

# XII Encuesta Nacional Ecosistema Emprendedor

“Vacaciones 2026 de chilenos y chilenas”

**Facultad de Negocios y Tecnologías**  
Universidad Gabriela Mistral



# Metodología | Estudio cuantitativo

Tipo de estudio	Cuantitativo, no probabilístico, a través de la aplicación de encuestas online de personas registradas en el panel Black&White.																																																																																																											
Panel	El panel Black&White cuenta con más de 400 mil personas de todo el país, pre clasificadas por sexo, edad, comuna y estrato socioeconómico, de acuerdo a la metodología propuesta por la Asociación de Investigadores de Mercado (AIM).																																																																																																											
Grupo Objetivo	Personas de 18 años o más residentes de todo el país.																																																																																																											
Muestreo	Muestreo aleatorio estratificado por estratos. Cada estrato está definido por la combinación de variables Zona, GSE, Sexo y Edad.																																																																																																											
Distribución de la muestra	Se realizaron 1003 encuestas. Los resultados se ponderaron de acuerdo a los siguientes parámetros poblacionales:																																																																																																											
	<table><thead><tr><th colspan="6">Metropolitana</th></tr><tr><th></th><th>ABC1</th><th>C2</th><th>C3</th><th>D+E</th><th>TOTAL</th></tr></thead><tbody><tr><td>Hombres 18-34 años</td><td>1,9%</td><td>1,1%</td><td>2,0%</td><td>1,8%</td><td>6,9%</td></tr><tr><td>Hombres 35-54 años</td><td>1,9%</td><td>1,1%</td><td>2,0%</td><td>1,8%</td><td>6,9%</td></tr><tr><td>Hombres 55 y más años</td><td>1,5%</td><td>0,9%</td><td>1,6%</td><td>1,5%</td><td>5,5%</td></tr><tr><td>Mujeres 18-34 años</td><td>1,9%</td><td>1,1%</td><td>1,9%</td><td>1,8%</td><td>6,7%</td></tr><tr><td>Mujeres 35-54 años</td><td>2,0%</td><td>1,2%</td><td>2,1%</td><td>1,9%</td><td>7,3%</td></tr><tr><td>Mujeres 55 y más años</td><td>2,0%</td><td>1,2%</td><td>2,1%</td><td>1,9%</td><td>7,1%</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>11,1%</td><td>6,7%</td><td>11,7%</td><td>10,7%</td><td>40,3%</td></tr></tbody></table> <table><thead><tr><th colspan="6">Regiones</th></tr><tr><th></th><th>ABC1</th><th>C2</th><th>C3</th><th>D+E</th><th>TOTAL</th></tr></thead><tbody><tr><td>Hombres 18-34 años</td><td>1,3%</td><td>1,2%</td><td>2,7%</td><td>4,1%</td><td>9,4%</td></tr><tr><td>Hombres 35-54 años</td><td>1,4%</td><td>1,3%</td><td>2,8%</td><td>4,3%</td><td>9,8%</td></tr><tr><td>Hombres 55 y más años</td><td>1,4%</td><td>1,3%</td><td>2,7%</td><td>4,0%</td><td>9,4%</td></tr><tr><td>Mujeres 18-34 años</td><td>1,3%</td><td>1,2%</td><td>2,7%</td><td>4,1%</td><td>9,3%</td></tr><tr><td>Mujeres 35-54 años</td><td>1,5%</td><td>1,4%</td><td>3,1%</td><td>4,6%</td><td>10,6%</td></tr><tr><td>Mujeres 55 y más años</td><td>1,6%</td><td>1,5%</td><td>3,2%</td><td>4,8%</td><td>11,1%</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>8,5%</td><td>8,0%</td><td>17,3%</td><td>25,9%</td><td>59,7%</td></tr></tbody></table>	Metropolitana							ABC1	C2	C3	D+E	TOTAL	Hombres 18-34 años	1,9%	1,1%	2,0%	1,8%	6,9%	Hombres 35-54 años	1,9%	1,1%	2,0%	1,8%	6,9%	Hombres 55 y más años	1,5%	0,9%	1,6%	1,5%	5,5%	Mujeres 18-34 años	1,9%	1,1%	1,9%	1,8%	6,7%	Mujeres 35-54 años	2,0%	1,2%	2,1%	1,9%	7,3%	Mujeres 55 y más años	2,0%	1,2%	2,1%	1,9%	7,1%	TOTAL	11,1%	6,7%	11,7%	10,7%	40,3%	Regiones							ABC1	C2	C3	D+E	TOTAL	Hombres 18-34 años	1,3%	1,2%	2,7%	4,1%	9,4%	Hombres 35-54 años	1,4%	1,3%	2,8%	4,3%	9,8%	Hombres 55 y más años	1,4%	1,3%	2,7%	4,0%	9,4%	Mujeres 18-34 años	1,3%	1,2%	2,7%	4,1%	9,3%	Mujeres 35-54 años	1,5%	1,4%	3,1%	4,6%	10,6%	Mujeres 55 y más años	1,6%	1,5%	3,2%	4,8%	11,1%	TOTAL	8,5%	8,0%	17,3%	25,9%
Metropolitana																																																																																																												
	ABC1	C2	C3	D+E	TOTAL																																																																																																							
Hombres 18-34 años	1,9%	1,1%	2,0%	1,8%	6,9%																																																																																																							
Hombres 35-54 años	1,9%	1,1%	2,0%	1,8%	6,9%																																																																																																							
Hombres 55 y más años	1,5%	0,9%	1,6%	1,5%	5,5%																																																																																																							
Mujeres 18-34 años	1,9%	1,1%	1,9%	1,8%	6,7%																																																																																																							
Mujeres 35-54 años	2,0%	1,2%	2,1%	1,9%	7,3%																																																																																																							
Mujeres 55 y más años	2,0%	1,2%	2,1%	1,9%	7,1%																																																																																																							
TOTAL	11,1%	6,7%	11,7%	10,7%	40,3%																																																																																																							
Regiones																																																																																																												
	ABC1	C2	C3	D+E	TOTAL																																																																																																							
Hombres 18-34 años	1,3%	1,2%	2,7%	4,1%	9,4%																																																																																																							
Hombres 35-54 años	1,4%	1,3%	2,8%	4,3%	9,8%																																																																																																							
Hombres 55 y más años	1,4%	1,3%	2,7%	4,0%	9,4%																																																																																																							
Mujeres 18-34 años	1,3%	1,2%	2,7%	4,1%	9,3%																																																																																																							
Mujeres 35-54 años	1,5%	1,4%	3,1%	4,6%	10,6%																																																																																																							
Mujeres 55 y más años	1,6%	1,5%	3,2%	4,8%	11,1%																																																																																																							
TOTAL	8,5%	8,0%	17,3%	25,9%	59,7%																																																																																																							
Error muestral	A modo de referencia, el error muestral para un 95% de confianza, es de 3,1% para una muestra total aleatoria de 1003 casos.																																																																																																											
Trabajo de campo	Entre el 05 y 09 de noviembre 2025.																																																																																																											



UNIVERSIDAD  
**Gabriela Mistral**  
*Juntos escribimos tu futuro*

**BW**  
Black & White

# 01

**Emprendimiento:  
Evaluación y  
preferencia de  
actividades**



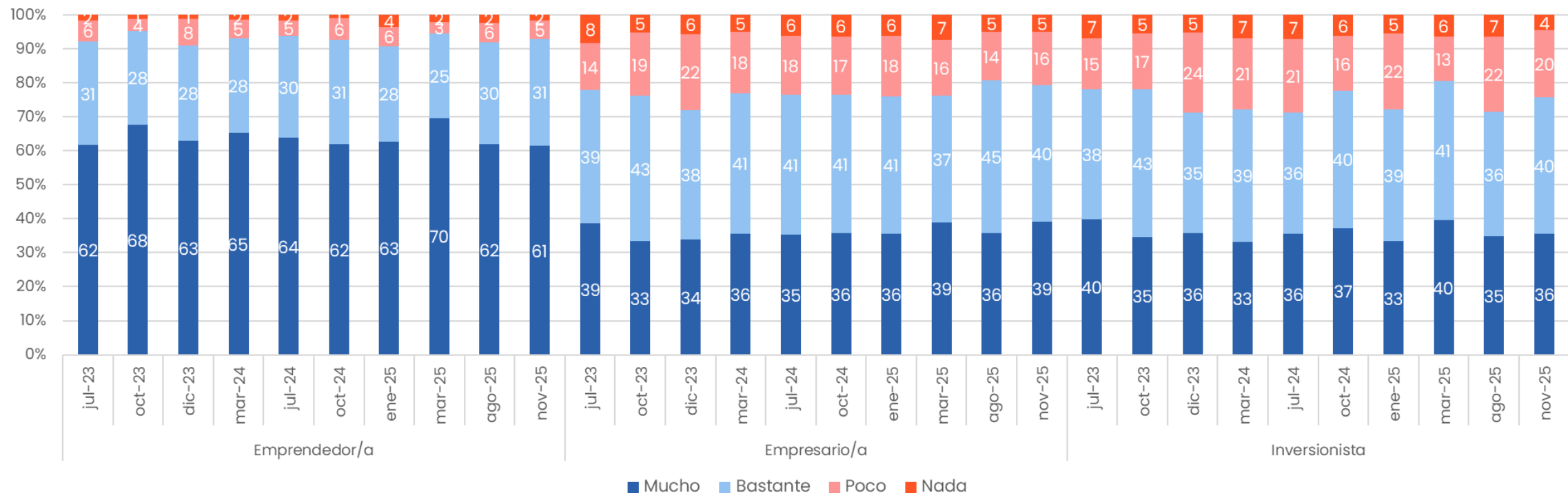


# Resultados | Valoración de actividades total

- La mayoría valora mucho o bastante las tres actividades.
- El emprendimiento es la actividad más valorada, con un 62% que la valora mucho.
- Proporción de quienes valoran mucho disminuyó en los tres casos.

¿Cuánto valora las siguientes actividades? Puede valorarlas mucho, bastante, poco o nada.

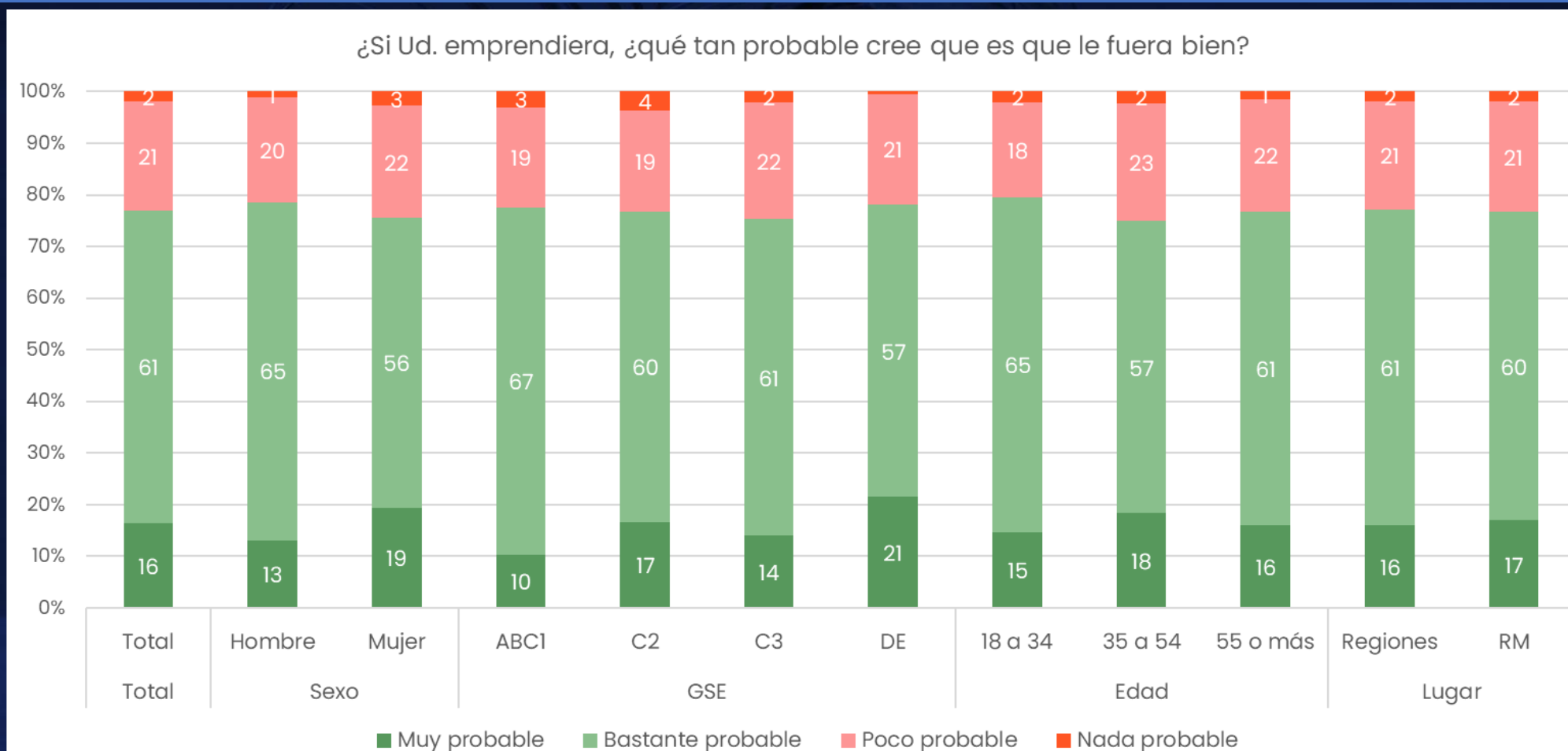
**% Total Comparativo**



**Nota metodológica:** Los casos en los que los porcentajes no suman exactamente 100% se explica por el redondeo de decimales.

# Resultados | Percepción de éxito

- La mayoría (77%) cree que es muy (16%) o bastante probable (61%) que le vaya bien si es que emprendiera.
- La proporción de quienes creen que es muy probable que le vaya bien aumenta levemente entre mujeres y GSE DE.



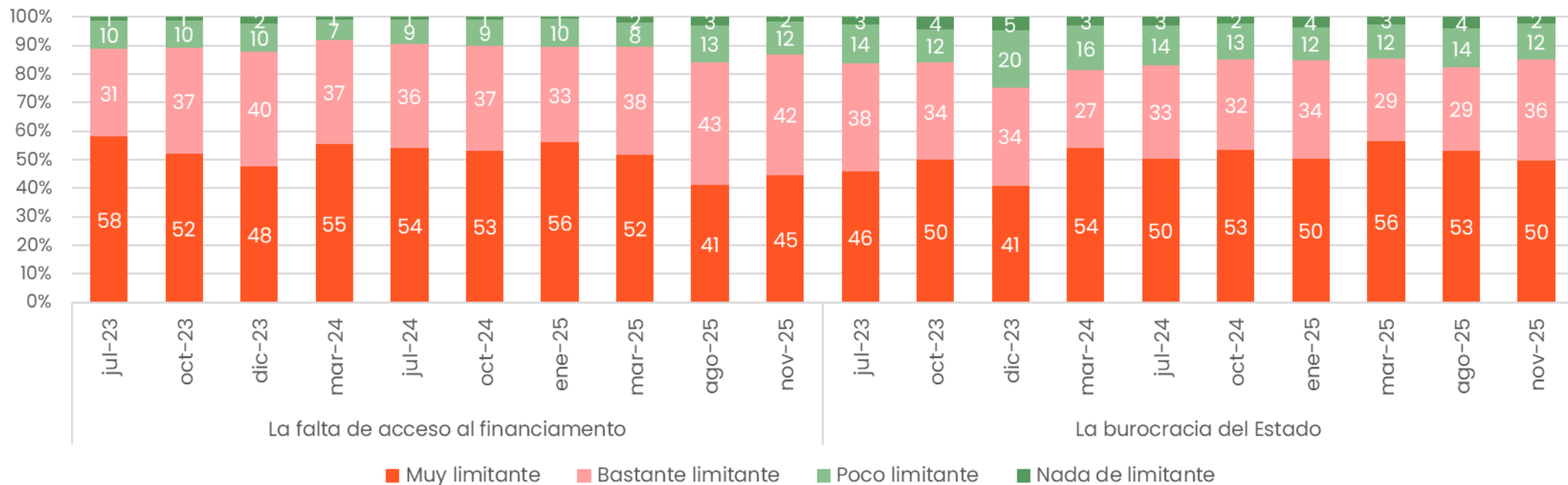
**Nota metodológica:** Los casos en los que los porcentajes no suman exactamente 100% se explica por el redondeo de decimales.

# Resultados | Limitantes emprendimiento 01: financiamiento y burocracia

- Al igual que en la última medición, **la mayoría considera que todos los factores son muy o bastante limitantes**.
- Se observa un leve aumento percepción de limitación (muy + bastante) en todos los factores, especialmente en la falta de acceso al financiamiento, y la falta de redes de apoyo.

Independiente de si ha emprendido o no, indique qué tan limitantes percibe Ud. los siguientes factores a la hora de emprender. Pueden ser muy limitantes, bastante limitantes, poco limitantes o nada de limitantes:

## % Total Comparativo



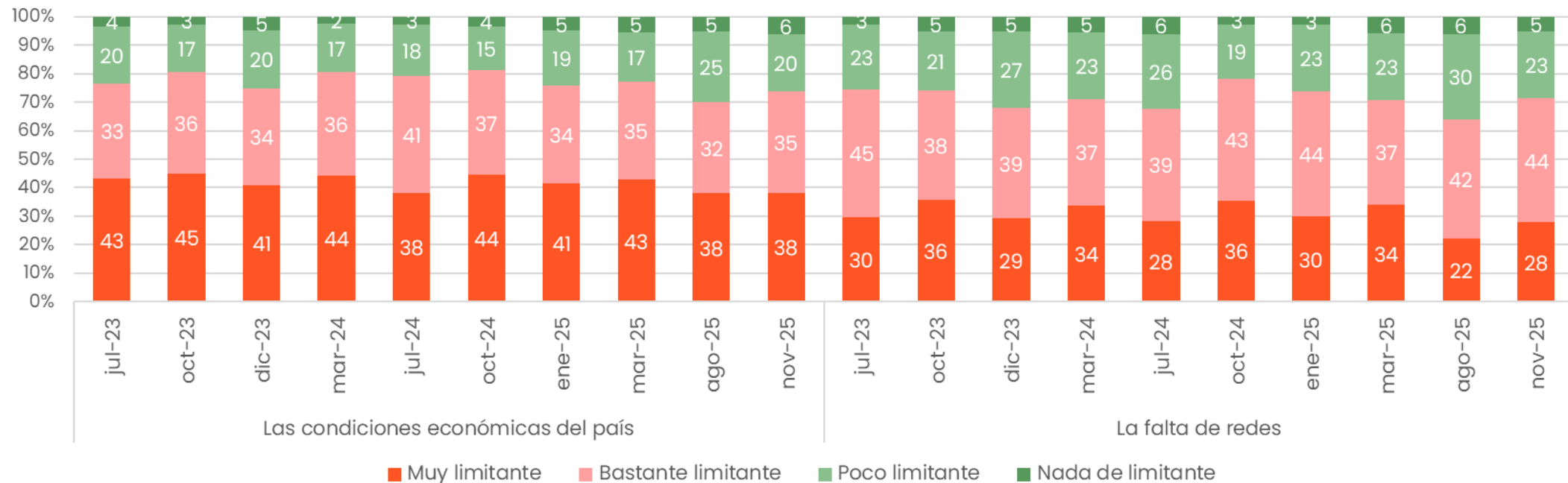
**Nota metodológica:** Los casos en los que los porcentajes no suman exactamente 100% se explica por el redondeo de decimales.

# Resultados | Limitantes emprendimiento 02: condiciones económicas y redes

- Al igual que en la última medición, la mayoría considera que todos los factores son muy o bastante limitantes.
- Se observa un leve aumento percepción de limitación (muy + bastante) en todos los factores, especialmente en la falta de acceso al financiamiento, y la falta de redes de apoyo.

Independiente de si ha emprendido o no, indique qué tan limitantes percibe Ud. los siguientes factores a la hora de emprender. Pueden ser muy limitantes, bastante limitantes, poco limitantes o nada de limitantes:

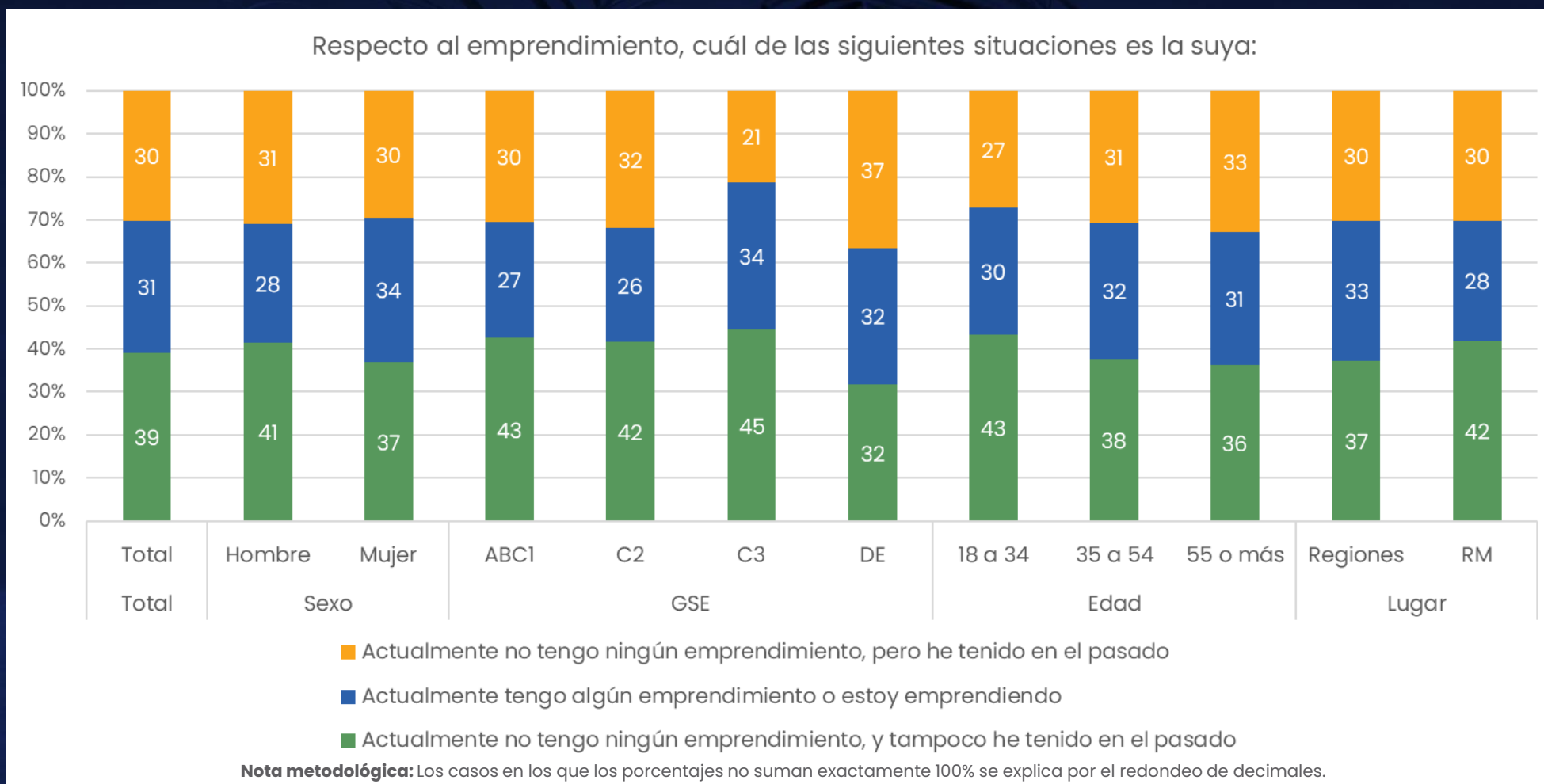
## % Total Comparativo



**Nota metodológica:** Los casos en los que los porcentajes no suman exactamente 100% se explica por el redondeo de decimales.

# Resultados | Experiencia con emprender

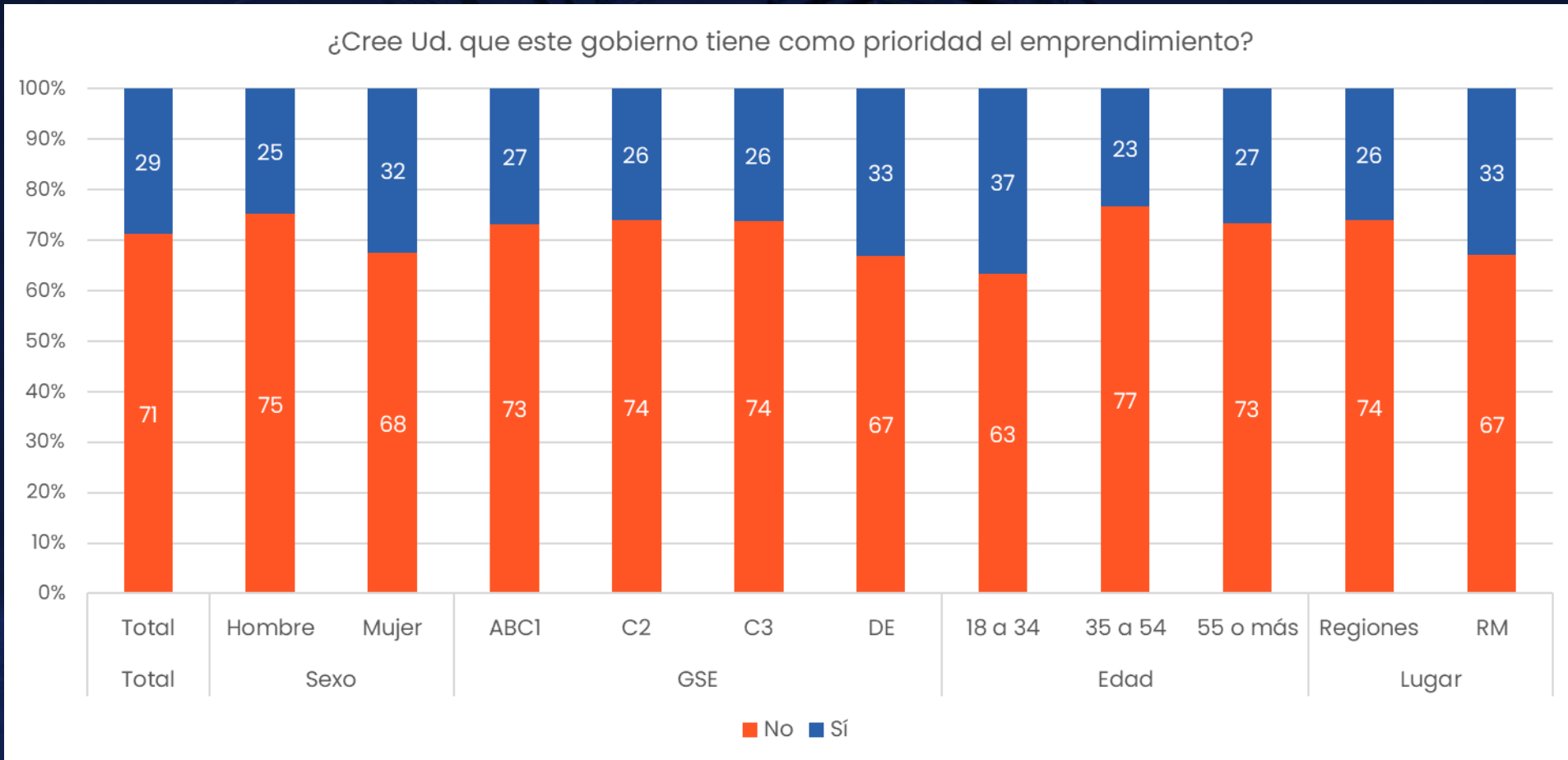
- **La mayoría (61%) tiene (31%) o ha tenido (30%) un emprendimiento.**
- Proporción de quienes tienen actualmente un emprendimiento o están emprendiendo aumenta entre mujeres y GSE C3.





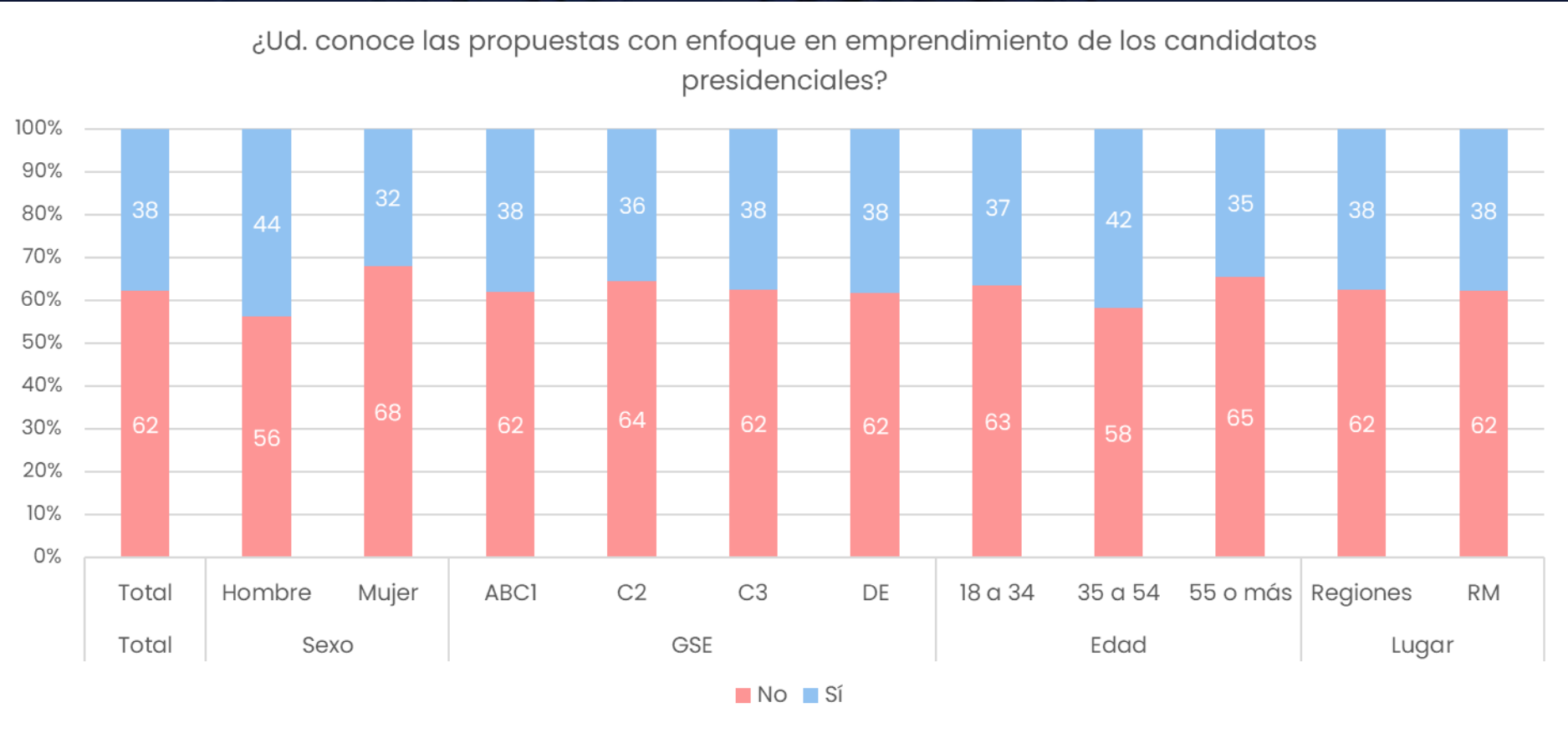
# Resultados | Prioridad de gobierno por emprendimiento

- La mayoría (**71%**) considera que el gobierno no tiene como prioridad el emprendimiento.
- Proporción aumenta entre hombres y personas con 35 a 54 años.



# Resultados | Conocimiento de propuestas en emprendimiento de candidatos presidenciales

- La mayoría (62%) no conoce las propuestas con enfoque en emprendimiento de los candidatos presidenciales.
- Proporción aumenta entre mujeres.





UNIVERSIDAD  
**Gabriela Mistral**  
*Juntos escribimos tu futuro*

**BW**  
Black & White

# 02

Índices



# Resultados | Expectativas de emprendimiento (EdE)

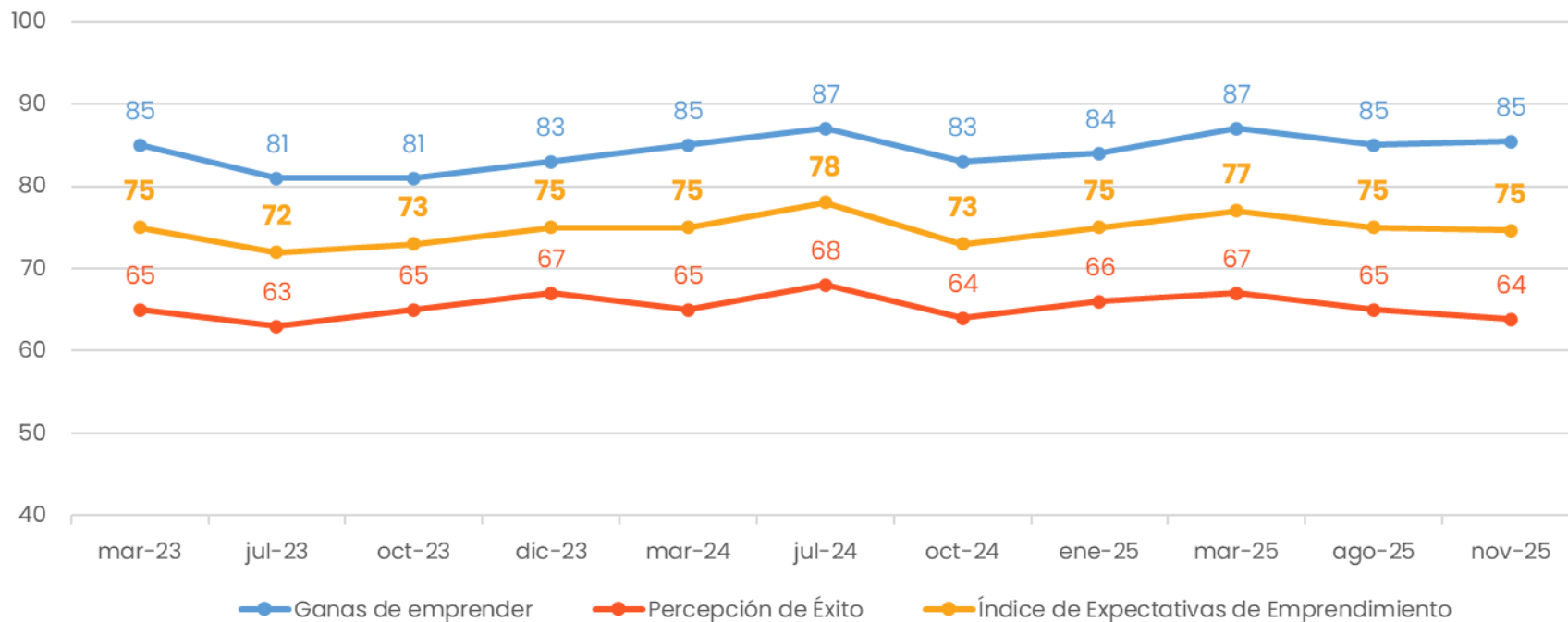
- ▶ **EdE – Índice de Expectativas de Emprendimiento.** Busca cuantificar la disposición e interés de las personas por emprender y la percepción de éxito que estas tienen sobre un eventual e hipotético emprendimiento.
- ▶ Este índice sirve para evaluar el potencial personal que personas ven en torno al emprendimiento en Chile.
- ▶ Se construye a través de dos dimensiones: **Ganas, Éxito.**



# Resultados | Expectativas de emprendimiento (EdE)(2)

- ▶ El **Índice de Expectativas de Emprendimiento se mantuvo igual, con un valor de 75** (en una escala de 0 a 100, dónde 100 es el máximo positivo del índice expectativas de emprendimiento).
- ▶ **Ganas de emprender se mantuvo igual**, y percepción de éxito disminuyó en 1 punto.

Evolutivo Índice Expectativas de Emprendimiento





# Resultados | Barreras de emprendimiento (BdE)

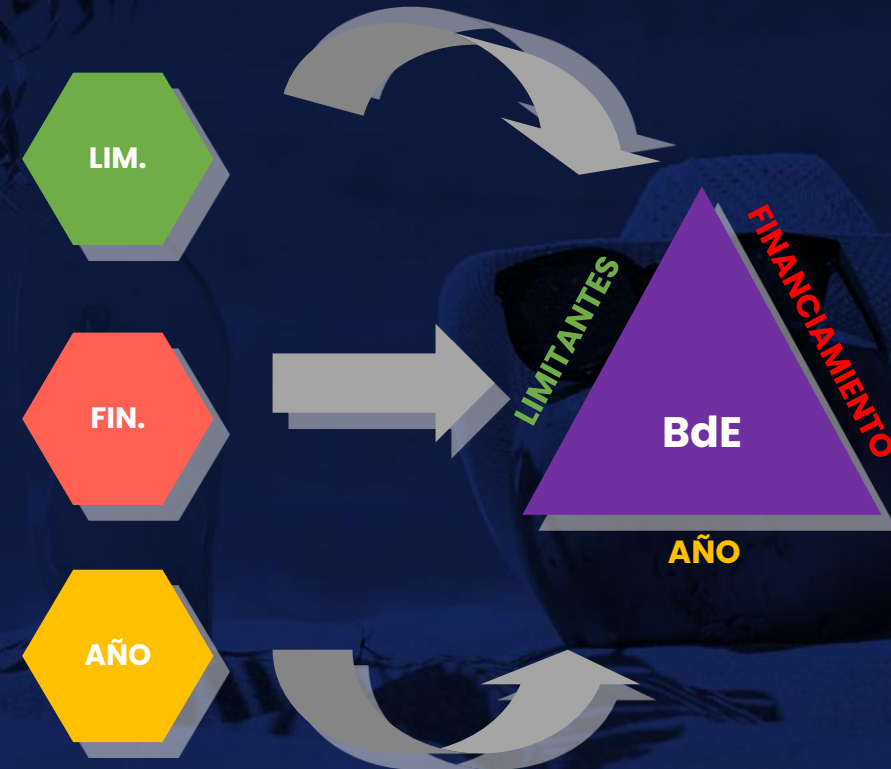
- ▶ BdE – **Índice de Barreras de Emprendimiento**. Busca cuantificar la **percepción de barreras y limitaciones** contextuales para el emprendimiento.
- ▶ Este índice sirve para evaluar la percepción que se tiene sobre la estabilidad económica del país y cómo esta incide o no en la posibilidad de emprender.
- ▶ Se construye a través de tres dimensiones: **LIMITANTES, FINANCIAMIENTO, AÑO**.
- ▶ Tener presente que cuando este índice aumenta, son MAYORES las barreras.

**LIMITANTES**  
**IDENTIFICACIÓN DE OBSTACULIZADORES PARA EMPRENDER**  
*Independiente de si ha emprendido o no, indique qué tan limitantes percibe Ud. los siguientes factores a la hora de emprender:*

- Acceso a financiamiento
- Burocracia Estatal
- Condiciones económicas del país
- Falta de redes.

**FINANCIAMIENTO**  
**PERCEPCIÓN DE POSIBILIDAD DE ACCEDER A RECURSOS PARA EMPRENDER**  
*Si Ud. quisiera emprender, ¿Cuán probable es que Ud. consiguiera recursos para emprender este año?*

**AÑO**  
**PERCEPCIÓN DE MOMENTO PARA EMPRENDER**  
*¿Ud. cree que este año es peor o mejor para emprender que el anterior?*



# Resultados | Barreras de emprendimiento (BdE) (2)

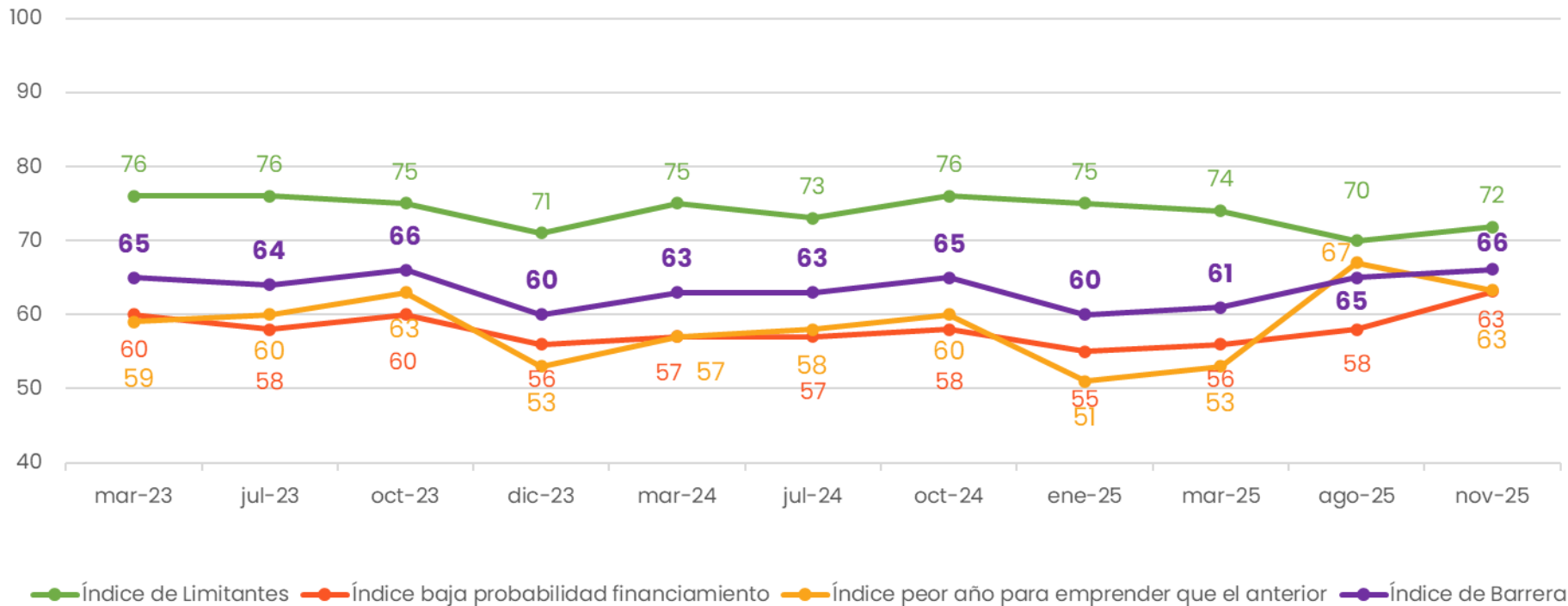


UNIVERSIDAD  
Gabriela Mistral  
*Juntos escribimos tu futuro*

BW  
Black & White

- ▶ El **Índice de Barreras de Emprendimiento** es de **66**, **aumentando en 1 punto respecto a la medición anterior** (en una escala de 0 a 100, dónde 0 es el mínimo de barreras y 100 el máximo).
- ▶ La **percepción de limitantes** (falta de acceso a financiamiento; burocracia del estado; condiciones económicas del país y la falta de redes) **aumentó en 2 puntos**. Las bajas expectativas de obtener recursos aumentaron en 5 puntos, y la percepción de peor año para emprender disminuyó en 4 puntos.

Evolutivo Índice Barreras de Emprendimiento



NOVIEMBRE 2025





UNIVERSIDAD  
**Gabriela Mistral**  
*Juntos escribimos tu futuro*

**BW**  
Black & White

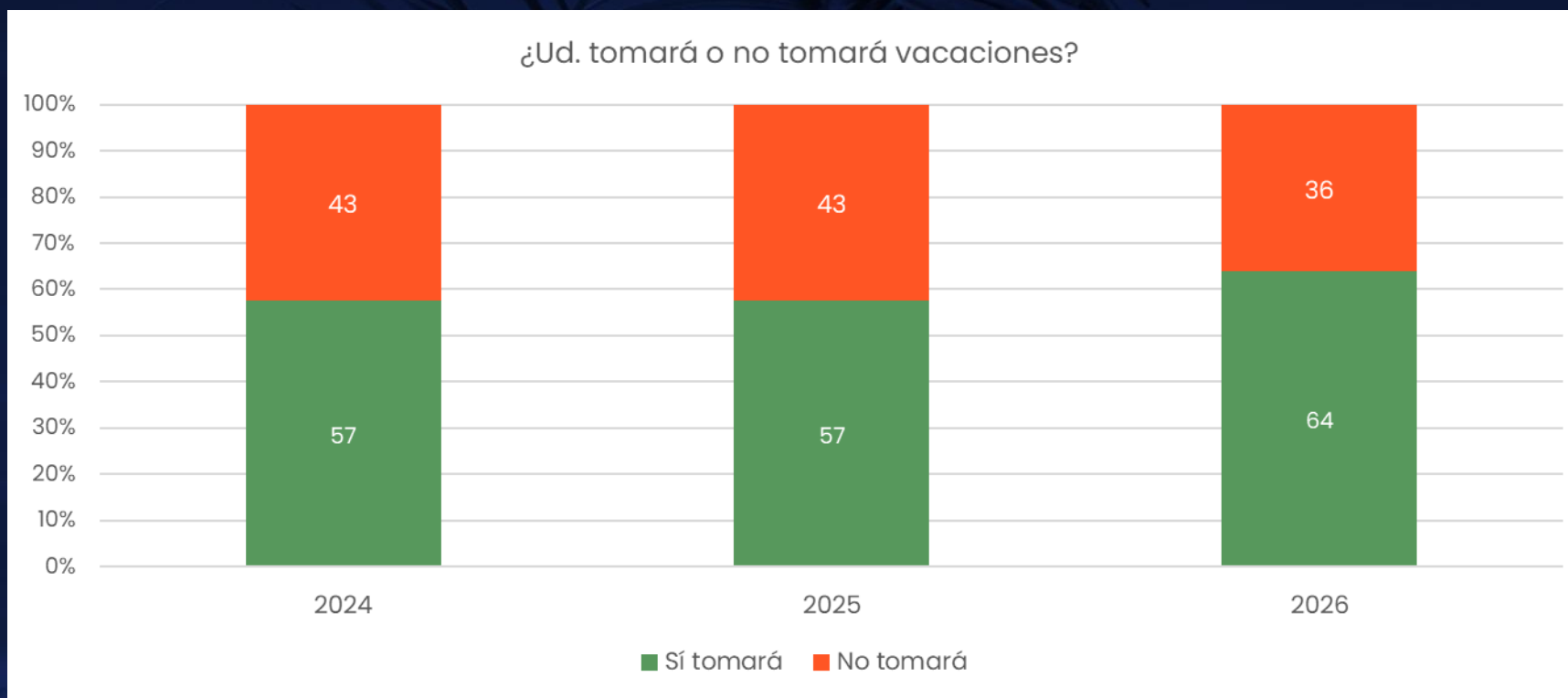
# 03

**Vacaciones 2026  
en Chile**



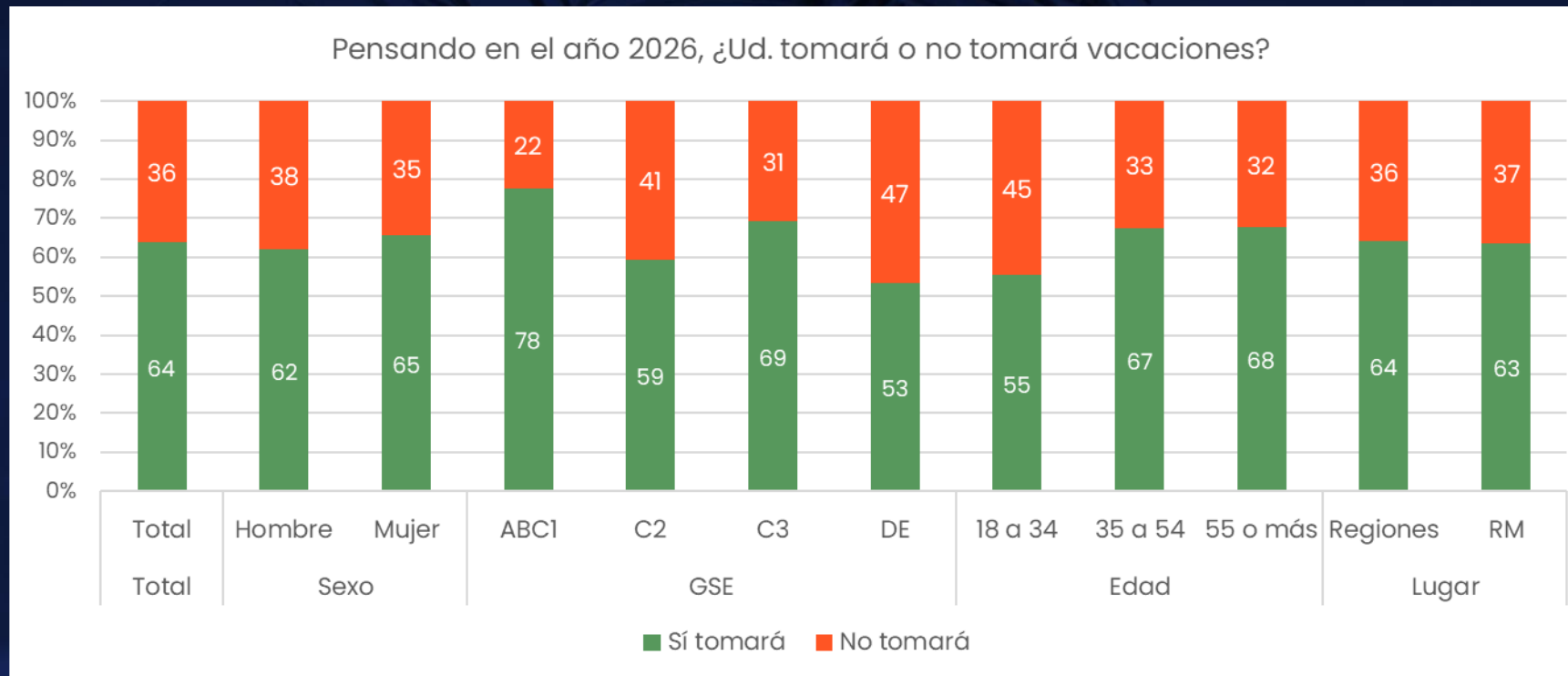
# Resultados | Tomará o no vacaciones

- **La mayoría (64%)** sí tomará vacaciones el 2026.
- Respecto a la última medición, **proporción aumentó en 7 puntos porcentuales.**



# Resultados | Tomará o no vacaciones (Apertura)

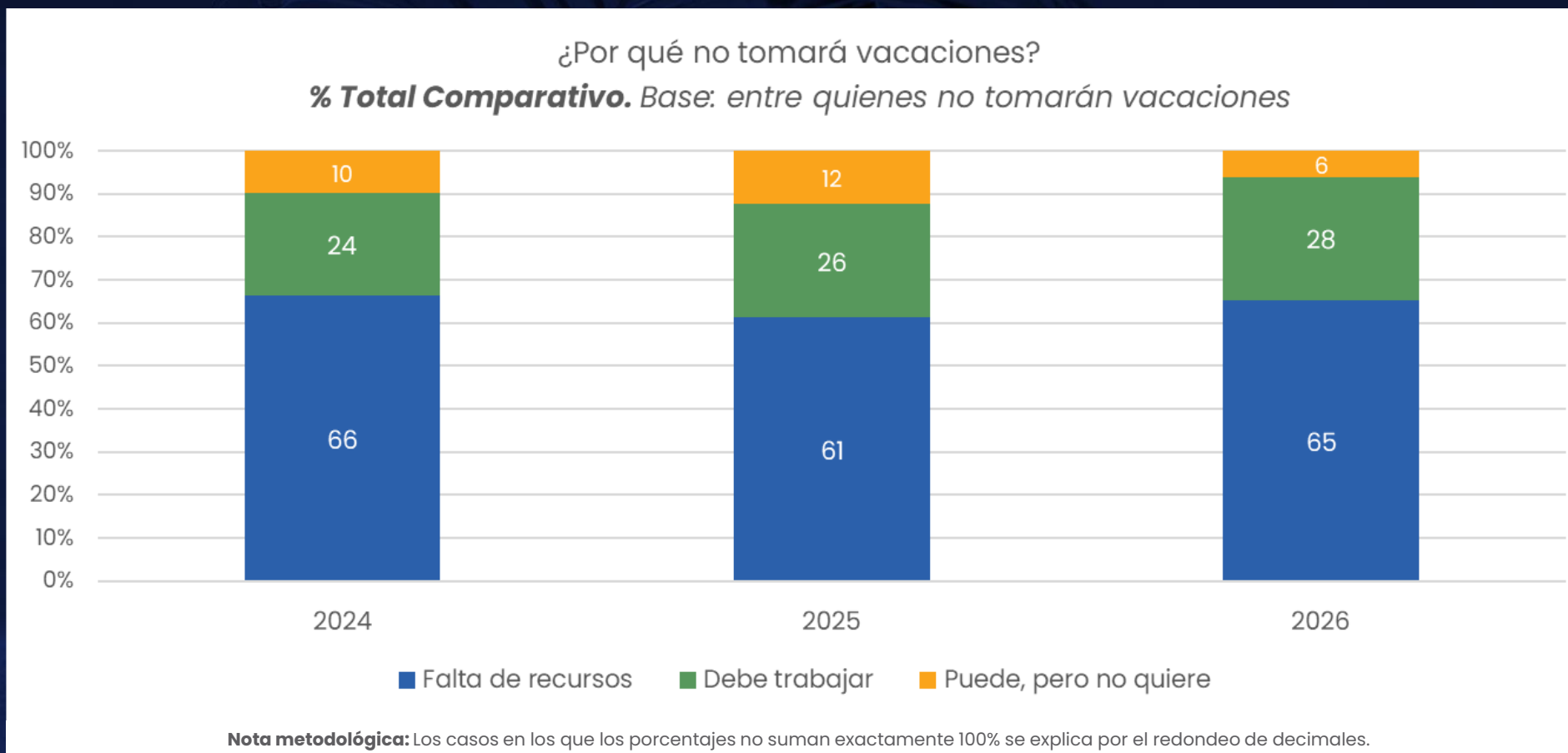
- La mayoría (64%) sí tomará vacaciones durante el 2026.
- Proporción aumenta en GSE ABC1 y C3, y entre personas mayores a 35 años.





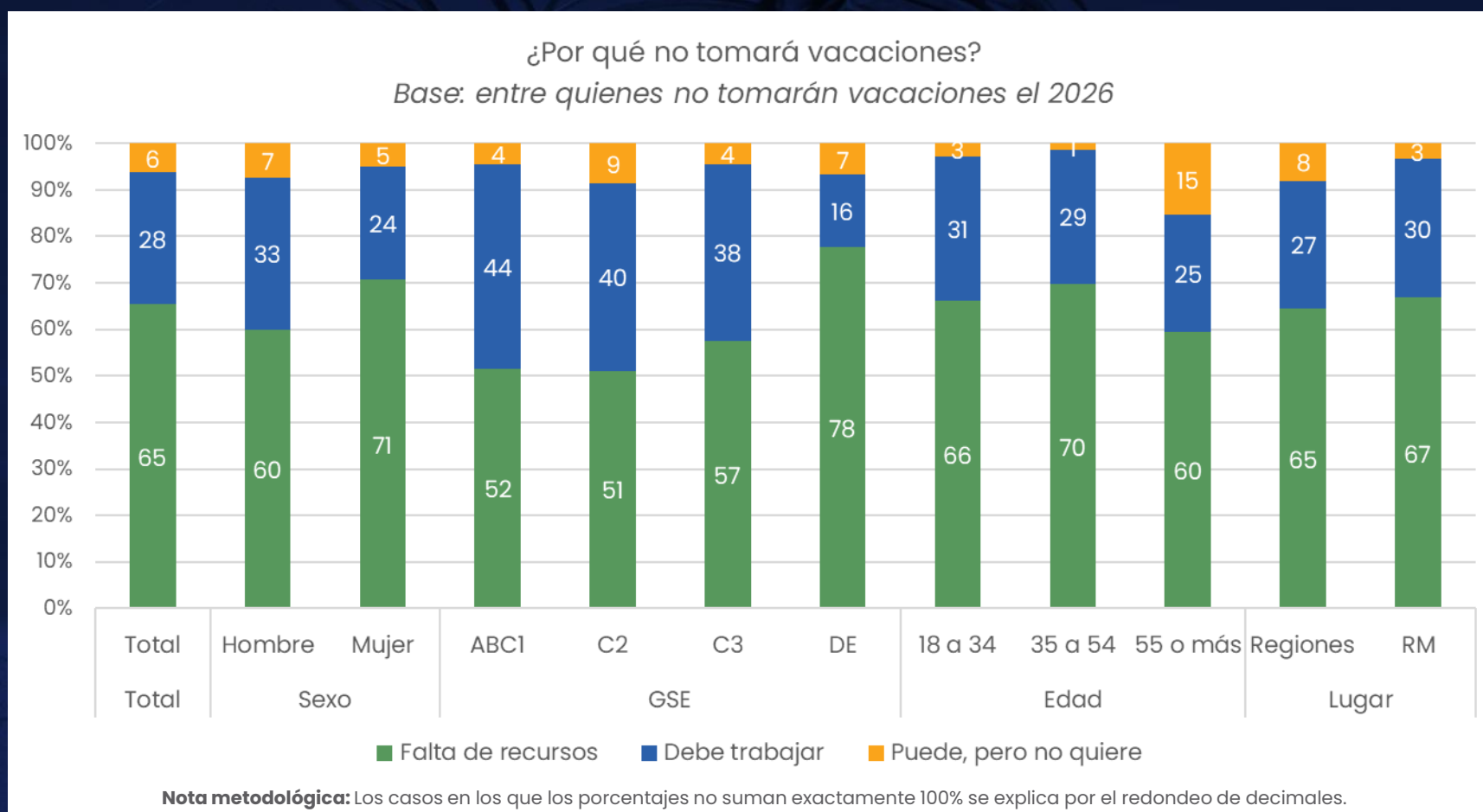
# Resultados | ¿Por qué no tomará vacaciones?

- Entre quienes no tomarán vacaciones, la mayoría (65%) menciona la falta de recursos como la razón para no hacerlo.
- En comparación a la última medición, proporción que declara esta razón **aumentó en 4 puntos porcentuales**.



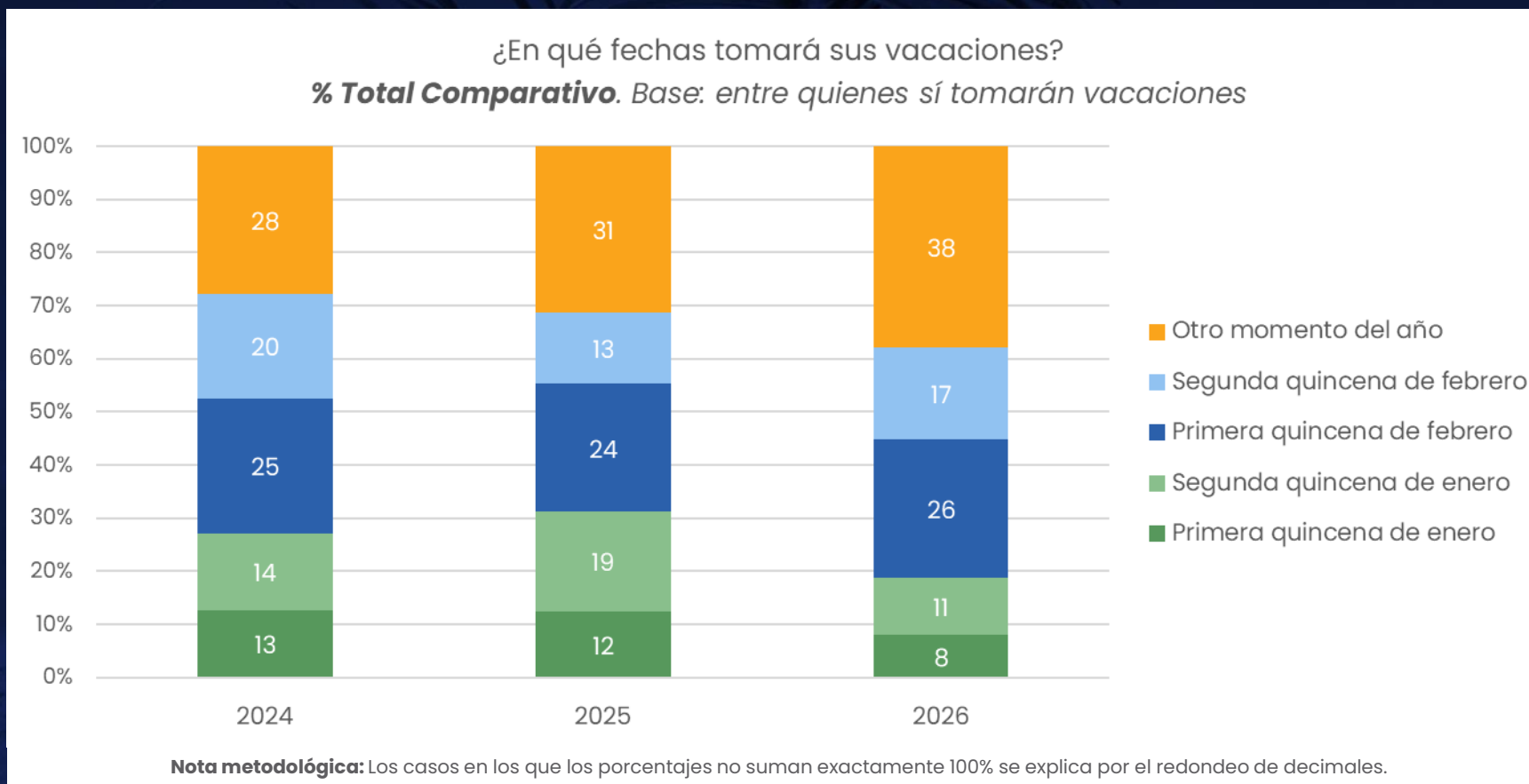
# Resultados | Por qué no tomará vacaciones (Apertura)

- Entre quienes no tomarán vacaciones, la mayoría (65%) menciona la falta de recursos como la razón para no hacerlo.
- Proporción aumenta entre mujeres, a medida que disminuye GSE entre personas con 35 a 54 años.



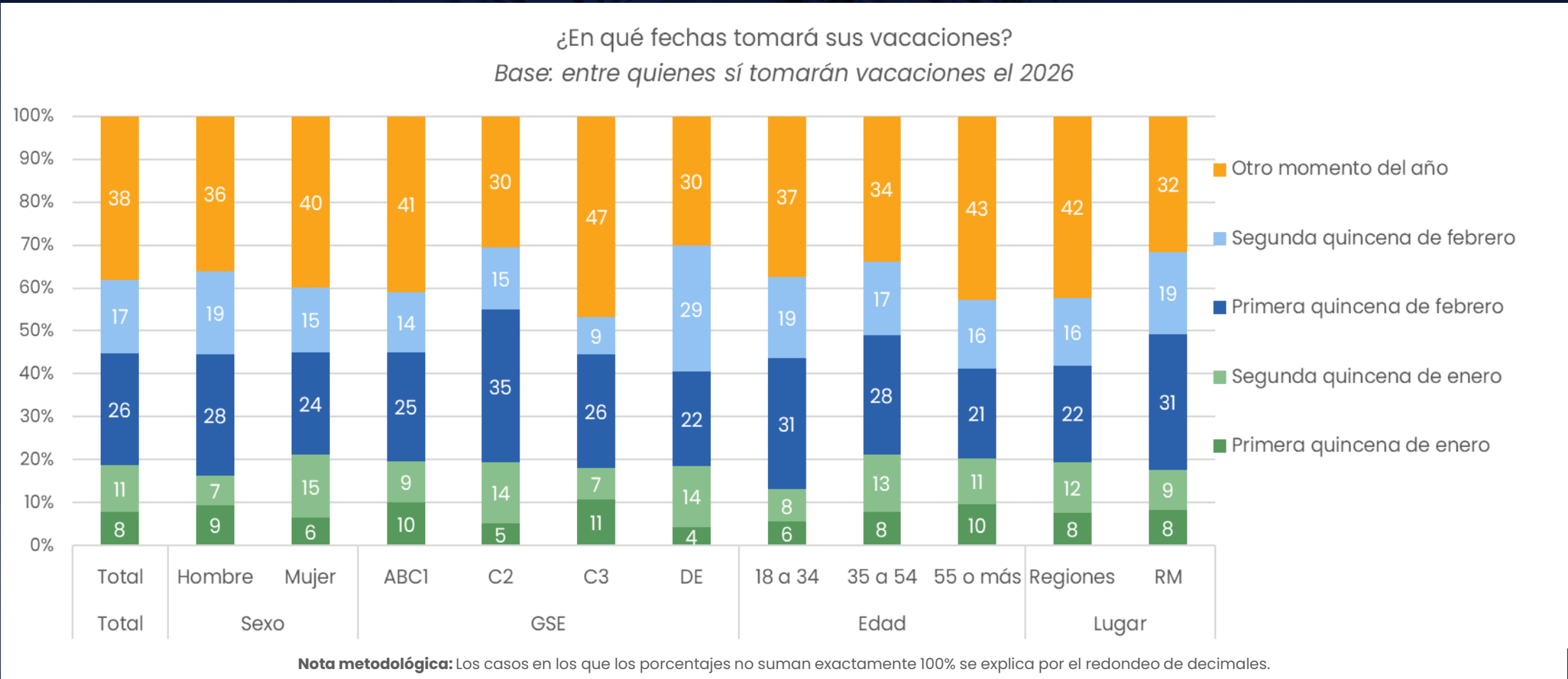
# Resultados | ¿Cuándo tomará vacaciones?

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, **la mayoría relativa (43%) toma sus vacaciones en febrero.**
- **Proporción de quienes tomarán vacaciones en febrero aumentó en 6 puntos porcentuales.**



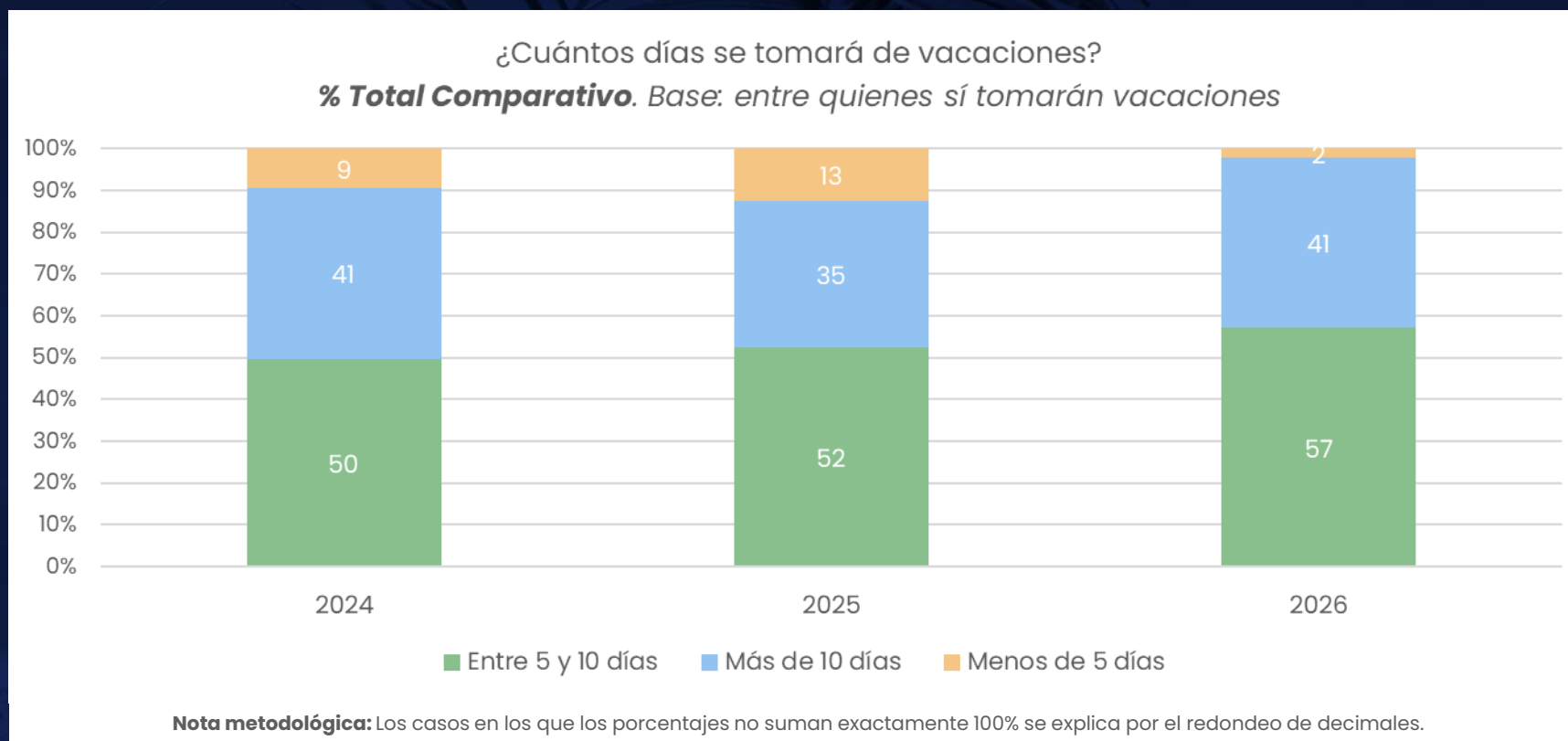
# Resultados | Cuándo tomará vacaciones (Apertura)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría relativa (**43%**) **tomará sus vacaciones en febrero (26% la primera quincena; 17% la segunda quincena)**.
- Proporción de quienes tomarán vacaciones en febrero aumenta en GSE C2 y DE, a medida que disminuye la edad, y en RM.



# Resultados | Cantidad de días de vacaciones

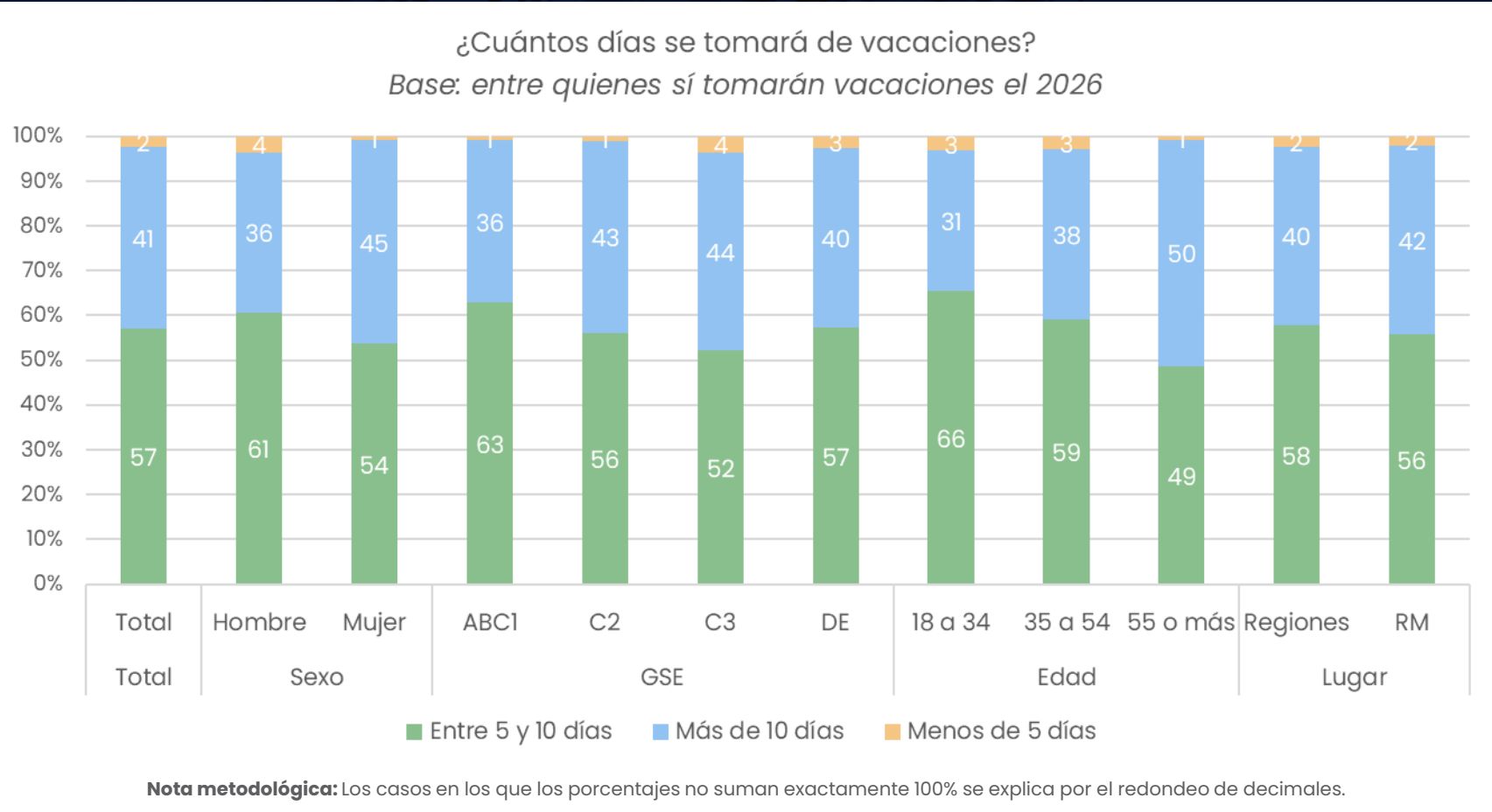
- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría **(57%) se tomará entre 5 y 10 días**. Proporción aumentó en 5 puntos porcentuales respecto a la última medición.
- Además, **aumentó la proporción de los que se tomarán más de 10 días en 6 puntos porcentuales**.





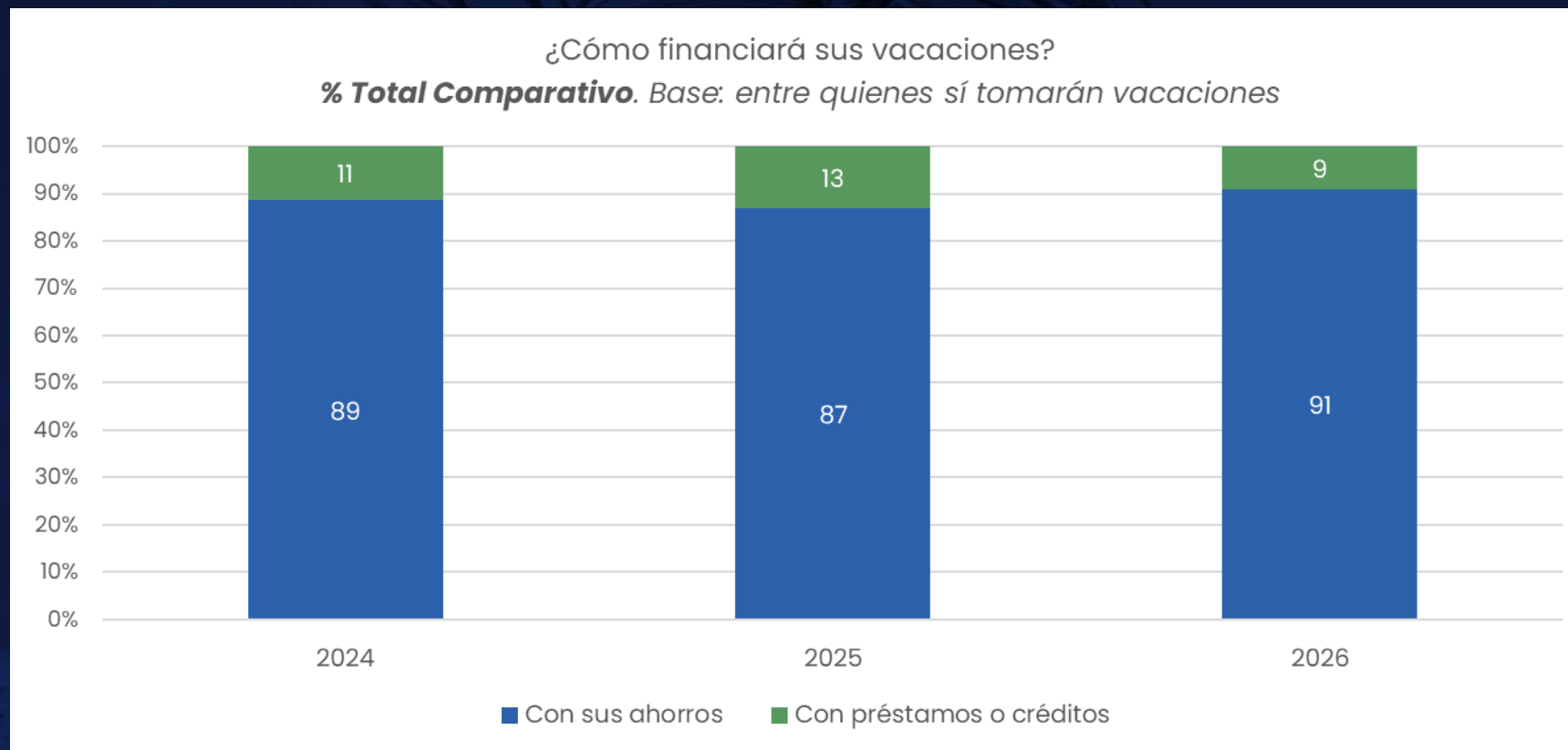
# Resultados | Cantidad de días de vacaciones (Apertura)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría (57%) se tomará entre 5 y 10 días.
- Proporción de quienes tomarán entre 5 y 10 días aumenta entre hombres, GSE ABC1, y a medida que disminuye la edad.



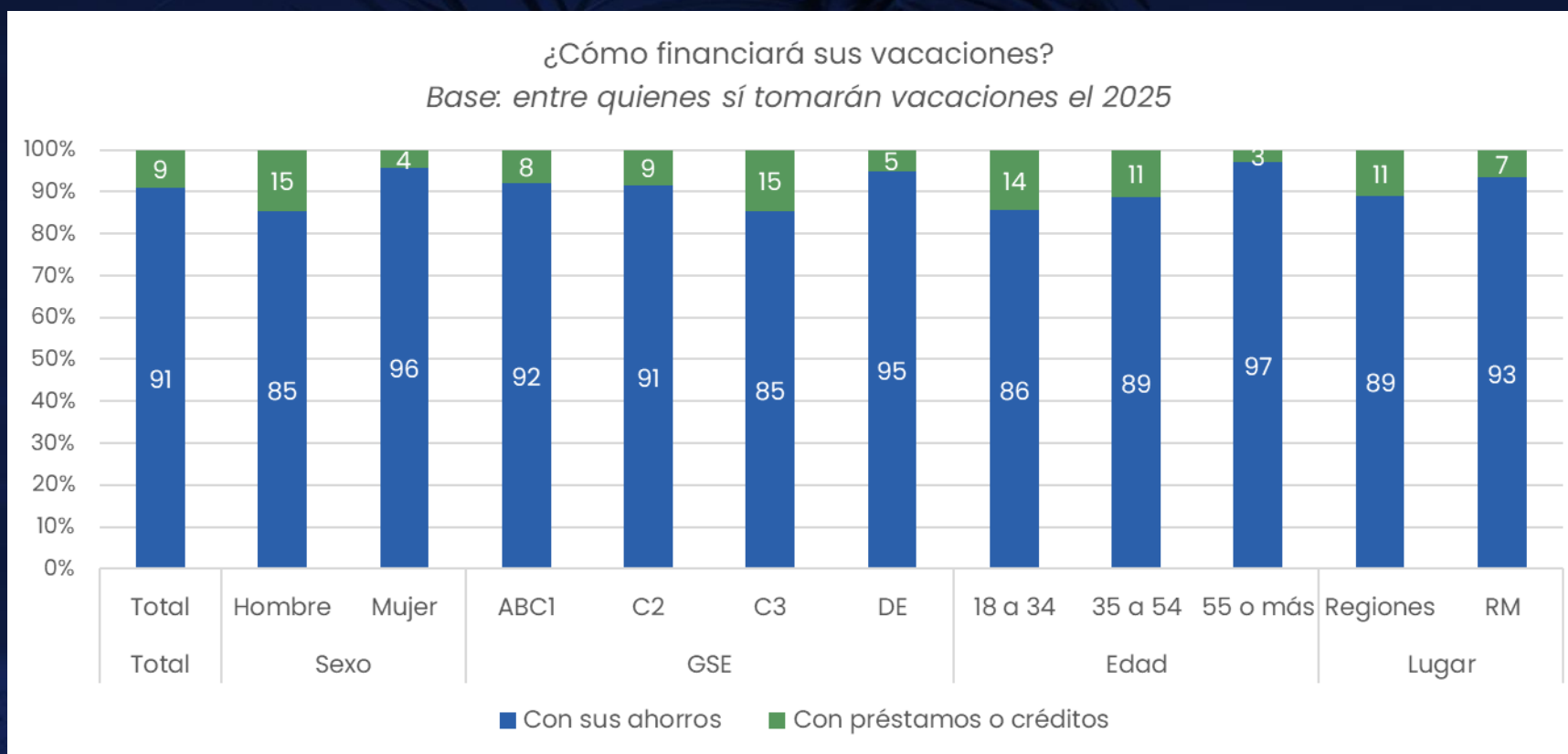
# Resultados | Cómo financia sus vacaciones

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, **la gran mayoría (91%) financia sus vacaciones con sus ahorros.**
- **Proporción aumentó en 4 puntos porcentuales** respecto a la última medición.



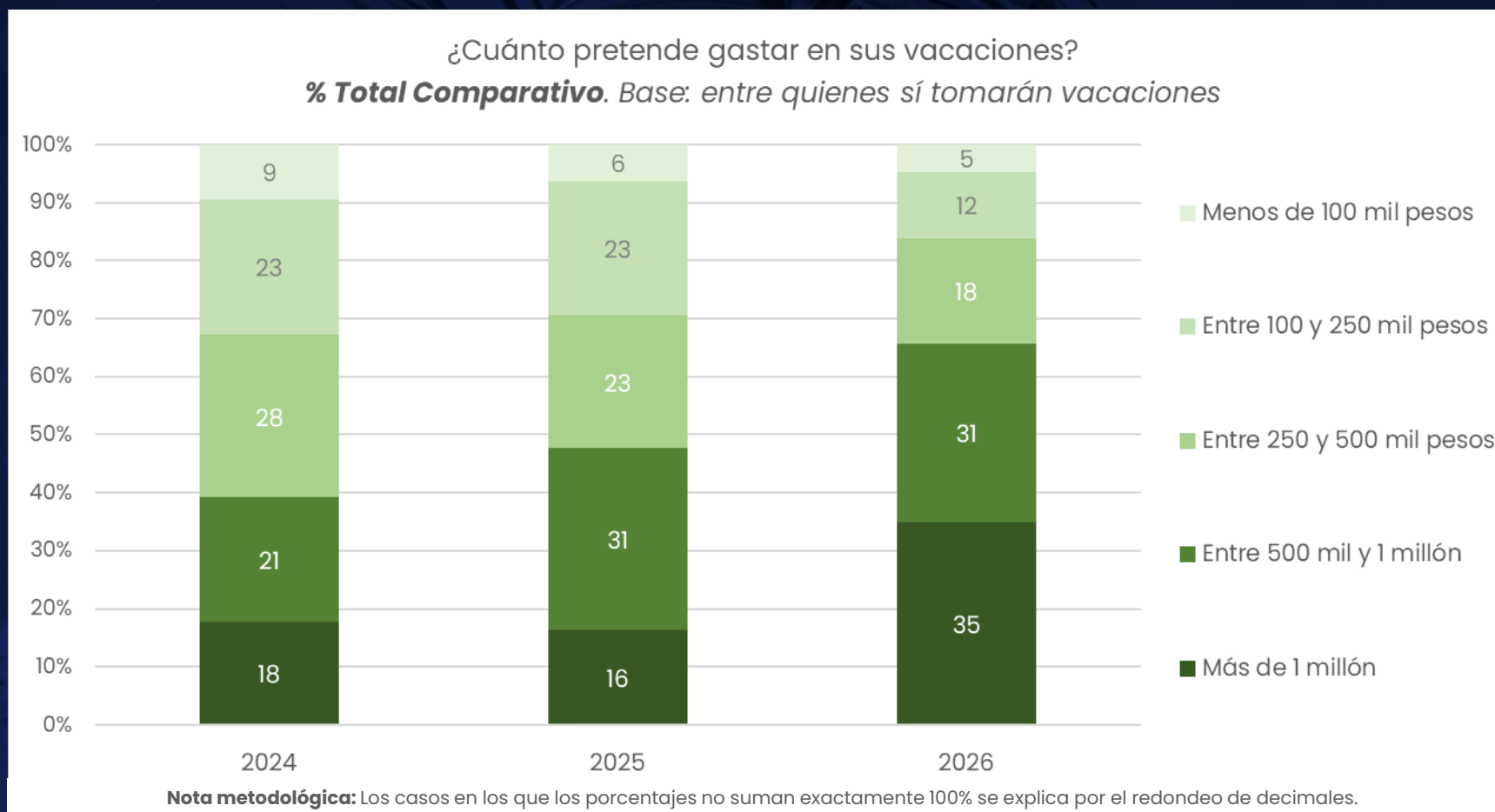
# Resultados | Cómo financia sus vacaciones (Apertura)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la gran mayoría (91%) financia sus vacaciones con sus ahorros.
- Proporción aumenta entre mujeres, GSE DE, y a medida que aumenta la edad.



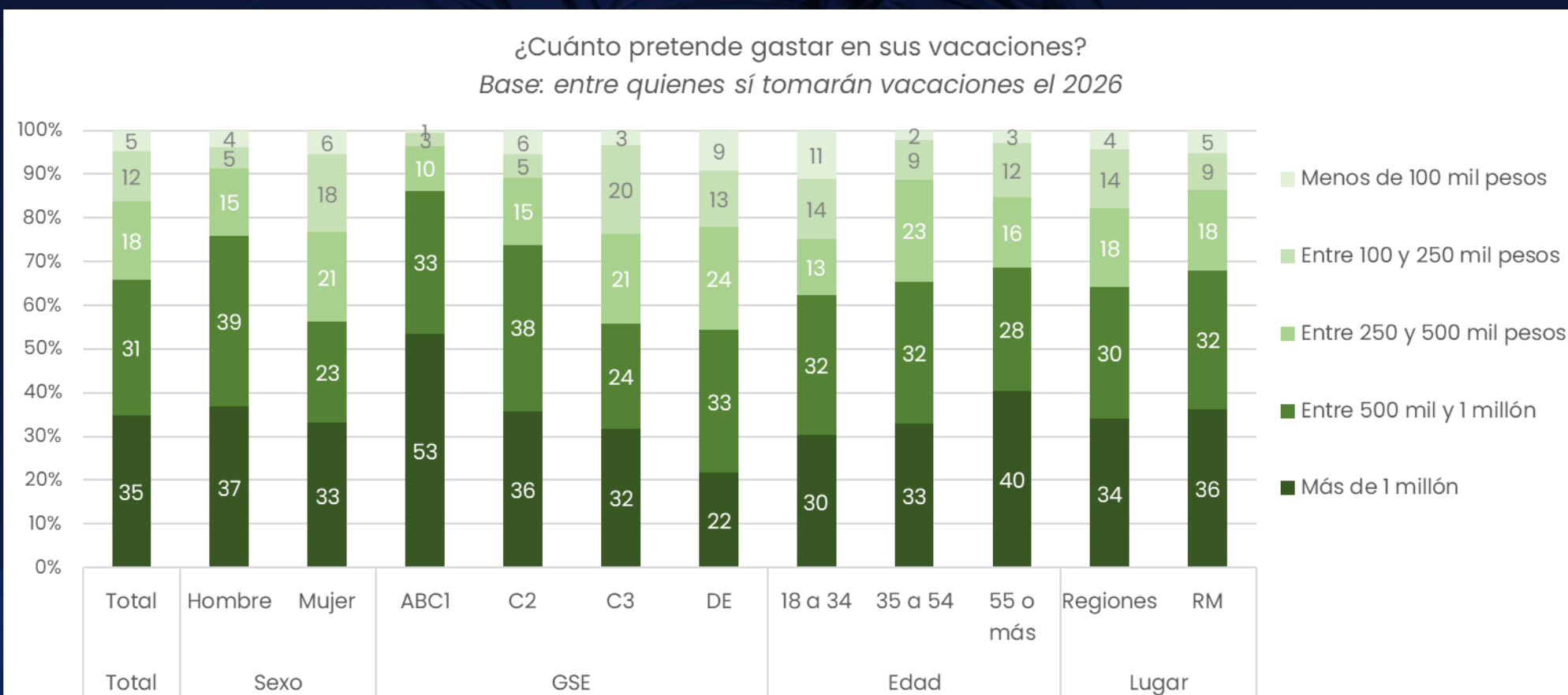
# Resultados | ¿Cuánto pretende gastar?

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, **la mayoría relativa (35%) pretende gastar más de 1 millón de pesos en sus vacaciones.**
- Proporción de quienes pretenden gastar más de 1 millón aumentó notablemente, en 19 puntos porcentuales.**



# Resultados | ¿Cuánto pretende gastar? (Apertura)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría relativa (35%) pretende gastar más de 1 millón de pesos en sus vacaciones.
- Proporción aumenta a medida que aumenta GSE y la edad.

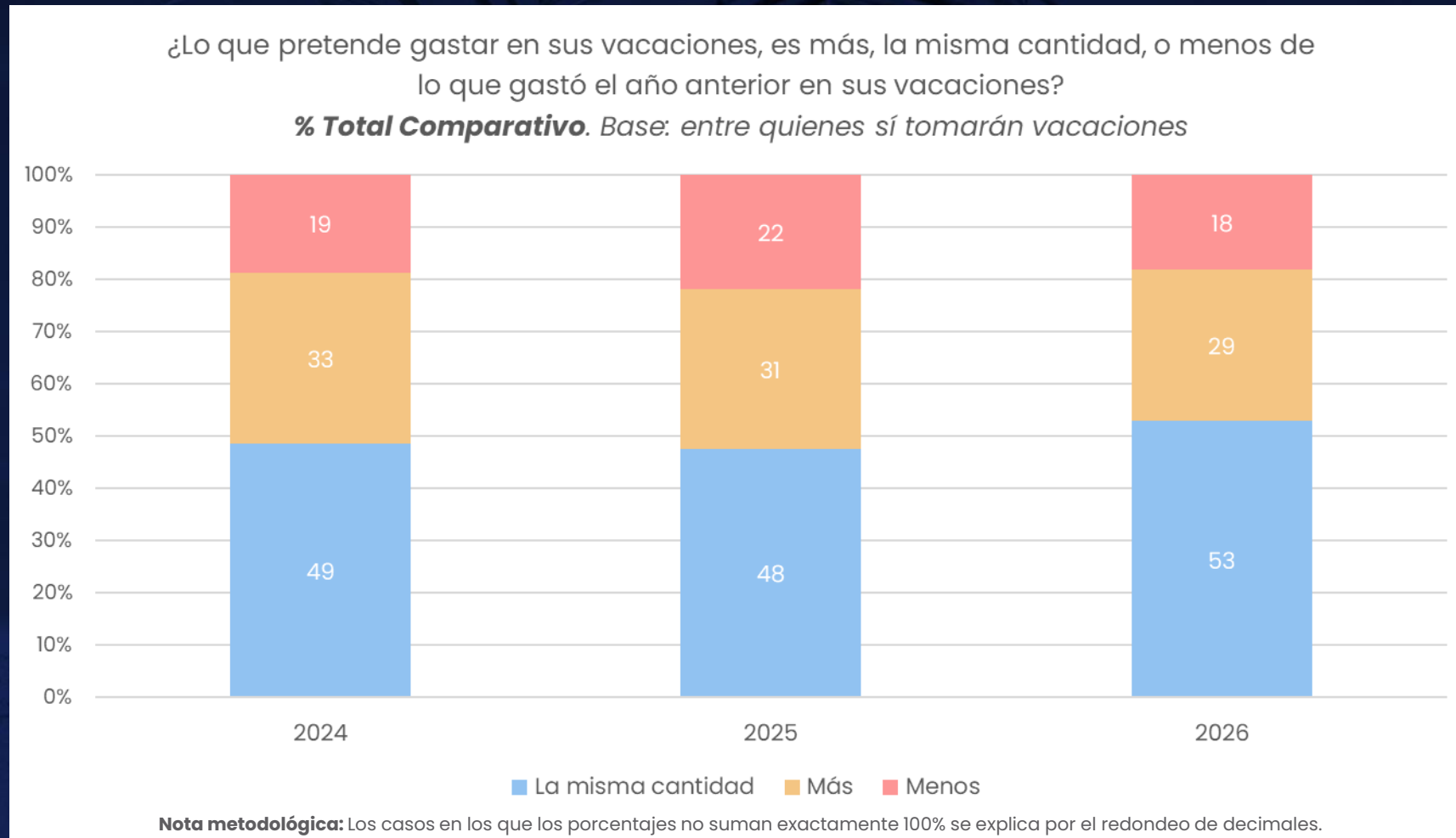


**Nota metodológica:** Los casos en los que los porcentajes no suman exactamente 100% se explica por el redondeo de decimales.



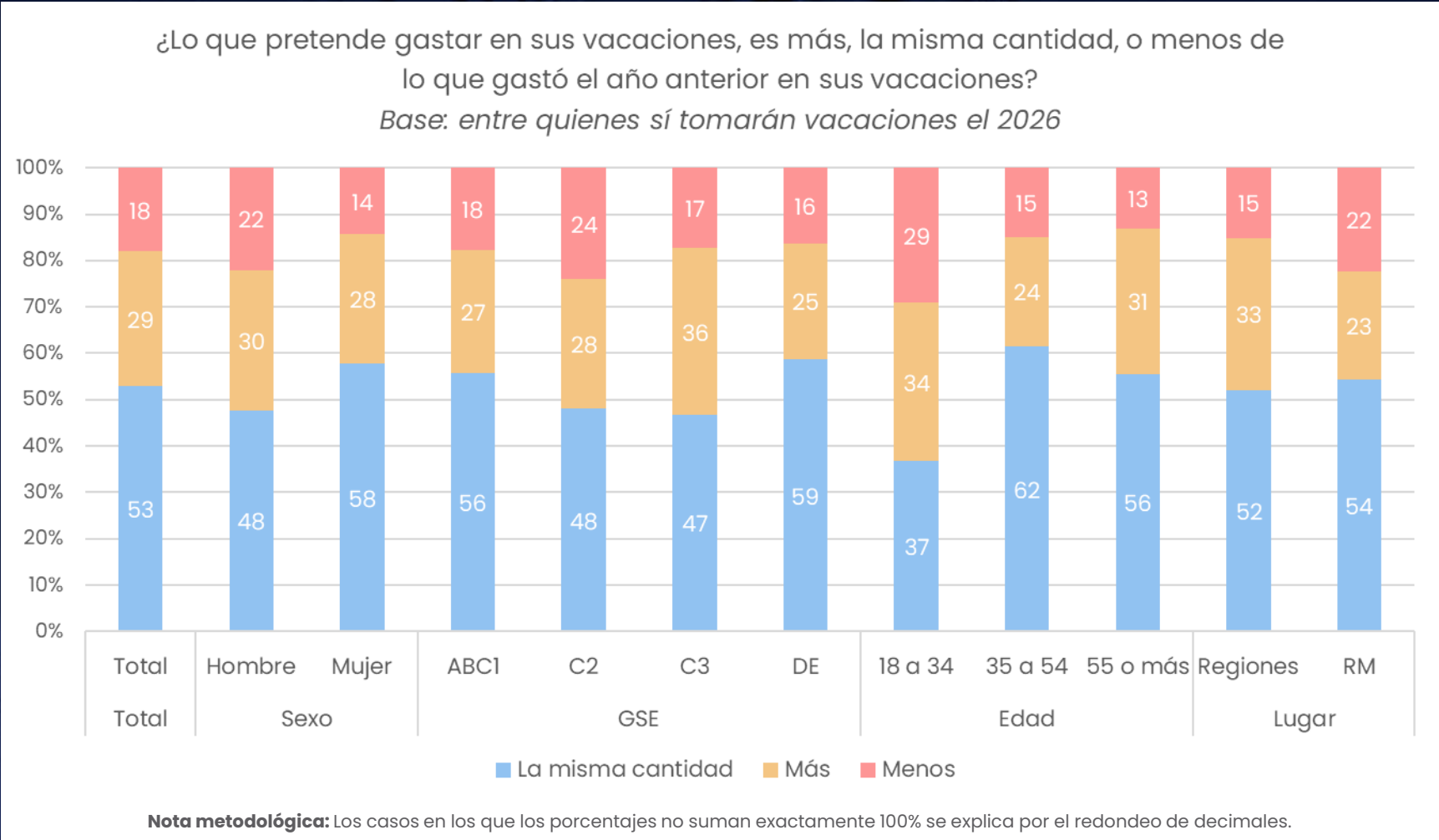
# Resultados | Comparación de gasto con año anterior

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, **la mayoría (53%) declara que gastará la misma cantidad de dinero que el año anterior**. Un **29% piensa gastar más** y un 18% menos.
- Proporción de quienes pretenden gastar lo mismo aumentó en 5 puntos porcentuales.



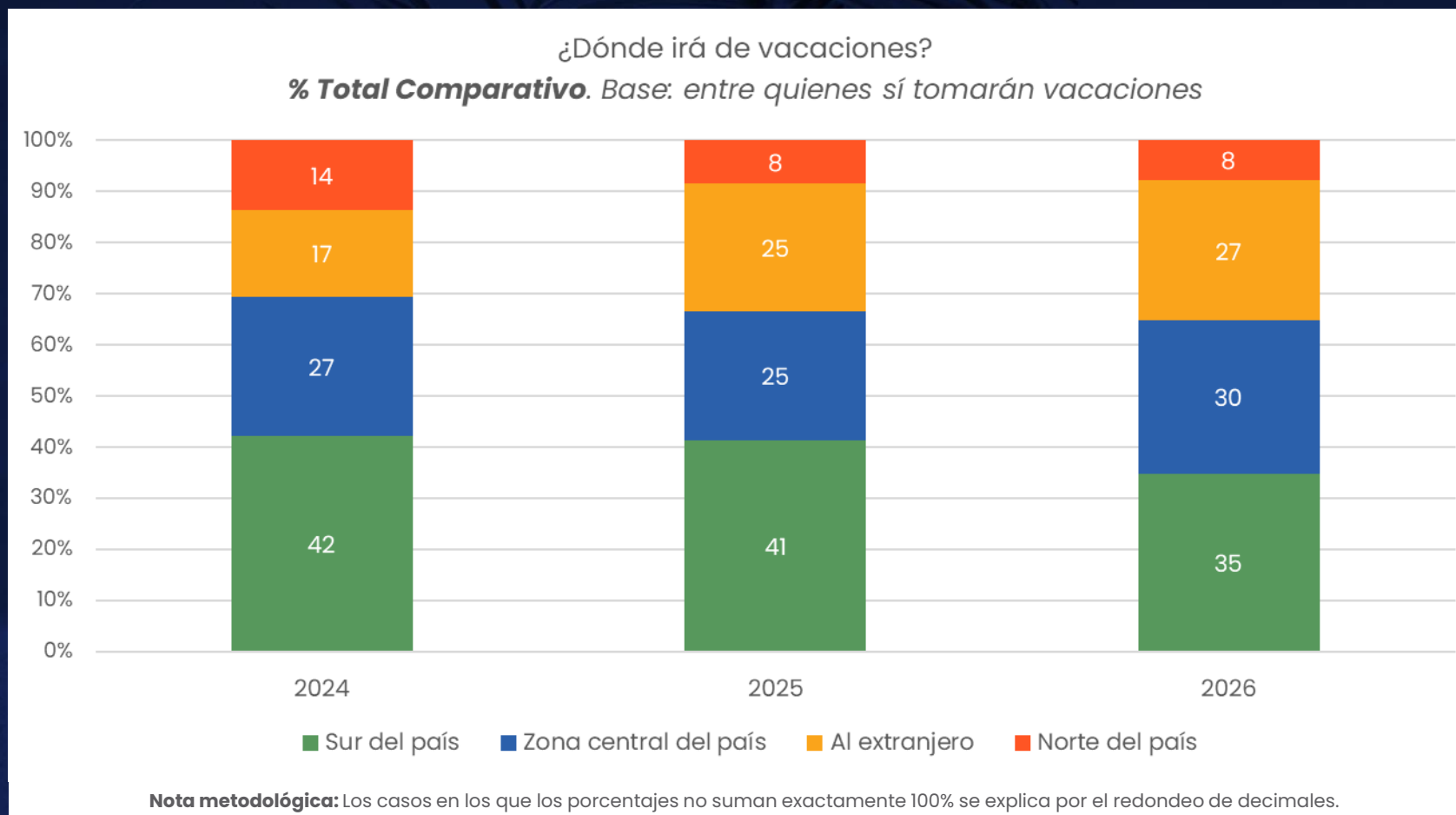
# Resultados | Comparación de gasto con año anterior (Apertura)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría (53%) declara que gastará la misma cantidad de dinero que el año anterior.
- Proporción de quienes pretenden gastar lo mismo aumenta entre mujeres, GSE DE, y personas con 35 a 54 años.



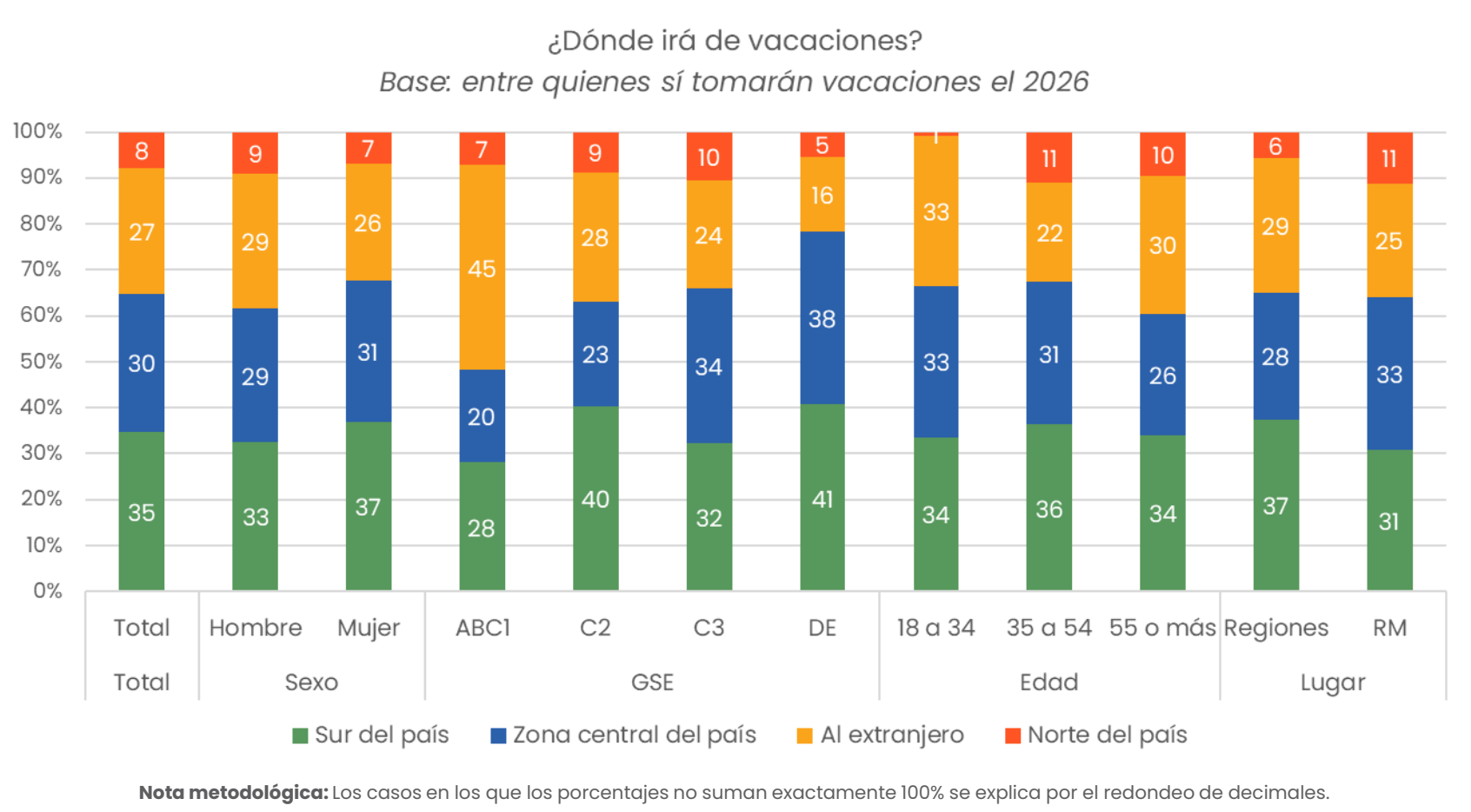
# Resultados | Destino de vacaciones

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, **la mayoría relativa (35%) declara que irá al sur del país para sus vacaciones.**
- Proporción disminuyó en 6 puntos porcentuales respecto a la última medición.
- **Proporción de quienes irán a la zona central del país aumentó en 5 puntos porcentuales.**



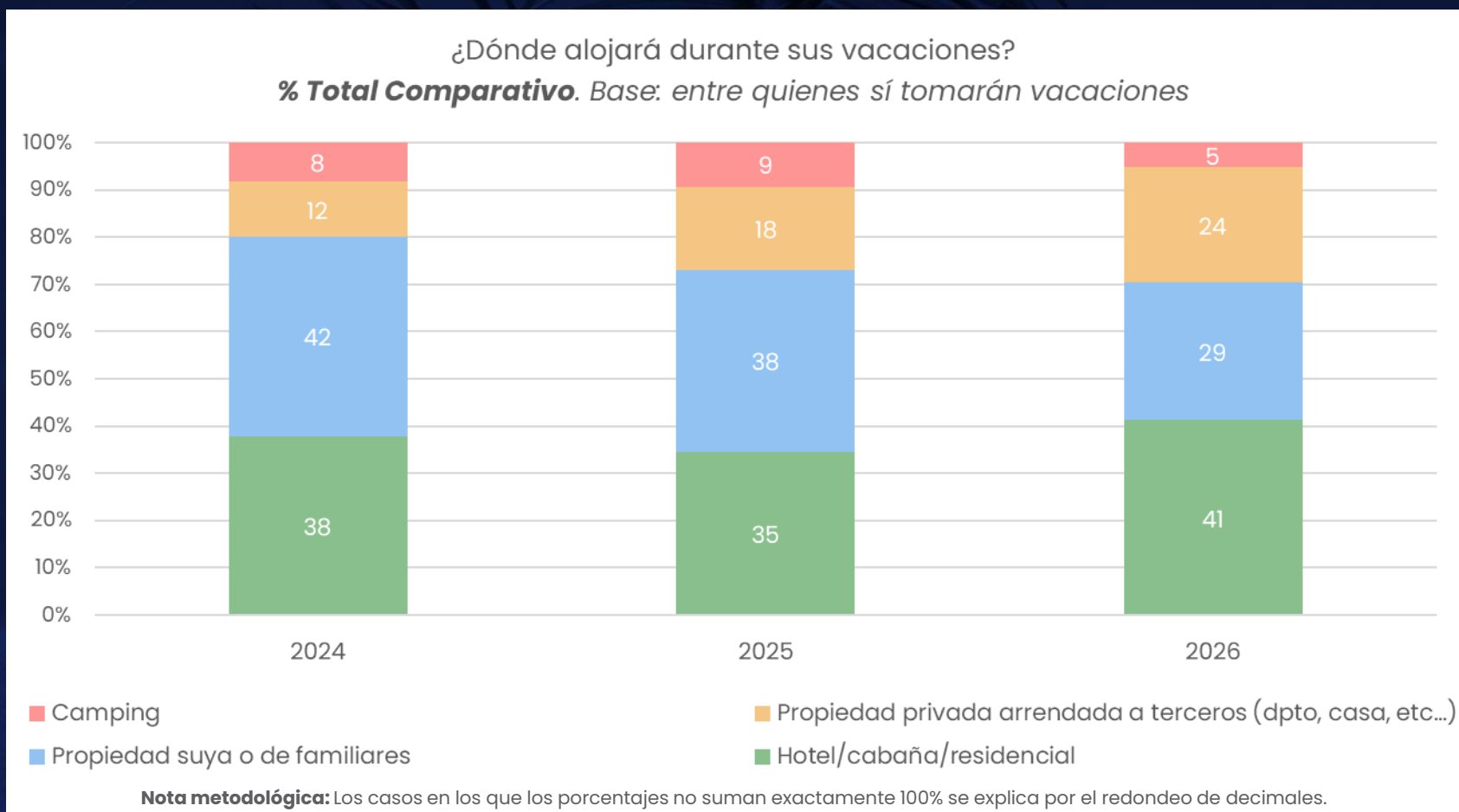
# Resultados | Destino de vacaciones (Apertura)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría relativa (35%) declara que irá al Sur del País para sus vacaciones.
- Proporción aumenta entre GSE C2 y DE.



# Resultados | Alojamiento

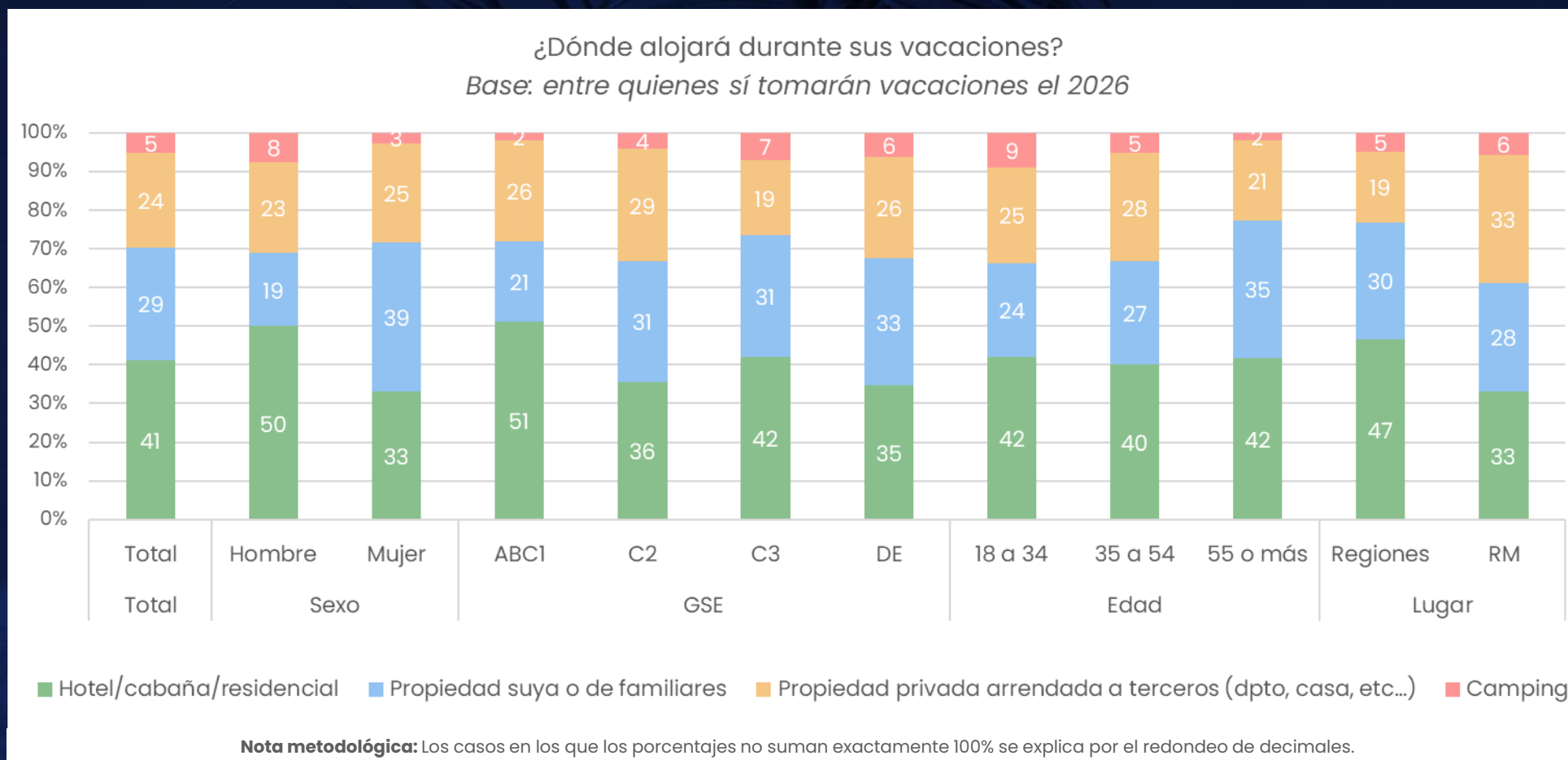
- Entre quienes sí tomarán vacaciones en 2026, **la mayoría relativa (41%) alojará en hotel/cabaña/residencial.**
- Proporción aumentó en 6 puntos porcentuales**, posicionándose como primera mayoría por sobre propiedad suya o de familiares. **También aumenta en 6 puntos porcentuales la mención a propiedades privadas arrendadas a terceros.**





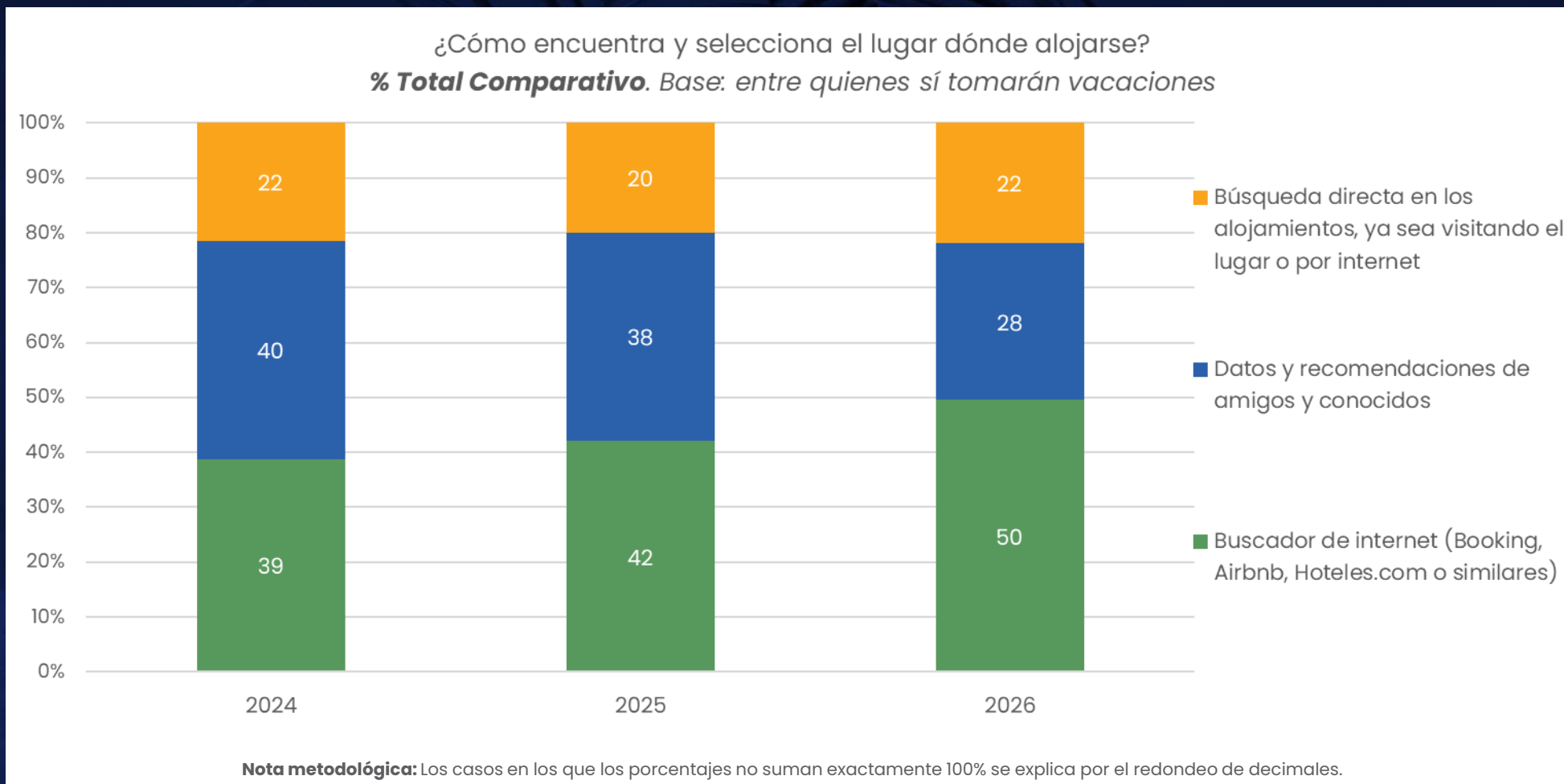
# Resultados | Alojamiento (Apertura)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones en 2026, la mayoría relativa (41%) alojará en hotel/cabaña/residencial.
- Proporción aumenta entre hombres, GSE ABC1 y regiones.



# Resultados | ¿Cómo encuentran alojamiento?

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, **la mitad (50%) encuentra su alojamiento a través de buscadores de internet como Booking, Airbnb o similar.**
- Proporción aumentó en 8 puntos porcentuales respecto a la última medición.

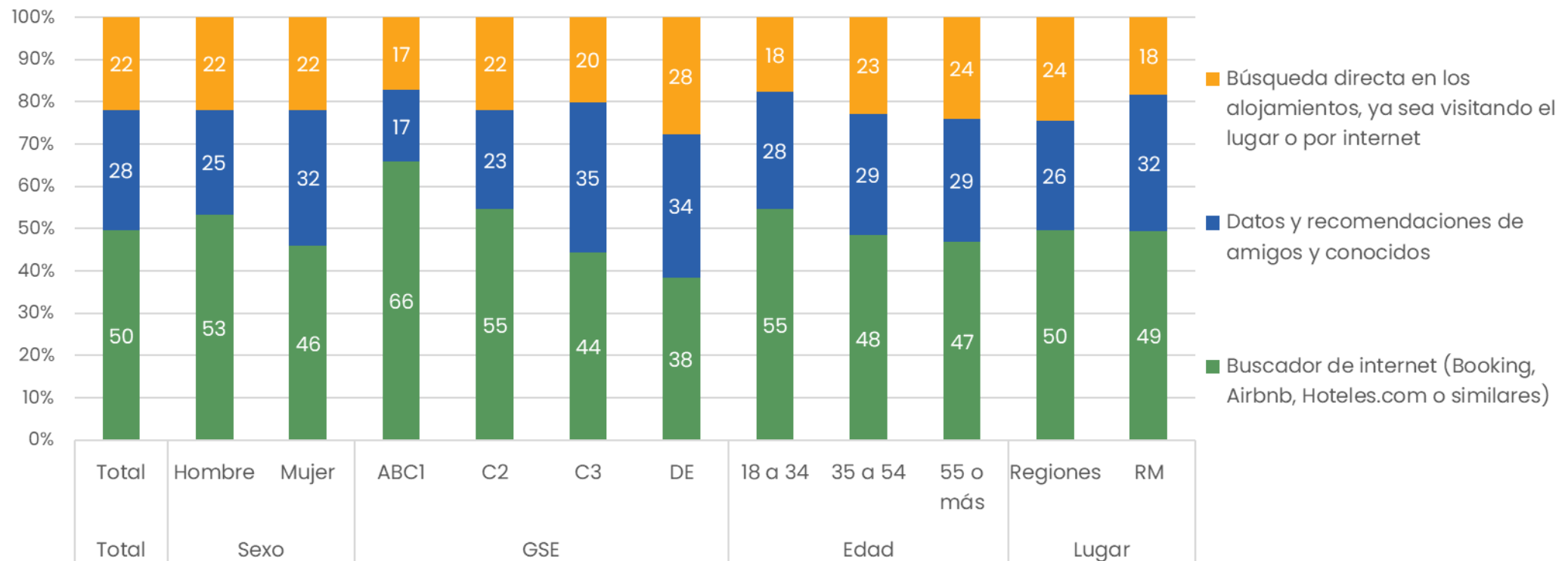


# Resultados | Cómo encuentran alojamiento (Apertura)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mitad (50%) encuentra su alojamiento a través de buscadores de internet como Booking, Airbnb o similar.
- Proporción aumenta entre hombres, a medida que aumenta GSE y a medida que disminuye la edad.

¿Cómo encuentra y selecciona el lugar dónde alojarse?

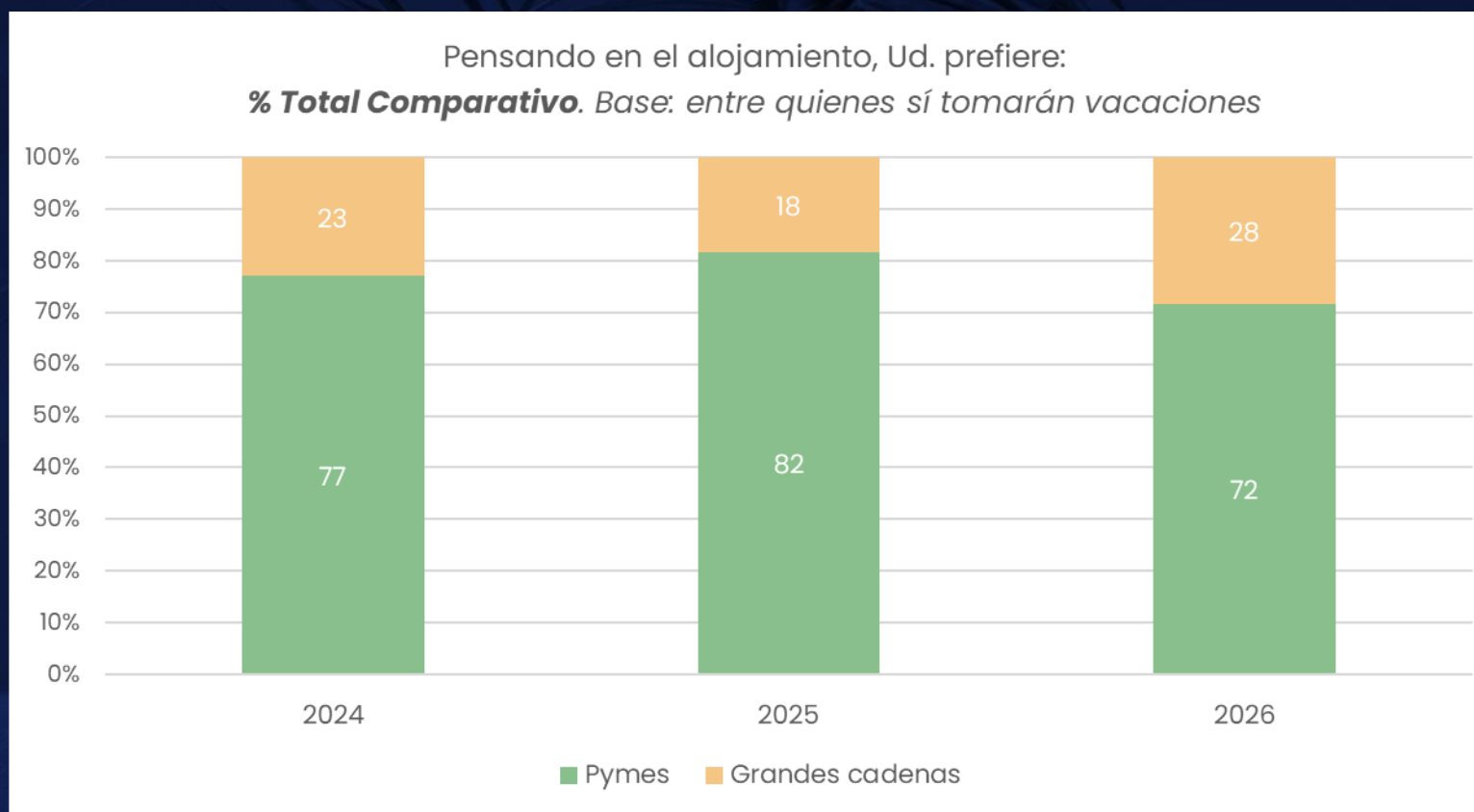
Base: entre quienes sí tomarán vacaciones el 2026



**Nota metodológica:** Los casos en los que los porcentajes no suman exactamente 100% se explica por el redondeo de decimales.

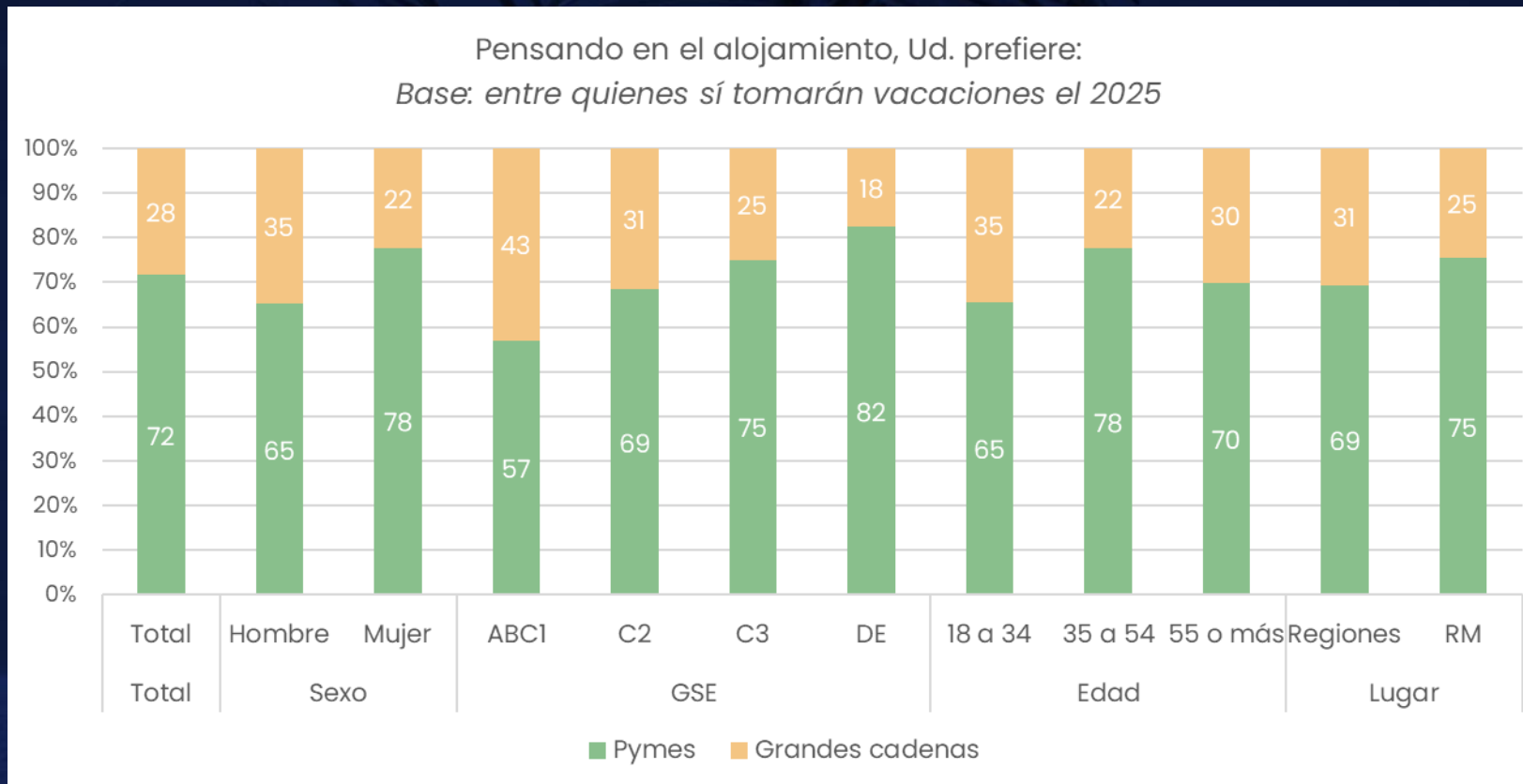
# Resultados | Preferencia de alojamientos

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, **la mayoría (72%) prefiere alojamientos de PyMEs.**
- **Proporción disminuye en 10 puntos porcentuales respecto a la última medición.**



# Resultados | Preferencia de alojamientos (Apertura)

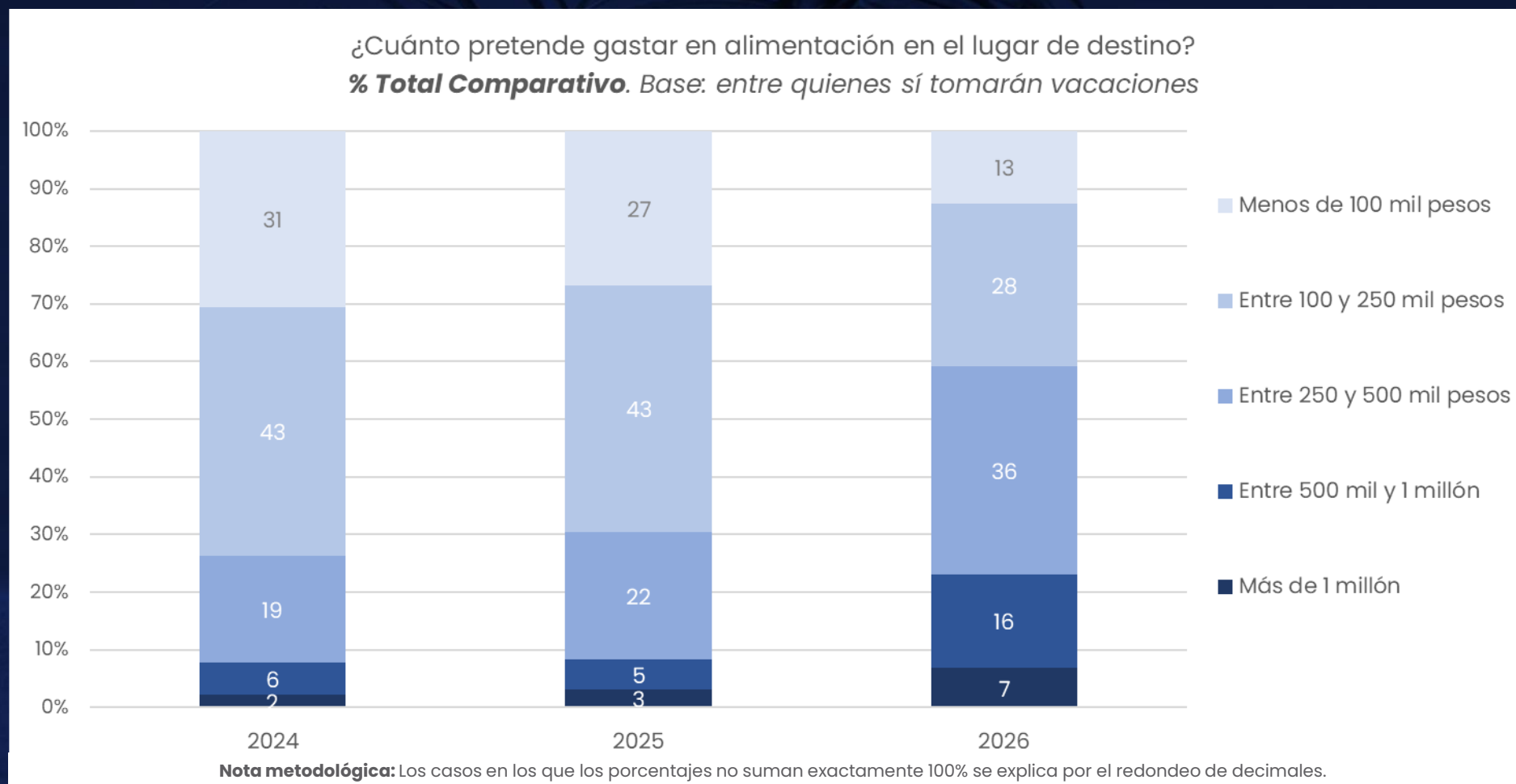
- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría (72%) prefiere alojamientos de PyMEs.
- Proporción aumenta entre mujeres, a medida que disminuye GSE, entre personas con 35 a 54 años y en RM.





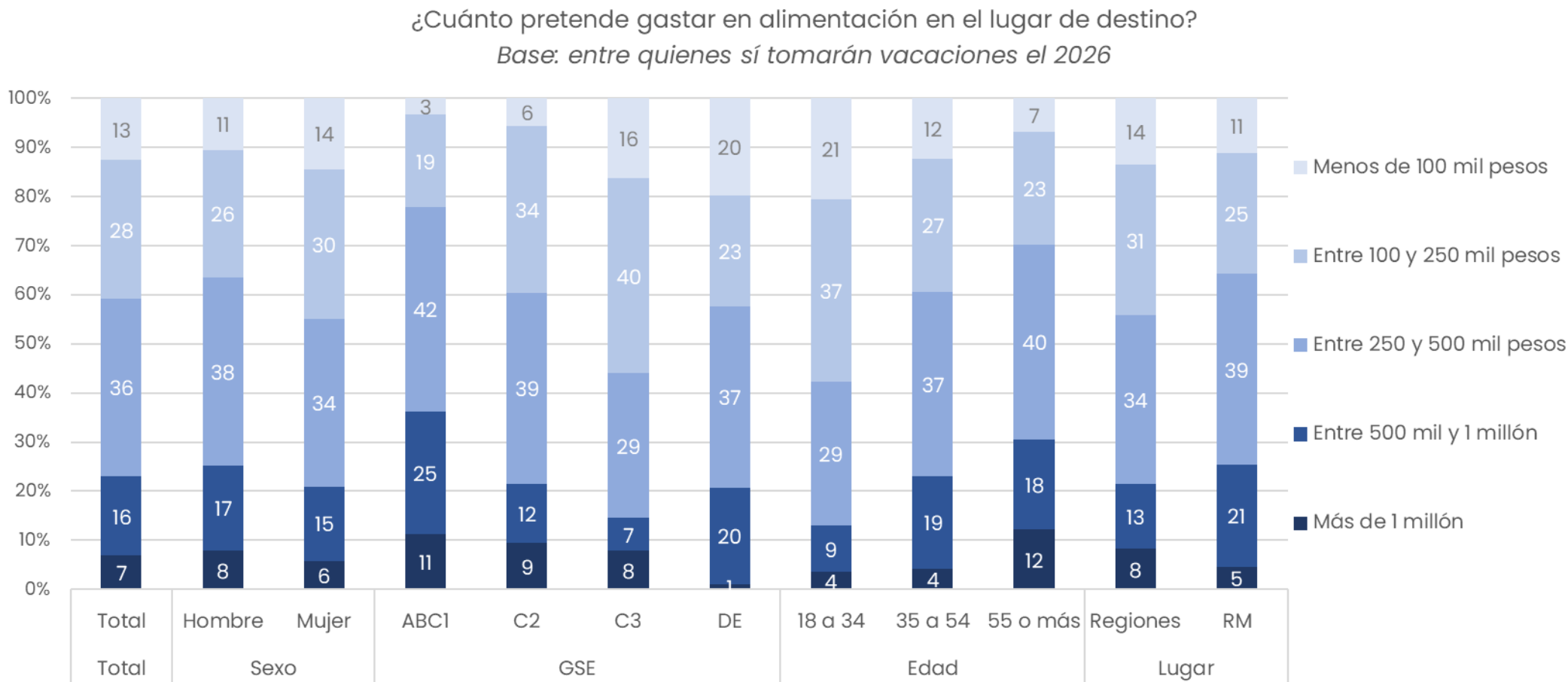
# Resultados | Gasto en alimentación

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, **la mayoría relativa (36%) pretende gastar entre 250 y 500 mil pesos en alimentación.**
- Proporción aumentó en 14 puntos respecto a la última medición**, posicionándose como primera mayoría por sobre la opción entre 100 y 250 mil pesos.



# Resultados | Gasto en alimentación (Apertura)

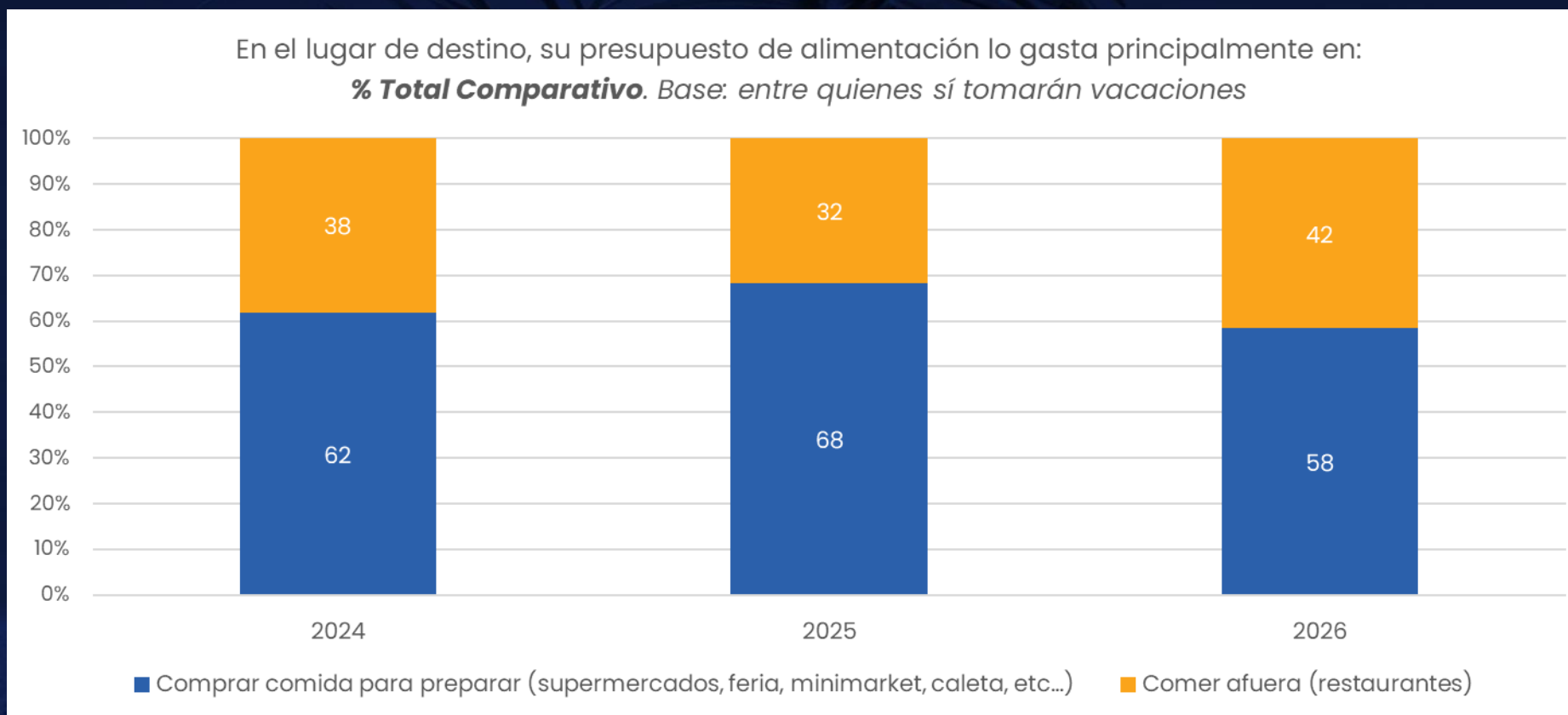
- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría relativa (36%) pretende gastar entre 250 y 500 mil pesos en alimentación.
- Proporción aumenta en GSE ABC1, a medida que aumenta la edad. y en RM.



**Nota metodológica:** Los casos en los que los porcentajes no suman exactamente 100% se explica por el redondeo de decimales.

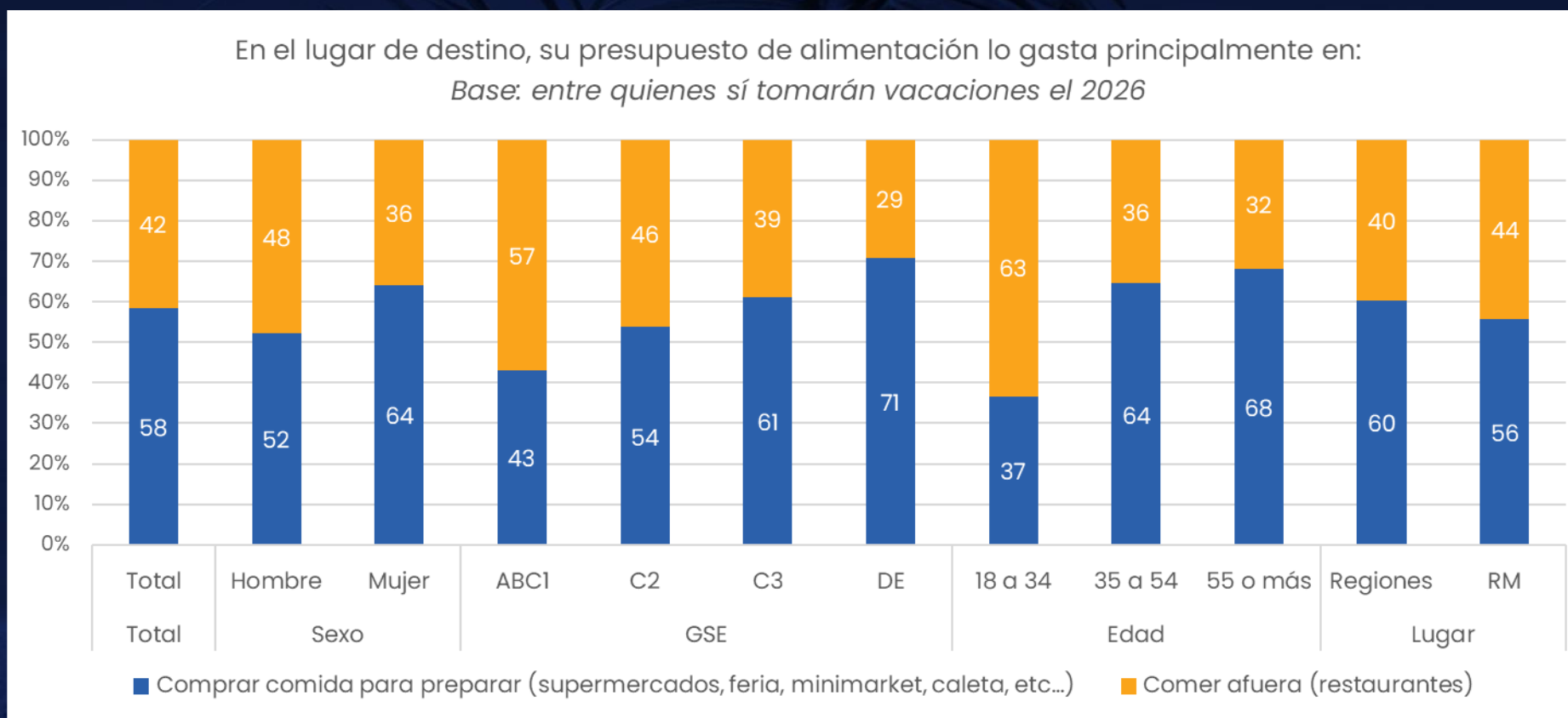
# Resultados | Dónde se alimentan (Apertura)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría (58%) declara que gasta el presupuesto de alimentación en comprar comida para preparar.
- Proporción aumenta entre mujeres, a medida que disminuye GSE, a medida que aumenta la edad y en regiones.



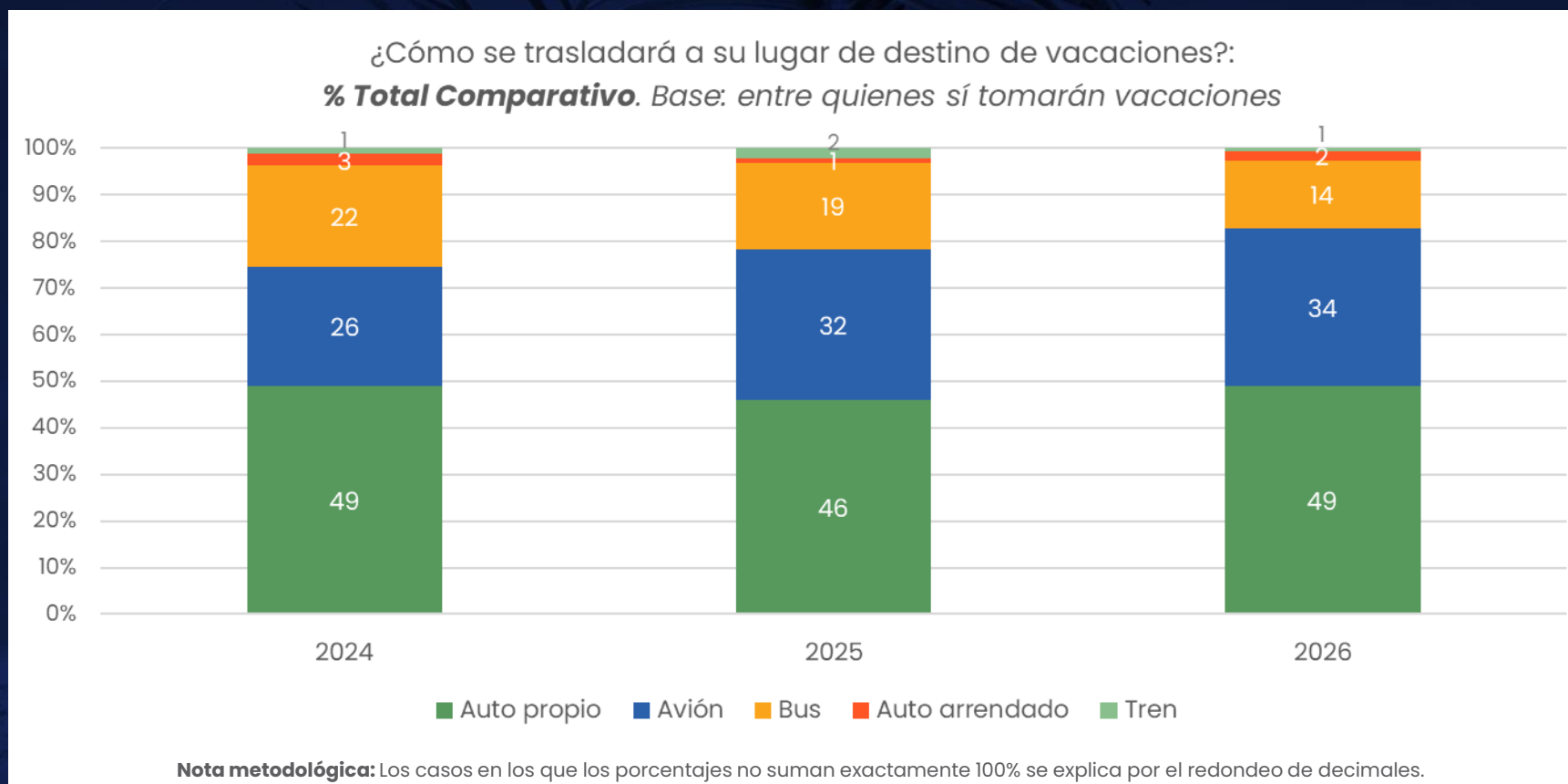
# Resultados | Dónde se alimentan (Apertura)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría (58%) declara que gasta el presupuesto de alimentación en comprar comida para preparar.
- Proporción aumenta entre mujeres, a medida que disminuye GSE, a medida que aumenta la edad y en regiones.



# Resultados | Forma de traslado (Comparativo)

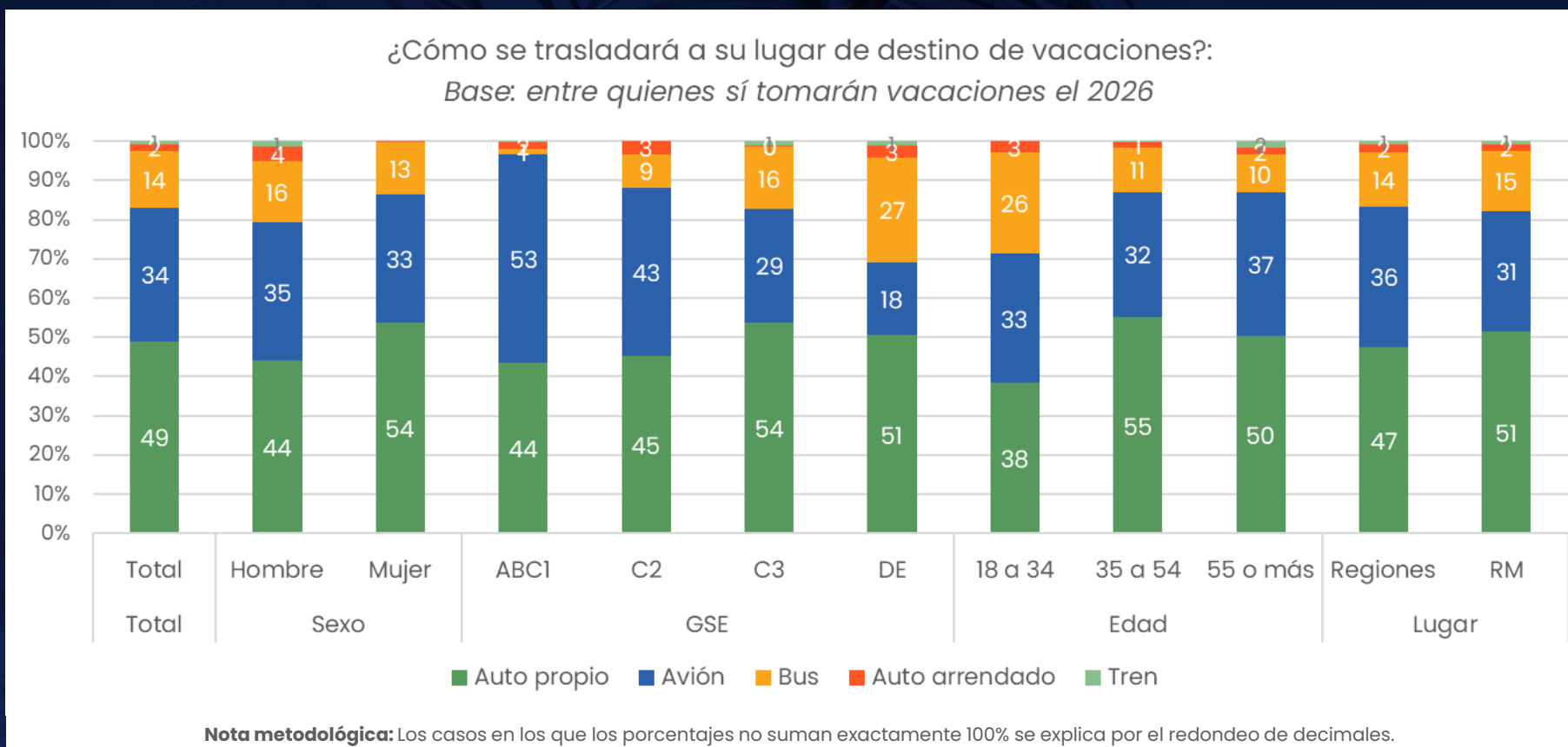
- Entre quienes sí tomarán vacaciones, **la mayoría relativa (49%) declara que se trasladará a su lugar de destino en auto propio.**
- Proporción aumentó en 3 puntos porcentuales respecto a la última medición.





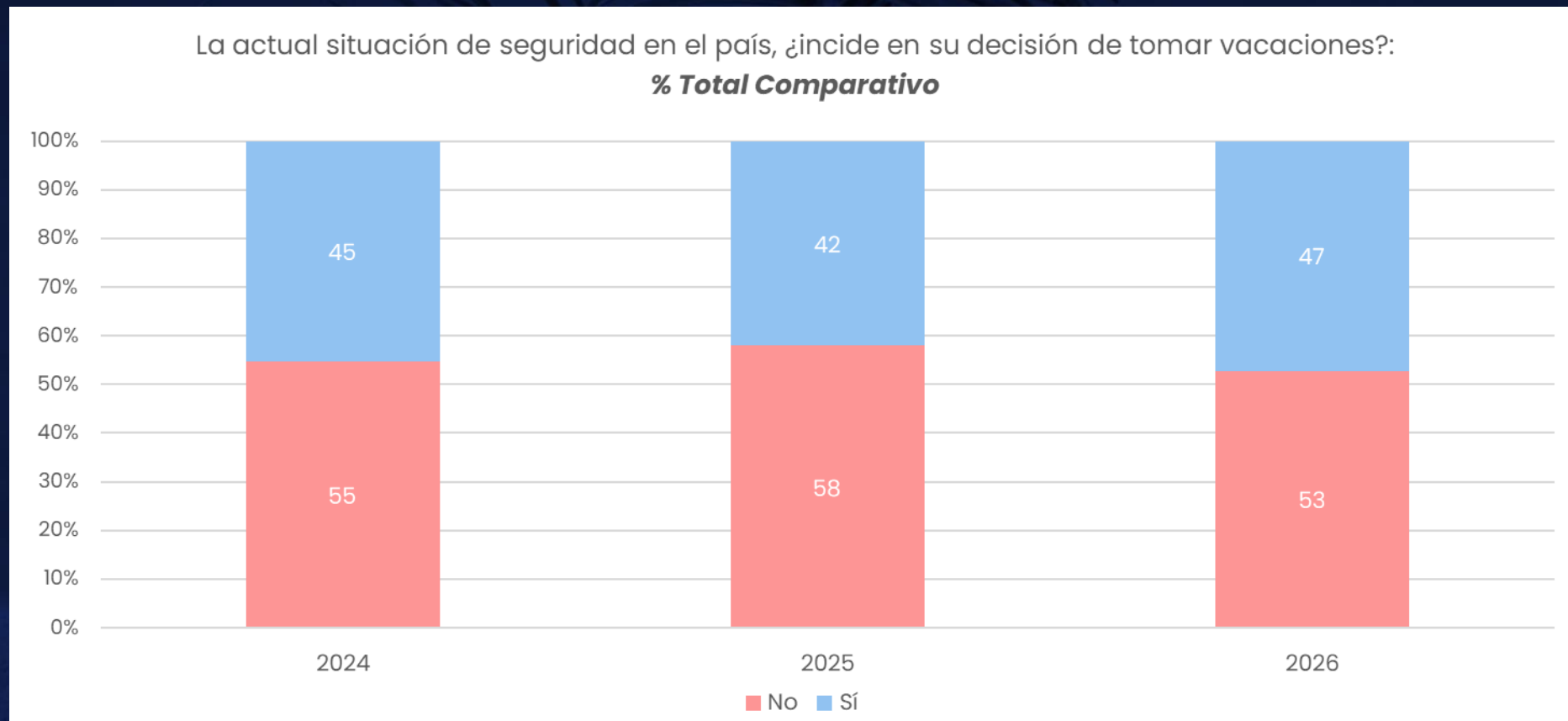
# Resultados | Forma de traslado (Apertura)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2026, la mayoría relativa (49%) declara que se trasladará a su lugar de destino en auto propio.
- Proporción aumenta entre mujeres, GSE C3, y personas con 35 a 54 años.



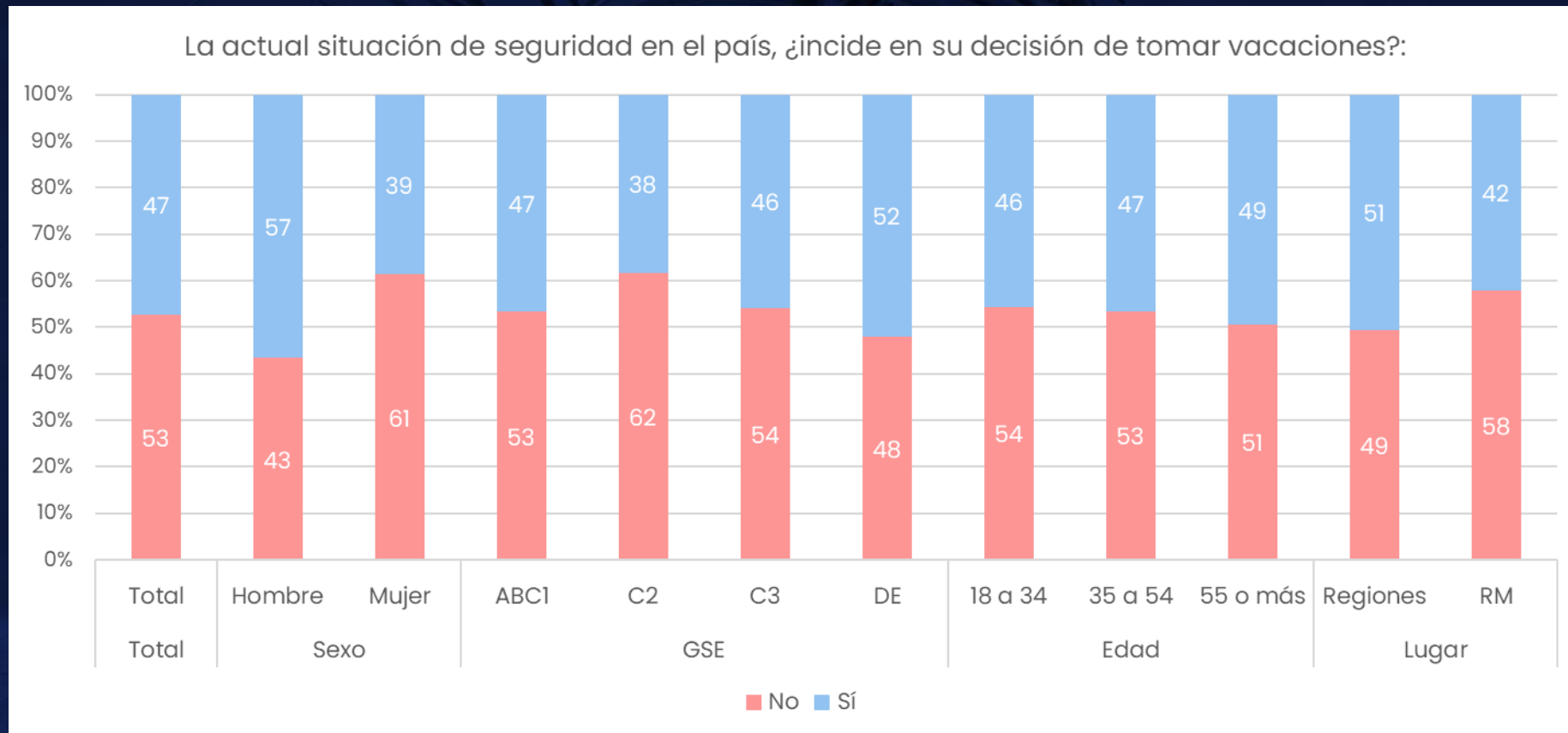
# Resultados | Influencia de seguridad en vacaciones

- Un **47% declara que la situación de seguridad en el país sí incide en su decisión de tomar vacaciones.**
- Proporción **aumentó en 5 puntos porcentuales** respecto a la última medición.



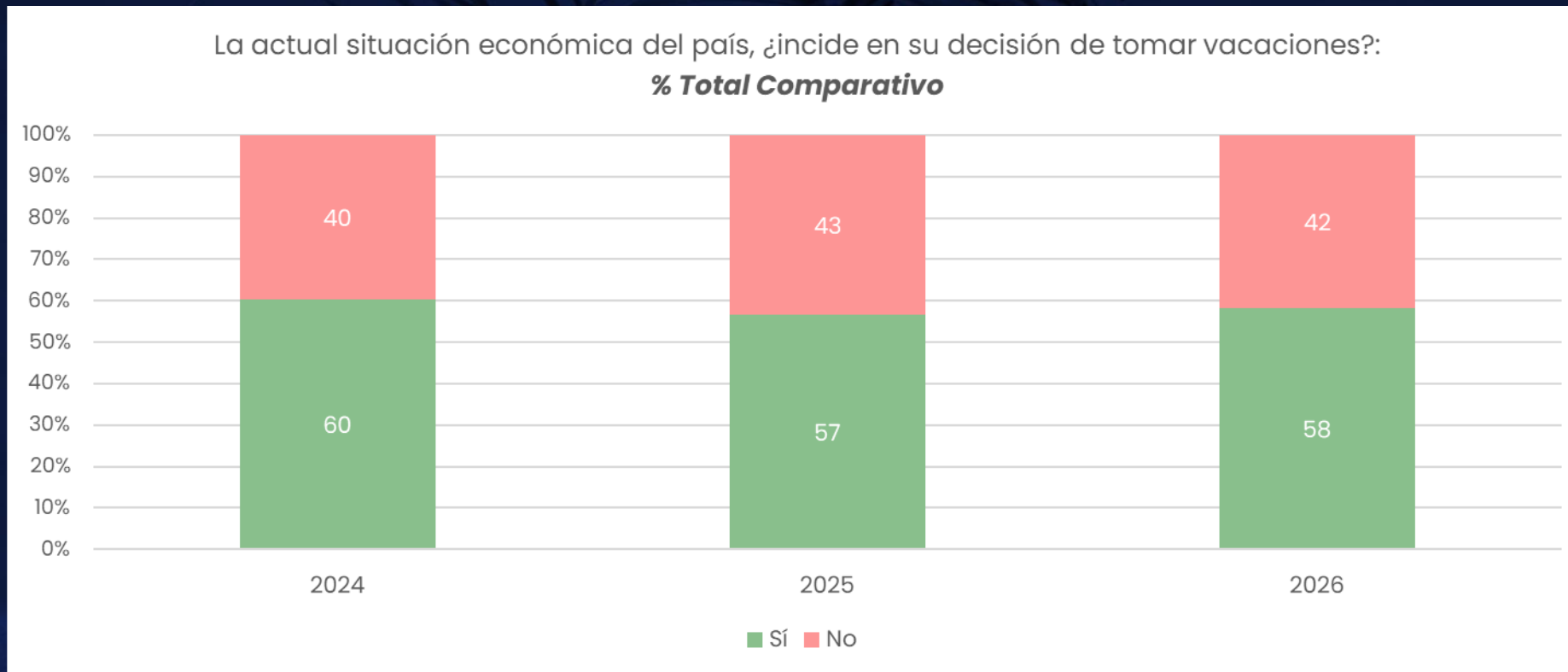
# Resultados | Influencia de seguridad en vacaciones (Apertura)

- Un significativo 47% declara que la situación de seguridad en el país sí incide en su decisión de tomar vacaciones.
- Proporción de quienes declaran que la situación de seguridad sí incide en su decisión de tomar vacaciones aumenta entre hombres y GSE DE.



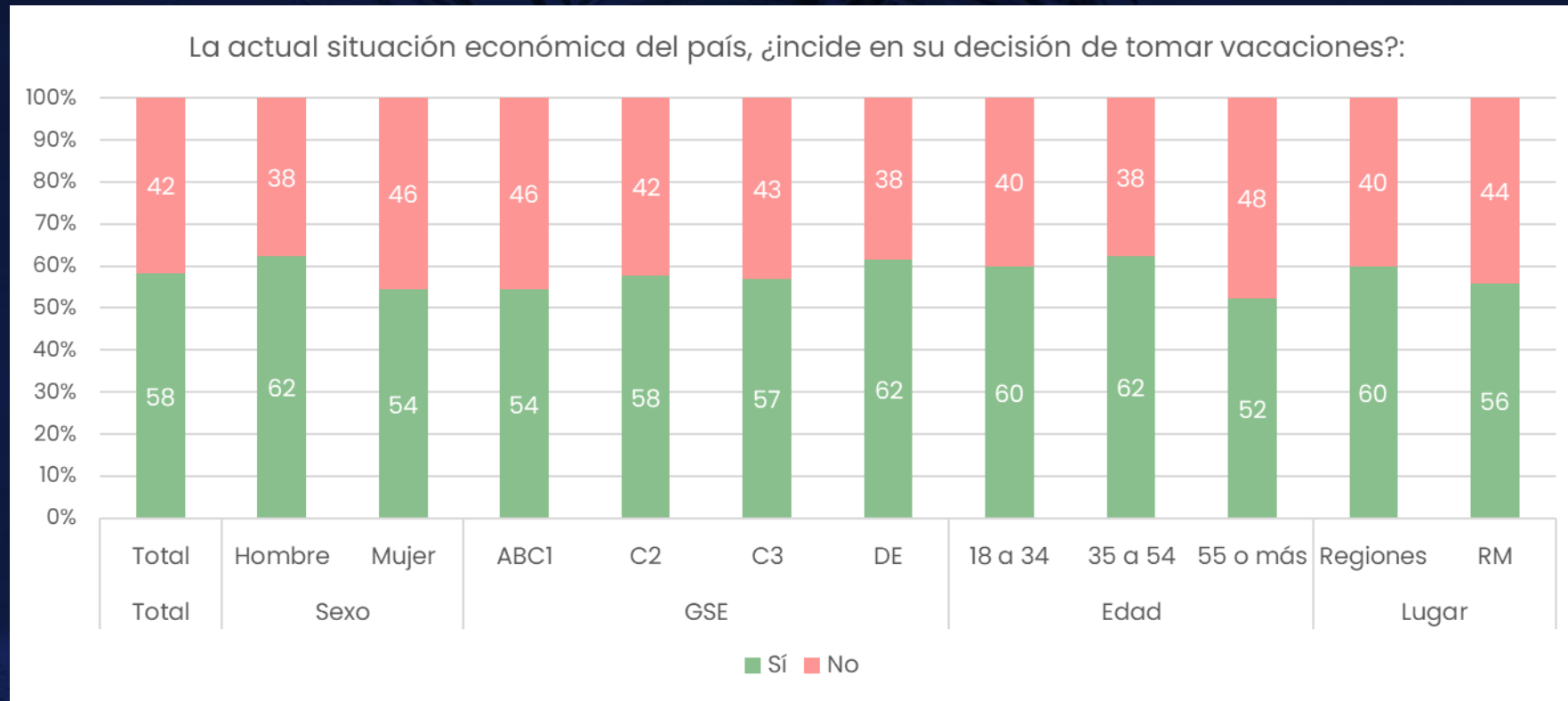
# Resultados | Influencia de economía en vacaciones

- **La mayoría (58%) declara que la situación económica del país sí incide en su decisión de tomar vacaciones.**
- Proporción aumentó en 1 punto porcentual.



# Resultados | Influencia de economía en vacaciones (Apertura)

- La mayoría (58%) declara que la situación económica del país sí incide en su decisión de tomar vacaciones.
- Proporción aumenta entre hombres, GSE DE, y personas entre 35 y 54 años.







UNIVERSIDAD  
**Gabriela Mistral**  
*Juntos escribimos tu futuro*

**BW**  
Black & White

# 04

**Hallazgos y  
conclusiones**



# Resumen Hallazgos y conclusiones (2)



- **Todo difícil, con esperanza de tiempos mejores:** Aumenta la percepción de limitantes y de dificultad para obtener recursos. Se continúa percibiendo falta de prioridad por el emprendimiento, que también se refleja en el desconocimiento de propuestas de candidatos presidenciales relativas al emprendimiento. A pesar de esto, hay un aumento en la percepción de que este año es mejor para emprender que el anterior, y las ganas de emprender se mantienen estables. En adición, se observa mayor disposición a gastar más en vacaciones 2026 (más días, y más gasto general y en alimentación).

## I. Vacaciones 2026

- **Vacaciones en febrero: La mayoría (64%) tomará vacaciones en 2026.** De estas personas, la mayoría relativa (43%) lo hará en febrero, presentando un aumento de 6 puntos porcentuales respecto al 2025. **Entre quienes no tomarán vacaciones (36%), la falta de recursos** es la razón principal para no hacerlo, con un 65% que la menciona.
- **Aumentan los días de vacaciones:** Entre quienes sí tomarán vacaciones, **la mayoría (57%) se tomará entre 5 y 10 días.** Proporción aumentó en 5 puntos porcentuales respecto a la última medición. Además, **aumentó la proporción de los que se tomarán más de 10 días en 6 puntos porcentuales.**
- **Aumenta el gasto, y se paga con ahorros:** Entre quienes sí tomarán vacaciones, **la gran mayoría (91%) financia sus vacaciones con sus ahorros.** Proporción aumentó en 4 puntos porcentuales respecto a la última medición. **Por otro lado, proporción de quienes pretenden gastar más de 1 millón aumentó en unos notables 19 puntos porcentuales.**

## Resumen Hallazgos y conclusiones (2)



- **Vacaciones en Chile:** La mayoría, **(73%) declara que irá de vacaciones en Chile** con la mayoría relativa (35%) mencionando el Sur de Chile como su destino. La proporción de quienes irán al sur disminuyó en 6 puntos porcentuales, mientras que la proporción de quienes irán a la zona central aumentó en 5 puntos porcentuales respecto a la última medición.
- **Disposición a pagar más por comodidad y gustos:** Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2026, **la mayoría relativa (41%) alojará en hotel/ cabaña/ residencial**. Proporción aumentó en 6 puntos porcentuales, posicionándose como primera mayoría por sobre propiedad suya o de familiares. Por otro lado, **aumentó en 14 puntos la proporción de gente que pretende gastar entre 250 y 500 mil pesos en alimentación**, posicionándose como primera mayoría por sobre la primera opción de la última medición (entre 100 y 250 mil pesos). En línea con lo anterior, **disminuyó en 10 puntos porcentuales la proporción de gente que declara gastar su presupuesto de alimentación en comprar comida para preparar**.
- **Importancia del Internet, y el valor de las PyMEs:** La mitad **(50%) encuentra su alojamiento a través de buscadores de internet como Booking, Airbnb o similar**, y la mayoría **(72%) prefiere alojamientos de PyMEs**.
- **Economía y seguridad:** La mayoría **(58%) declara que la situación económica del país sí incide en su decisión de tomar vacaciones**, presentando un aumento de 1 punto porcentual respecto a la última medición. Asimismo, se observa **un aumento de 5 puntos porcentuales en quienes declaran que la seguridad sí incide en su decisión de vacaciones, llegando a un importante 47%**.



# Resumen Hallazgos y conclusiones (3)



## II. Emprendimiento en general

- **Buena evaluación al emprendimiento:** Un notable **92% valora mucho o bastante el emprendimiento.**
- **Emprendimiento: una alternativa atractiva.** La proporción de gente que actualmente tiene un emprendimiento solo disminuyó en 1 punto porcentual. Además, **se mantuvo la proporción de gente a la que le gustaría emprender en el futuro en un importante 85%.**
- **Contexto cada vez más difícil, pero el optimismo se mantiene:** Aumentó la percepción de todas las limitantes, y la percepción de dificultad para obtener recursos. Sin embargo, **un 76% considera que es muy o bastante probable que le fuera bien si emprendiera**, y la proporción de personas que consideran que este año es mejor para emprender que el anterior aumentó en 4 puntos porcentuales.
- **Índice de Expectativas Emprendimiento :** El índice de gente a la que le gustaría emprender en el futuro se mantuvo igual, mientras que la proporción de personas que consideran que les iría bien emprendiendo (percepción de éxito) disminuyó en 1 punto, resultando en la **mantención del Índice de Expectativas de Emprendimiento, que permanece con un valor de 75.**
- **Índice de Barreras al Emprendimiento:** El índice de limitantes **empeoró en 2 puntos**, y el índice de percepción para conseguir recursos empeoró en 5 puntos; paradójicamente, se observa un **aumento en la percepción de que este año es mejor para emprender respecto al anterior, con una mejora de 4 puntos**. En suma, **el índice de barreras empeoró en 1 punto, alcanzando un valor de 66.**
- **Emprendimiento, ¿omisión política o desconocimiento?:** Un **71% considera que el gobierno no tiene como prioridad el emprendimiento**. Asimismo, un **62% declara no conocer las propuestas con enfoque en emprendimiento de los candidatos presidenciales.**



UNIVERSIDAD  
**Gabriela Mistral**

*Juntos escribimos tu futuro*

