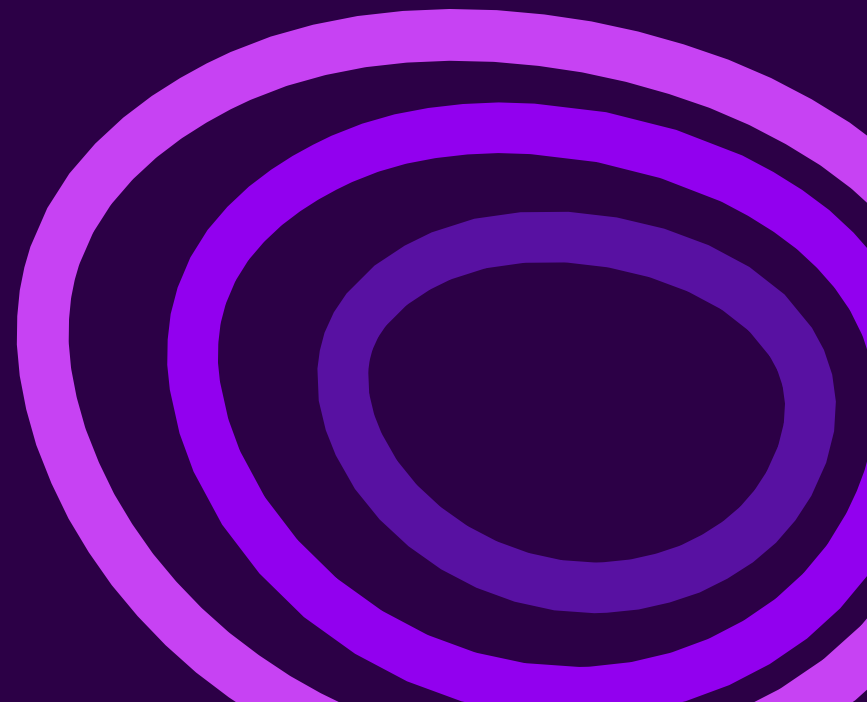


+

ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR CRITERIA

ABRIL 2025



TIPO DE ESTUDIO

Cuantitativo, no probabilístico a través de la aplicación de encuestas autoadministradas mediante el uso de un panel certificado de acceso online.

TÉCNICA DE MUESTREO

Muestreo aleatorio dentro del panel y estratificado por cuotas.

El muestreo es una aproximación al método probabilístico, ya que toma una muestra aleatoria estratificada del panel online cuya distribución comporta ciertas desviaciones a la población.

ACERCA DEL PANEL ONLINE

Los paneles de acceso online son comunidades formadas por personas predispuestas a participar en estudios de mercado y opinión.

Esta encuesta Criteria está hecha sobre un panel cerrado que cumple con las especificaciones y características técnicas necesarias para este estudio.

GRUPO OBJETIVO

Hombres y Mujeres mayores de 18 años, de los niveles socioeconómicos ABCD, residentes en todo el país

FECHA DE CAMPO

Del 15 al 21 de abril de 2025

MUESTRA TOTAL

1003 CASOS

Los resultados fueron ponderados por zona, sexo, edad y nivel socioeconómico como forma de representar el universo real del país.

PRINCIPALES RESULTADOS

SE PERDIÓ LO AVANZADO

Después de 2 meses con tendencia al alza, la Confianza de los Consumidores cae significativamente, presumiblemente por el ruido noticioso generado por la “Guerra Comercial” y la consecuente sensación de incertidumbre.

Quienes más confianza pierden son las mujeres las personas mayores y de bajo NSE.

SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL ES LA MÁS AFECTADA

El subíndice de Situación Económica Actual es el que marca la mayor baja en el mes, y se explica por la disminución en las percepciones de la Situación Económica del Hogar y del Mercado Laboral.

LAS EXPECTATIVAS BAJAN CONSIDERABLEMENTE

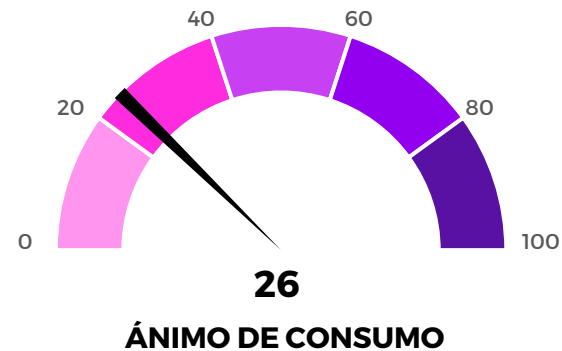
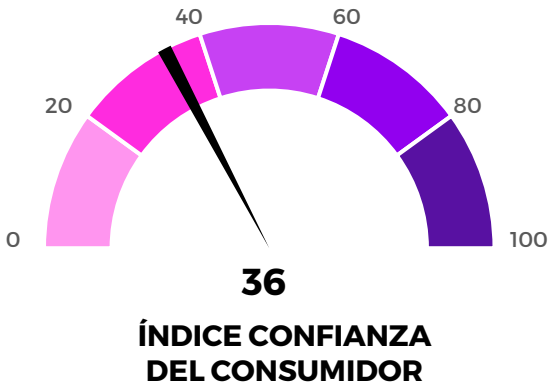
Se aprecia una sensación generalizada de un futuro económico próximo peor que el actual, particularmente en la situación del país y del mercado laboral.

EL ÁNIMO DE CONSUMO RETROCEDE

Con todo lo anterior, los consumidores asumen que no es un buen momento para invertir ni incurrir en gastos relevantes, sensación acentuada en mujeres del segmento socioeconómico bajo.

ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR – ABRIL 2025

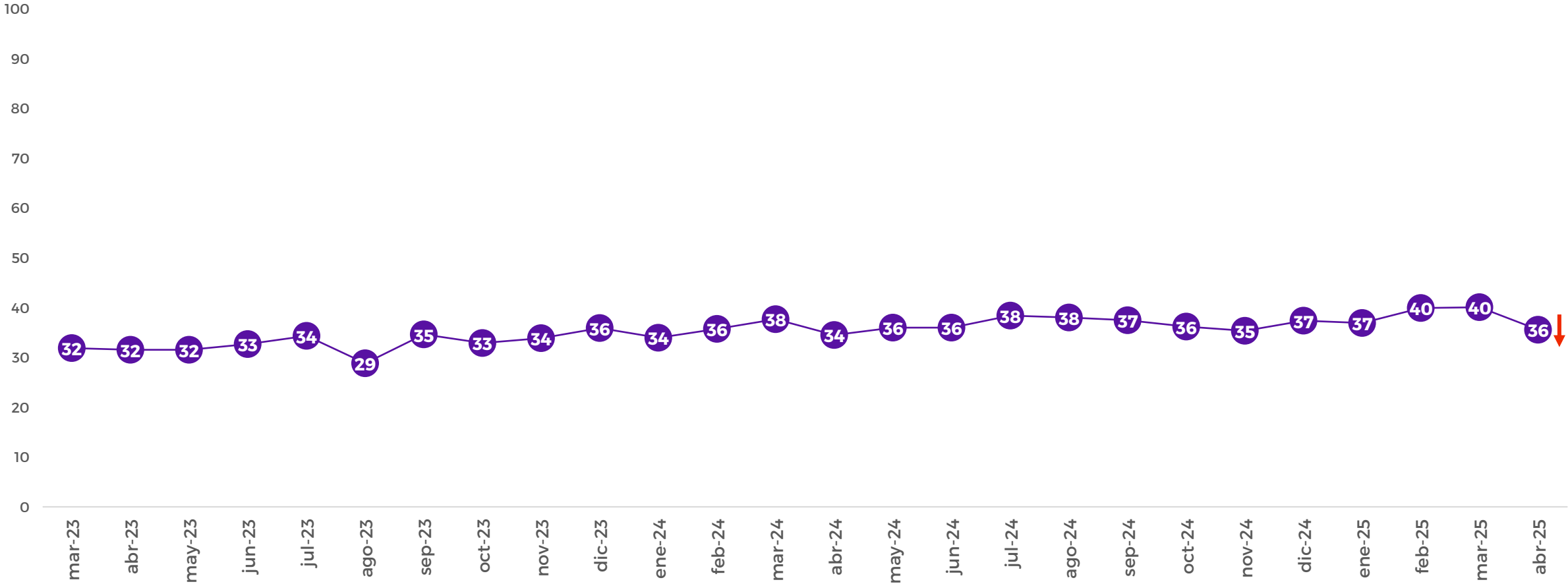
A partir del promedio de los tres indicadores: situación económica actual, momento para gasto e inversión y expectativa económica, se obtiene el índice de confianza del consumidor.



ÍNDICE CONFIANZA CONSUMIDOR - EVOLUTIVO



● Índice confianza consumidor



Diferencias significativas respecto de la medición anterior
Números representan %

ÍNDICE CONFIANZA CONSUMIDOR – EVOLUTIVO

	SEXO		EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 – 29	30 – 44	45 – 59	60 – 70	ABCl _a	C1 _b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	36	35	42	37	31	29	40	40	37	36	32	34	34	37
12/25	38	37	47	38	33	29	45	41	37	36	36	36	37	39
01/25	36	38	45	37	33	29	36	38	39	39	34	38	36	37
02/25	40	40	44	41	37	36	45	45	41	38	39	37	40	41
03/25	40	40	45	41	37	35	45	43	42	40	38	40	40	40
04/25	37	35	42	38	33	25	44	40	37	36	31	35	36	36

ÍNDICE CONFIANZA CONSUMIDOR

DETALLE TRES INDICADORES EVOLUTIVO



Diferencias significativas respecto de la medición anterior
Números representan %

ÍNDICE CONFIANZA CONSUMIDOR

DETALLE TRES INDICADORES EVOLUTIVO



SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL

	SEXO		EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 - 59	60 - 70	ABC1a	C1b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	33	33	40	34	30	27	40	38	36	35	29	31	32	36
12/25	38	36	47	37	32	30	45	41	36	35	36	35	37	38
01/25	34	37	42	37	31	31	37	39	37	39	32	36	33	37
02/25	40	39	43	39	37	37	44	45	39	38	38	38	39	40
03/25	40	39	44	41	36	35	43	44	40	41	36	37	40	40
04/25	36	33	41	37	31	26	42	41	36	35	30	34	36	35

EXPECTATIVA ECONÓMICA

	SEXO		EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 - 59	60 - 70	ABC1a	C1b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	46	46	53	49	42	38	49	50	49	47	43	44	45	48
12/25	48	50	58	50	47	37	59	50	48	47	50	49	47	51
01/25	46	49	56	48	43	37	42	48	50	47	47	49	46	47
02/25	48	51	55	52	46	44	54	55	50	48	49	47	51	51
03/25	49	53	57	52	48	43	54	54	54	50	49	52	48	52
04/25	45	47	54	51	44	30	55	48	46	46	45	44	49	46

ÁNIMO DE CONSUMO

	SEXO		EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 - 59	60 - 70	ABC1a	C1b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	28	25	33	28	21	23	32	33	28	26	23	27	24	28
12/25	28	24	36	25	21	22	29	33	28	26	22	24	25	27
01/25	28	27	37	27	23	18	30	28	30	31	23	28	27	28
02/25	31	30	35	31	27	29	37	35	33	28	29	26	30	33
03/25	32	28	35	31	27	26	39	31	31	29	28	29	31	29
04/25	28	23	31	27	24	18	34	31	29	28	19	26	25	26

Diferencias significativas respecto de la medición anterior
Números representan %

ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

INDICADOR: SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL - ABRIL 2025



El índice de confianza del consumidor se calcula a partir del promedio de tres indicadores. En el caso del **indicador de la situación económica actual**, es la combinación de tres subindicadores. Cada subindicador es una pregunta llevada a una escala de 0 a 100, donde 100 indica mejores percepciones. El promedio de los 3 subindicadores entrega el valor del indicador de la situación económica actual.

Situación económica actual país



Situación económica actual hogar



Situación actual mercado laboral



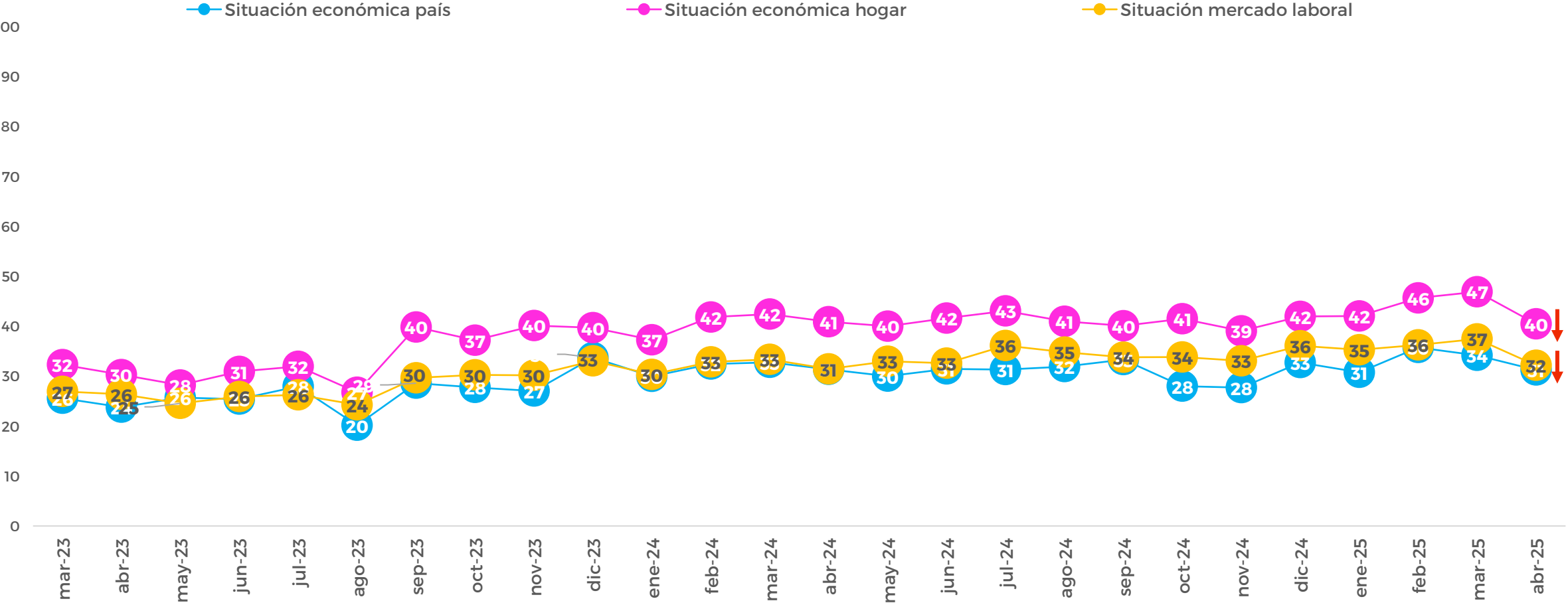
Leyenda:

- Peor que seis meses atrás
- Igual que seis meses atrás
- Mejor que seis meses atrás



ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

INDICADOR: SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL - EVOLUTIVO



Diferencias significativas respecto de la medición anterior
Números representan %

ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

INDICADOR: SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL - EVOLUTIVO



SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL PAÍS

SEXO			EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 - 59	60 - 70	ABC1a	C1b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	28	28	36	27	26	21	37	31	33	30	21	24	25	31
12/25	35	31	43	31	29	28	43	37	32	33	30	30	34	34
01/25	29	32	36	32	26	29	34	32	31	35	26	30	28	32
02/25	36	35	41	34	33	35	40	41	34	34	35	35	36	36
03/25	36	33	39	35	30	31	39	42	34	36	30	32	35	35
04/25	32	30	40	33	26	22	41	38	33	31	26	32	30	32

SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL HOGAR

SEXO			EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 - 59	60 - 70	ABC1a	C1b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	39	39	47	39	34	34	45	47	41	38	36	38	38	40
12/25	43	41	53	42	37	33	51	50	45	40	39	41	42	43
01/25	40	44	50	43	35	36	44	45	45	45	37	43	41	42
02/25	45	46	51	47	41	43	55	52	48	45	42	42	46	47
03/25	47	47	52	48	42	45	56	50	50	47	43	44	46	49
04/25	42	39	49	43	35	30	50	50	46	38	35	36	44	40

SITUACIÓN ACTUAL MERCADO LABORAL

SEXO			EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 - 59	60 - 70	ABC1a	C1b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	33	33	38	35	30	26	37	35	33	36	29	29	32	36
12/25	36	36	45	37	32	28	41	38	30	34	39	33	37	37
01/25	34	37	41	36	33	27	33	40	35	36	34	35	31	38
02/25	38	35	37	35	39	32	38	42	37	34	36	36	35	37
03/25	38	37	41	39	35	30	33	39	37	39	36	36	39	37
04/25	34	31	34	36	31	24	36	35	30	35	29	32	33	32

Diferencias significativas respecto de la medición anterior
Números representan %

ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

INDICADOR: EXPECTATIVA ECONÓMICA - ABRIL 2025



El índice de confianza del consumidor se calcula a partir del promedio de tres indicadores. En el caso del **índice de expectativa económica**, es la combinación de tres subindicadores. Cada subindicador es una pregunta llevada a una escala de 0 a 100, donde 100 indica mejores percepciones. El promedio de los tres subindicadores entrega el valor del indicador de Expectativa económica.

Expectativa situación económica país



Expectativa situación económica hogar



Expectativa situación mercado laboral



- Leyenda:**
- Peor que ahora
 - Igual que ahora
 - Mejor que ahora

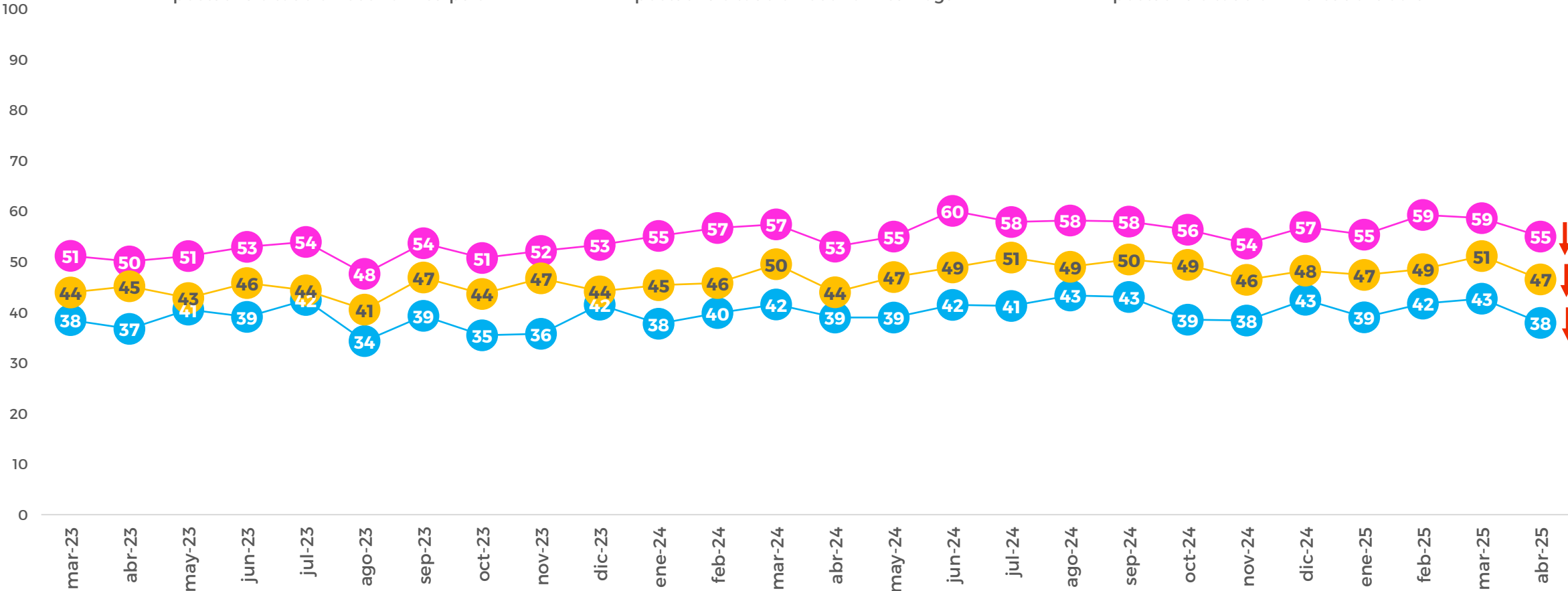


ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

INDICADOR: EXPECTATIVA ECONÓMICA - EVOLUTIVO



Expectativa situación económica país Expectativa situación económica hogar Expectativa situación mercado laboral



Diferencias significativas respecto de la medición anterior
Números representan %

ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

INDICADOR: EXPECTATIVA ECONÓMICA - EVOLUTIVO



EXPECTATIVA SITUACIÓN ECONÓMICA PAÍS

	SEXO		EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 - 59	60 - 70	ABC1a	C1b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	41	36	44	39	36	33	44	42	40	38	36	36	35	42
12/25	42	43	50	43	40	35	53	45	40	40	43	43	40	44
01/25	39	39	47	36	35	35	37	38	41	40	38	41	36	40
02/25	42	42	45	43	38	39	43	45	43	41	41	38	44	42
03/25	43	42	49	42	42	36	47	48	47	42	39	45	41	43
04/25	38	38	44	41	35	28	47	40	38	39	35	38	37	39

EXPECTATIVA SITUACIÓN ECONÓMICA HOGAR

	SEXO		EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 - 59	60 - 70	ABC1a	C1b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	52	55	62	56	49	44	54	56	55	57	50	53	53	54
12/25	54	59	67	58	54	44	67	58	59	54	57	55	57	58
01/25	53	58	63	58	53	42	49	56	56	55	56	57	54	55
02/25	56	63	68	58	55	53	63	67	61	57	57	56	60	60
03/25	55	62	65	62	54	50	63	62	62	59	56	59	57	60
04/25	51	58	65	60	52	34	64	59	55	54	53	51	60	54

EXPECTATIVA SITUACIÓN MERCADO LABORAL

	SEXO		EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 - 59	60 - 70	ABC1a	C1b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	46	47	53	51	41	36	48	53	50	45	43	41	49	48
12/25	47	49	57	50	48	32	59	46	45	46	50	50	44	50
01/25	46	49	58	50	42	34	41	50	51	46	47	50	47	47
02/25	48	49	51	55	44	40	55	53	47	47	48	46	50	49
03/25	48	54	56	53	49	43	51	51	53	50	52	53	47	53
04/25	47	46	52	52	45	28	54	45	46	46	46	43	51	45

Diferencias significativas respecto de la medición anterior
Números representan %

ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

INDICADOR: ÁNIMO DE CONSUMO – ABRIL 2025



El índice de confianza del consumidor se calcula a partir del promedio de tres indicadores. En el caso del **Índice de ánimo de consumo**, es la combinación de tres subindicadores. Cada subindicador es una pregunta llevada a una escala de 0 a 100, donde 100 indica mejores percepciones. El promedio de los tres subindicadores entrega el valor del indicador Ánimo de consumo.

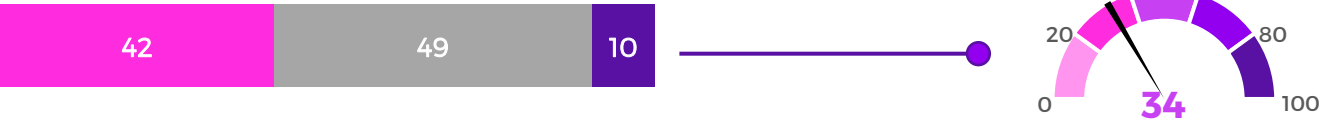
Momento para inversión en vivienda



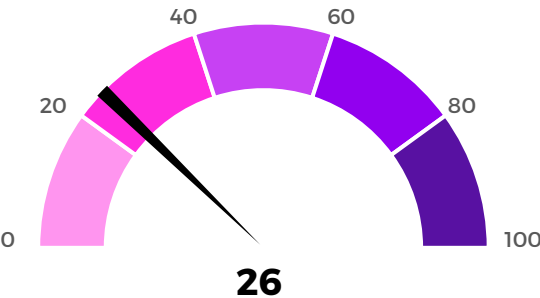
Momento para inversión en automóvil



Momento para gasto en artículos del hogar



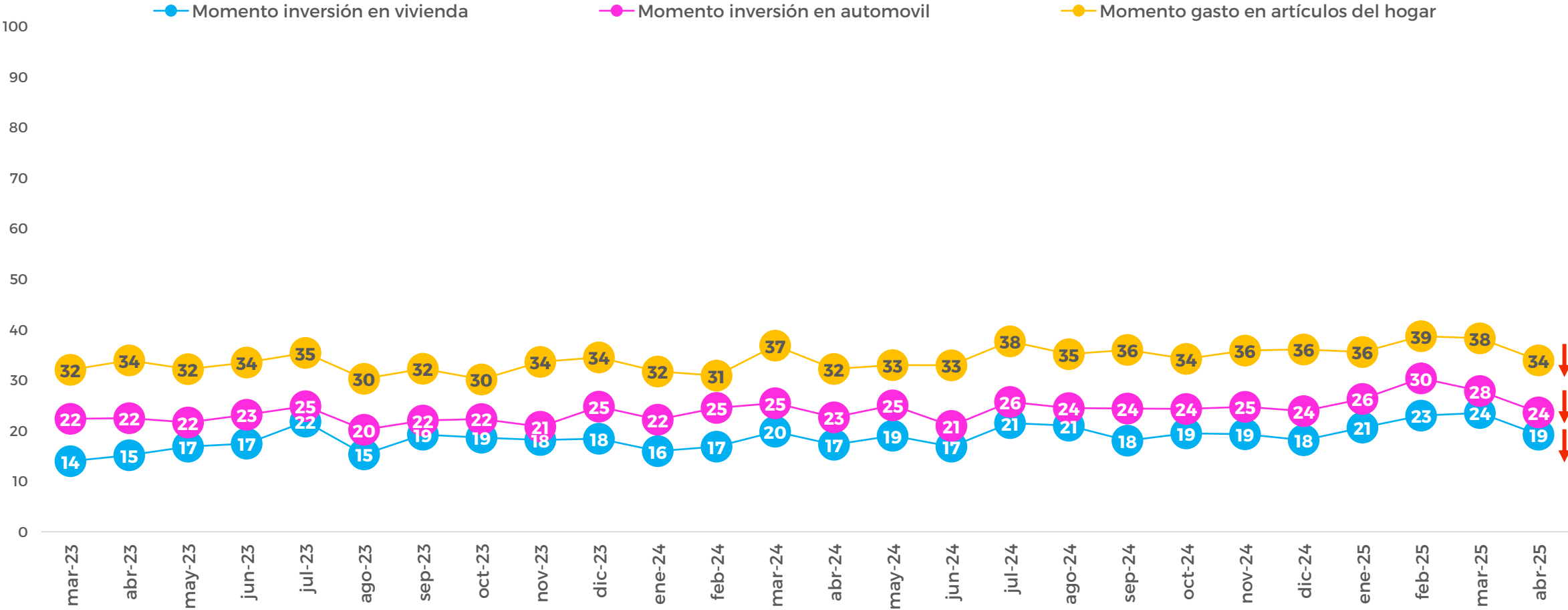
Ánimo de consumo



Leyenda:
■ Malo
■ Ni bueno ni malo
■ Bueno

ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

INDICADOR: ÁNIMO DE CONSUMO - EVOLUTIVO



Diferencias significativas respecto de la medición anterior
Números representan %

ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

INDICADOR: ÁNIMO DE CONSUMO - EVOLUTIVO

MOMENTO INVERSIÓN EN VIVIENDA

	SEXO		EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 - 59	60 - 70	ABC1a	C1b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	21	18	24	19	15	20	21	23	21	21	16	19	17	21
12/25	19	17	26	17	14	15	21	22	20	17	16	19	17	19
01/25	20	21	29	20	17	13	16	20	19	26	18	22	23	19
02/25	24	22	26	22	23	19	28	30	22	19	24	18	25	25
03/25	26	21	27	24	21	20	24	20	25	24	24	22	26	23
04/25	23	16	22	20	19	12	24	24	20	23	13	21	17	19

MOMENTO INVERSIÓN EN AUTOMÓVIL

	SEXO		EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 - 59	60 - 70	ABC1a	C1b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	26	23	31	28	18	20	33	32	26	23	22	25	22	26
12/25	26	22	35	22	18	21	27	32	26	24	19	22	24	25
01/25	26	27	36	26	22	16	32	27	31	29	21	25	26	27
02/25	31	30	35	30	25	32	33	31	35	30	28	27	30	32
03/25	30	25	33	28	24	25	43	31	30	26	25	28	30	26
04/25	27	21	29	24	22	19	33	27	28	25	18	23	23	24

MOMENTO PARA GASTO EN ARTÍCULOS DEL HOGAR

	SEXO		EDAD				NIVEL SOCIOECONÓMICO					ZONA		
	Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 - 59	60 - 70	ABC1a	C1b	C2	C3	D	Norte	Sur	RM
11/24	38	34	43	38	31	29	43	44	36	36	32	35	33	38
12/25	38	34	46	37	30	30	40	45	37	38	30	32	35	38
01/25	37	34	45	36	31	25	41	37	40	38	30	36	34	36
02/25	39	38	44	40	33	36	51	44	42	36	36	35	36	43
03/25	40	37	44	40	35	31	49	42	38	38	36	38	39	38
04/25	36	32	42	36	30	24	44	42	39	36	26	34	34	34

CONSTRUCCIÓN ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Índice compuesto calculado a partir del promedio de tres indicadores: situación económica actual, expectativa económica y capacidad actual de gasto e inversión. Por su parte, cada indicador es una combinación de tres preguntas; con un rango de 0 a 100, donde 100 indica mejores percepciones.

