

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	<p>Se realizaron 1003 encuestas. Los resultados se ponderaron de acuerdo a los siguientes parámetros poblacionales:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">Metropolitana</th> <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> <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> <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>1,9%</td> <td>1,1%</td> <td>2,0%</td> <td>1,8%</td> <td>6,9%</td> <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>1,5%</td> <td>0,9%</td> <td>1,6%</td> <td>1,5%</td> <td>5,5%</td> <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>1,9%</td> <td>1,1%</td> <td>1,9%</td> <td>1,8%</td> <td>6,7%</td> <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>2,0%</td> <td>1,2%</td> <td>2,1%</td> <td>1,9%</td> <td>7,3%</td> <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>2,0%</td> <td>1,2%</td> <td>2,1%</td> <td>1,9%</td> <td>7,1%</td> <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>11,1%</td> <td>6,7%</td> <td>11,7%</td> <td>10,7%</td> <td>40,3%</td> <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						Regiones							ABC1	C2	C3	D+E	TOTAL		ABC1	C2	C3	D+E	TOTAL	Hombres 18-34 años	1,9%	1,1%	2,0%	1,8%	6,9%	Hombres 18-34 años	1,3%	1,2%	2,7%	4,1%	9,4%	Hombres 35-54 años	1,9%	1,1%	2,0%	1,8%	6,9%	Hombres 35-54 años	1,4%	1,3%	2,8%	4,3%	9,8%	Hombres 55 y más años	1,5%	0,9%	1,6%	1,5%	5,5%	Hombres 55 y más años	1,4%	1,3%	2,7%	4,0%	9,4%	Mujeres 18-34 años	1,9%	1,1%	1,9%	1,8%	6,7%	Mujeres 18-34 años	1,3%	1,2%	2,7%	4,1%	9,3%	Mujeres 35-54 años	2,0%	1,2%	2,1%	1,9%	7,3%	Mujeres 35-54 años	1,5%	1,4%	3,1%	4,6%	10,6%	Mujeres 55 y más años	2,0%	1,2%	2,1%	1,9%	7,1%	Mujeres 55 y más años	1,6%	1,5%	3,2%	4,8%	11,1%	TOTAL	11,1%	6,7%	11,7%	10,7%	40,3%	TOTAL	8,5%	8,0%	17,3%	25,9%	59,7%
Metropolitana						Regiones																																																																																																							
	ABC1	C2	C3	D+E	TOTAL		ABC1	C2	C3	D+E	TOTAL																																																																																																		
Hombres 18-34 años	1,9%	1,1%	2,0%	1,8%	6,9%	Hombres 18-34 años	1,3%	1,2%	2,7%	4,1%	9,4%																																																																																																		
Hombres 35-54 años	1,9%	1,1%	2,0%	1,8%	6,9%	Hombres 35-54 años	1,4%	1,3%	2,8%	4,3%	9,8%																																																																																																		
Hombres 55 y más años	1,5%	0,9%	1,6%	1,5%	5,5%	Hombres 55 y más años	1,4%	1,3%	2,7%	4,0%	9,4%																																																																																																		
Mujeres 18-34 años	1,9%	1,1%	1,9%	1,8%	6,7%	Mujeres 18-34 años	1,3%	1,2%	2,7%	4,1%	9,3%																																																																																																		
Mujeres 35-54 años	2,0%	1,2%	2,1%	1,9%	7,3%	Mujeres 35-54 años	1,5%	1,4%	3,1%	4,6%	10,6%																																																																																																		
Mujeres 55 y más años	2,0%	1,2%	2,1%	1,9%	7,1%	Mujeres 55 y más años	1,6%	1,5%	3,2%	4,8%	11,1%																																																																																																		
TOTAL	11,1%	6,7%	11,7%	10,7%	40,3%	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.																																																																																																												



01

**Emprendimiento:
Evaluación y
preferencia de
actividades**

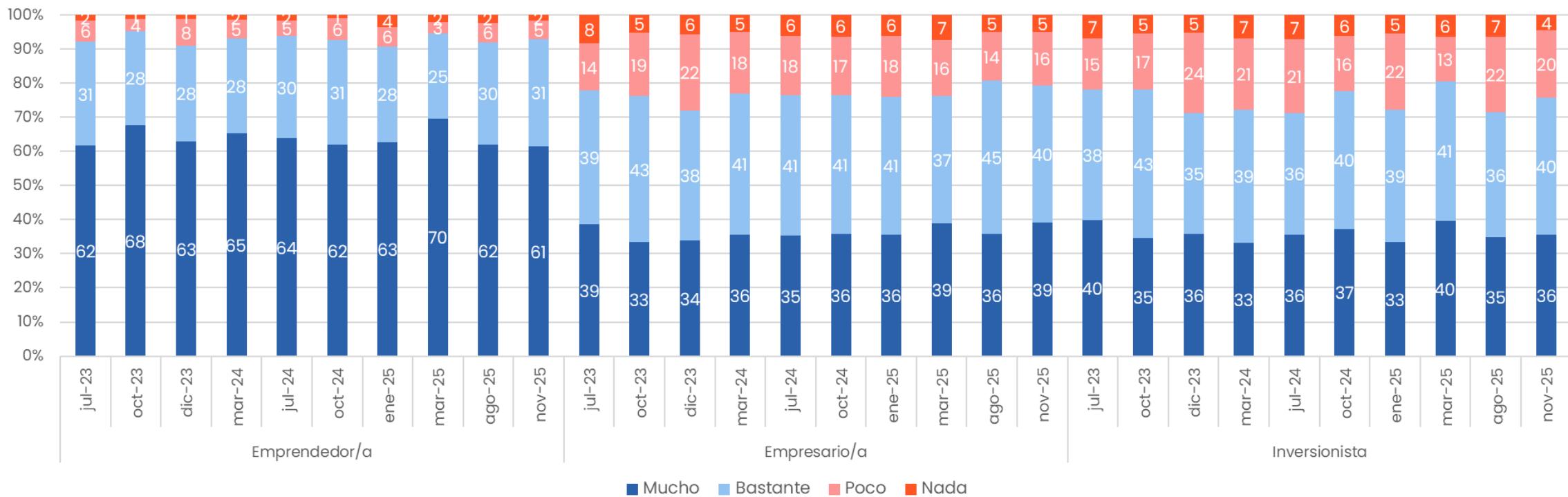


Resultados | Valoración de actividades total

- 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.

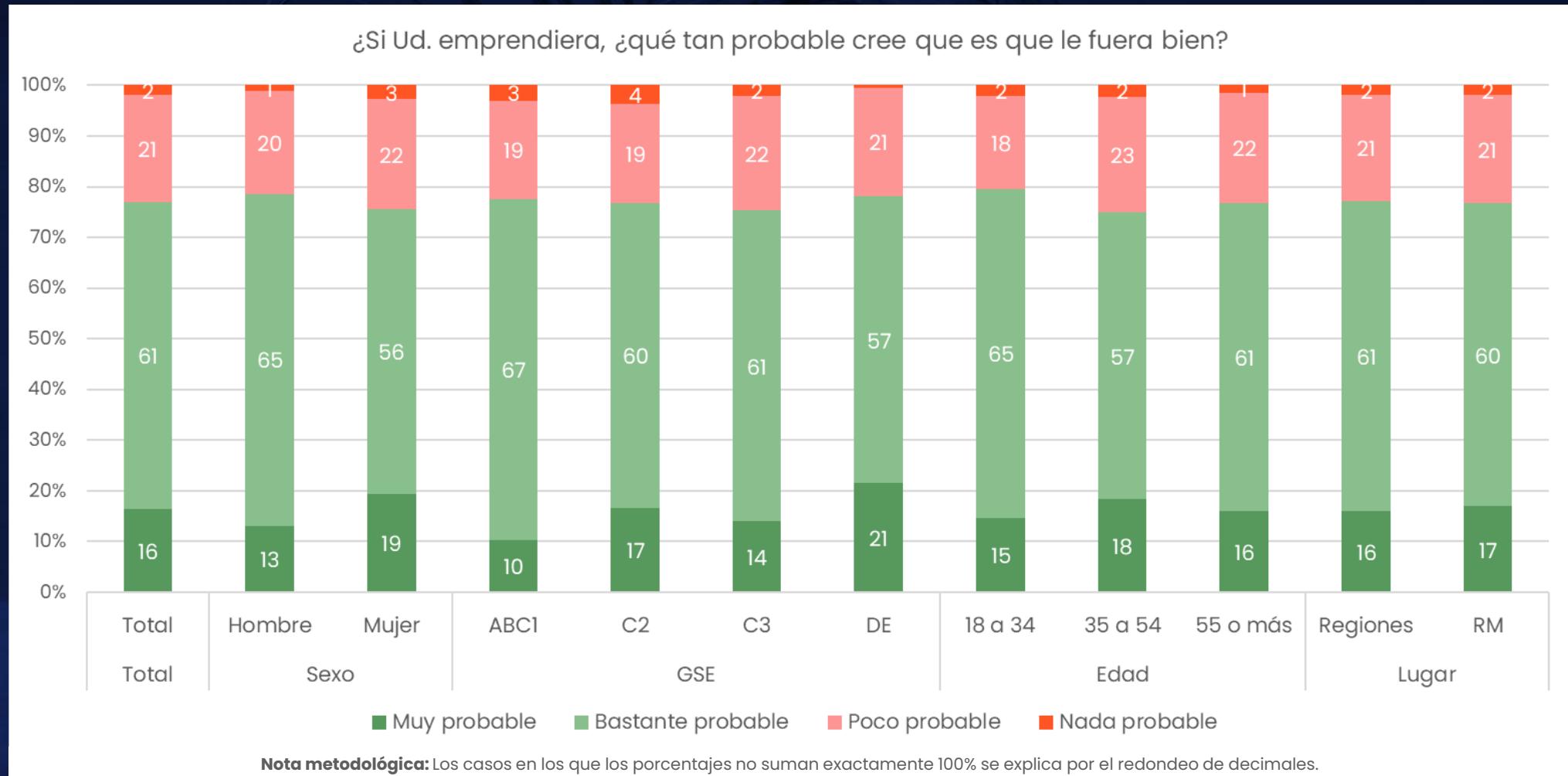
% Total Comparativo



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.

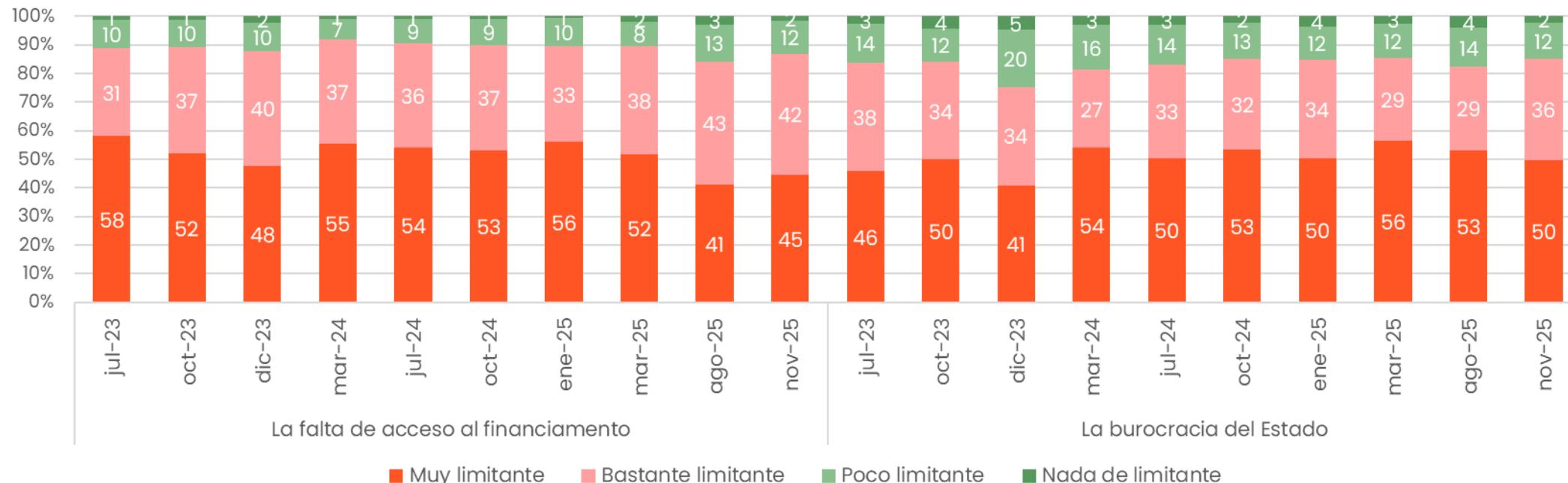


Resultados | Limitantes emprendimiento 01: financiamiento y burocracia

- 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



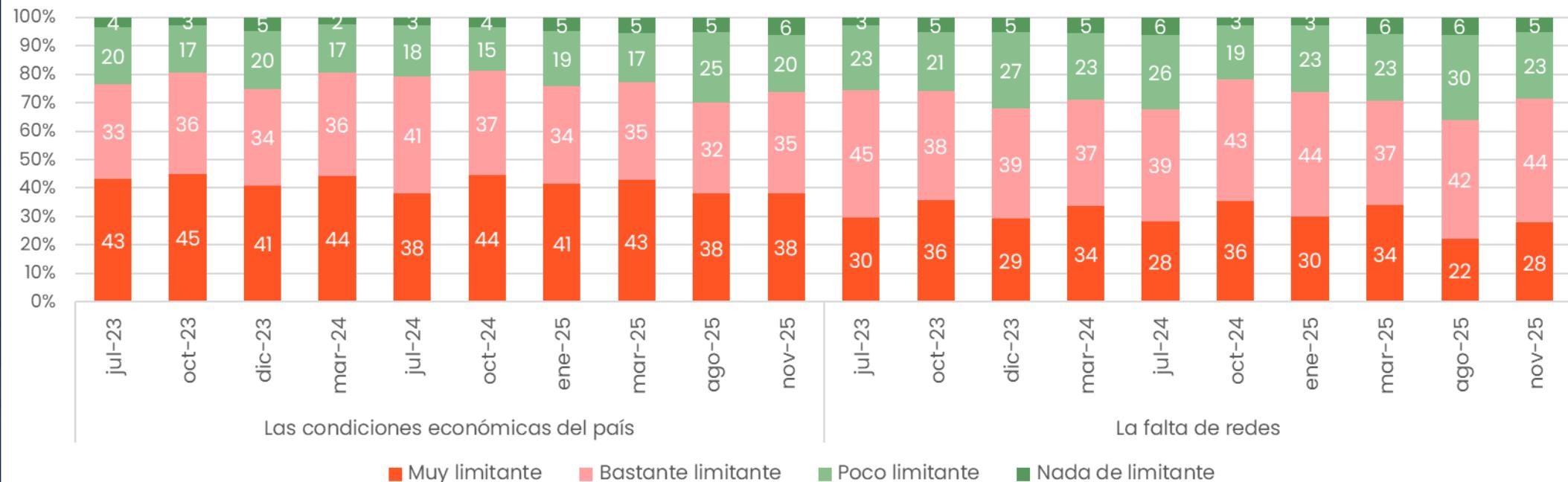
Nota metodológica: Los casos en los que los porcentajes no suman exactamente 100% se explica por el redondeo de decimales.

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.

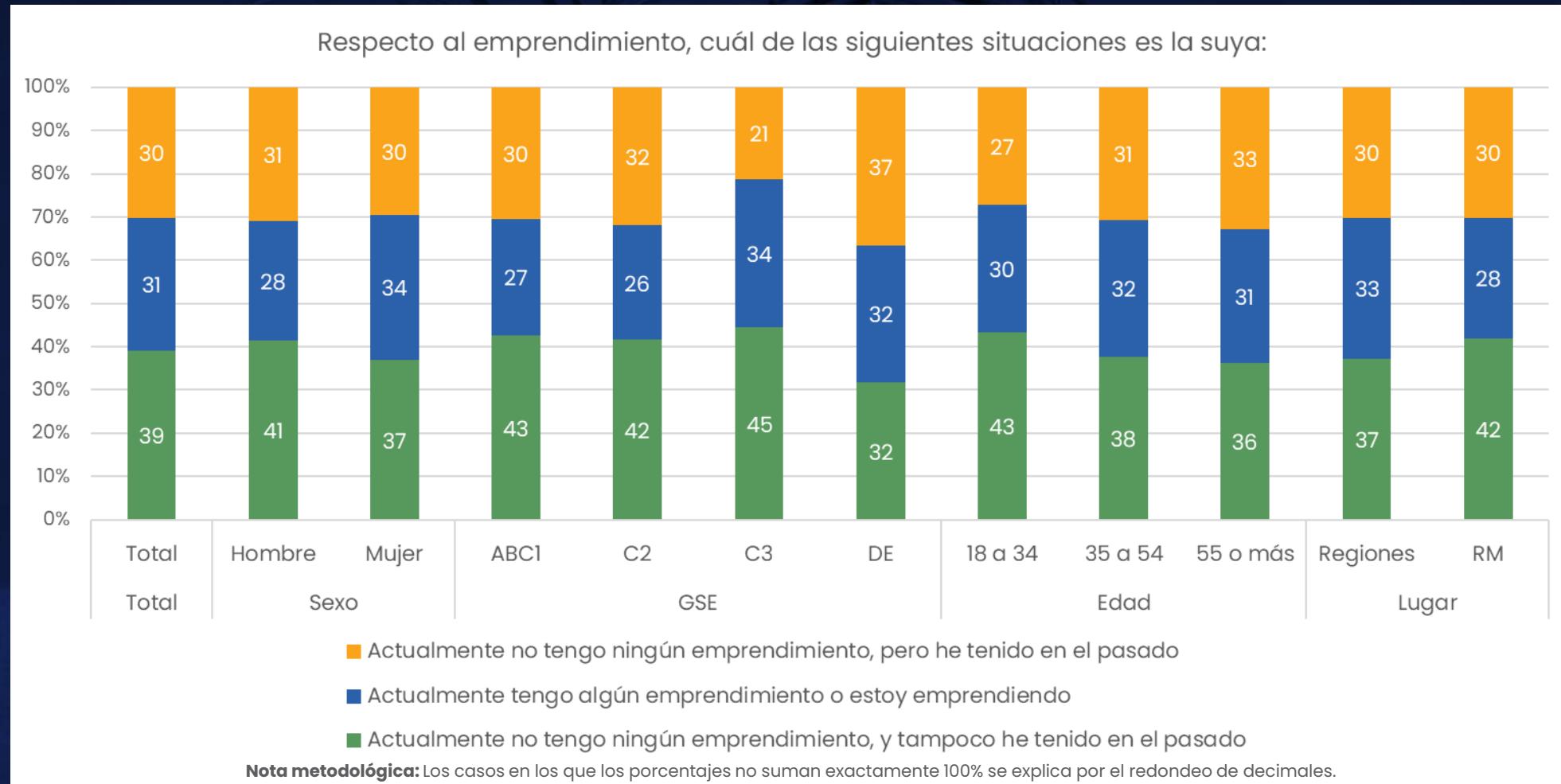
Independiente de si ha emprendido o no, indique qué tan limitantes percibe Ud. los siguientes factores a la hora de emprender. Pueden ser muy limitantes, bastante limitantes, poco limitantes o nada de limitantes:

% Total Comparativo



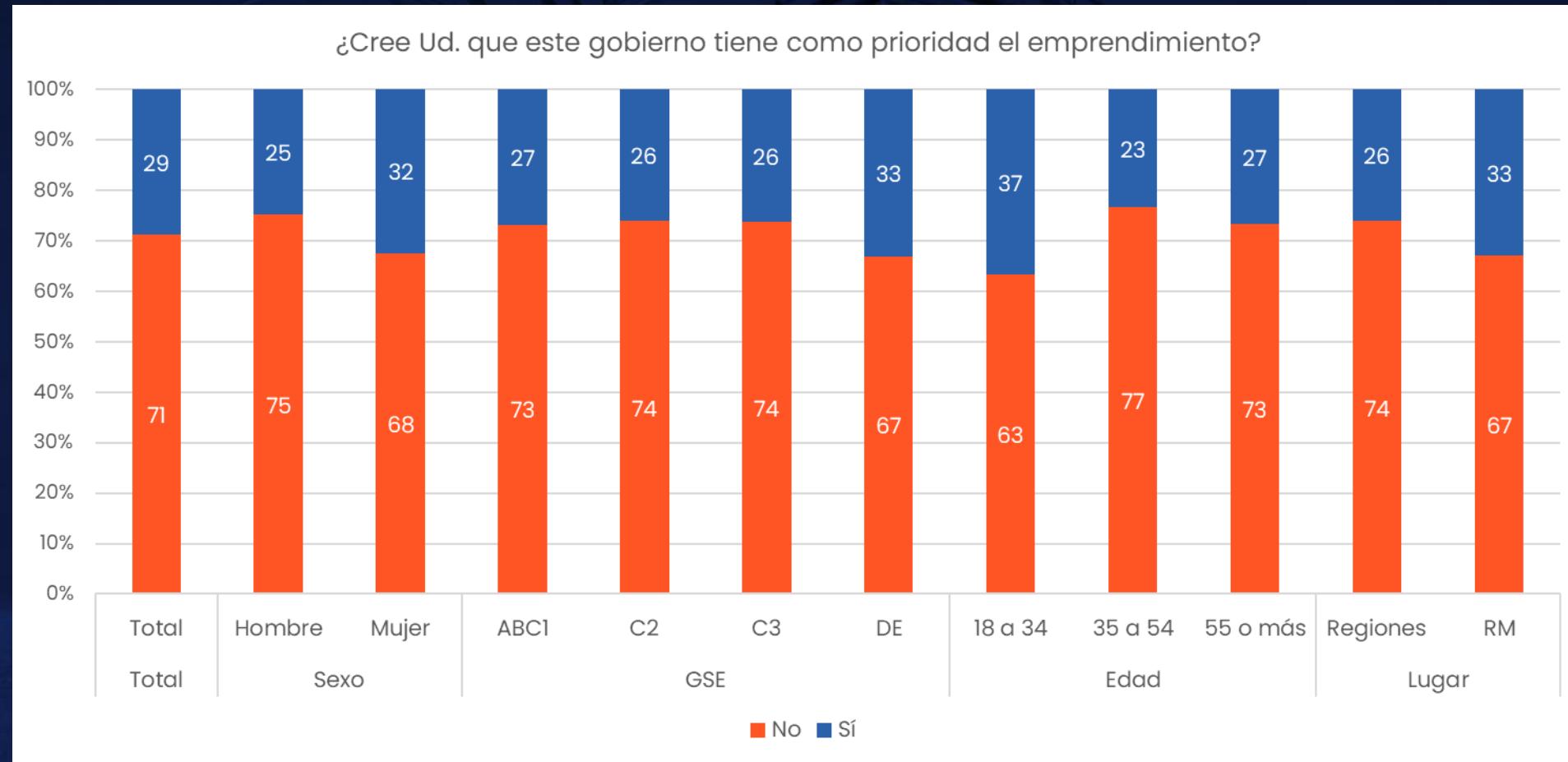
Resultados | Experiencia con emprender

- **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.



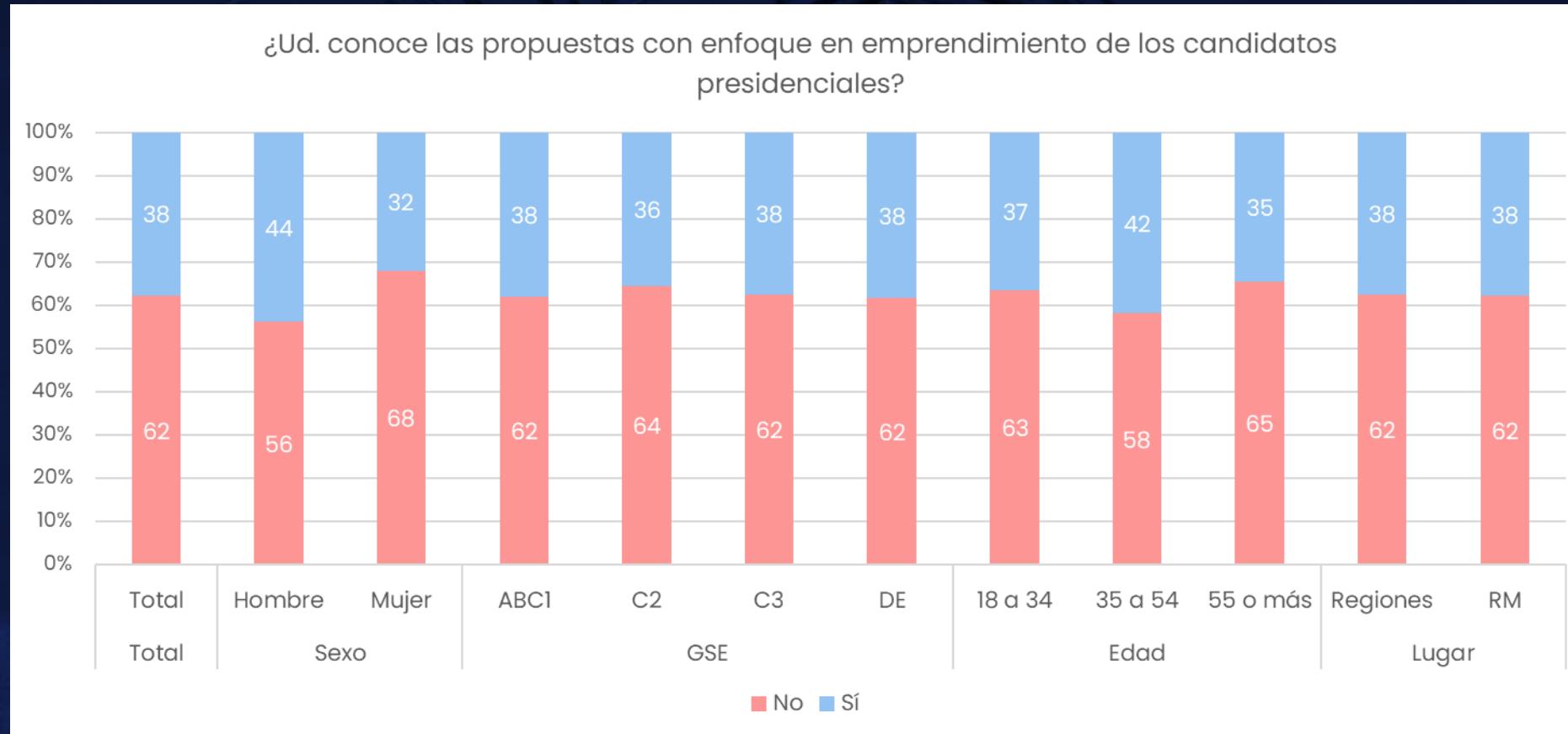
Resultados | Prioridad de gobierno por emprendimiento

- 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.





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.**

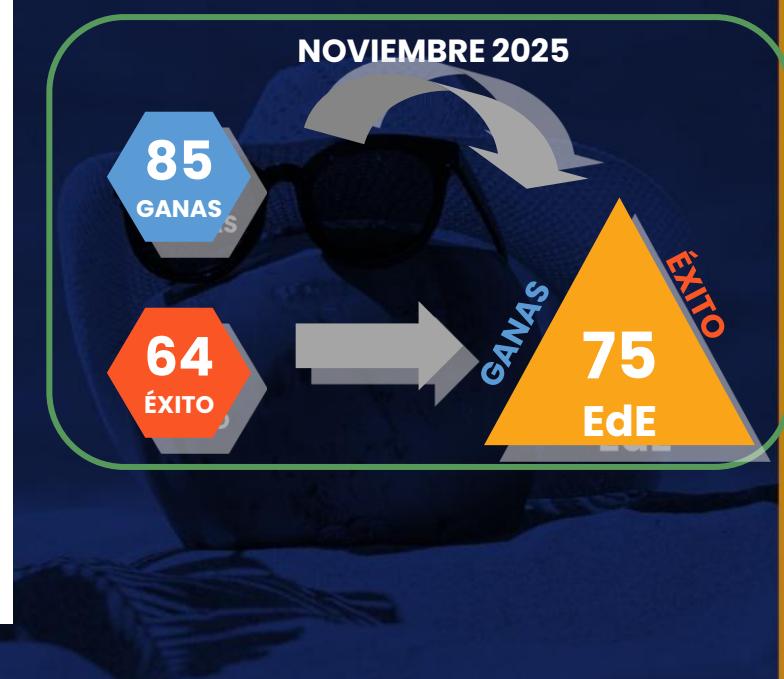
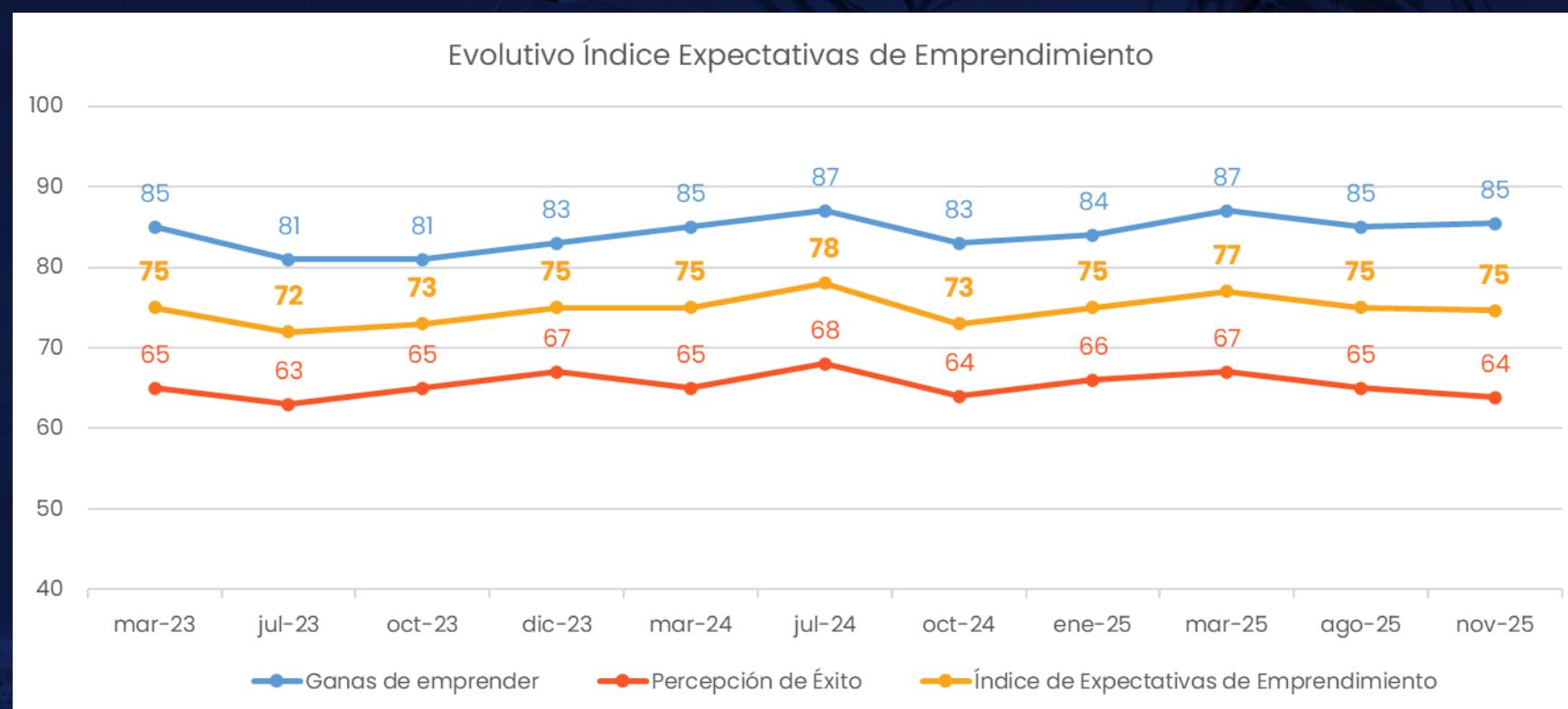
GANAS
GANAS DE EMPRENDER A FUTURO
¿Le gustaría emprender en un futuro?

ÉXITO
EXPECTATIVA DE PROBABILIDAD DE ÉXITO
EN CASO DE EMPRENDER
Si Ud. emprendiera, ¿qué tan probable
cree que es que le fuera bien?



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, donde 100 es el máximo positivo del índice expectativas de emprendimiento).
- ▶ **Ganas de emprender se mantuvo igual**, y percepción de éxito disminuyó en 1 punto.



Resultados | Barreras de emprendimiento (BdE)

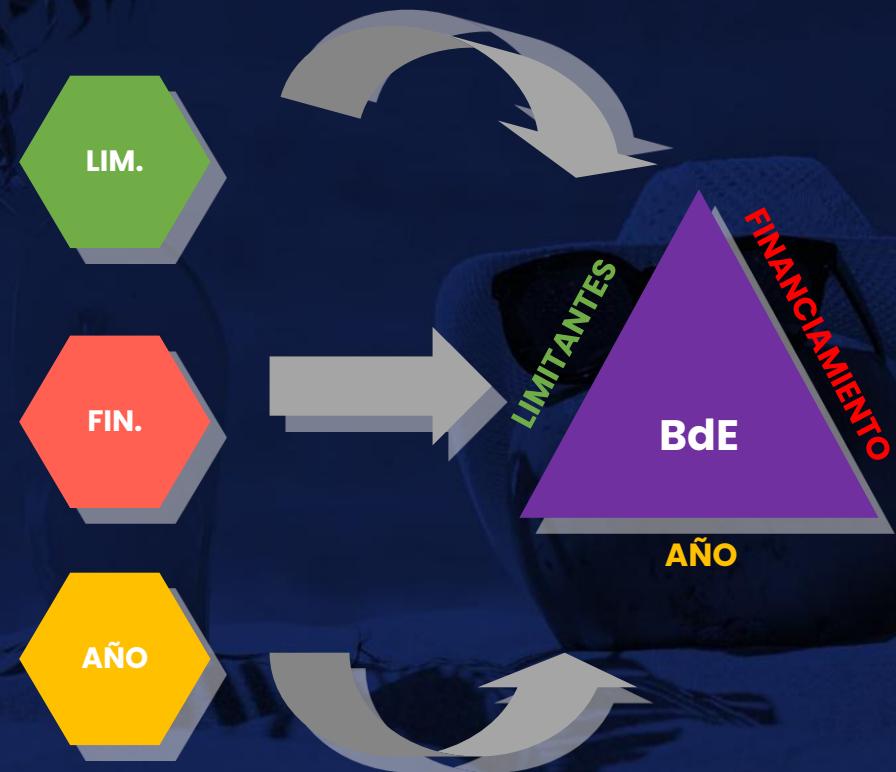
- ▶ BdE – **Índice de Barreras de Emprendimiento**. Busca cuantificar la **percepción de barreras y limitaciones** contextuales para el emprendimiento.
- ▶ Este índice sirve para evaluar la percepción que se tiene sobre la estabilidad económica del país y cómo esta incide o no en la posibilidad de emprender.
- ▶ 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.

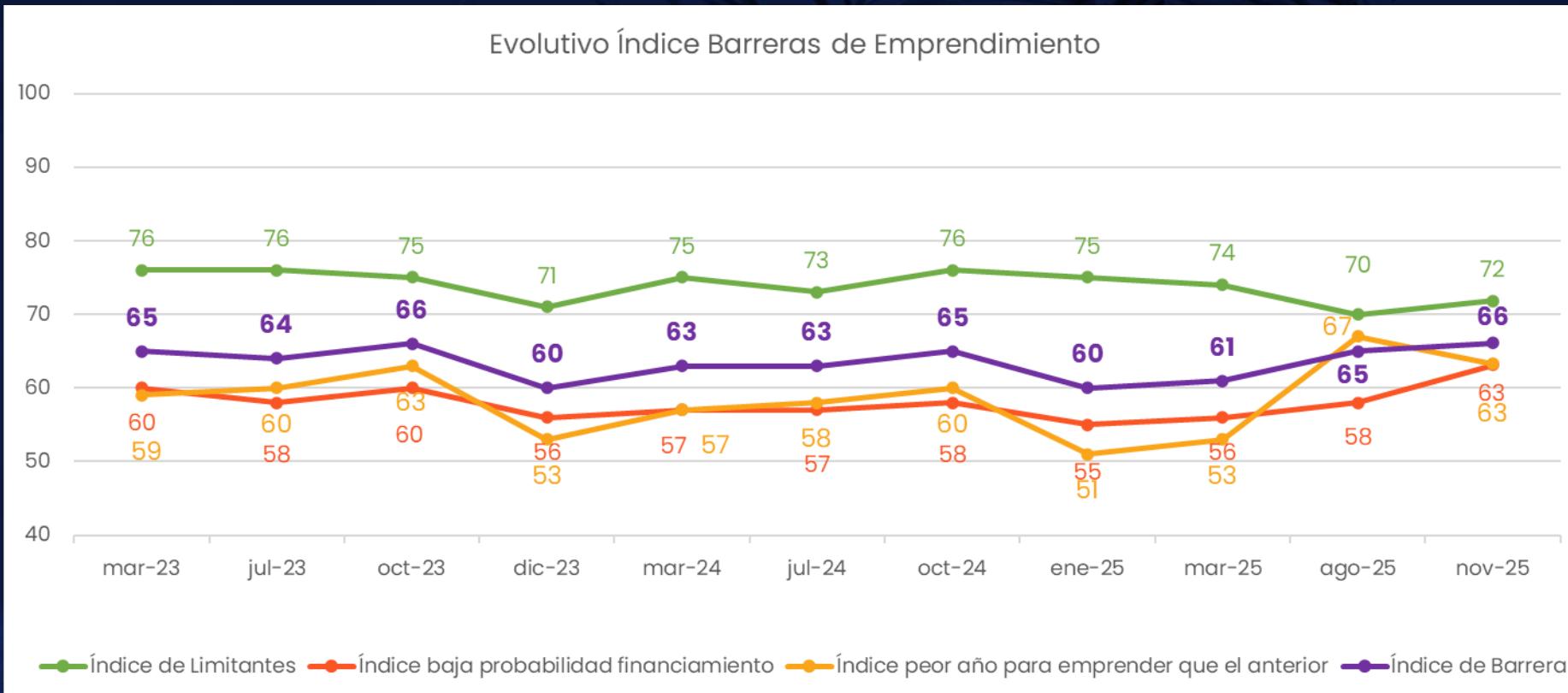
FINANCIAMIENTO
PERCEPCIÓN DE POSIBILIDAD DE ACCEDER A RECURSOS PARA EMPRENDER
Si Ud. quisiera emprender, ¿Cuán probable es que Ud. consiguiera recursos para emprender este año?

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)

- 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, donde 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.





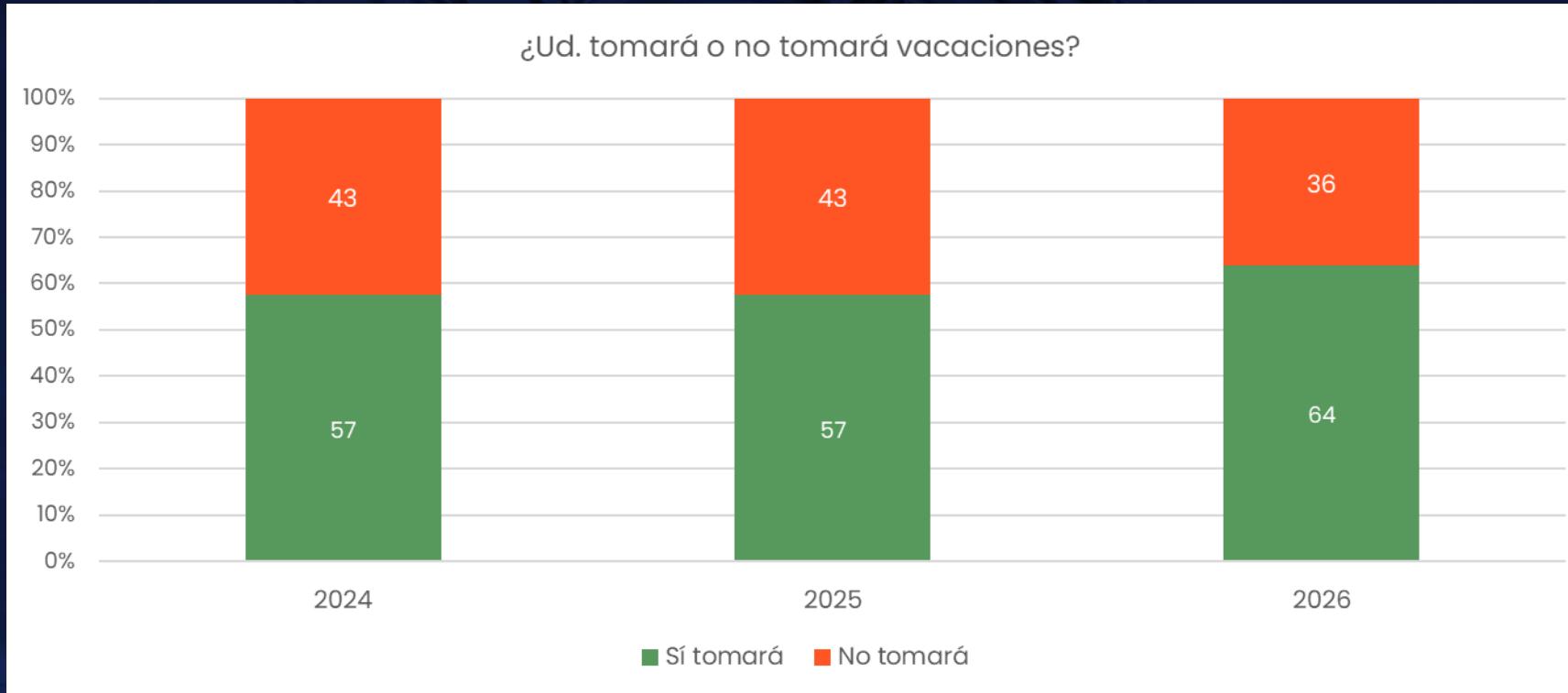
03

Vacaciones 2026
en Chile



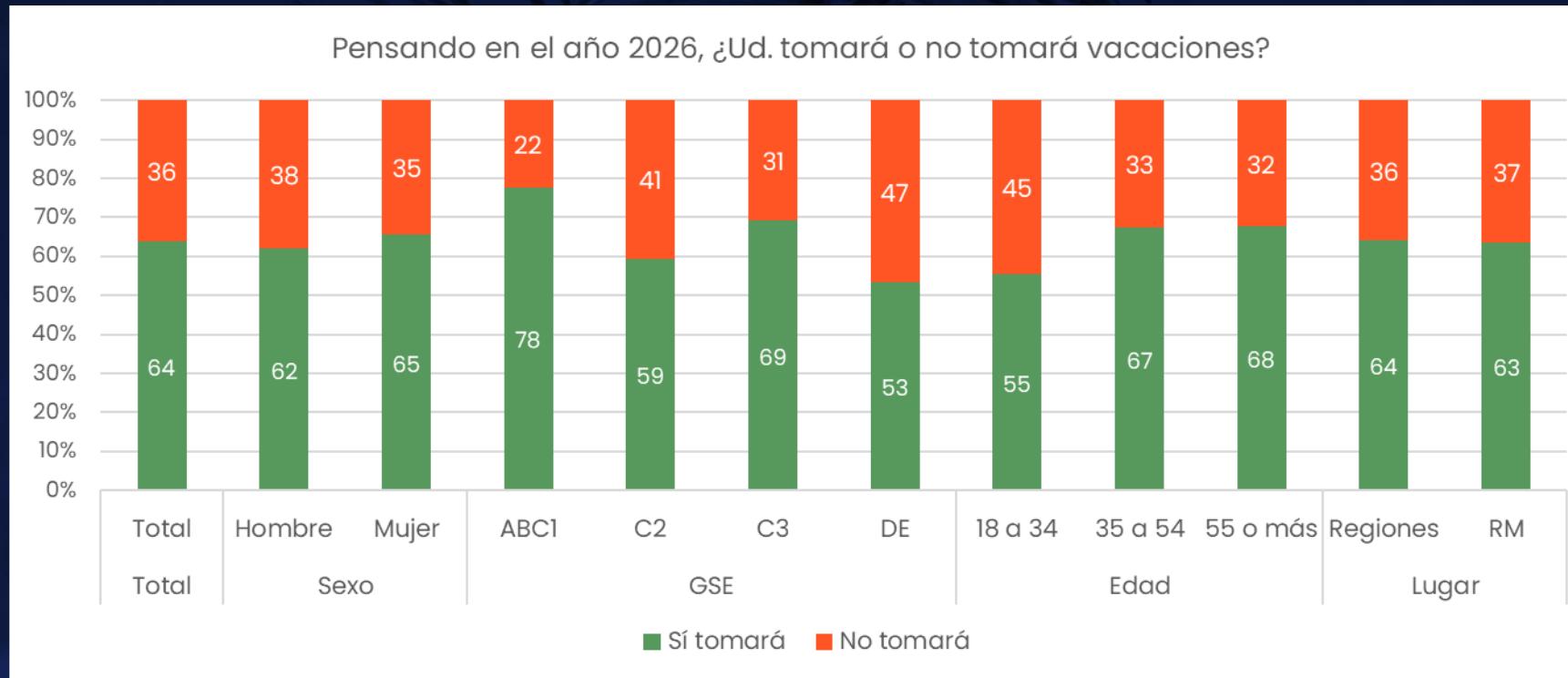
Resultados | Tomará o no vacaciones

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



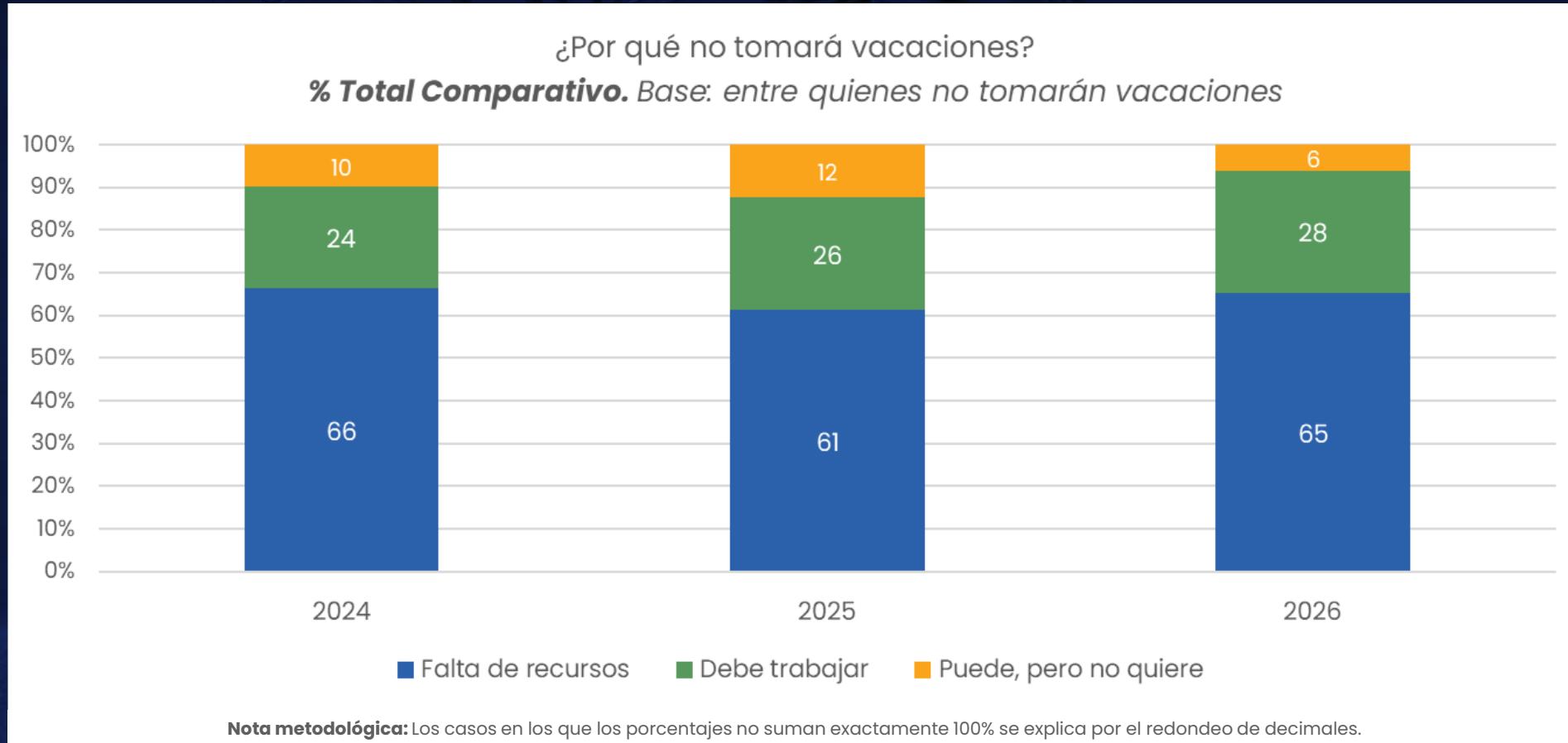
Resultados | Tomará o no vacaciones (Apertura)

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



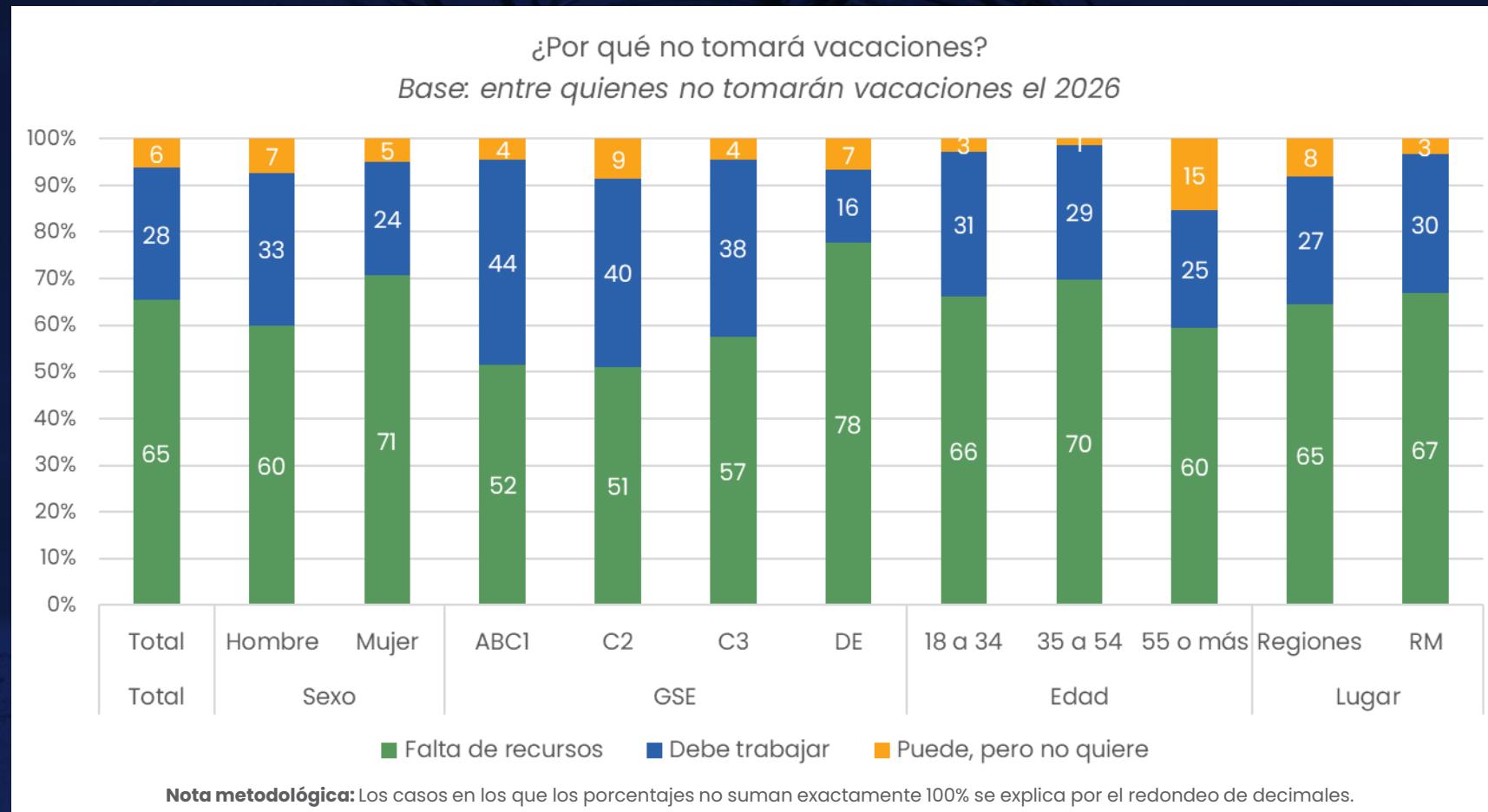
Resultados | ¿Por qué no tomará vacaciones?

- 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.



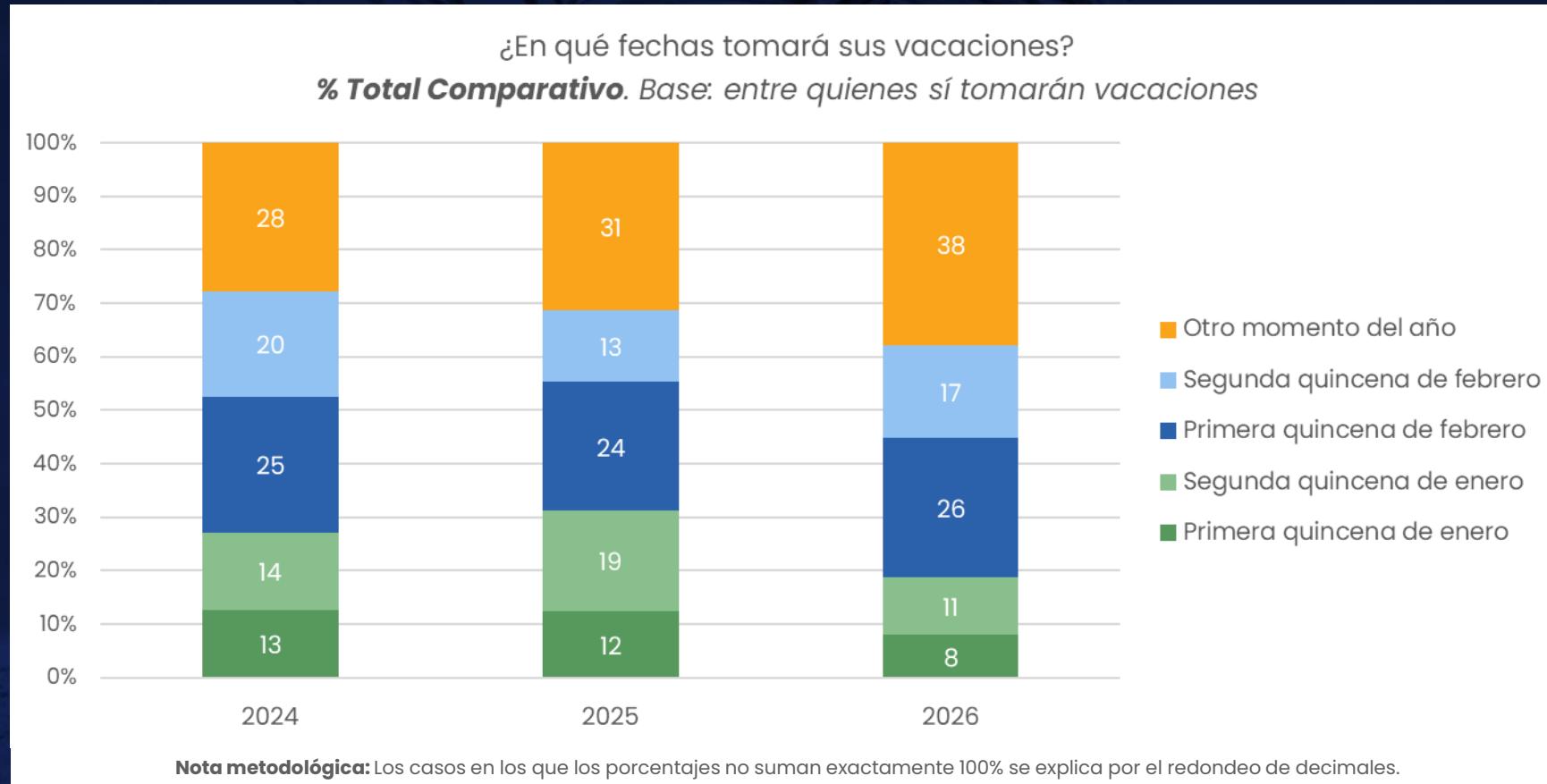
Resultados | Por qué no tomará vacaciones (Apertura)

- 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.



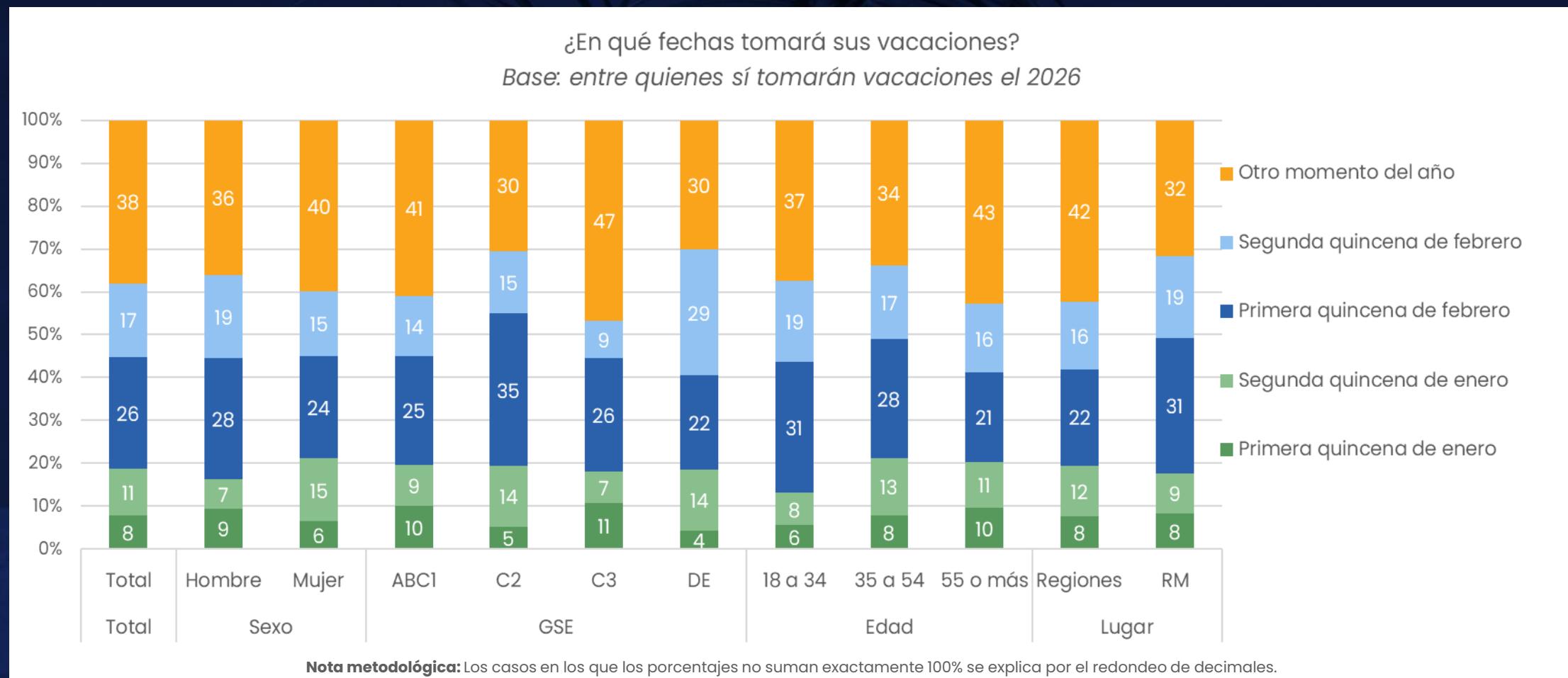
Resultados | ¿Cuándo tomará vacaciones?

- 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.**



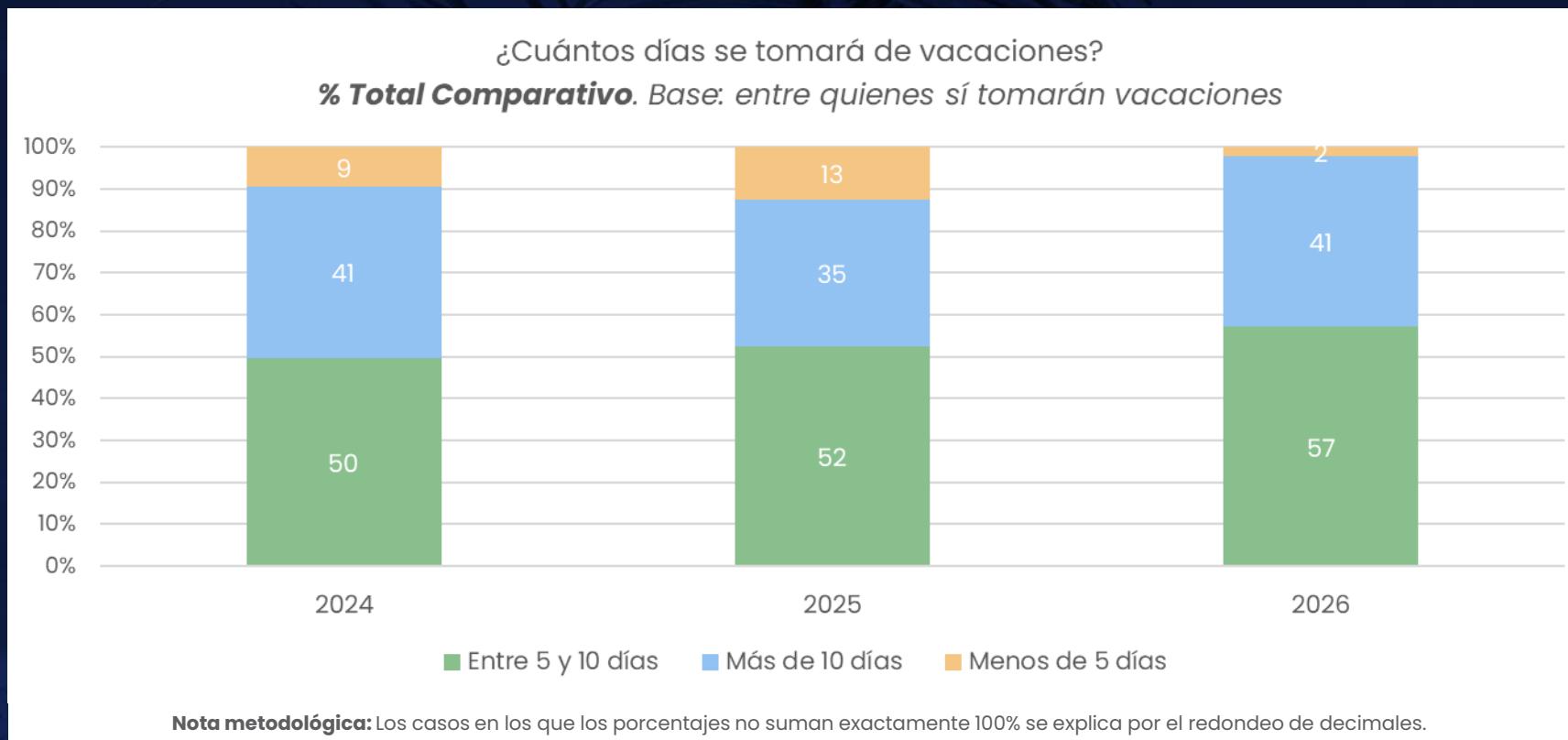
Resultados | Cuándo tomará vacaciones (Apertura)

- 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.



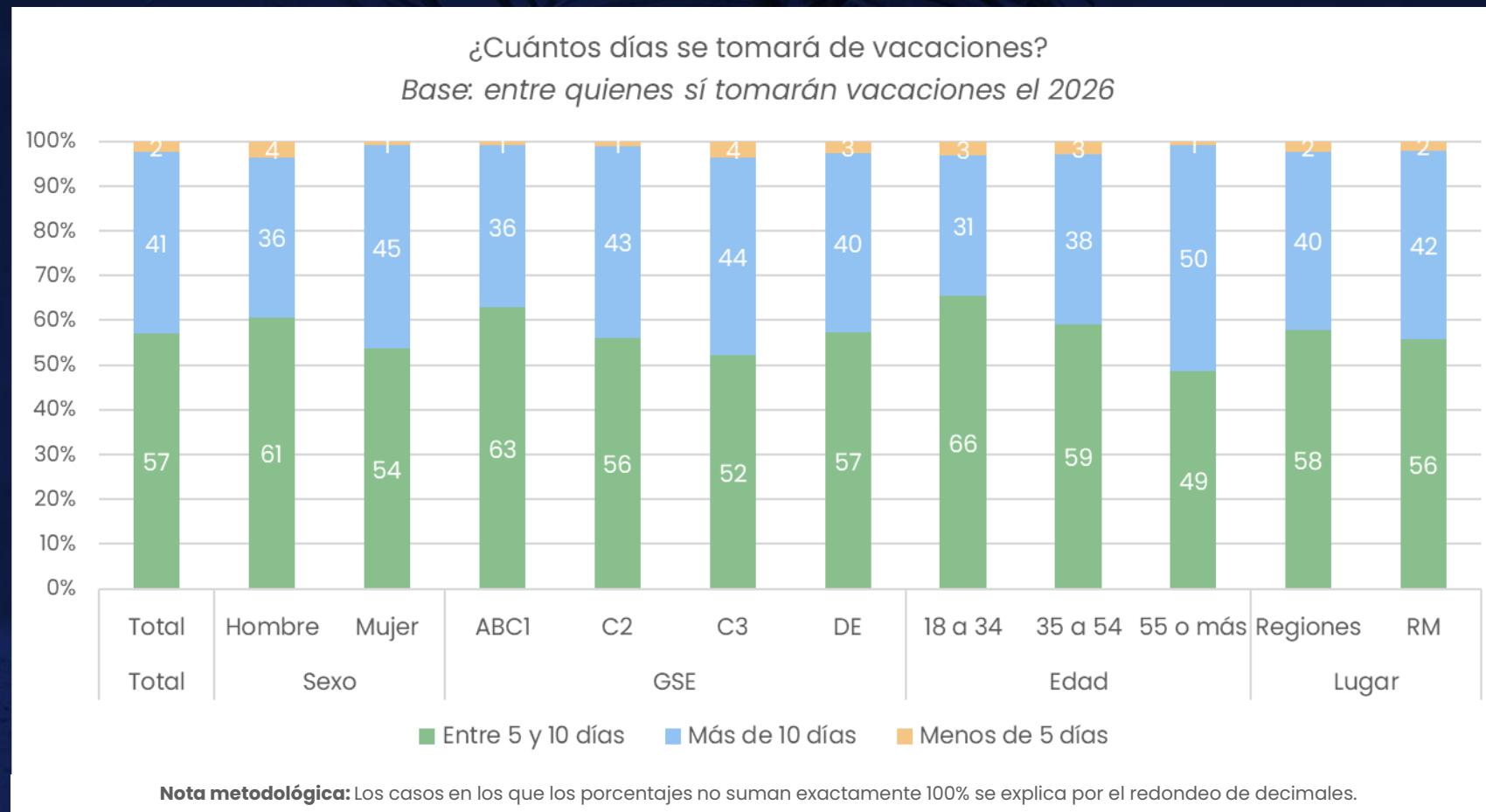
Resultados | Cantidad de días de vacaciones

- 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**.



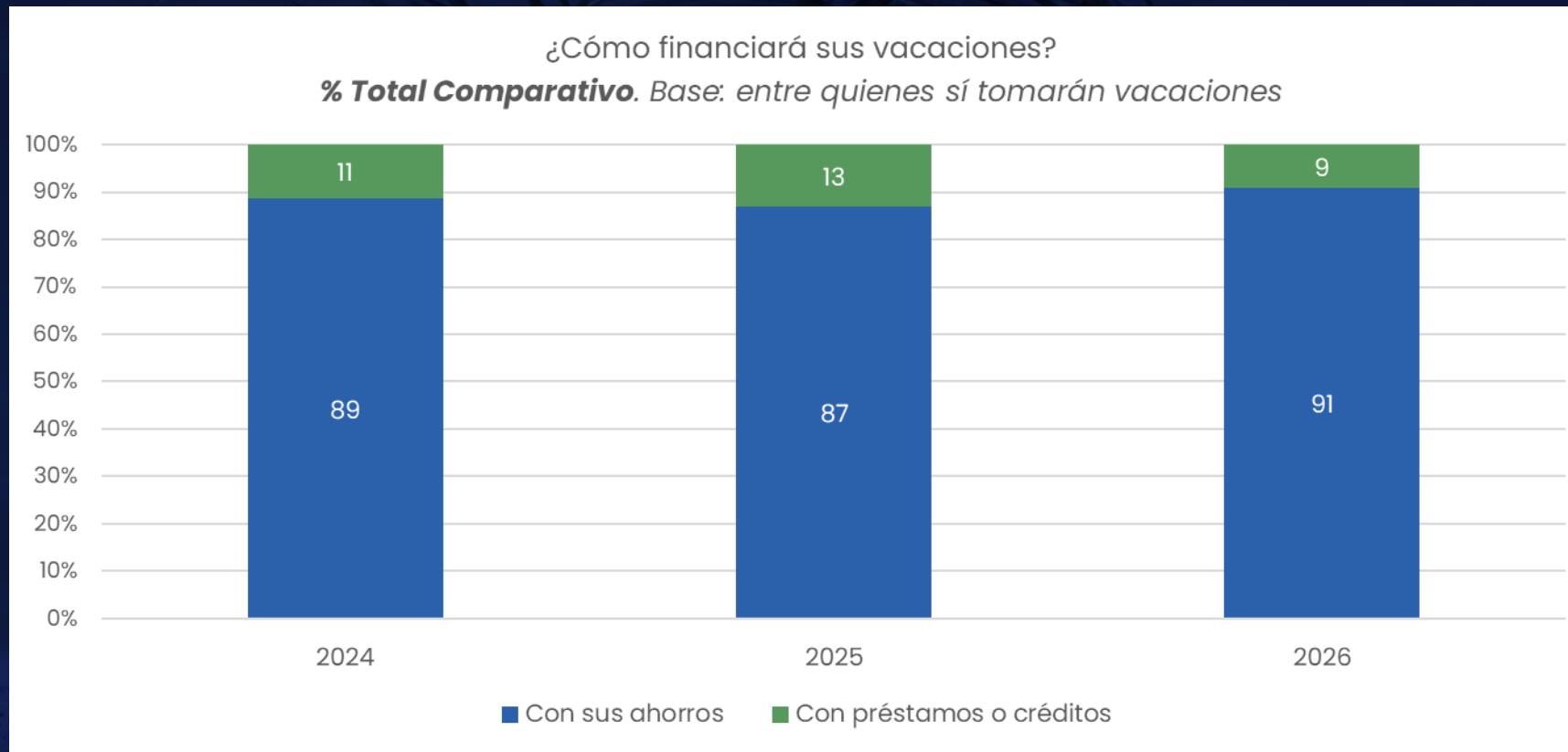
Resultados | Cantidad de días de vacaciones (Apertura)

- 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.



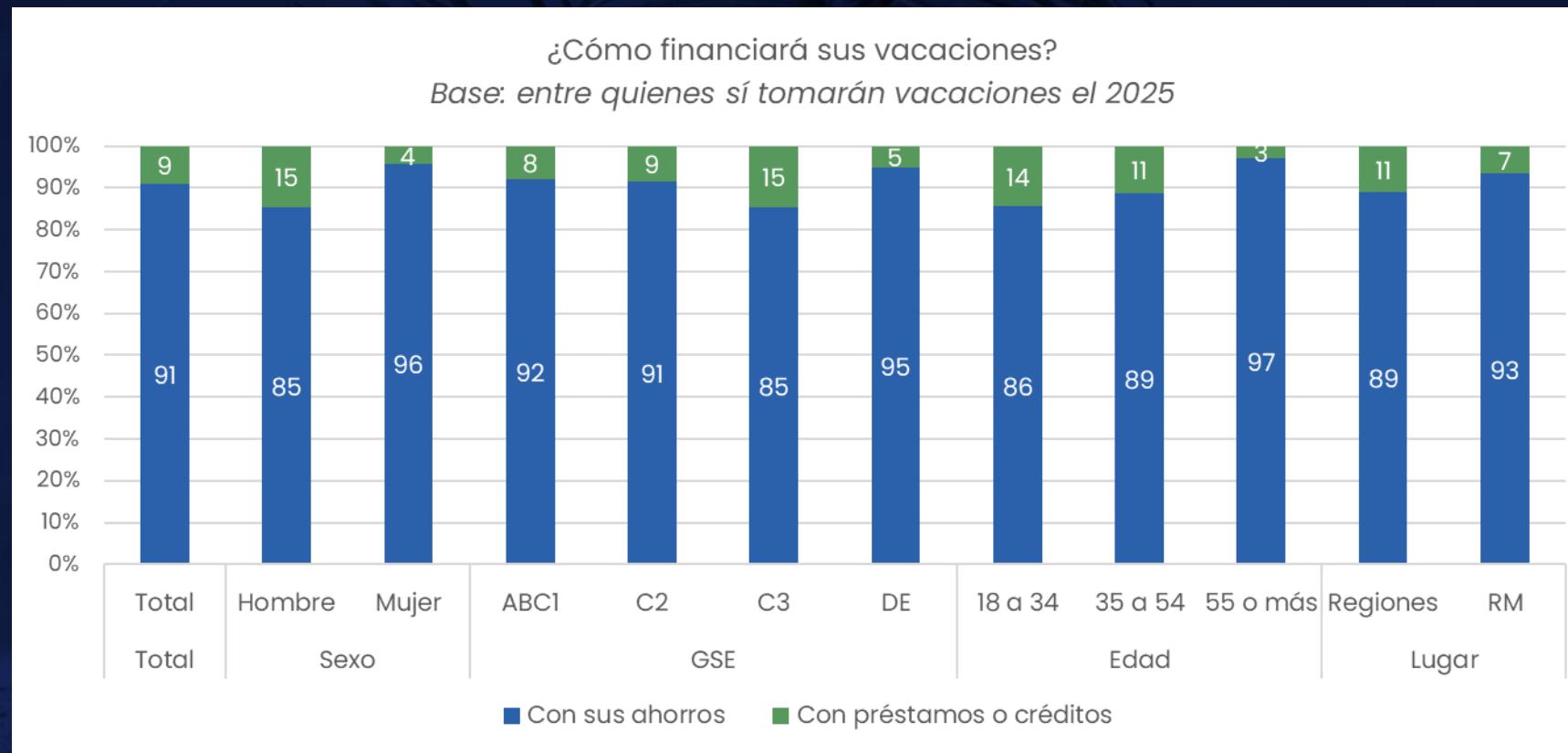
Resultados | Cómo financia sus vacaciones

- 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.



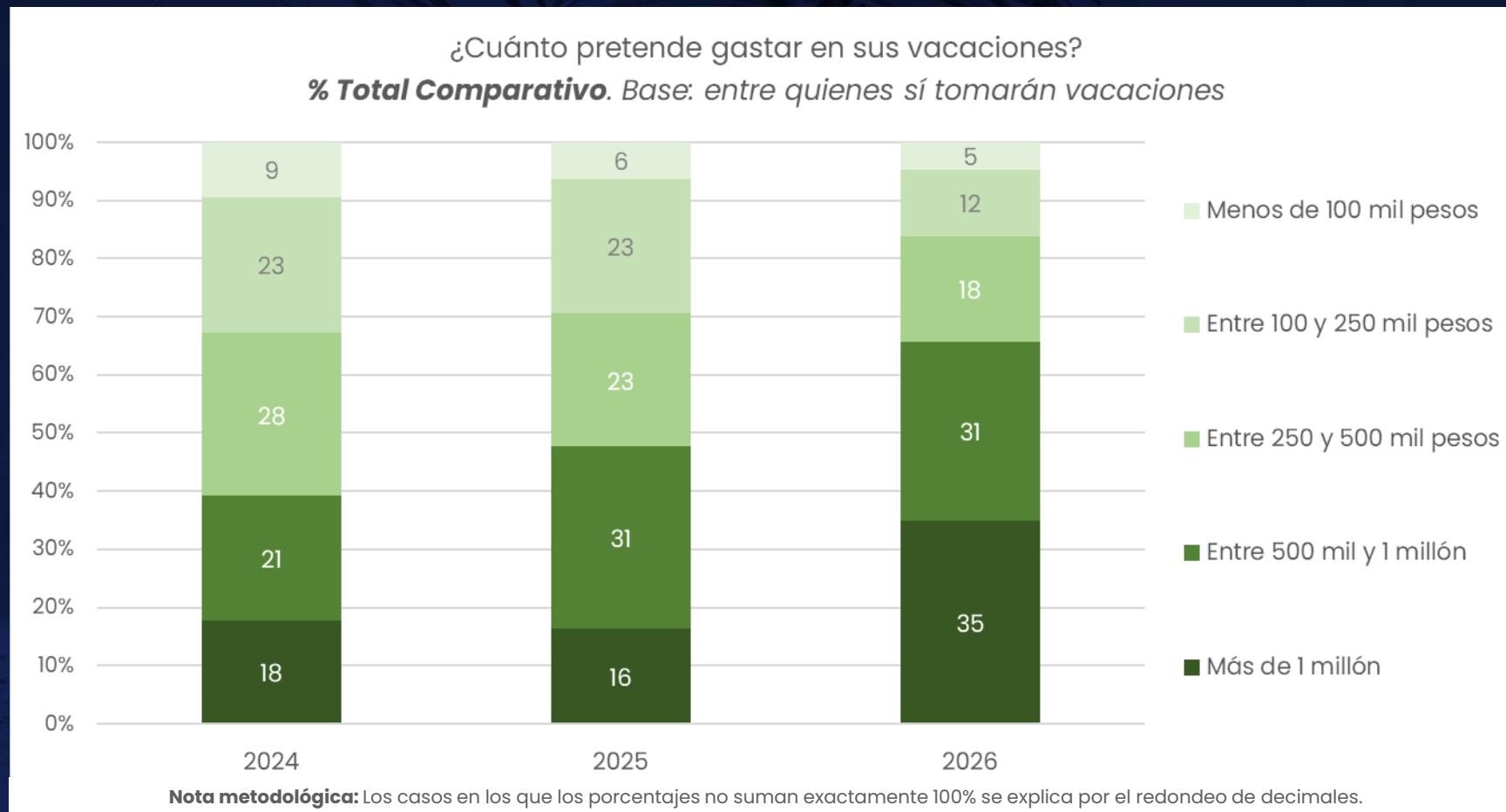
Resultados | Cómo financia sus vacaciones (Apertura)

- 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.



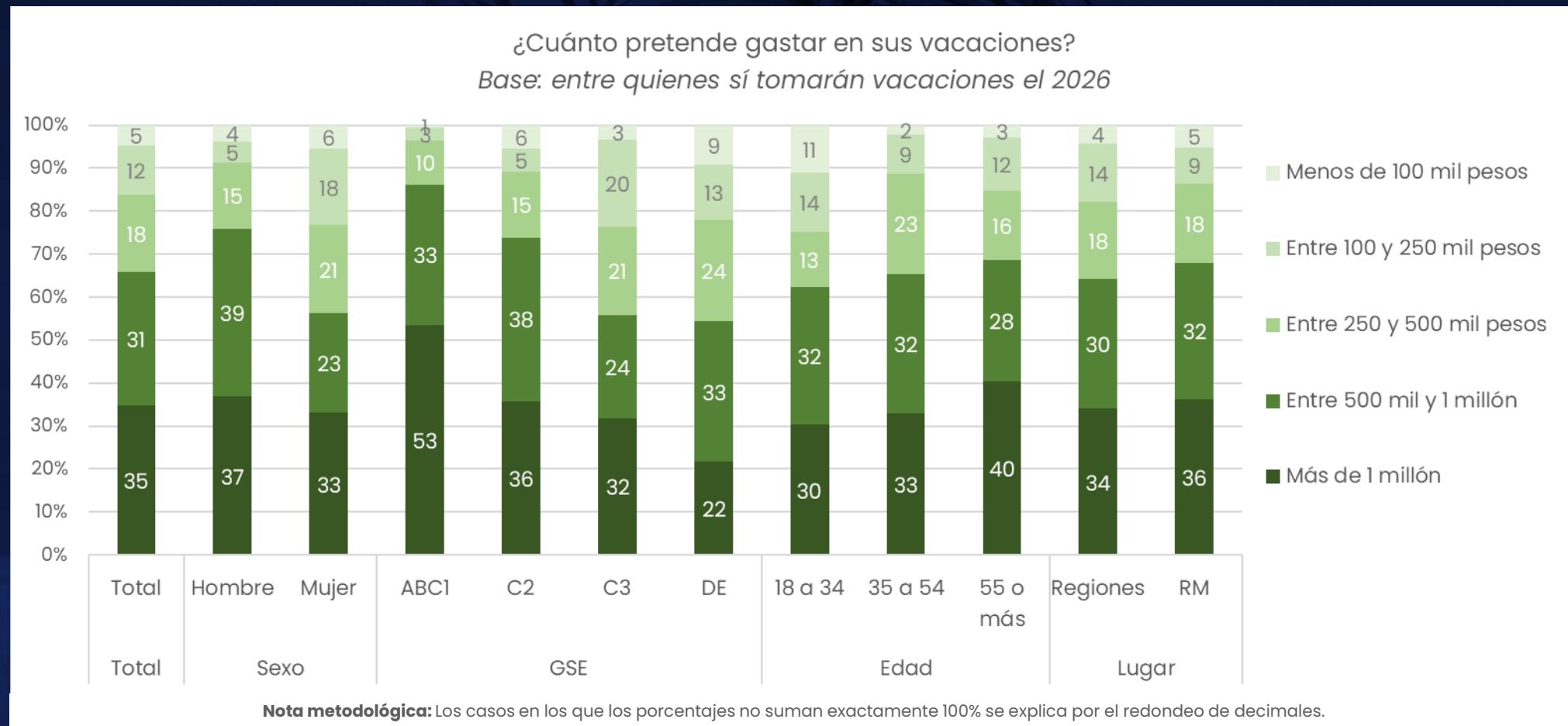
Resultados | ¿Cuánto pretende gastar?

- 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.**



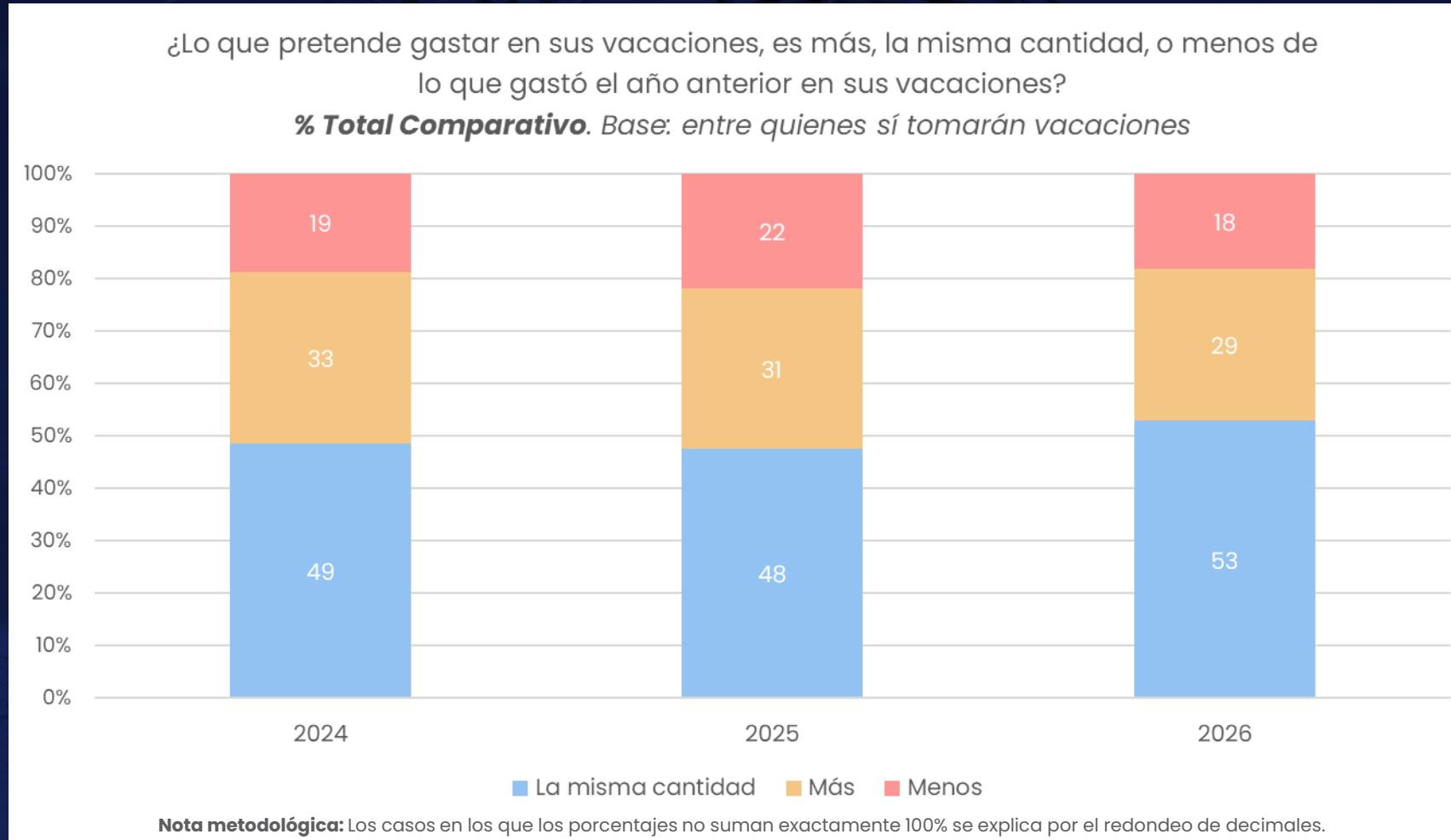
Resultados | ¿Cuánto pretende gastar? (Apertura)

- 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.



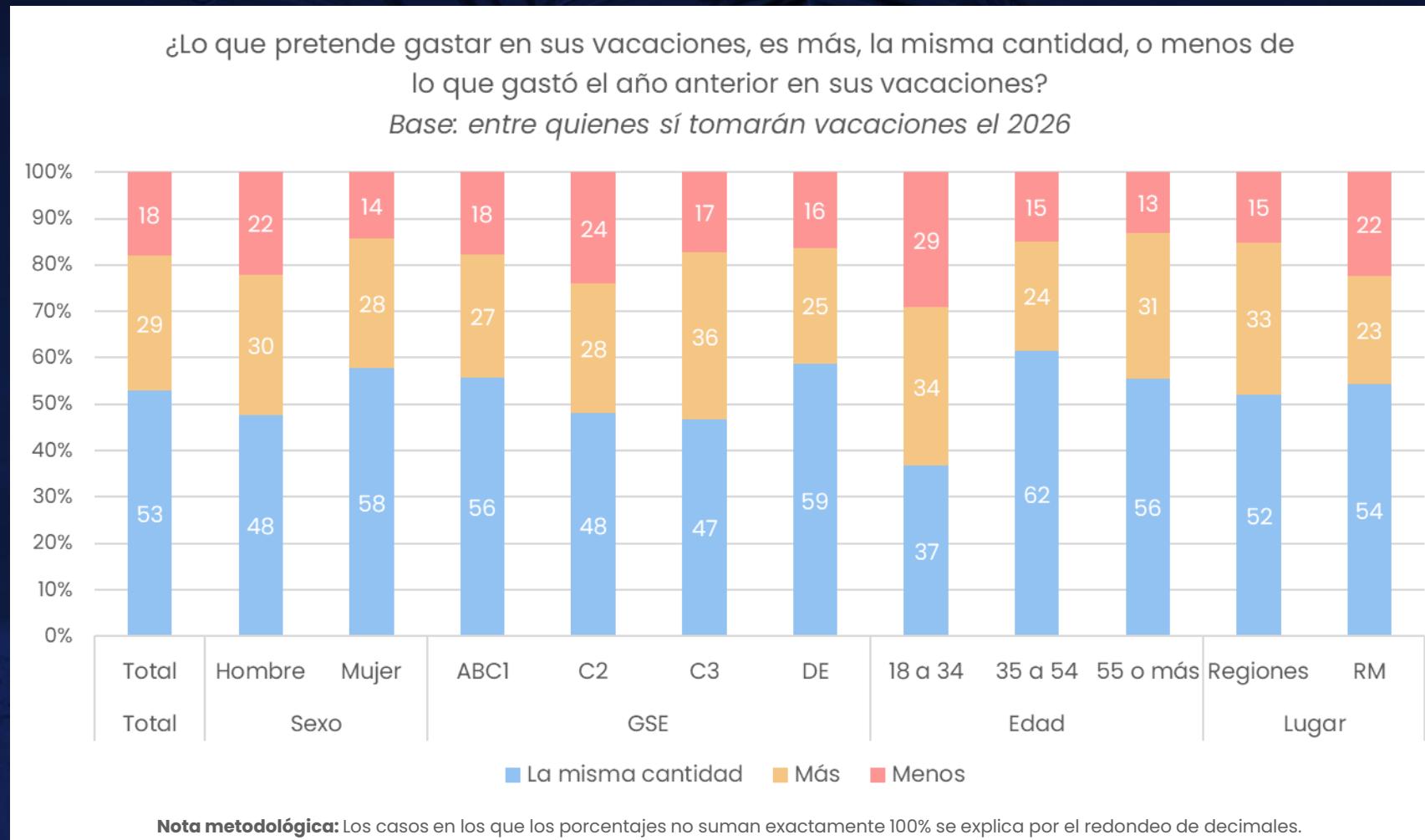
Resultados | Comparación de gasto con año anterior

- 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.



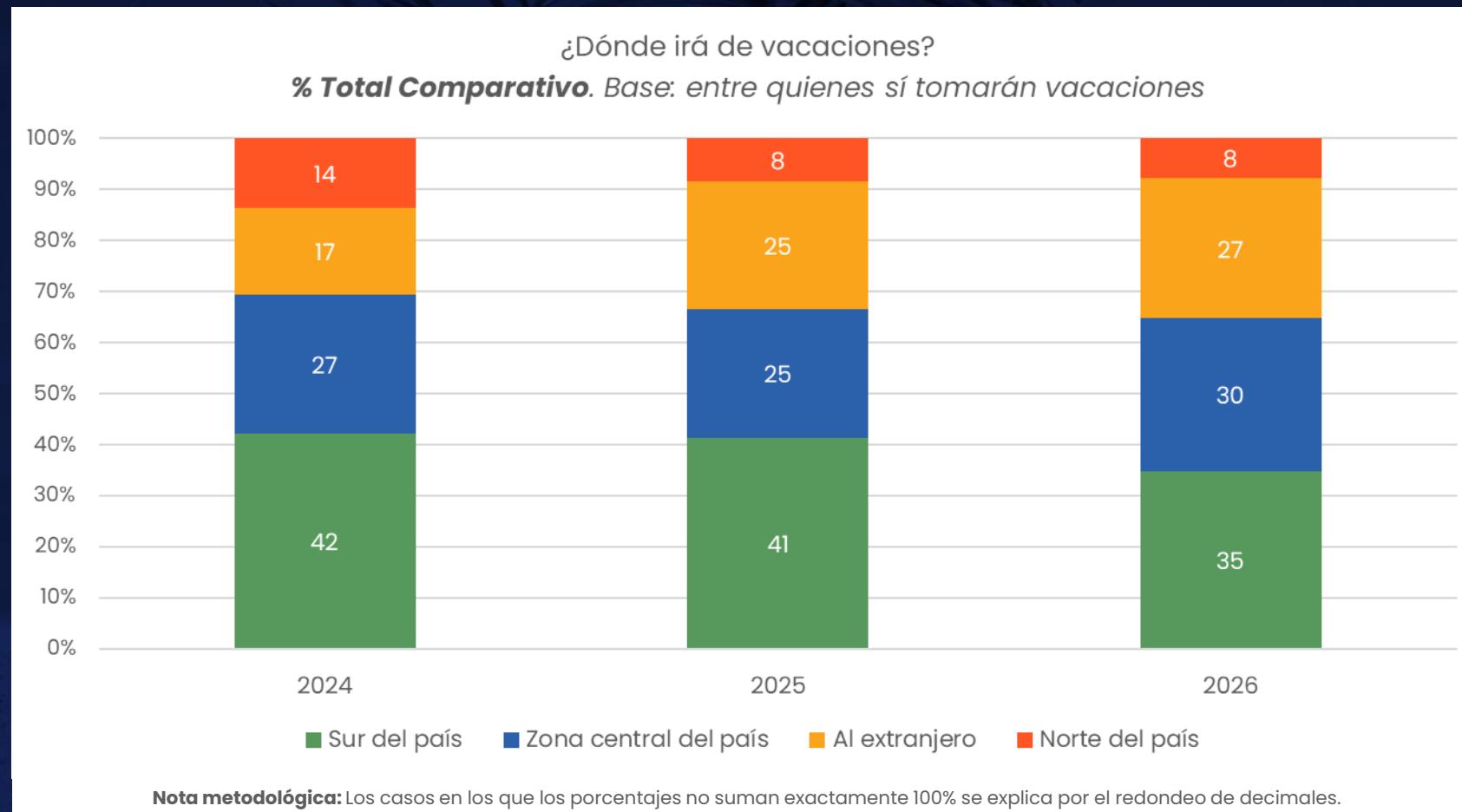
Resultados | Comparación de gasto con año anterior (Apertura)

- 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.



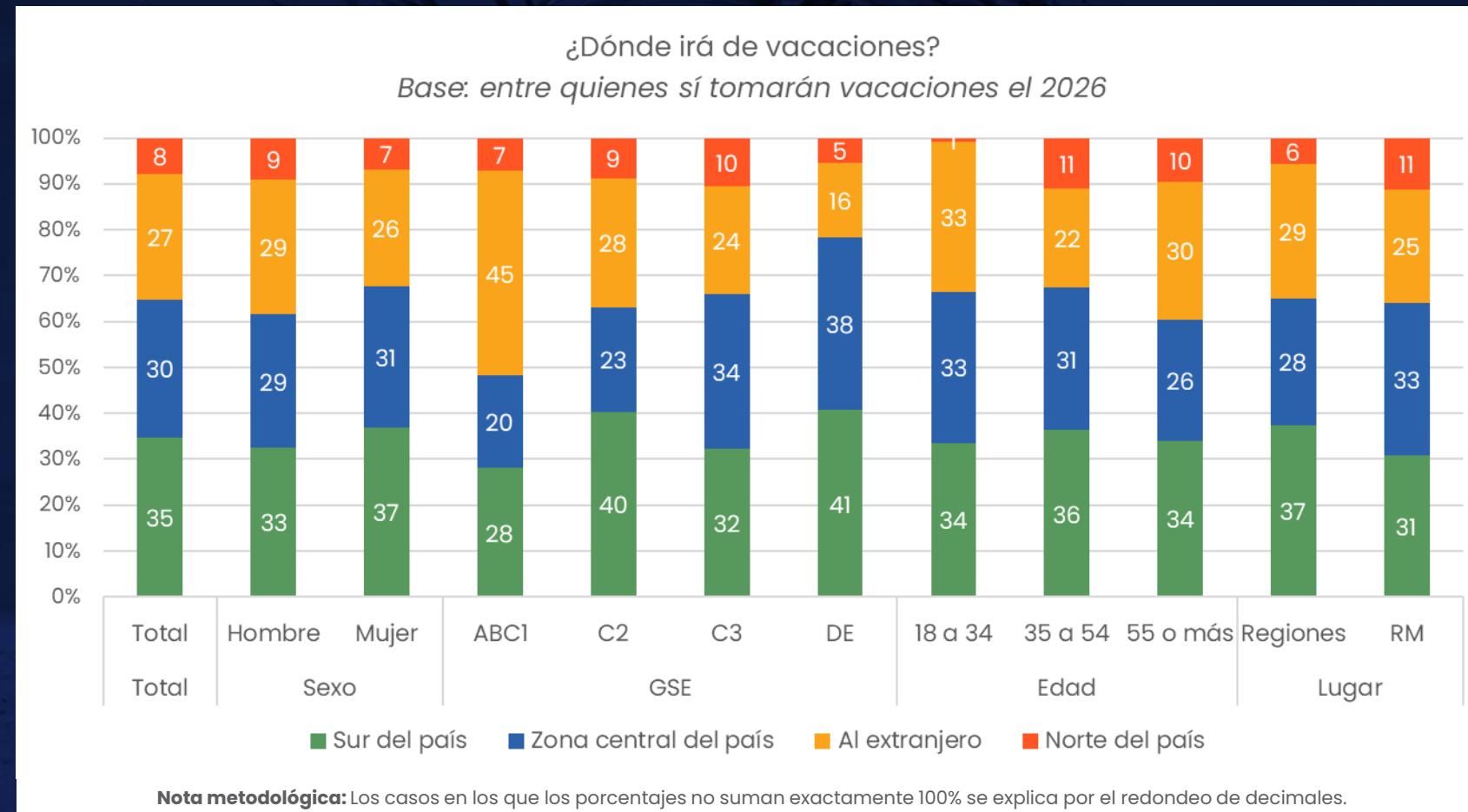
Resultados | Destino de vacaciones

- 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.**



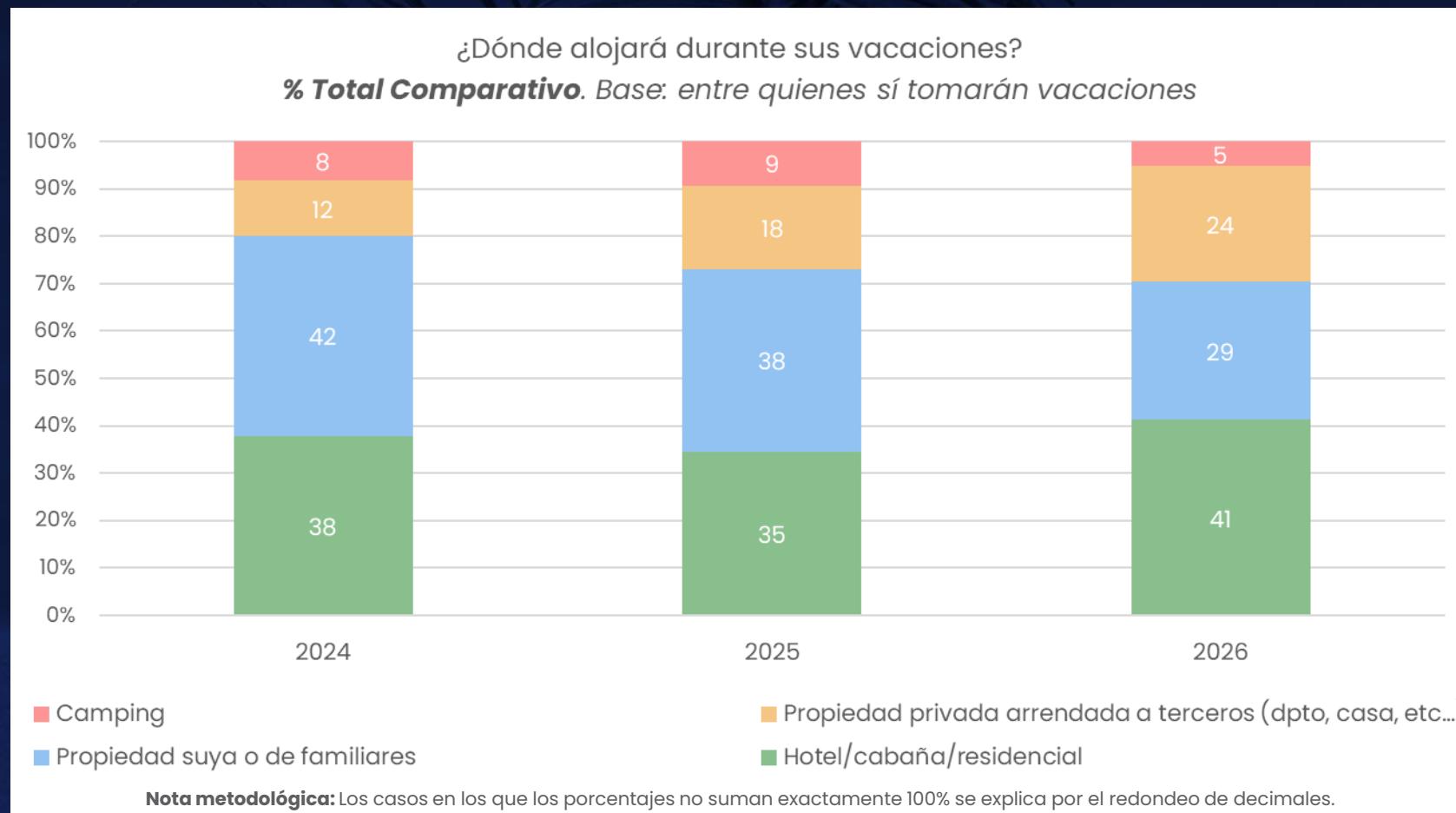
Resultados | Destino de vacaciones (Apertura)

- 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.



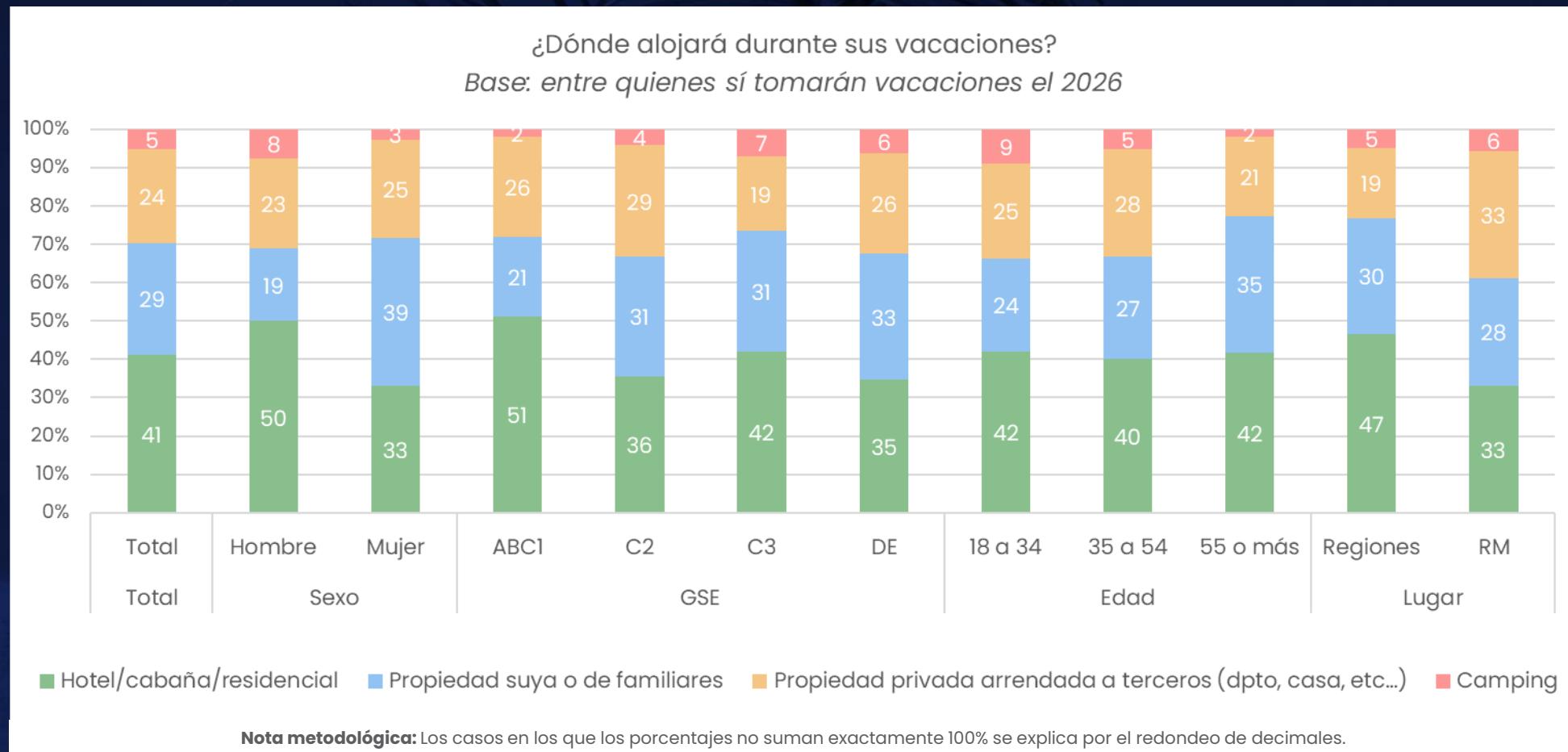
Resultados | Alojamiento

- 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**.



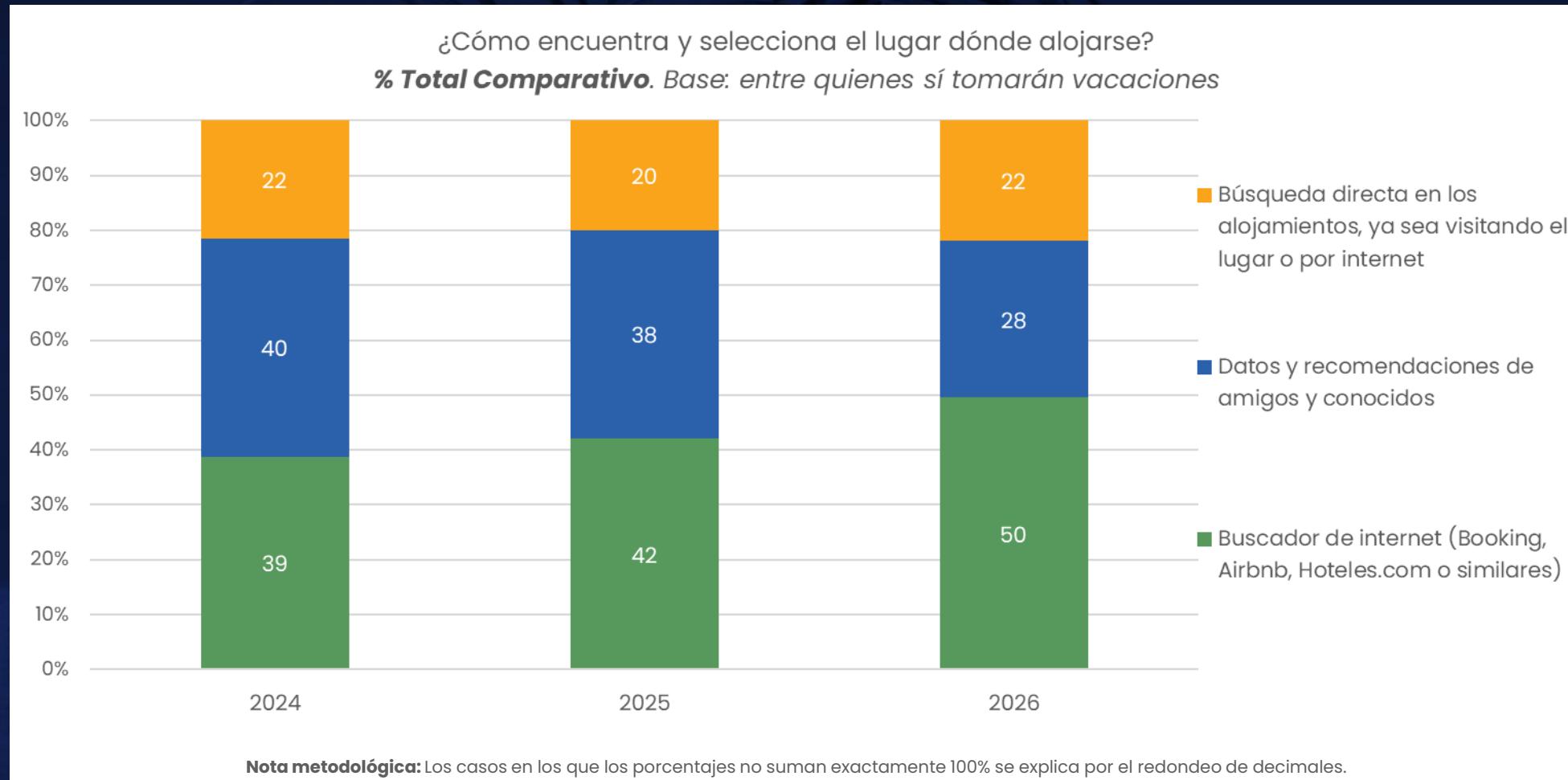
Resultados | Alojamiento (Apertura)

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



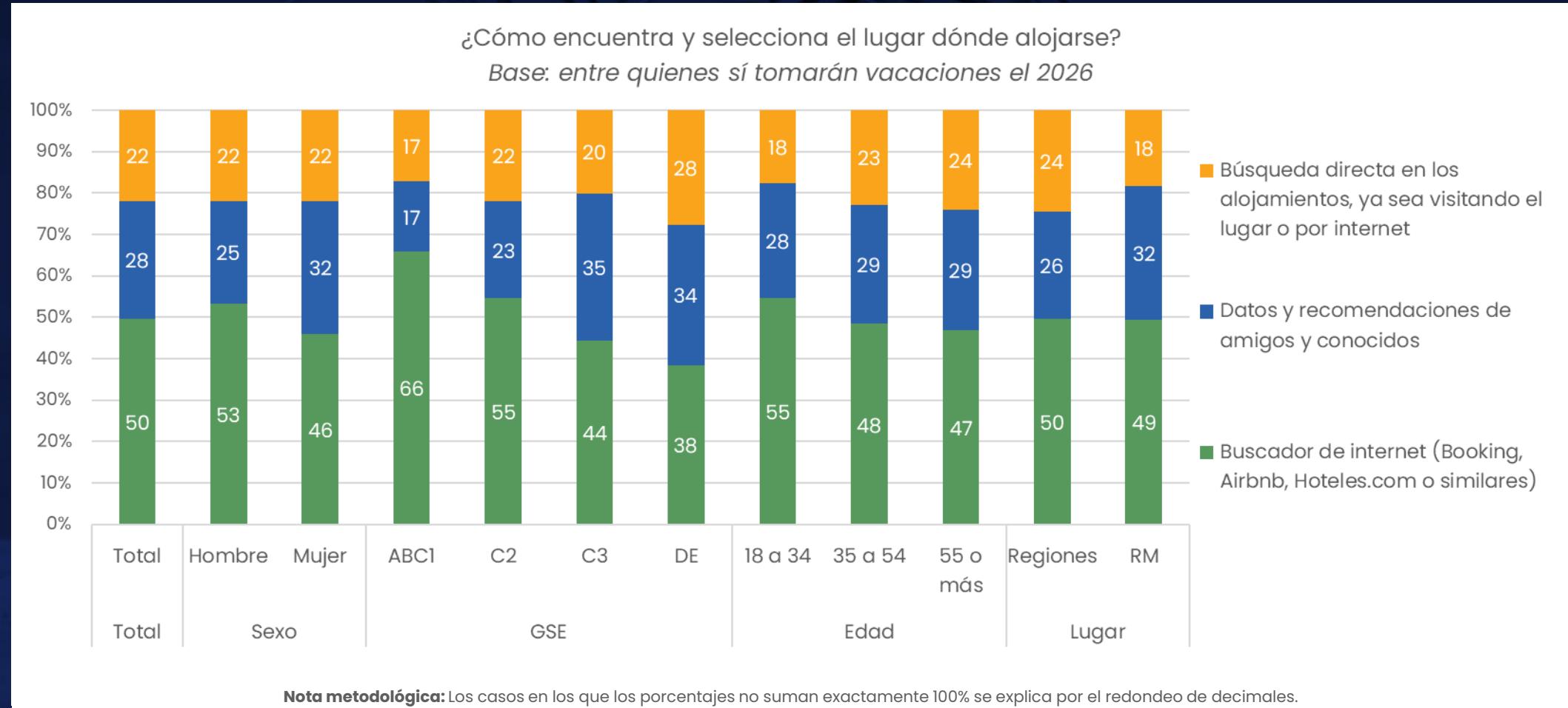
Resultados | ¿Cómo encuentran alojamiento?

- 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.



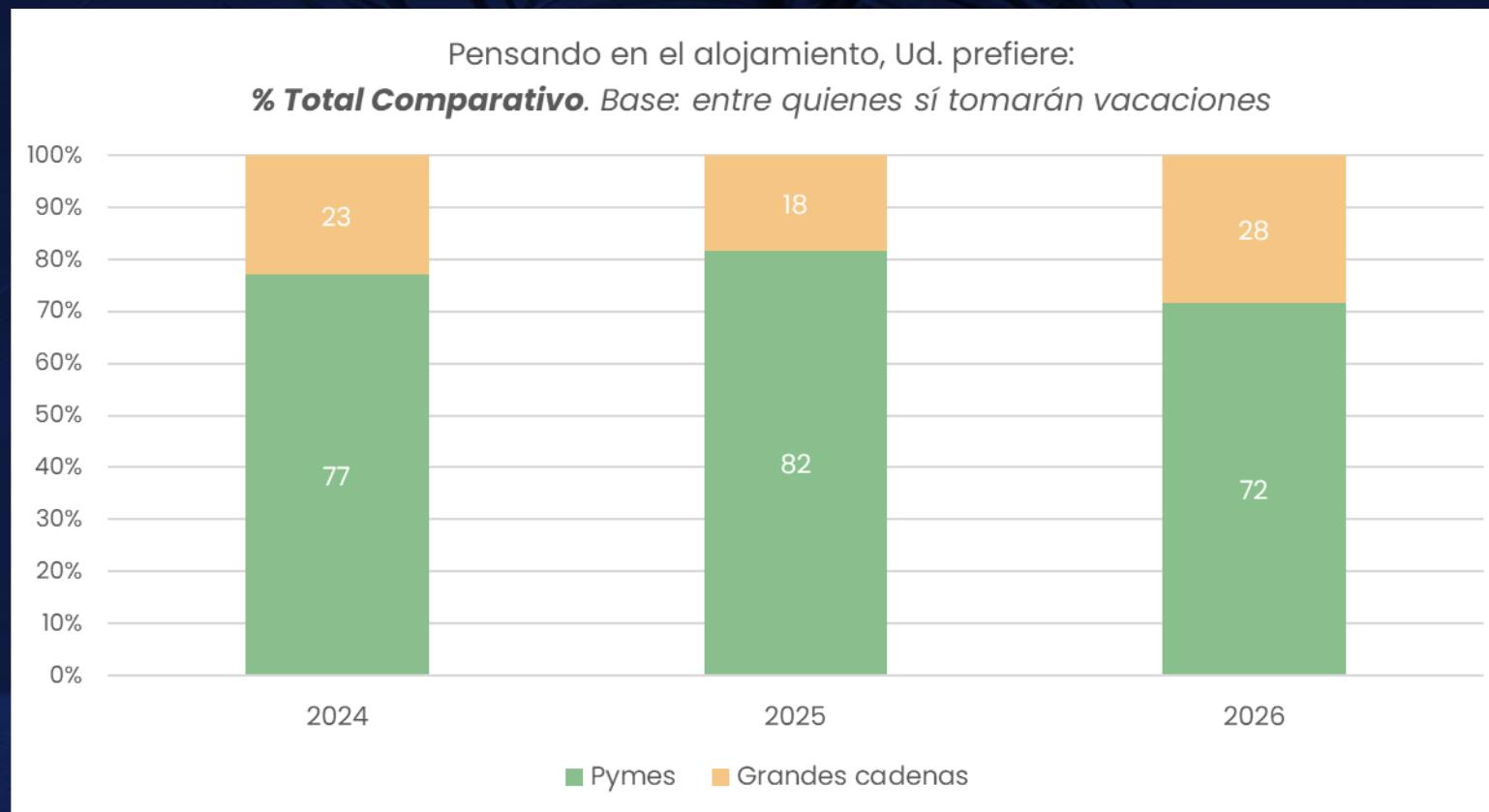
Resultados | Cómo encuentran alojamiento (Apertura)

- 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.



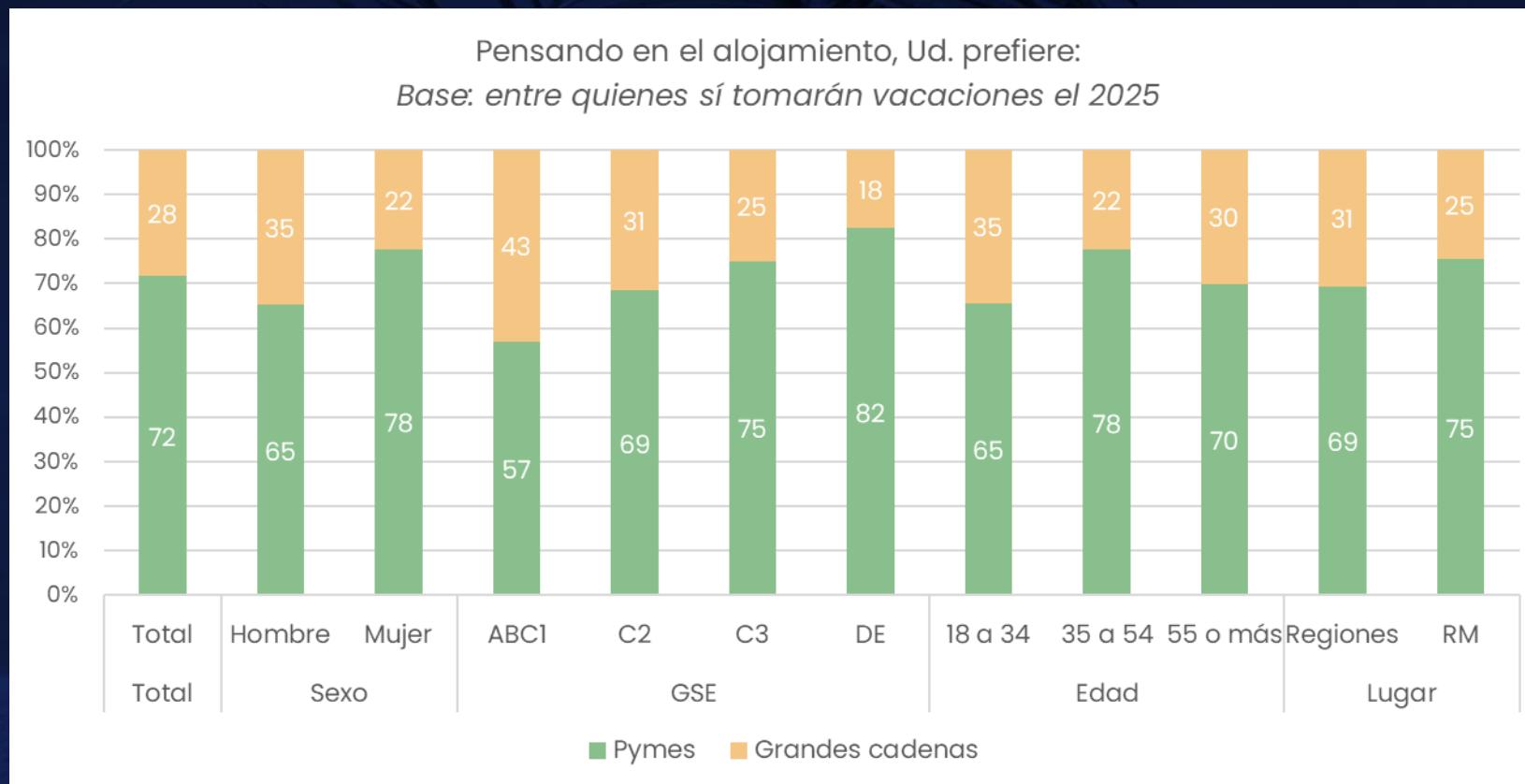
Resultados | Preferencia de alojamientos

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



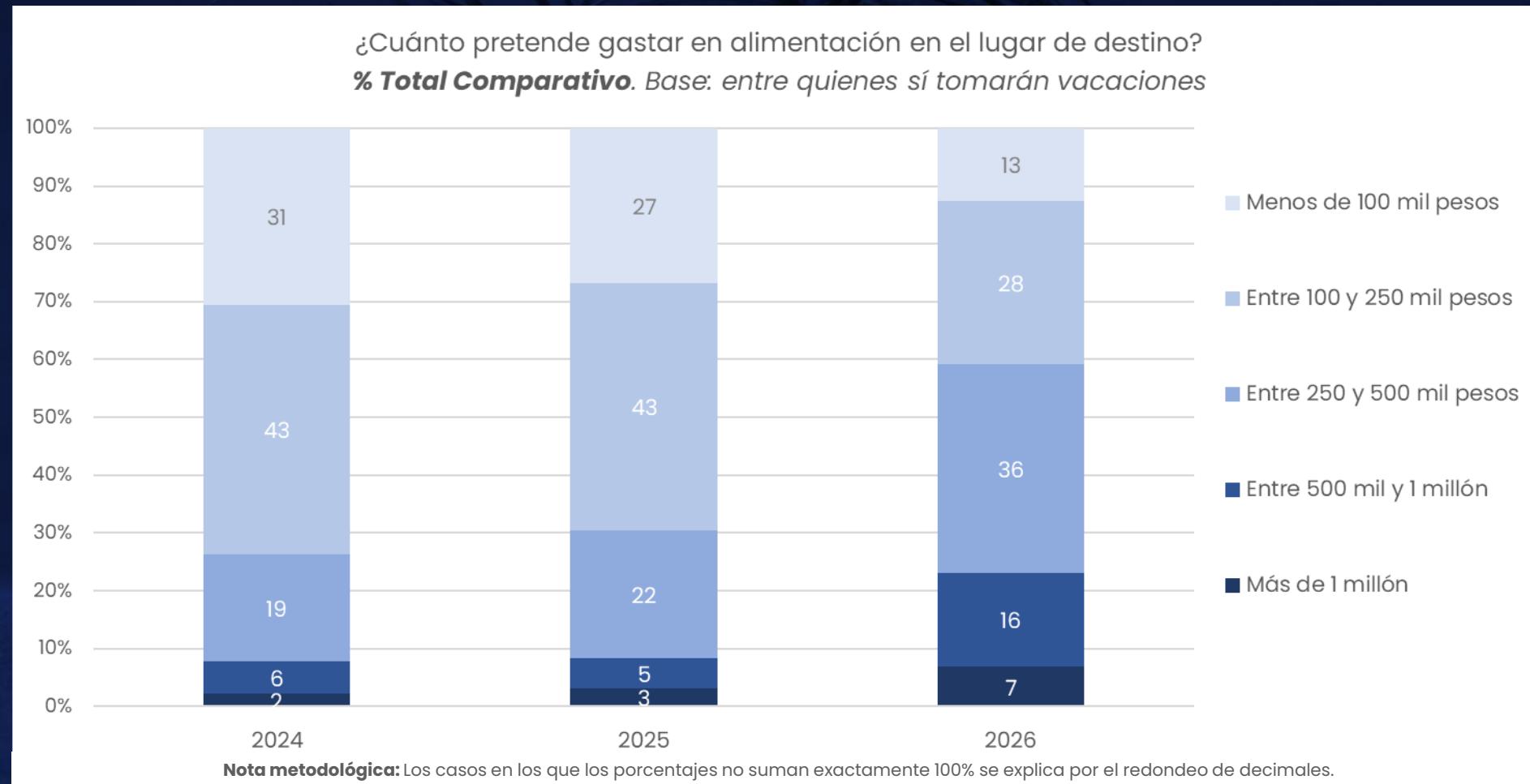
Resultados | Preferencia de alojamientos (Apertura)

- 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.



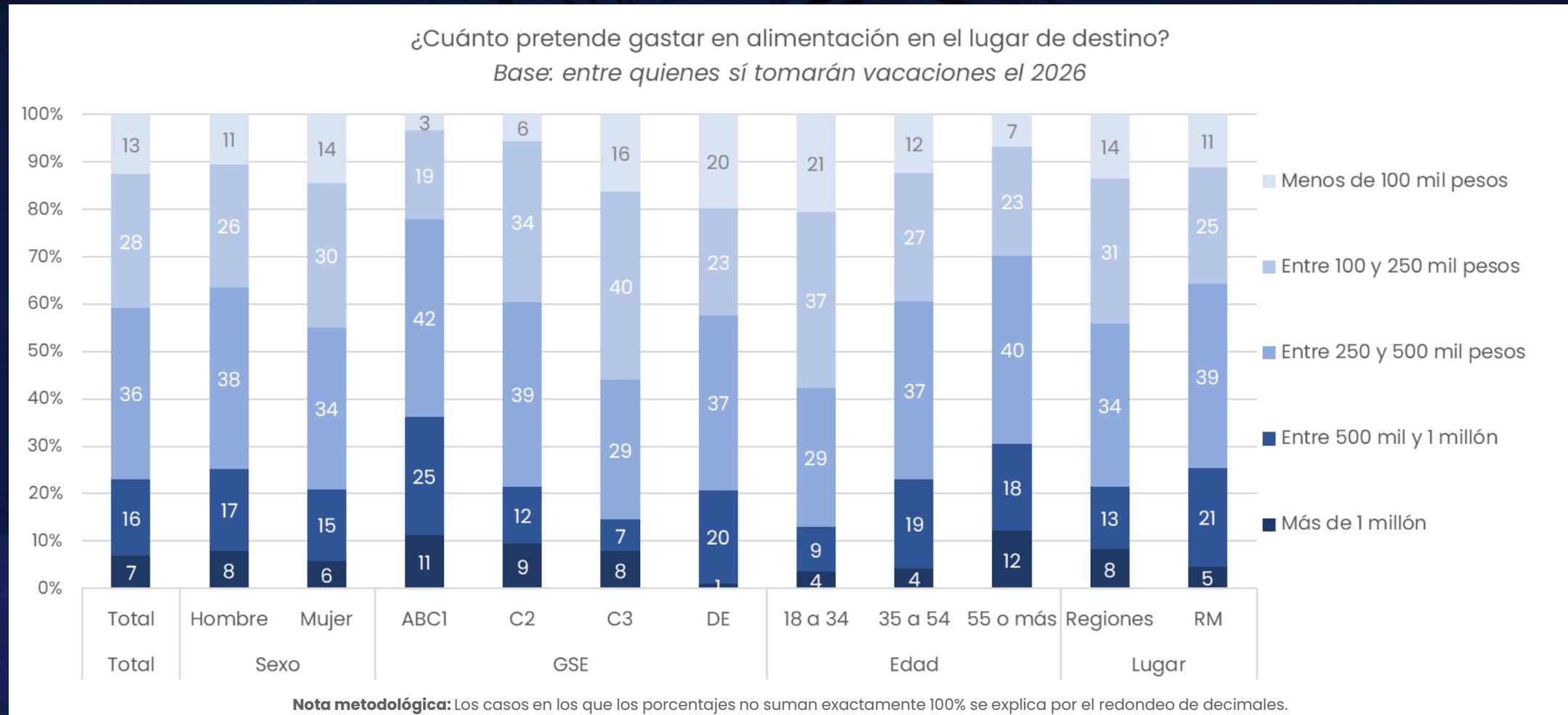
Resultados | Gasto en alimentación

- 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.



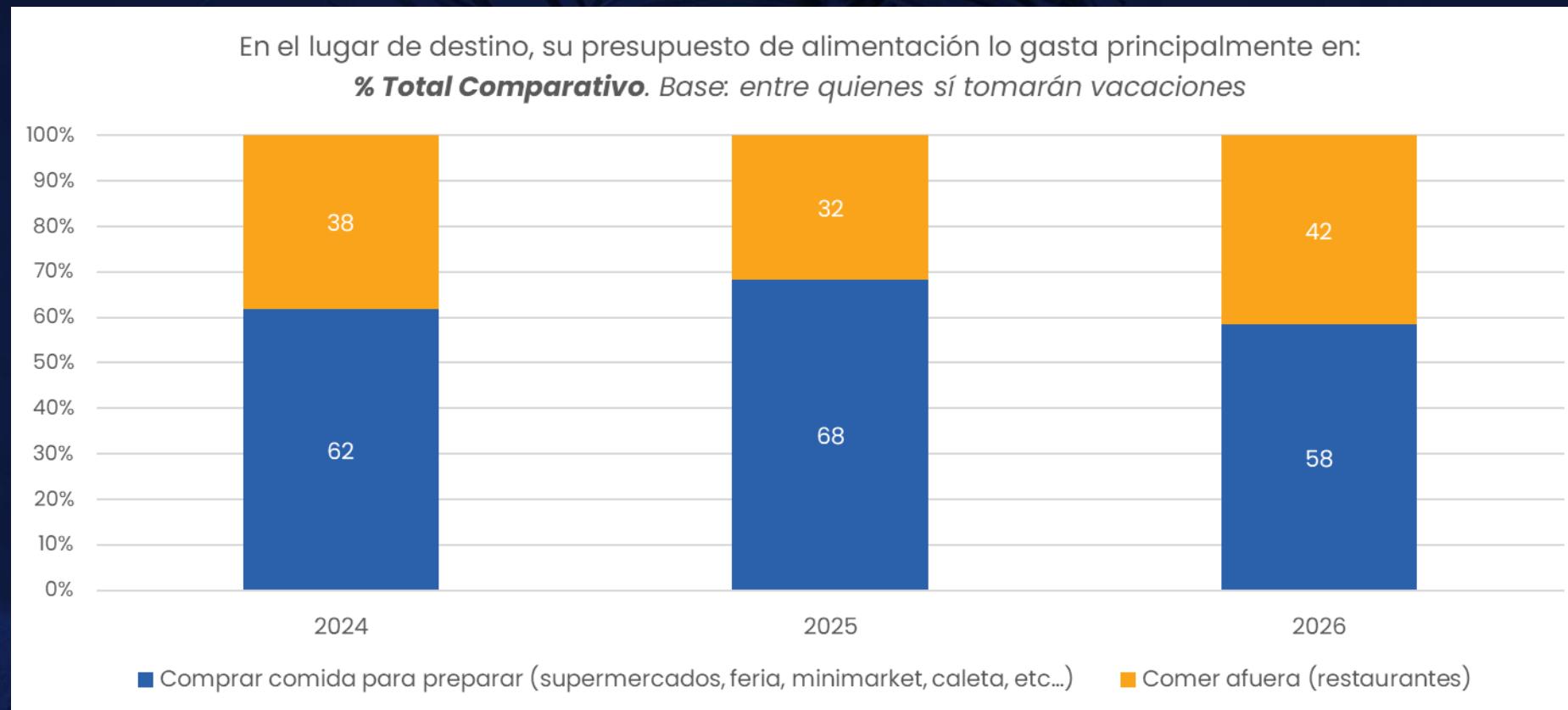
Resultados | Gasto en alimentación (Apertura)

- 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.



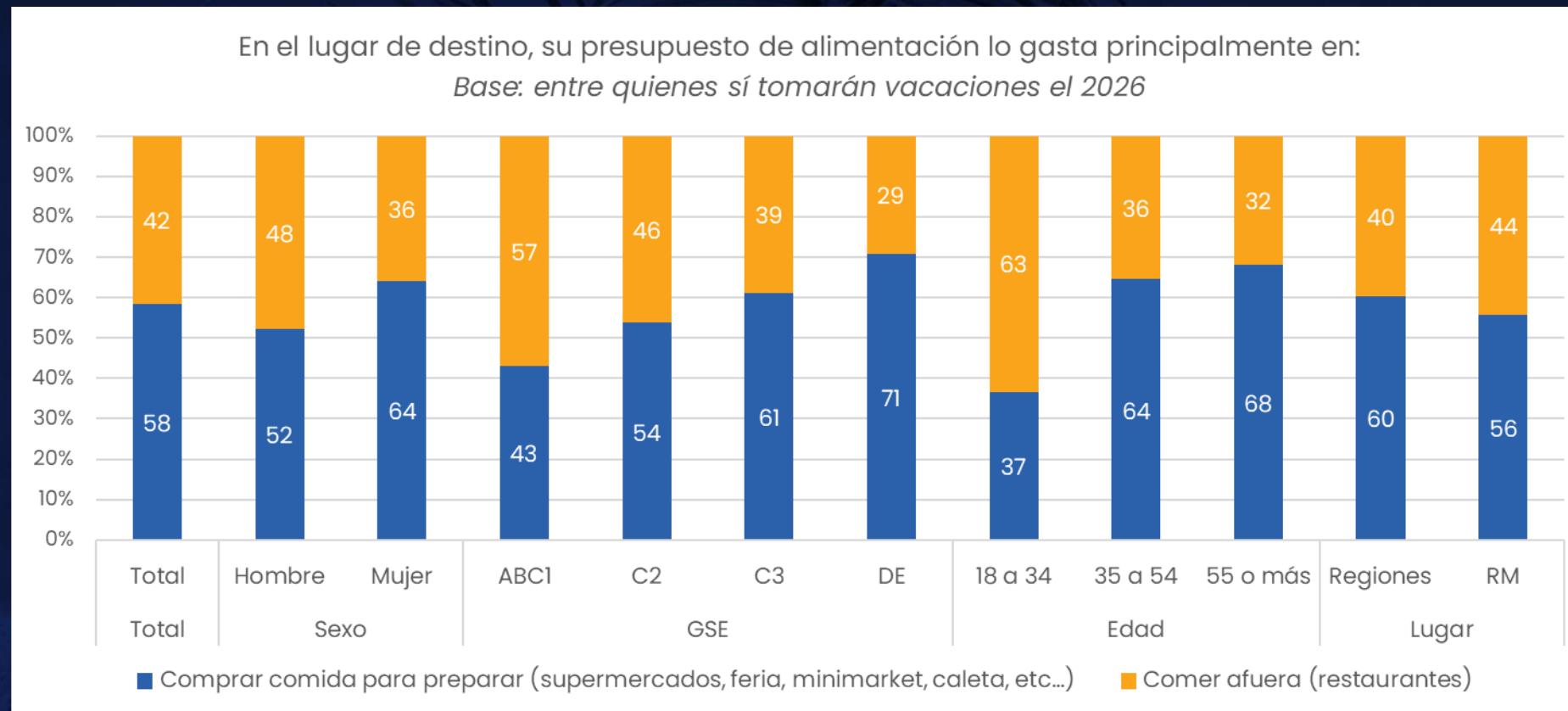
Resultados | Dónde se alimentan (Apertura)

- 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.



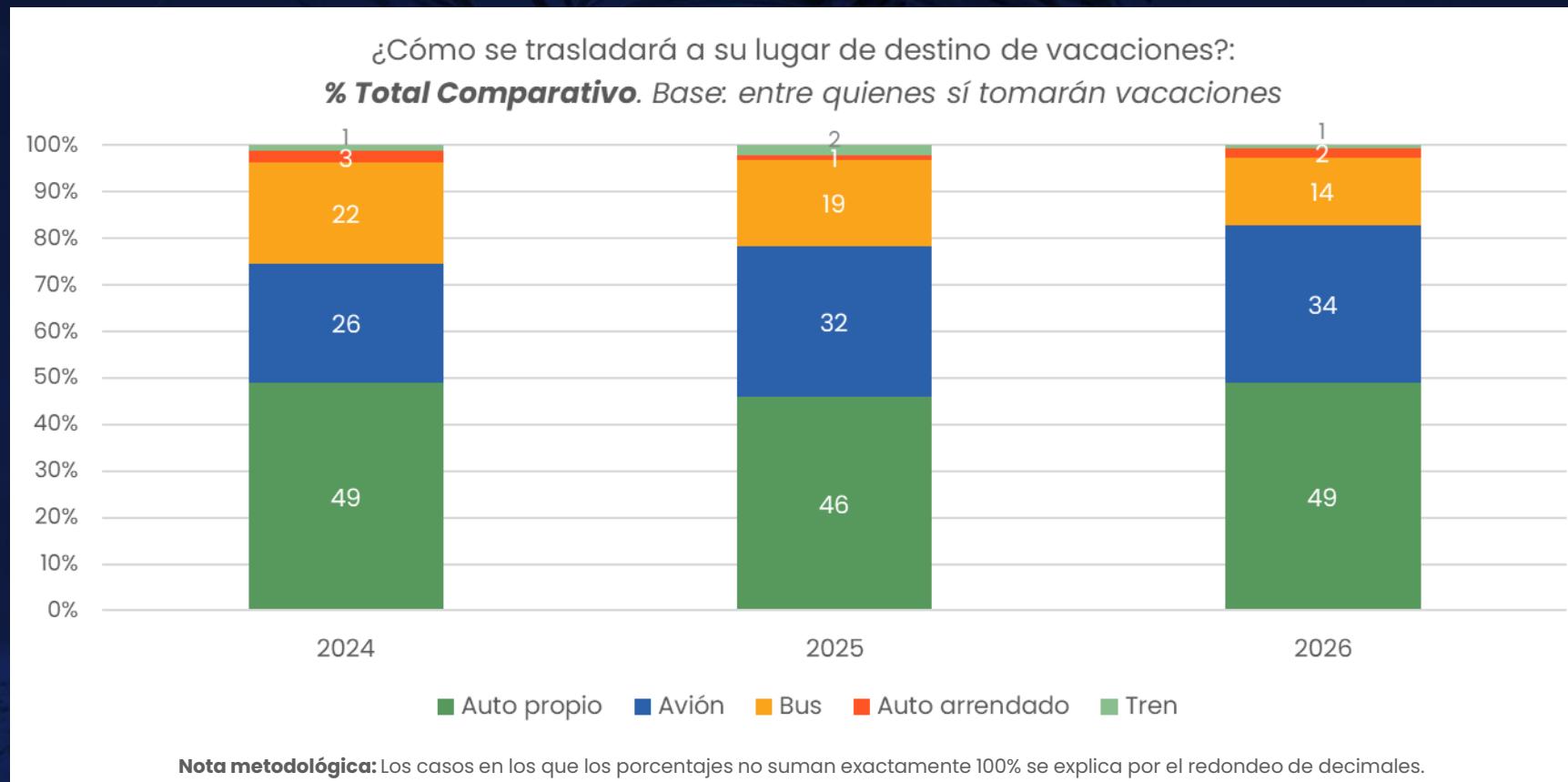
Resultados | Dónde se alimentan (Apertura)

- 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.



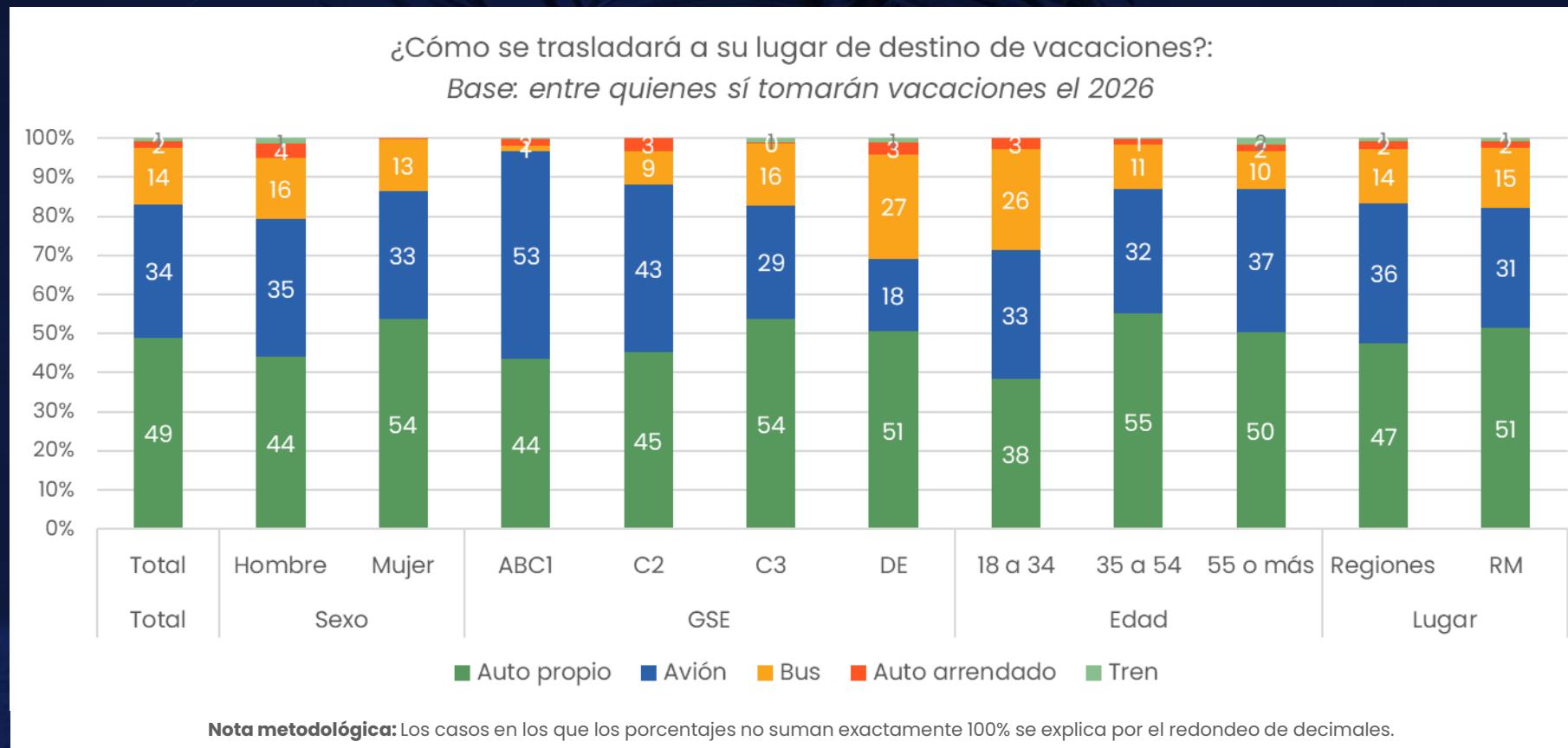
Resultados | Forma de traslado (Comparativo)

- 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.



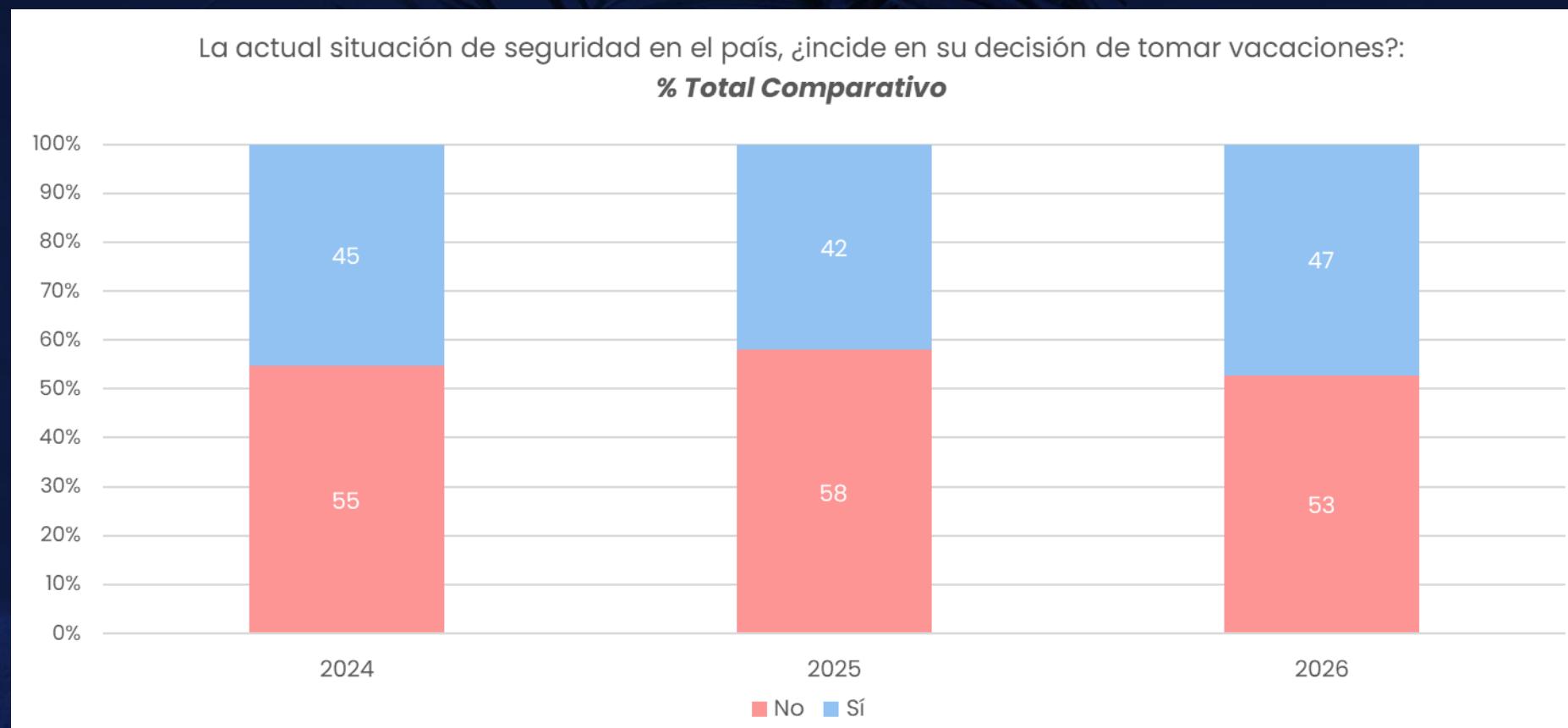
Resultados | Forma de traslado (Apertura)

- 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.



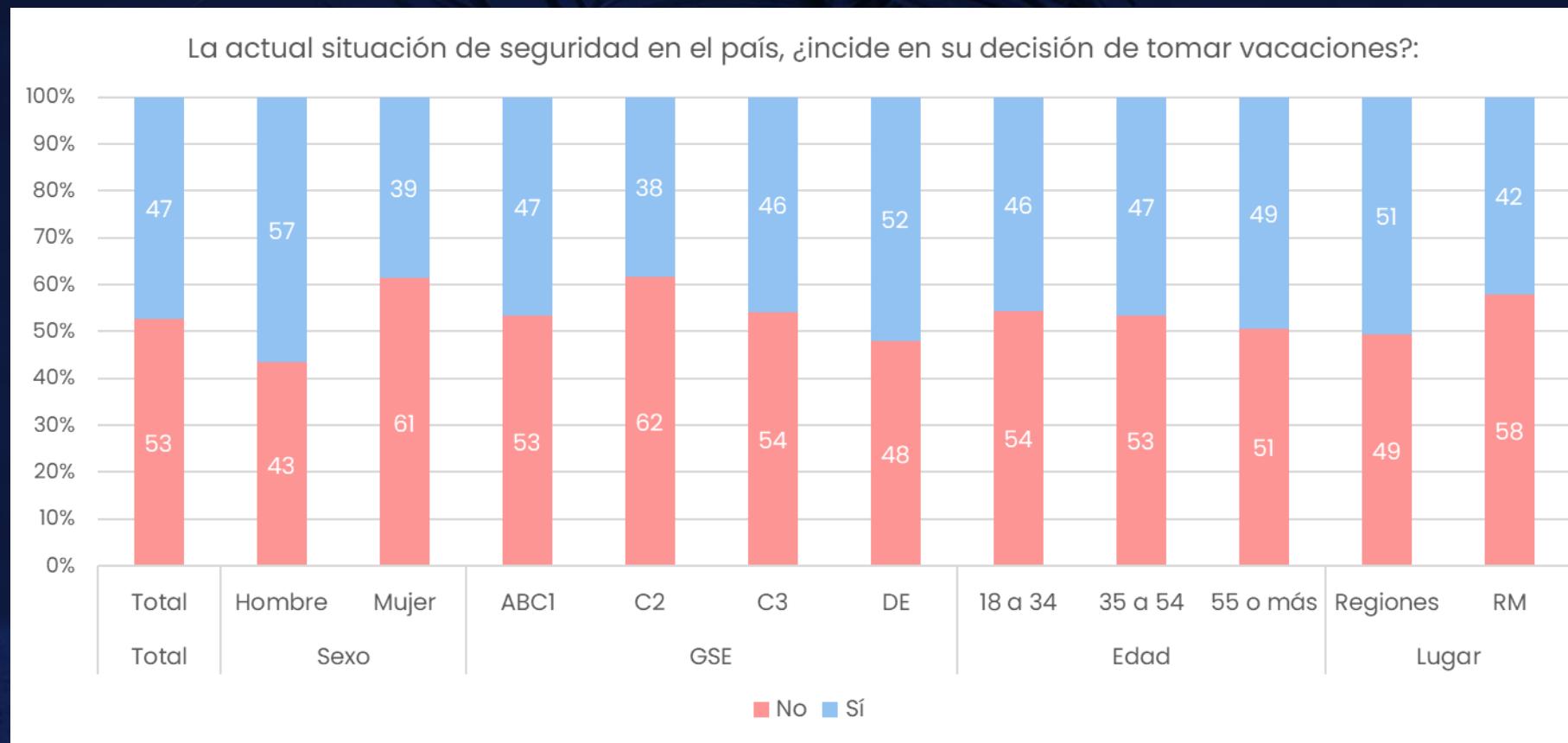
Resultados | Influencia de seguridad en vacaciones

- 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.



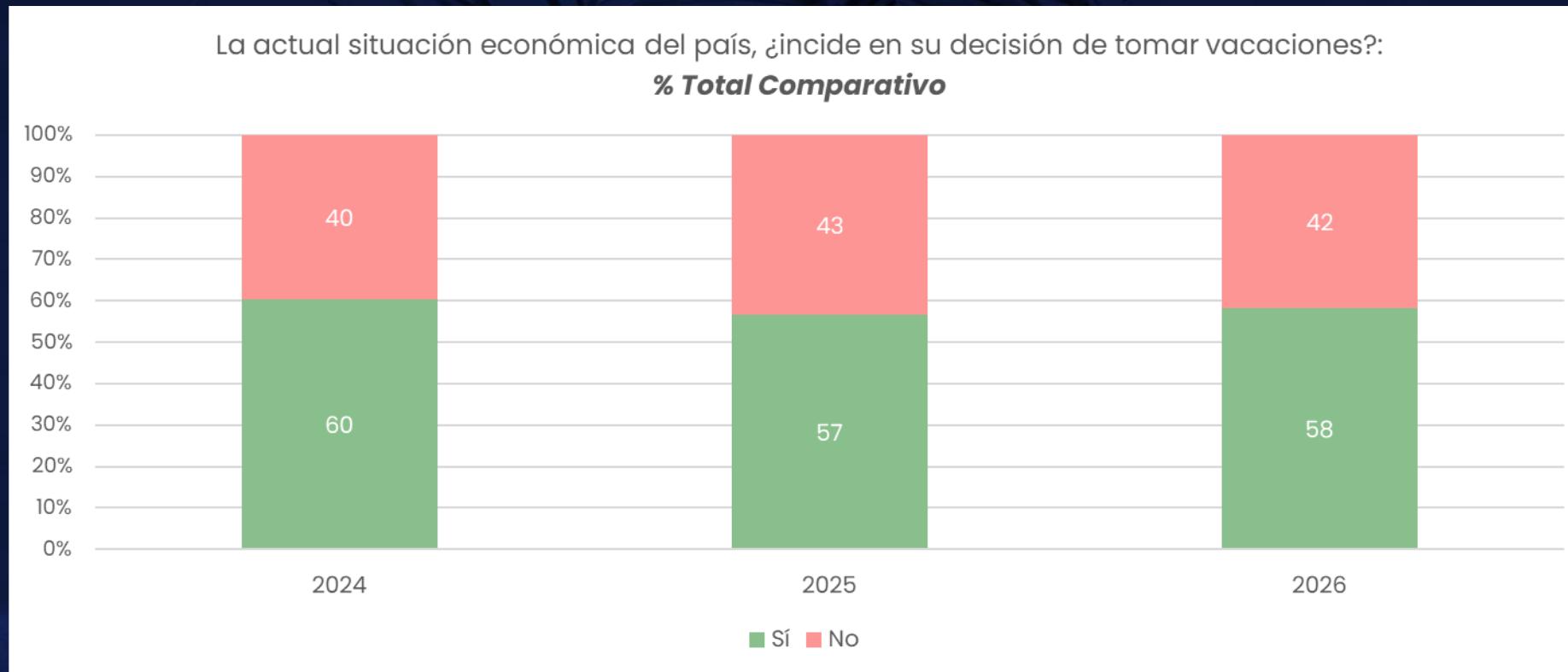
Resultados | Influencia de seguridad en vacaciones (Apertura)

- 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.



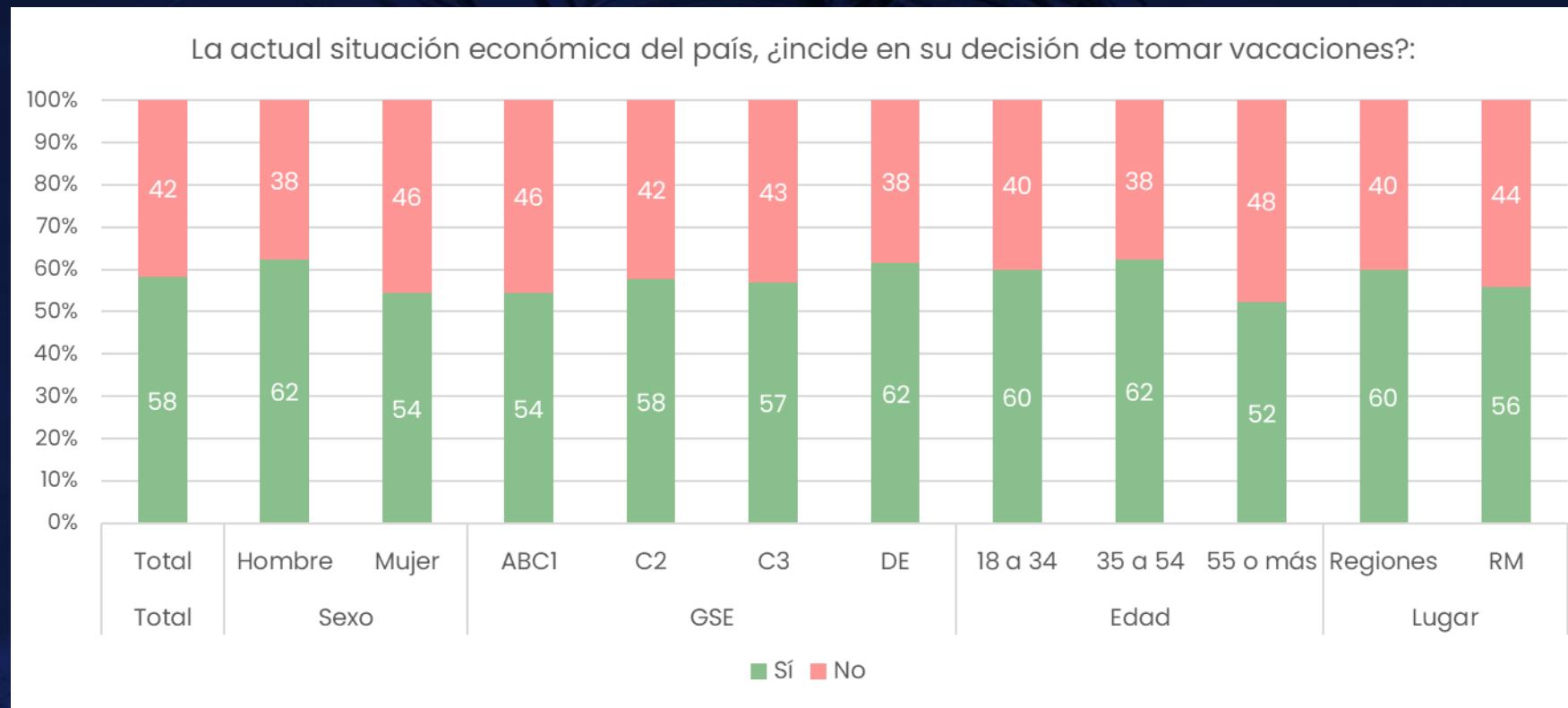
Resultados | Influencia de economía en vacaciones

- **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.





04

Hallazgos y
conclusiones



- **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%.

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, comisión 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