

ENCUESTA DE OPINIÓN PÚBLICA COMPARATIVE NATIONAL ELECTIONS PROJECT (CNEP)

Ola 1: Escenario previo
a elecciones de primera vuelta



Noviembre 2025

¿QUÉ ES EL PROYECTO COMPARATIVE NATIONAL ELECTIONS PROJECT (CNEP)?

El Comparative National Elections Project (CNEP) es una red internacional de académicos que realizan estudios postelectorales en los cinco continentes, con el objetivo de profundizar en las actitudes y percepciones ciudadanas respecto de los procesos electorales. Sus investigaciones utilizan instrumentos estandarizados que permiten la comparabilidad histórica e internacional de los resultados. Desde 1990, se han llevado a cabo estudios en más de 30 países.

En Chile, esta es la quinta versión del estudio (1993, 1999, 2017, 2021 y 2025). Su aplicación fue financiada por el director del Research and Expertise Center for Survey Methodology (RECSM), Mariano Torcal, de la Universidad Pompeu Fabra, y Aaron Schneider, Leo Block Profesor de la Universidad de Denver.

La implementación en Chile fue supervisada por el director del proyecto en Chile, **Andrés Scherman**, académico de la Universidad Adolfo Ibáñez y director del Magíster de Comunicación Política y Asuntos Públicos de la misma universidad, junto con **Ricardo González**, director de **LEAS de la Escuela de Comunicaciones y Periodismo de la UAI**.

¿Quieres saber
más sobre el
**Laboratorio de
Encuestas y
Análisis Social**
de la UAI (LEAS)?

leas.uai.cl

METODOLOGÍA

- 1 **Diseño de investigación:** Estudio cuantitativo mediante encuesta aplicada a panel online de Netquest .
- 2 **Población objetivo:** Personas de 18 años o más que residen en el territorio nacional y son usuarias de correo electrónico.
- 3 **Marco muestral:** Panel online de Netquest, basado en una base de datos de correos electrónicos de personas registradas como panelistas*.
- 4 **Tamaño de la muestra:** 1.504 encuestas completas autoadministradas por vía web.
- 5 **Tasa de respuesta:** 10,2% (proporción de cuestionarios completos sobre el total de invitaciones abiertas por los destinatarios).
- 6 **Método de selección de la muestra:** Selección aleatoria simple de panelistas dentro del panel online no probabilístico de Netquest.
- 7 **Período de terreno:** La recolección de datos se efectuó entre el 15 de octubre y el 5 de noviembre de 2025.
- 8 **Ponderación:** Se aplicó un factor de expansión/calibración mediante el método de raking (ajuste iterativo) para alinear la muestra con los totales poblacionales según sexo, edad y región (fuente: proyecciones de población INE 2025), y nivel educacional (fuente: CASEN 2022).

* Por cuotas. Dado que la muestra proviene de un panel no probabilístico, no se reportan márgenes de error ni niveles de confianza asociados al muestreo.

PRINCIPALES HALLAZGOS

1

Aumento de polarización en tres indicadores:

- 50% se sitúa en el “centro” en la escala ideológica, 16 puntos menos respecto a elección anterior. Con ello, crece quienes se posicionan en la derecha (+12 puntos respecto a comicios anteriores).
- **Aumenta polarización ideológica y –especialmente– la polarización afectiva (6,3 puntos, en una escala de 1 a 10). Este es el registro más alto de la serie de mediciones CNEP.**
- En la elección anterior, si bien había aumentado la polarización ideológica, no lo había hecho la afectiva, por tanto, el escenario pre electoral 2025 es más polarizado en ambas dimensiones respecto a los comicios previos.

2

Autoritarismo: mayor adhesión a liderazgo fuertes (81%), aunque a la vez los encuestados se muestran más proclives a evitar conflictos en la política.

3

Campaña: un 50% se declara “algo” o “muy interesado” en ésta, y un 32% ha recibido o compartido información digital.



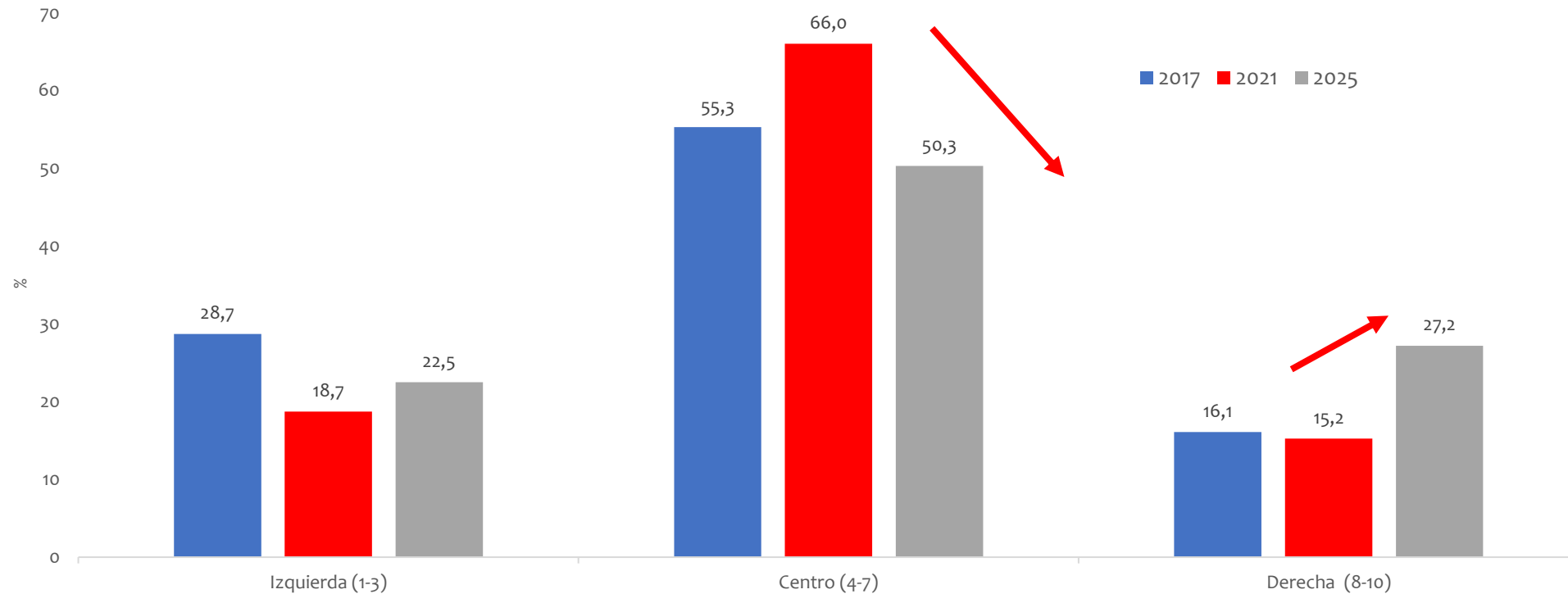
1.

IDENTIFICACIÓN POLÍTICA Y POLARIZACIÓN

INDICADOR 1

IDENTIFICACIÓN EN EJE IZQUIERDA-DERECHA

DISMINUYEN LAS PERSONAS QUE SE IDENTIFICAN CON EL CENTRO



Nota: En 2017, 23,1% no se clasificó en Escala Izq- Der. En 2021, esta cifra fue de 22,7%. En 2025, esta cifra fue de 24,5%. Los porcentajes están calculados considerando a quienes si se identificaron en la escala; escala original de 1 a 10.

INDICADOR 2

Percepción de polarización ideológica

Índice*1:

- Partidos políticos principales: distancia entre la posición ideológica otorgada (*2) al partido más votado (*3) de cada sector.
- Distancia entre la posición ideológica otorgada (*2) a las coaliciones de los candidatos de segunda vuelta de los comicios presidenciales.

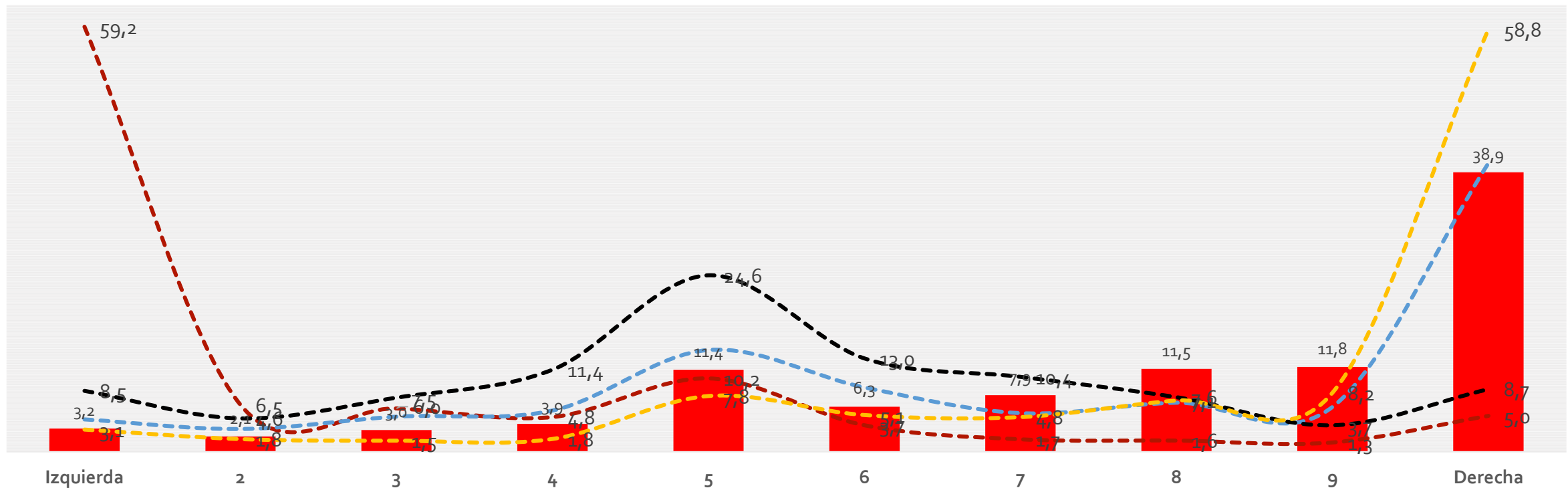
NOTAS METODOLÓGICAS

- ❖ 1 Posición otorgada por los encuestados en la escala de 1 a 10 izquierda-derecha (ver gráficos láminas siguientes)
- ❖ 2 Considera partidos más votados en última elección previa. En 1993: Democracia Cristiana – RN. En 2017: Partido Socialista – Renovación Nacional. En 2021: Partido Comunista – Renovación Nacional. EN 2025: Partido Comunista – Partido Republicano.
- ❖ Construcción de índices de polarización: Lelkes, Y. (2016). Mass polarization: Manifestations and measurements. Public Opinion Quarterly, 80(1), 392–410. Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. Public Opinion Quarterly, 76(3), 405–431.

POSICIÓN PERCIBIDA PARTIDOS DE CANDIDATOS PRESIDENCIALES

Mucha gente, cuando piensa en política, usa los términos de “izquierda” y “derecha” ¿Podría ubicar a los partidos políticos en la escala de izquierda y derecha, en que 1 es Izquierda y 10 es Derecha?

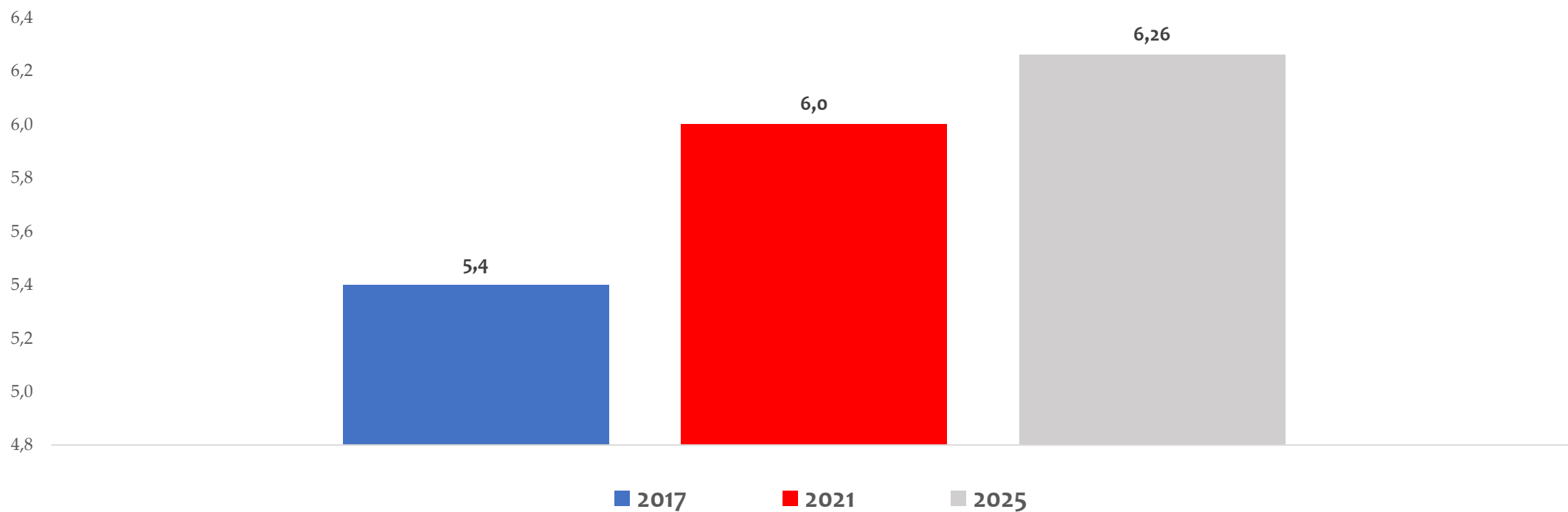
UDI PC P.NACIONAL LIBERTARIO PDG P.REPUBLICANO



INDICADOR 2

Percepción de polarización ideológica

Percepción de distancia ideológica entre:
(0 distancia mínima; 10 distancia máxima)



*No se incluye en el gráfico el registro de este indicador para 1993, cuando se registró un nivel de 3,45.

INDICADOR 3

Percepción de polarización afectiva

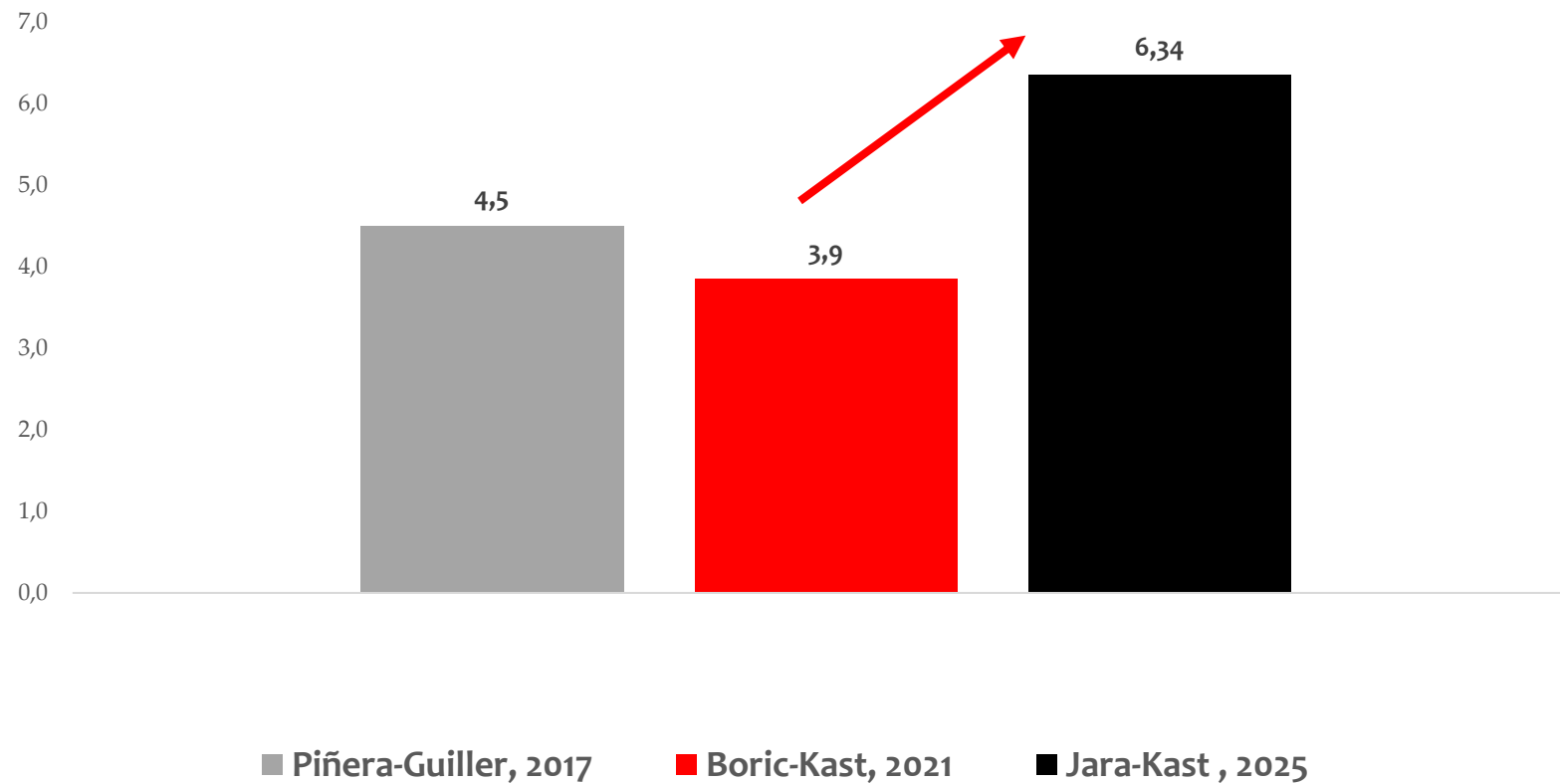
Índice : Diferencia entre la evaluación "Muy Desfavorable (mínimo = 0) y Muy Favorable (máximo = 10) realizada por los encuestados, al candidato de derecha y candidato izquierda, respectivamente.

NOTAS METODOLÓGICAS

- ❖ Construcción de índices de polarización: Lelkes, Y. (2016). Mass polarization: Manifestations and measurements. Public Opinion Quarterly, 80(1), 392–410. Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. Public Opinion Quarterly, 76(3), 405–431.

INDICADOR 3

Percepción de polarización afectiva

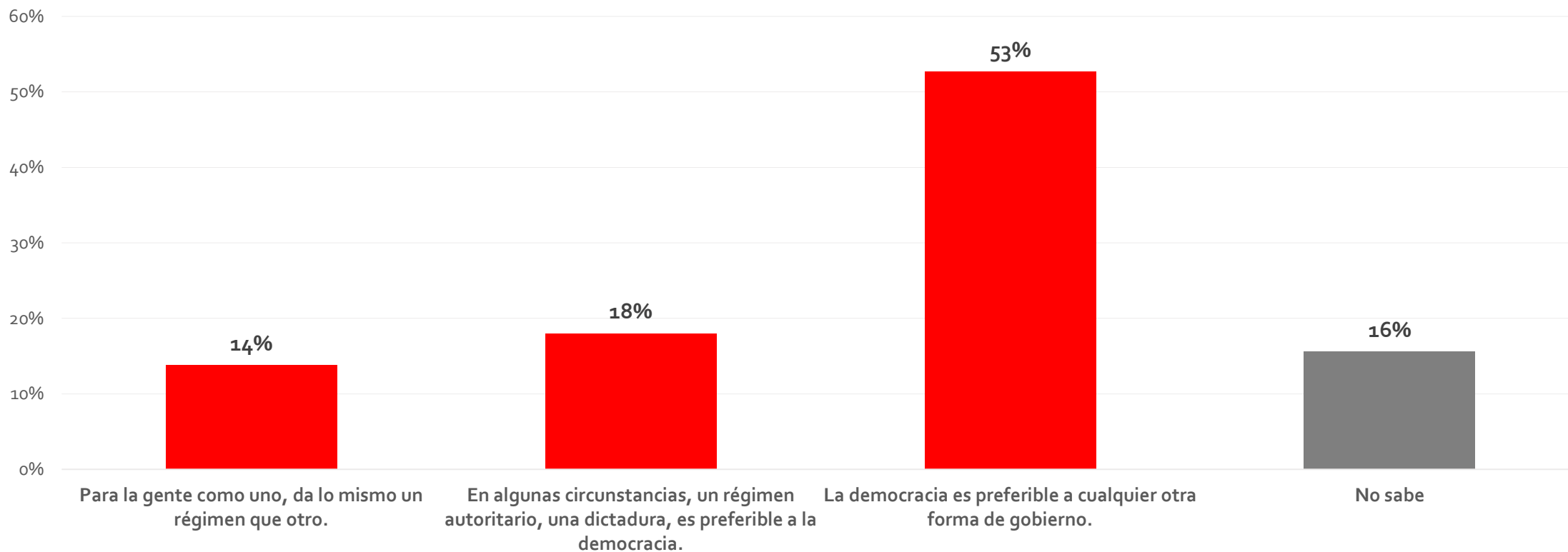




2. PERCEPCIÓN DE LA DEMOCRACIA Y AUTORITARISMO

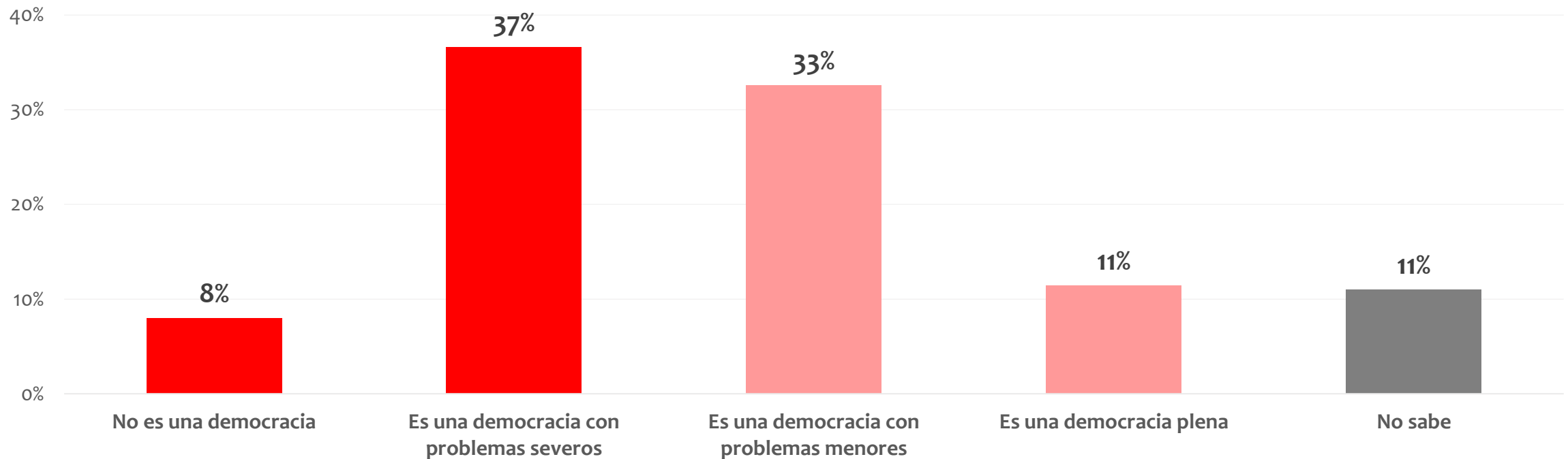
APOYO A LA DEMOCRACIA

¿Cuál de las siguientes frases refleja mejor su opinión?



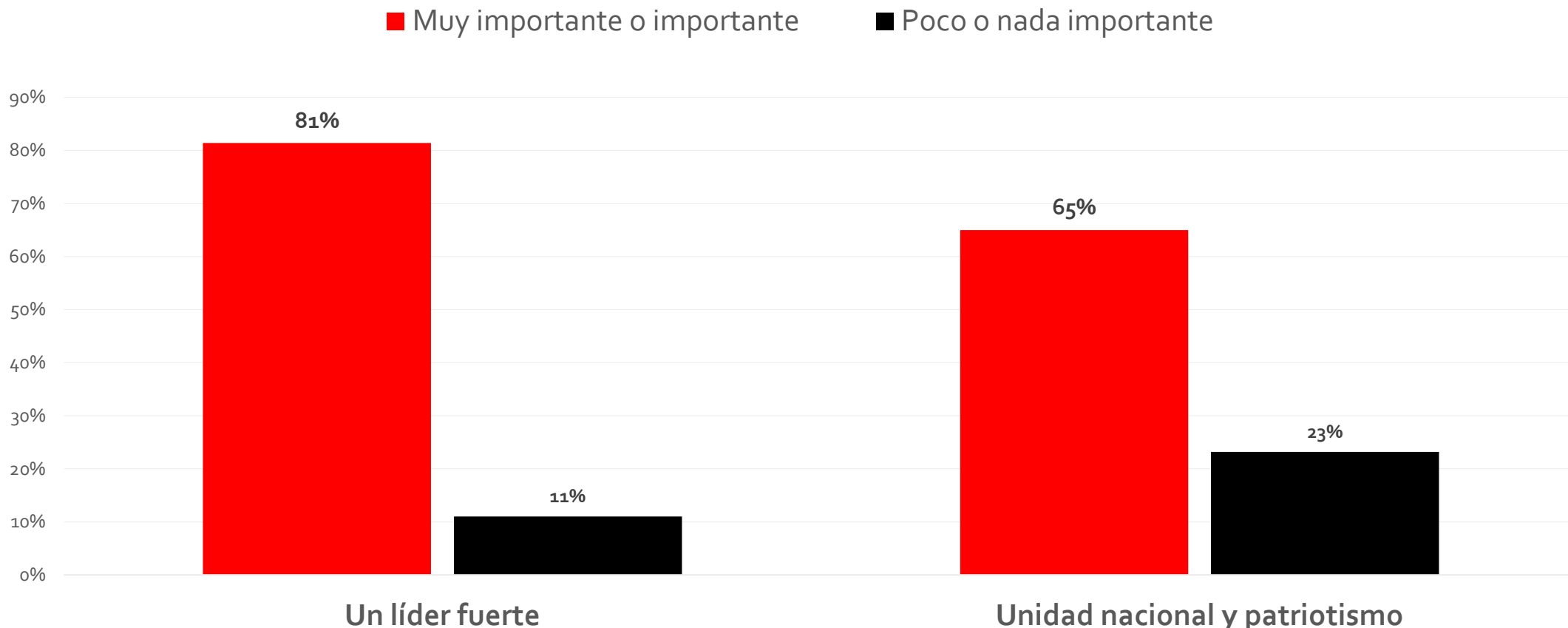
EVALUACION DE LA DEMOCRACIA

En su opinión, ¿qué tan democrático es Chile hoy en día? ¿Diría que...?



AUTORITARISMO Y PATRIOTISMO

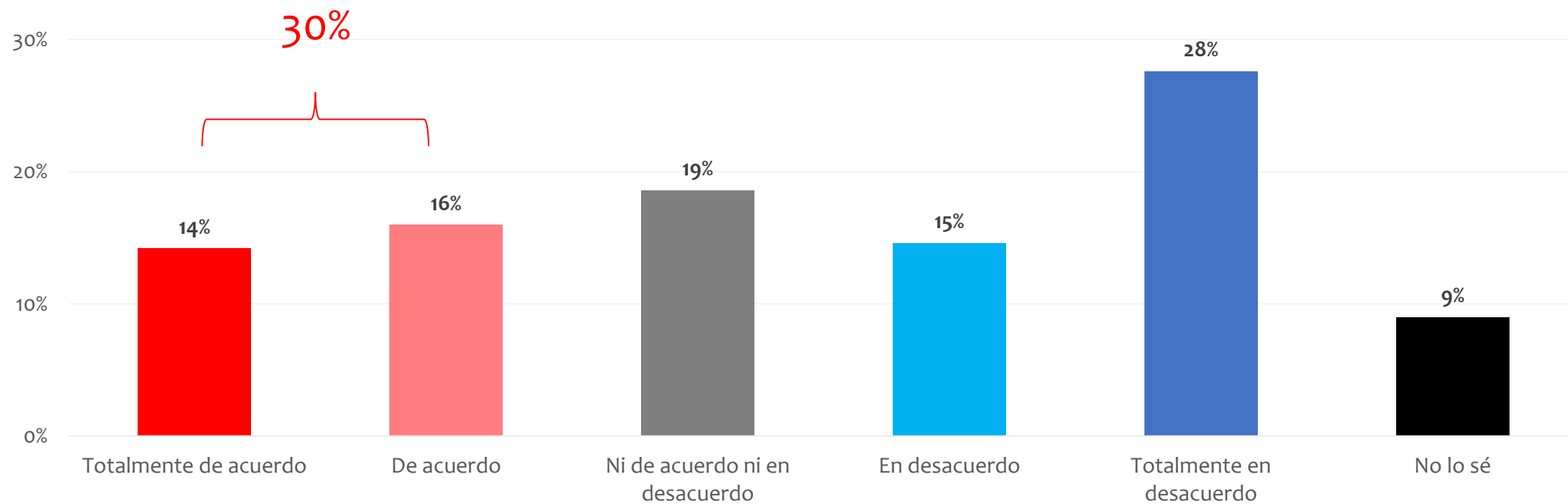
La gente asocia la democracia con significados distintos. Para que una sociedad sea considerada como una DEMOCRACIA, ¿diría que cada uno de los siguientes aspectos es absolutamente esencial, es importante, es poco importante o no es nada importante?



*No se grafican valores “es importante” ni “no sabe”
“no responde” .

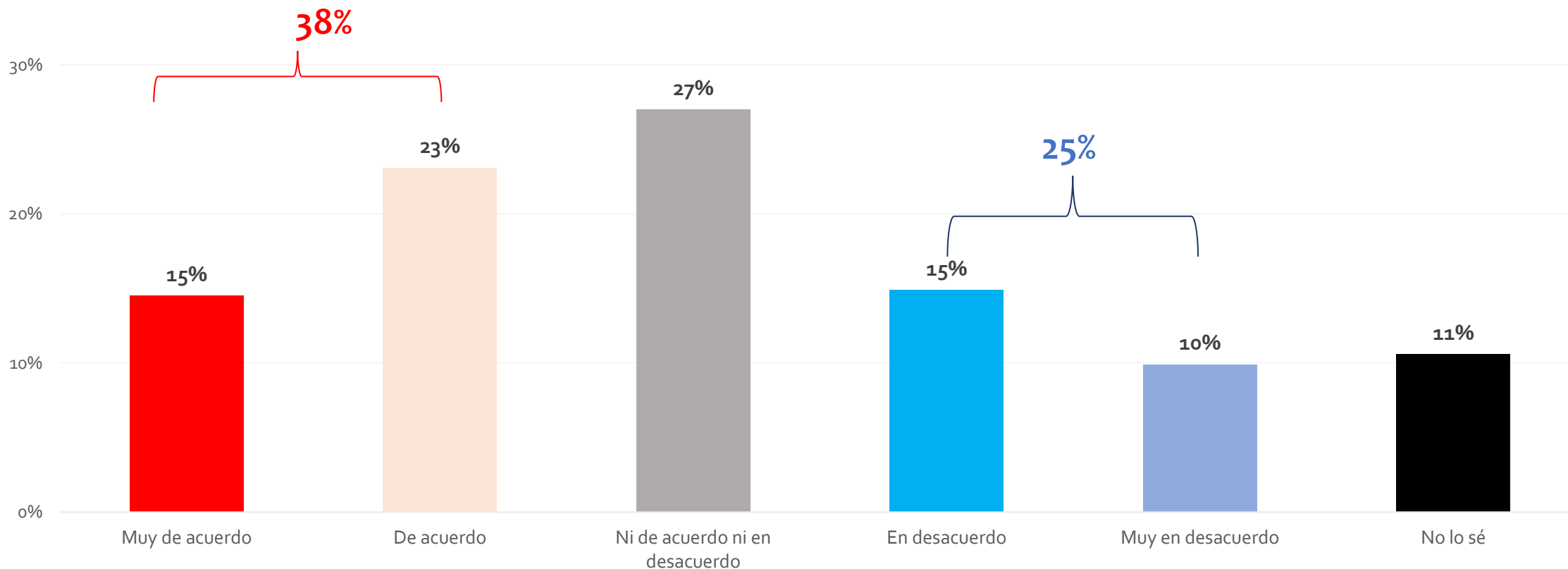
AUTORITARISMO

¿Las elecciones y el Congreso deberían ser abolidos de manera que un líder fuerte pueda gobernar este país?



PUEBLO VS ELITE

¿La política es una lucha entre los amigos y los enemigos del pueblo?

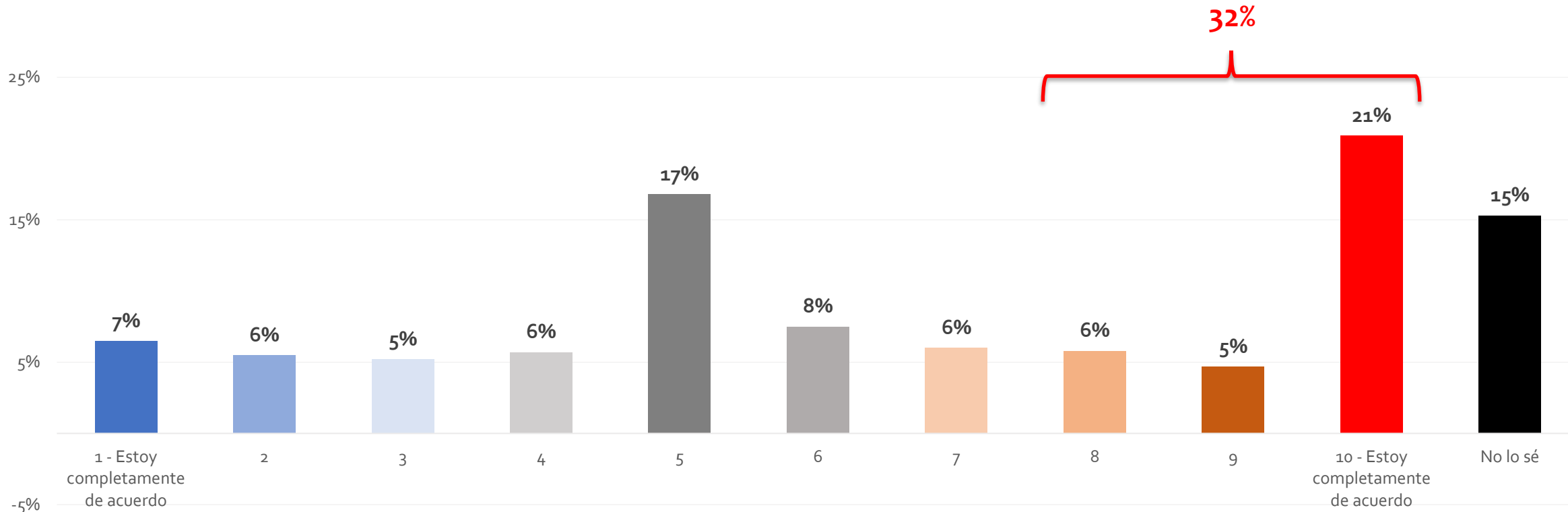


ACTITUD ANTE MIGRACIONES

¿Con cuál de las dos frases está usted más de acuerdo?.

El 1 significa que está completamente de acuerdo con la primera frase y 10 que está completamente de acuerdo con la segunda:

- 1) Los **migrantes son bienvenidos** y deberíamos permitir el ingreso al país de más migrantes;
- 2) Los **migrantes no son bienvenidos** en este país y, en lo posible, deberían ser devueltos a sus lugares de origen

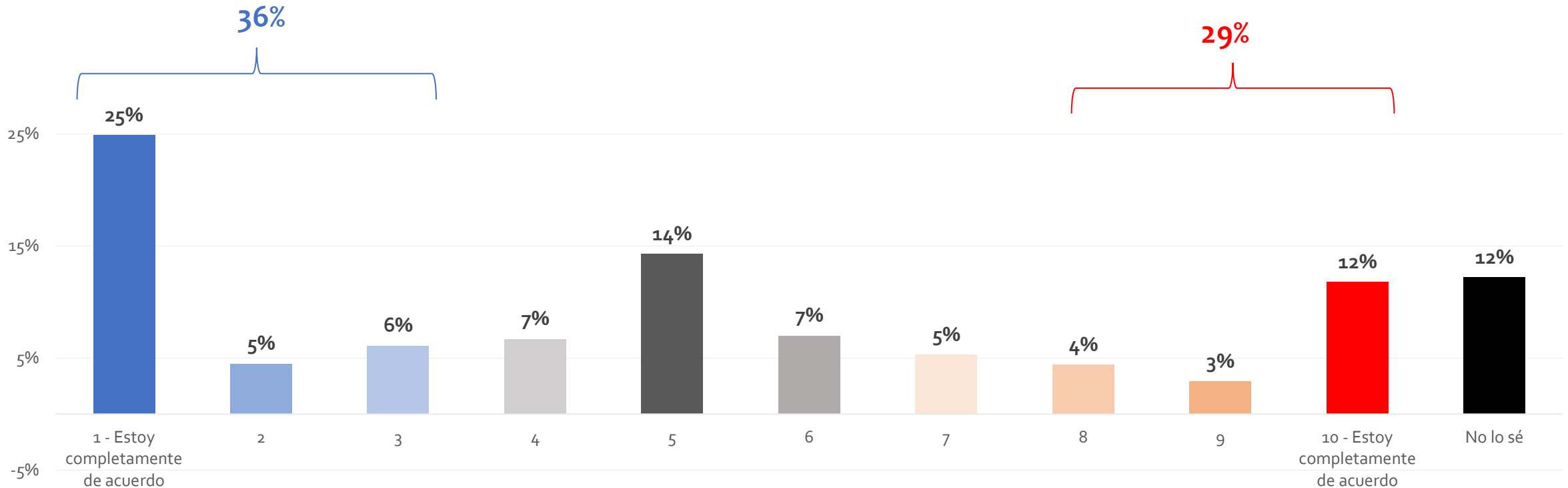


ACTITUD ANTE EL CONFLICTO

¿Con cuál de las dos frases está usted más de acuerdo?.

El 1 significa que está completamente de acuerdo con la primera frase y 10 que está completamente de acuerdo con la segunda:

- 1) El **conflicto debe evitarse** a toda costa en nuestra sociedad;
- 2) El **conflicto es parte normal** de nuestra sociedad.

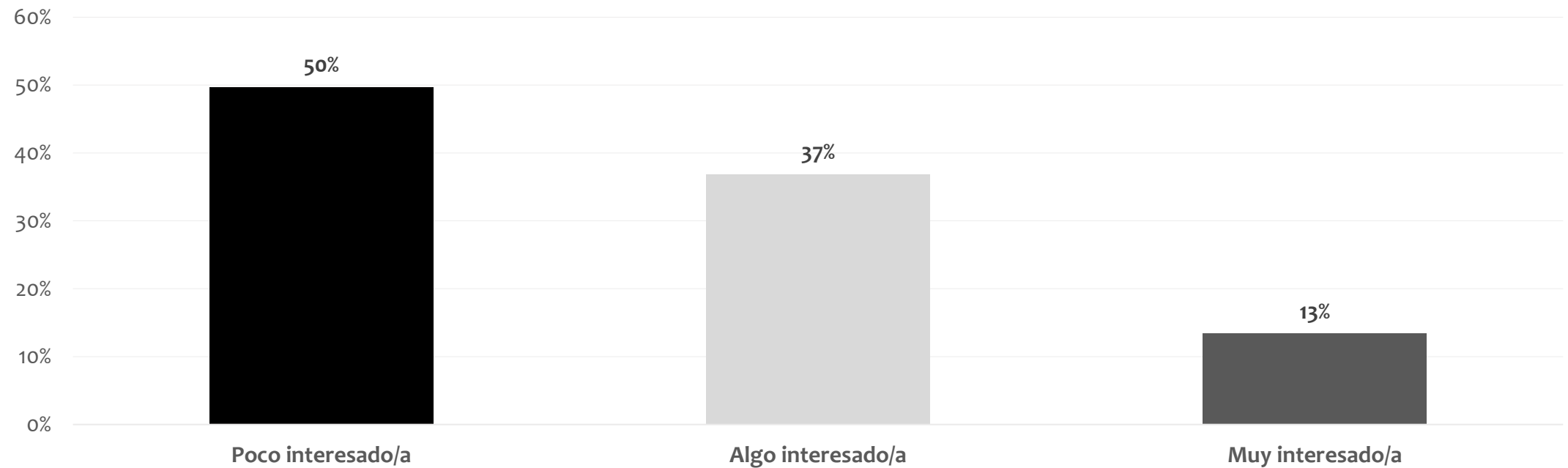




3. CAMPAÑA POLÍTICA

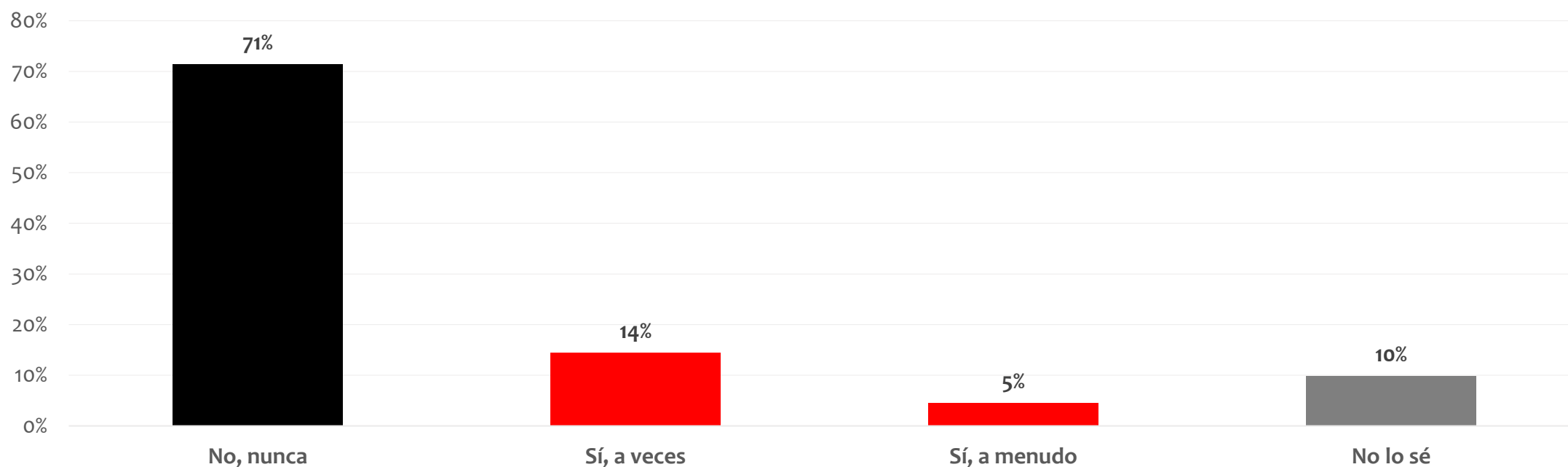
INTERÉS EN LA CAMPAÑA

Hoy en día, algunas personas no ponen mucha atención a las campañas políticas. ¿Y usted? ¿Diría que ha estado muy interesado, algo interesado o poco interesado en las campañas políticas hasta ahora?



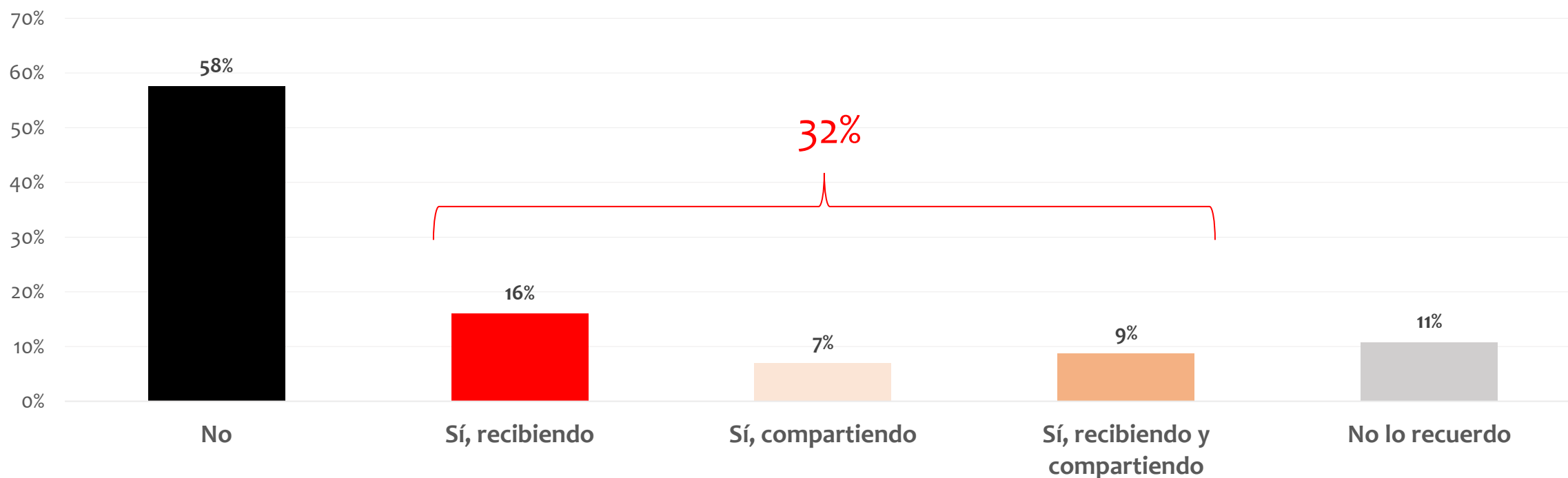
ENTREGA DE APOYO EN CAMPAÑA

¿Entregó apoyo online o a través de un soporte digital a una protesta (como retuitear, compartir, registrarse, publicar usando un hashtag específico) en las últimas semanas?



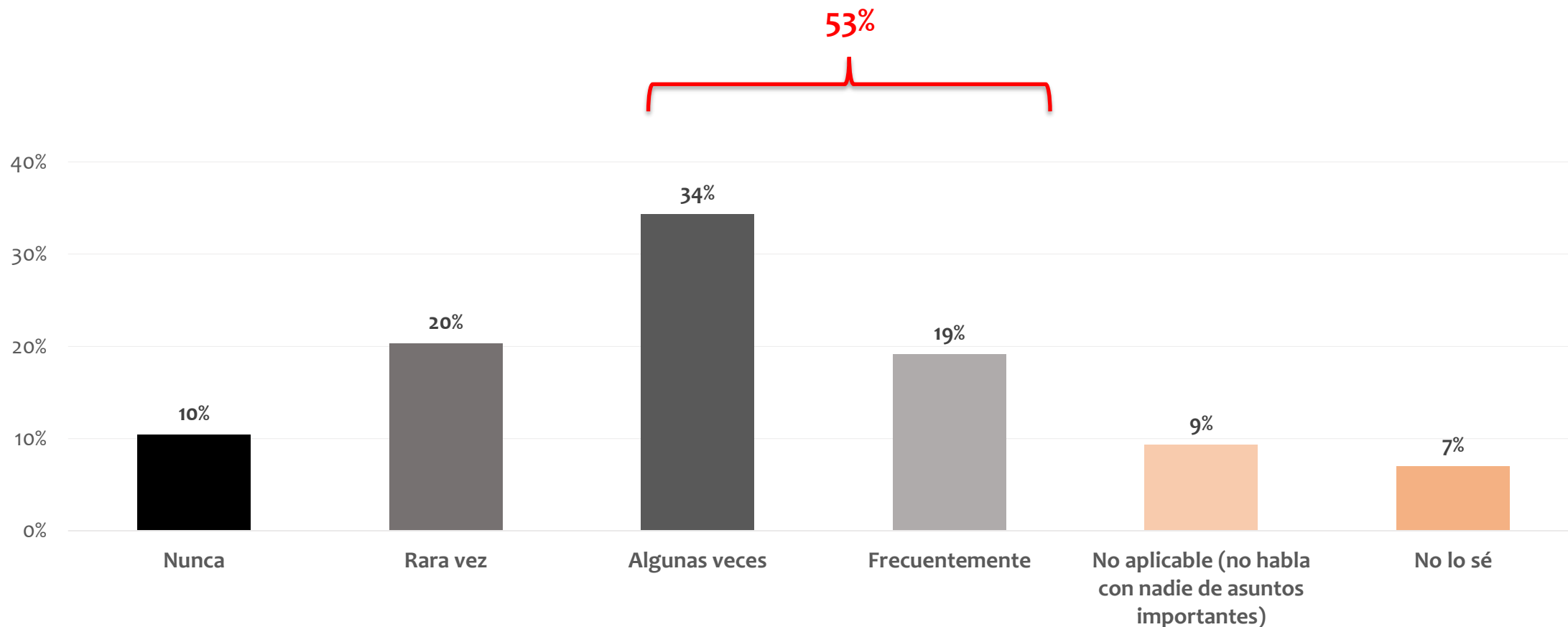
DISTRIBUCIÓN DE INFORMACIÓN

Durante las últimas semanas, ¿ha recibido o compartido información política a través de un chat, una red social o una aplicación de mensajería?



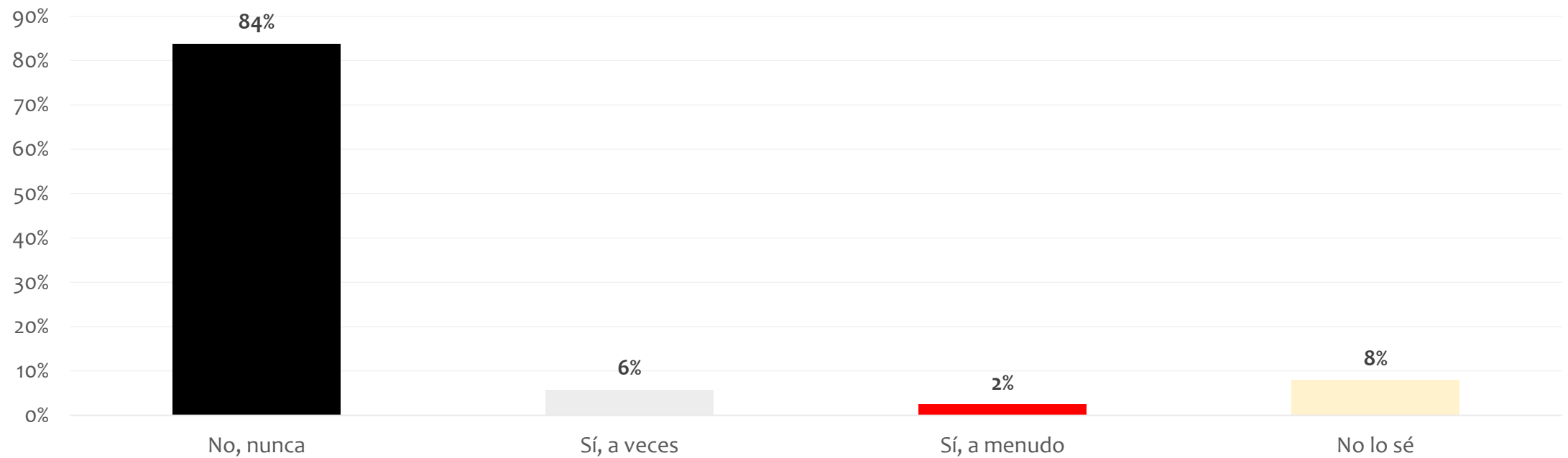
FRECUENCIA DE CONVERSACIONES

Me gustaría que piense en la persona con la que habla más frecuentemente acerca de asuntos importantes. ¿Qué tan frecuentemente habló con esa persona sobre la elección?



ACTIVISMO

¿Participó en una marcha o protesta en las últimas semanas?



ENCUESTA DE OPINIÓN PÚBLICA COMPARATIVE NATIONAL ELECTIONS PROJECT (CNEP)

Ola 1: Escenario previo
a elecciones de primera vuelta



Noviembre 2025