

CLAVES IPSOS

INFORME N°45

Octubre 2025

ESTUDIO REALIZADO,
PATROCINADO Y PUBLICITADO
POR **IPSOS**.

Fecha de publicación:
10 Noviembre 2025



Objetivo

Describir las opiniones y los comportamientos de las y los ciudadanos respecto de temas de interés para el país y para las personas, tanto como ciudadanos, clientes y/o usuarios.

Contenidos de esta edición:

1. Presupuesto del hogar y estrategias de ahorro
2. Capacidad de ahorro y nivel de endeudamiento
3. Cuentas



Principales resultados

Presupuesto del hogar y estrategias de ahorro

- 45% de las personas consultadas indican que su hogar no alcanza a llegar a fin de mes con los ingresos disponibles. Considerando tramos de ingresos, esta cifra se eleva a 61% en hogares que ganan \$500.000 o menos. Mientras que en hogares con ingreso entre \$500.000 y \$1.000.000 el 48% no logra llegaría a fin de mes.
- Al día 15 del mes el 11% de los hogares ya no contaría con ingresos. Y al día 20 del mes, el 31% de los hogares estaría en esa situación. Y según tramo de ingreso, entre hogares que cuyo ingreso es de \$500.000 o menos, al día 15 serían 28% de hogares que ya no contarían con presupuesto y al día 20 el 48% de los hogares.
- A nivel personal, 49% indica que su ingreso o el dinero que recibe por diversos medios no le alcanza para llegar a fin de mes. Entre quienes se ven más complicados para llegar a fin de mes se encuentran las mujeres (54%), las personas de hogares C3 y D (54%) y quienes viven en hogares con ingresos de \$500.000 o menos (61%).
- Las principales estrategias entre estos hogares que no llegan a fin de mes corresponden a desarrollar trabajos extras o pololos (46%), usar ahorros (43%) y usar la tarjeta de crédito o línea de crédito (41%). Los trabajos extras o pololos son más frecuentes en el GSE D3 y D, mientras que el uso de ahorros y de tarjetas o líneas de crédito es más usado en hogares C1a, C1b y C2.
- Además, 89% indica que en sus hogares han tratado de disminuir los gastos durante este año, siendo las tres estrategias más frecuentes el comprar marcas más económicas (62%), disminuir gastos en salidas a comer (58%), disminuir gasto en compra de ropa (56%) y disminuir el gasto en entretenimiento (55%).

Capacidad de ahorro y nivel de endeudamiento

- Solamente 19% de las personas consultadas indica que en sus hogares alcanza para ahorrar con el ingreso actual. La capacidad de ahorro disminuye a 10% en hogares que ganan \$500.000 o menos y a 13% en hogares de ingresos entre \$500.000 y \$1.000.000. Por otra parte, se eleva a 33% en hogares con ingresos entre \$1.500.000 y \$2.000.000 y a 42% en hogares con ingresos por sobre los 2 millones.

Principales resultados

- En forma consistente con la capacidad de ahorro del hogar, también sólo 19% indica que puede tener un ahorro personal. Los que tienen menor capacidad de ahorro son las mujeres (14%), las personas de 30 a 50 años (11%) y los que viven en hogares que ganan bajo un 1 millón de pesos (8% y 14% según tramo de ingreso).
- 72% de las personas consultadas reportan que sus hogares tienen deudas, cifra que es bastante transversal entre los diversos grupos socioeconómicos, en Santiago y en regiones y por nivel de ingreso.
- Y 69% de las personas indican que tiene deudas de orden personal, siendo la cifra mayor entre las mujeres (73%) y en personas de 30 a 50 años (82%). Además, entre quienes tienen deudas personales, 43% manifiesta que esas deudas son mayores comparativamente con enero de este año.
- Las deudas personales generan angustia (33%), frustración (23%), desesperanza (7%), indignación (3%), rabia (3%), pena (2%), mientras que un 13% trata de no pensar en sus deudas. Pero, también 16% se manifiesta con tranquilidad por tener un plan de pago.

Cuentas

- De un total de 11 cuentas o gastos del hogar, los que más han subido en los últimos meses, según las personas encuestadas, corresponden a la luz (70%), el supermercado (62%) y el agua (46%). En un segundo grupo se instalan la salud o atenciones médicas (31%), farmacia (30%), gasto común (30%), telefonía celular (28%), internet (24%) y arriendo (22%).
- Si llegando a fin de mes se debe priorizar el pago de sólo tres cuentas o gastos, los de mayor probabilidad de pago serían la cuenta del agua (60%), el gasto en supermercado (55%) y la cuenta de la luz (49%).
- En términos generales, las diversas cuentas o gastos se entienden o no generan desconfianza, excepto por la cuenta de la luz, donde 34% la indicó como una cuenta que entiende poco o que le da desconfianza.

Ficha metodológica

Metodología



- Metodología cuantitativa.
- Diseño no probabilístico de muestreo por cuotas.

Técnica



- Encuesta online en base a cuestionario estructurado.
- Fecha de aplicación de encuestas: 29 octubre al 2 de noviembre de 2025

Universo



- Hombres y mujeres de 18 años o más de todas las regiones del país, de nacionalidad chilena
- Marco Muestral: Panel Ipsos IIS.

Muestra



- Muestra de 1.000 casos.
- Ponderación de datos por macrozona, sexo, y tramo etario, según proyecciones Censo 2017. Y para el GSE se usó información AIM actualizada en 2023.

Muestra pre y post ponderación

SEXO



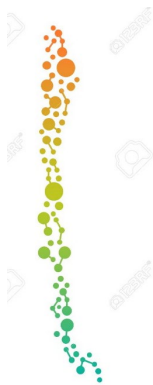
	Sin ponderar	Ponderado
Hombres	50%	48%
Mujeres	50%	52%

EDAD



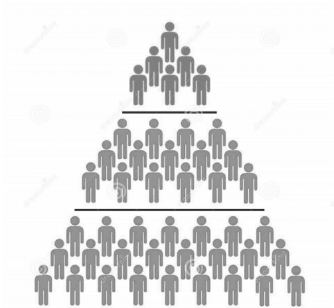
	Sin ponderar	Ponderado
18 a 29 años	29%	25%
30 a 50 años	37%	38%
51 años y +	34%	37%

ZONA



	Sin ponderar	Ponderado
RM	51%	41%
Regiones	50%	59%

GSE



	Sin ponderar	Ponderado
C1a - C1b - C2	62%	37%
C3-D	38%	63%

* Muestra ponderada por Sexo, Edad y Zona de Residencia según proyecciones del Censo 2017. GSE según información AIM.

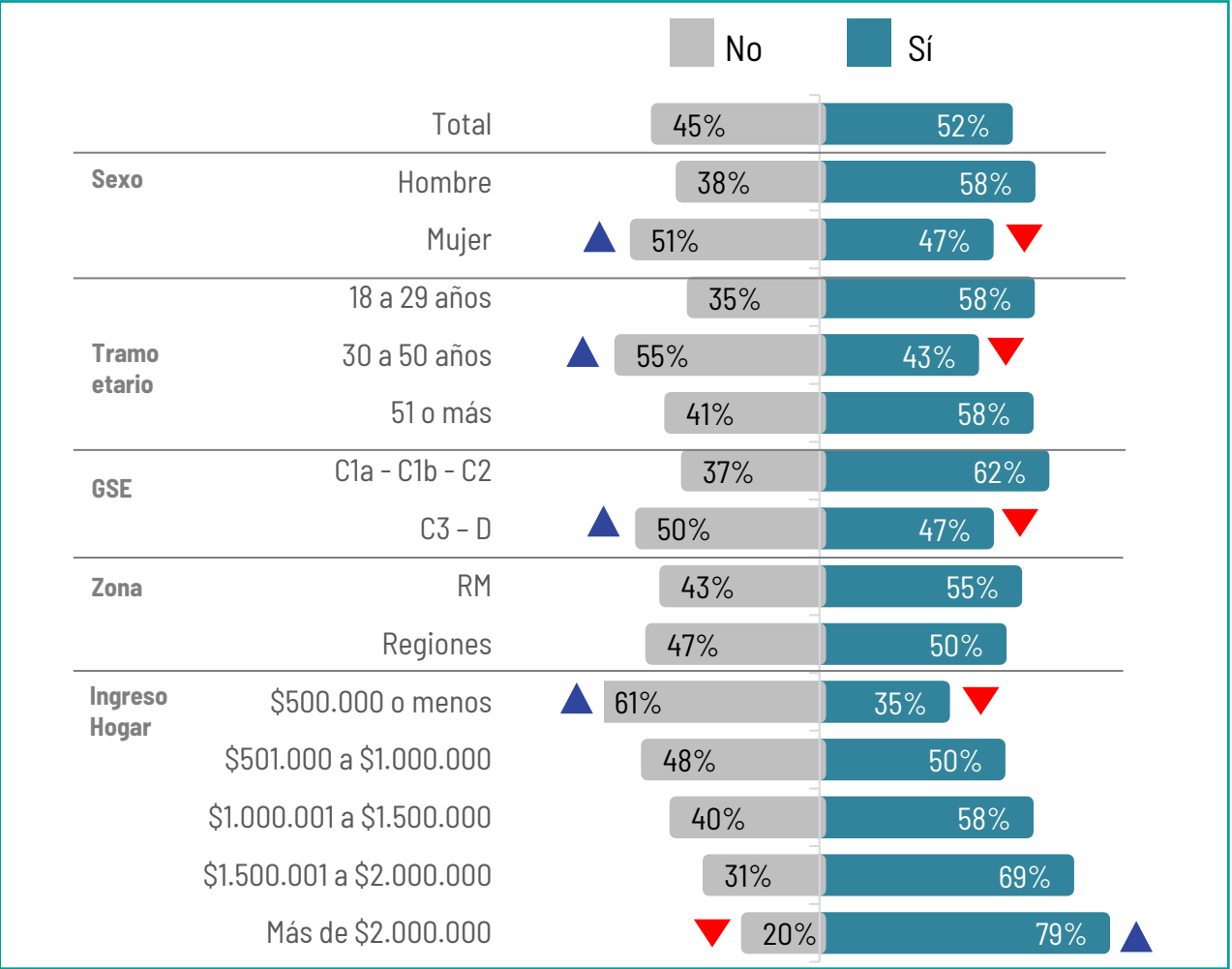
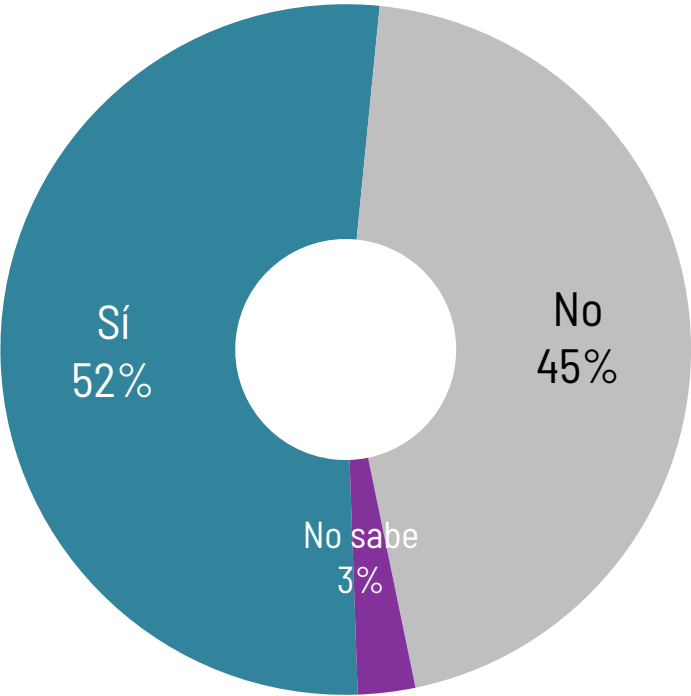
PRESUPUESTO DEL HOGAR Y ESTRATEGIAS DE AHORRO

01

45% de los hogares no llega a fin de mes con sus ingresos. Y la cifra se eleva a 61% en hogares con ingresos menores a \$500 mil

Pensando en su hogar, ¿los ingresos monetarios que reciben (sueldos y otros ingresos como por ejemplo, pensiones, arriendos, subsidios monetarios u otros) le permiten llegar hasta fin de mes?

(Base: 1.000, muestra total)



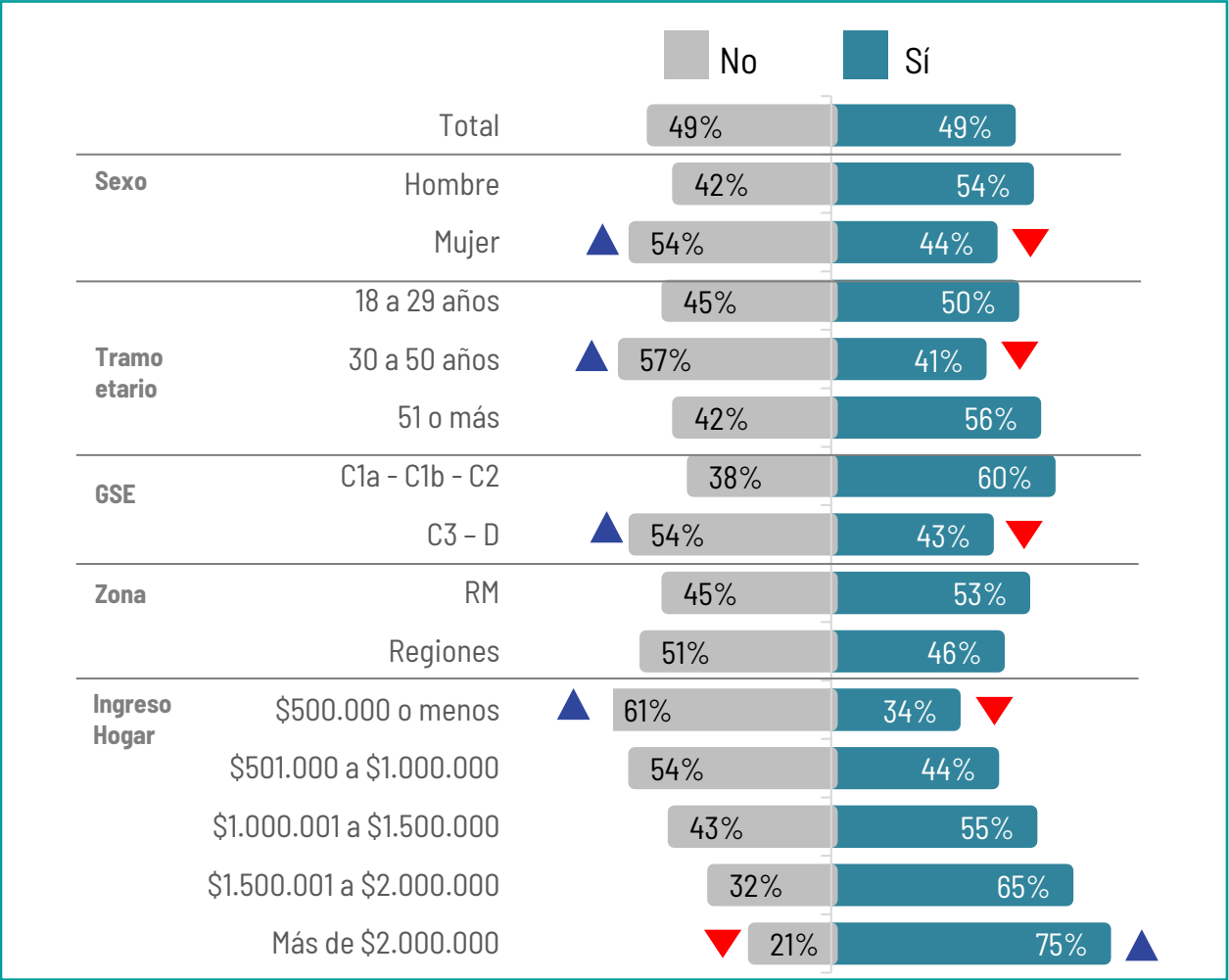
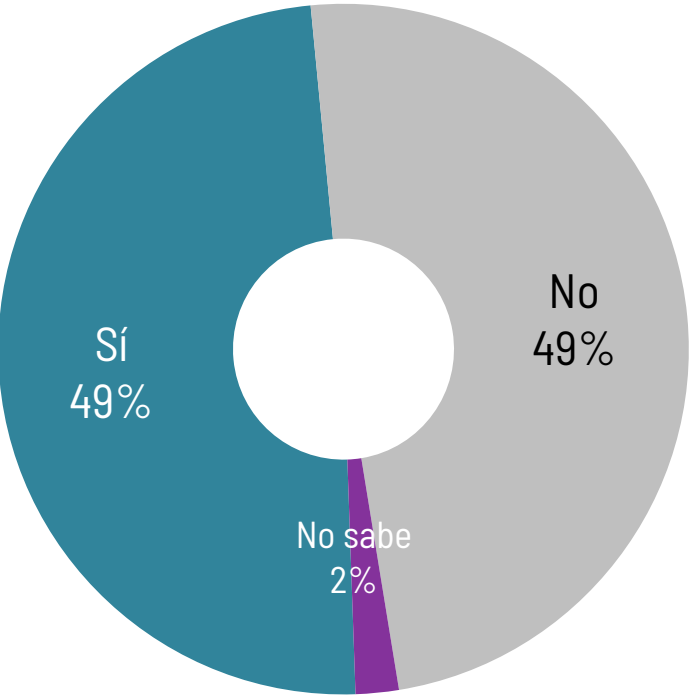
▲ ▼ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%



A nivel de las personas, la mitad no llega a fin de mes con su presupuesto. Entre quienes viven en hogares con ingresos menores a \$500 mil la cifra aumenta a 61% y entre mujeres a 54%

Y pensando en el dinero que usted dispone personalmente en un mes, ya sea por su sueldo, por algún ingreso que recibe o porque otro integrante de su hogar se lo proporciona, ¿usted llega hasta fin de mes con ese dinero disponible?

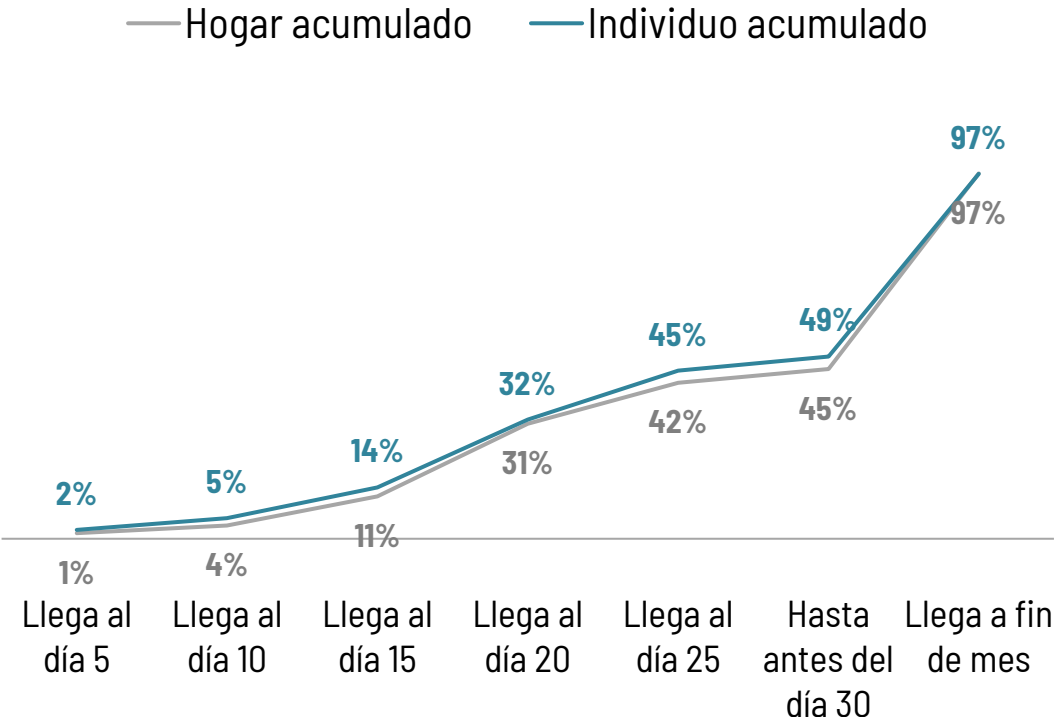
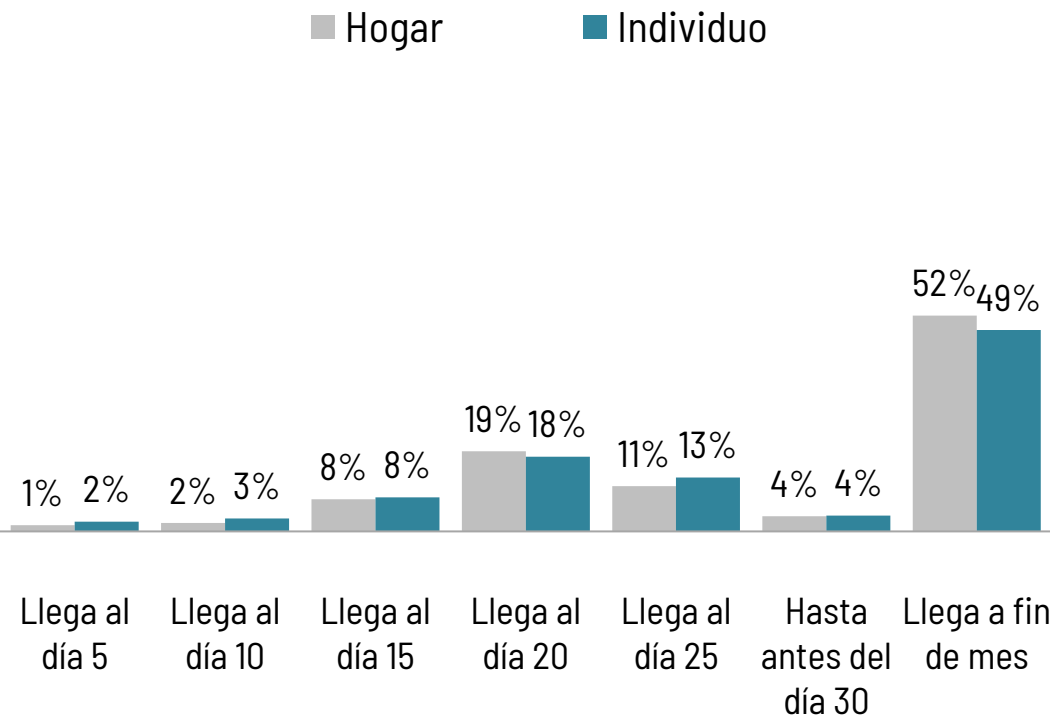
(Base: 1.000, muestra total)



▲ ▼ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

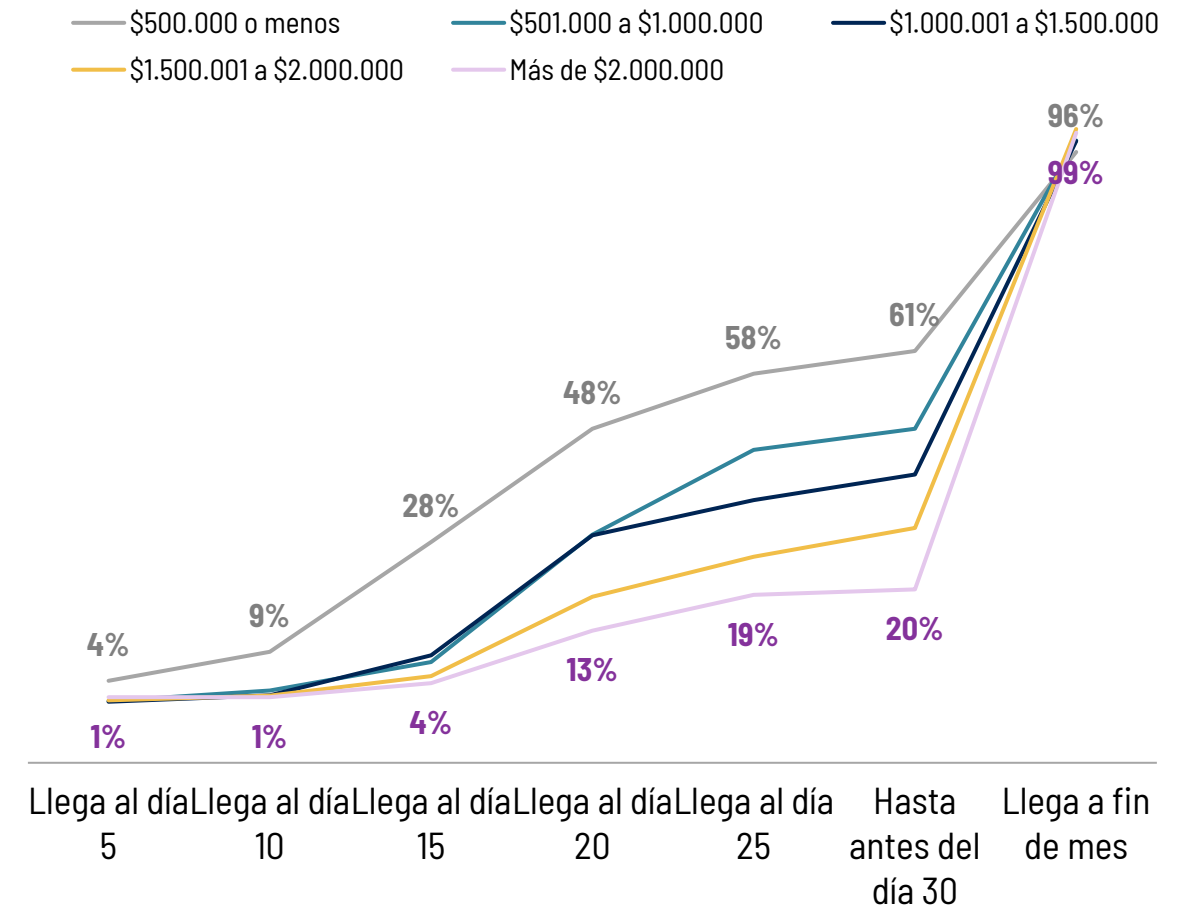
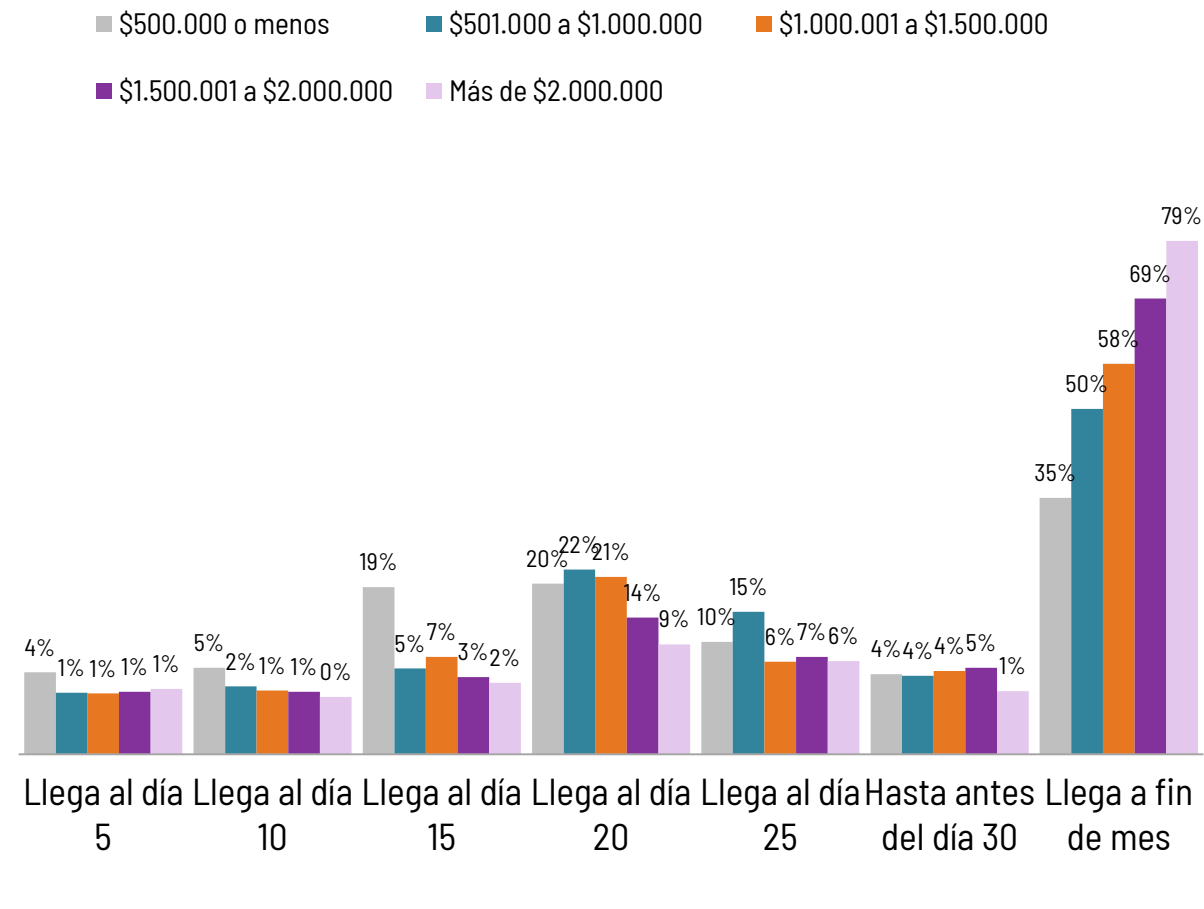
1 de cada 10 hogares tienen un ingreso que se agota el día 15 o antes. Y al día 20 del mes, 31% de los hogares ya no tiene dinero disponible

- Pensando en su hogar, ¿los ingresos monetarios que reciben (sueldos y otros ingresos...) le permiten llegar hasta fin de mes? (Base: 1.000, total)
- Y pensando en el dinero que usted dispone personalmente en un mes, ya sea por su sueldo, por algún ingreso que recibe o porque otro integrante de su hogar se lo proporciona, ¿usted llega hasta fin de mes con ese dinero disponible? (Base: 1.000, total)
- ¿Aproximadamente hasta qué fecha del mes alcanzan los ingresos monetarios en su hogar? (Base: 402, hogares que no llegan a fin de mes)
- ¿Aproximadamente hasta qué fecha del mes le alcanza el dinero que usted dispone? (Base: 434, personas que no llegan a fin de mes)



La diferencia para sumar 100% corresponde a la categoría "No sabe"

28% de los hogares con ingreso menor a \$500 mil se queda sin presupuesto el día 15 del mes o antes. Y al día 20 del mes 48% ya no cuenta con dinero para gasto

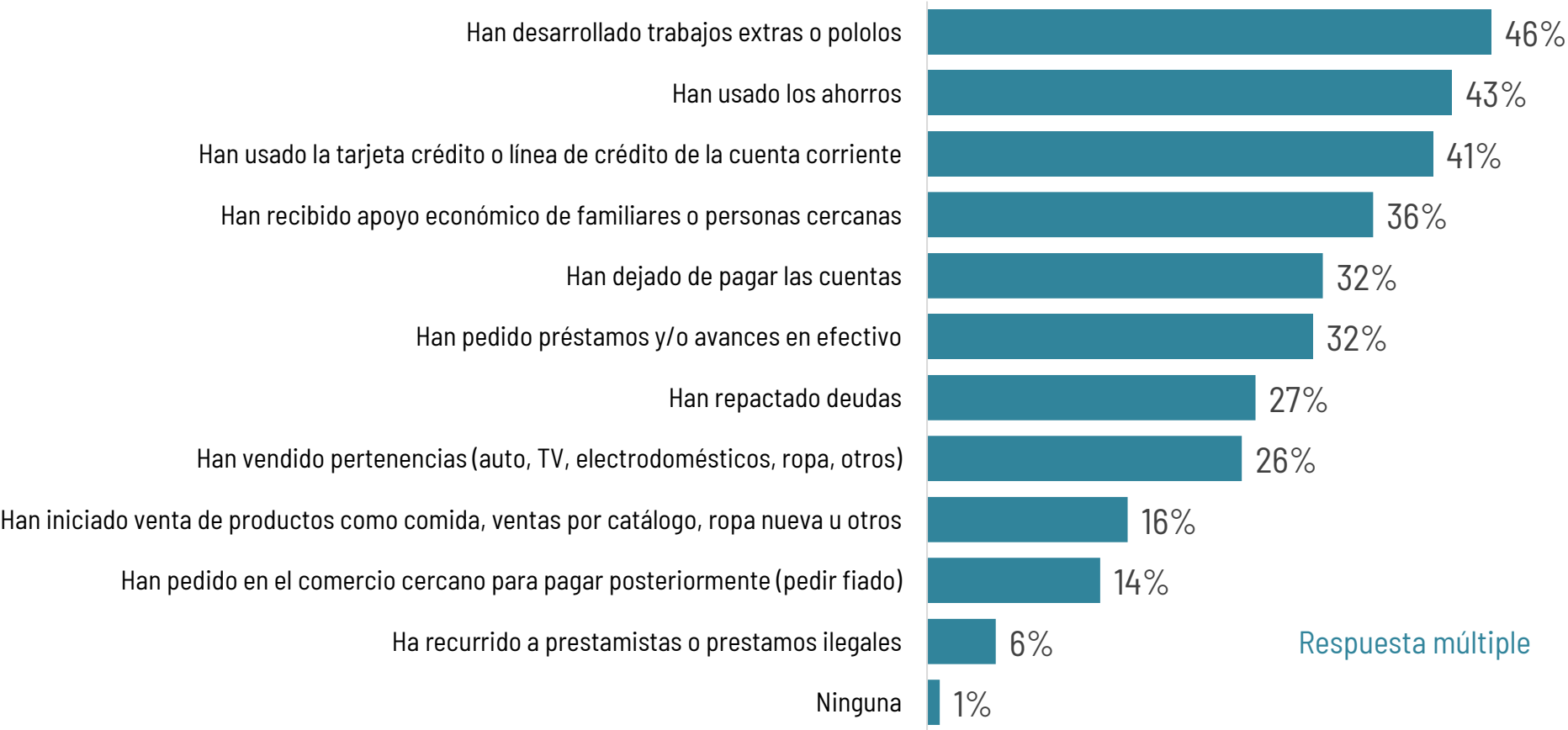


La diferencia para sumar 100% corresponde a la categoría "No sabe"



Principales estrategias de hogares que no llegan a fin de mes: Trabajos extras, Usar ahorros o Endeudarse con tarjeta o línea de crédito

Durante este año 2025, ¿qué estrategias han usado en su hogar para financiarse hasta fin de mes? Marque todas las estrategias que han usado
(Base: 402, Hogares que no llegan a fin de mes)



Respuesta múltiple



Grupos socioeconómicos altos recurren con mayor frecuencia a estrategias financieras, aunque se endeuden o disminuyan ahorros. Mientras que en GSE medios o bajos la principal estrategia son los trabajos extras o pololos

Durante este año 2025, ¿qué estrategias han usado en su hogar para financiarse hasta fin de mes? Marque todas las estrategias que han usado
(Base: 402, Hogares que no llegan a fin de mes)

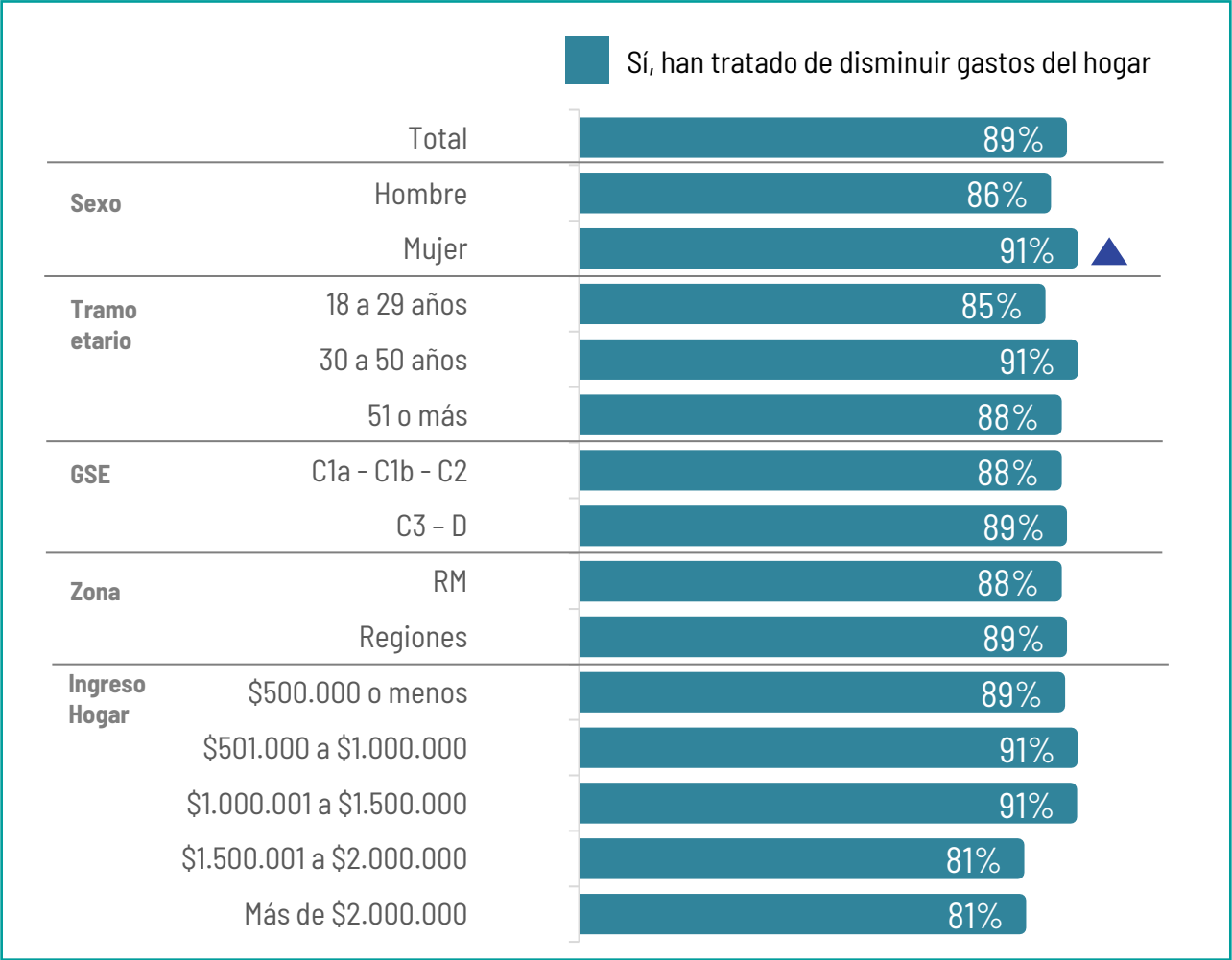
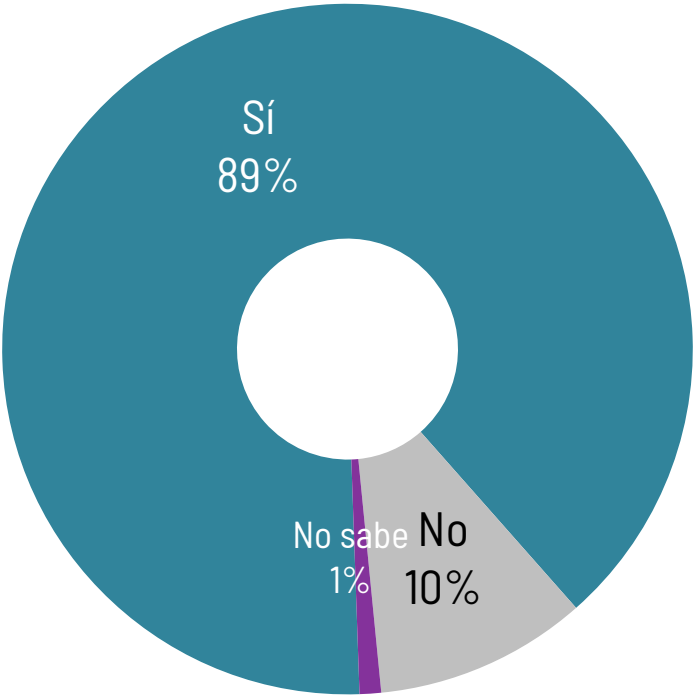
% RESPUESTA MÚLTIPLE	Total	Sexo		GSE		Zona	
		Hombre	Mujer	C1a - C1b - C2	C3 - D	Santiago	Regiones
	402	168	230	221	181	194	208
Han desarrollado trabajos extras o pololos	46%	53%	42%	44%	47%	45%	47%
Han usado los ahorros	43%	48%	40%	50%	40%	44%	42%
Han usado la tarjeta crédito o línea de crédito de la cuenta corriente	41%	35%	46%	56%	36%	38%	44%
Han recibido apoyo económico de familiares o personas cercanas	36%	35%	37%	37%	36%	39%	35%
Han dejado de pagar las cuentas	32%	30%	34%	32%	33%	37%	30%
Han pedido préstamos y/o avances en efectivo	32%	28%	35%	32%	31%	35%	29%
Han repactado deudas	27%	28%	27%	35%	24%	35%	22%
Han vendido pertenencias propias como el auto, televisores, electrodomésticos, ropa u otros	26%	24%	27%	25%	26%	26%	25%
Han iniciado venta de productos como comida, ventas por catálogo, ropa nueva u otros	16%	10%	21%	18%	16%	18%	15%
Han pedido productos en el comercio cercano para pagar posteriormente (pedir fiado)	14%	13%	14%	8%	17%	16%	13%
Ha recurrido a prestamistas o prestamos ilegales	6%	6%	5%	3%	7%	7%	5%
Ninguna	1%	2%	0%	1%	1%	0%	2%

Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%



9 de cada 10 hogares han intentado disminuir los gastos durante este año

Durante este año 2025 han tratado de disminuir los gastos en su hogar?
(Base: 1.000, muestra total)

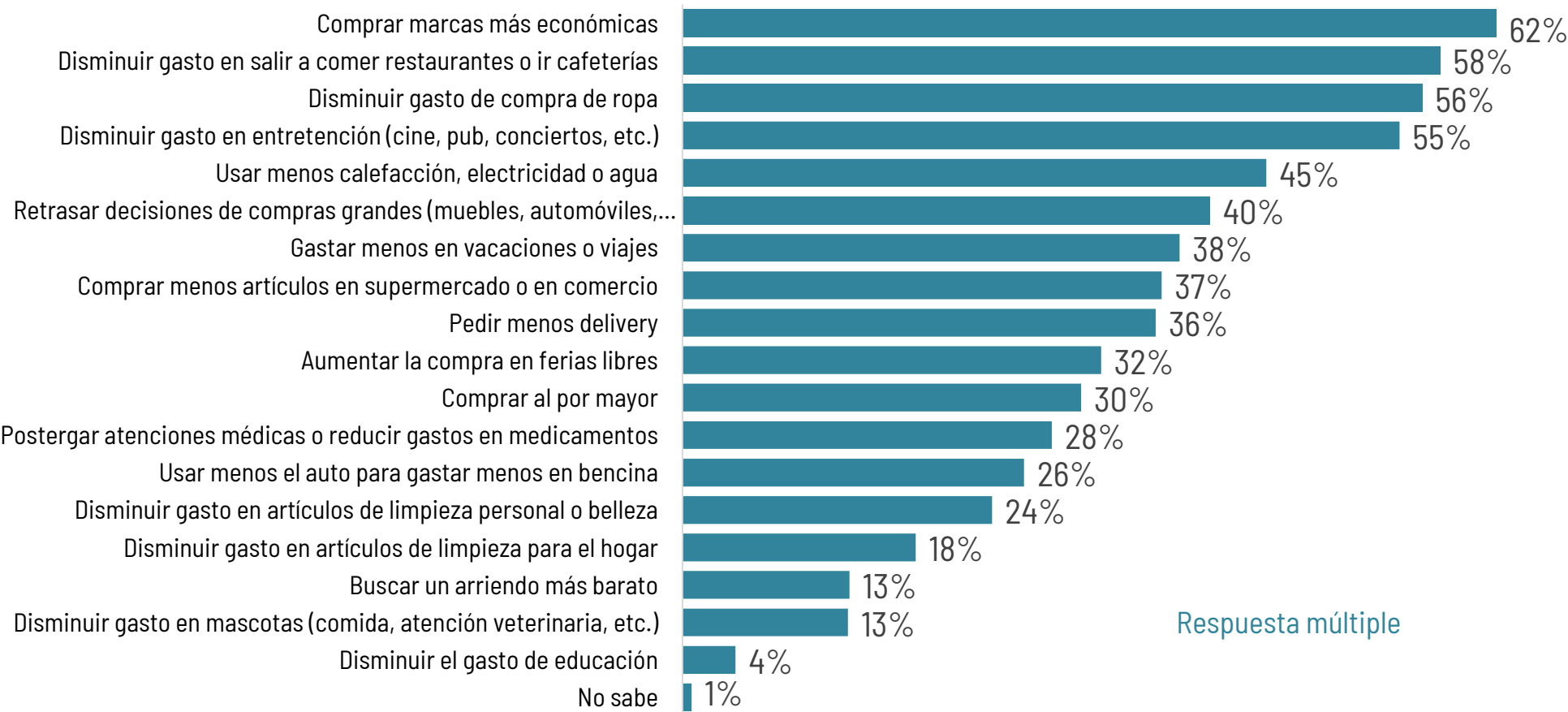


▲ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

Comprar marcas más económicas y disminuir gastos en salidas a comer, ropa y entretenimiento son las estrategias más frecuentes para disminuir gastos en el hogar

¿De qué forman han tratado de disminuir los gastos en su hogar? Marque todas las estrategias que han implementado

(Base: 877, Hogares que han intentado disminuir sus gastos el año 2025)



Respuesta múltiple

Las mujeres reportan más estrategias de ahorro, principalmente sobre ajustes o disminución de compras de productos para el hogar. Y también de postergación de gastos en salud

¿De qué forman han tratado de disminuir los gastos en su hogar? Marque todas las estrategias que han implementado

(Base: 877, Hogares que han intentado disminuir sus gastos el año 2025)

% RESPUESTA MÚLTIPLE	Total	Sexo		GSE		Zona	
		Hombre	Mujer	C1a - C1b - C2	C3 - D	Santiago	Regiones
	877	419	452	544	333	436	441
Comprar marcas más económicas	62%	58%	66%	60%	63%	61%	62%
Disminuir gasto en salir a comer restaurantes o ir cafeterías	58%	51%	64%	63%	55%	55%	60%
Disminuir gasto de compra de ropa	56%	52%	61%	63%	53%	60%	54%
Disminuir gasto en entretenición (cine, pub, conciertos, etc.)	55%	52%	57%	60%	52%	55%	55%
Usar menos calefacción, electricidad o agua	45%	44%	44%	46%	44%	48%	42%
Retrasar decisiones de compras grandes (muebles, automóviles, electrodomésticos)	40%	40%	40%	48%	36%	42%	39%
Gastar menos en vacaciones o viajes	38%	43%	34%	43%	35%	40%	36%
Comprar menos artículos en supermercado o en comercio	37%	32%	41%	40%	35%	38%	35%
Pedir menos delivery	36%	37%	36%	41%	34%	36%	36%
Aumentar la compra en ferias libres	32%	29%	34%	34%	31%	40%	27%
Comprar al por mayor	30%	31%	30%	30%	31%	34%	28%
Postergar atenciones médicas o reducir gastos en medicamentos	28%	25%	31%	26%	29%	26%	29%
Usar menos el auto para gastar menos en bencina	26%	30%	23%	29%	25%	25%	26%
Disminuir gasto en artículos de limpieza personal o belleza	24%	18%	28%	24%	24%	26%	22%
Disminuir gasto en artículos de limpieza para el hogar	18%	14%	21%	14%	20%	19%	17%
Buscar un arriendo más barato	13%	12%	13%	10%	14%	15%	11%
Disminuir gasto en mascotas (comida, atención veterinaria, etc.)	13%	11%	14%	11%	14%	12%	13%
Disminuir el gasto de educación	4%	4%	4%	3%	4%	3%	5%

Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%

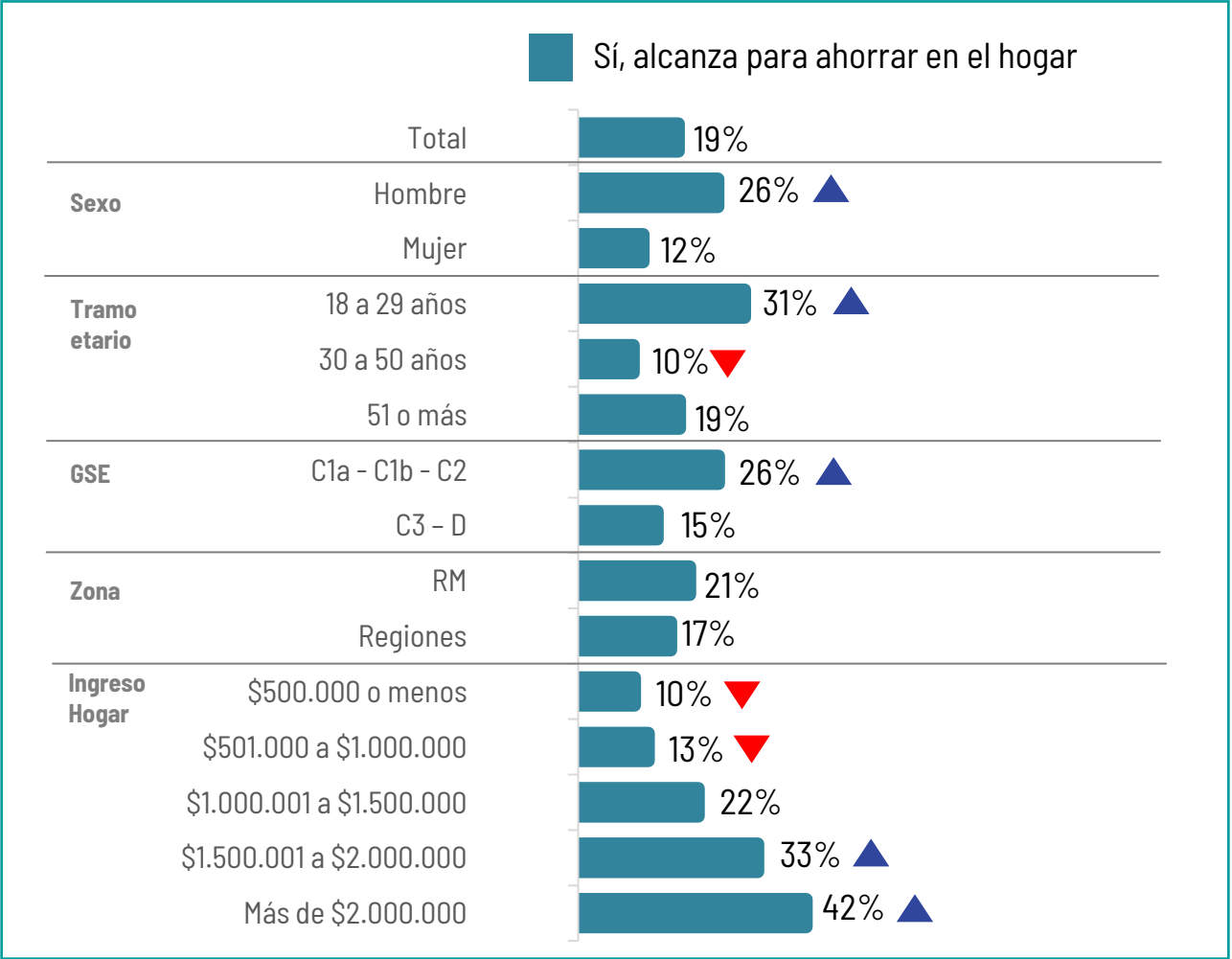
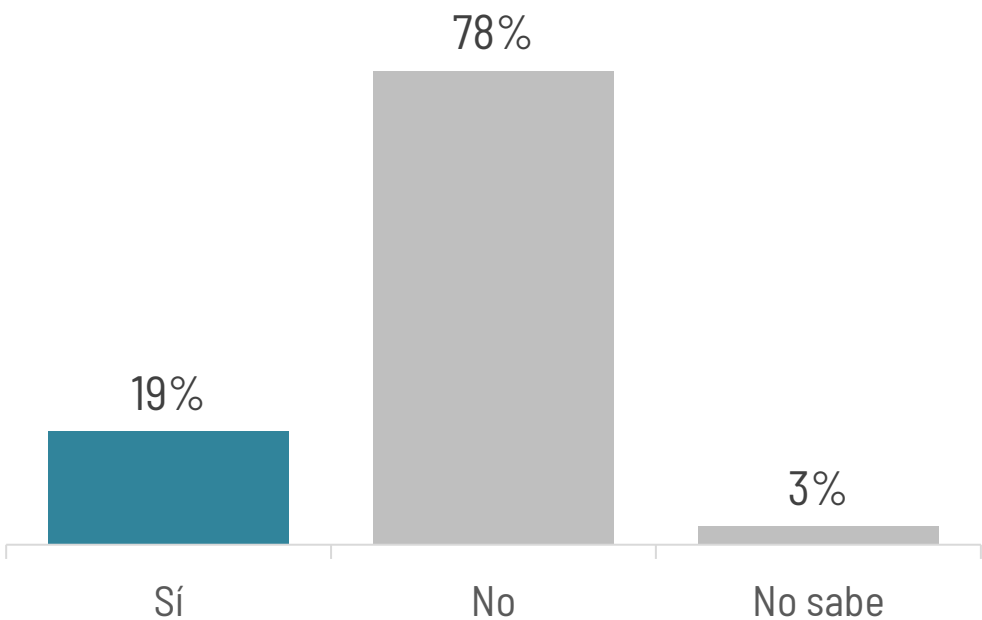
CAPACIDAD DE AHORRO Y NIVEL DE ENDEUDAMIENTO

02

Sólo a 19% de los hogares tienen un ingreso que les permite ahorrar. La capacidad de ahorro aumenta a 33% o más cuando el hogar alcanza ingresos por sobre un millón y medio de pesos

En su hogar, ¿el ingreso alcanza para ahorrar?

(Base: 1.000, muestra total)

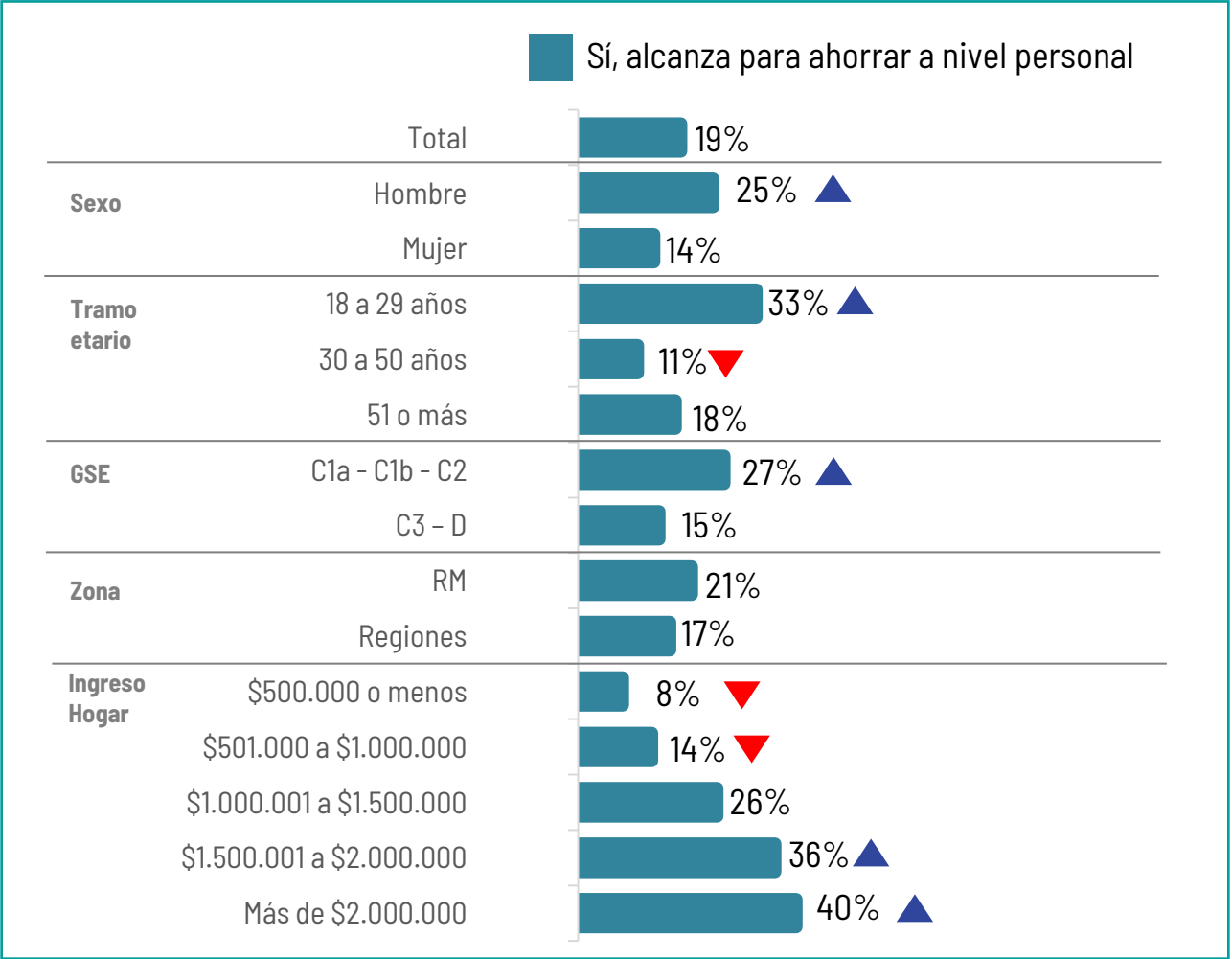
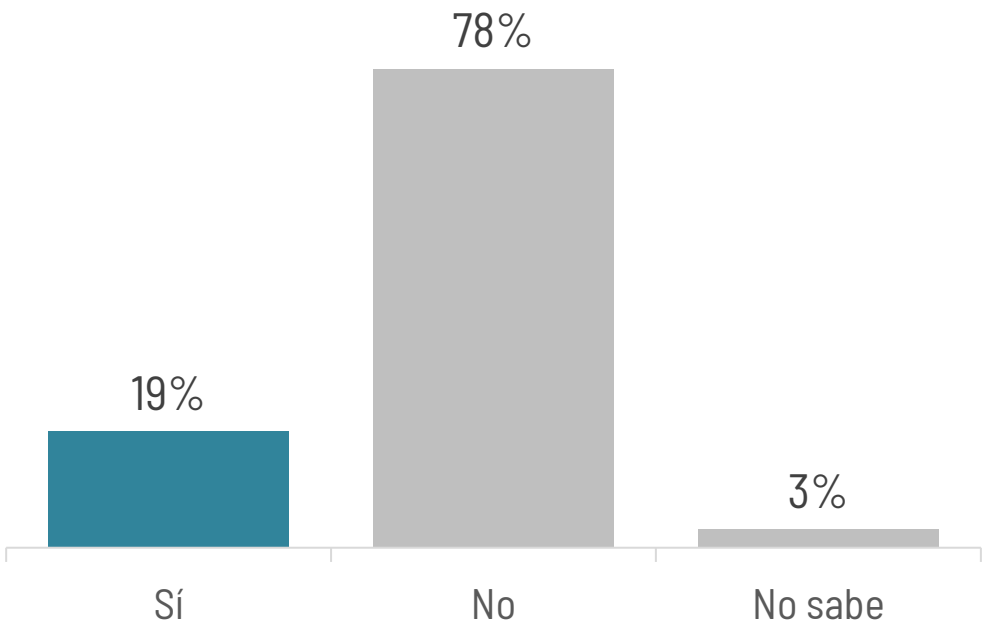


▲ ▼ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

Y a nivel individual también 19% reconoce capacidad de ahorro. Las mujeres, personas de 30 a 50 años y quienes viven en hogares con ingresos bajo un millón de pesos tienen menor capacidad de ahorro

Y a usted personalmente, ¿le alcanza para ahorrar?

(Base: 1.000, muestra total)

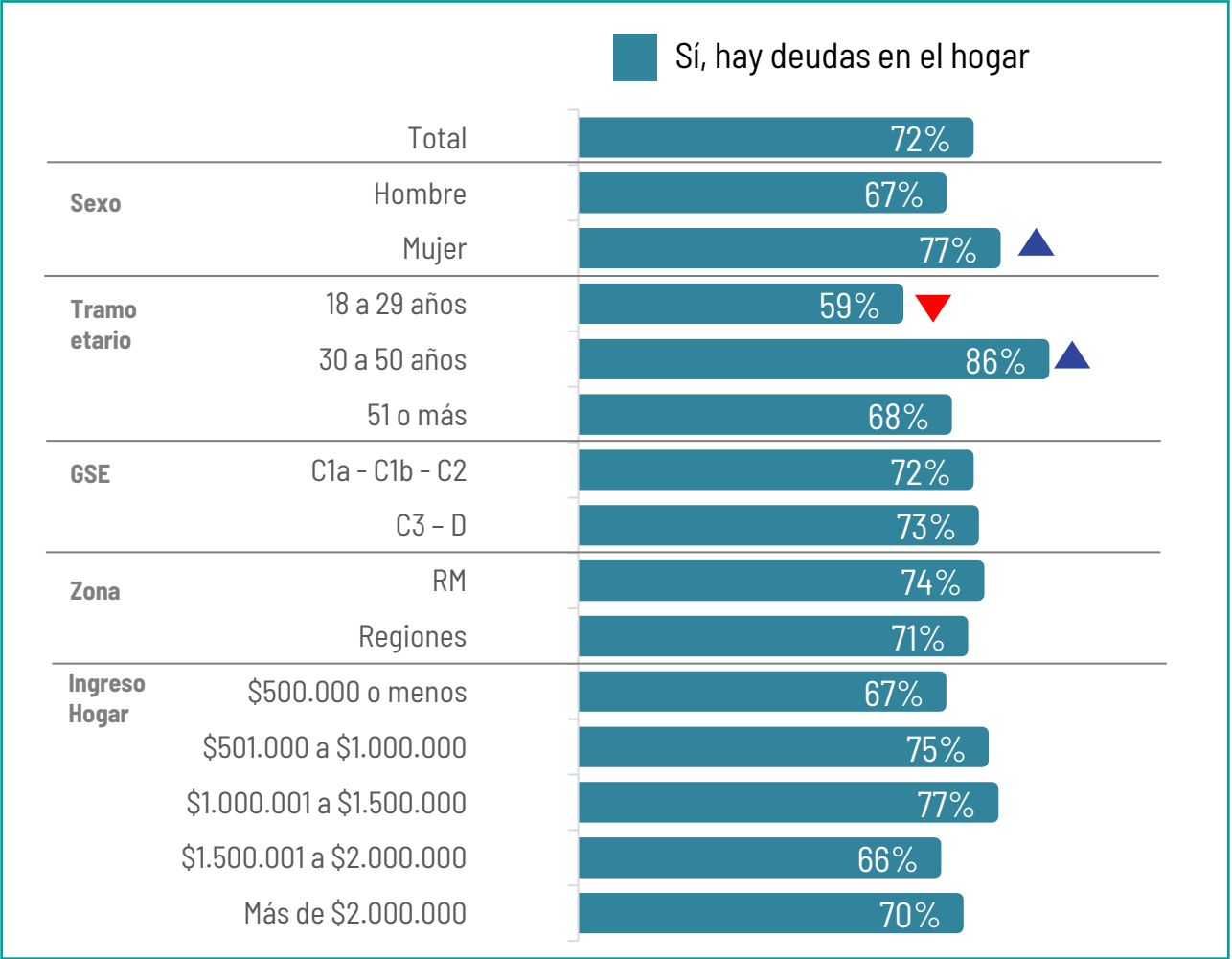
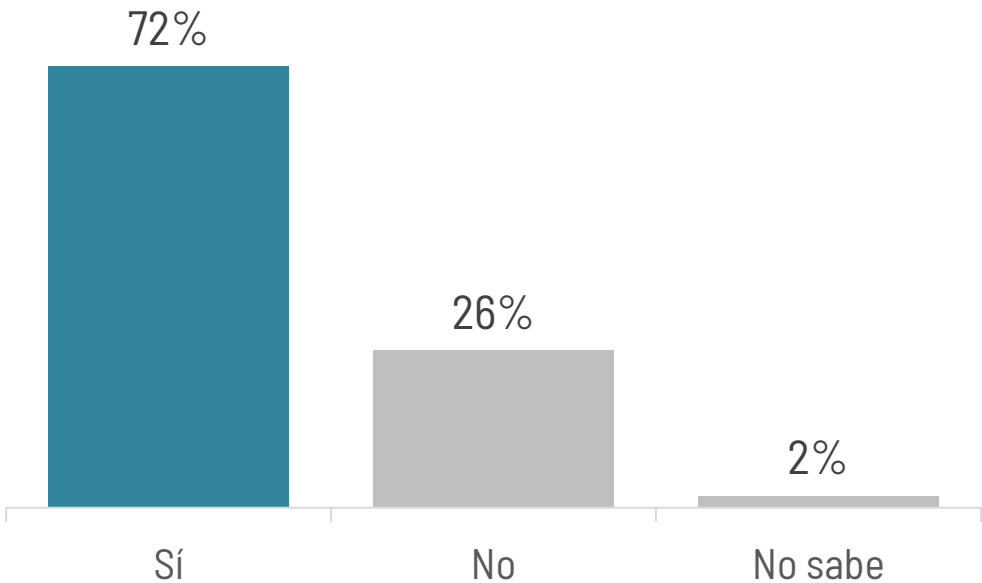


▲ ▼ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%



72% indica que en su hogar hay deudas. Y esta situación no varía por nivel socioeconómico, por ingreso del hogar o por zona de residencia

En su hogar, ¿hay deudas?
(Base: 1.000, muestra total)



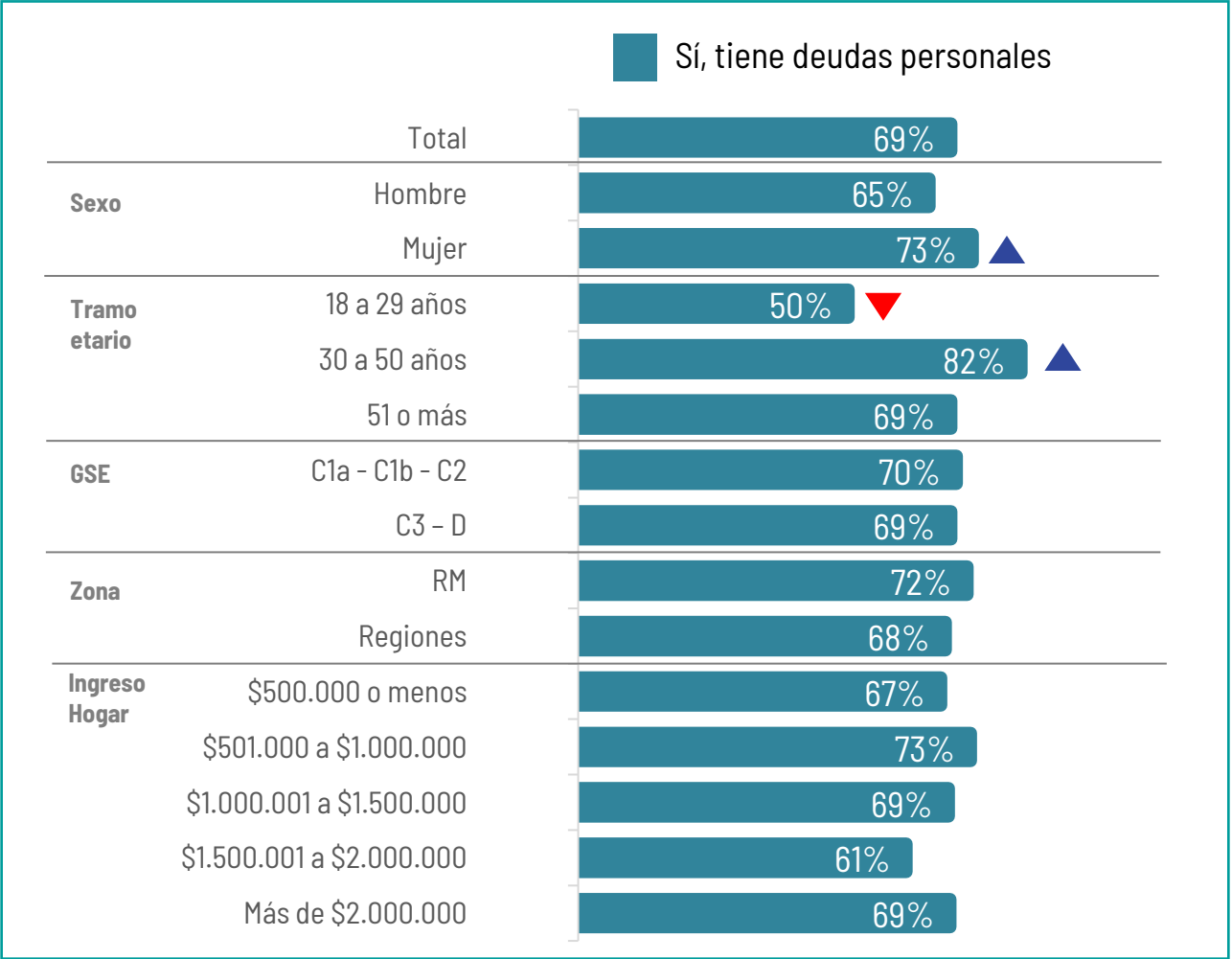
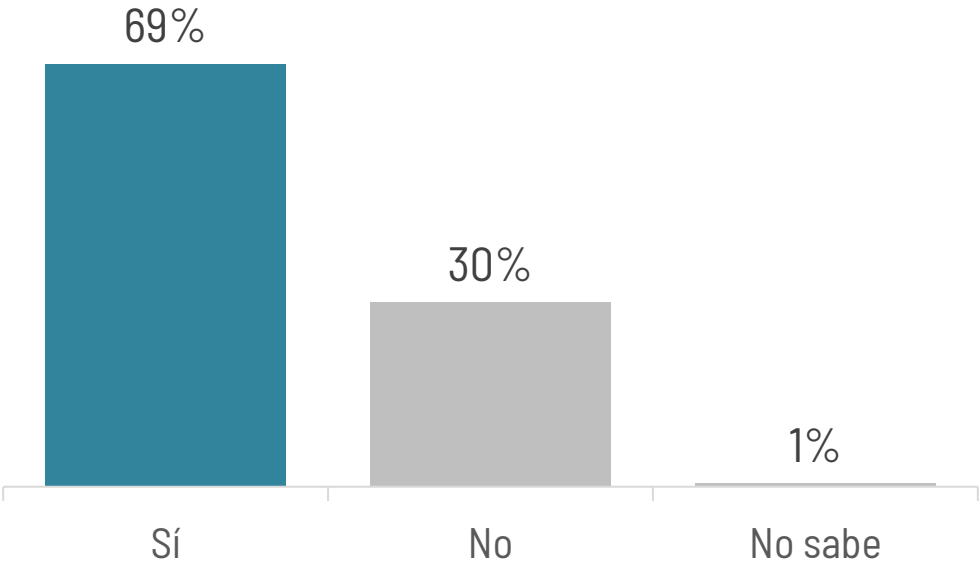
▲ ▼ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%



Y 69% de las personas consultadas indica tener deudas personales, siendo las mujeres y las personas de 30 a 50 años quienes reportan mayor endeudamiento

¿Y usted tiene deudas personales?

(Base: 1.000, muestra total)

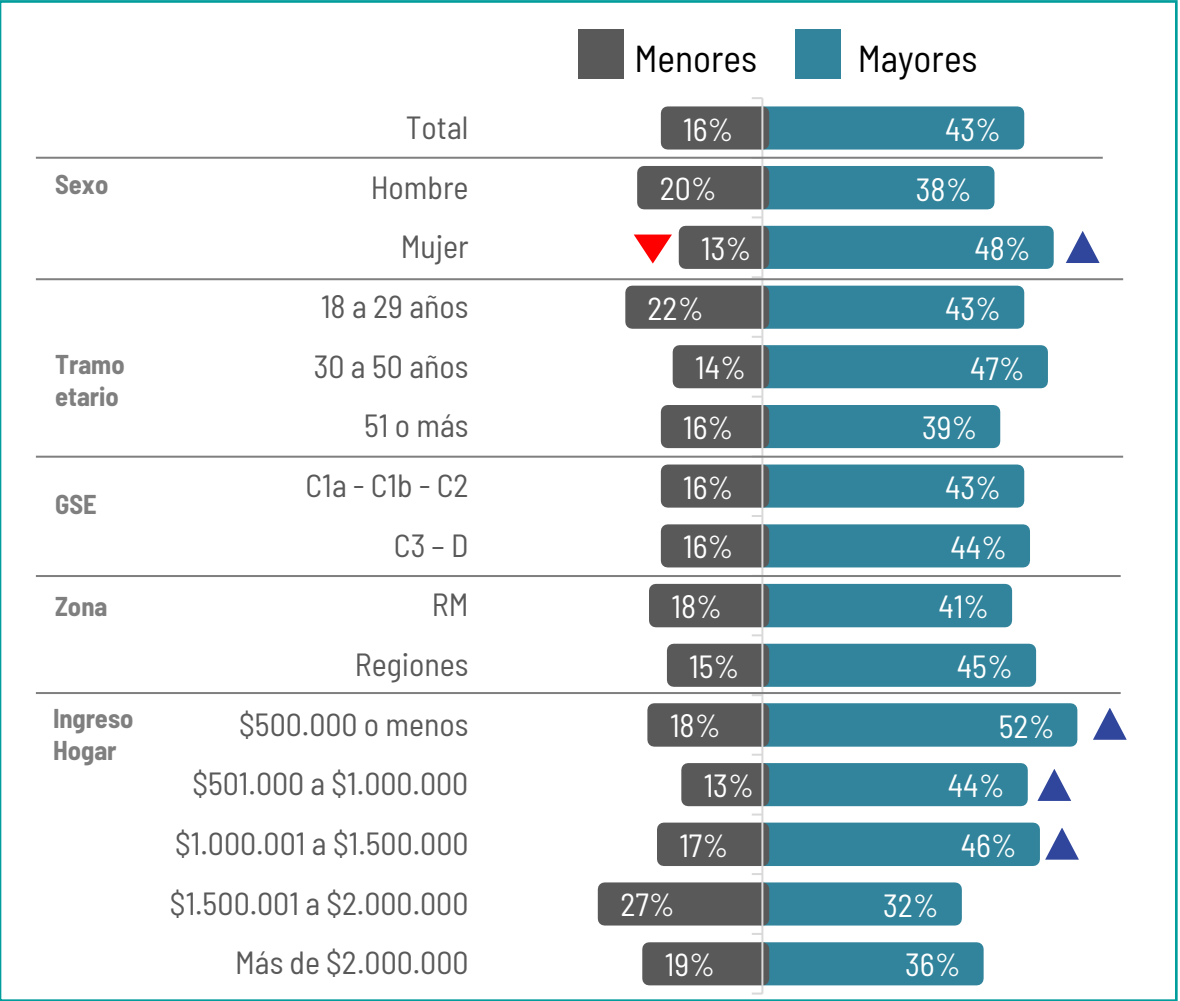
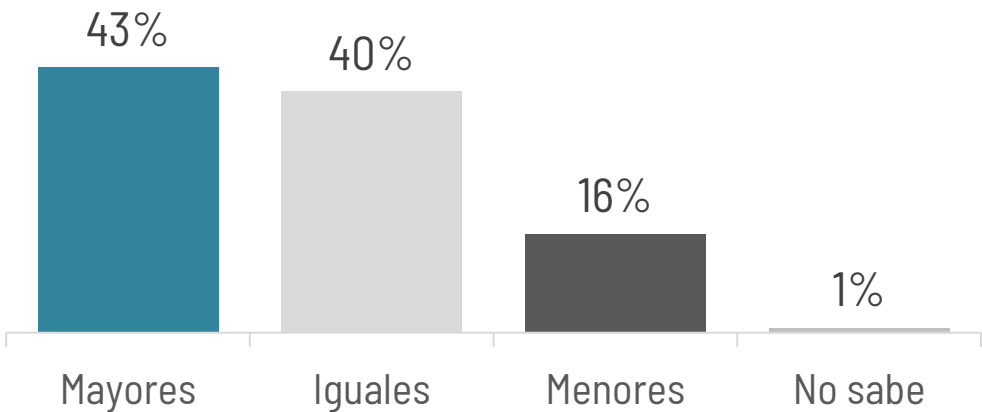


▲ ▼ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

43% de quienes tienen deudas indican que éstas son mayores que al inicio del año. Mujeres y personas de hogares con ingreso bajo un millón y medio de pesos presentan el mayor aumento

En comparación con el inicio de este año (Enero 2025), ¿sus deudas personales son...?

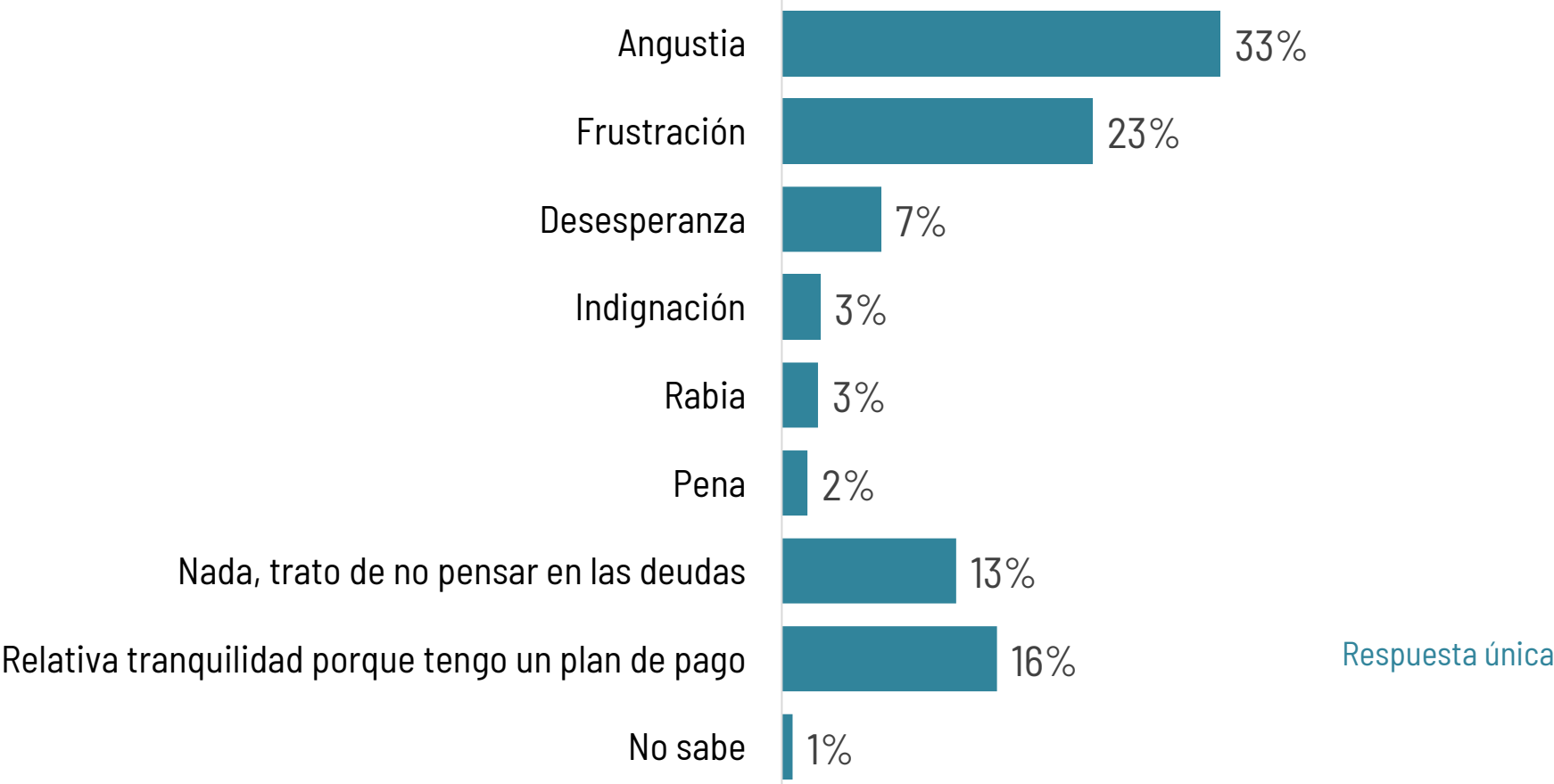
(Base: 682, Quienes reportan tener deudas personales)



▲ ▼ Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

Entre quienes tienen deudas, 33% siente angustia y 23% frustración sobre esta situación. Sólo 16% siente tranquilidad debido a contar un plan de pago

Quando piensa en sus deudas, ¿cuál es su principal sentimiento o emoción?
(Base: 682, Quienes reportan tener deudas personales)



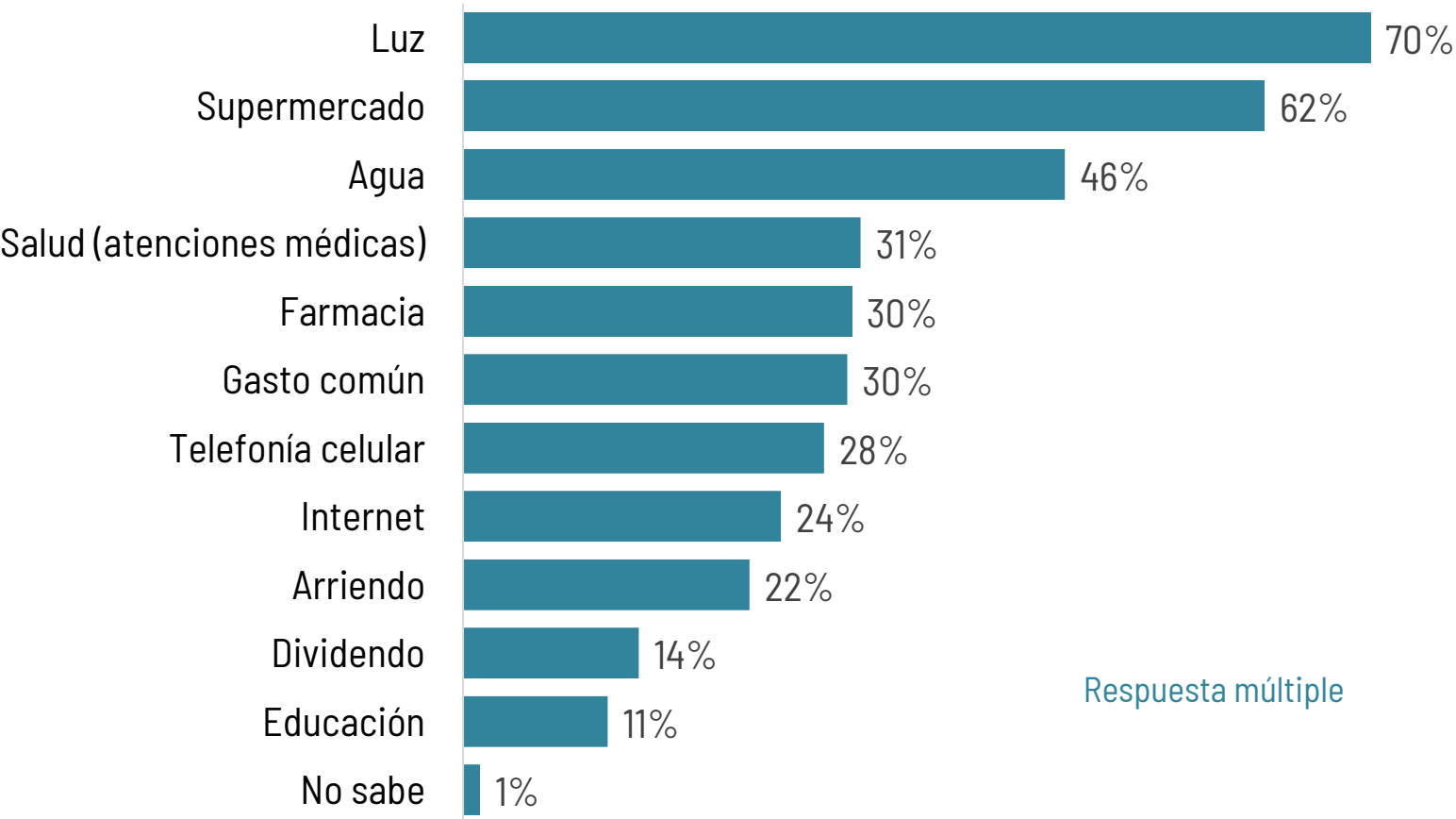
CUENTAS

03

Las tres gastos que más han subido en los últimos meses: Luz, Supermercado y Agua

De las siguientes cuentas o gastos, ¿cuáles han subido en los últimos meses en su hogar? Marque todas las que han subido.

(Base: 1.000, Tota Muestra)



Respuesta múltiple

El aumento de la cuenta de la luz es transversal. Pero, residentes de regiones reportan mayor aumento de cuentas y gastos que residentes de la Región Metropolitana

De las siguientes cuentas o gastos, ¿cuáles han subido en los últimos meses en su hogar? Marque todas las que han subido.

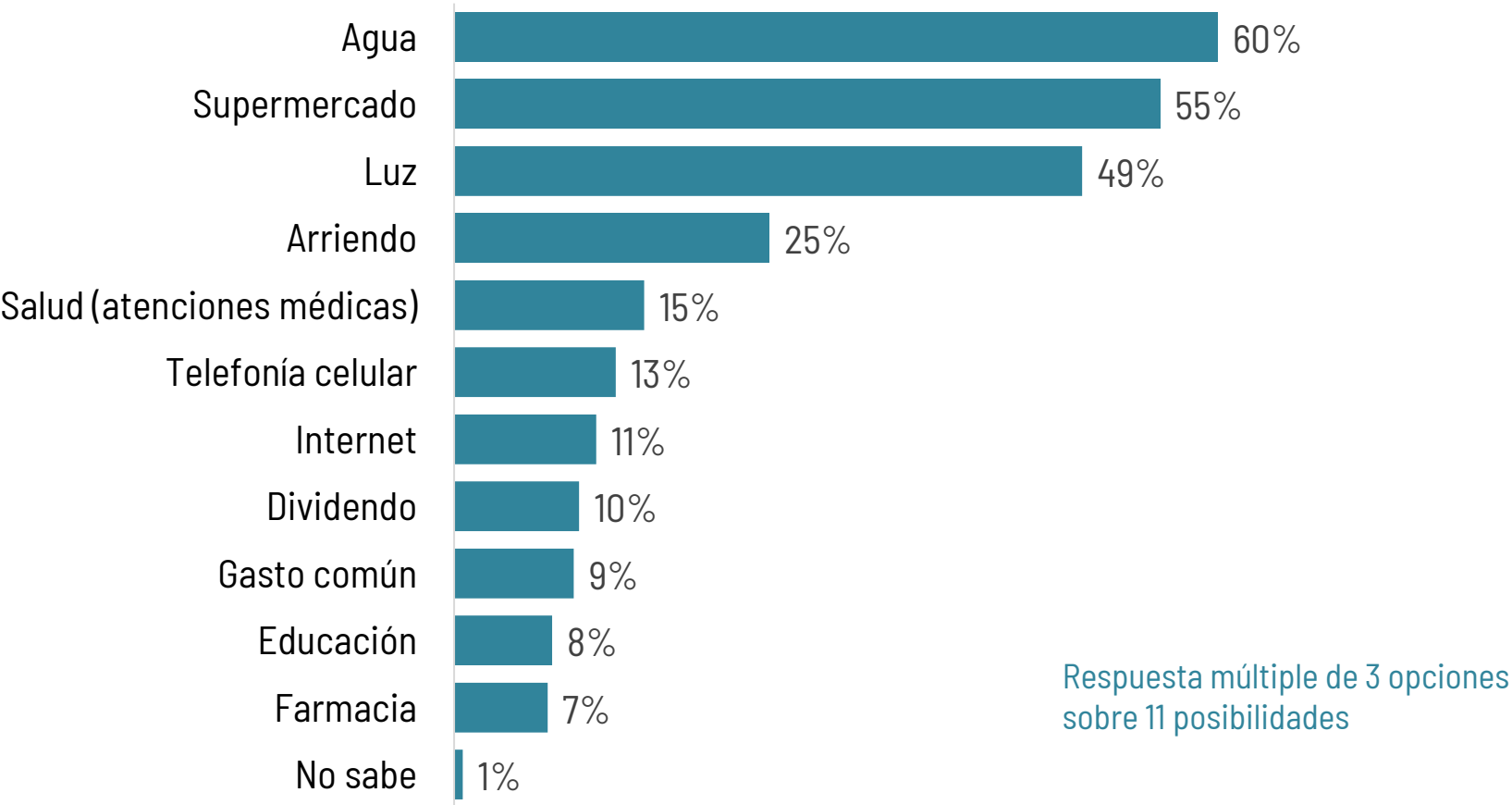
(Base: 1.000, Total Muestra)

% RESPUESTA MÚLTIPLE	Total	Sexo		GSE		Zona	
		Hombre	Mujer	C1a - C1b - C2	C3 - D	Santiago	Regiones
	1000	494	500	624	376	505	495
Luz	70%	69%	71%	70%	70%	70%	69%
Supermercado	62%	58%	65%	66%	59%	59%	64%
Agua	46%	48%	45%	44%	48%	42%	49%
Salud (atenciones médicas)	31%	30%	31%	33%	30%	30%	31%
Farmacia	30%	29%	30%	33%	28%	26%	32%
Gasto común	30%	30%	29%	33%	28%	34%	26%
Telefonía celular	28%	27%	28%	23%	30%	24%	30%
Internet	24%	23%	26%	22%	26%	20%	27%
Arriendo	22%	22%	21%	21%	22%	24%	21%
Dividendo	14%	14%	13%	22%	9%	17%	11%
Educación	11%	11%	11%	11%	11%	10%	12%

Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%

Si se debe priorizar a fin de mes, se pagarían las cuentas del agua, el gasto en supermercado y la cuenta de la luz

Si llegando a fin de mes usted debiera priorizar sólo TRES CUENTAS o GASTOS con el dinero que le queda, ¿cuáles serían los tres que pagaría?
(Base: 1.000, Total Muestra)



La priorización de la cuenta del agua, el gasto en supermercado y la cuenta de la luz es transversal en todos los segmentos

Si llegando a fin de mes usted debiera priorizar sólo TRES CUENTAS o GASTOS con el dinero que le queda, ¿cuáles serían los tres que pagaría?
(Base: 1.000, Total Muestra)

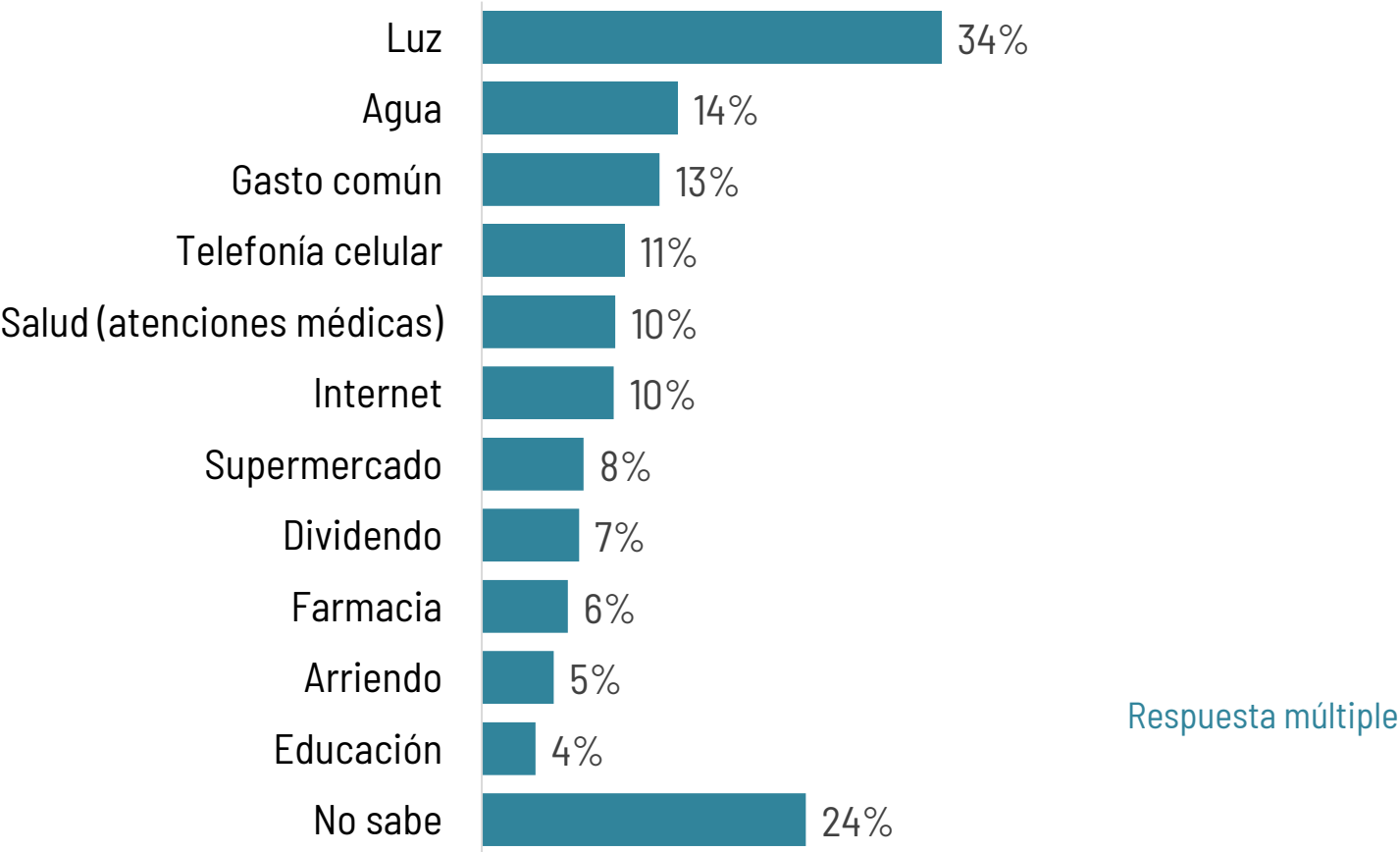
% RESPUESTA MÚLTIPLE	Total	Sexo		GSE		Zona	
		Hombre	Mujer	C1a - C1b - C2	C3 - D	Santiago	Regiones
	1000	494	500	624	376	505	495
Agua	60%	62%	59%	58%	61%	55%	63%
Supermercado	55%	47%	63%	54%	56%	50%	59%
Luz	49%	49%	50%	43%	53%	47%	51%
Arriendo	25%	21%	28%	25%	25%	28%	22%
Salud (atenciones médicas)	15%	14%	16%	16%	15%	17%	14%
Telefonía celular	13%	14%	11%	8%	15%	11%	14%
Internet	11%	16%	7%	11%	11%	8%	13%
Dividendo	10%	8%	11%	18%	6%	15%	6%
Gasto común	9%	10%	9%	11%	9%	12%	7%
Educación	8%	7%	9%	9%	7%	8%	8%
Farmacia	7%	6%	8%	8%	7%	7%	8%
No sabe	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%

Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%



En general las cuentas son claras, pero la cuenta de la luz es la que menos se entiende y la que provoca más desconfianza

De estas cuentas o gastos, independientemente de que las pague o no, ¿hay alguno que usted no entienda o que le de desconfianza?
(Base: 1.000, Total Muestra)



La cuenta de la luz es la menos comprensible para todos los segmentos, pero genera mayor duda entre los grupos socioeconómicos altos

De estas cuentas o gastos, independientemente de que las pague o no, ¿hay alguno que usted no entienda o que le de desconfianza?

(Base: 1.000, Total Muestra)

% RESPUESTA MÚLTIPLE	Total	Sexo		GSE		Zona	
		Hombre	Mujer	C1a - C1b - C2	C3 - D	Santiago	Regiones
	1000	494	500	624	376	505	495
Luz	34%	34%	35%	42%	30%	34%	34%
Agua	14%	16%	13%	17%	13%	15%	14%
Gasto común	13%	11%	15%	15%	12%	16%	11%
Telefonía celular	11%	11%	10%	8%	12%	9%	12%
Salud (atenciones médicas)	10%	13%	8%	11%	9%	10%	10%
Internet	10%	9%	11%	8%	11%	8%	11%
Supermercado	8%	9%	6%	7%	8%	6%	9%
Dividendo	7%	9%	6%	5%	8%	8%	7%
Farmacia	6%	7%	5%	8%	6%	5%	8%
Arriendo	5%	7%	4%	2%	7%	5%	5%
Educación	4%	5%	3%	3%	4%	4%	4%
No sabe	24%	21%	27%	19%	26%	24%	24%

Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%

Contactos



Estudios:

Alejandra Ojeda Mayorga

Directora de Estudios Públicos Ipsos Chile

alejandra.ojeda@ipsos.com



Prensa:

Carolina Suez

Directora de Comunicaciones Ipsos Chile

carolina.suez@ipsos.com

SOBRE PANEL IPSOS INTERACTIVE SERVICES

El estudio fue realizado sobre la base del Panel de Ipsos Interactive Services (IIS), el cual está compuesto por un marco muestral de más de 137.000 personas del país, todas mayores de 14 años. Además del panel propio, Ipsos cuenta con reclutamiento ad hoc y apoyo en perfiles específicos desde paneles externos certificados por Ipsos.

El panel tiene presencia en todo el territorio nacional, con concentración en la zona centro con 68%, mientras que el norte alcanza a 12%, la zona sur a 19% y la zona austral a 1%.

Respecto de la edad, 29% del panel tiene 24 años o menos (5% son menores de 17 años), 28% del panel corresponde a 25 a 34 años, 24% a 35 a 44 años, 13% a 45 a 54 años y 7% son mayores de 55 años.

El panel está compuesto por 56% de personas empleadas, 2% de pensionados, 9% de personas dedicadas a trabajo no remunerado en el hogar, 11% de estudiantes y 22 de personas desempleadas buscando por un trabajo.

En relación con el Grupo Socio Económico, la composición del panel alcanza a un 15% de ABC1, 32% de C2, 27% de C3, 21% de D y 5% de E.

La inscripción en el panel y su mantención en él es voluntaria.

La recomendación de Ipsos para la aplicación de encuestas en su panel es la utilización de modelos muestrales de cuotas para un mejor control de la distribución del perfil a representar.