ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

activasite.com

Principales Resultados

Día internacional de la juventud

12 de agosto de 2026

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

WiN Worldwide Independent Network Of Market Research

© Somos Activa 2023. Todos los Derechos Reservados

ANTECEDENTES

Día Internacional de la Juventud

Cada 12 de agosto, el Día Internacional de la Juventud —establecido por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1999— invita a poner el foco en las oportunidades, expectativas y desafíos que enfrentan las nuevas generaciones en todo el mundo. Comprender cómo los jóvenes perciben su futuro en comparación con el de sus padres, qué tan esperanzados se sienten respecto al país que les tocó vivir y cuánto están dispuestos a migrar en busca de mejores condiciones resulta esencial para orientar políticas públicas, decisiones empresariales y estrategias de desarrollo más inclusivas.

Con motivo de esta fecha, **Activa Research** junto a **WIN** (Worldwide Independent Network of Market Research) presentan los resultados de un estudio internacional orientado a explorar cómo la ciudadanía y las nuevas generaciones en particular evalúan sus oportunidades frente a las de sus padres, sus expectativas de acceso a una vivienda propia, su nivel de esperanza respecto al futuro de su país y su disposición a emigrar en busca de mejores condiciones de vida.

El estudio se basa en **45.000 entrevistas** aplicadas en **45 países** de todo el mundo, lo que entrega una mirada global y comparada sobre las condiciones y expectativas que enfrentan hoy los jóvenes en distintas regiones.

Naciones Unidas. (2026). *Día Internacional de la Juventud*. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. https://www.un.org/es/observances/youth-day

activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

01

Presentación

activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

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

activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

02

Metodología

activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Metodología

Un total de **45.000 personas** fueron encuestadas globalmente en **45 países**. El levantamiento de la información, a nivel global, se realizó entre **diciembre de 2025 y enero de 2026.**

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 **+/- 3,1**, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.

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

activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Metodología Chile

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

Diseño de investigación

Estudio cuantitativo, sobre la base de 1.017 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 1.017 entrevistas, estratificas aproporcionalmente por GSE, sexo y edad.

NSE	Tamaño Muestral	Error Muestral
C1	79	11%
C2	191	7,1%
C3	271	6%
D	476	4,5%
TOTAL	1.017	3,1%

Instrumento de medición

Cuestionario de 15 minutos de duración promedio.

Fecha de campo en Chile

Enero de 2026.

Ponderación

La muestra fue ponderada de acuerdo al peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo 2024. El margen de Error Muestral es de un +/- 3,1%, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.

activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

Muestra por países

PAÍS	COMPAÑÍA	METODOLOGÍA	MUESTRA	COBERTURA
Argentina	Voices Research & Consultancy	CAWI	1007	NACIONAL
Australia	Luma Research	CAWI	549	NACIONAL
Brasil	Market Analysis Brazil	CAWI	1000	POBLACIÓN C/ INTERNET
Canadá	LEGER	CAWI	1000	NACIONAL
Chile	Activa Research	CAWI	1095	NACIONAL
China	WisdomAsia	Online Panel	1000	URBANA
Colombia	Centro Nacional de Consultoría	CATI	500	NACIONAL
Costa de Marfil	EMC	CATI	502	NACIONAL
Croacia	Institute for market and media research, Mediana Fides	CAWI	591	NACIONAL
Dinamarca	Opinion Denmark A/S	CAWI	1007	NACIONAL
Ecuador	Centro de Estudios Y Datos - CEDATOS	CAPI	1104	NACIONAL
Finlandia	Taloustutkimus Oy	Online Panel	1093	NACIONAL
Francia	Online Way	Online Panel	1007	NACIONAL
Georgia	GORBI Eurasia LTD	F2F	2050	NACIONAL
Alemania	Produkt+Markt	CAWI	1000	NACIONAL
Grecia	Alternative Research Solutions	CAWI	502	NACIONAL
Hong Kong	Consumer Search Group (CSG)	Online Panel	500	TERRITORIO
India	DataPrompt International Pvt. Ltd.	Online	1000	NACIONAL
Indonesia	DEKA	Online	987	POBLACIÓN C/ INTERNET
República de Irlanda	RED C Research & Marketing Ltd	CAWI	1013	NACIONAL
Italia	SWG S.p.a	CAWI	1002	NACIONAL
Japón	Nippon Research Center, LTD.	CAWI	1100	NACIONAL
Letonia	Marketing and Public Opinion Research Centre SKDS	CAWI	1005	NACIONAL

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Muestra por países

PAÍS	COMPAÑÍA	METODOLOGÍA	MUESTRA	COBERTURA
Malasia	Central Force International	CAWI	1001	POBLACION C/INTERNET
México	Brand Investigation S.A.de C.V	Online	1000	NACIONAL
Marruecos	Integrate Consulting	Online	500	NACIONAL
Países Bajos	Motivaction International B.V.	CAWI	1005	NACIONAL
Noruega	Opinion AS	CAWI	1029	NACIONAL
Pakistán	Gallup Pakistan	CATI	1000	NACIONAL
Paraguay	ICA Consultoría Estratégica	CATI	501	NACIONAL
Perú	Datum Internacional	P2P	1202	NACIONAL
Filipinas	The Philippine Survey and Research Center (PSRC)	PAPI	1000	NACIONAL
Polonia	Mareco Polska	CAWI	530	NACIONAL
Serbia	Institute for market and media research, Mediana Adria	CAWI	522	NACIONAL
República Eslovaca	Go4insight	CAWI	1000	NACIONAL
Eslovenia	Institute for market and media research, Mediana	CAWI	1018	NACIONAL
Corea del Sur	Gallup Korea	CAWI	1200	NACIONAL
España	Instituto DYM	CAWI	1000	NACIONAL
Suecia	Demoskop AB	CAWI	1012	NACIONAL
Tailandia	INFOSEARCH LIMITED	F2F	500	NACIONAL
Turquía	BAREM Research	CATI	725	URBANA
Reino Unido	ORB International	Online	1194	NACIONAL
EE. UU.	LEGER	CAWI	1000	NACIONAL
Venezuela	Centro Nacional de Consultoría	CATI	302	NACIONAL
Vietnam	DXL Research & Consulting	F2F	900	URBANA

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

03

Resultados

activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Seis insights claves

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

1 **59%**

Chile, más optimista

de los chilenos cree tener más oportunidades que sus padres, muy por sobre el 50% del promedio mundial.

2 **65%**

Chile vs. mundo: más intención de migrar

de los chilenos se iría a vivir a otro país por mejores oportunidades, frente a 46% del promedio mundial.

3 **60%**

Chile: la esperanza decae en jóvenes

de los chilenos se siente esperanzado sobre el futuro del país, cifra que baja a 57% entre los jóvenes de 18 a 24 años.

4 **47%**

Global: brecha regional

de la población mundial cree tener más oportunidades que sus padres. África es la más optimista (58%) y MENA la más pesimista (35% cree tener menos).

5 **28%**

Global: la vivienda, un desafío

de la población mundial ya es propietaria de una vivienda, mientras 47% confía en poder comprarla en el futuro.

6 **89%**

Global: África lidera en migración

A nivel mundial, 46% se iría a vivir a otro país por mejores oportunidades; en África la cifra llega a 89%, la más alta del mundo.

activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

Oportunidades de tu generación en comparación con la generación de tus padres

activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

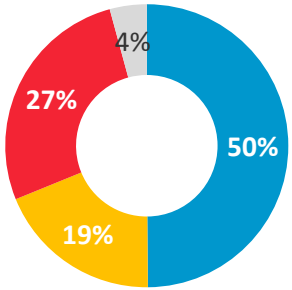
¿Consideras que tu generación tiene más, menos o las mismas oportunidades que tuvieron tus padres?

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

% Total Población

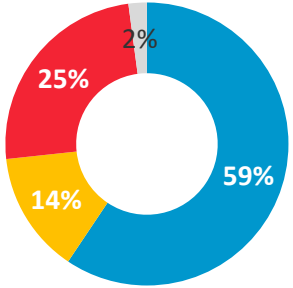
Más | Las mismas | Menos | No sabe

Global



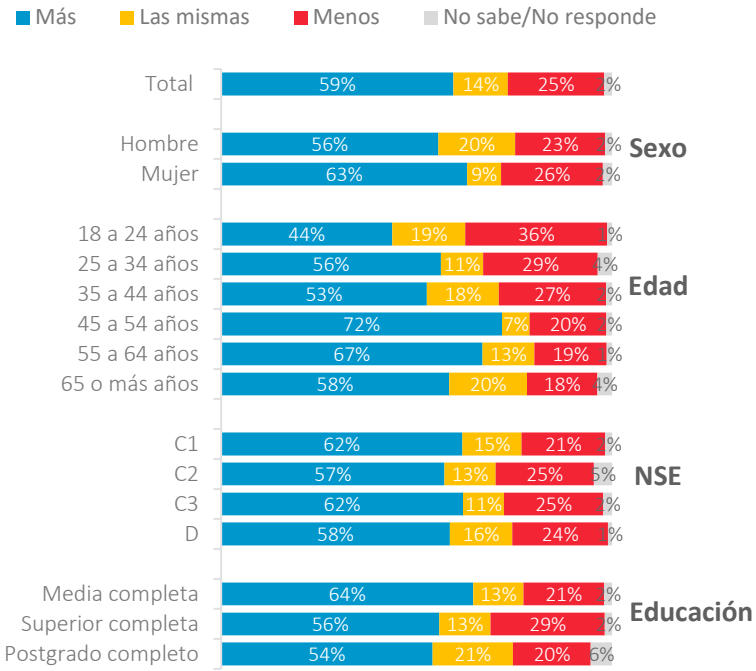
2026

Chile



2026

Chile



Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 45.000 ;E.M +/- 0,5%) Base Chile Total entrevistas Chile (N: 1.017 ; E.M +/-3,1%)

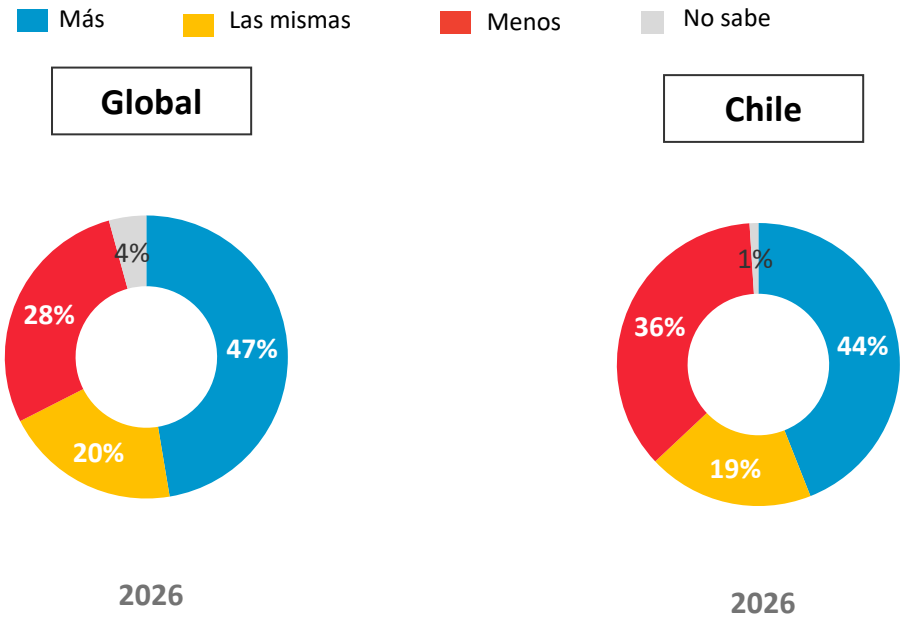
activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

¿Consideras que tu generación tiene más, menos o las mismas oportunidades que tuvieron tus padres? Jóvenes 18 a 24 años

% Total Población 18 a 24 años



Datos expresados en %. Base total de entrevistas 18 a 24 (N: 5.813). Base Chile total de entrevistas 18 a 24 años. (N: 63).

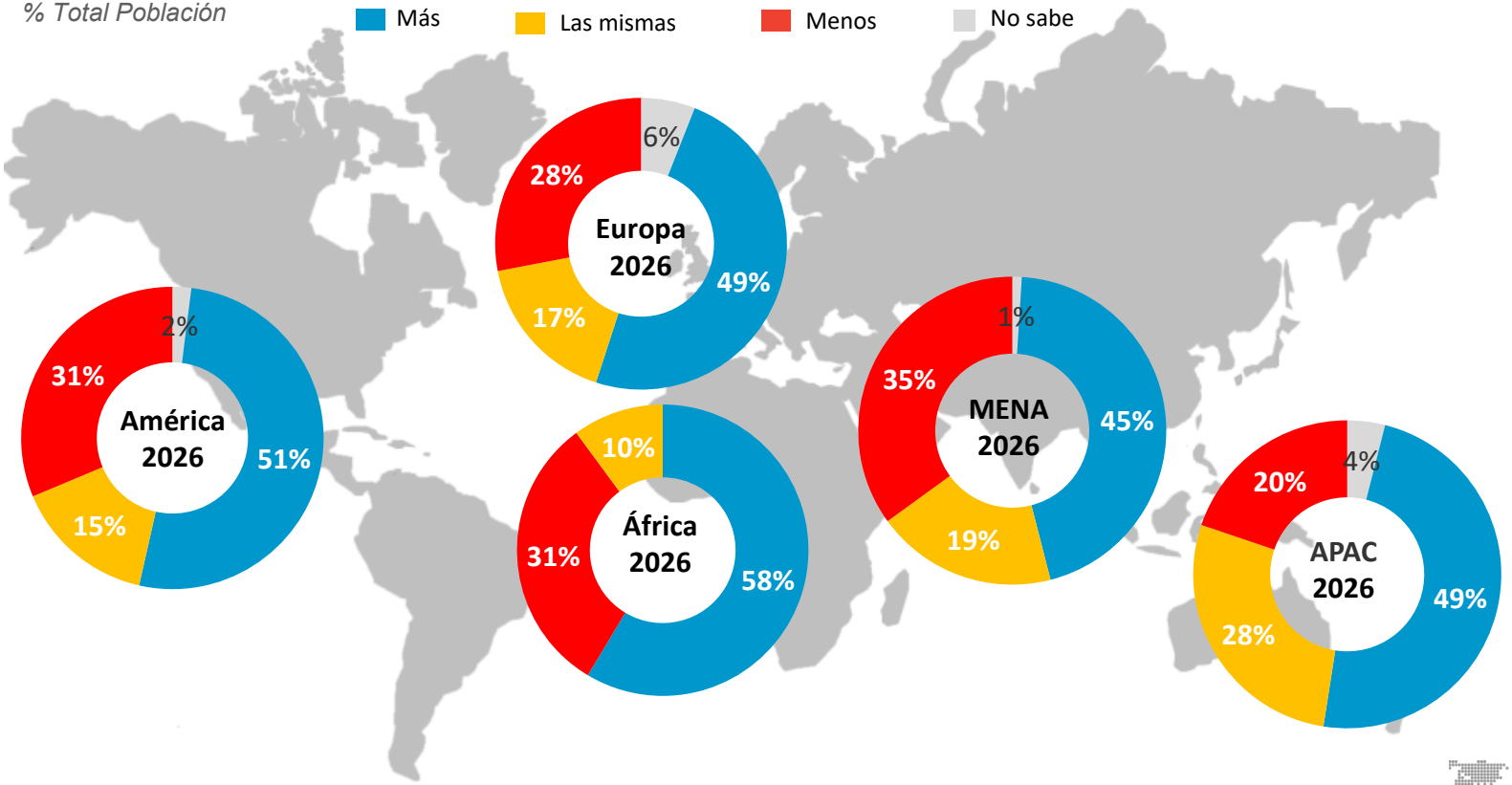
activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

¿Consideras que tu generación tiene más, menos o las mismas oportunidades que tuvieron tus padres?

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

% Total Población



activasite.com

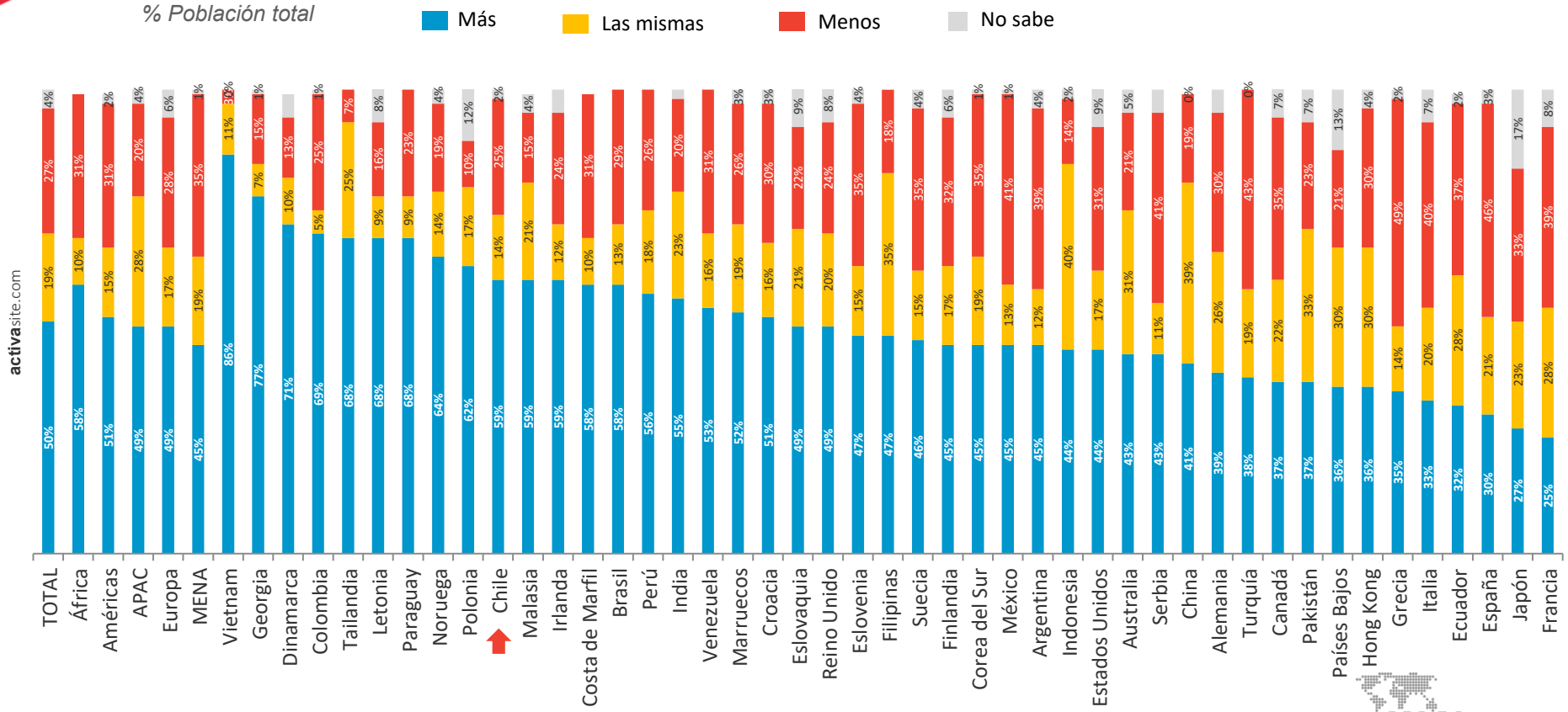
© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 45.000 ;E.M +/- 0,5%).

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

¿Consideras que tu generación tiene más, menos o las mismas oportunidades que tuvieron tus padres?

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION



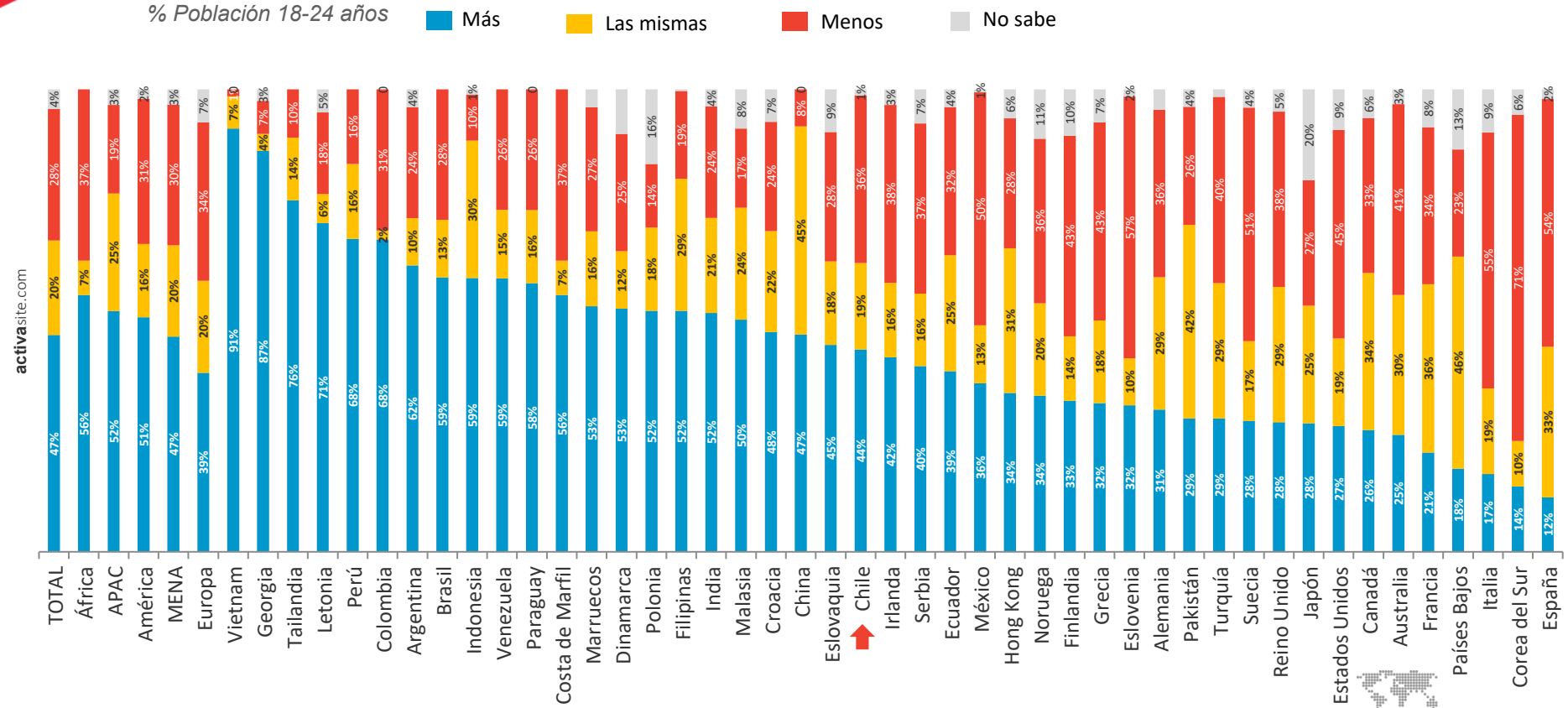
Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 45.000 ;E.M +/- 0,5%). MENA tiene 2 países, África solo 1.

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

¿Consideras que tu generación tiene más, menos o las mismas oportunidades que tuvieron tus padres? Jóvenes 18 a 24 años

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION



© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Datos expresados en %. Base total de entrevistas 18 a 24 años (N: 5813 ;E.M +/- 1,3%). MENA tiene 2 países, África solo 1.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

Posibilidad de pagar una casa propia en el futuro

activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

¿Crees que podrás pagar una casa propia en el futuro?

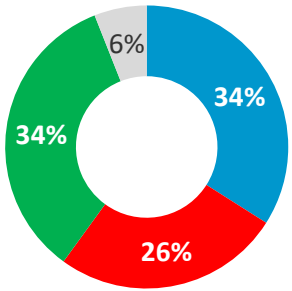
% Total Población

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

Chile

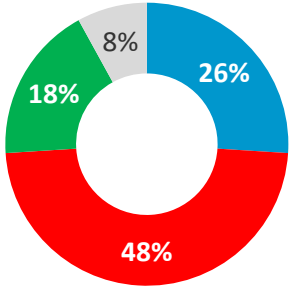
Sí | No | Ya tengo casa propia | No sabe

Global

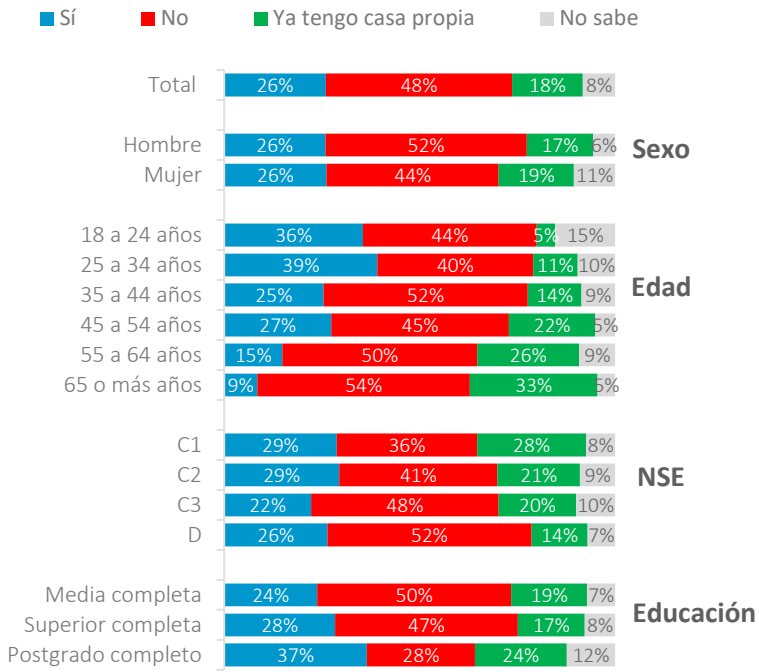


2026

Chile



2026



Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 45.000 ;E.M +/- 0,5%) Base Chile Total entrevistas Chile (N: 1.017 ; E.M +/-3,1%)

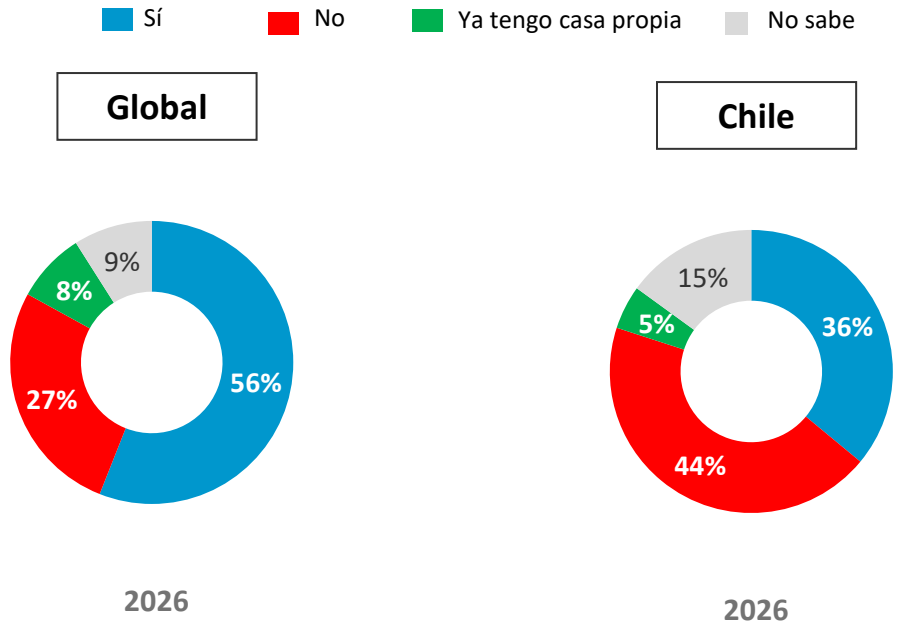
activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

¿Crees que podrás pagar una casa propia en el futuro? Jóvenes 18 a 24 años

% Total Población 18 a 24 años



Datos expresados en %. Base total de entrevistas 18 a 24 (N: 5.813). Base Chile total de entrevistas 18 a 24 años. (N: 63).

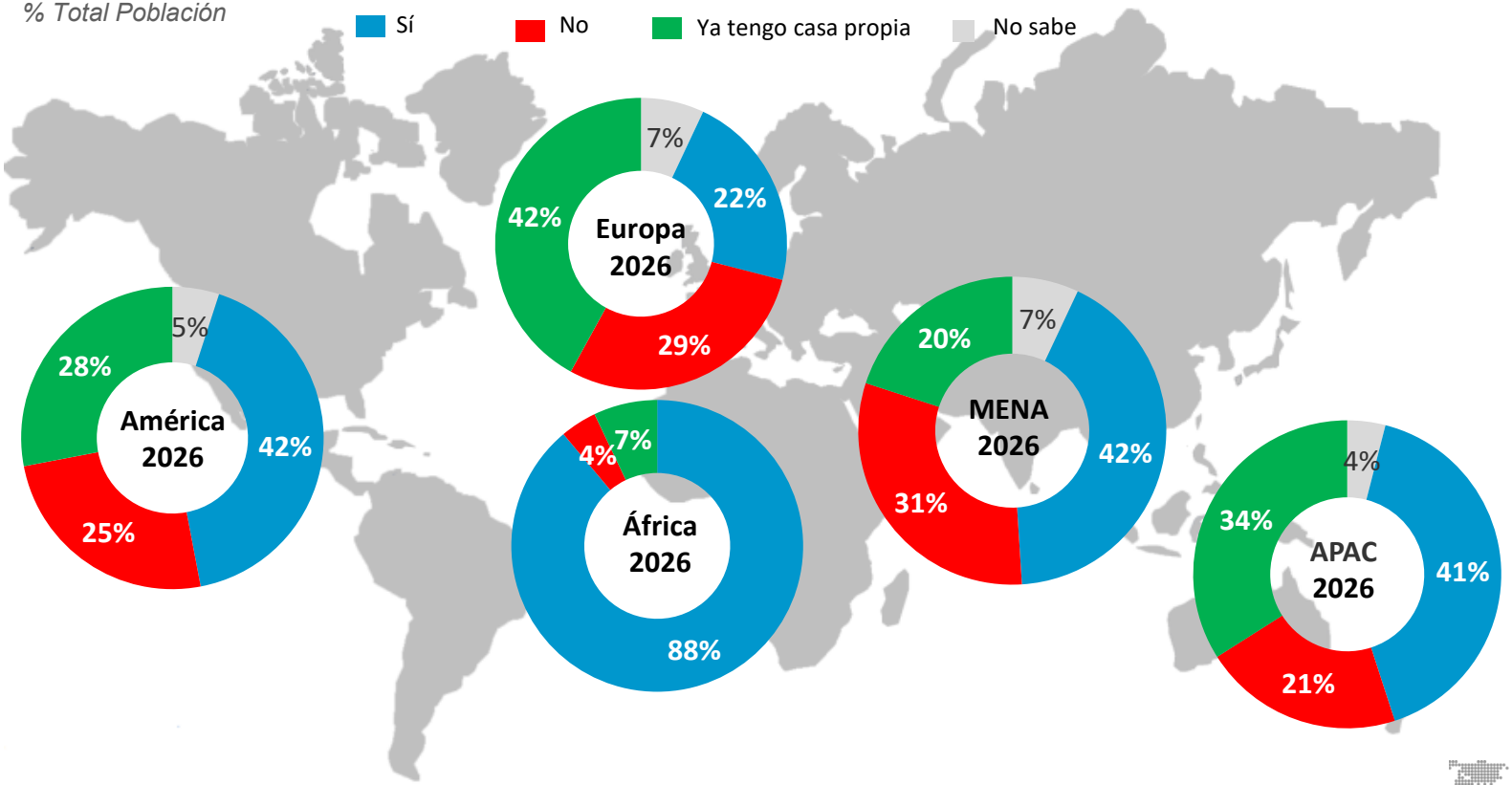
activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

¿Crees que podrás pagar una casa propia en el futuro?

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

% Total Población



activasite.com

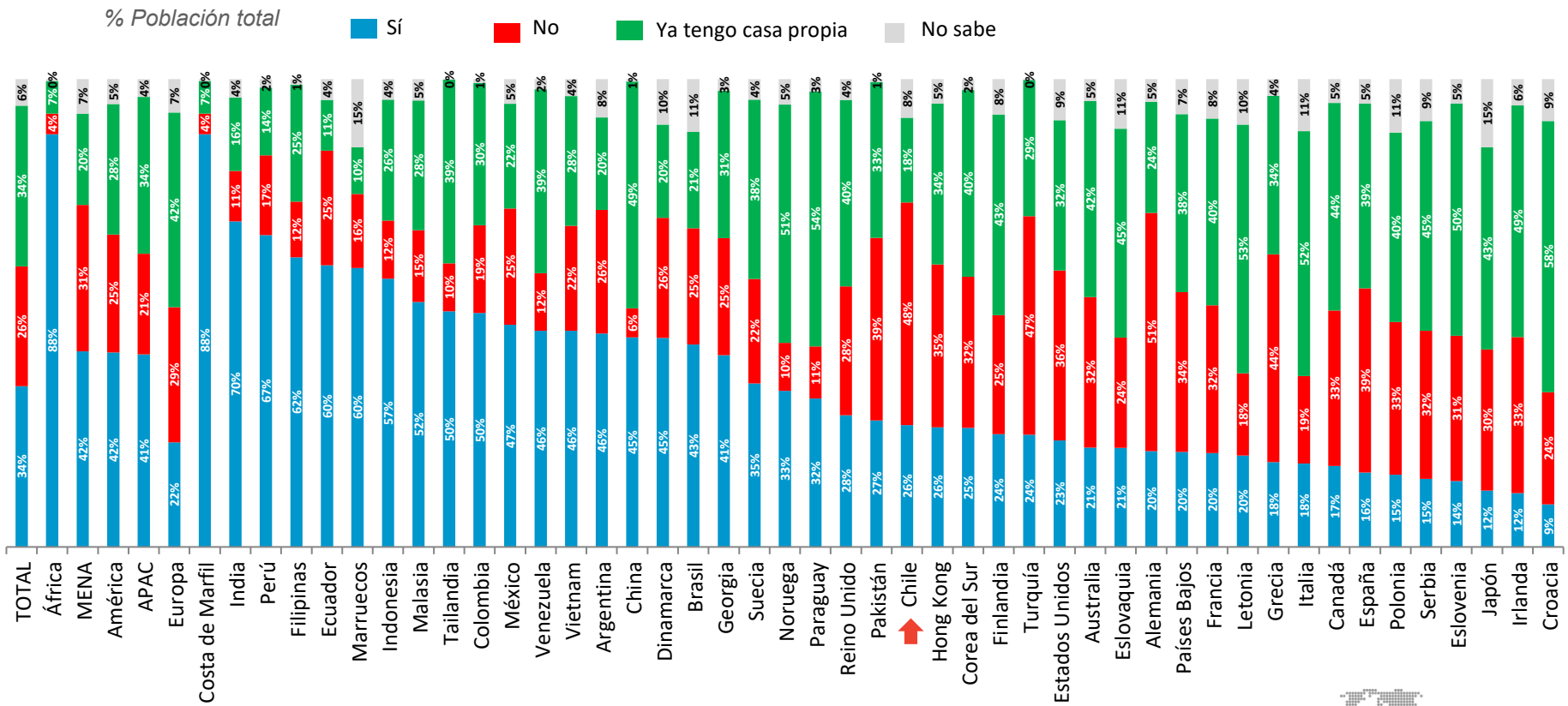
© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 45.000 ;E.M +/- 0,5%). MENA tiene 2 países, África solo 1.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

¿Crees que podrás pagar una casa propia en el futuro?

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION



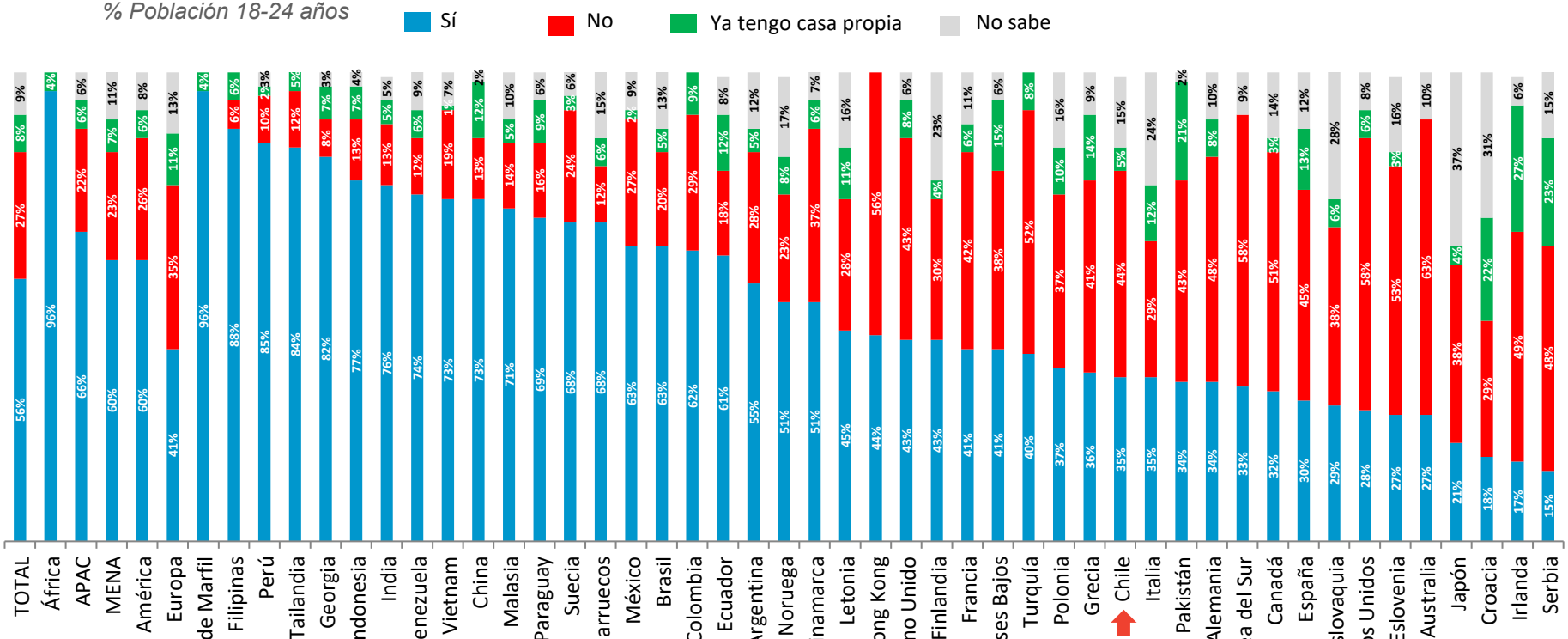
© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 45.000 ;E.M +/- 0,5%). MENA tiene 2 países, África solo 1.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

¿Crees que podrás pagar una casa propia en el futuro? Jóvenes 18 a 24 años

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION



activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Datos expresados en %. Base total de entrevistas 18 a 24 años (N: 5813 ;E.M +/- 1,3%). MENA tiene 2 países, África solo 1.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

activasite.com

Esperanzas respecto al futuro en tu país

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

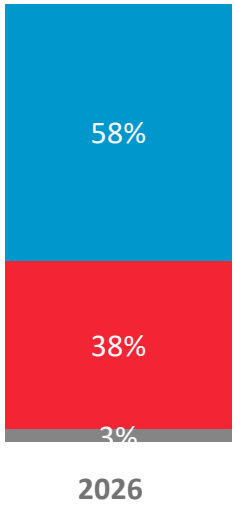
¿Qué tan esperanzado te sientes respecto a tu futuro en tu país?

% Total Población

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

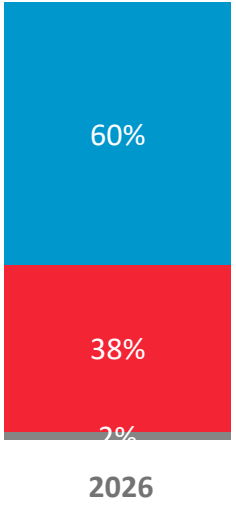
Muy + algo esperanzado | No muy + nada esperanzado | No sabe

Global



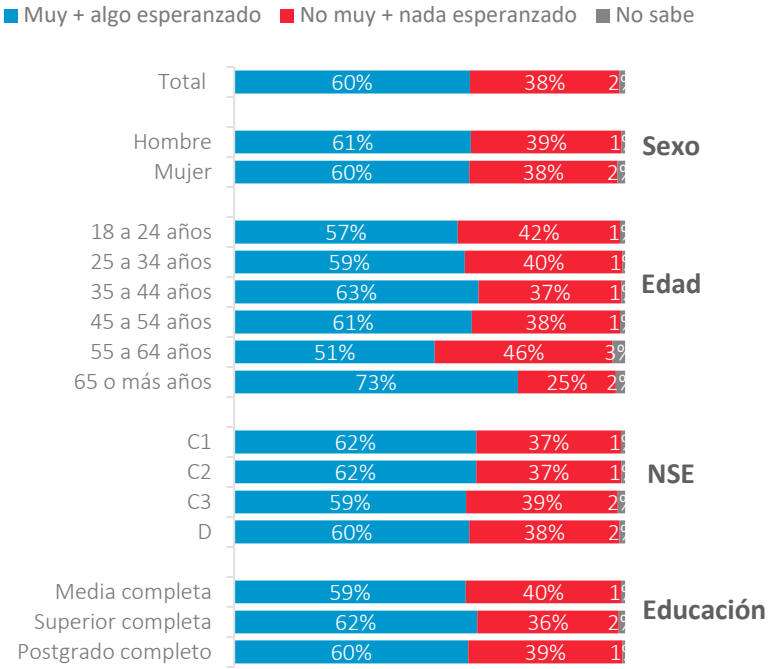
2026

Chile



2026

Chile



Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 45.000 ;E.M +/- 0,5%) Base Chile Total entrevistas Chile (N: 1.017 ; E.M +/-3,1%)

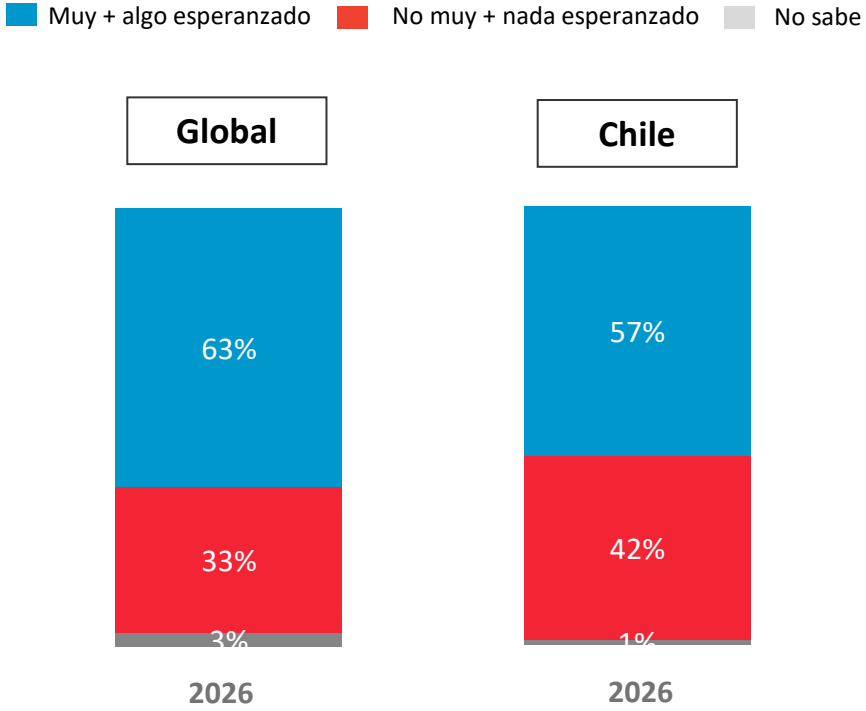
WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

¿Qué tan esperanzado te sientes respecto a tu futuro en tu país? Jóvenes 18 a 24 años

% Total Población 18 a 24 años



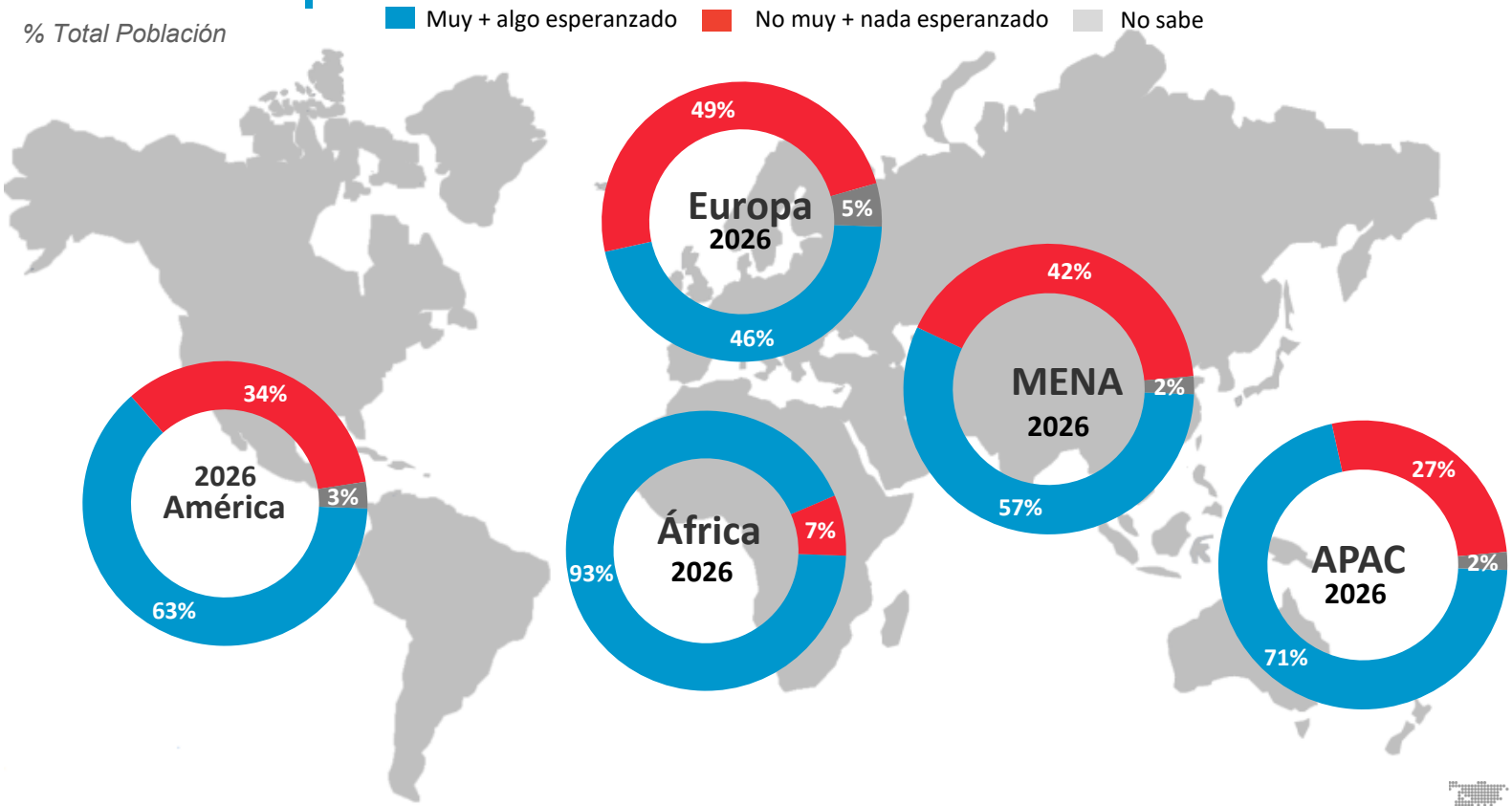
Datos expresados en %. Base total de entrevistas 18 a 24 (N: 5.813). Base Chile total de entrevistas 18 a 24 años. (N: 63).

activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

¿Qué tan esperanzado te sientes respecto a tu futuro en tu país?

% Total Población



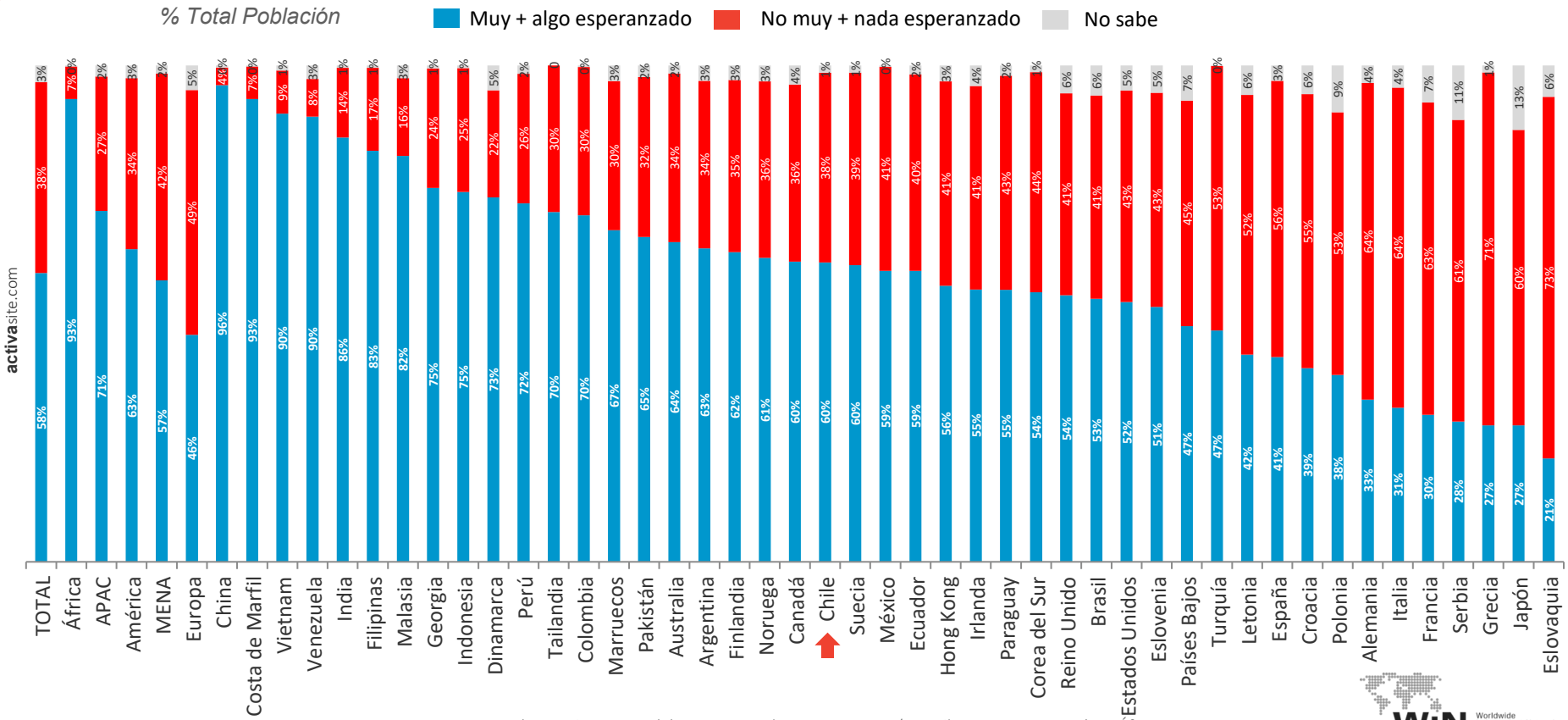
activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 45.000 ;E.M +/- 0,5%).

¿Qué tan esperanzado te sientes respecto a tu futuro en tu país?

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION



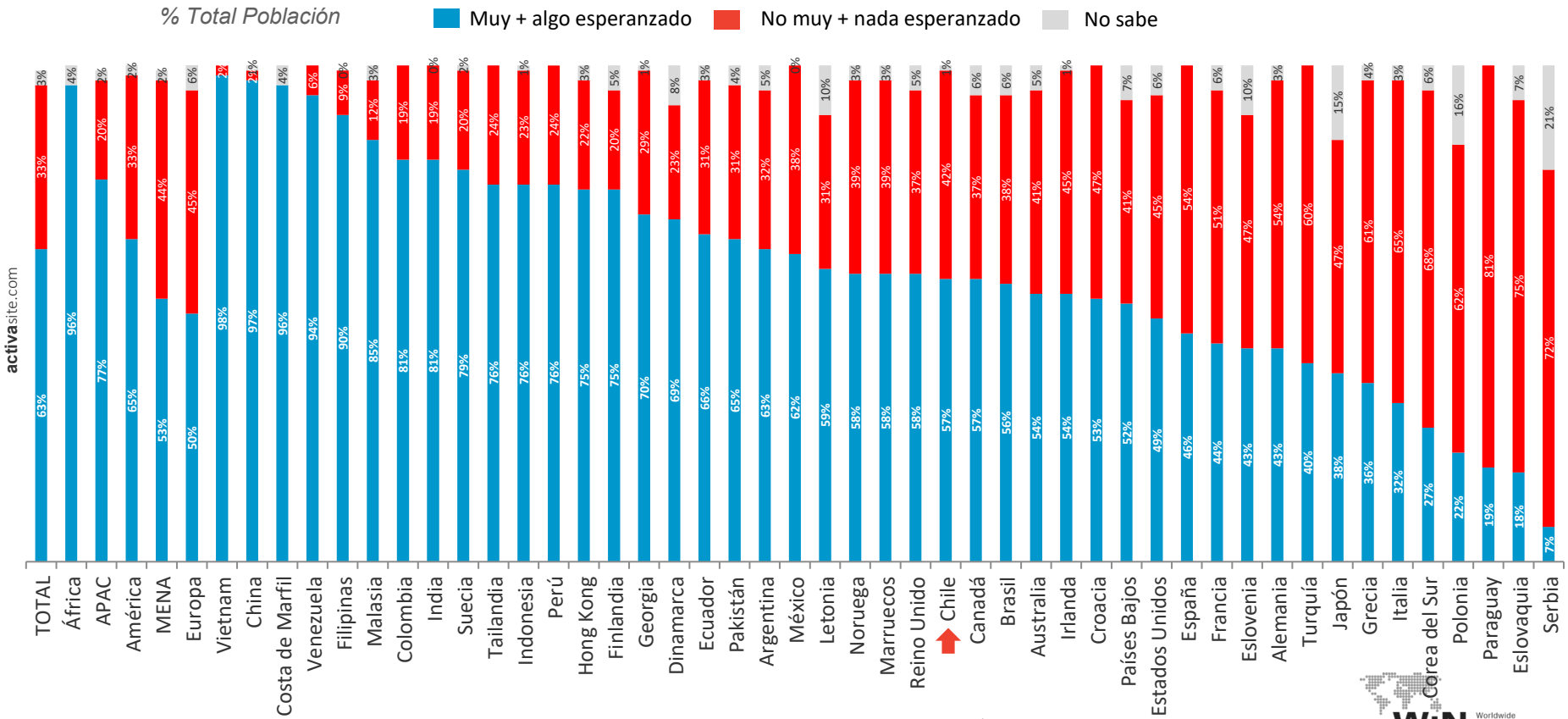
© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 45.000 ;E.M +/- 0,5%). MENA tiene 2 países, África solo 1.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

¿Qué tan esperanzado te sientes respecto a tu futuro en tu país? Jóvenes 18 a 24 años

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION



© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Datos expresados en %. Base total de entrevistas 18 a 24 años (N: 5813 ;E.M +/- 1,3%). MENA tiene 2 países, África solo 1.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

Disposición a mudarse a otro país en busca de mejores oportunidades

activasite.com

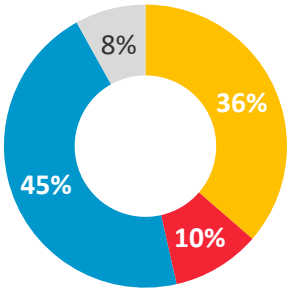
© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

¿Te mudarías a otro país en busca de mejores oportunidades?

% Total Población

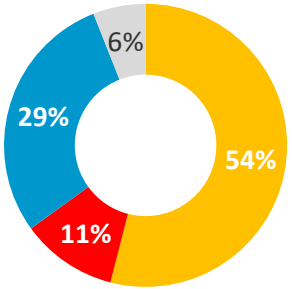
- Sí, pero solo si pudiera hacerlo legalmente
- Sí, independiente de las condiciones
- No
- No sabe

Global



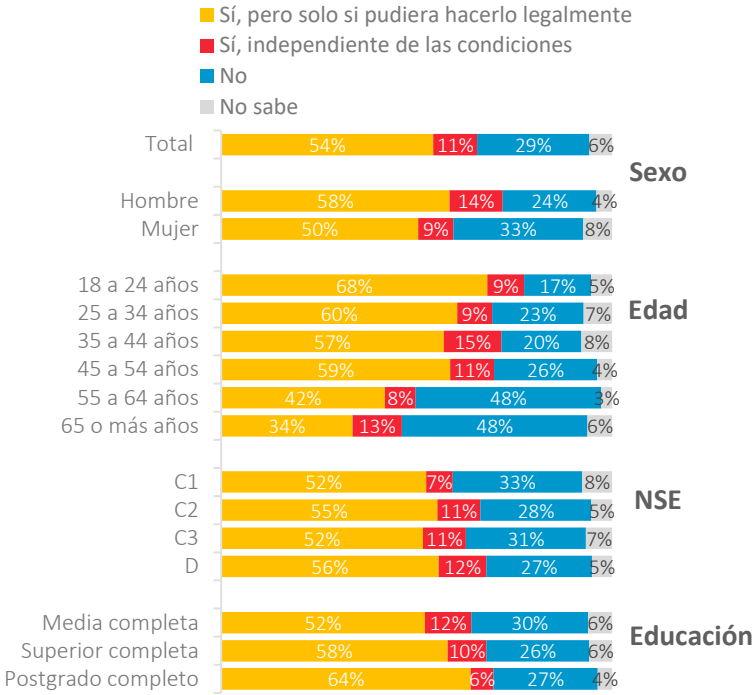
2026

Chile



2026

Chile



Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 45.000 ;E.M +/- 0,5%) Base Chile Total entrevistas Chile (N: 1.017 ; E.M +/-3,1%)

activasite.com

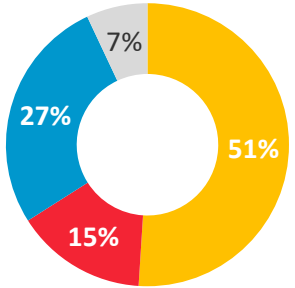
© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

¿Te mudarías a otro país en busca de mejores oportunidades? Jóvenes 18 a 24 años

% Total Población 18 a 24 años

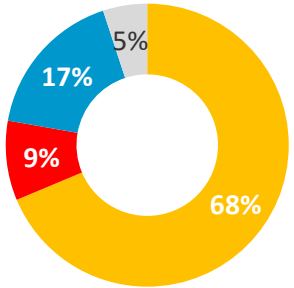
Sí, pero solo si pudiera hacerlo legalmente
Sí, independiente de las condiciones
No
No sabe

Global



2026

Chile



2026

Datos expresados en %. Base total de entrevistas 18 a 24 (N: 5.813). Base Chile total de entrevistas 18 a 24 años. (N: 63).

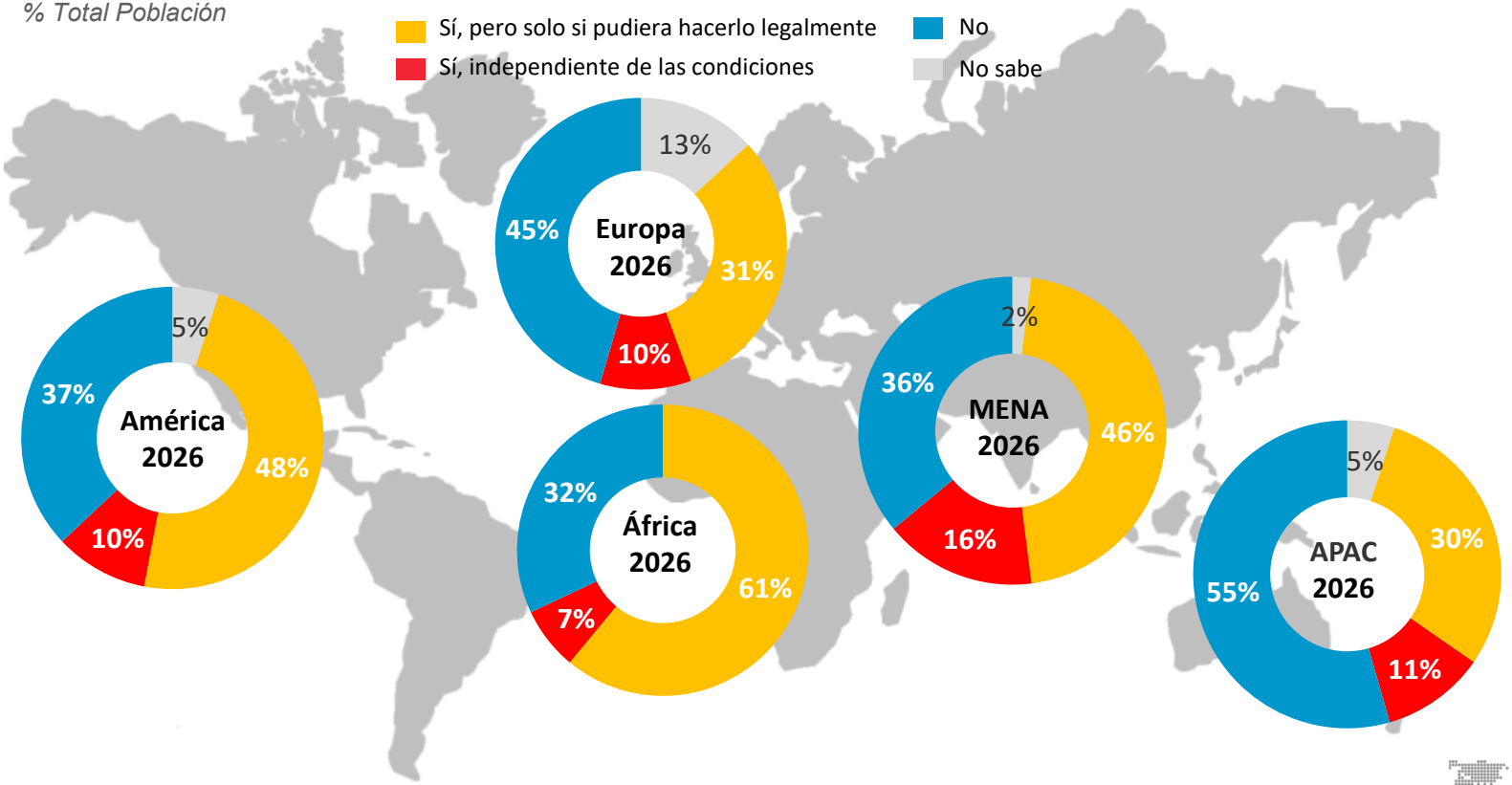
activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

¿Te mudarías a otro país en busca de mejores oportunidades?

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

% Total Población



activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

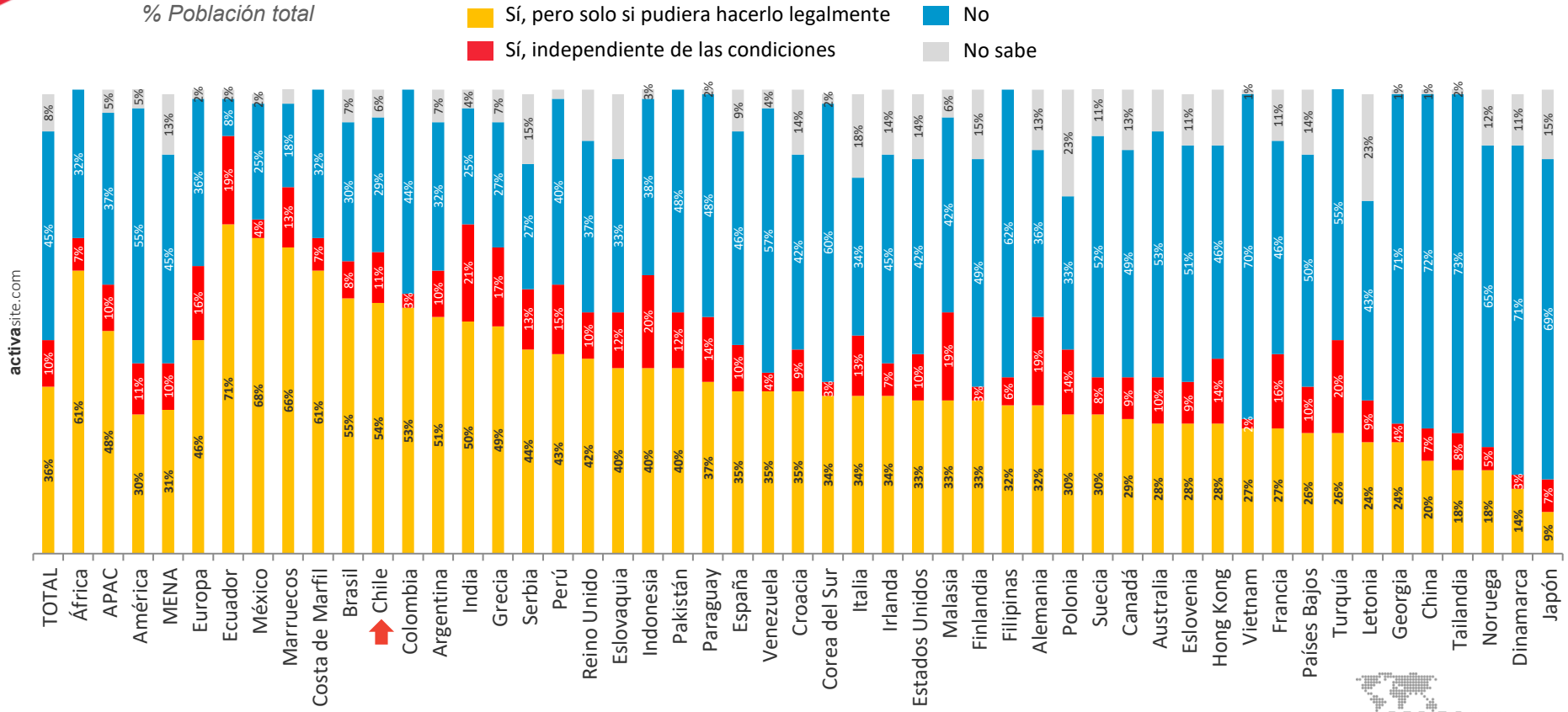
Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 45.000 ;E.M +/- 0,5%).

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

¿Te mudarías a otro país en busca de mejores oportunidades?

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

% Población total



Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 45.000 ;E.M +/- 0,5%). MENA tiene 2 países, África solo 1.

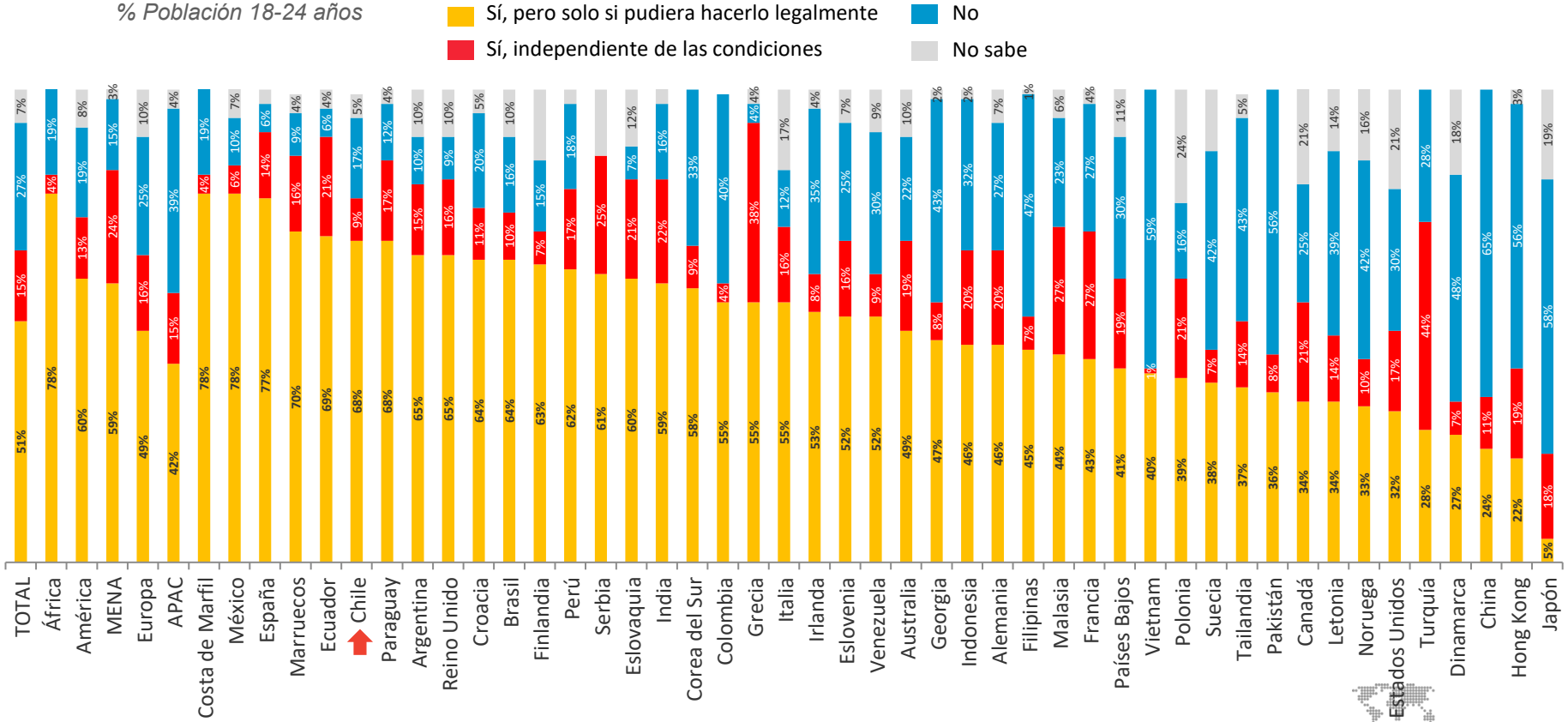
WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

¿Te mudarías a otro país en busca de mejores oportunidades? Jóvenes 18 a 24 años

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

% Población 18-24 años



activasite.com

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

Datos expresados en %. Base total de entrevistas 18 a 24 años (N: 5813 ;E.M +/- 1,3%). MENA tiene 2 países, África solo 1.

WIN Worldwide Independent Network Of Market Research

activasite.com

#Gracias

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.