



Principales Resultados

Estudio Generaciones

Estudio Generaciones, Radiografía la población
chilena y mundial.

14 de julio de 2025

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



Worldwide
Independent Network
Of Market Research

ANTECEDENTES

Brecha generacional

Durante las últimas décadas, en Chile se ha experimentado un aumento en la brecha generacional en los más diversos ámbitos, tales como la visión de mundo o el manejo tecnológico, como resultado de dos procesos: primero, un mundo que cambia a un ritmo acelerado, en donde cada vez es más difícil estar al tanto de todos estos cambios y, en segundo lugar, la transformación de la pirámide poblacional.

Bajo este contexto, y con motivo de que el 11 de julio es el **día mundial de la población**, **Activa Research**, en sociedad con **WIN** (Worldwide Independent Network of Market Research), han realizado un estudio de manera conjunta, con el objetivo de identificar la percepción y disposición de las personas en relación con temáticas como tener hijos, dejar de sentirse joven o tomar medidas para prepararse para la vejez.

Esta investigación cuenta con **33.866 entrevistas** realizadas en **39 países** alrededor del mundo, ofreciendo una mirada global y general sobre una problemática de gran relevancia.



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



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



Planes de tener hijos



¿Planeas tener hijos en el futuro?

% Total Población

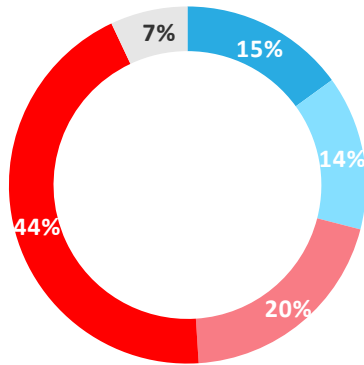
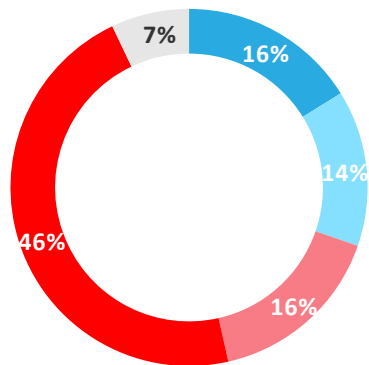
ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION

Chile

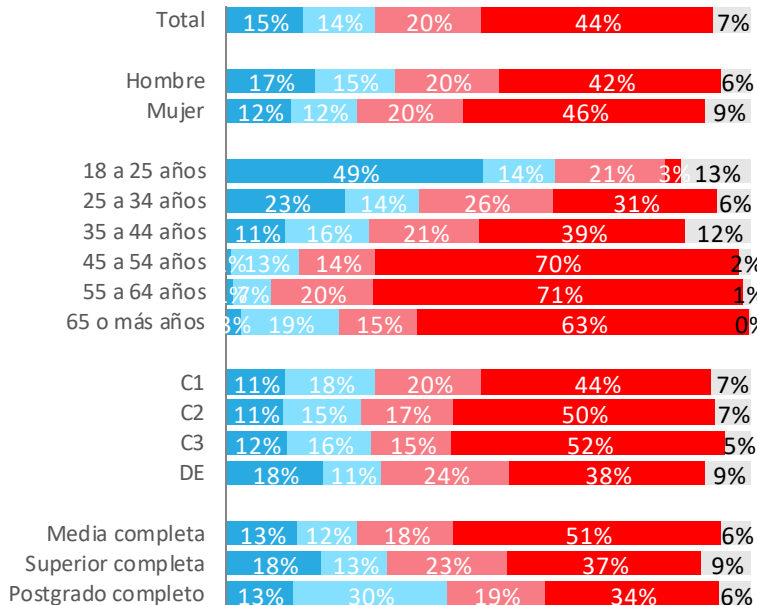
- Sí y no tengo hijos/as
- No y no tengo hijos/as
- No sabe
- Sí y ya tengo hijos/as
- No y ya tengo hijos/as

Global

Chile



- Sí y no tengo hijos/as
- No y no tengo hijos/as
- No sabe
- Sí y ya tengo hijos/as
- No y ya tengo hijos/as



¿Planeas tener hijos en el futuro?

% Total Población

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

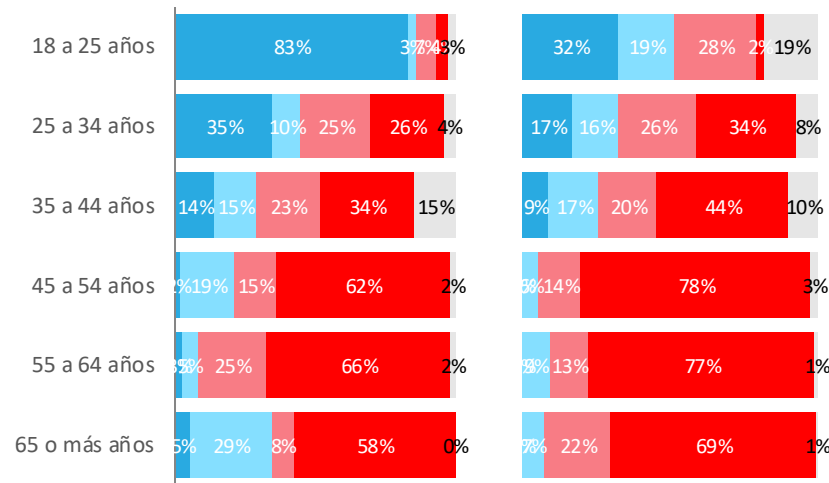
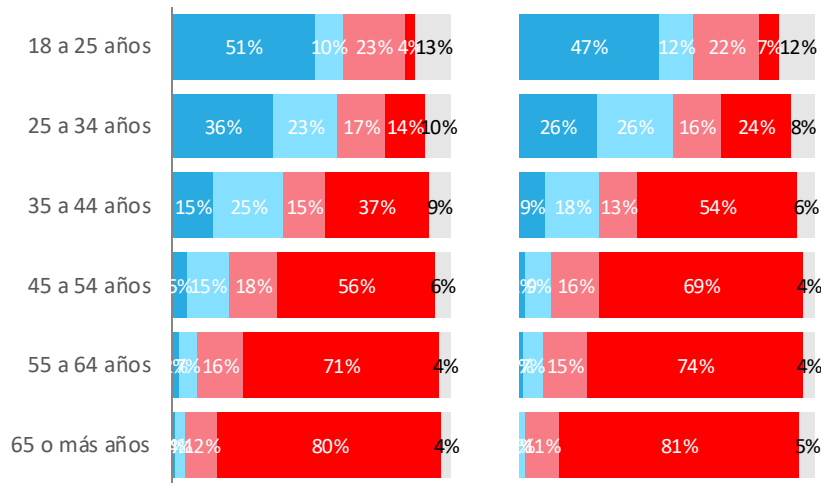
■ Sí y no tengo hijos/as ■ Sí y ya tengo hijos/as
■ No y no tengo hijos/as ■ No y ya tengo hijos/as
■ No sabe

Global

Chile



activa.site.com



¿Planeas tener hijos en el futuro?

% Total Población

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

TOTAL - 2025

GLOBAL | 16% 14% 16% 46% 7%

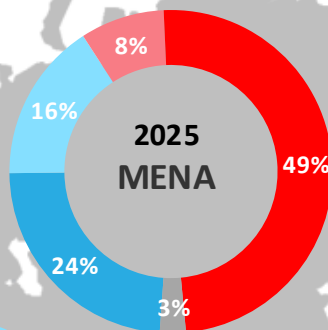
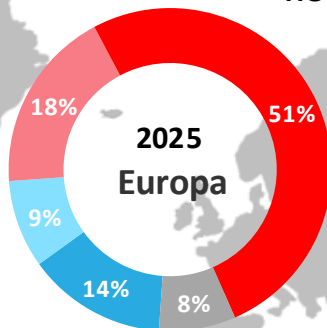
MUJER | 14% 14% 15% 50% 7%

HOMBRE | 18% 15% 17% 42% 8%

MUJER | 14% 8% 18% 53% 8%

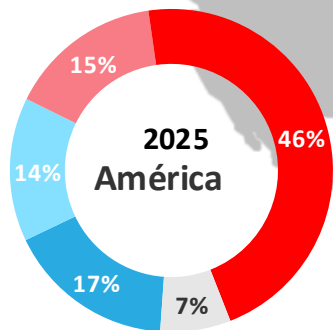
HOMBRE | 14% 10% 19% 49% 8%

Sí y no tengo hijos/as	Sí ya tengo hijos/as	No y no tengo hijos/as	No y ya tengo hijos/as	NS/NR



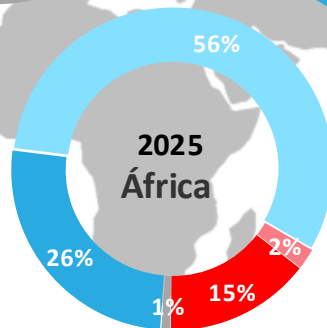
MUJER | 21% 12% 10% 54% 3%

HOMBRE | 26% 19% 7% 44% 3%



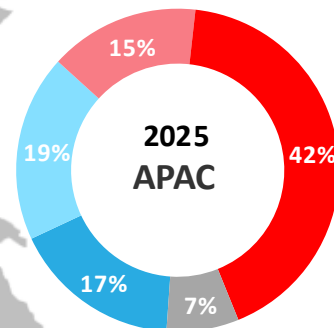
MUJER | 14% 12% 14% 53% 6%

HOMBRE | 19% 16% 17% 39% 8%



MUJER | 25% 54% 2% 18% 1%

HOMBRE | 27% 58% 3% 12% 1%



MUJER | 13% 20% 15% 46% 6%

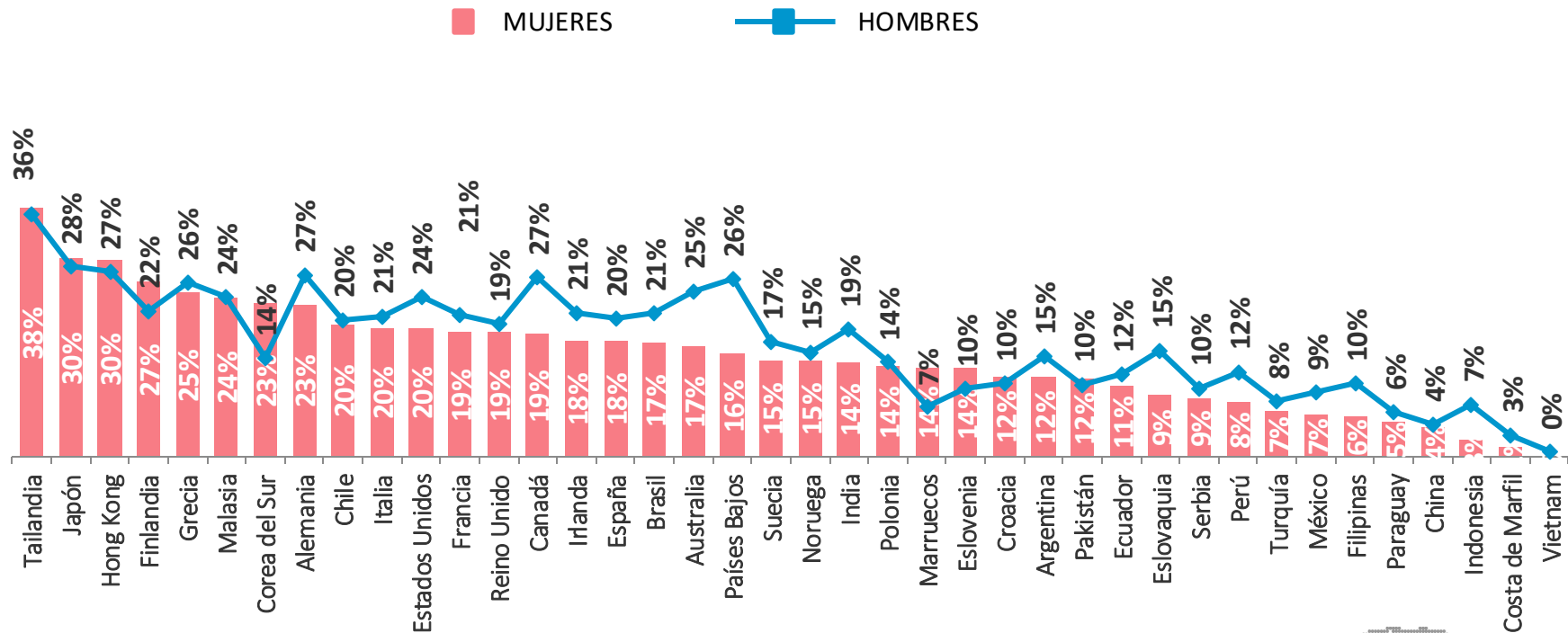
HOMBRE | 21% 18% 15% 39% 8%



¿Planeas tener hijos en el futuro?

% Total Población, No y no tengo hijos

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION



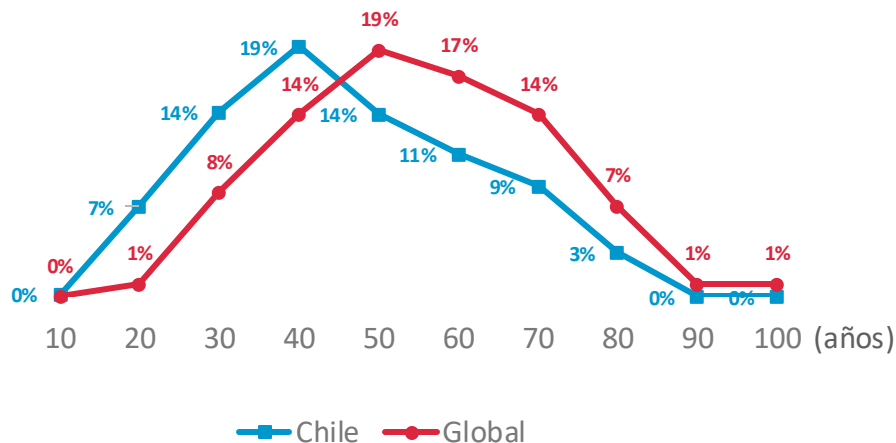
Comenzar a sentirse viejo/a



En su opinión, ¿a qué edad uno empieza a sentirse viejo?

Media Edad (años)

Chile	Global
49	53



Chile

Sexo		Media Edad
	Hombre	48
	Mujer	50

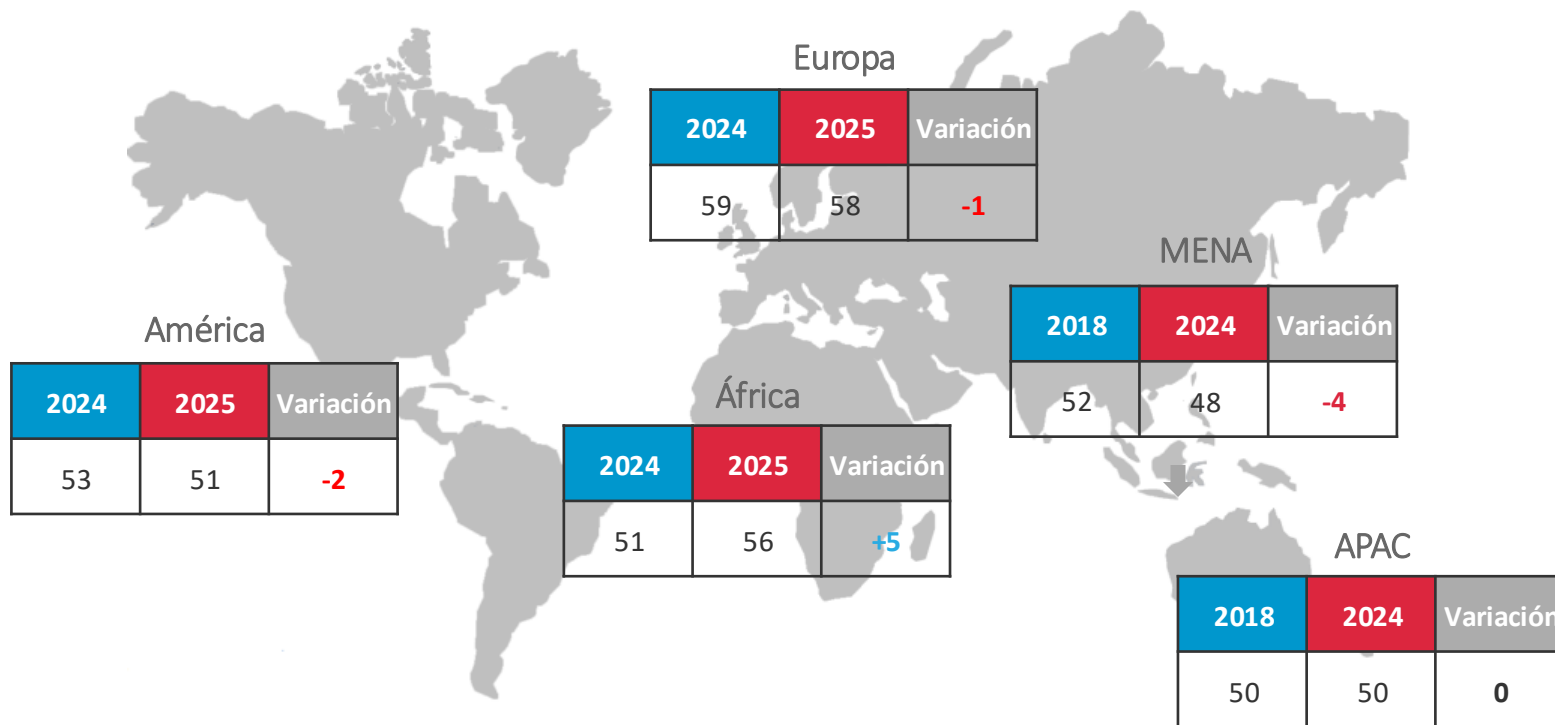
Edad	18 a 24 años	39
	25 a 34 años	43
	35 a 44 años	46
	45 a 54 años	55
	55 a 64 años	63
	65 años o más	62

GSE	C1	50
	C2	51
	C3	50
	DE	46

Educación	Media completa	49
	Educación superior completa	48
	Postgrado completo	52



En su opinión, ¿a qué edad uno empieza a sentirse viejo?

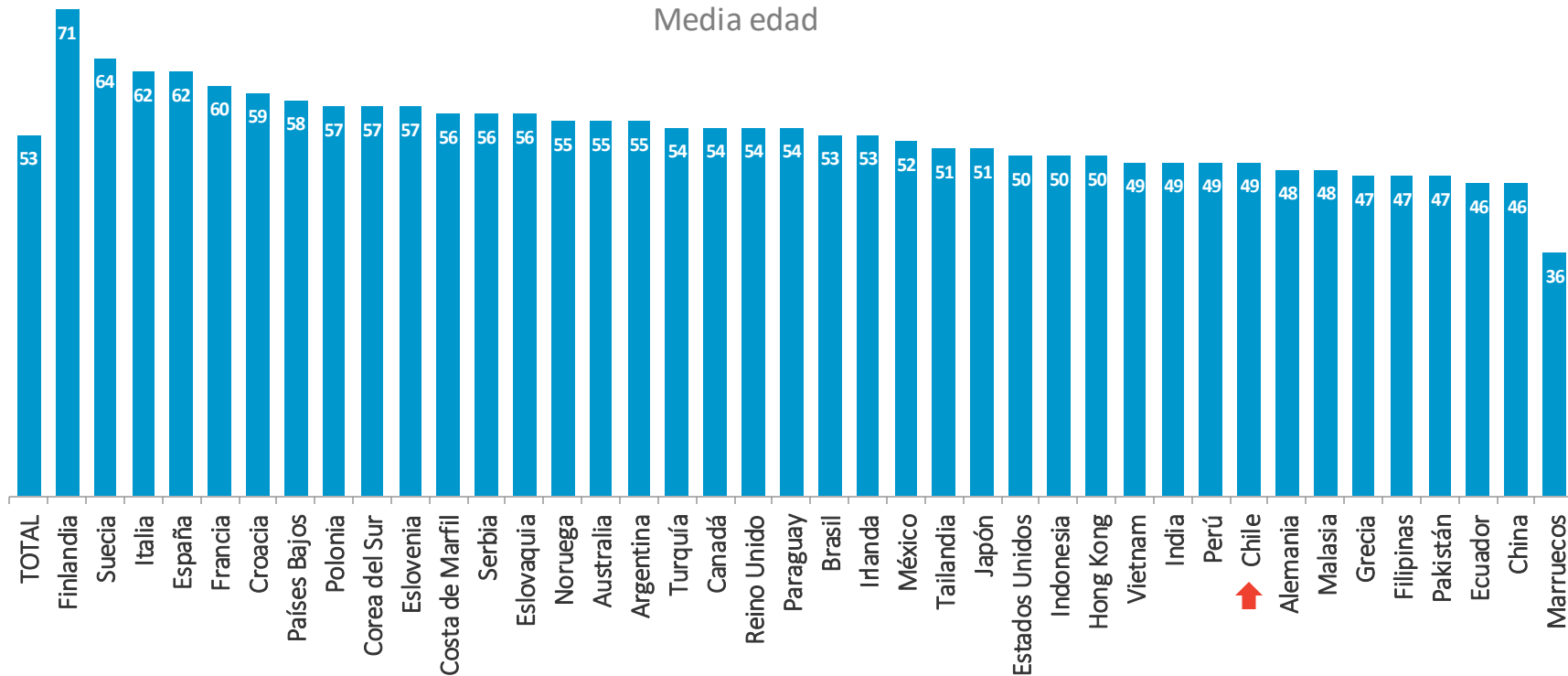




En su opinión, ¿a qué edad uno empieza a sentirse viejo?

Chile en el mundo

Media edad



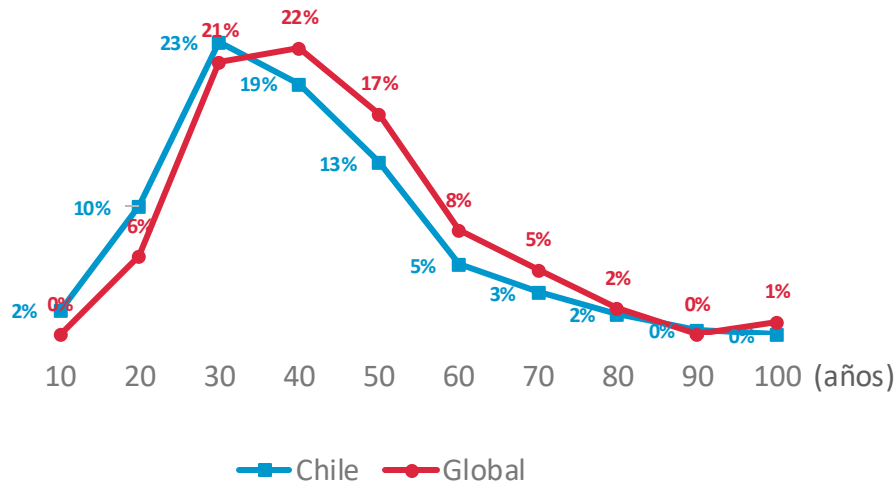
Dejar de sentirse joven



En su opinión, ¿a qué edad uno deja de sentirse joven?

Media Edad (años)

Chile	Global
42	41

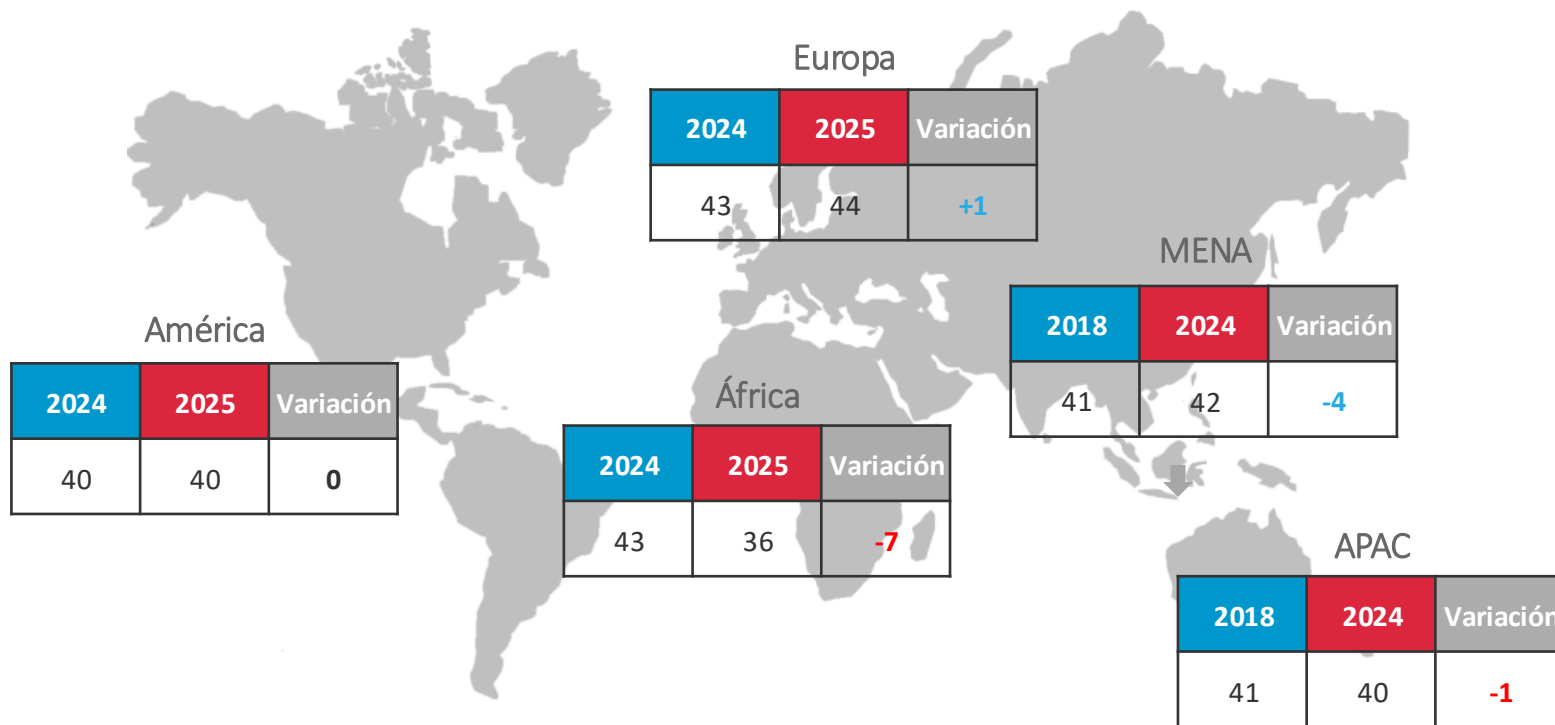


Chile

		Media Edad
Sexo	Hombre	41
	Mujer	42
Edad	18 a 24 años	34
	25 a 34 años	36
	35 a 44 años	41
	45 a 54 años	46
	55 a 64 años	52
	65 años o más	49
GSE	C1	42
	C2	44
	C3	44
	DE	39
Educación	Media completa	42
	Educación superior completa	42
	Postgrado completo	44



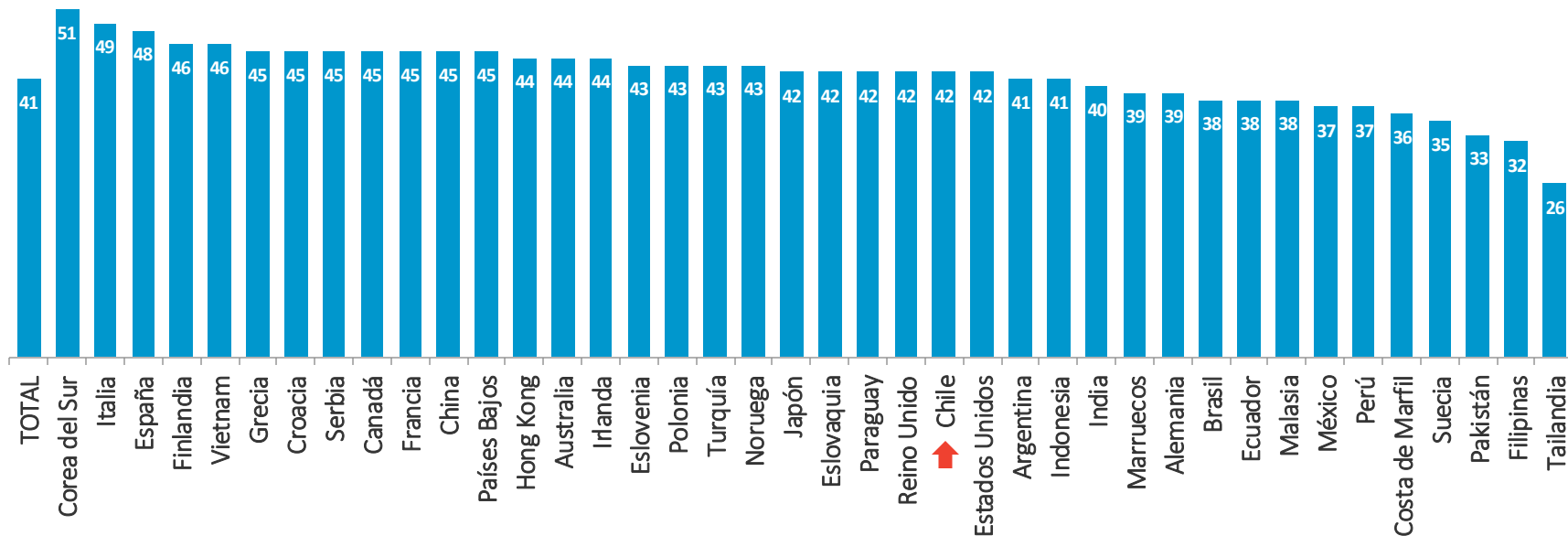
En su opinión, ¿a qué edad uno deja de sentirse joven?



En su opinión, ¿a qué edad uno deja de sentirse joven?

Chile en el mundo

Media edad



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%)

¿La calidad de vida es
más importante que la
duración de la vida?



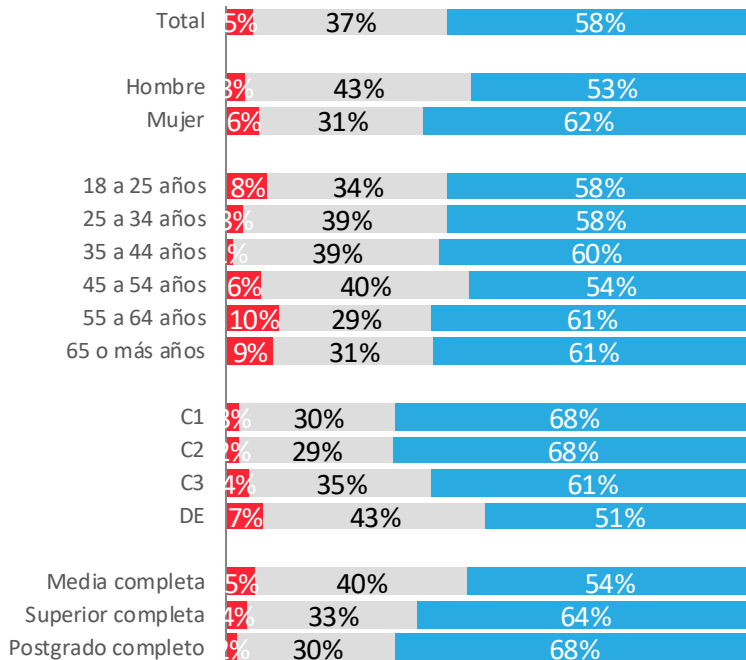
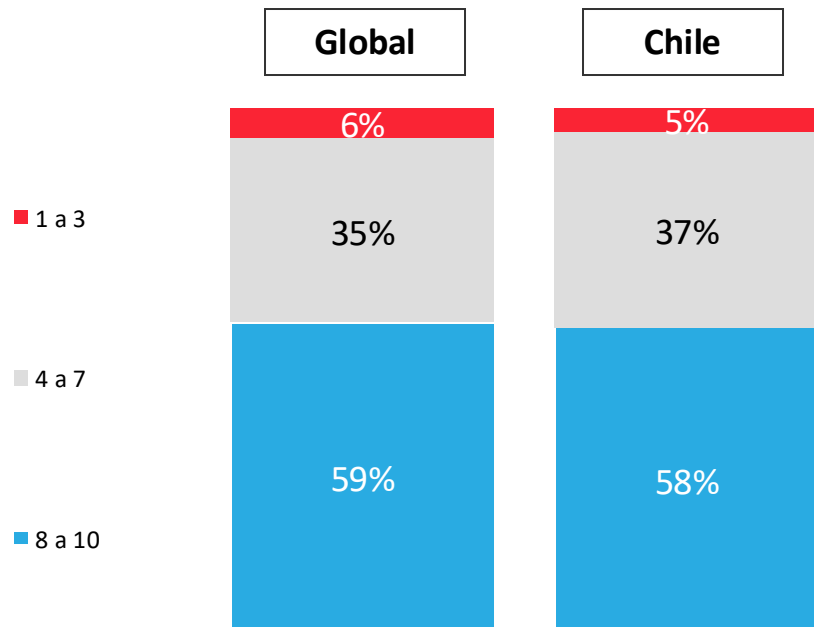
¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? **La calidad de vida es más importante que la duración de la vida**

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

% Total Población

Chile

■ 1 a 3 ■ 4 a 7 ■ 8 a 10



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? La calidad de vida es más importante que la duración de la vida

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

1 – No estoy nada de acuerdo

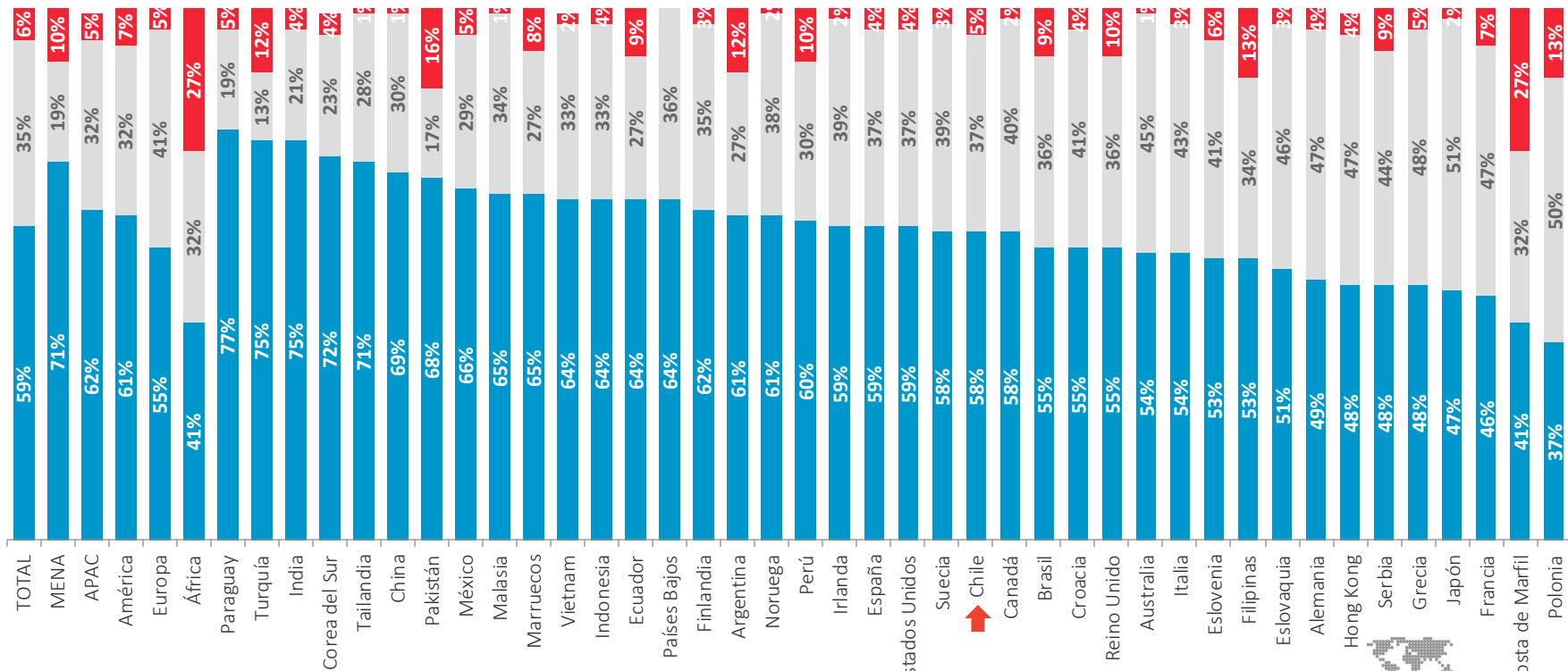
10 – Completamente de acuerdo

% Total Población

1 a 3

4 a 7

8 a 10



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%)

¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? **La calidad de vida es más importante que la duración de la vida**

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION

1 – No estoy nada de acuerdo

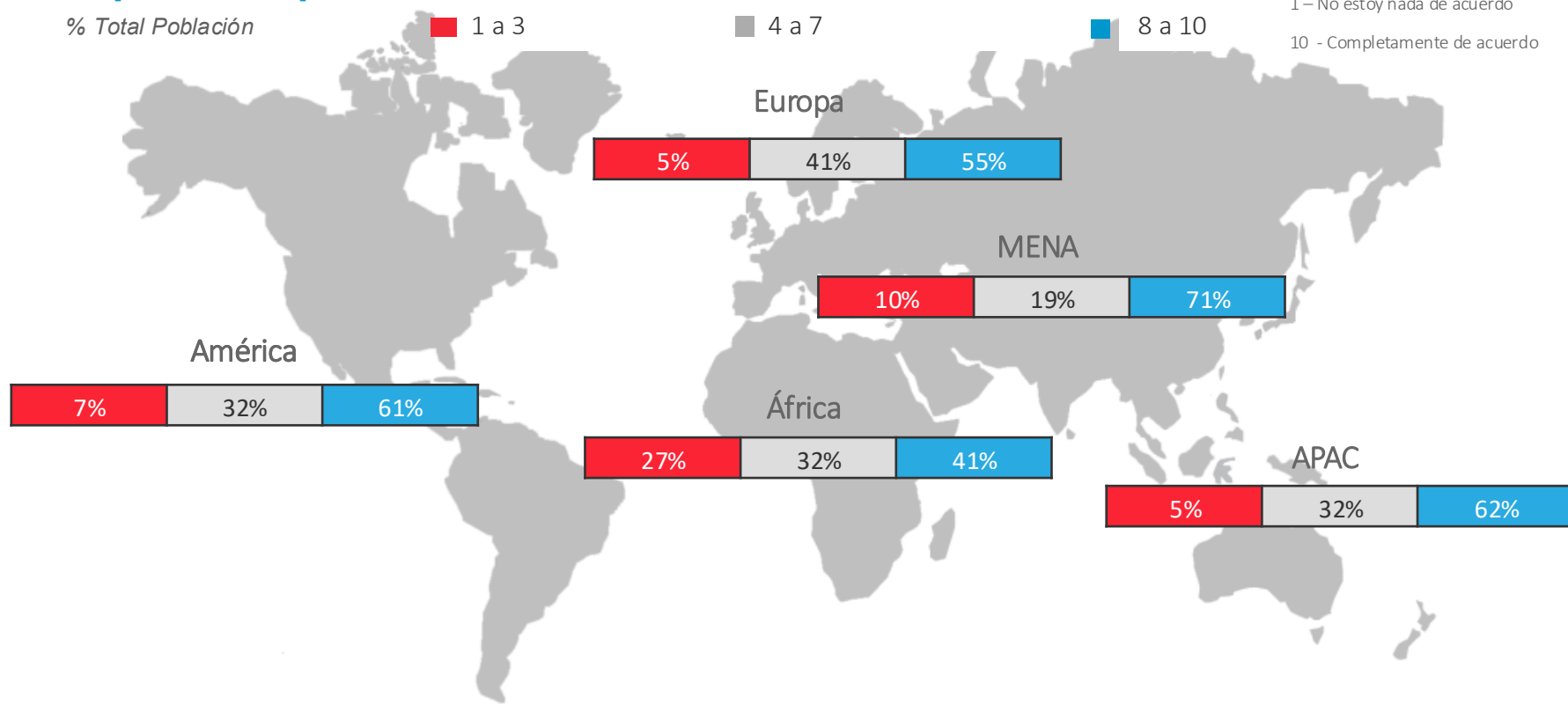
10 – Completamente de acuerdo

% Total Población

■ 1 a 3

■ 4 a 7

■ 8 a 10



Tomar medidas para prepararse para la vejez (planificación financiera, previsión médica, etc)

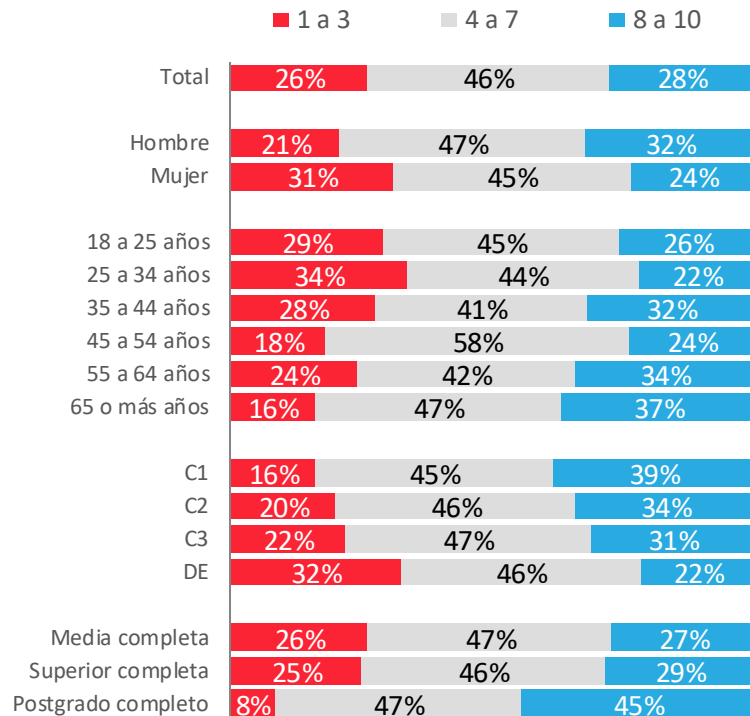
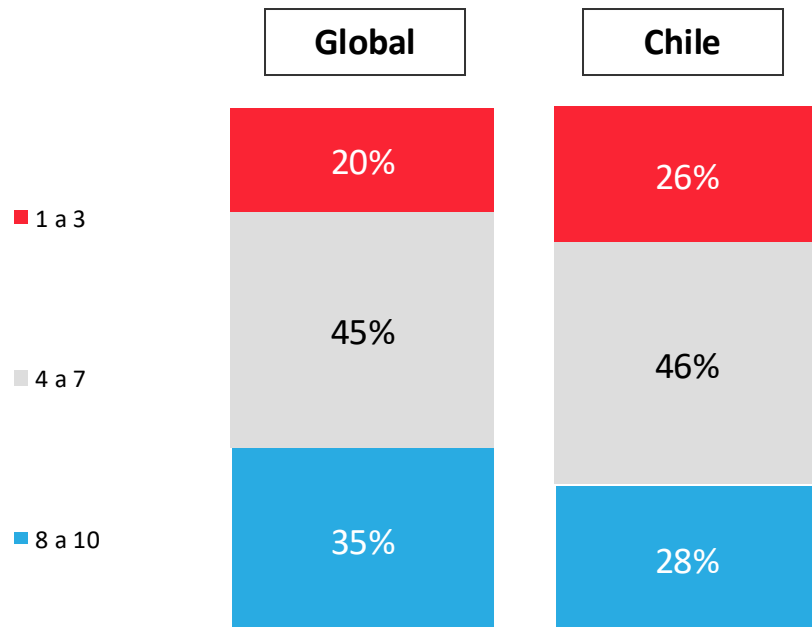


¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? **Estoy tomando/he tomado medidas para prepararme para la vejez**

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

Chile

% Total Población





¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? **Estoy tomando/he tomado medidas para prepararme para la vejez**

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

1 – No estoy nada de acuerdo

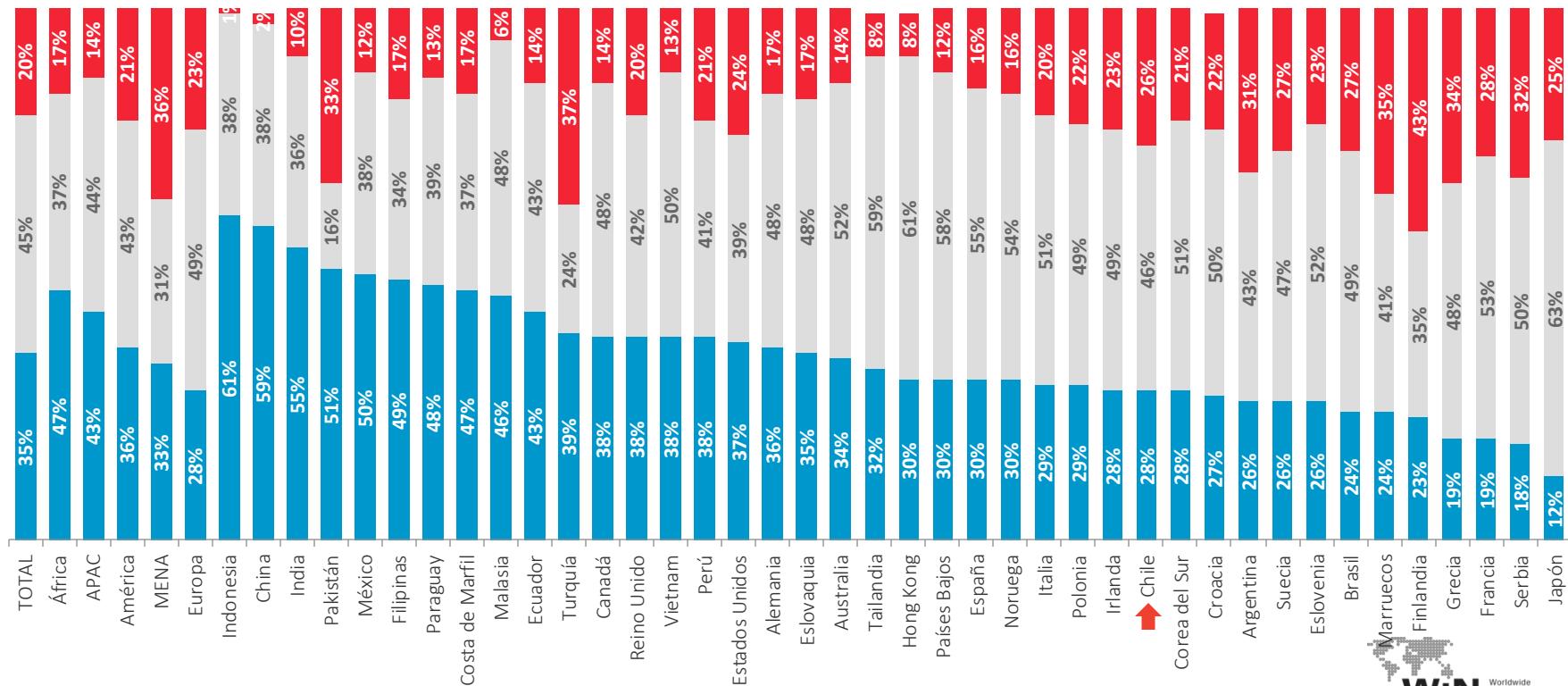
10 – Completamente de acuerdo

% Total Población

■ 1 a 3

■ 4 a 7

■ 8 a 10



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? **Estoy tomando/he tomado medidas para prepararme para la vejez**

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

1 – No estoy nada de acuerdo

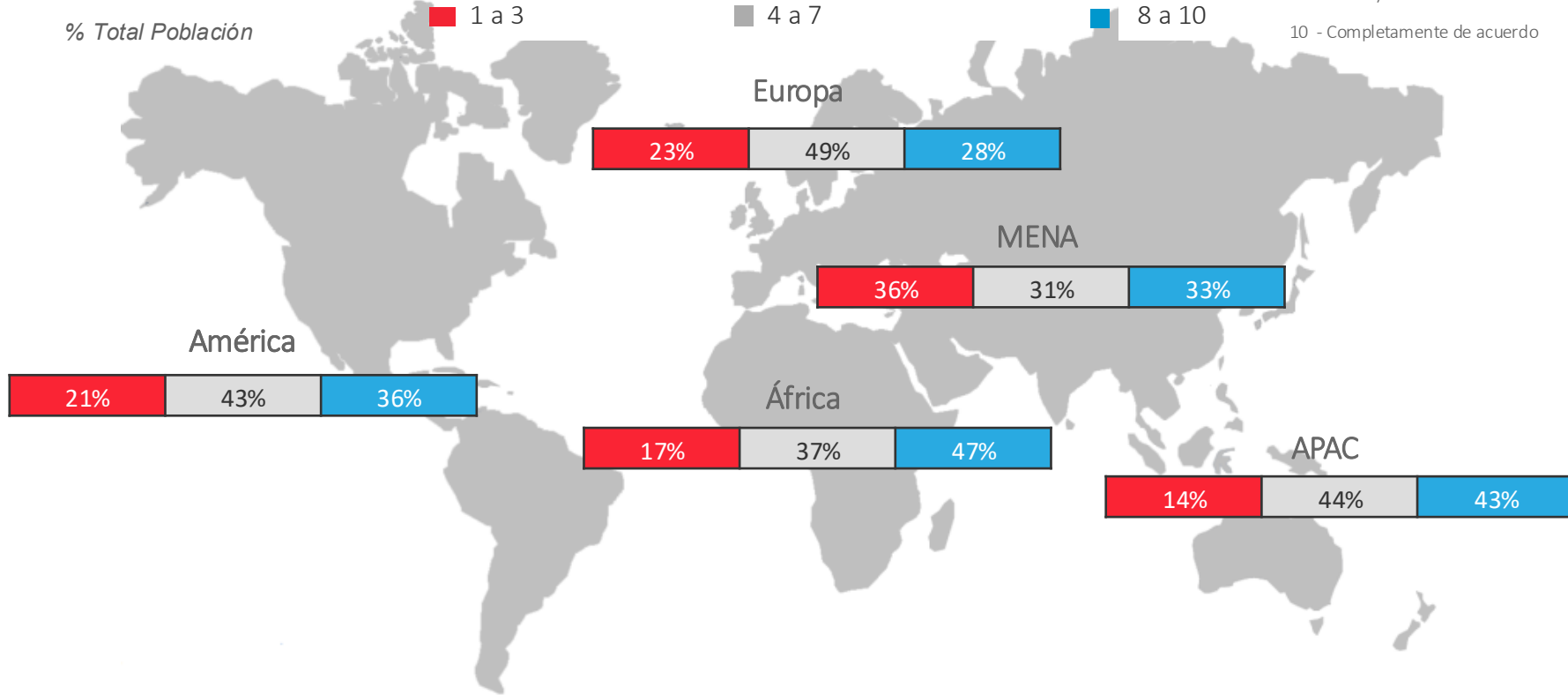
10 – Completamente de acuerdo

% Total Población

■ 1 a 3

■ 4 a 7

■ 8 a 10



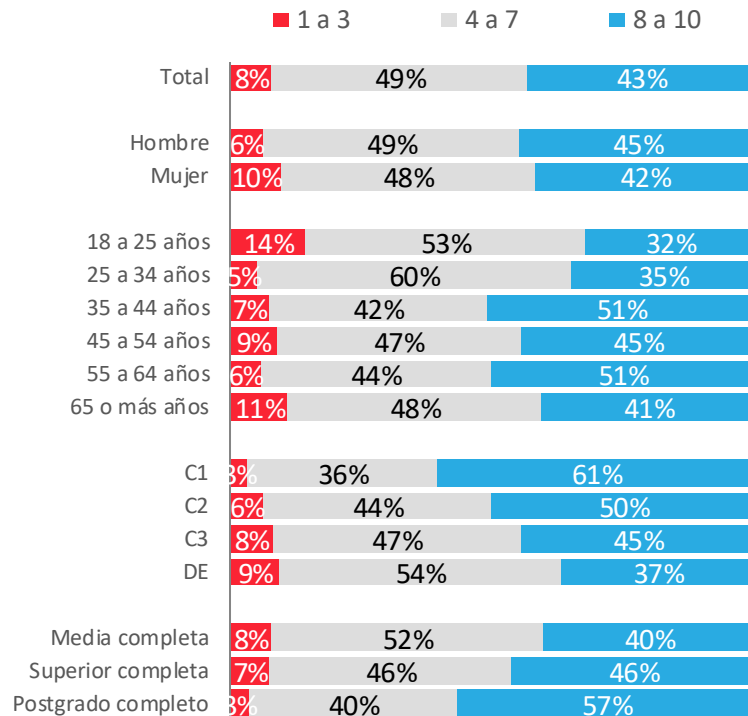
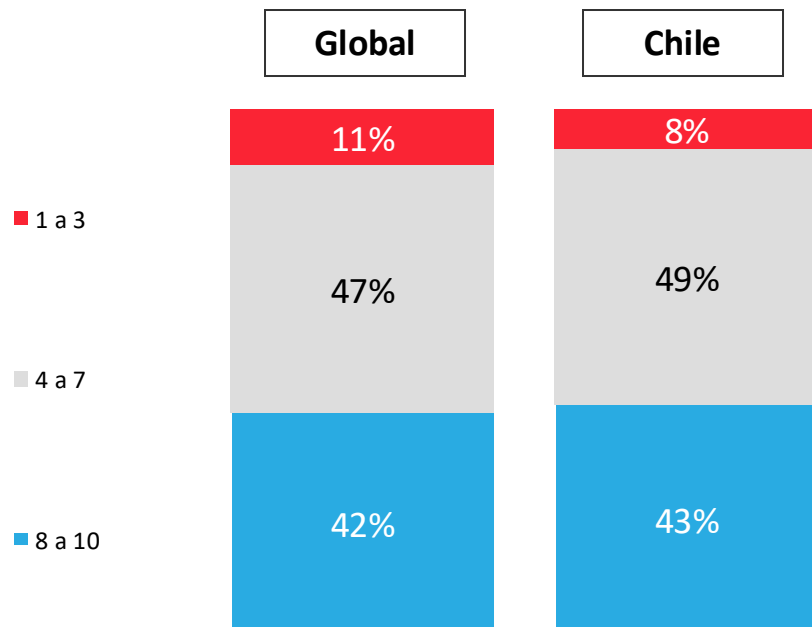
Tecnología, avances médicos y esperanza de vida



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? **La tecnología y los avances médicos aumentarán significativamente la esperanza de vida en un momento en que yo esté vivo/a**

Chile

% Total Población





¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? **La tecnología y los avances médicos aumentarán significativamente la esperanza de vida en un momento en que yo esté vivo/a**

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

1 – No estoy nada de acuerdo

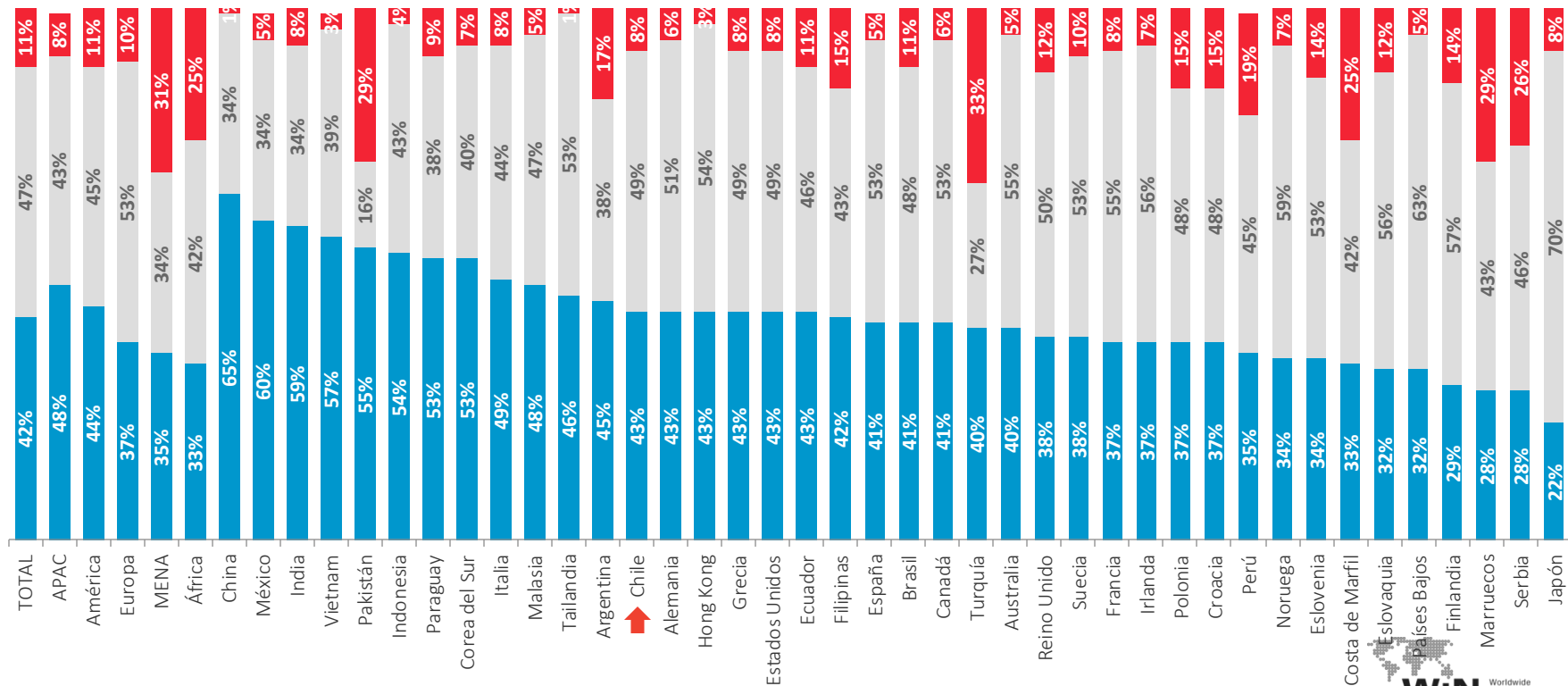
10 – Completamente de acuerdo

% Total Población

1 a 3

4 a 7

8 a 10



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? **La tecnología y los avances médicos aumentarán significativamente la esperanza de vida en un momento en que yo esté vivo/a**

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

1 – No estoy nada de acuerdo

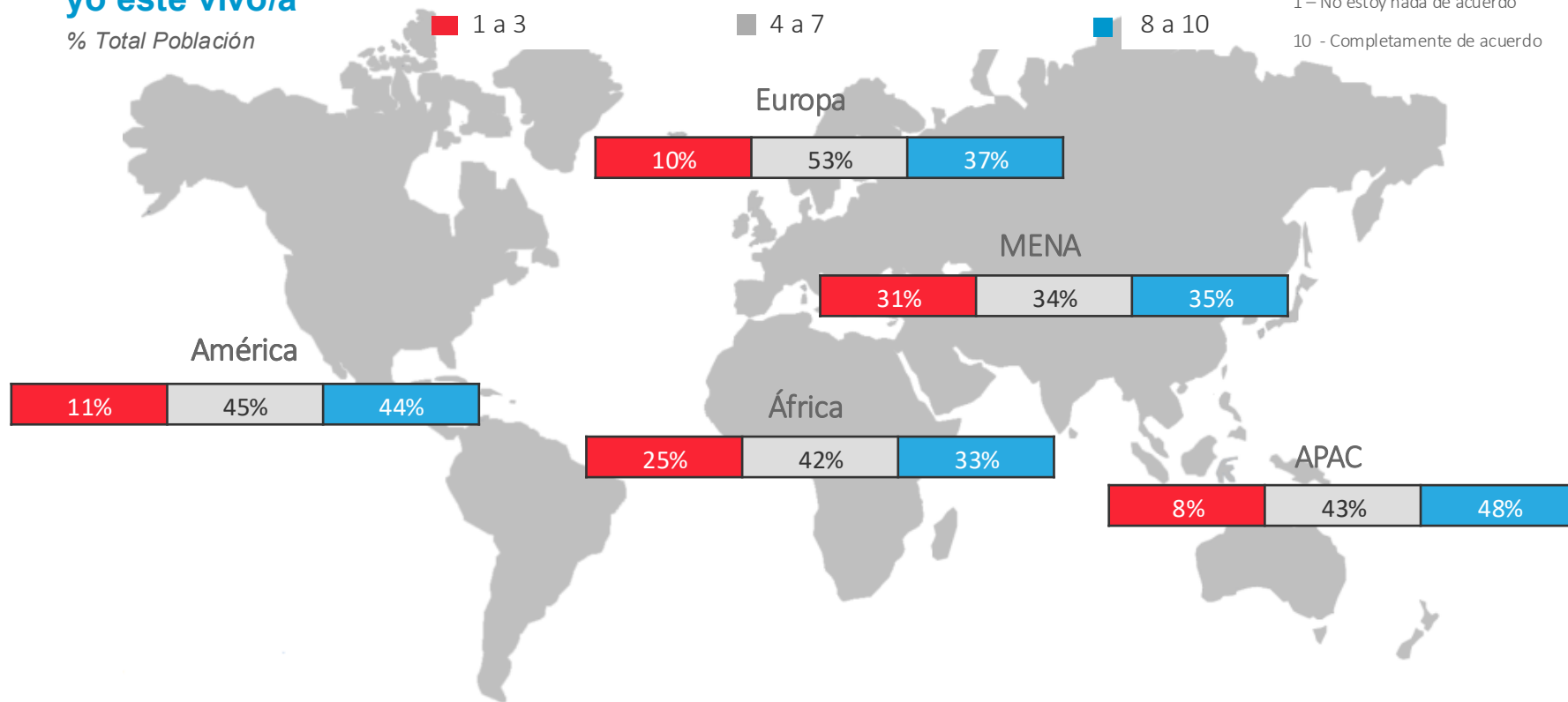
10 – Completamente de acuerdo

% Total Población

■ 1 a 3

■ 4 a 7

■ 8 a 10



Optimismo con respecto a vivir una vida larga y saludable

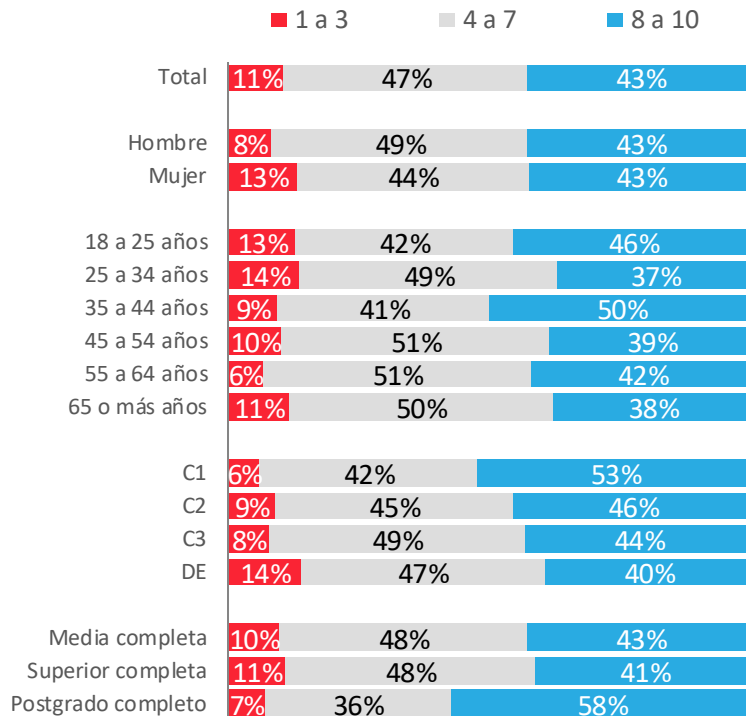
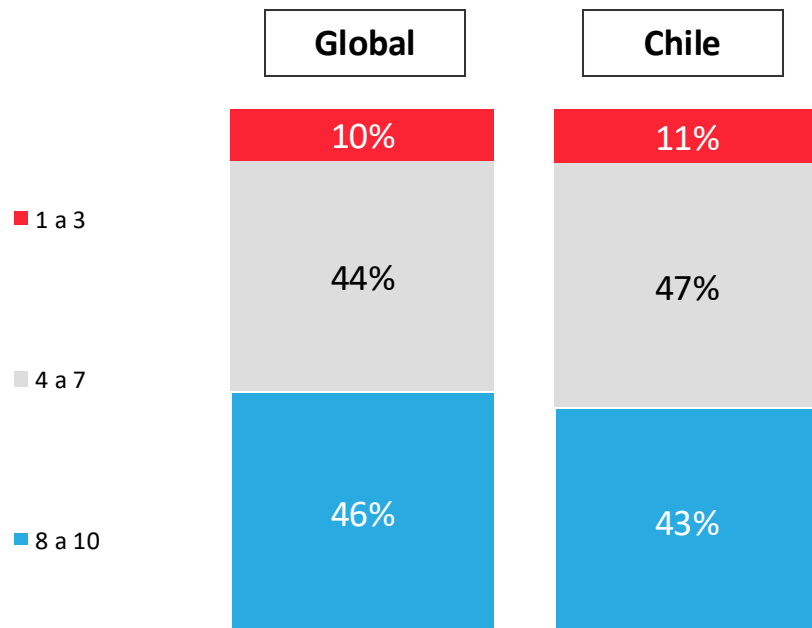


¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Soy optimista respecto a vivir una vida larga y saludable

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

Chile

% Total Población



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Soy optimista respecto a vivir una vida larga y saludable

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

1 – No estoy nada de acuerdo

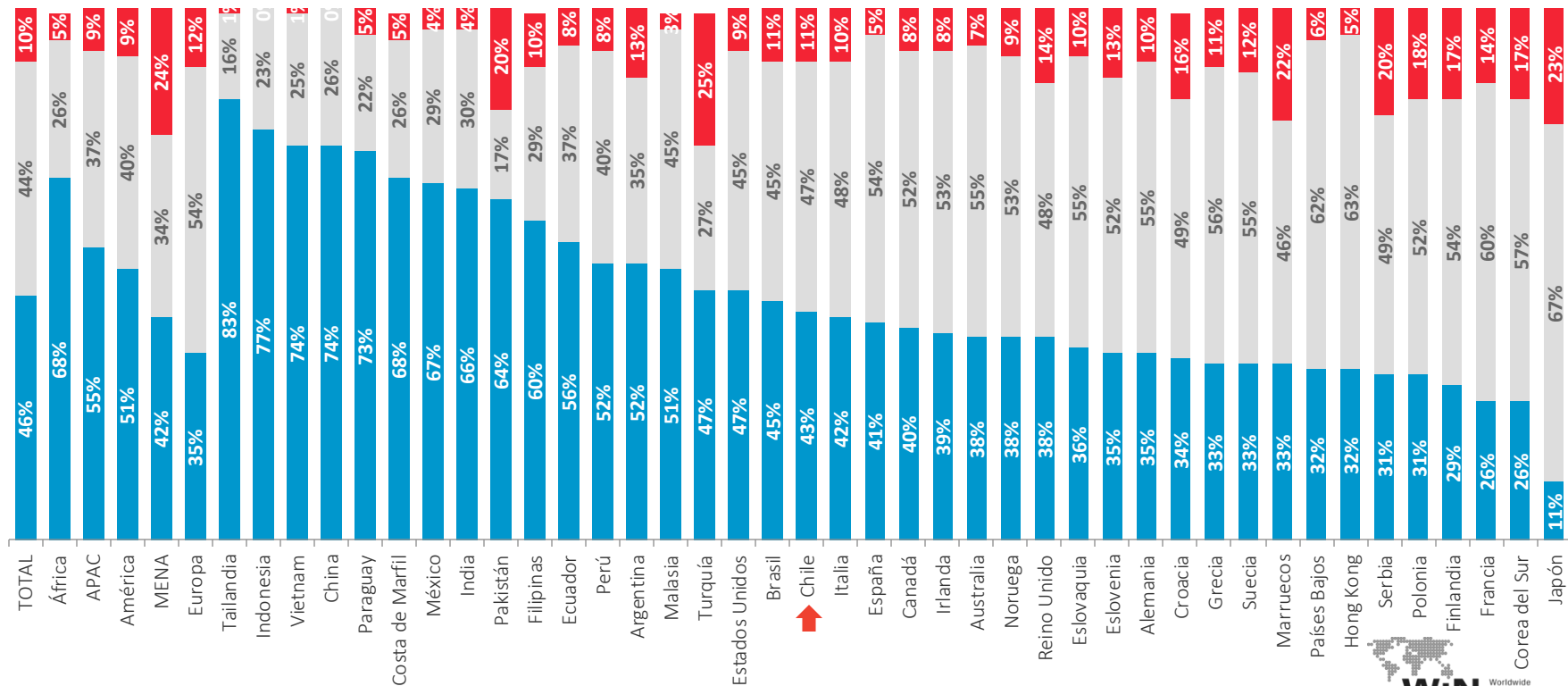
10 – Completamente de acuerdo

% Total Población

1 a 3

4 a 7

8 a 10



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Soy optimista respecto a vivir una vida larga y saludable

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

1 – No estoy nada de acuerdo

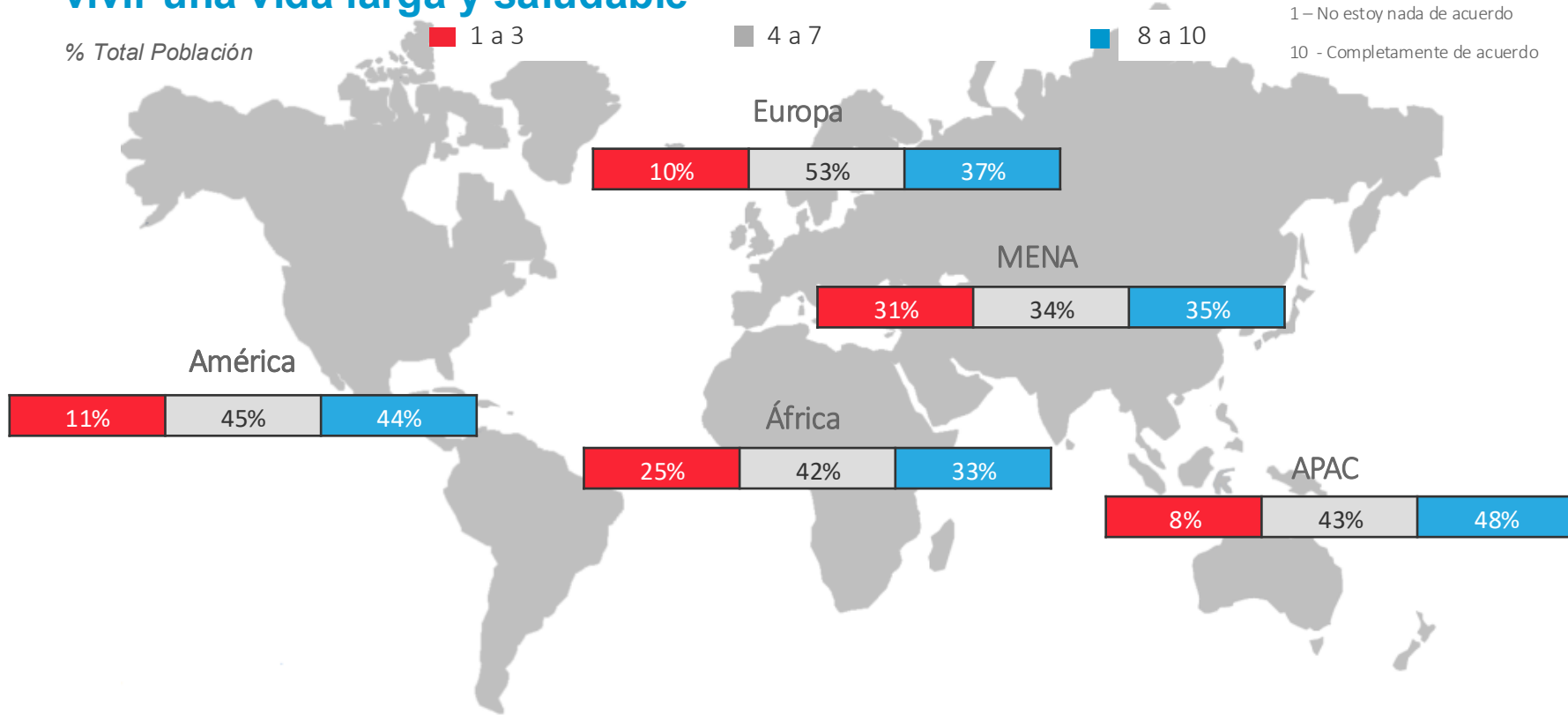
10 – Completamente de acuerdo

% Total Población

1 a 3

4 a 7

8 a 10



#Gracias

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION