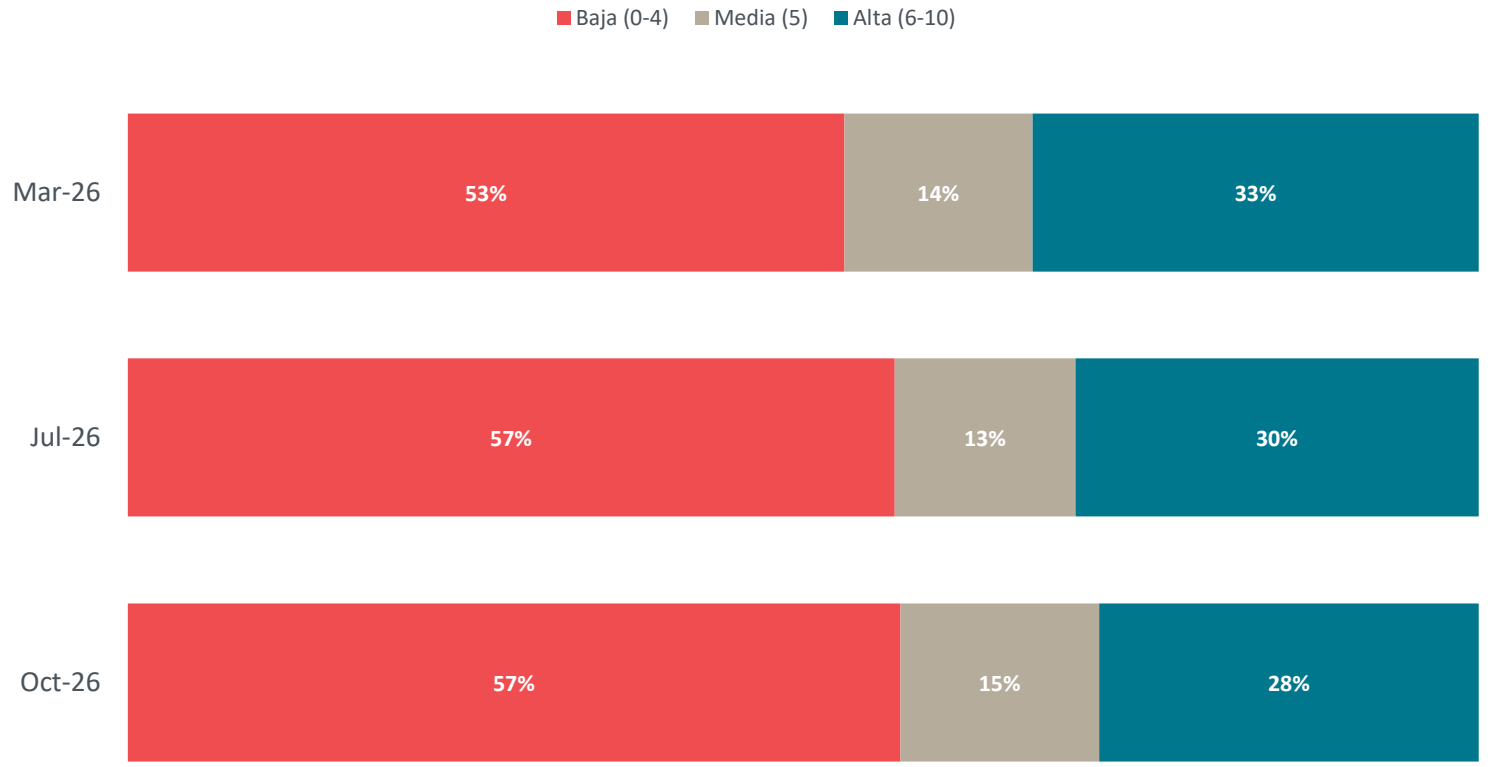
tiene confianza alta (6-10) en las grandes empresas privadas

▼ **–1,8 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- La confianza alta baja por tercera ola (33% → 30% → 28%), su mínimo de la serie.
- La baja confianza se mantiene en 57% (53% en marzo).
- La brecha política es máxima: 60% de confianza alta en la derecha y 9% en la izquierda.

En una escala de 0 a 10, en general, ¿cuánta confianza tiene usted en las grandes empresas privadas?



La brecha 3E persiste: las empresas son vistas como eficaces, pero no como éticas

14%

promedio de acuerdo en los atributos de Ética

▼ **–0,6 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- Eficacia (33%) casi duplica a Empatía (18%) y Ética (14%).
- La eficacia se erosiona: bajan la capacidad de resolver problemas (40% → 36%) y la gestión eficiente de recursos (33% → 30%).
- Honestidad (12%) y transparencia (10%) concentran el déficit ético.

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes afirmaciones sobre las grandes empresas privadas? (% de acuerdo + totalmente de acuerdo)

Dim.	Atributo	Mar-26	Jul-26	Oct-26	Δ Oct vs Jul
Eficacia	Hacen bien su trabajo	32,9%	32,3%	31,1%	−1,2 pp
	Ofrecen productos y servicios de buena calidad	34,5%	34,7%	36,4%	+1,7 pp
	Son capaces de resolver los problemas que enfrentan	40,4%	39,9%	36,1%	−3,8 pp
	Gestionan eficientemente los recursos que utilizan	34,6%	33,2%	30,1%	−3,1 pp
Ética	Actúan de manera honesta en sus negocios	11,8%	12,0%	11,8%	−0,2 pp
	Cumplen las leyes y regulaciones vigentes	24,0%	23,5%	22,0%	−1,5 pp
	Toman decisiones de manera transparente	10,5%	10,4%	9,5%	−0,9 pp
	Evitan prácticas abusivas hacia clientes o proveedores	14,2%	12,7%	12,8%	+0,1 pp
Empatía	Se preocupan por el bienestar de sus trabajadores	20,2%	17,3%	19,2%	+1,9 pp
	Consideran el impacto de sus decisiones en la sociedad	16,2%	15,8%	15,5%	−0,3 pp
	Buscan contribuir positivamente al desarrollo del país	28,2%	26,1%	23,9%	−2,2 pp
	Se preocupan por el impacto ambiental de sus actividades	14,3%	13,5%	12,4%	−1,1 pp

Las empresas reaccionan a los reclamos, pero no se percibe que entiendan a las familias

12%

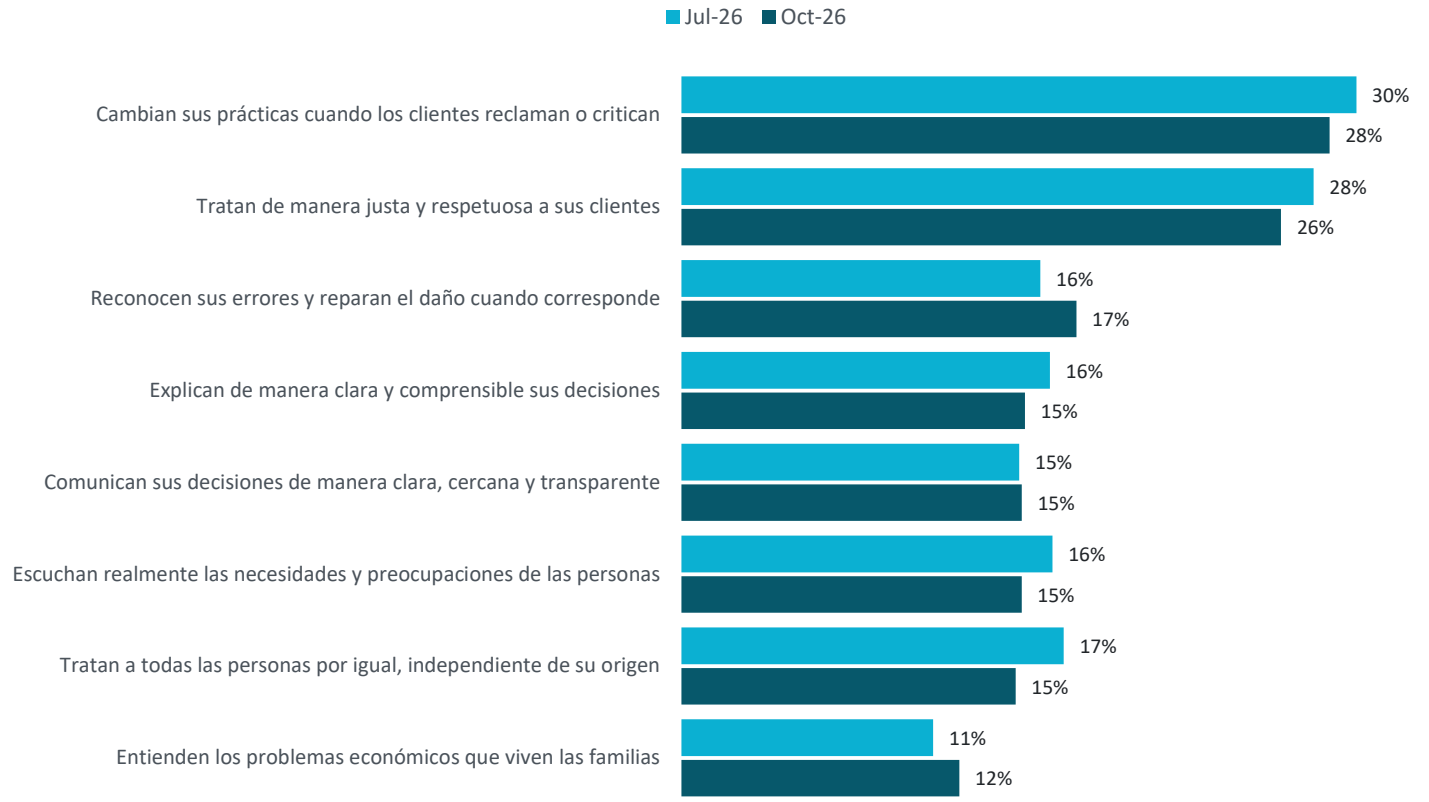
cree que las grandes empresas entienden los problemas económicos de las familias

▲ **+1,1 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- Ningún atributo de empatía supera 30% de acuerdo.
- Lo mejor evaluado: cambiar prácticas ante reclamos (28%) y trato justo a clientes (26%).
- Los cambios respecto de julio son menores a 2 pp.

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes afirmaciones sobre las grandes empresas privadas? (% de acuerdo + totalmente de acuerdo)



Persiste la expectativa de impunidad: pocos creen que las empresas respondan ante faltas

17%

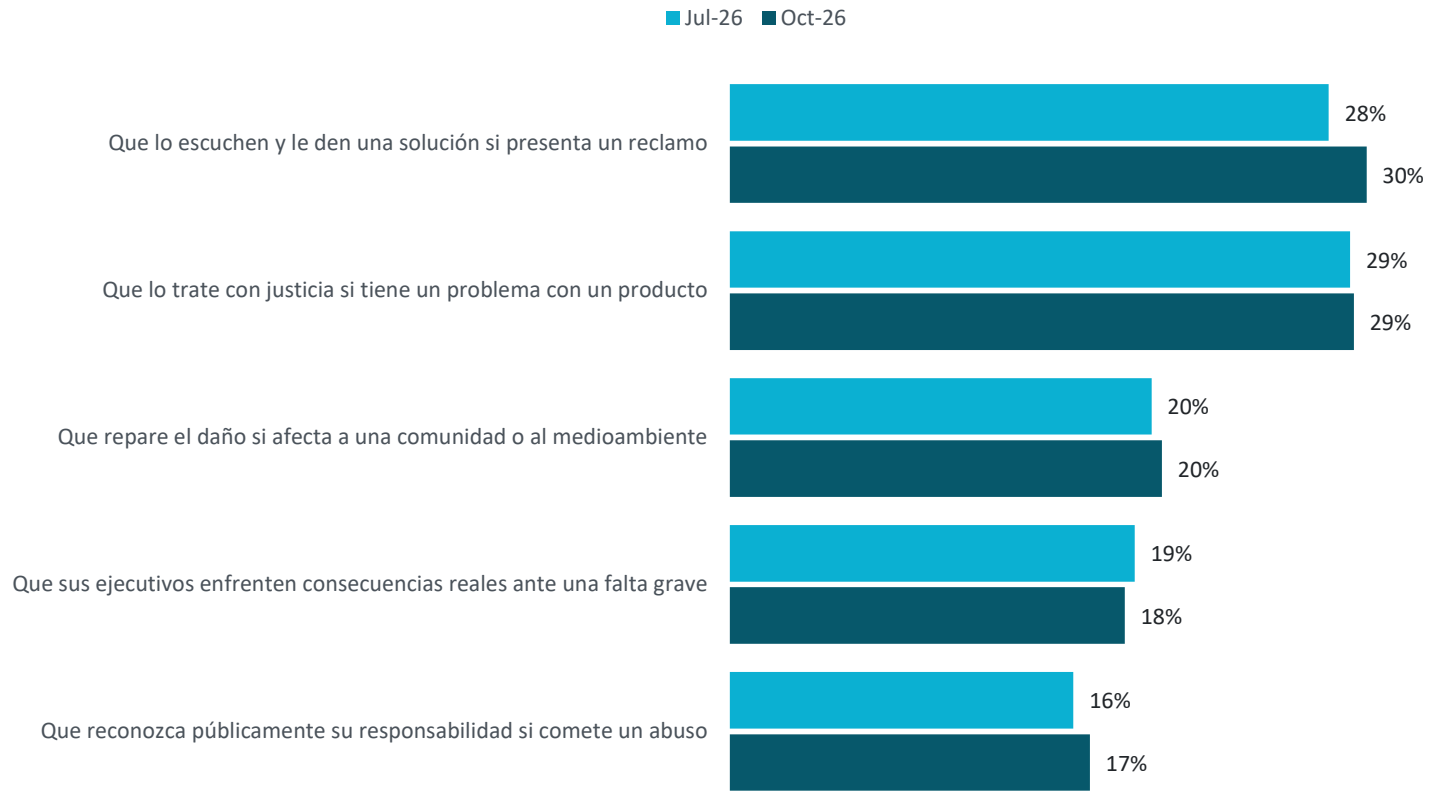
cree probable que una gran empresa reconozca públicamente un abuso

▲ **+0,8 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- Solo 2 a 3 de cada 10 creen probable (6-10) que una gran empresa responda ante una falta.
- Entre 53% y 73% lo considera poco probable (0-4); lo menos creíble es que los ejecutivos enfrenten consecuencias reales (73% poco probable).
- Sin cambios relevantes respecto de julio (±1 pp).

Pensando en cómo actúan generalmente las grandes empresas privadas en Chile, ¿qué tan probable es que ocurra…? (% probable, 6 a 10)



Precios pensados para la mayoría y entender a la gente común definen la empatía empresarial

22%

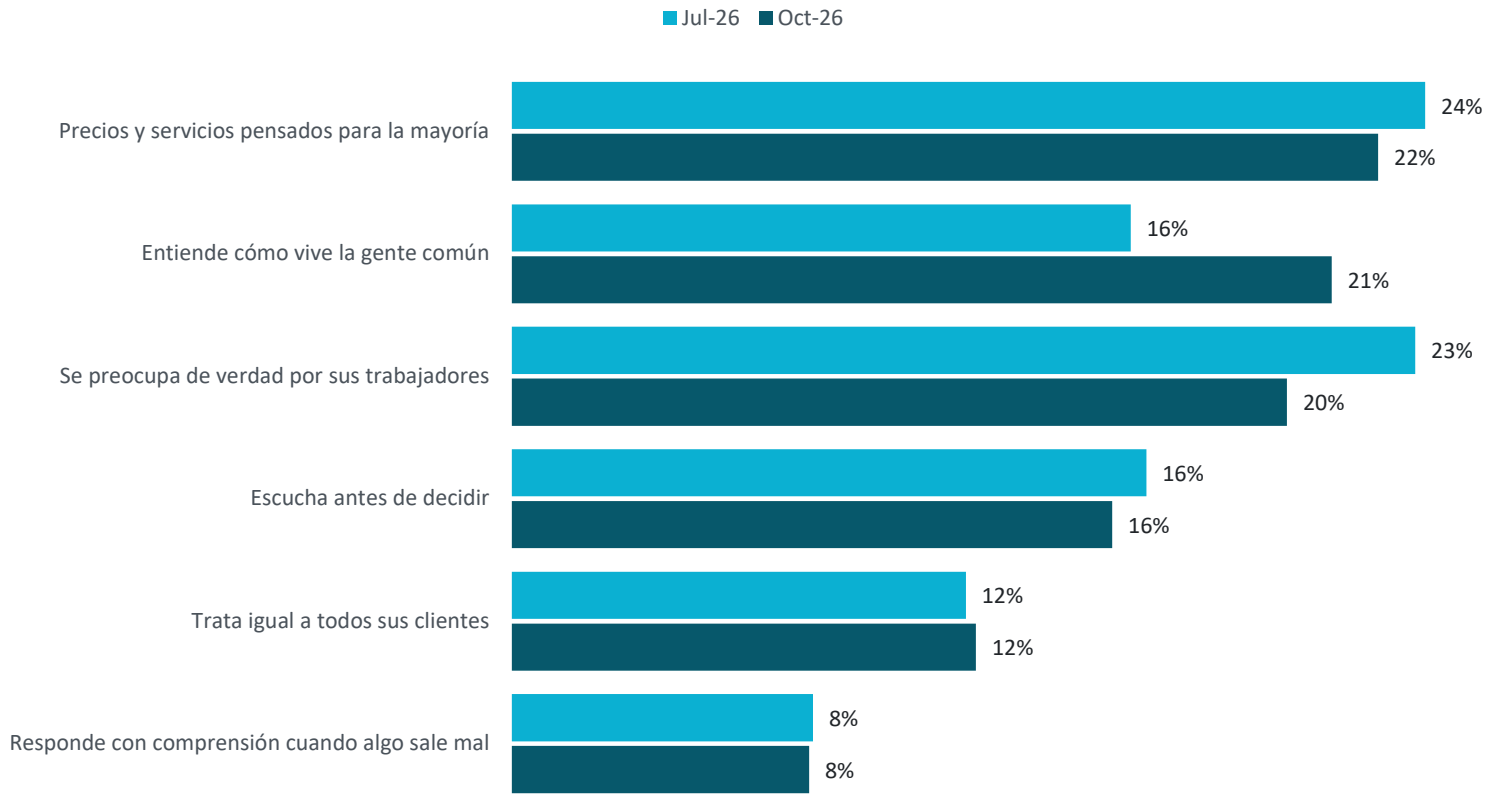
define la empatía empresarial como precios y servicios pensados para la mayoría

▼ **–1,2 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- El precio justo se mantiene como primera definición (22%), seguido muy de cerca por entender cómo vive la gente común (21%).
- 'Entender cómo vive la gente común' sube 5 pp (16% → 21%), el cambio más relevante de la batería.
- 'Preocuparse de verdad por sus trabajadores' baja de 23% a 20%.

A su juicio, ¿cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor la "Empatía" de una empresa?



Índices de confianza 3E

5

Índices de Eficacia, Ética y Empatía, Índice de Confianza en las Empresas (ICE) y sus determinantes



Tres índices factoriales ponderados por su peso en la confianza: así se construye el ICE

18 ítems

afirmaciones sobre grandes empresas e instituciones públicas forman los tres índices

Cómo se construye

- Cada dimensión resume 6 ítems Likert (4 sobre empresas y 2 sobre el Estado) en un análisis factorial de un componente, reescalado a 0-100.
- El ICE pondera cada dimensión según su peso en la confianza en las grandes empresas (modelo SEM): Empatía 0,91, Eficacia 0,06 y Ética 0,03.

Composición, consistencia y nivel de los índices del modelo 3E (Ola 4, octubre 2026)

Dimensión	Ítems sobre grandes empresas	Ítems sobre instituciones públicas	Varianza explicada	α de Cronbach	Media (0-100)
Eficacia (peso 0,056)	Hacen bien su trabajo · Productos y servicios de calidad · Resuelven sus problemas · Gestión eficiente (P12.1-4)	Hacen bien su trabajo · Personas capacitadas (P10.1-2)	58%	0,85	44,1
Ética (peso 0,034)	Honestidad · Cumplen las leyes · Transparencia · Evitan abusos (P12.5-8)	Cumplen lo que prometen · Actúan con honestidad (P10.4-5)	61%	0,87	32,0
Empatía (peso 0,910)	Bienestar de trabajadores · Impacto en la sociedad · Aporte al país · Impacto ambiental (P12.9-12)	Interés de la ciudadanía · Tratan a todos por igual (P10.7-8)	60%	0,84	31,7
ICE	Suma ponderada de las tres dimensiones con los pesos SEM de la Ola 4	—	—	—	32,4

Dos de cada tres se ubican en el tramo bajo del ICE: la Eficacia es la única dimensión que resiste

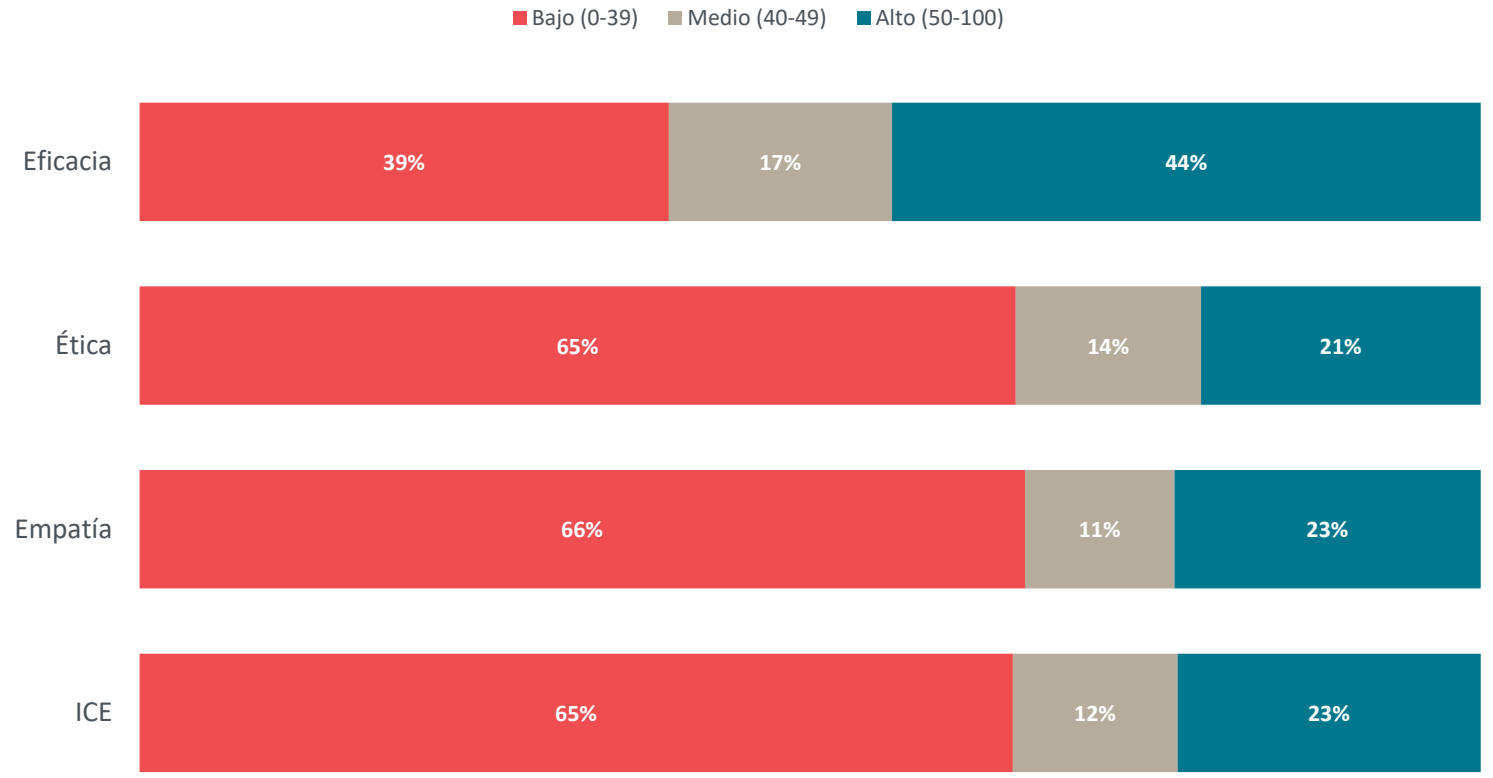
65%

se ubica en el tramo bajo (0-39) del Índice de Confianza en las Empresas (ICE)

Principales hallazgos

- El ICE promedia 32,4 puntos: 65% está en el tramo bajo, 12% en el medio y 23% en el alto.
- En la serie oficial, el tramo alto pasa de 38% (Mar-26) a 25% (Jul-26) y 23% (Oct-26); el bajo sube de 49% a 60% y 65%.
- Eficacia es la mejor evaluada (44,1 puntos; 44% en tramo alto); Ética (32,0) y Empatía (31,7) quedan 12 puntos más abajo.

Distribución de los índices 3E y del ICE por tramo (puntaje 0-100)



Empatía y Ética explican tres cuartos de la confianza en empresas, y son las peor evaluadas

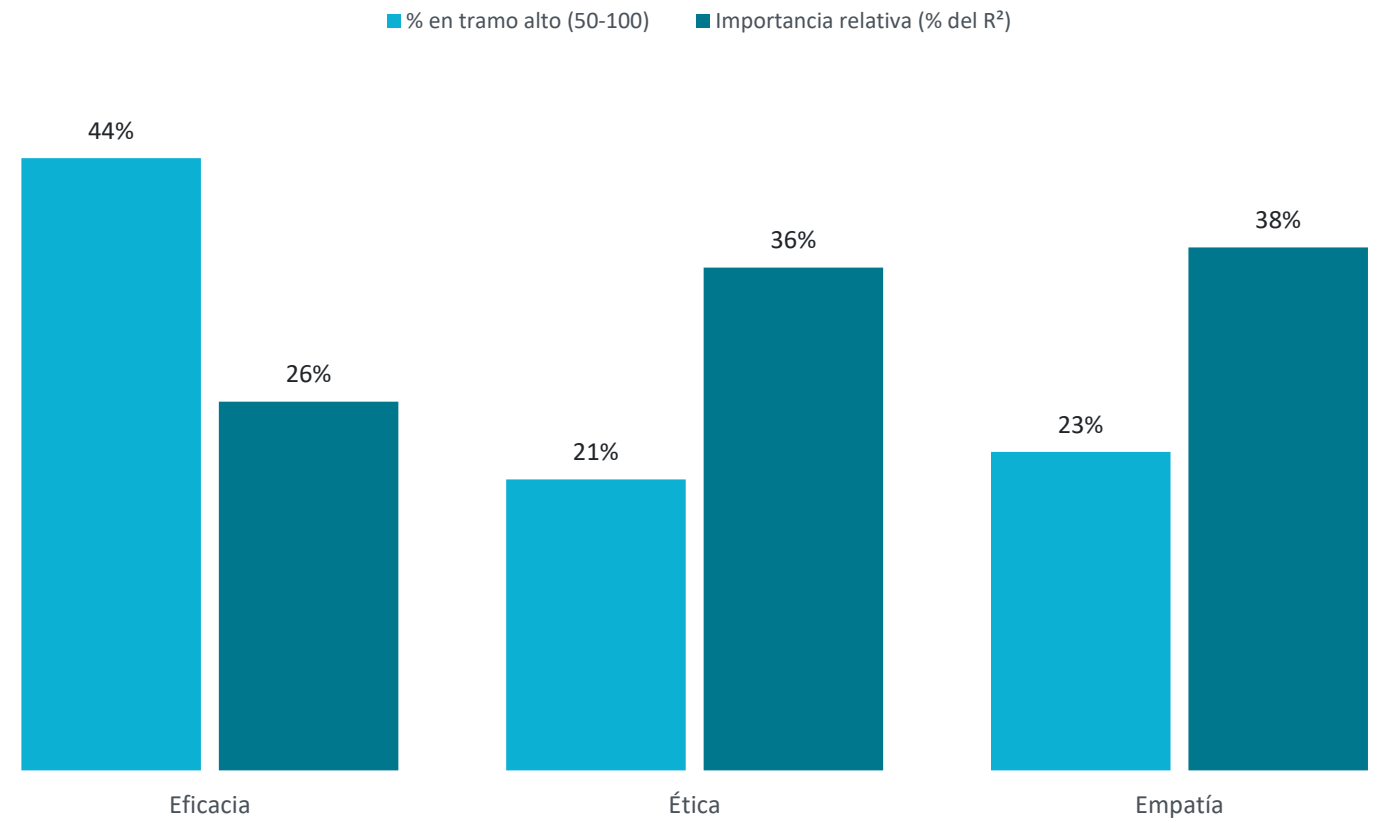
38%

del poder explicativo sobre la confianza en las grandes empresas corresponde a la Empatía

Principales hallazgos

- Las tres dimensiones explican 62% de la variación en la confianza en las grandes empresas (escala 0-10).
- Empatía (38%) y Ética (36%) concentran 74% de ese poder explicativo; Eficacia, 26%.
- Los pesos SEM del ICE asignan 91% a Empatía porque Ética y Empatía son casi indistinguibles, al menos en esta medición de octubre.

Nivel de cada dimensión (% en tramo alto) e importancia relativa sobre la confianza en las grandes empresas privadas (% del R^2)



Contribuir al país, honestidad y trato a los trabajadores: los atributos que más mueven la confianza

24%

cree que las grandes empresas buscan contribuir al desarrollo del país, el atributo más asociado a la confianza

Principales hallazgos

- Los atributos de Ética y Empatía se asocian más con la confianza (r entre 0,68 y 0,77) que los de Eficacia (0,61 a 0,67).
- Honestidad (12%) y transparencia (10%) combinan alta importancia con el menor acuerdo: son la prioridad crítica.
- Los atributos de Eficacia son fortalezas relativas, pero de menor impacto.

Atributos 3E de las grandes empresas privadas: desempeño (% de acuerdo) y asociación con la confianza en ellas (correlación con P11)

Dim.	Atributo	% acuerdo Oct-26	Correlación con confianza (r)	Ranking de importancia	Lectura
Empatía	Buscan contribuir positivamente al desarrollo del país	23,9%	0,77	1	Fortaleza a cuidar
Ética	Actúan de manera honesta en sus negocios	11,8%	0,76	2	Prioridad crítica
Empatía	Se preocupan por el bienestar de sus trabajadores	19,2%	0,74	3	Prioridad crítica
Ética	Toman decisiones de manera transparente	9,5%	0,73	4	Prioridad crítica
Ética	Cumplen las leyes y regulaciones vigentes	22,0%	0,72	5	Fortaleza a cuidar
Empatía	Se preocupan por el impacto ambiental de sus actividades	12,4%	0,71	6	Prioridad crítica
Empatía	Consideran el impacto de sus decisiones en la sociedad	15,5%	0,69	7	Segundo orden
Ética	Evitan prácticas abusivas hacia clientes o proveedores	12,8%	0,68	8	Segundo orden
Eficacia	Hacen bien su trabajo	31,1%	0,67	9	Mantener
Eficacia	Ofrecen productos y servicios de buena calidad	36,4%	0,65	10	Mantener
Eficacia	Son capaces de resolver los problemas que enfrentan	36,1%	0,63	11	Mantener
Eficacia	Gestionan eficientemente los recursos que utilizan	30,1%	0,61	12	Mantener

La confianza en las empresas se divide políticamente: el índice de Confianza Empresarial de la derecha casi triplica al de la izquierda

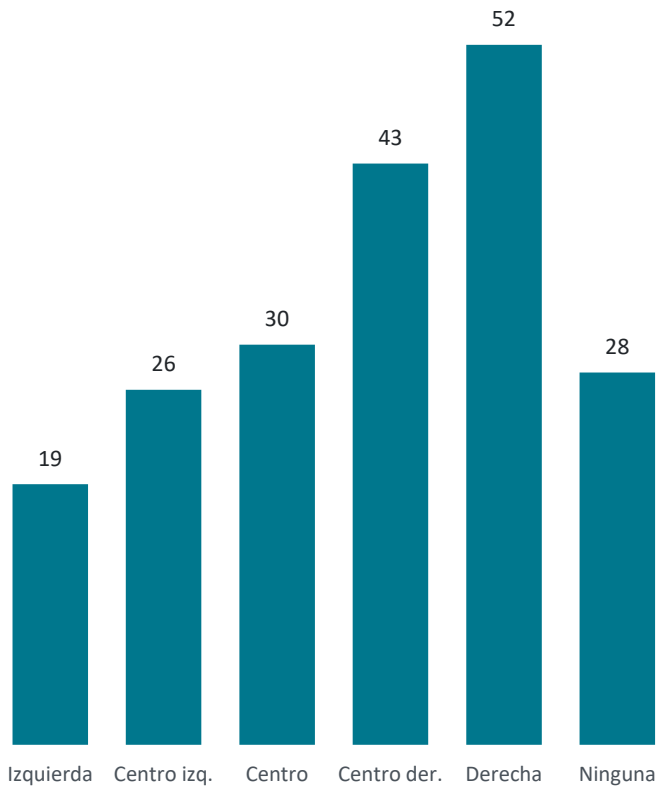
52 puntos

promedia el ICE en la derecha, frente a 19,4 en la izquierda (escala 0-100)

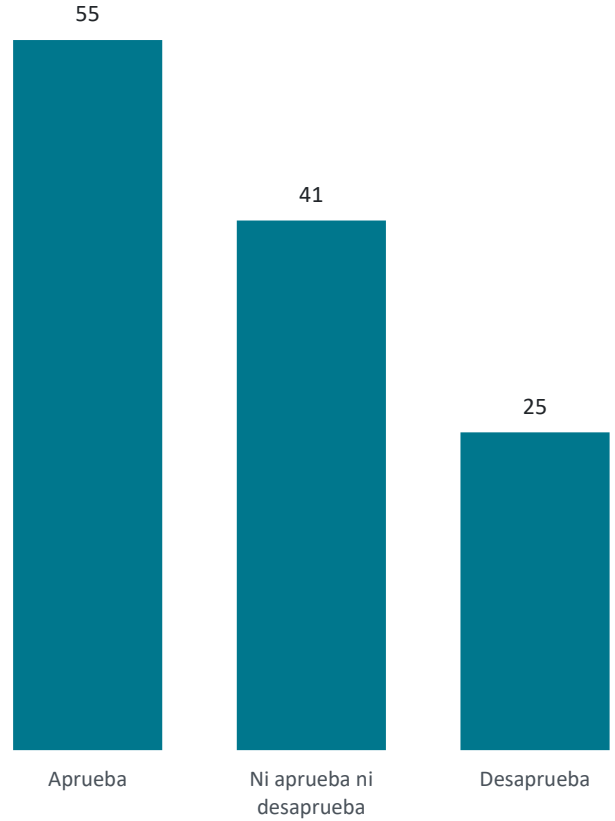
Principales hallazgos

- El ICE sube en forma escalonada de izquierda (19,4) a derecha (52,2); el centro (29,9) y quienes no se identifican (27,8) quedan bajo el promedio (32,4).
- En la derecha, 61% está en el tramo alto; en la izquierda, 2%.
- Quienes aprueban al gobierno promedian 54,9 puntos y quienes lo desaprueban, 24,5.

ICE según identificación política (0-100)



ICE según aprobación del Presidente (0-100)



Narrativas económicas

6

Nueve clivajes sobre crecimiento, mérito, Estado, mercado y trabajo



Se debilita la demanda de protección laboral y crece el temor a la IA

61%

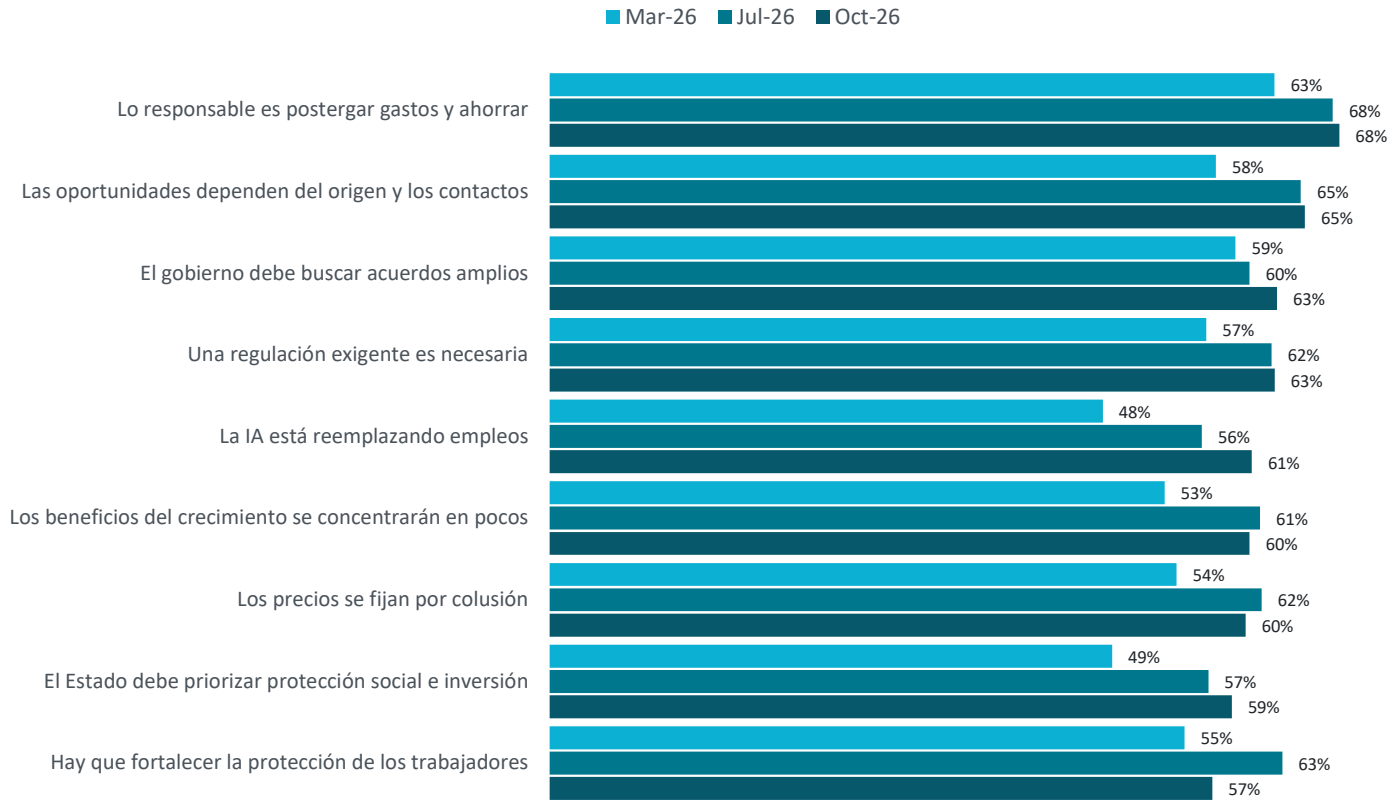
cree que la IA está reemplazando empleos y aumentando la inseguridad laboral

▲ **+4,3 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- La visión de la IA como amenaza al empleo crece por tercera ola (48% → 56% → 61%).
- 'Fortalecer la protección de los trabajadores' cae 6 pp (63% → 57%), el único cambio relevante del período.
- Las demás narrativas se mantienen altas: entre 57% y 68% elige la opción de corte protector o escéptico.

Para cada par de frases, marque la frase con la que usted más se identifica (% que elige la opción indicada)



Fuentes de información

7

Confianza en fuentes para decidir compras y consumo de noticias



Reseñas y expertos lideran; las recomendaciones de cercanos pierden terreno

31%

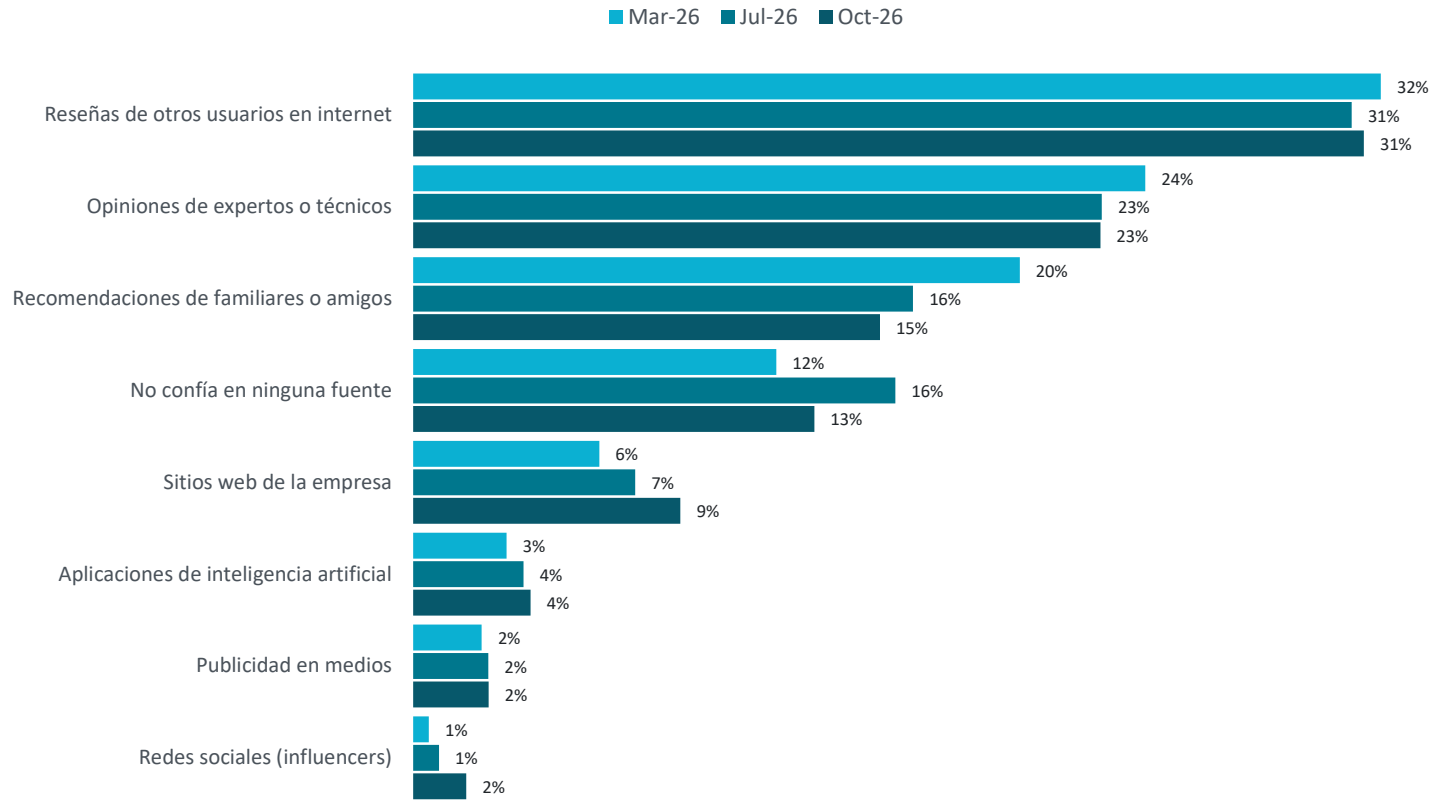
confía más en las reseñas de otros usuarios en internet

▲ **+0,4 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- Reseñas de usuarios (31%) y opiniones de expertos (23%) siguen liderando.
- Las recomendaciones de familiares y amigos caen por tercera ola (24% → 15%).
- Baja la proporción que no confía en ninguna fuente (16% → 13%); sitios web de empresas (9%) e IA (4%) se mantienen.

En general, cuando usted piensa en comprar un producto o adquirir un servicio, ¿en cuál de las siguientes fuentes confía más para informarse?



Instagram consolida su liderazgo como red para informarse; TikTok cae a su mínimo

60%

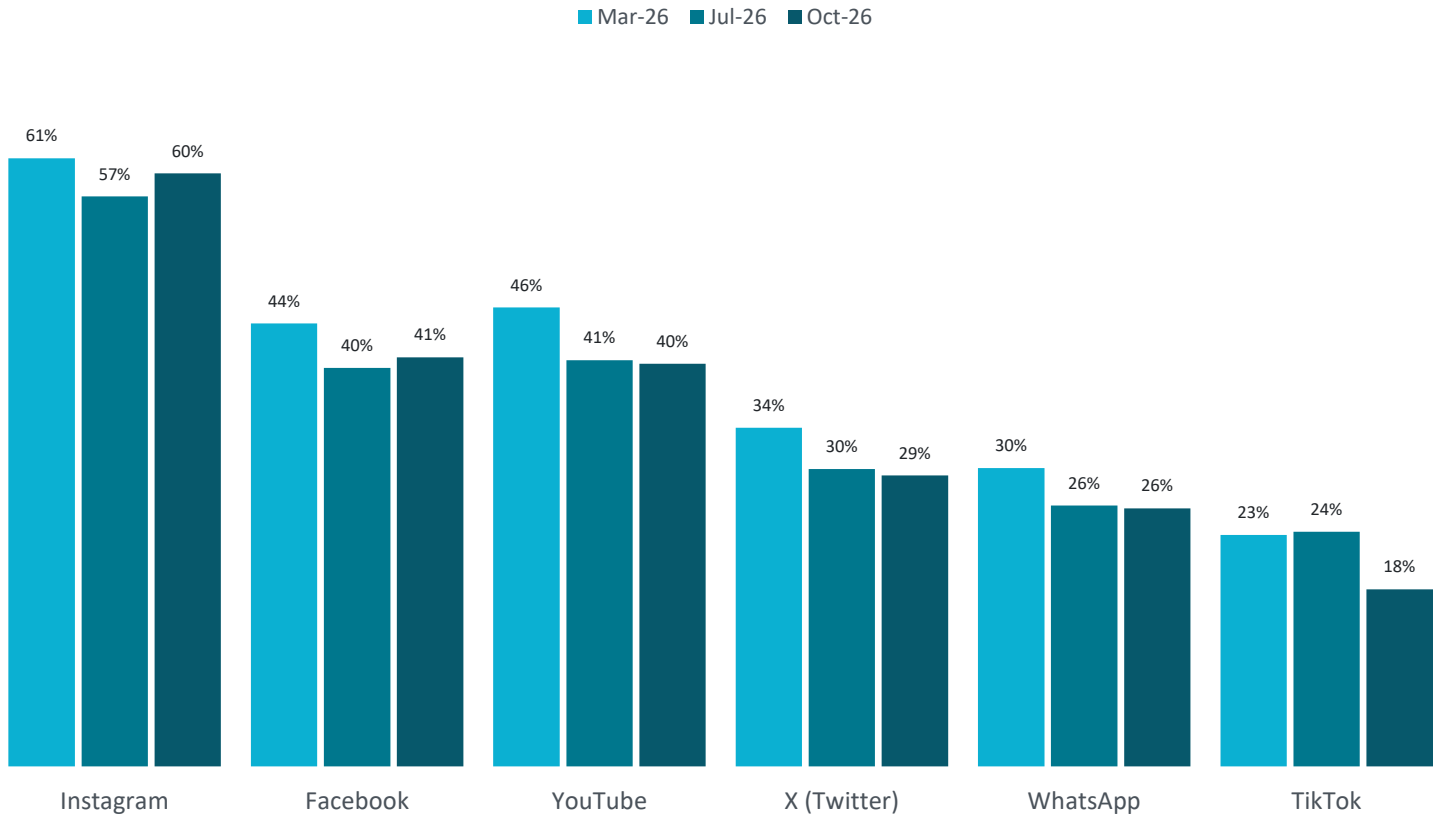
consume noticias en Instagram

▲ **+2,3 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- Instagram se mantiene como la principal red para informarse (60%).
- Facebook (41%) y YouTube (40%) se mantienen en torno a 40%, por debajo de enero.
- TikTok cae 6 pp a su mínimo (18%) y WhatsApp se estabiliza en 26%, lejos del 43% de enero.

Generalmente, ¿en cuáles de las siguientes redes sociales usted consume noticias sobre lo que está pasando en la sociedad? (% sí consume)



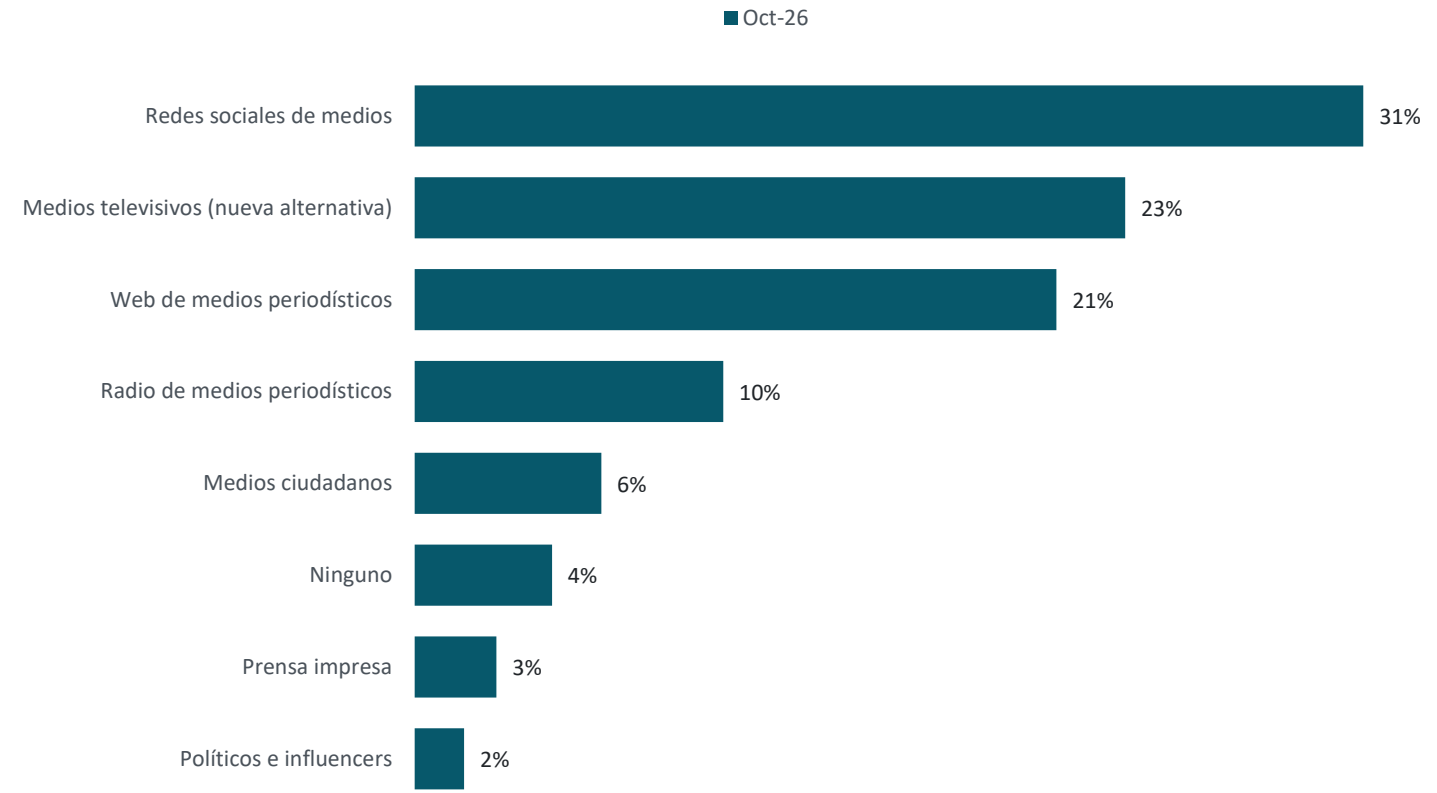
Las redes sociales de los medios y la TV aparecen como las principales plataformas de información

31%

se informa principalmente a través de la redes sociales de los medios

- Las redes sociales de medios periodísticos siguen siendo la principal plataforma (31%).
- los medios televisivos capta 23% de las menciones y supera a las páginas web de medios (21%).

Principalmente, ¿a través de cuál de las siguientes plataformas consume noticias de lo que sucede en la actualidad?



Contexto político

8

Evaluación del gobierno, identificación y autoubicación ideológica



La desaprobación del Presidente Kast sube a casi siete de cada diez

68%

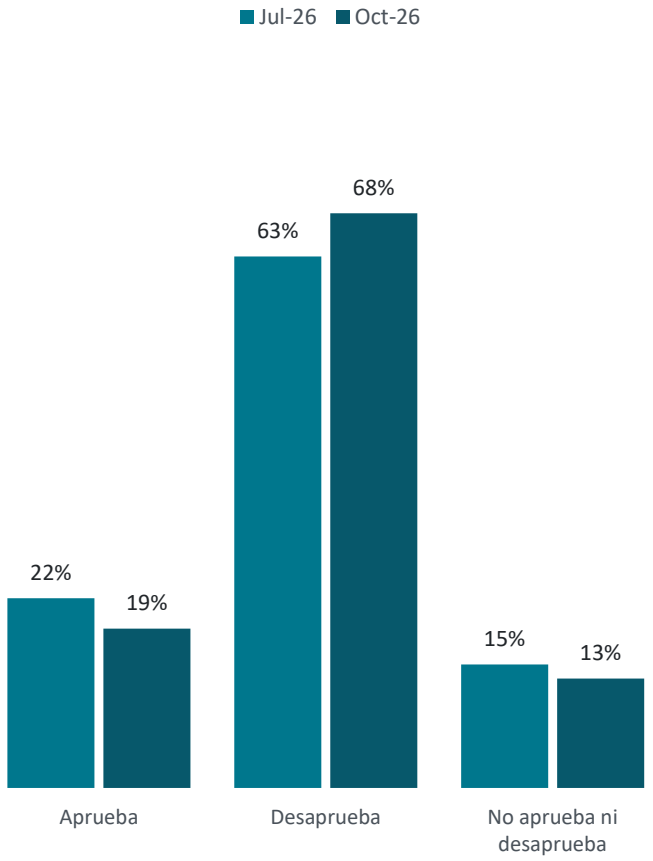
desaprueba la forma en que el Presidente José Antonio Kast conduce el gobierno

▲ **+5,1 pp** vs. Jul-26

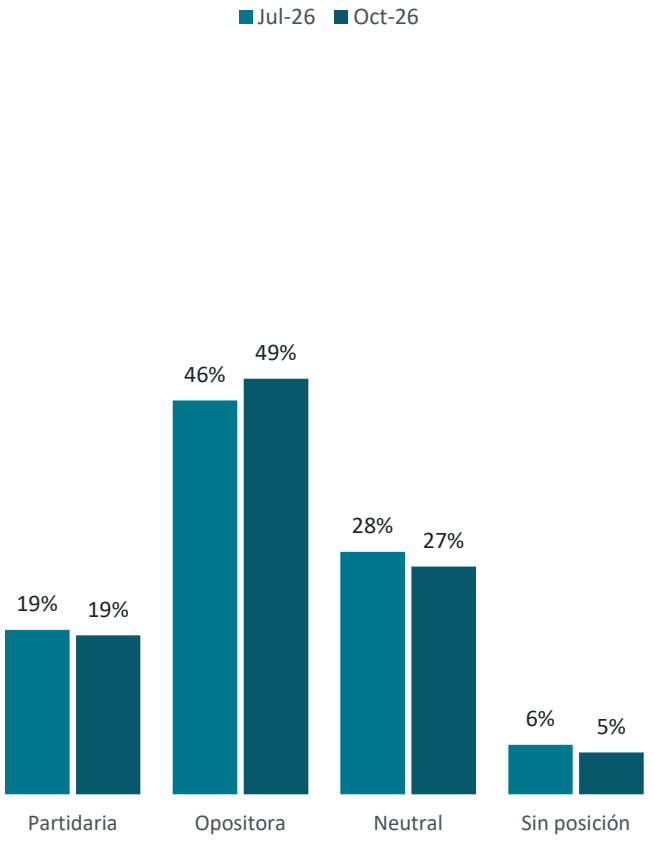
Principales cambios

- La desaprobación sube 5 pp y la aprobación baja a 19% (22% en julio).
- Los opositores al gobierno suben a 49% y los partidarios se mantienen en 19%.
- Solo en la derecha predomina la aprobación (52%); entre jóvenes de 18 a 39 años la desaprobación llega a 77%.

Aprobación del Presidente



Posición frente al gobierno



La autoubicación ideológica se mantiene estable; crece el polo liberal en lo valórico

56%

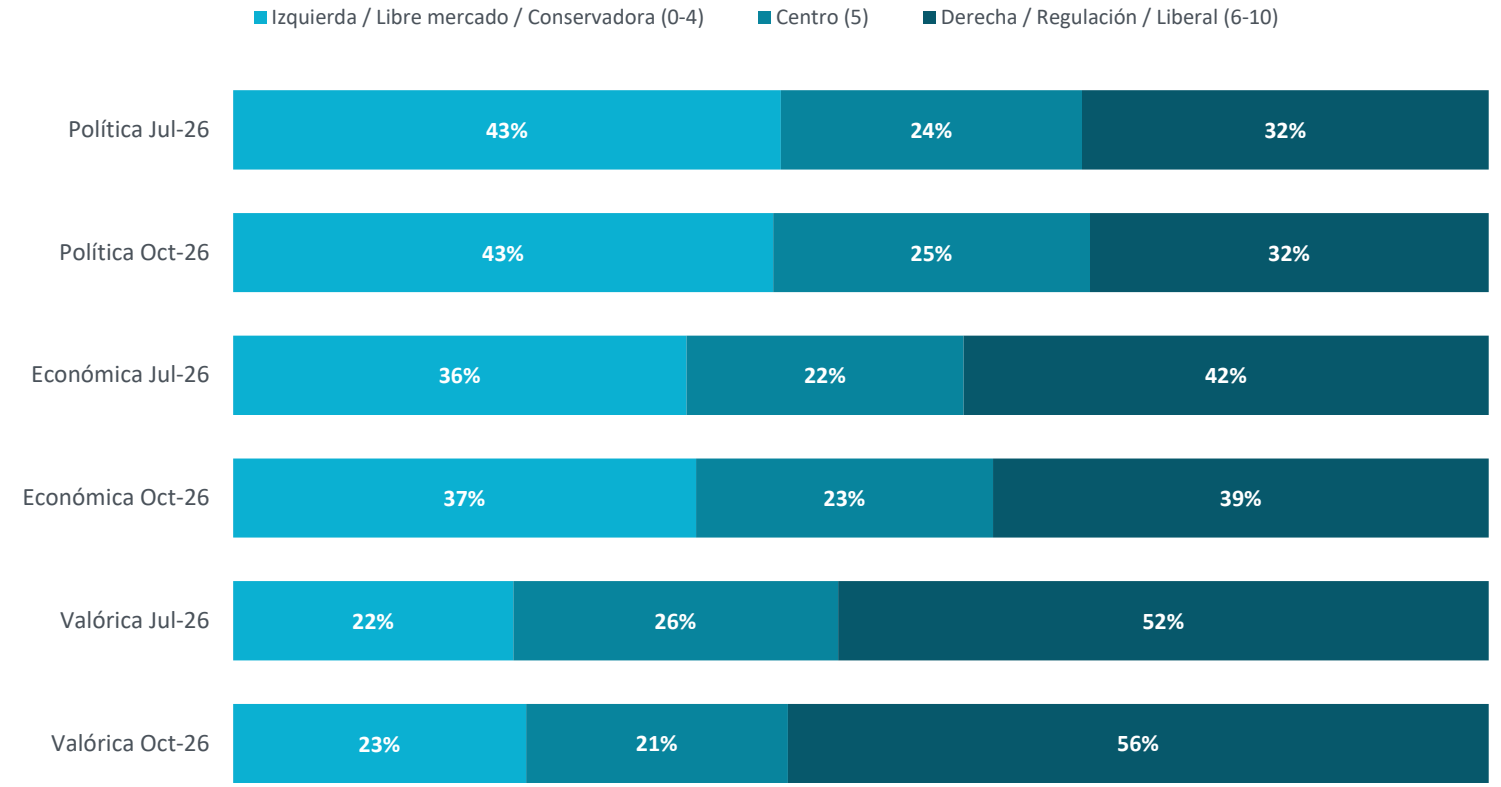
se ubica en el polo liberal (6-10) de la escala valórica

▲ **+4,2 pp** vs. Jul-26

Principales cambios

- La escala política se mantiene: izquierda 43%, centro 25% y derecha 32%.
- En lo económico, 39% se inclina por mayor regulación del Estado y 37% por el libre mercado.
- La autoubicación valórica liberal sube 4 pp (52% → 56%), con menos posiciones neutras.

Autoubicación en escalas de 0 a 10: política (izquierda-derecha), económica (libre mercado-regulación del Estado) y valórica (conservadora-liberal)



Nuevos módulos de la ola 4

9

Horizonte de decisiones, futuro, precios, industrias, participación y estallido social



Seguridad, pensiones, crecimiento y educación encabezan las decisiones de largo plazo

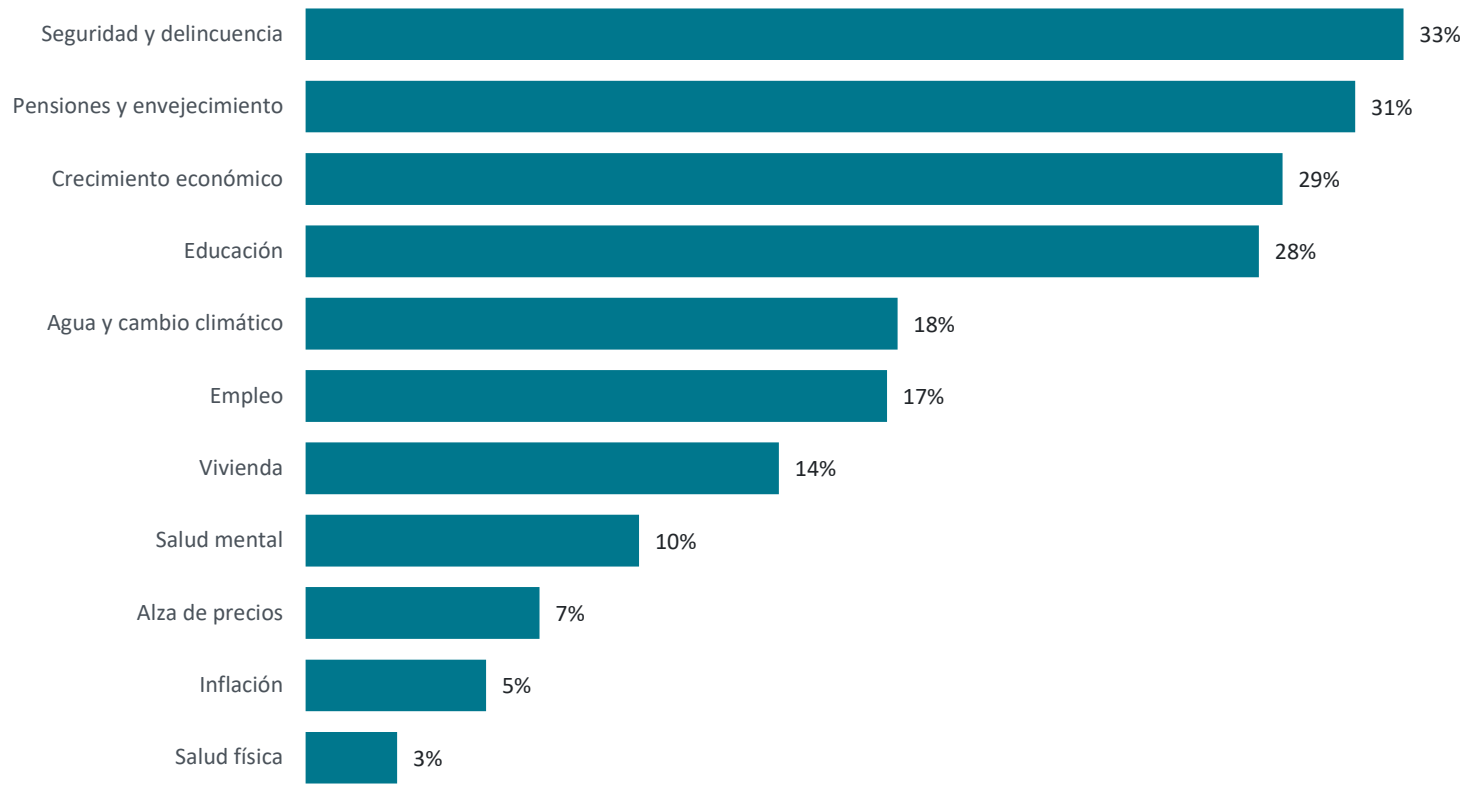
33%

menciona seguridad y delincuencia como tema prioritario (suma de dos menciones)

Principales hallazgos

- Cuatro temas concentran la agenda de largo plazo: seguridad (33%), pensiones (31%), crecimiento (29%) y educación (28%).
- En primera mención, educación (17%), seguridad (16%) y crecimiento (16%) prácticamente empatan.
- Agua y cambio climático (18%) y empleo (17%) superan a vivienda (14%).

¿Cuál es el tema en que más necesita el país empezar hoy a tomar decisiones pensando en los próximos 20 años? (suma de primera y segunda mención)



Se percibe un país que decide en el corto plazo, empezando por los propios chilenos

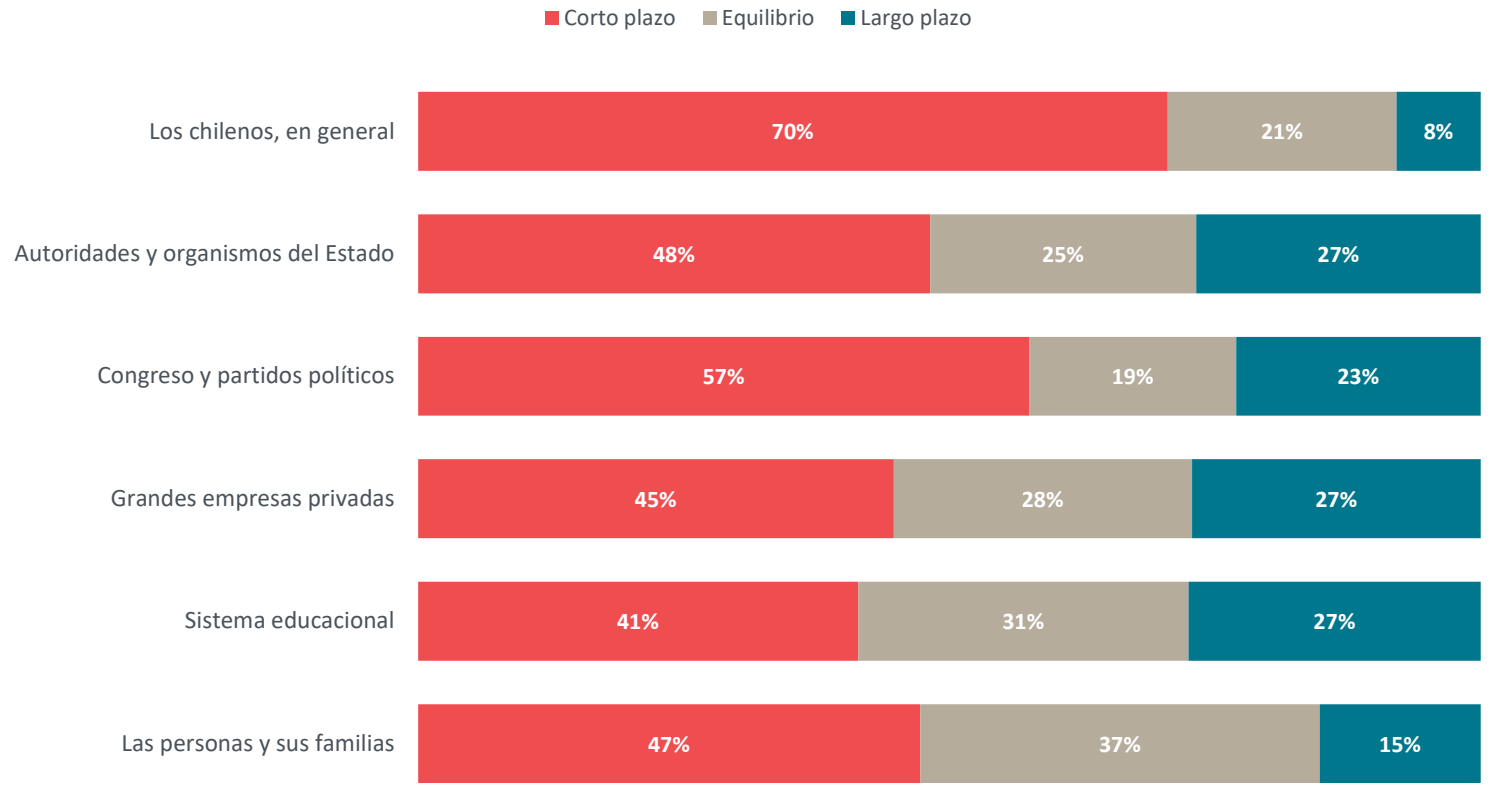
70%

cree que los chilenos deciden pensando en resultados inmediatos

Principales hallazgos

- El cortoplacismo se atribuye primero a los chilenos (70%) y luego al Congreso y los partidos (57%).
- Las grandes empresas y el sistema educacional son vistos con un horizonte más equilibrado.
- Ningún actor supera 27% de menciones de largo plazo.

Pensando en las decisiones importantes que se toman habitualmente en Chile en cada uno de los siguientes ámbitos, ¿usted cree…?



Siete de cada diez creen que los jóvenes tendrán menos acceso a la vivienda propia

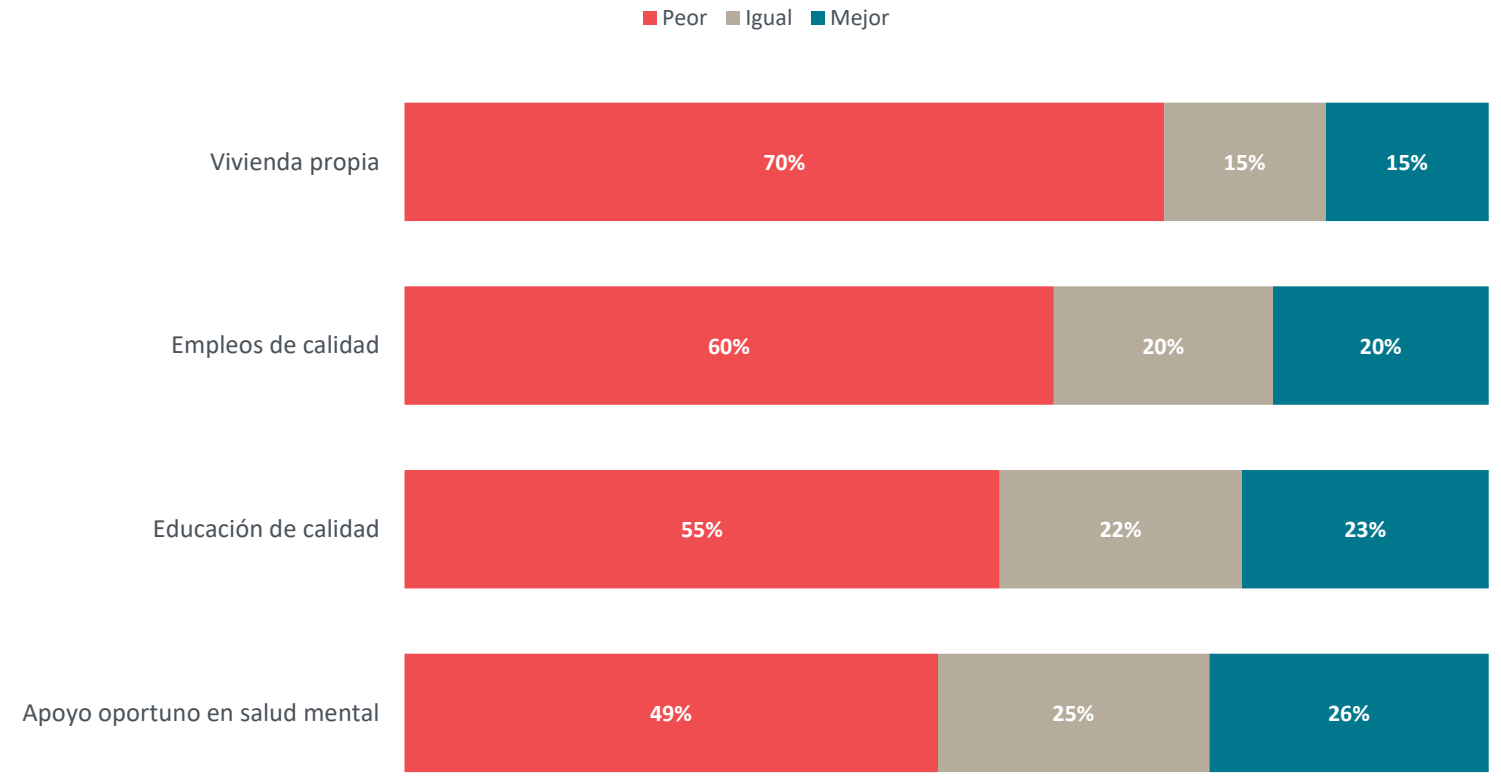
70%

cree que en 10 años los jóvenes tendrán peores posibilidades de acceder a vivienda propia

Principales hallazgos

- La expectativa negativa predomina en las cuatro dimensiones evaluadas.
- Siguen empleos de calidad (60%), educación de calidad (55%) y apoyo en salud mental (49%).
- Solo entre 15% y 26% espera una mejora.

Pensando en quienes hoy día son niñas, niños y jóvenes en Chile, ¿cómo cree que serán dentro de 10 años sus posibilidades de…?



El pesimismo sobre el país supera al del propio hogar

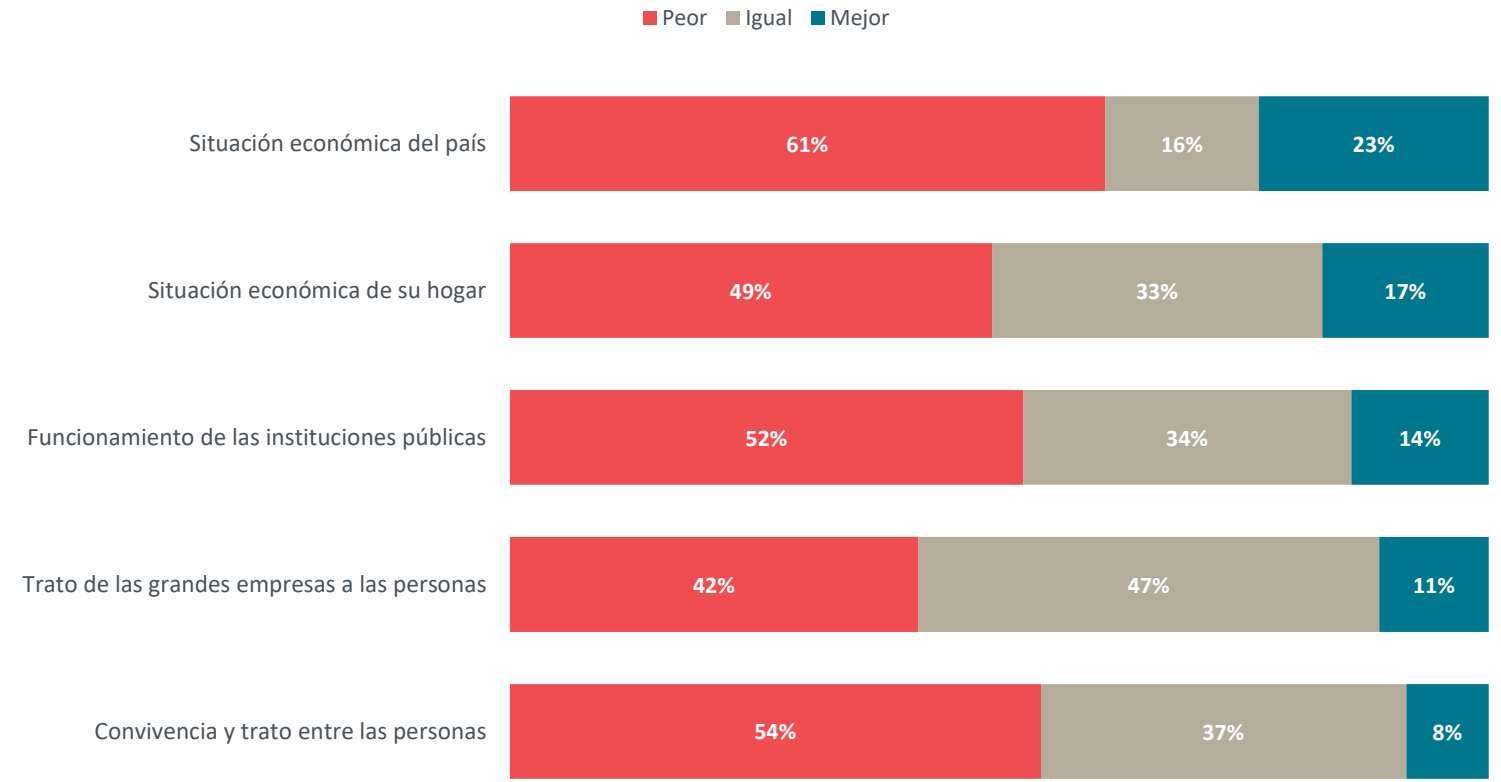
49%

cree que la situación económica de su hogar estará peor en 12 meses

Principales hallazgos

- El pesimismo sobre el hogar (49%) es menor que sobre el país (61%): la amenaza se percibe más general que personal.
- La convivencia (54%) y el funcionamiento de las instituciones (52%) también se ven empeorando.
- Sobre el trato de las grandes empresas predomina la continuidad (47% igual).

Pensando en los próximos 12 meses, ¿cómo cree usted que estará…? (comparado con la situación actual)



La percepción de alza de precios es muy alta: en promedio, 58% en el último año

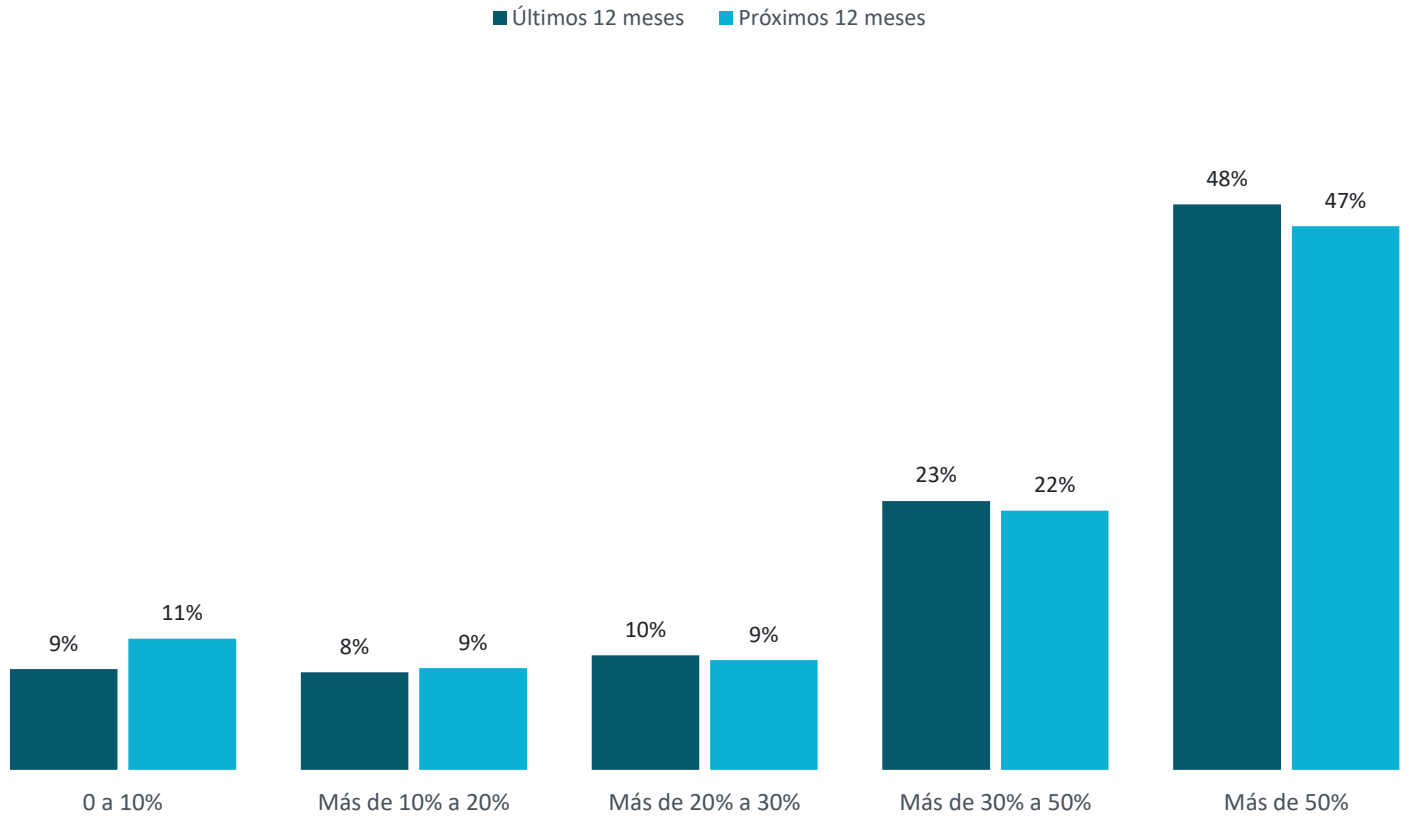
58%

es el alza promedio de precios percibida en los últimos 12 meses

Principales hallazgos

- 48% cree que los precios subieron más de 50% en el último año.
- Las expectativas para los próximos 12 meses son casi idénticas (promedio 58,1%).
- Solo 9% sitúa el alza pasada en el tramo de 0 a 10%; la mediana es 50%.

Usando una escala de 0 a 100, ¿cuánto cree usted que han subido los precios en Chile en los últimos 12 meses? ¿Y cuánto cree que subirán en los próximos 12 meses?



Predomina la agencia personal, junto con la sensación de no influir en el poder

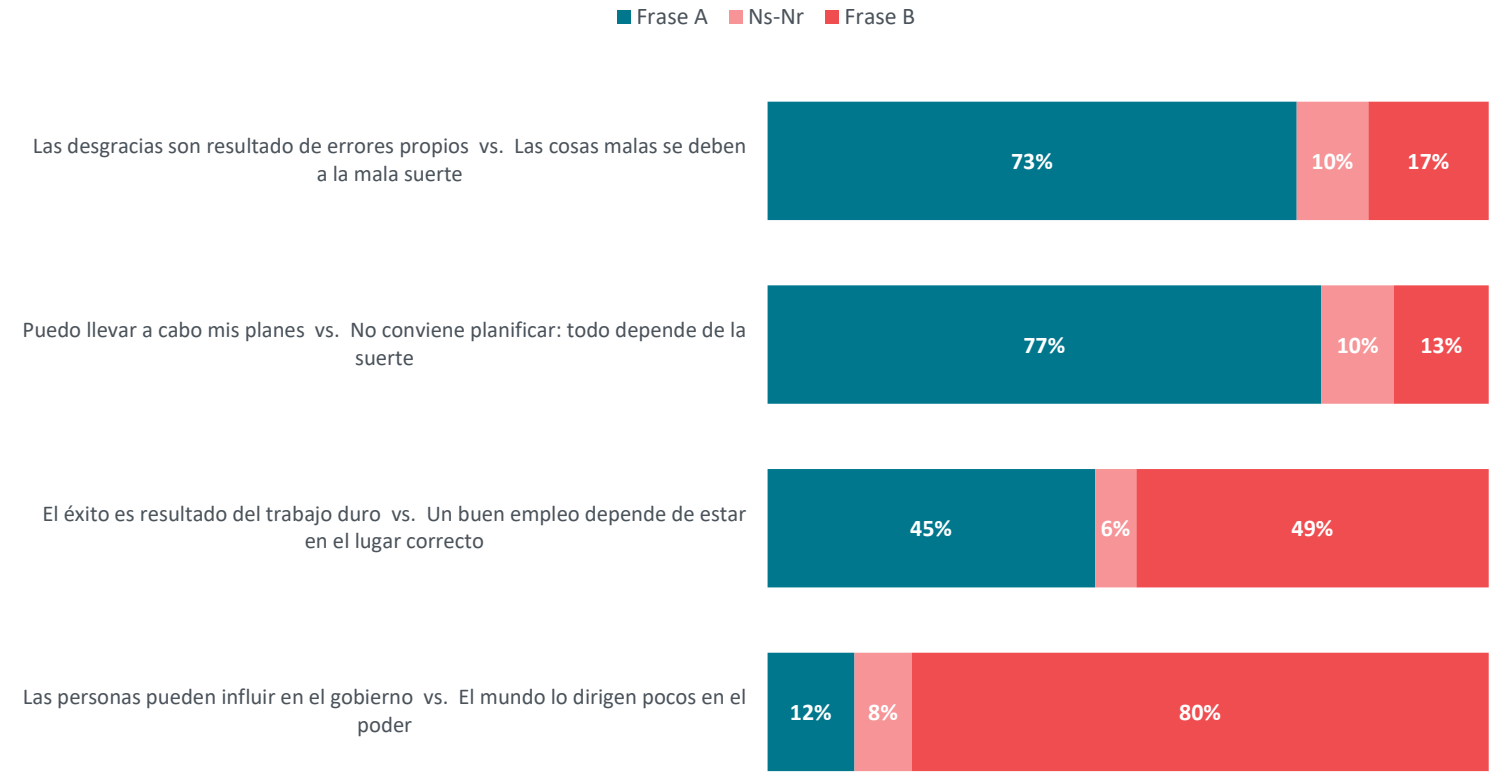
80%

cree que el mundo lo dirigen unas pocas personas en el poder

Principales hallazgos

- Tres de cada cuatro confían en llevar a cabo sus planes (77%) y atribuyen las desgracias a errores propios (73%).
- Al mismo tiempo, solo 12% cree que las personas como uno pueden influir en las decisiones del gobierno.
- El mérito divide: 45% atribuye el éxito al trabajo duro y 49% a estar en el lugar correcto.

Para cada par de frases, marque la frase con la que usted más se identifica



Vino, fruta de exportación y minería del cobre son las industrias que generan más confianza; forestal y salmón, la menor

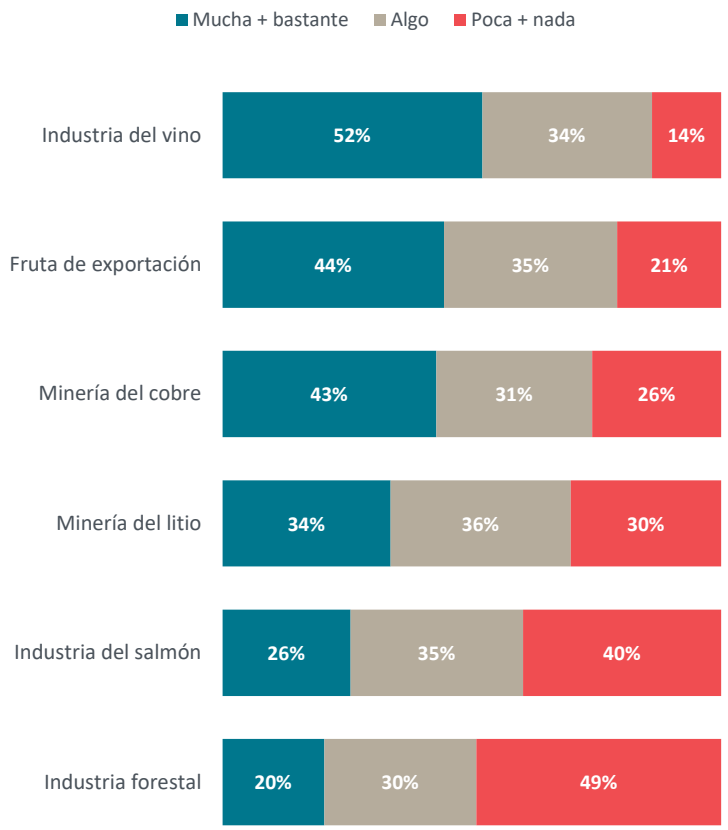
52%

tiene mucha o bastante confianza en la industria del vino

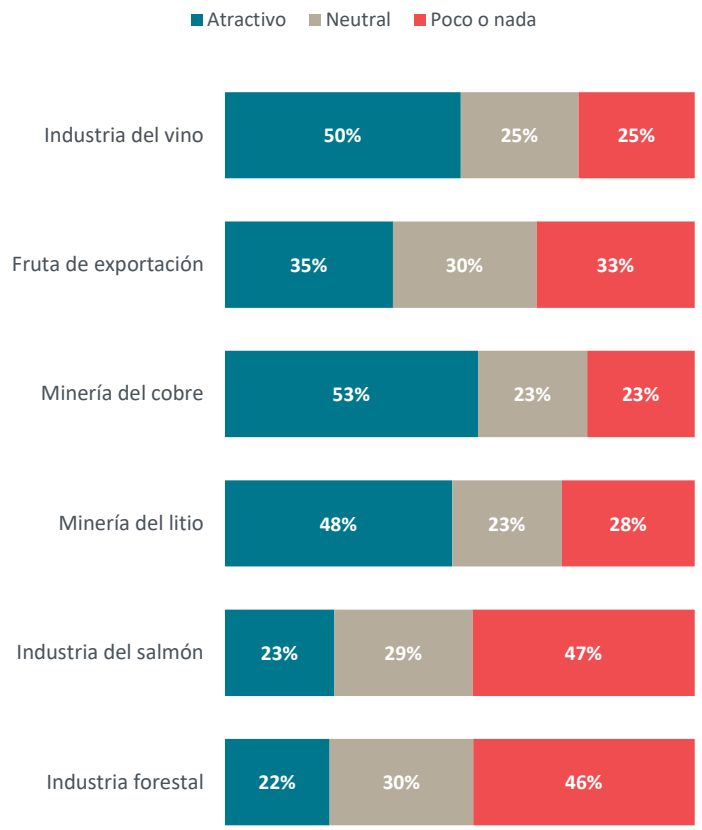
Principales hallazgos

- Vino (52%), fruta de exportación (44%) y minería del cobre (43%) lideran la confianza.
- Forestal y salmón concentran la desconfianza (49% y 40% poca o nada).
- Como lugar de trabajo, la minería del cobre es la más atractiva (53%), seguida por el vino (50%) y el litio (48%).

Confianza en la industria



Atractivo como lugar de trabajo



La disposición a ayudar es casi universal; la protesta convoca a un tercio

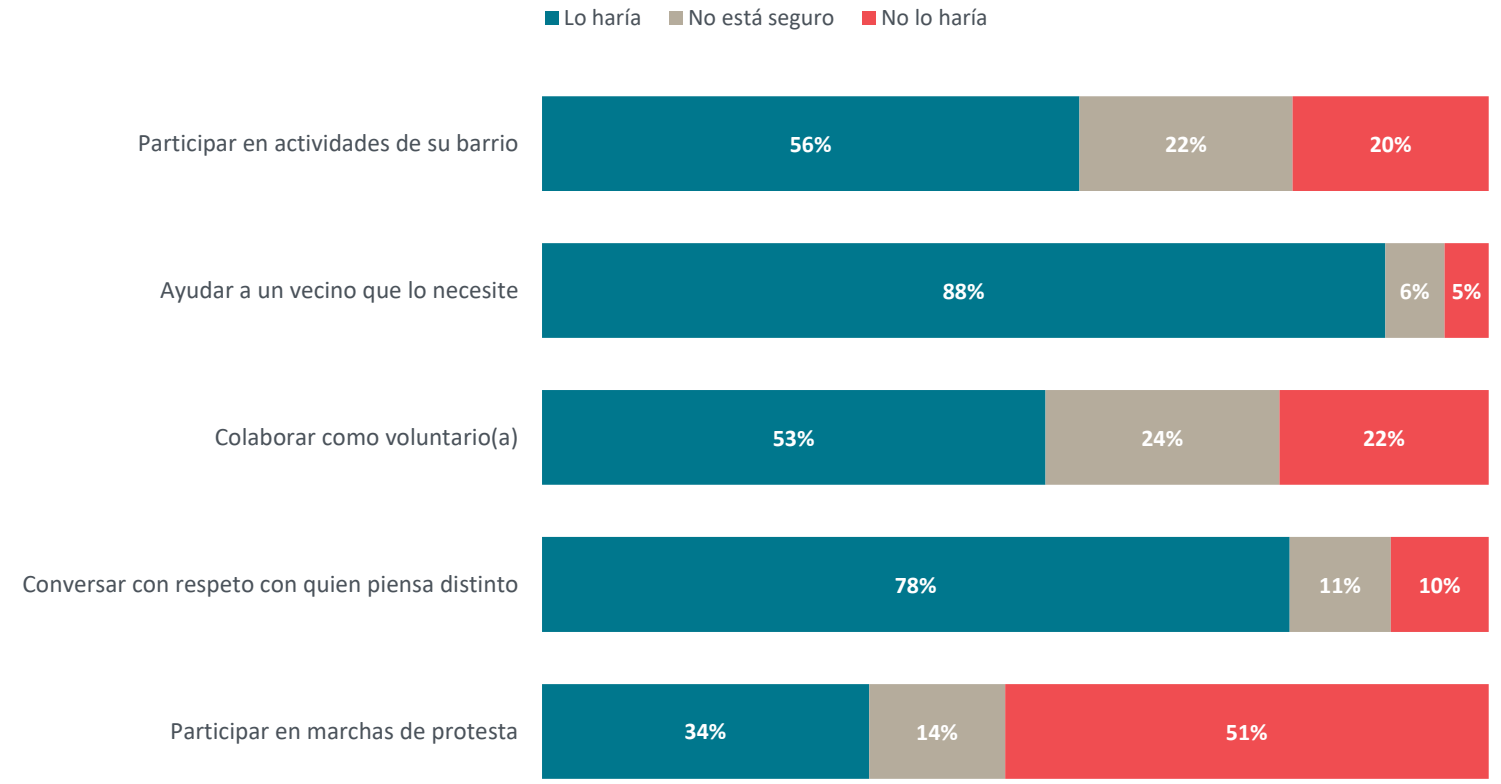
88%

probablemente o con seguridad ayudaría a un vecino que lo necesite

Principales hallazgos

- La disposición a conversar con respeto con quien piensa distinto también es alta (78%).
- La participación organizada es menor: actividades del barrio (56%) y voluntariado (53%).
- Un 34% participaría en marchas de protesta; en la izquierda, 64%.

En los próximos 12 meses, ¿cuán probable es que usted realice cada una de las siguientes acciones?



Siete años después, siete de cada diez creen vigentes las causas del estallido social

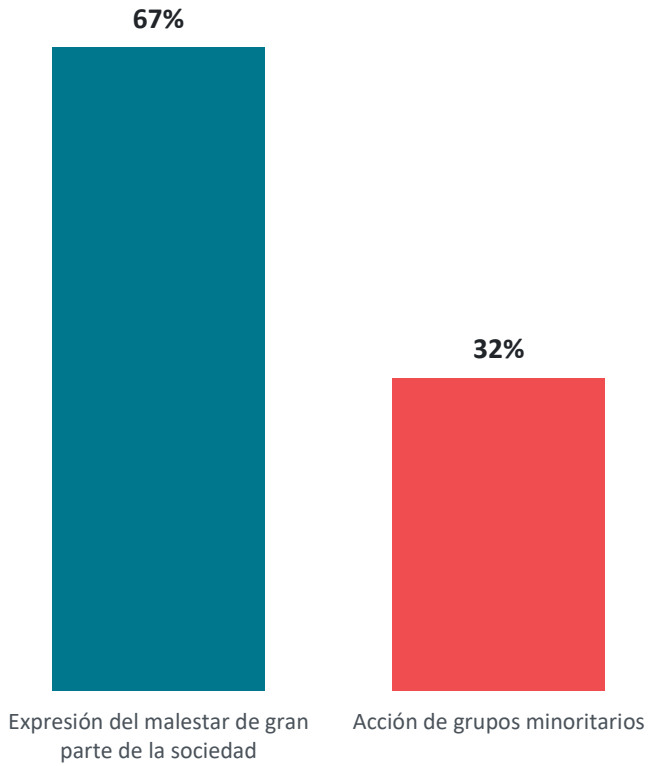
72%

cree que todas o la mayoría de las causas del malestar de 2019 siguen vigentes

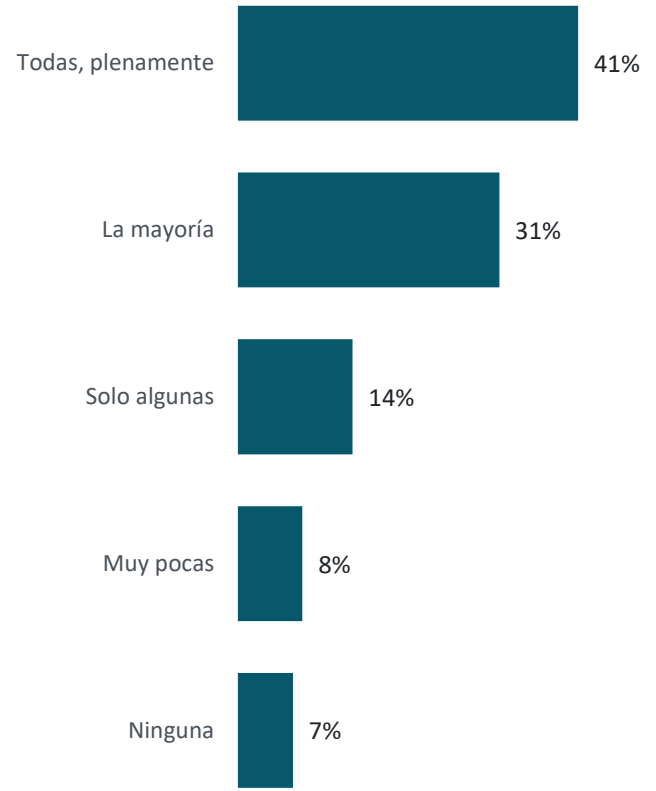
Principales hallazgos

- 67% interpreta las protestas de octubre de 2019 como expresión del malestar de gran parte de la sociedad; 32%, como acción de grupos minoritarios.
- 41% cree que todas las causas siguen plenamente vigentes; solo 7% que ninguna lo está.
- La lectura se polariza: 95% en la izquierda y 39% en la derecha cree vigentes todas o la mayoría de las causas.

Interpretación de las protestas de 2019



Vigencia de las causas del malestar



Feedback

Monitor de confianza 3E

Eficacia · Ética · Empatía

Cuarta ola · octubre 2026 · 2.011 casos a nivel nacional

