

Claves Ipsos: 78% de los hogares en Chile están preparando estrategias para enfrentar alzas de precios por el fin del MEPCO

Los hogares planean comprar marcas más baratas, reducir gastos en entretenimiento y restaurantes o cafeterías, usar menos el auto, postergar compras y disminuir gasto en vestuario.

Santiago, 9 de abril de 2026. Ipsos presentó su informe N°49 "Claves Ipsos", que encuesta cada mes a 1.000 personas sobre sus opiniones y comportamientos en torno a temas de interés para el país. En esta edición, el estudio abordó el impacto de la eliminación del Mecanismo de Estabilización de Precios de los Combustibles (MEPCO) y sus consecuencias en los presupuestos de los hogares.

Consecuencias del alza de la bencina y medidas en hogares

Hay preocupación ciudadana por el aumento del costo de vida tras el alza de los combustibles. El 93% de las personas consultadas cree que el alza de la bencina y el diésel golpeará directamente en el presupuesto de su familia. De ellos, un 57% anticipa un impacto importante y un 36% afirma que deberá realizar ajustes en sus cuentas.

Se espera un alza del costo de vida, donde 8 de cada 10 personas consideran muy probable que se produzca un aumento en el precio de frutas, verduras y otros alimentos, además del transporte interurbano, el delivery y la inflación general.

"Los hogares del país están preocupados porque observan un inminente aumento del costo de la vida, e indican que ya están

movilizados buscando estrategias para ajustar sus presupuestos. Este escenario será un desafío para las empresas en la generación de alternativas que se ajusten al tamaño de la billetera de los hogares. Pero también es una oportunidad para confirmar el propósito social y acompañar a los clientes en un período económico complejo”, indica Alejandra Ojeda Mayorga, directora de Estudios Públicos en Ipsos Chile.

Frente a este escenario, 78% indica que en sus hogares ya están pensando en ajustar el presupuesto familiar frente a un posible aumento de precios. Y las tres estrategias principales planeadas para enfrentar un alza de precios son comprar marcas o productos más económicos (49%), disminuir gastos en entretención (46%) y reducir el gasto en salir a comer a restaurantes y cafeterías (46%). Un segundo grupo de medidas corresponde a usar menos el auto (43%), postergar compras o la renovación de tecnología (42%) y disminuir el gasto en ropa o calzado (41%).

En cuanto a la movilidad, 7 de cada 10 dueños de vehículos están planeando estrategias para bajar el gasto en combustible, priorizando el uso del transporte público (58%), caminar más (49%), organizar los viajes y horarios frecuentes dentro de la familia para viajar en grupo (34%), usar bicicleta (26%) y compartir el viaje con otras personas que van en la misma dirección (18%). En menor medida se está planeando la compra de un auto híbrido o de auto eléctrico (7%) o usar scooter eléctrico (4%).

Eliminación del MEPCO

Frente a la eliminación del MEPCO, 55% cree que era una medida que se podía evitar: 35% indica que era evitable y que se debía haber estudiado cómo mejorar al mecanismo y 23% piensa era evitable y se podría haber esperado al menos un año mientras se buscaban otras medidas. Sólo 17% cree que fue correcto terminarlo de una vez. A lo que se agrega que sólo 34% cree que cumplirá el objetivo de aumentar el presupuesto

fiscal y 47% considera que no será así.

Sobre la consecuencia del alza de la bencina y diésel tras la eliminación del MEPCO, hay una opinión dividida donde 38% cree que la responsabilidad del alza es de la guerra en Medio Oriente y 38% opina que es responsabilidad del gobierno del presidente Kast. En menor medida, un 19% responsabiliza al gobierno del expresidente Boric.

El alza de la bencina y diésel genera principalmente preocupación en las personas consultadas (50%). Mientras que 17% expresa enojo, 11% decepción, 10% angustia y 9% conformidad.

“La eliminación del MEPCO no es entendida ni compartida por la ciudadanía. Y tampoco se le atribuye efectividad en aumentar el presupuesto fiscal, lo que podría haberla instalado como una medida legítima, aunque impopular. Las personas saben que cuando se produce una crisis económica es el cliente final el que paga el costo. Por tanto, se instala la preocupación como el estado de ánimo nacional”, señala Alejandra Ojeda Mayorga, directora de Estudios en Públicos Ipsos Chile.