



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.





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

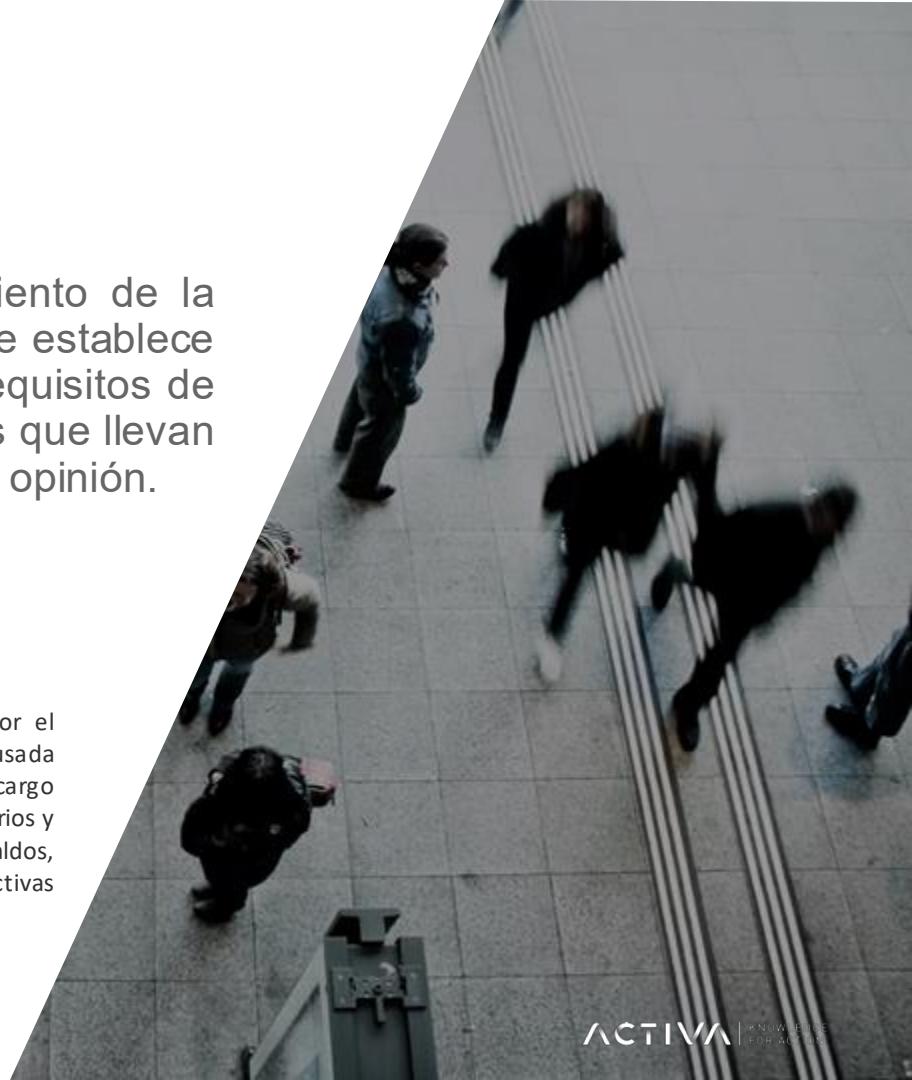
Presentación



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

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.

Metodología Chile

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, estratificadas proporcionalmente 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



Planes de tener hijos





¿Planeas tener hijos en el futuro?

% Total Población

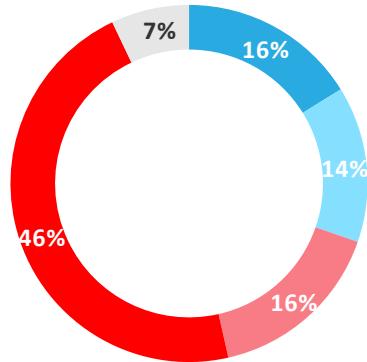
ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

Chile

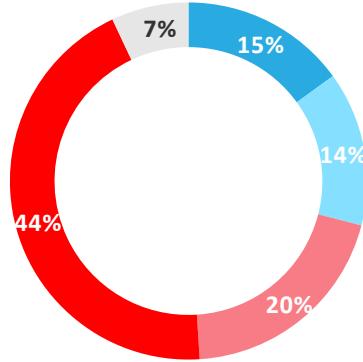
- Sí y no tengo hijos/as
- No y no tengo hijos/as
- No sabe

- 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

Total

15%	14%	20%	44%	7%
-----	-----	-----	-----	----

Hombre

17%	15%	20%	42%	6%
-----	-----	-----	-----	----

Mujer

12%	12%	20%	46%	9%
-----	-----	-----	-----	----

18 a 25 años

49%	14%	21%	3%	13%
-----	-----	-----	----	-----

25 a 34 años

23%	14%	26%	31%	6%
-----	-----	-----	-----	----

35 a 44 años

11%	16%	21%	39%	12%
-----	-----	-----	-----	-----

45 a 54 años

13%	14%	70%	2%	0%
-----	-----	-----	----	----

55 a 64 años

7%	20%	71%	1%	0%
----	-----	-----	----	----

65 o más años

3%	19%	15%	63%	0%
----	-----	-----	-----	----

C1

11%	18%	20%	44%	7%
-----	-----	-----	-----	----

C2

11%	15%	17%	50%	7%
-----	-----	-----	-----	----

C3

12%	16%	15%	52%	5%
-----	-----	-----	-----	----

DE

18%	11%	24%	38%	9%
-----	-----	-----	-----	----

Media completa

13%	12%	18%	51%	6%
-----	-----	-----	-----	----

Superior completa

18%	13%	23%	37%	9%
-----	-----	-----	-----	----

Postgrado completo

13%	30%	19%	34%	6%
-----	-----	-----	-----	----

¿Planeas tener hijos en el futuro?

% Total Población

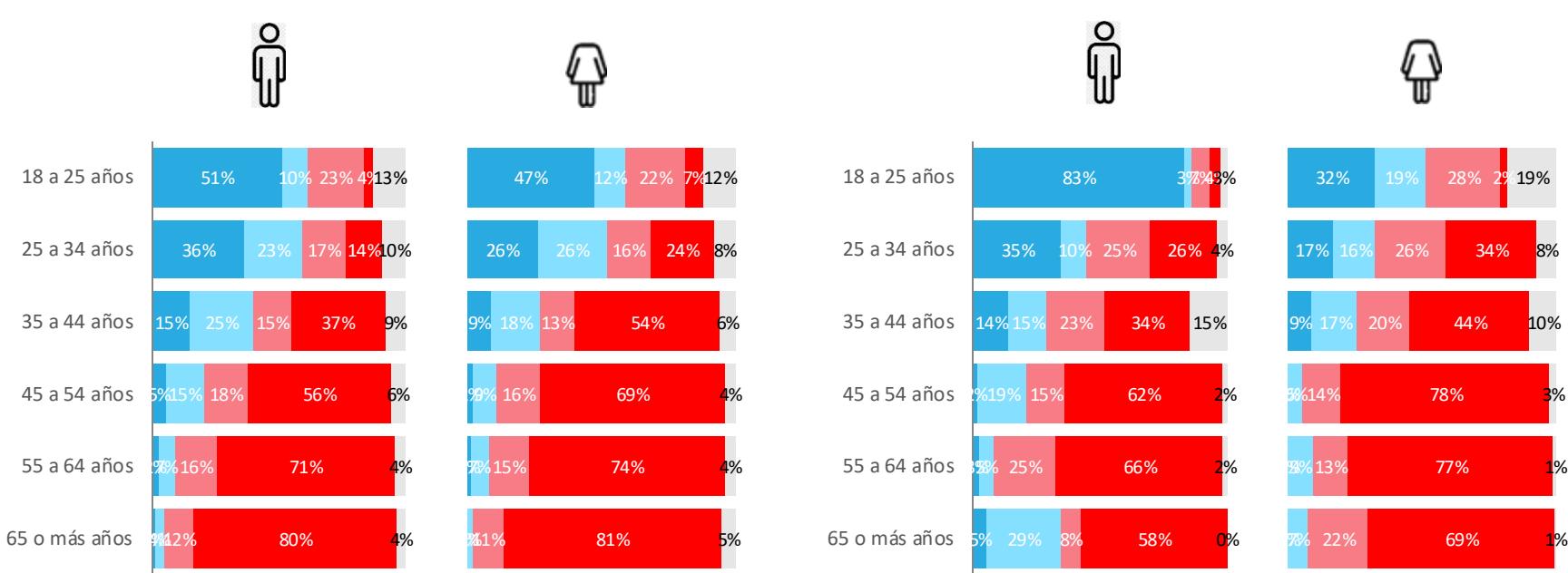


Global

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



Chile



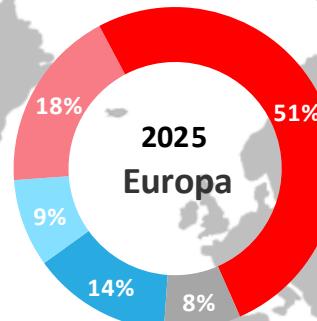
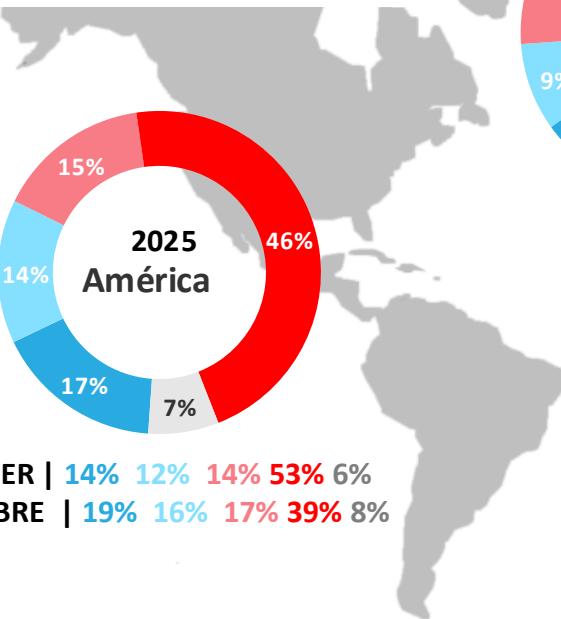
Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 35.515 ;E.M +/- 0,5%).
Base Chile: total de entrevistas (N: 1.095; E.M +/- 3,0%)

¿Planeas tener hijos en el futuro?

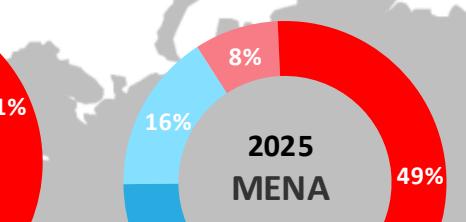
% Total Población

TOTAL - 2025

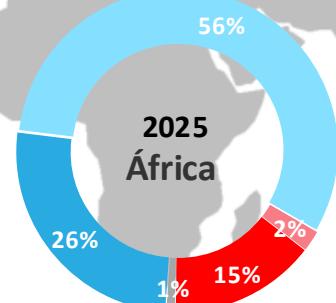
GLOBAL	16%	14%	16%	46%	7%
MUJER	14%	14%	15%	50%	7%
HOMBRE	18%	15%	17%	42%	8%



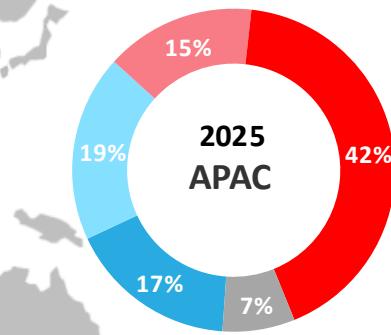
MUJER | 14% 8% 18% 53% 8%
HOMBRE | 14% 10% 19% 49% 8%



MUJER | 21% 12% 10% 54% 3%
HOMBRE | 26% 19% 7% 44% 3%



MUJER | 25% 54% 2% 18% 1%
HOMBRE | 27% 58% 3% 12% 1%



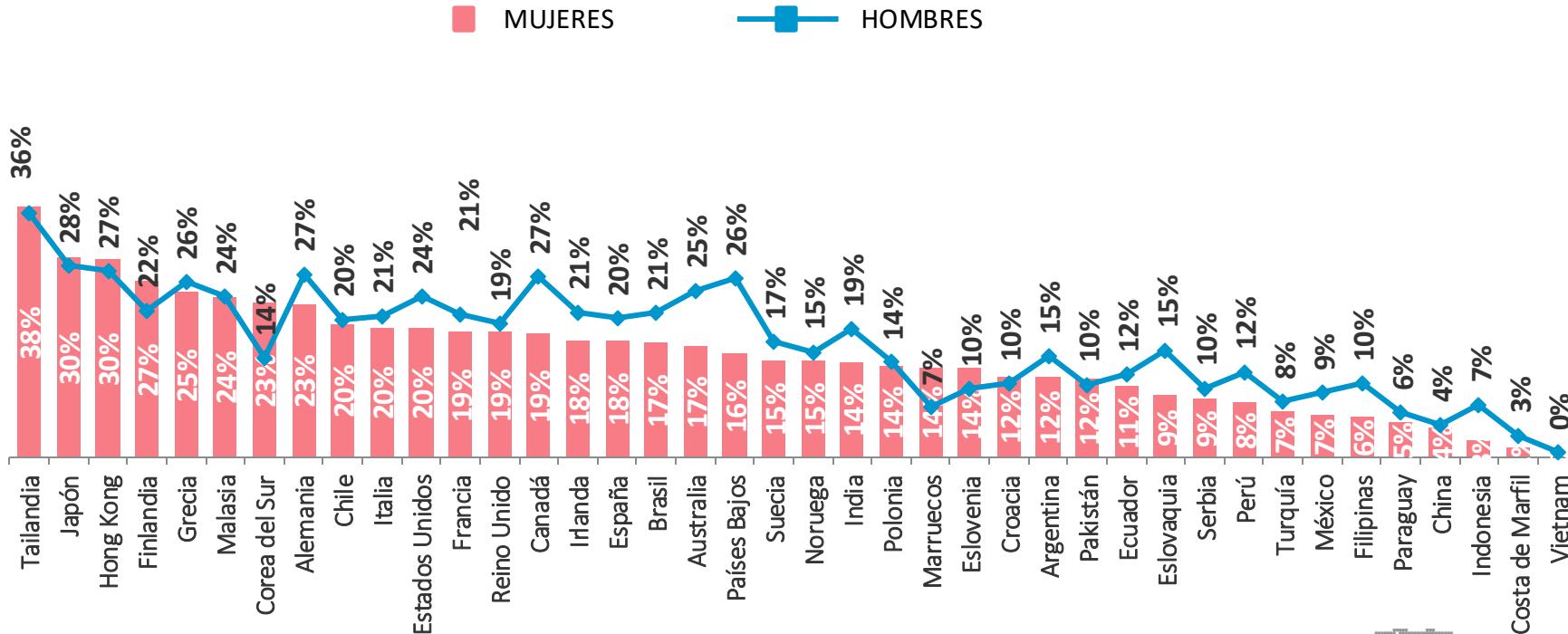
MUJER | 13% 20% 15% 46% 6%
HOMBRE | 21% 18% 15% 39% 8%



¿Planeas tener hijos en el futuro?

% Total Población, No y no tengo hijos

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION



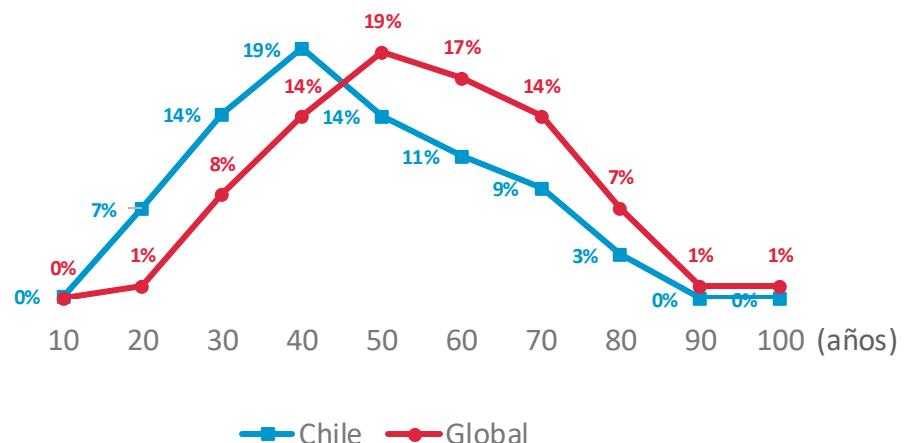
Comenzar a sentirse viejo/a



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

Media Edad (años)

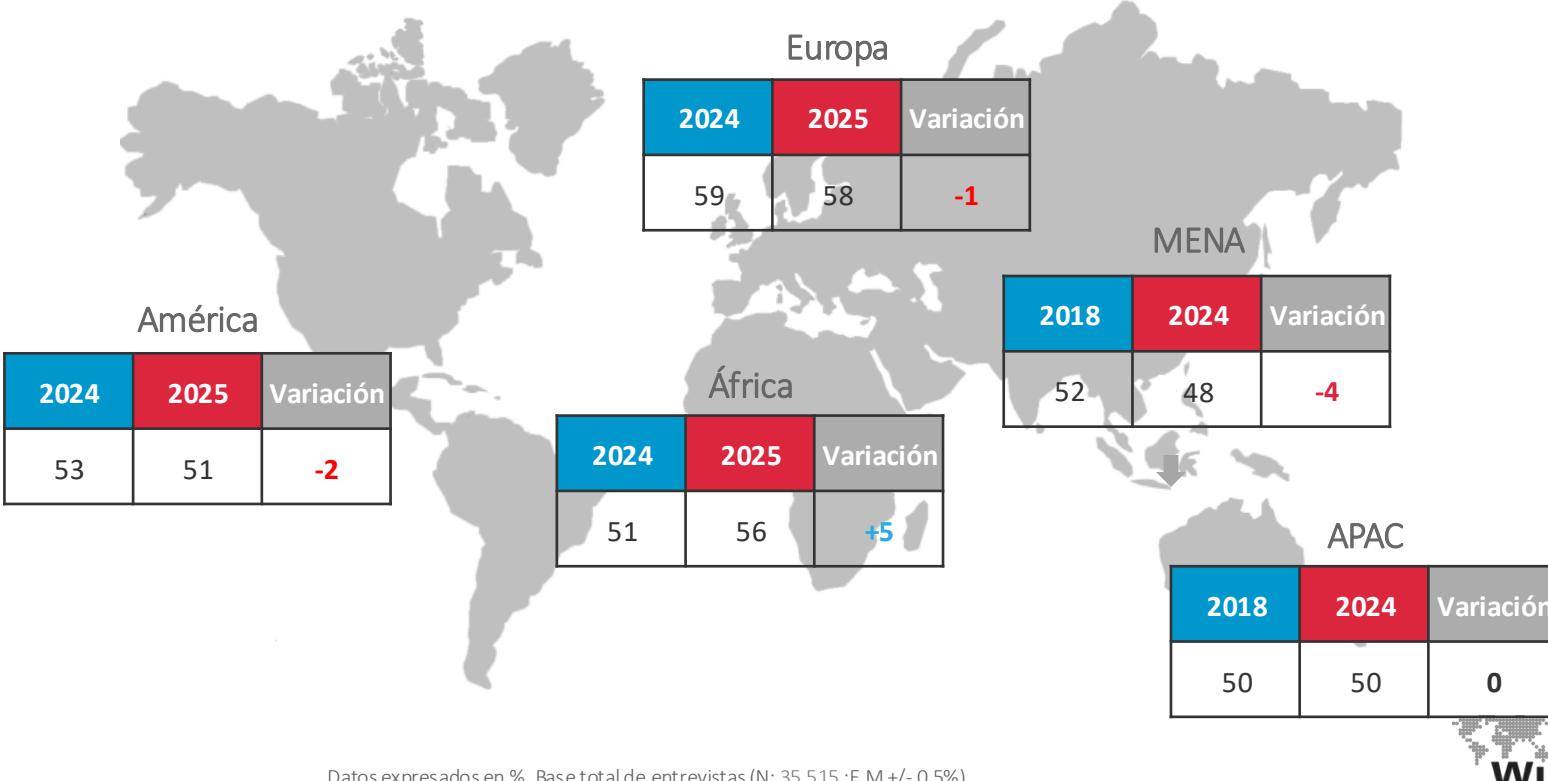
Chile	Global
49	53



Chile

	Media Edad
Sexo	
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

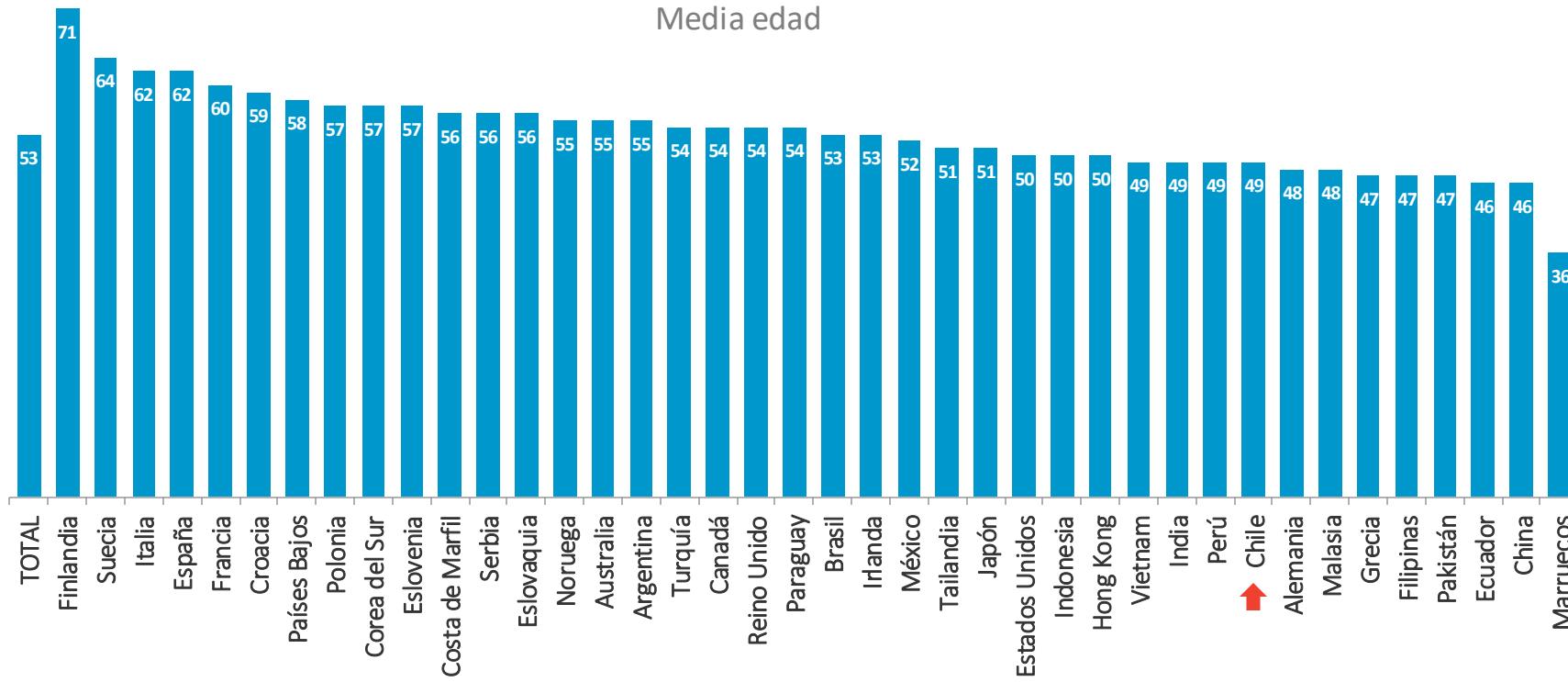
En su opinión, ¿a qué edad uno empieza a sentirse viejo?



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 su opinión, ¿a qué edad uno empieza a sentirse viejo? Chile en el mundo



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%)

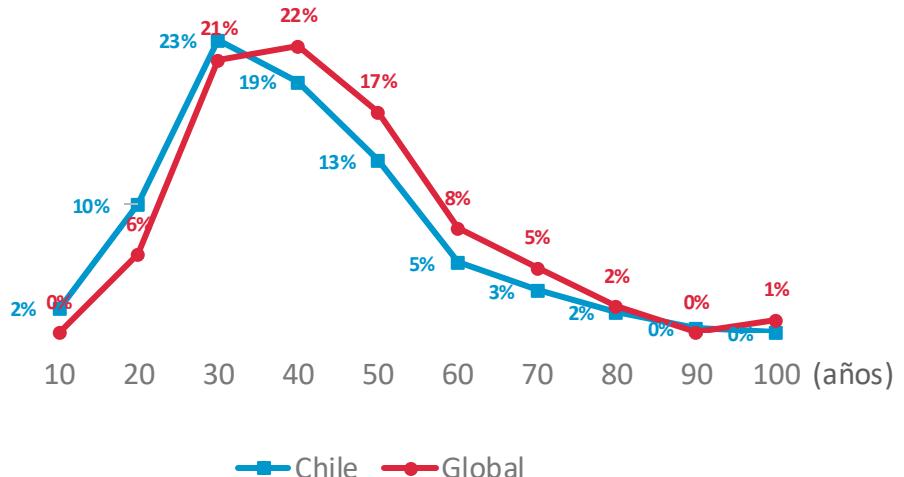
Dejar de sentirse joven



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

Media Edad (años)

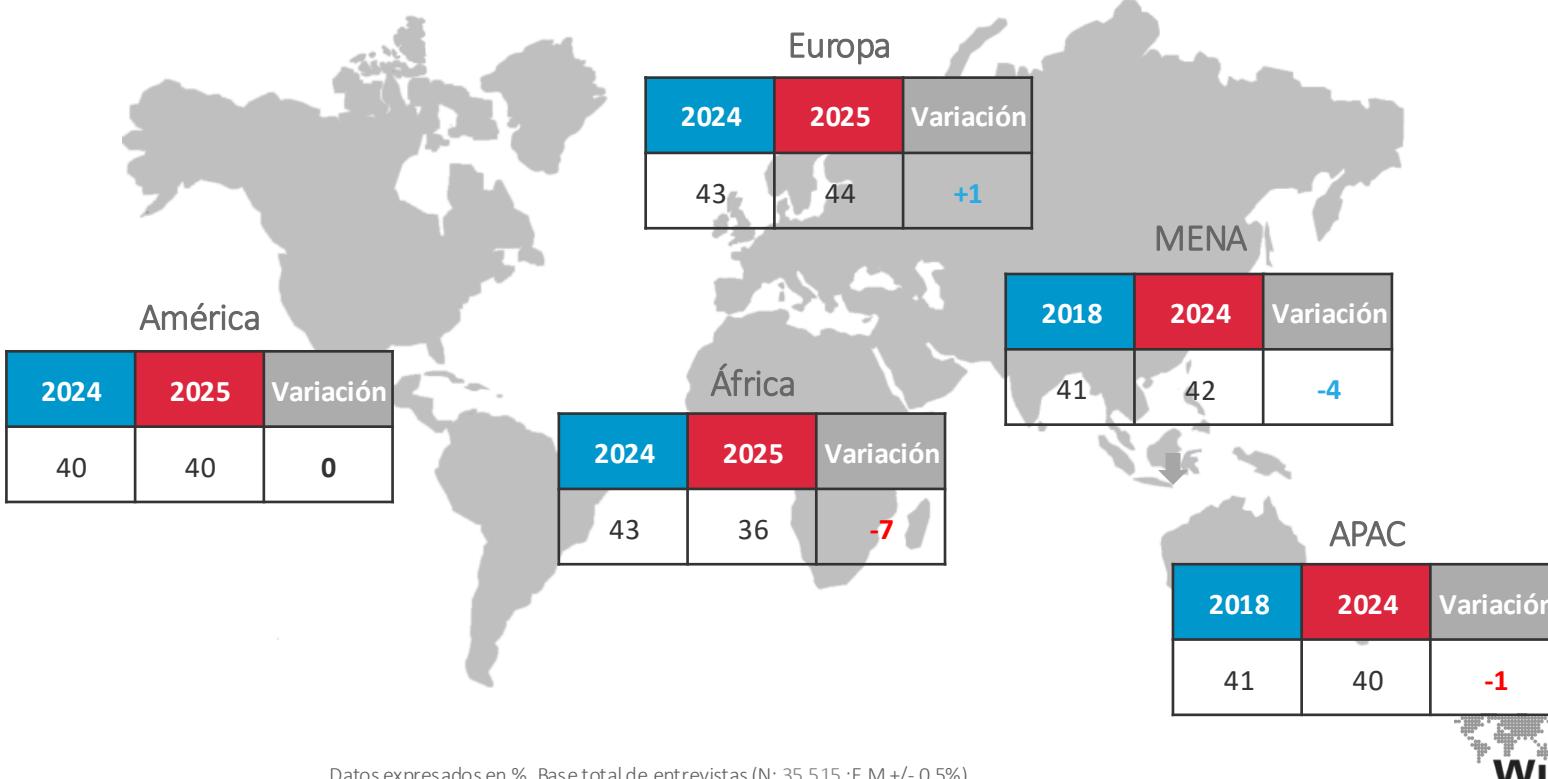
Chile	Global
42	41



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?

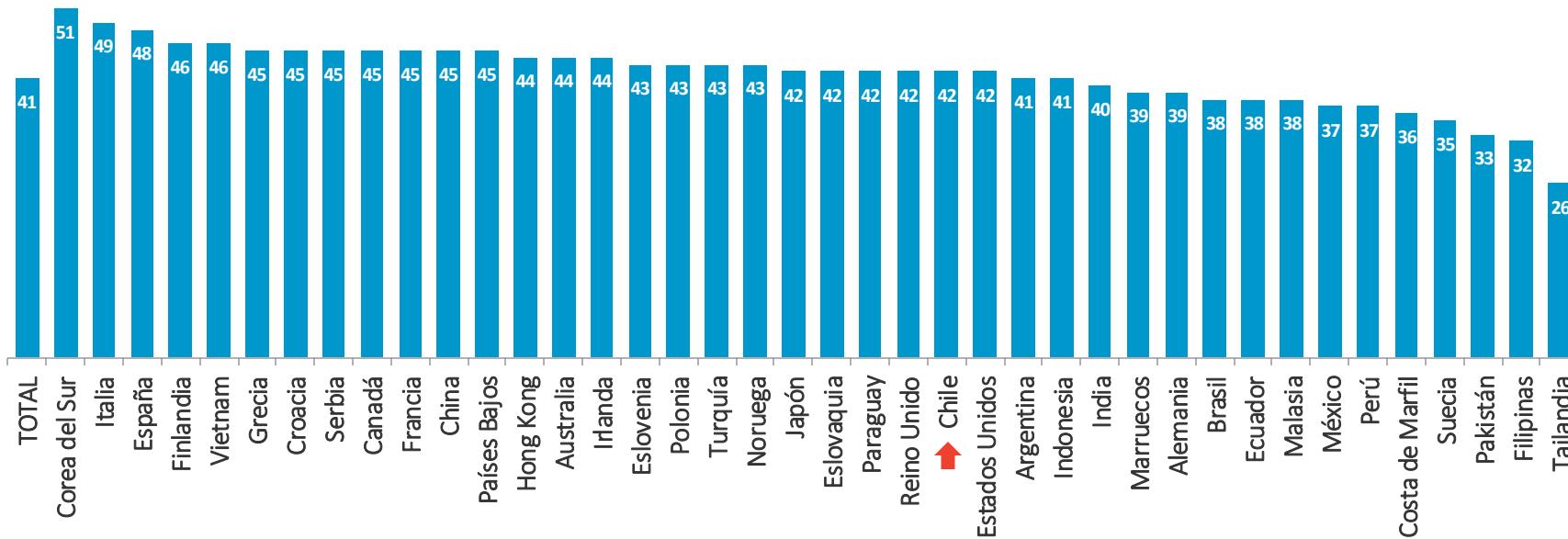


Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 35.515 ;E.M +/- 0,5%).
Base Chile: total de entrevistas (N: 1.095; E.M +/- 3,0%)



En 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%)



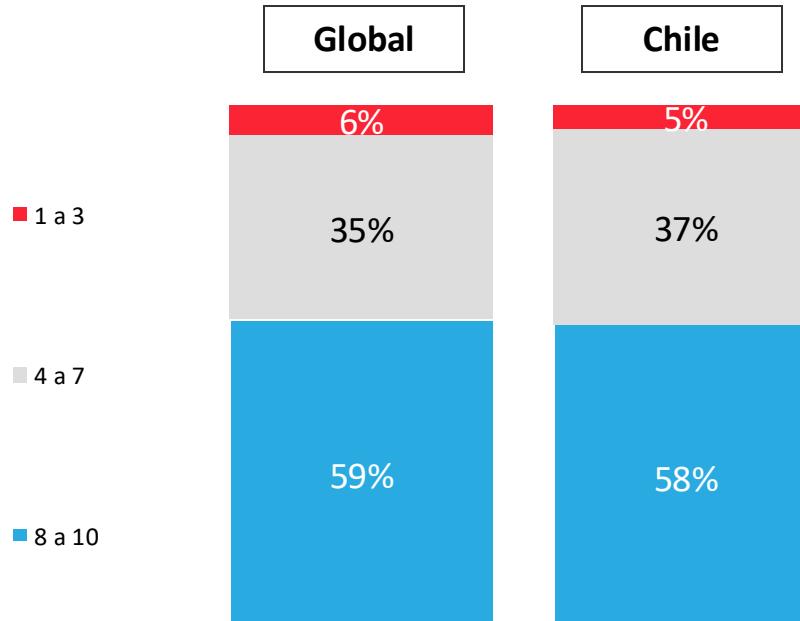
¿La calidad de vida es
más importante que la
duración de la vida?



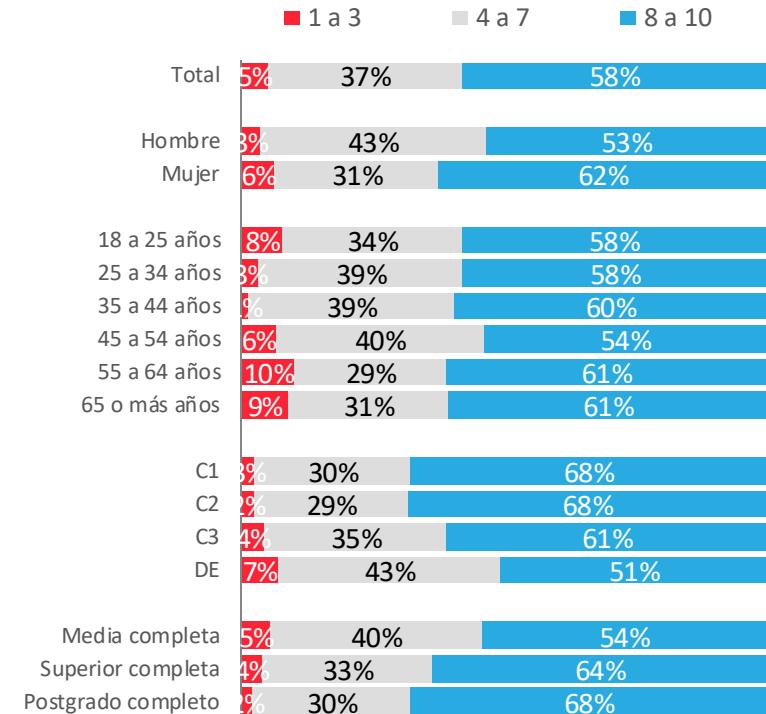


¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? La calidad de vida es más importante que la duración de la vida

% Total Población



Chile



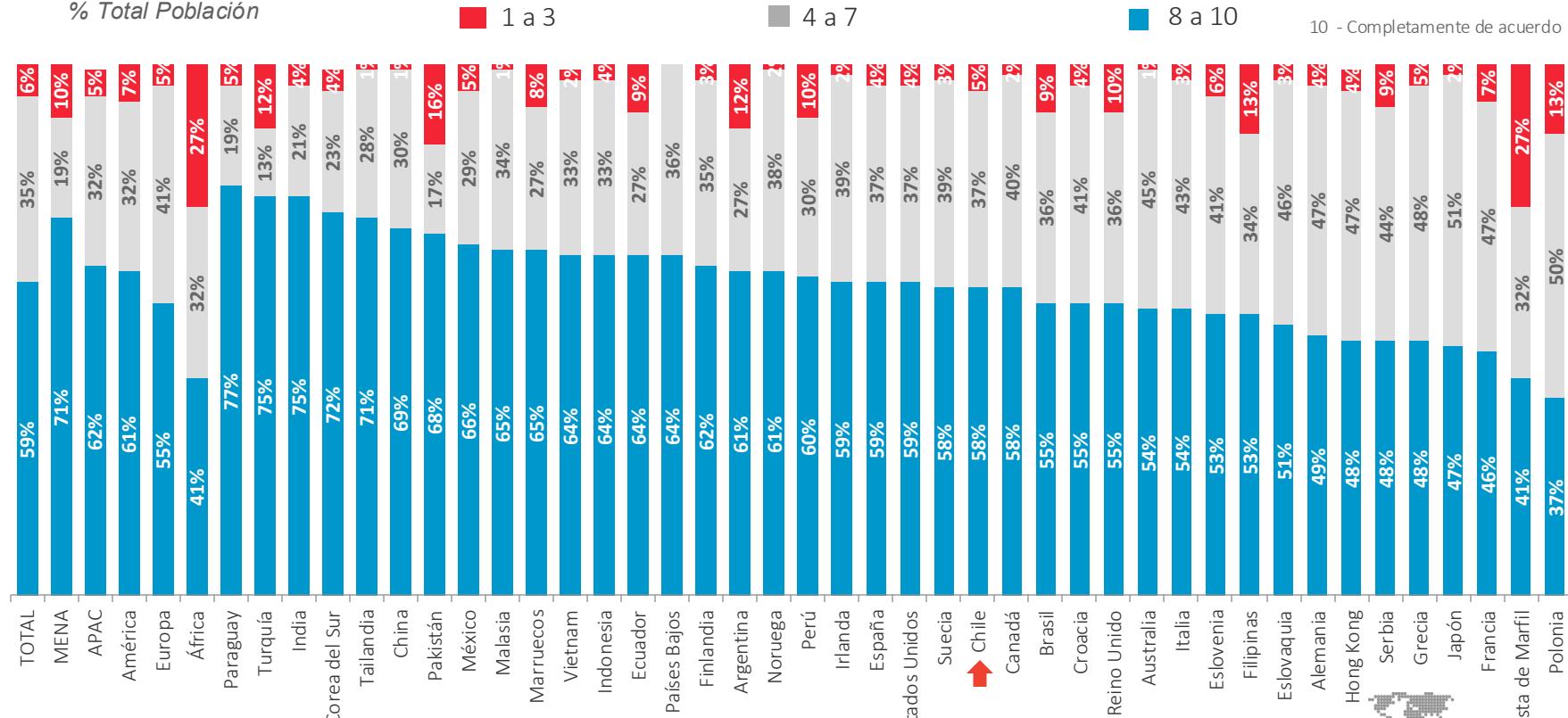
1 – No estoy nada de acuerdo

10 - Completamente de acuerdo



¿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

% Total Población





¿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

% Total Población

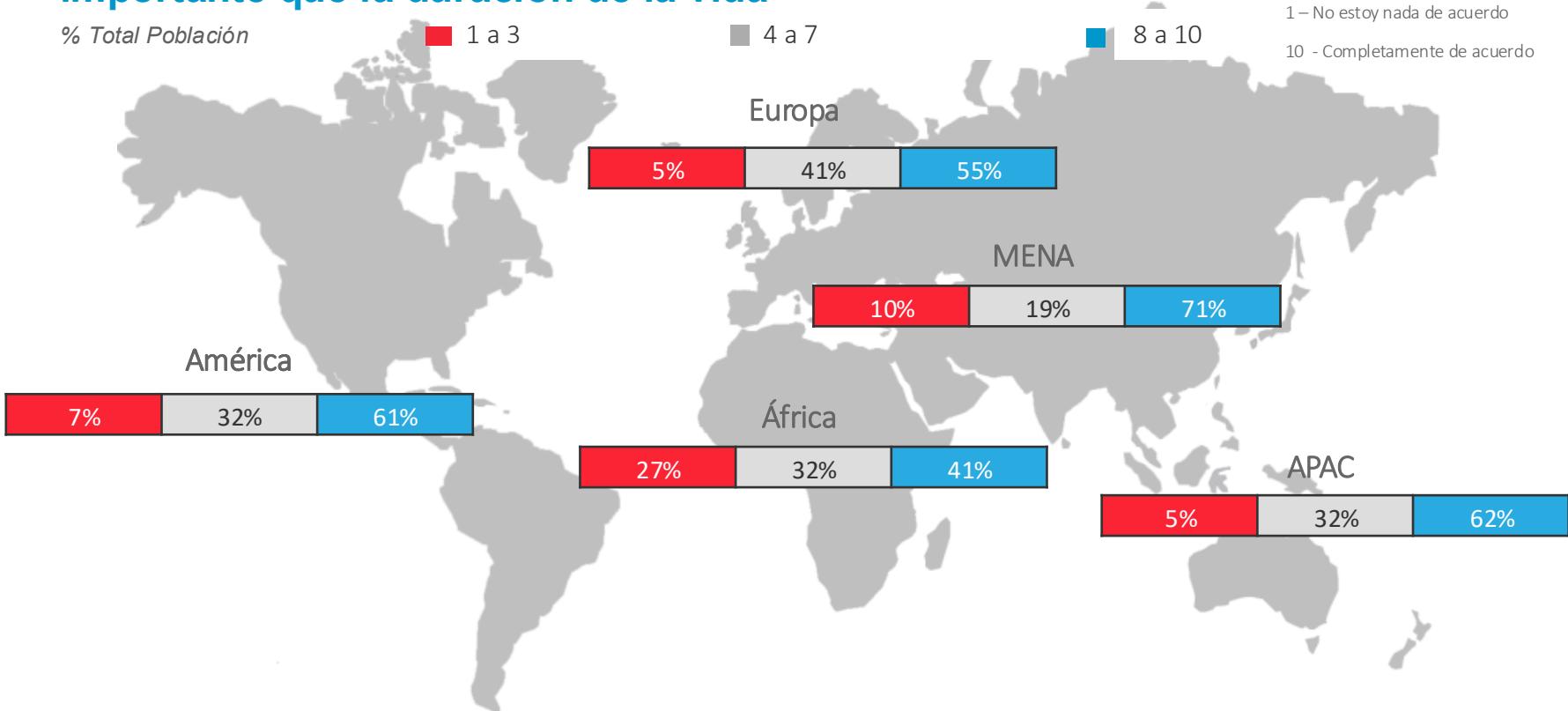
1 a 3

4 a 7

8 a 10

1 – No estoy nada de acuerdo

10 - Completamente de acuerdo



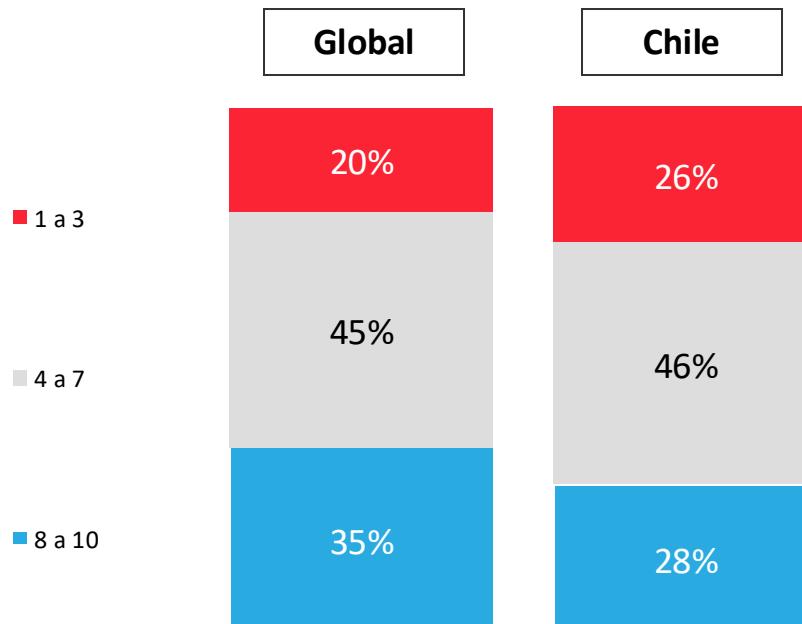
**Tomar medidas para
prepararse para la vejez
(planificación financiera,
previsión médica, etc)**



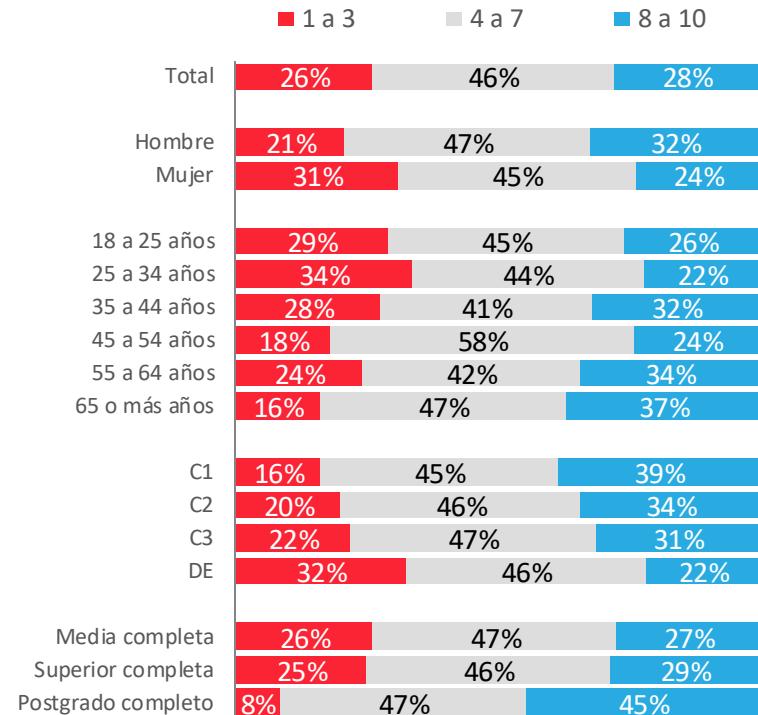


¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Estoy tomando/he tomado medidas para prepararme para la vejez

% Total Población



Chile

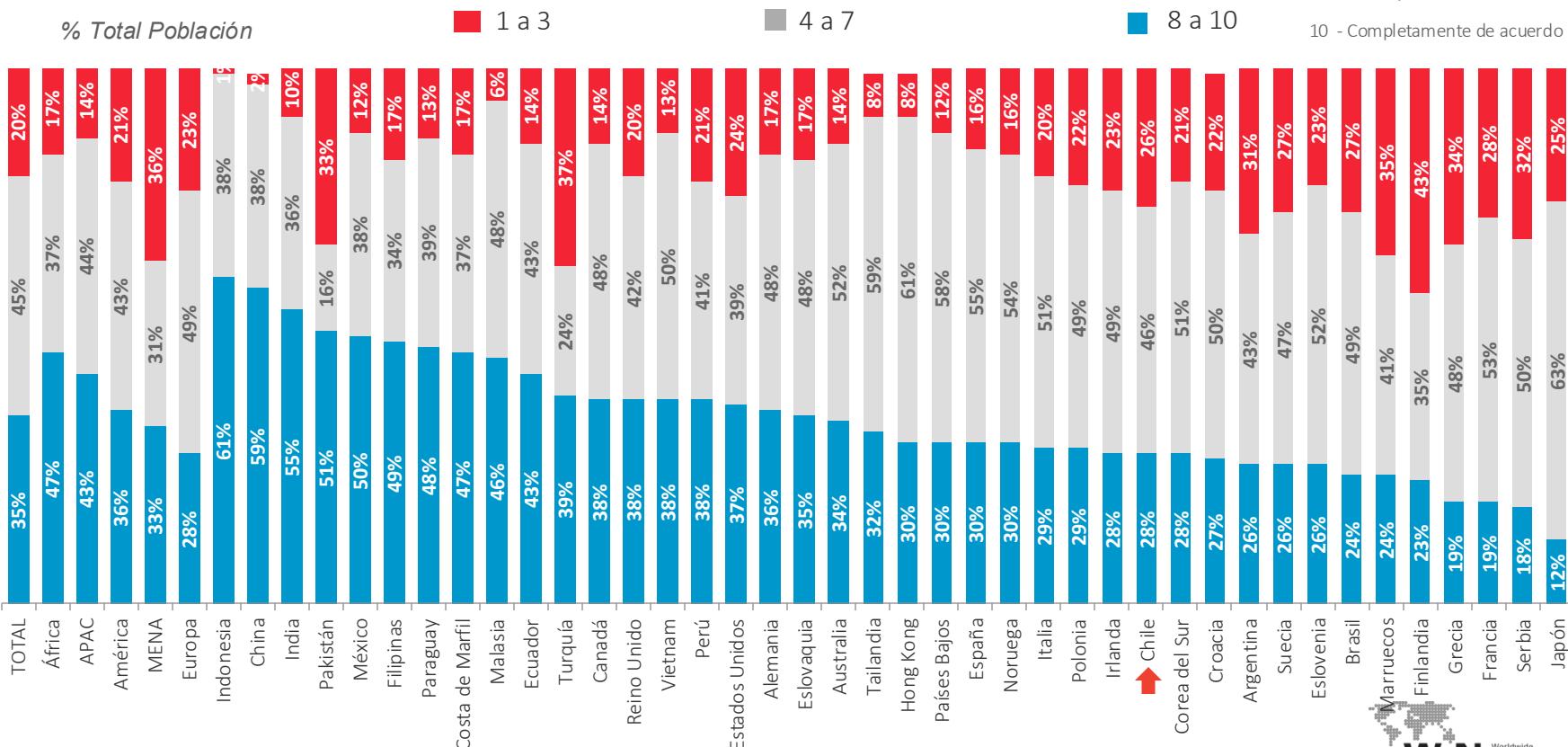


1 – No estoy nada de acuerdo

10 - Completamente de acuerdo



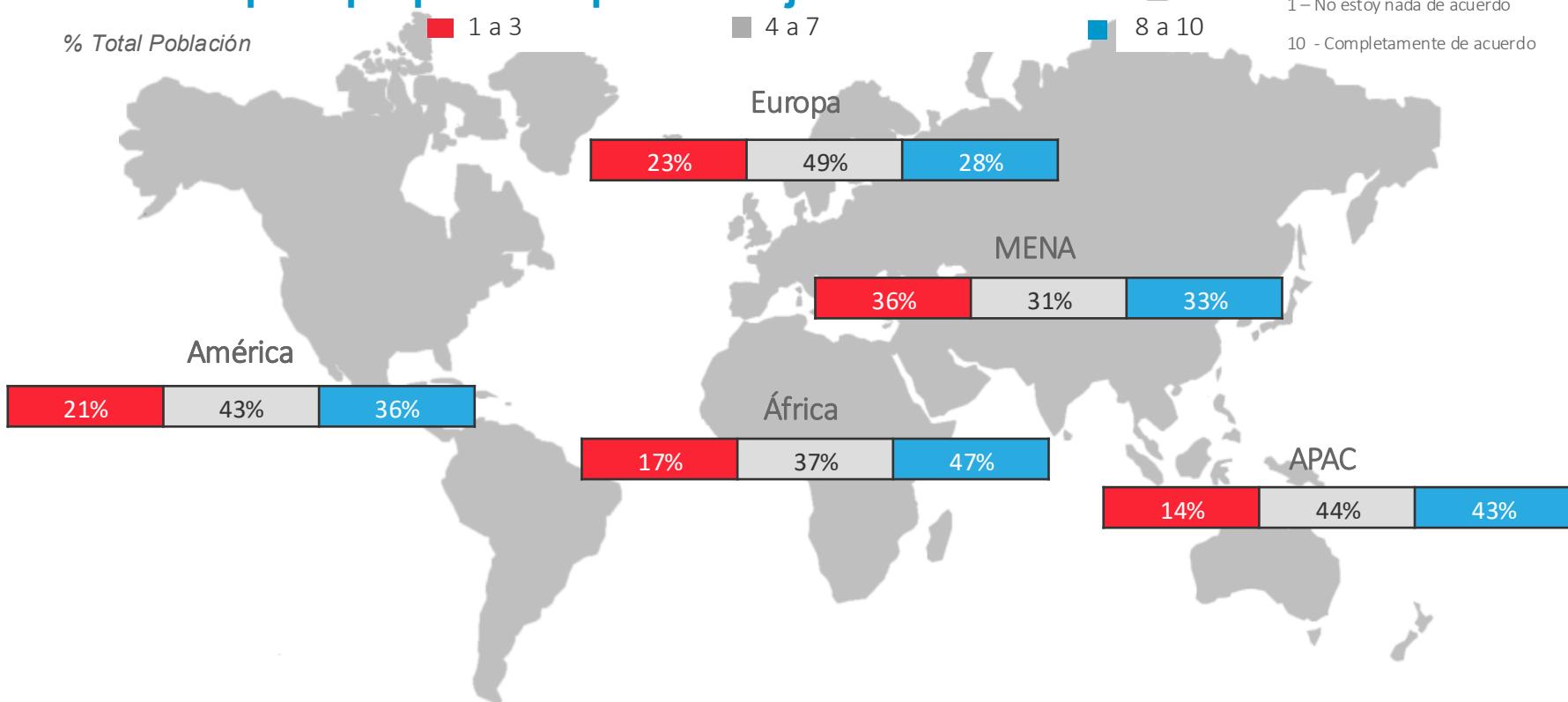
¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Estoy tomando/he tomado medidas para prepararme para la vejez



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

% Total Población

■ 1 a 3 ■ 4 a 7 ■ 8 a 10
1 – No estoy nada de acuerdo
10 - Completamente de acuerdo

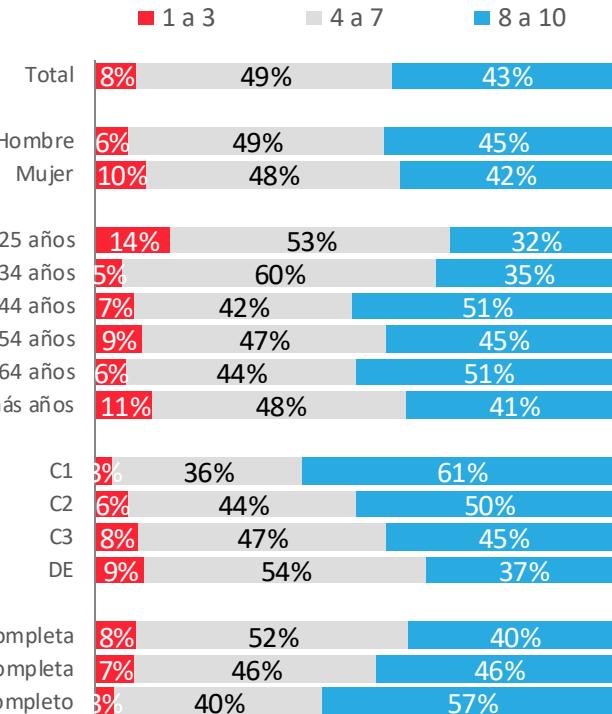
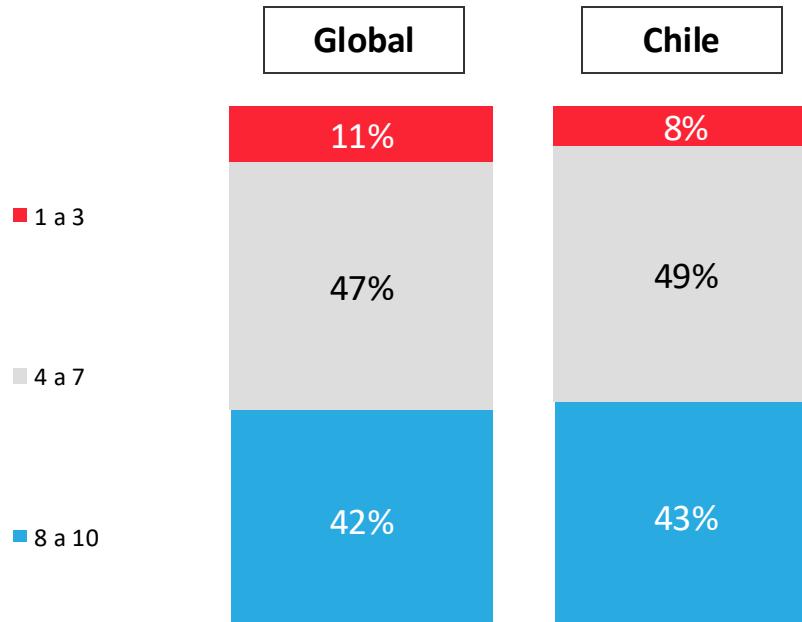


Tecnología, avances médicos y esperanza de vida



¿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

% Total Población

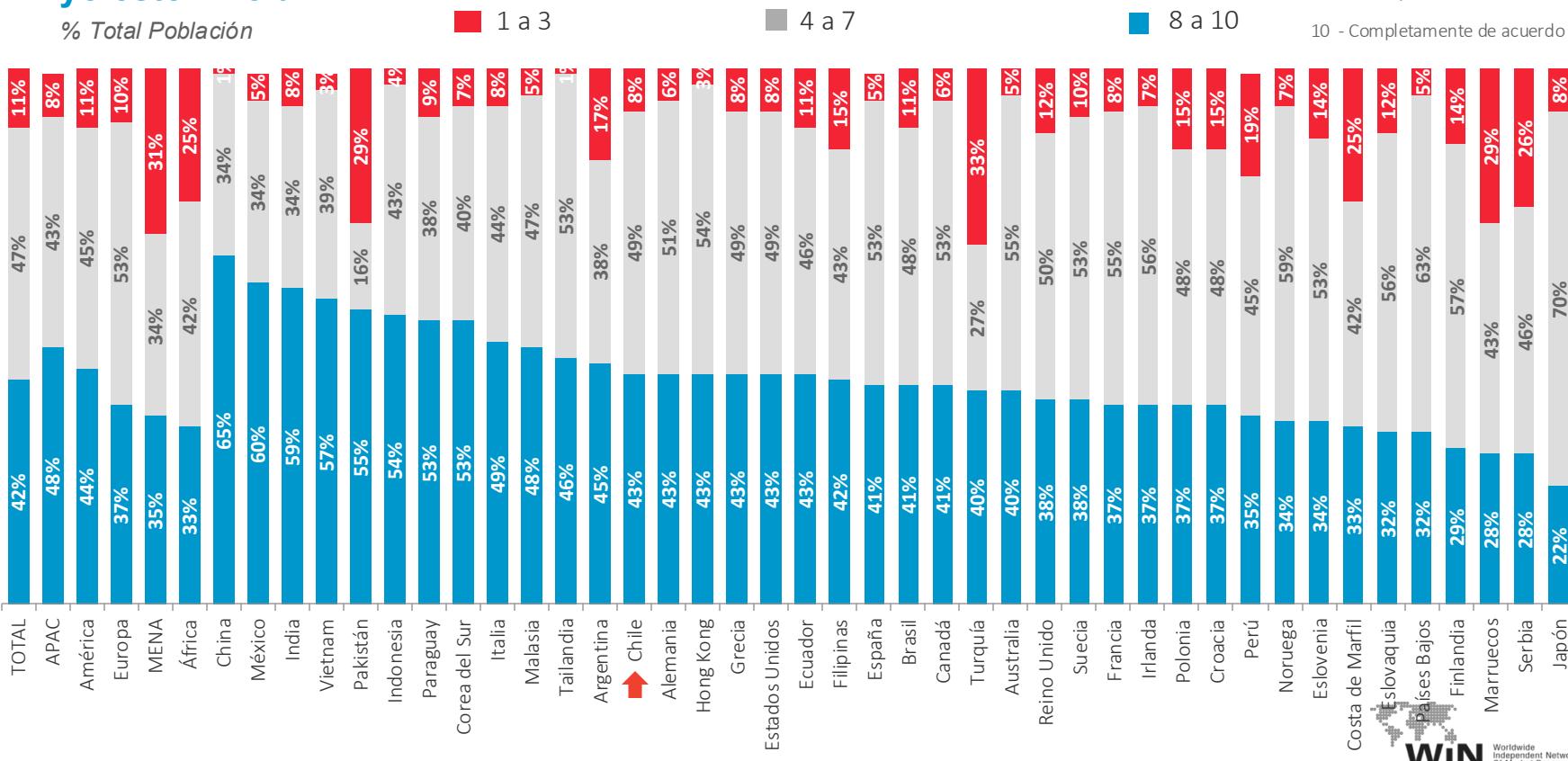


1 – No estoy nada de acuerdo

10 - Completamente de acuerdo



¿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





¿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

% Total Población

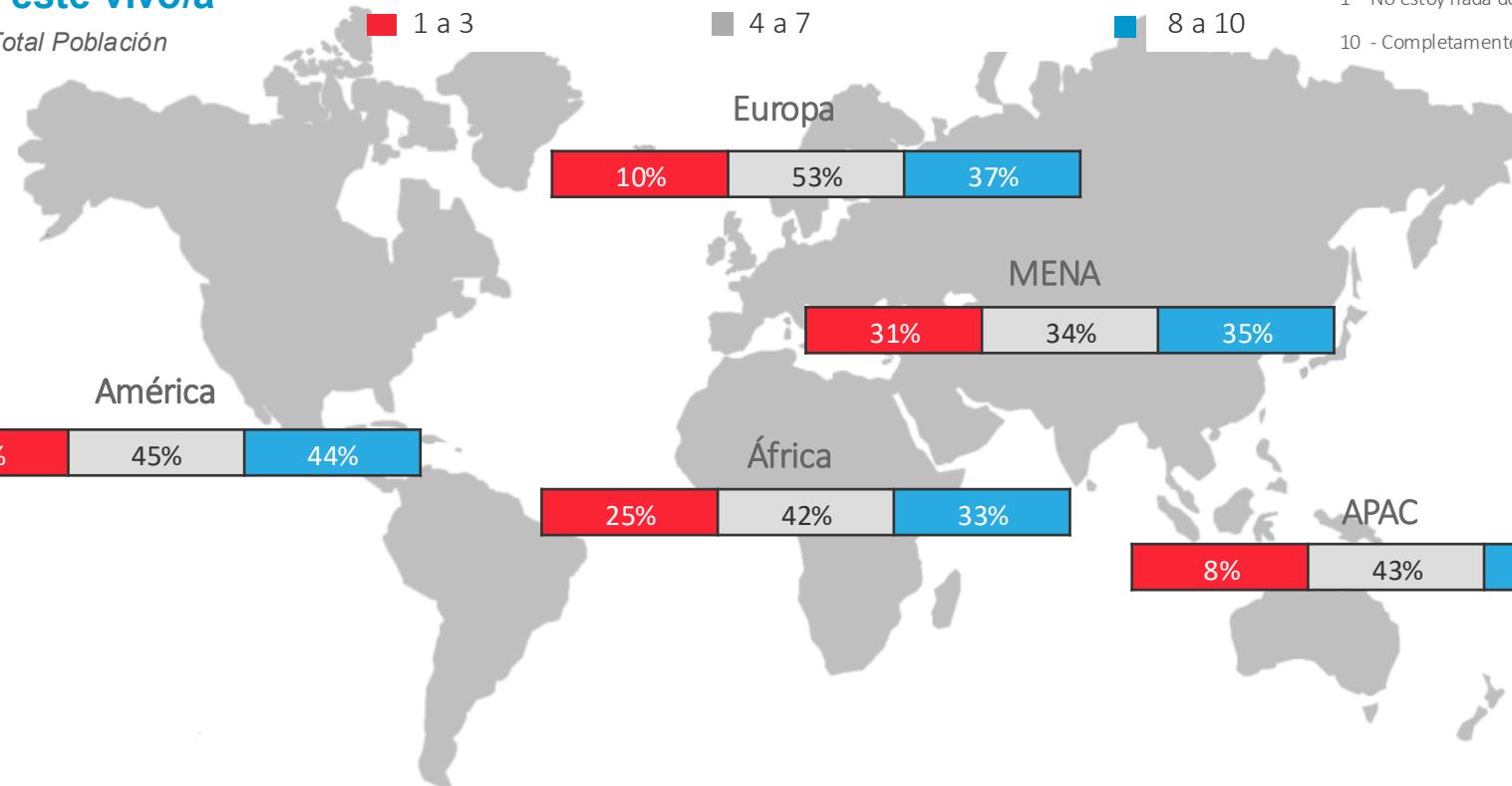
1 a 3

4 a 7

8 a 10

1 – No estoy nada de acuerdo

10 - Completamente de acuerdo



**Optimismo con respecto a
vivir una vida larga y
saludable**

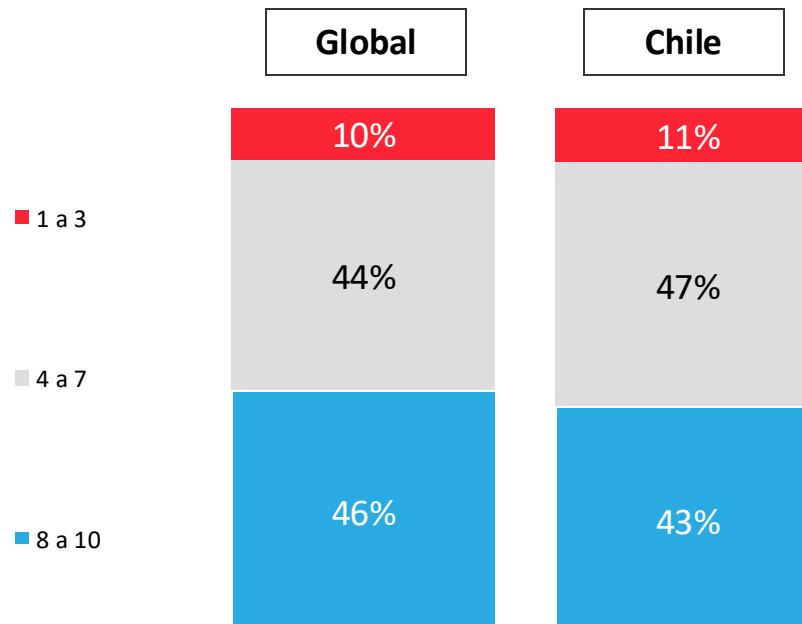




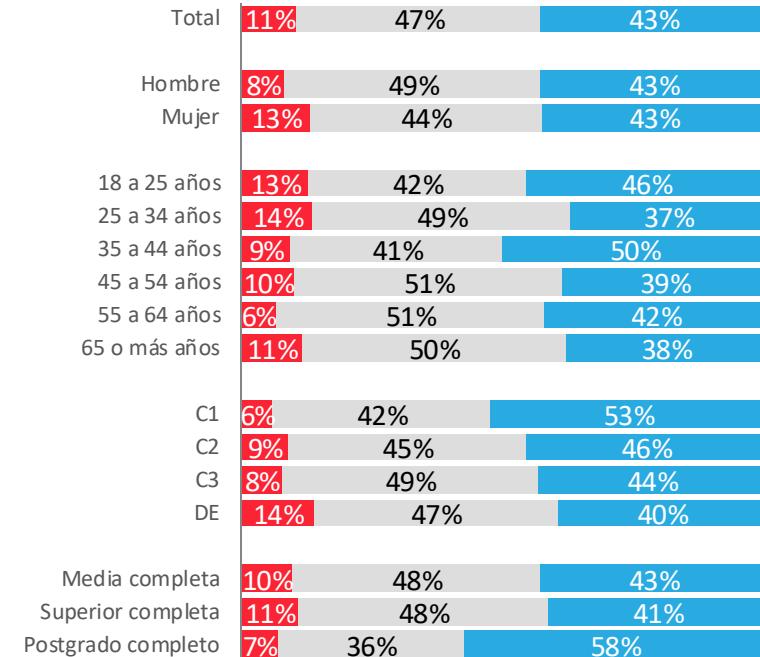
¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Soy optimista respecto a vivir una vida larga y saludable

Chile

% Total Población



■ 1 a 3 ■ 4 a 7 ■ 8 a 10

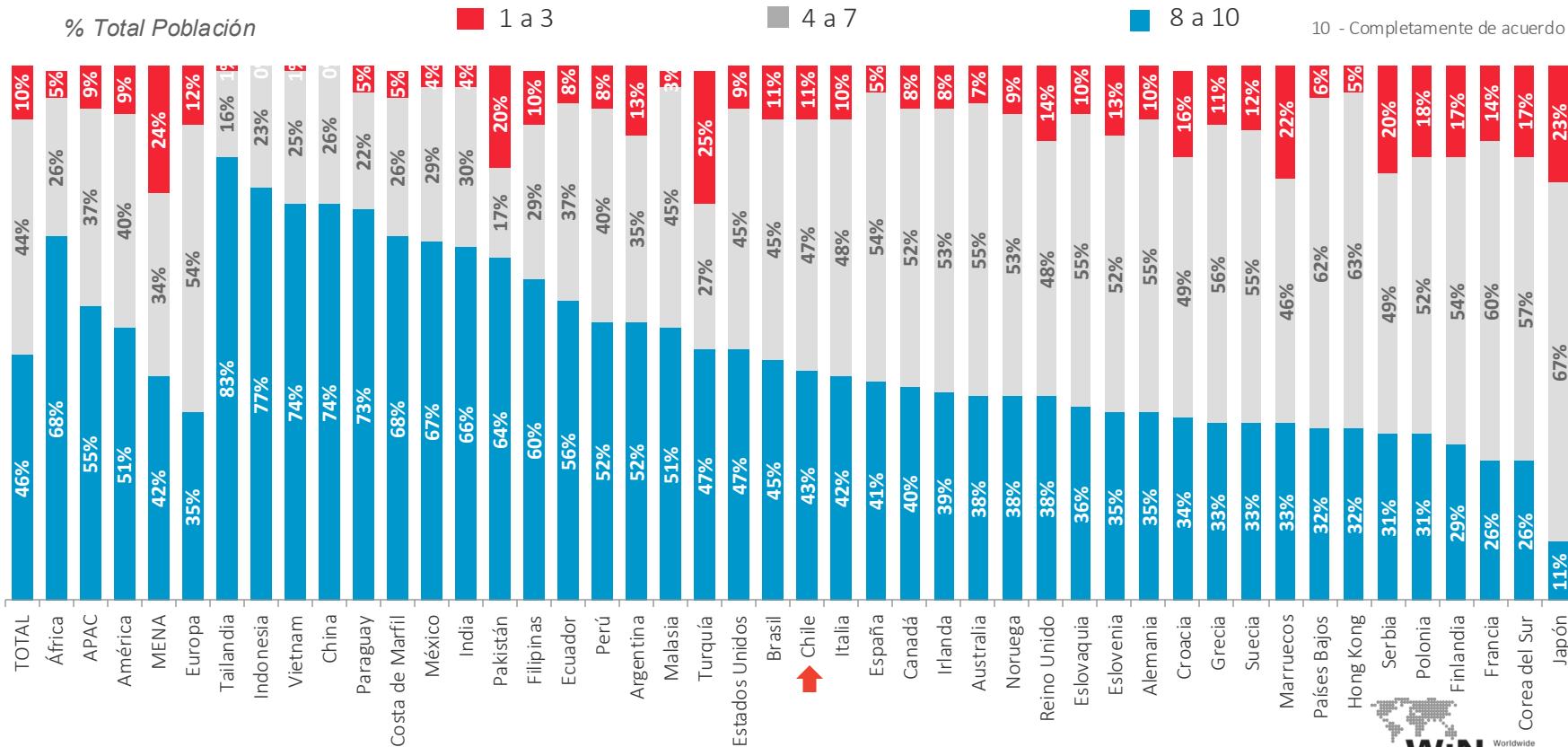


1 – No estoy nada de acuerdo

10 - Completamente de acuerdo



¿En qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Soy optimista 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

% Total Población

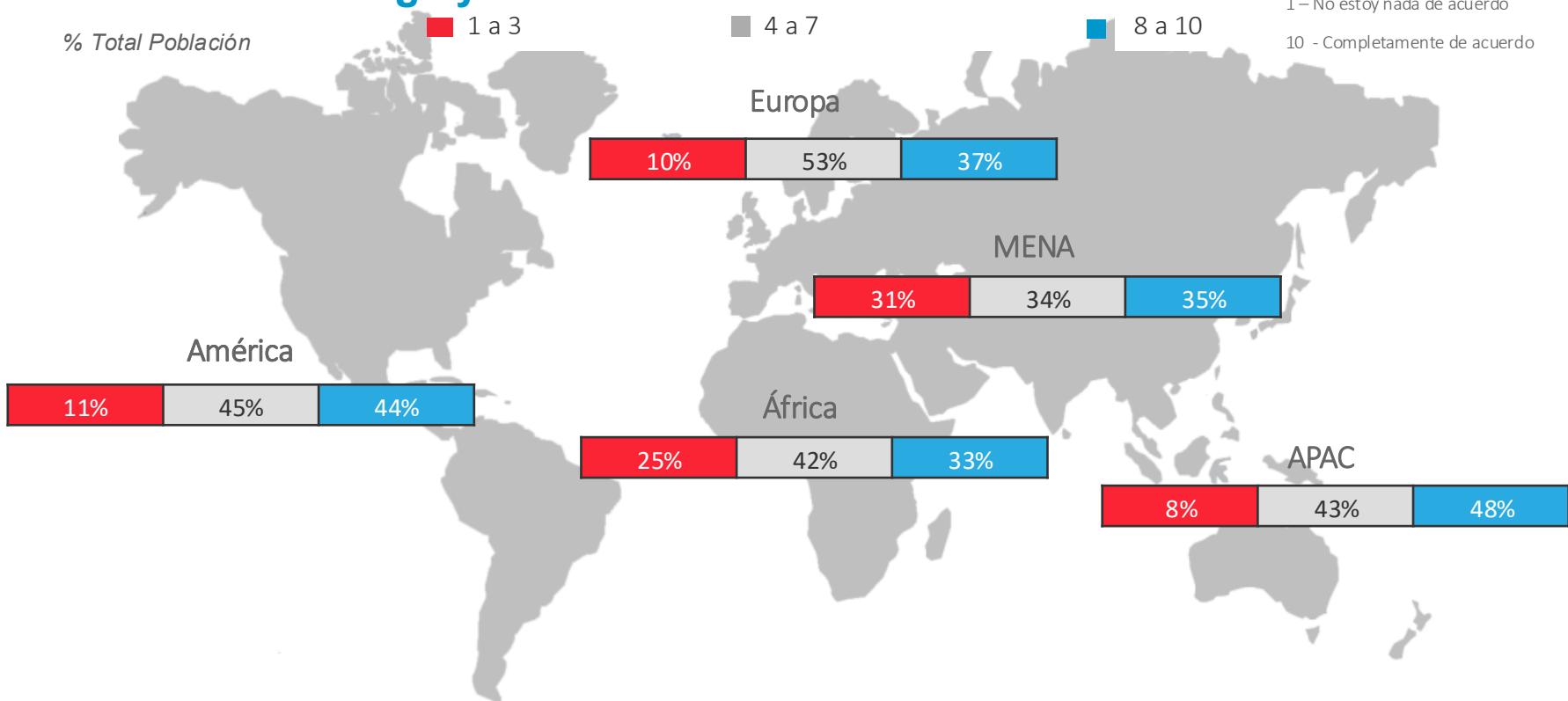
1 a 3

4 a 7

8 a 10

1 – No estoy nada de acuerdo

10 - Completamente de acuerdo



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%)

No se muestra No sabe/No responde

#Gracias

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION