



Principales Resultados

Costo de la vida en Chile y el mundo

Mayo de 2025

Estudio realizado por Activa en conjunto
con Worldwide Independent Network of
Market Research, WIN.



WIN

Worldwide
Independent Network
Of Market Research



ANTECEDENTES

Aumento del costo de la vida

El aumento en el costo de la vida se ha convertido en una preocupación transversal en muchos países, impactando directamente en las decisiones cotidianas de millones de personas. Este estudio busca revelar cómo la presión económica —uno de los principales problemas que afecta a las familias en Chile y el mundo— influye en sus hábitos de consumo, ahorro y planificación. En América Latina, por ejemplo, según datos de CEPAL (2023), "el alza sostenida en el costo de productos básicos y servicios esenciales ha tenido un impacto desproporcionado en los hogares con menores ingresos, profundizando desigualdades preexistentes en la región".

En este marco, **Activa Research** en sociedad con **WIN** (Worldwide Independent Network of Market Research), han realizado un estudio de manera conjunta, que busca comprender de qué manera los hogares están adaptando sus prioridades ante el complejo escenario económico global.

Esta investigación cuenta con **35.515 entrevistas** realizadas en **39 países** alrededor del mundo, ofreciendo una mirada global y general sobre una problemática contingente y de tremenda relevancia.

CEPAL. (2023). *Informe especial sobre la evolución de los precios y su impacto en los hogares en América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
<https://www.cepal.org/es/publicaciones>



01

Presentación



Este estudio se ha realizado en cumplimiento de la **norma ISO 20.252**, norma internacional que establece los términos y definiciones, así como los requisitos de servicio para organizaciones y profesionales que llevan a cabo investigaciones de mercado, social y opinión.



Activa declara toda información y/o materiales recibidos por el cliente es confidencial, de su propiedad y en ningún caso usada para algún propósito que el permitido o requerido por el encargo que le ha sido conferido. Activa mantendrá los registros primarios y secundarios de forma indefinida en sus servidores de respaldos, aplicando todas las medidas de seguridad y confidencialidad activas a menos que el cliente indique lo contrario.



WIN: Worldwide Independent Network of Market Research

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION

www.winmr.com

WIN es una red global que realiza investigaciones de mercado y sondeos de opinión en todos los continentes.

Los 75 socios de WIN son las mayores empresas de investigación de mercado y encuestas independientes en cada uno de sus respectivos países.

WIN se caracteriza por:

- **Liderazgo de pensamiento:** acceso a un grupo de los expertos más destacados y empresarios en Investigación de mercado, encuestas y consultoría
- **Flexibilidad:** soluciones globales y locales a medida para satisfacer las necesidades de los clientes
- **Innovación:** acceso a la última consultoría estratégica, desarrollo de herramientas y soluciones de marca
- **Expertos locales:** acceso a una red de expertos que realmente entienden la cultura local, el mercado y las necesidades comerciales
- **Confianza:** la más alta calidad de miembros talentosos en todos los países cubiertos

02

Metodología



Un total de **35.515 personas** fueron encuestadas globalmente en **39 países**. El levantamiento de la información, a nivel global, se realizó entre **diciembre de 2024 y enero de 2025**.

La muestra de Chile fue ponderada de acuerdo con el peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo. El margen de Error Muestral es de un **+/- 3,0%**, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.



Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Croacia, Ecuador, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hong Kong, India, Indonesia, Irlanda, Italia, Japón, Laos, Malasia, Marruecos, México, Países Bajos, Noruega, Pakistán, Paraguay, Perú, Filipinas, Polonia, Serbia, Eslovaquia, Eslovenia, Corea del Sur, España, Suecia, Tailandia, Turquía, Reino Unido, Estados Unidos Vietnam.



Diseño de investigación

Estudio cuantitativo, sobre la base de 1.095 entrevistas a través de un panel online.

Población en estudio

Mujeres y hombres mayores de 18 años, pertenecientes a los grupos socioeconómicos (GSE) C1, C2, C3 y DE.
Residentes de Santiago y Regiones.

Diseño Muestral

Se realizó un total de 1.095 entrevistas, estratificas aporporcionalmente por GSE, sexo y edad.

NSE	Tamaño Muestral	Error Muestral
C1	277	5,9%
C2	500	4,4%
C3	229	6,5%
D	89	10,4%
TOTAL	1.095	3,0%

Instrumento de medición

Cuestionario de 15 minutos de duración promedio.

Fecha de campo en Chile

Enero de 2025.

Ponderación

La muestra fue ponderada de acuerdo al peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo 2017. El margen de Error Muestral es de un +/- 3,0%, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.

03

Resultados

activasite.com



Costo de la vida y gastos



Como resultado del aumento del costo de la vida, ¿cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor su situación?

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

Chile

■ He reducido gastos
■ Planeo reducir gastos
■ No estoy planeando hacer cambios
■ No sabe

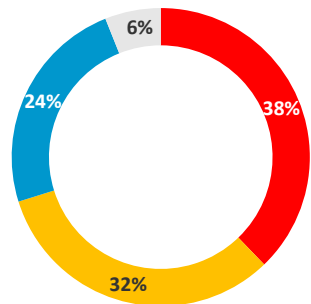
% Total población

■ Ya he reducido algunos gastos en los últimos meses

■ Estoy planeando reducir gastos en los próximos meses

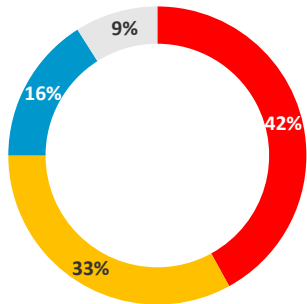
■ No estoy planeando hacer cambios por ahora, en los próximos meses

■ No Sabe / No Responde



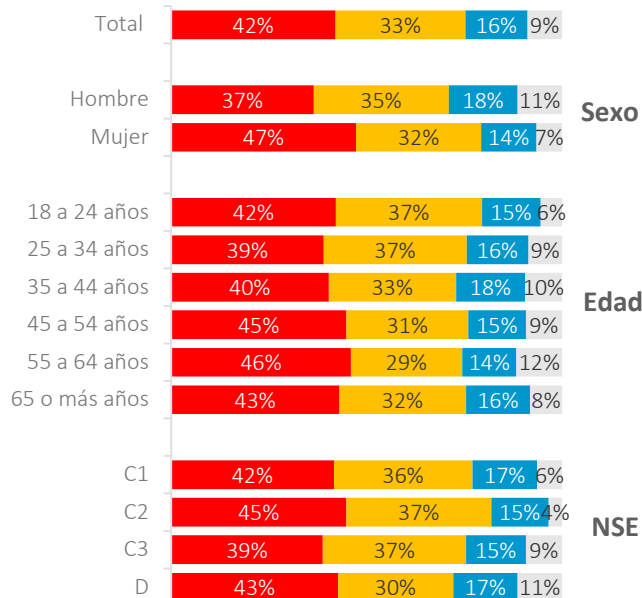
2024 | 23% 30% 42%

Global



2024 | 11% 30% 51%

Chile



Como resultado del aumento del costo de la vida, ¿cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor su situación?

V/S composición del hogar

Chile

Situación ante aumento del costo de la vida V/S composición del hogar

	Vive solo/a	Pareja con hijos/as	Pareja sin hijos/as	Pareja con hijos que no viven en casa	Vivo con amigos	Padre/madre soltero(a) con hijos/as	Total muestra
Ya he reducido algunos gastos en los últimos meses	35%	38%	43%	47%	40%	52%	42%
Estoy planeando reducir gastos en los próximos meses	38%	42%	30%	22%	27%	30%	33%
No estoy planeando hacer cambios, por ahora, en los próximos meses	14%	14%	16%	22%	21%	11%	16%
No sabe	14%	6%	11%	10%	12%	8%	9%

Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 35.515 ;E.M +/- 0,5%). Base Chile: total de entrevistas (N: 1.095;E.M +/- 3,0%)

Como resultado del aumento del costo de la vida, ¿cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor su situación?

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION



58%

de las madres solteras que viven en Chile **ya ha reducido gastos en los últimos meses.**



Como resultado del aumento del costo de la vida, ¿cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor su situación?

V/S frecuencia con la que sufren
de estrés

Chile

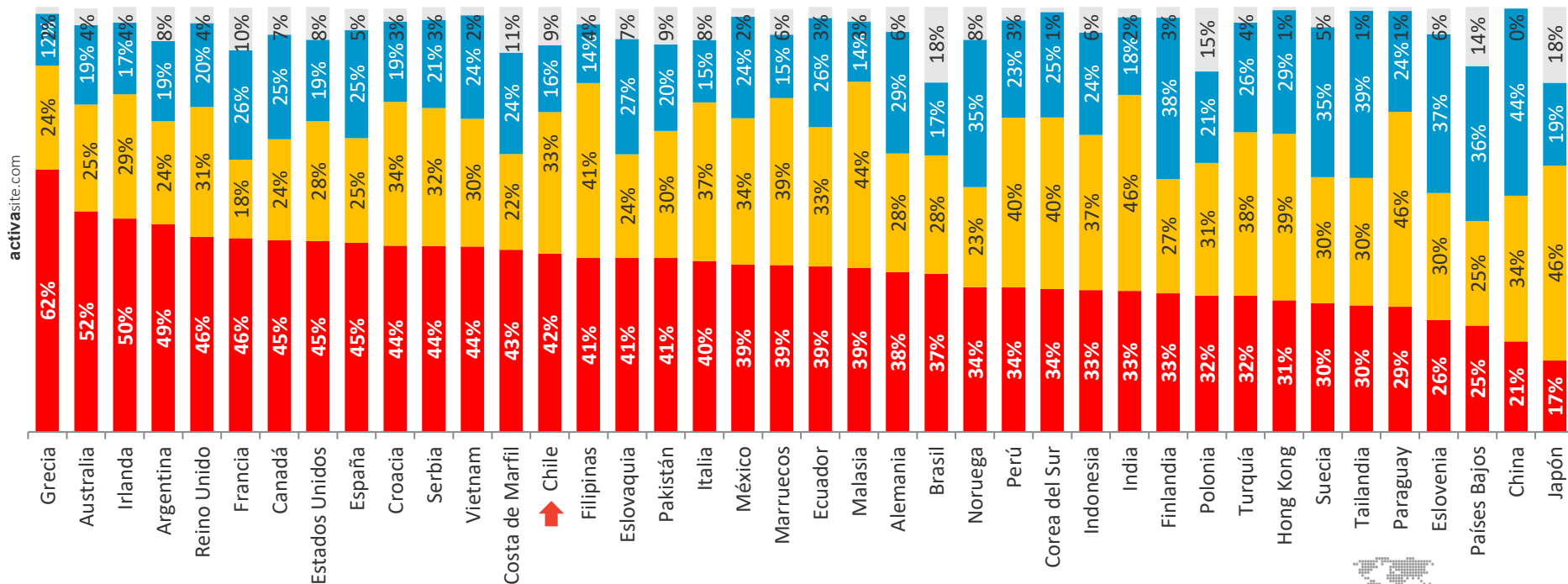
Situación ante aumento del costo de la vida V/S frecuencia con la que sufren de estrés				
	Sufre muy frecuentemente o frecuentemente de estrés	Sufre a veces de estrés	Sufre nunca o casi nunca de estrés	Total muestra
Ya he reducido algunos gastos en los últimos meses	46%	46%	31%	42%
Estoy planeando reducir gastos en los próximos meses	33%	33%	36%	33%
No estoy planeando hacer cambios, por ahora, en los próximos meses	12%	15%	24%	16%
No sabe	14%	6%	11%	9%

activa.site.com

Como resultado del aumento del costo de la vida, ¿cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor su situación?

% Total Población

■ Ya he reducido algunos gastos en los últimos meses ■ Estoy planeando reducir gastos en los próximos meses ■ No estoy planeando hacer cambios por ahora, en los próximos meses ■ No Sabe / No Responde



#Gracias

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION