

 Delfos

Opinión Pública | Investigación de Mercado



# ENCUESTA **EXCLUSIVA DEL DÍA**

DATO NACIONAL

# ¿CÓMO SOMOS LOS ARGENTINOS?

DICIEMBRE 2025

INFORME CUANTITATIVO



**LA IDENTIDAD  
ARGENTINA  
NACE DESDE  
LO MORAL,  
NO DESDE LO  
EXITOSO**



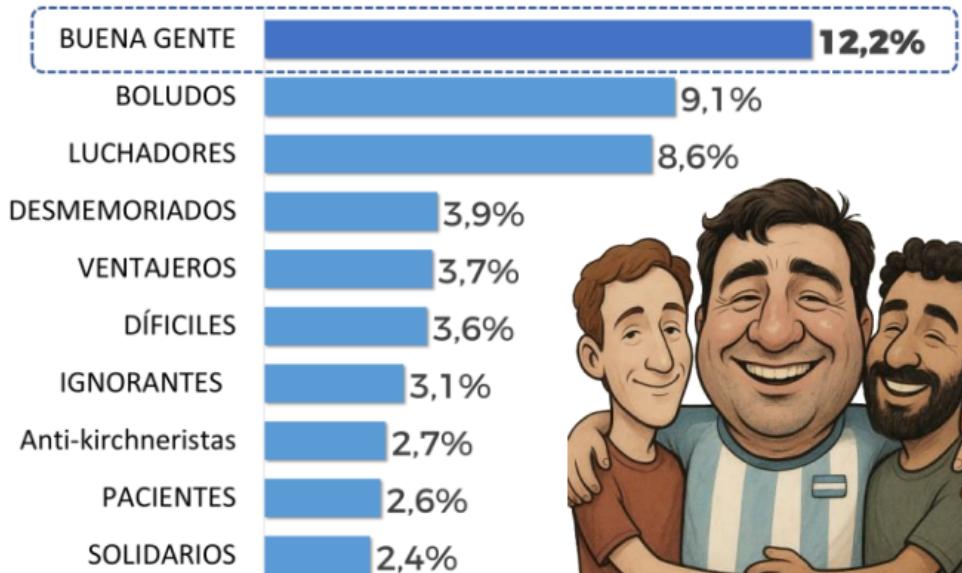
La principal palabra que surge para definirnos es “**Buena gente**” que, junto con calificaciones como luchadores, pacientes y solidarios, da cuenta de una descripción asociada a valores.

Es una autoidentidad amable, defensiva y afectiva que funciona como resistencia en contextos de frustración, una característica política de la historia nacional.

# ¿CÓMO SOMOS LOS ARGENTINOS?

Las ideas de “Luchadores” (8,6%) y “Boludos” (9,1%) aparecen juntas en el podio. Este contraste revela un patrón identitario en el que se reconocen el esfuerzo, la voluntad y el sacrificio, pero sin las recompensas y las reacciones adecuadas. Más bien expresan una expresión de ingenuidad frente a quienes sacan ventaja.

## 10 PRINCIPALES RESPUESTAS





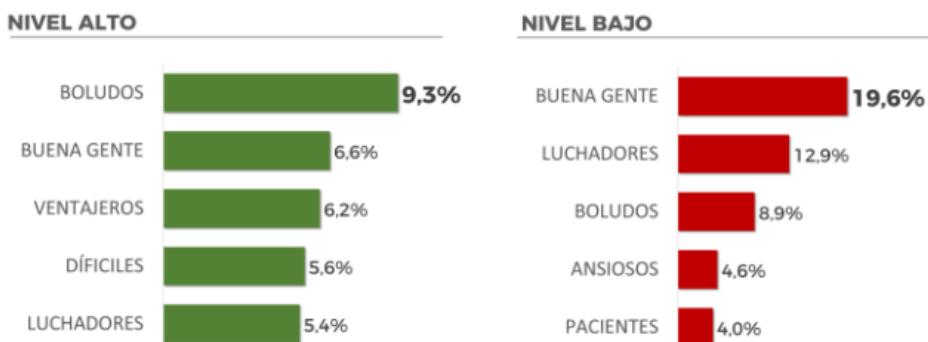
En tanto, términos negativos como “**Desmemoriados**”, “**Ignorantes**”, “**Difíciles**”, “**Ventajeros**” también aparecen entre los primeros atributos espontáneos.

**Esto expresa algo que suele reiterarse:** la crítica hacia el país como espacio colectivo. Es decir, la sociedad se acusa a sí misma “como conjunto”, pero, individualmente, se sigue considerando “buena gente”.

# ¿CÓMO SOMOS LOS ARGENTINOS?

## CUANTO MAYOR EL NIVEL EDUCATIVO, MÁS CRÍTICA LA IDENTIDAD

### 5 PRINCIPALES RESPUESTAS



En el nivel alto, la primera definición es “**Boludos**” (9,3%), mientras que “**Buena gente**” cae al 6,6%. En cambio, en el nivel bajo la identidad es mucho más positiva y moral, con “**Buena gente**” alcanzando el 19,6% y “**Luchadores**” 12,9%.

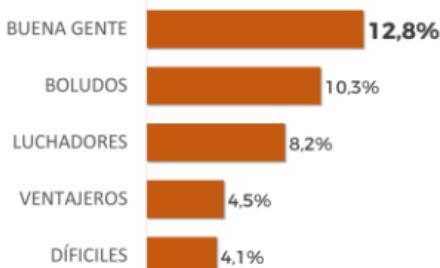
Algo así como que la educación no fortalece la autoestima colectiva, sino que la vuelve más frustrada, y entre los sectores populares se identifican desde la dignidad moral del esfuerzo.

# ¿CÓMO SOMOS LOS ARGENTINOS?

## LOS JÓVENES SE SIENTEN MÁS “BOLUDOS” QUE LOS MAYORES

### 5 PRINCIPALES RESPUESTAS

#### DE 18 A 49 AÑOS



#### DE 50 A 65 AÑOS Y MÁS

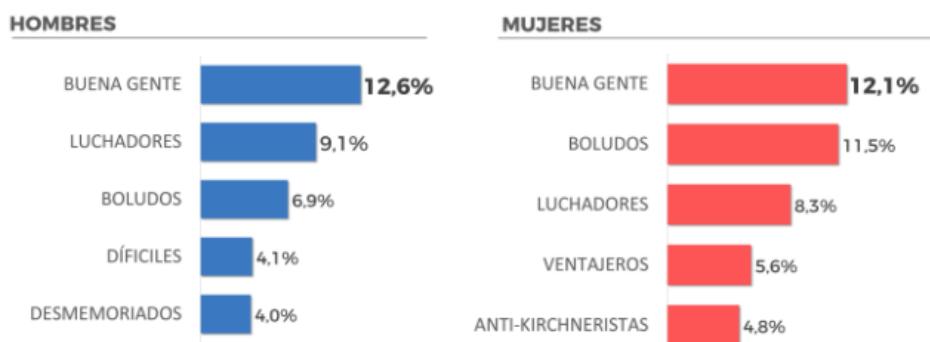


Entre los 18 y 49 años, “Boludos” llega al 10,3%, mientras que entre mayores cae a 6,7%. La palabra “Tontos” aparece solo entre los mayores (4,9%) pero no en los jóvenes. Mientras que en los dos grupos etarios el concepto de Buena Gente, se mantiene a la cabeza.

# ¿CÓMO SOMOS LOS ARGENTINOS?

## LAS MUJERES SE IDENTIFICAN MÁS CON EL ENOJO MORAL

### 5 PRINCIPALES RESPUESTAS



**“Boludos” asciende al 11,5% entre mujeres, superando a “Luchadores” (8,3%).**

Las mujeres también eligen más “Ventajeros” (5,6%) y “Anti-kirchneristas” (4,8%). Los hombres en tanto, le dan prevalencia a la idea de Luchadores.

# ¿CÓMO SOMOS LOS ARGENTINOS?

## LA IDENTIDAD VARÍA TERRITORIALMENTE SEGÚN FRUSTRACIÓN O SUPERVIVENCIA

- En el NOA el rasgo dominante es Buena gente:** 29,1% (identidad comunitaria fuerte).
- En CUYO y BUENOS AIRES prevalece “Boludos”** (sensación de injusticia histórica).
- En el SUR domina “Luchadores”** (12%) con baja autocritica, lo que expresa esfuerzo identitario frente al aislamiento.

### 3 PRINCIPALES RESPUESTAS





En síntesis, los argentinos somos un país que se define más por valores que por resultados. La identidad argentina se refugia en la bondad y el esfuerzo, no en la eficacia. La autocritica no funciona como motor de cambio, sino como catarsis frustrada.

**El mérito se percibe como injusto:** el que se esfuerza no es premiado. Y los sectores populares sostienen la autoestima nacional, mientras que las clases medias y altas la cuestionan.

# **FICHA TÉCNICA**

---

**Objetivo metodológico:** investigación sistemática y cuantitativa, sobre indicadores vinculados a la situación política del país.

**Unidad de análisis:** relevamiento sobre unidades muestrales tomadas del universo constituido por habitantes de la Argentina mayores de 18 años.

**Tipo de muestra:** encuesta directa, individual y CAWI (online).

**Tamaño de la muestra:** 1.911 casos.

**Instrumentos:** planillas individuales con interrogantes abiertos, cerrados y de múltiple opción.

**Fecha del campo:** el relevamiento se realizó entre los días 13 y 26 de noviembre de 2025.

**Nivel de confianza:** con una confiabilidad del 0,95 el cálculo arroja un error de muestreo de +/- 2,2%.

**Dirección del proyecto:** Luis Dall' Aglio.

**Coordinación y supervisión de campo:** Daniel Petoletti.

**Diseño de instrumentos y líder de proyecto:** Lic. Norman Berra.

**Análisis:** Luis Dall' Aglio.

**Edición de Informes:** Carla Alaniz.