

2da Encuesta Nacional Ecosistema Emprendedor UGM / B&W

Centro de Innovación y Desafíos del Futuro
Universidad Gabriela Mistral

Marzo 2023



UNIVERSIDAD
Gabriela Mistral
Escribe tu futuro

BW
Black & White

01

Metodología



Tipo de estudio	Cuantitativo, no probabilístico, a través de la aplicación de encuestas online de personas registradas en el panel Black&White.																																																																																																
Panel Black&White	El panel Black&White cuenta con más de 120 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 1085 encuestas. Los resultados se ponderaron de acuerdo a los parámetros poblacionales, que son:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Metropolitana:</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%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>3%</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Hombres 35-54 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>3%</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Hombres 55 y más años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres 18-34 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>3%</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres 35-54 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>3%</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres 55 y más años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>3%</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>8%</td> <td>5%</td> <td>11%</td> <td>16%</td> <td>40%</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Regiones</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%</td> <td>1%</td> <td>3%</td> <td>6%</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Hombres 35-54 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>3%</td> <td>6%</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Hombres 55 y más años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>5%</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres 18-34 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>6%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres 35-54 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>3%</td> <td>6%</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres 55 y más años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>6%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>5%</td> <td>6%</td> <td>14%</td> <td>35%</td> <td>60%</td> </tr> </tbody> </table>	Metropolitana:	ABC1	C2	C3	D+E	TOTAL	Hombres 18-34 años	1%	1%	2%	3%	7%	Hombres 35-54 años	1%	1%	2%	3%	7%	Hombres 55 y más años	1%	1%	1%	2%	5%	Mujeres 18-34 años	1%	1%	2%	3%	7%	Mujeres 35-54 años	1%	1%	2%	3%	7%	Mujeres 55 y más años	1%	1%	2%	3%	7%	TOTAL	8%	5%	11%	16%	40%	Regiones	ABC1	C2	C3	D+E	TOTAL	Hombres 18-34 años	1%	1%	3%	6%	11%	Hombres 35-54 años	1%	1%	3%	6%	11%	Hombres 55 y más años	1%	1%	2%	5%	8%	Mujeres 18-34 años	1%	1%	2%	6%	10%	Mujeres 35-54 años	1%	1%	3%	6%	11%	Mujeres 55 y más años	1%	1%	2%	6%	10%	TOTAL	5%	6%	14%	35%	60%
Metropolitana:	ABC1	C2	C3	D+E	TOTAL																																																																																												
Hombres 18-34 años	1%	1%	2%	3%	7%																																																																																												
Hombres 35-54 años	1%	1%	2%	3%	7%																																																																																												
Hombres 55 y más años	1%	1%	1%	2%	5%																																																																																												
Mujeres 18-34 años	1%	1%	2%	3%	7%																																																																																												
Mujeres 35-54 años	1%	1%	2%	3%	7%																																																																																												
Mujeres 55 y más años	1%	1%	2%	3%	7%																																																																																												
TOTAL	8%	5%	11%	16%	40%																																																																																												
Regiones	ABC1	C2	C3	D+E	TOTAL																																																																																												
Hombres 18-34 años	1%	1%	3%	6%	11%																																																																																												
Hombres 35-54 años	1%	1%	3%	6%	11%																																																																																												
Hombres 55 y más años	1%	1%	2%	5%	8%																																																																																												
Mujeres 18-34 años	1%	1%	2%	6%	10%																																																																																												
Mujeres 35-54 años	1%	1%	3%	6%	11%																																																																																												
Mujeres 55 y más años	1%	1%	2%	6%	10%																																																																																												
TOTAL	5%	6%	14%	35%	60%																																																																																												
Error muestral	A modo de referencia, el error muestral para un 95% de confianza, es de 3,0% para una muestra total aleatoria.																																																																																																
Trabajo de campo	Entre el 15 y 19 de marzo 2023.																																																																																																

02

Resultados



2.1

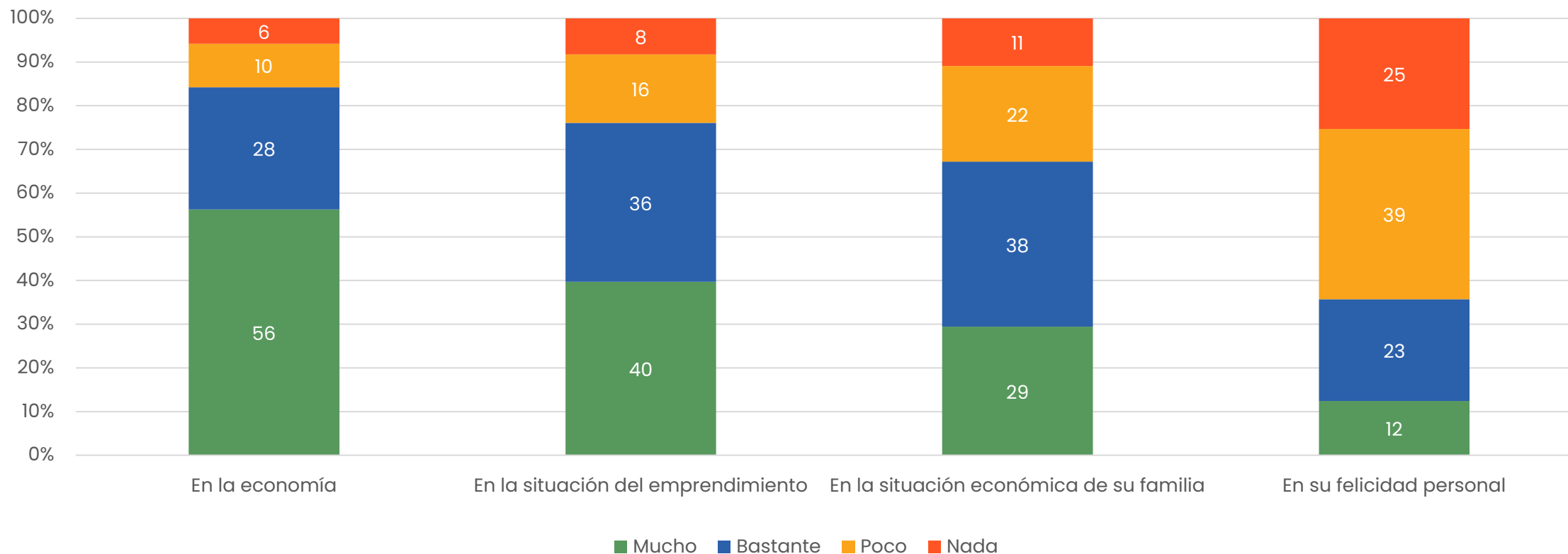
—
**Rol del
Gobierno en
crisis**



- La mayoría cree que el Gobierno influye mucho o bastante en la economía, en la situación del emprendimiento y en la situación económica de su familia.

Lea las siguientes frases y responda cuánto cree que influye el Gobierno en cada una de ellas.

% total



2.2

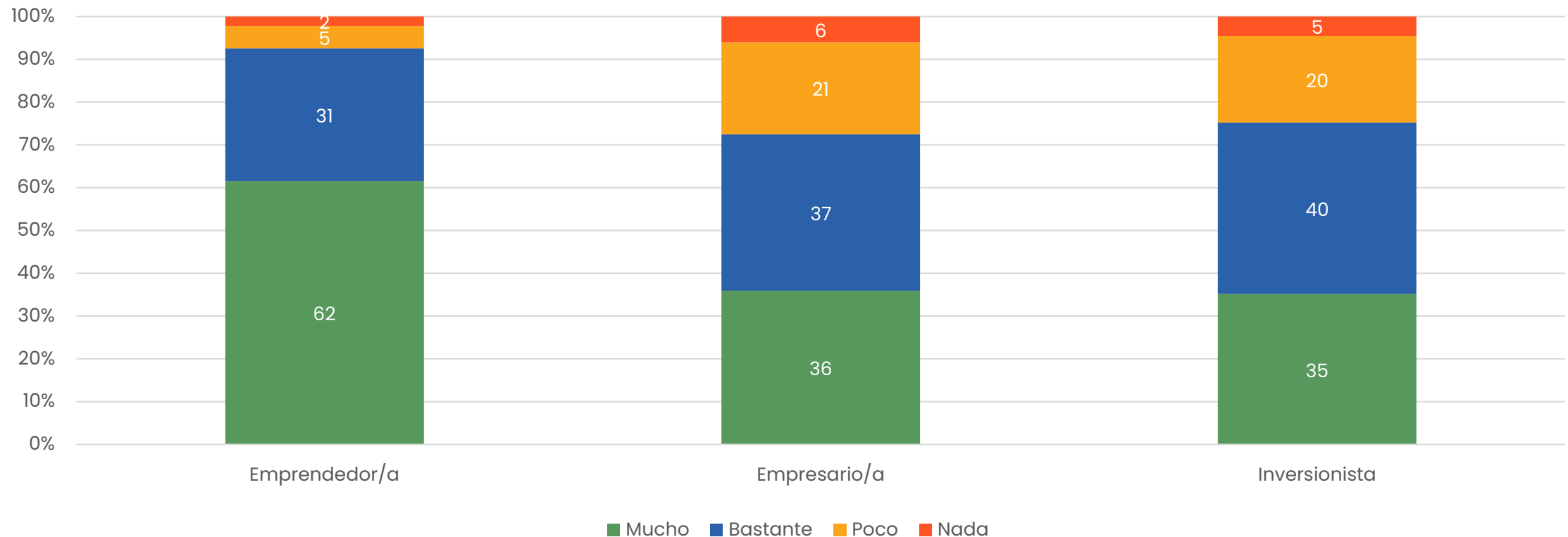
La mirada
subjetiva:
¿cómo nos
vemos?



Resultados | A quiénes valoramos: emprendedores vs empresarios e inversionistas.

- La mayoría valora mucho o bastante las tres actividades.
- El emprendimiento es la actividad más valorada, con un 62% que la valora mucho.

¿Cuánto valora las siguientes actividades?
% total

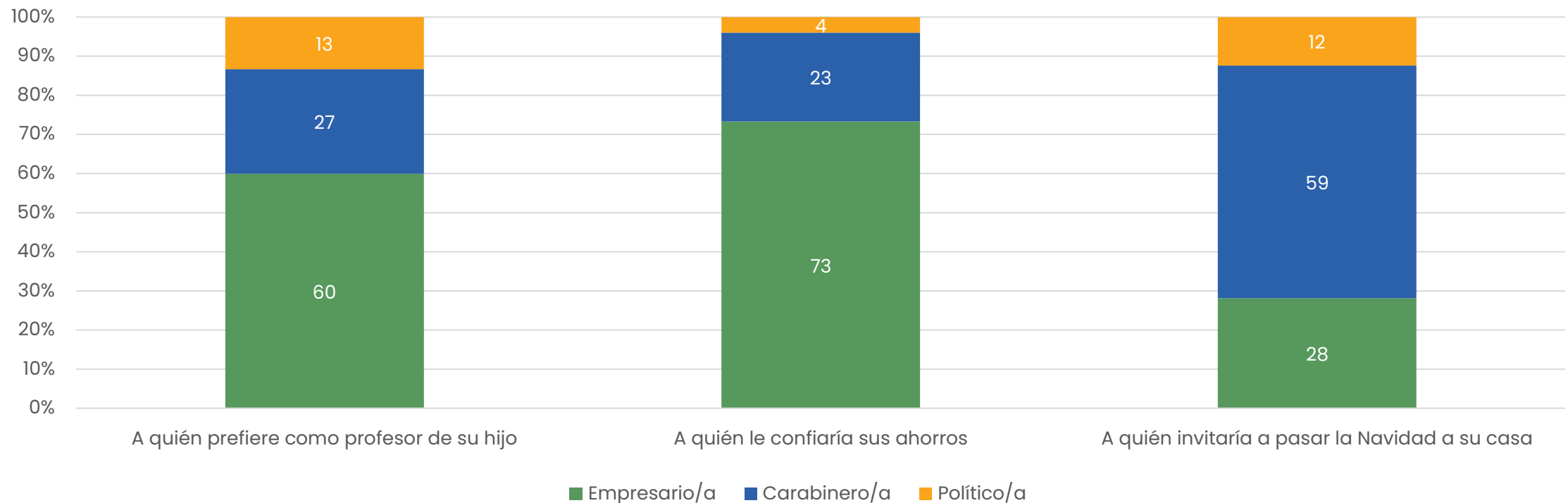


Resultados | Preferencia en situaciones hipotéticas. Profesor, ahorros y Navidad.

- La mayoría preferiría a un empresario como profesor/a de sus hijos, y le confiaría sus ahorros.
- La mayoría invitaría a un carabinero/a pasar la Navidad a su casa.

A continuación, se presentan diferentes situaciones. Indique con qué persona preferiría pasar cada una de ellas.

% total

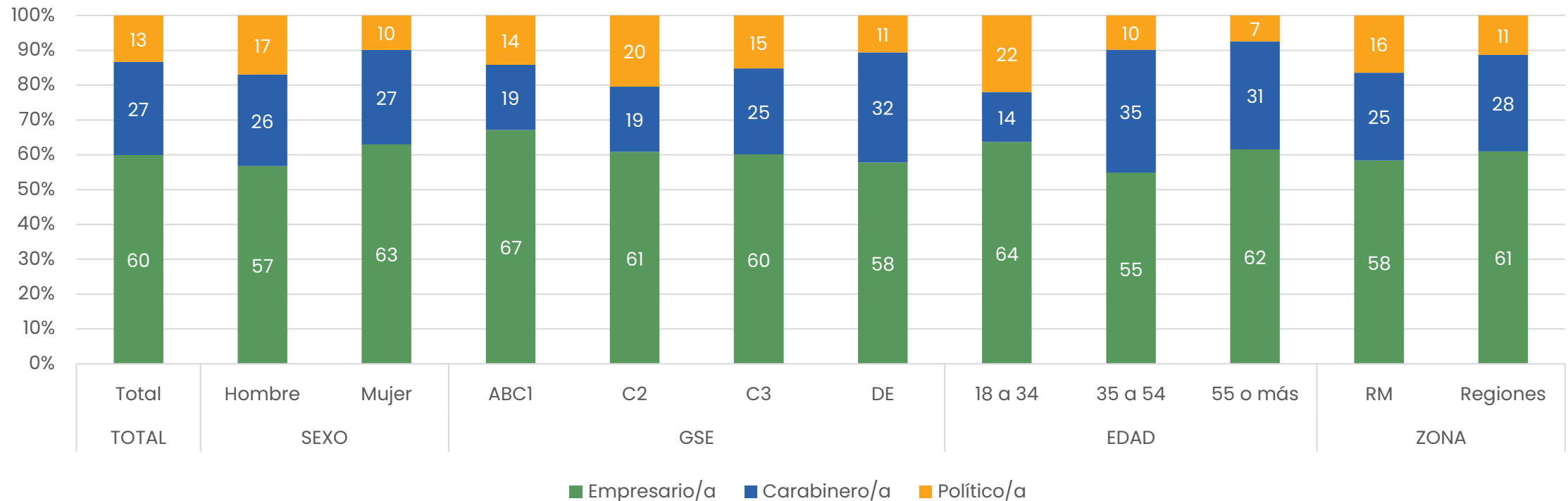


Resultados | ¿Quién prefieres cómo profesor de tú hijo/a?

- Valoración de empresarios, carabineros y políticos.
- La mayoría prefiere a un empresario como profesor de su hijo.
- Esto ocurre en todos los segmentos, especialmente entre las mujeres, a medida que aumenta el GSE y entre los mayores de 34 años.

A continuación, se presentan diferentes situaciones. Indique con qué persona preferiría pasar cada una de ellas.

% aperturas: a quién prefiere como profesor/a de su hijo/a

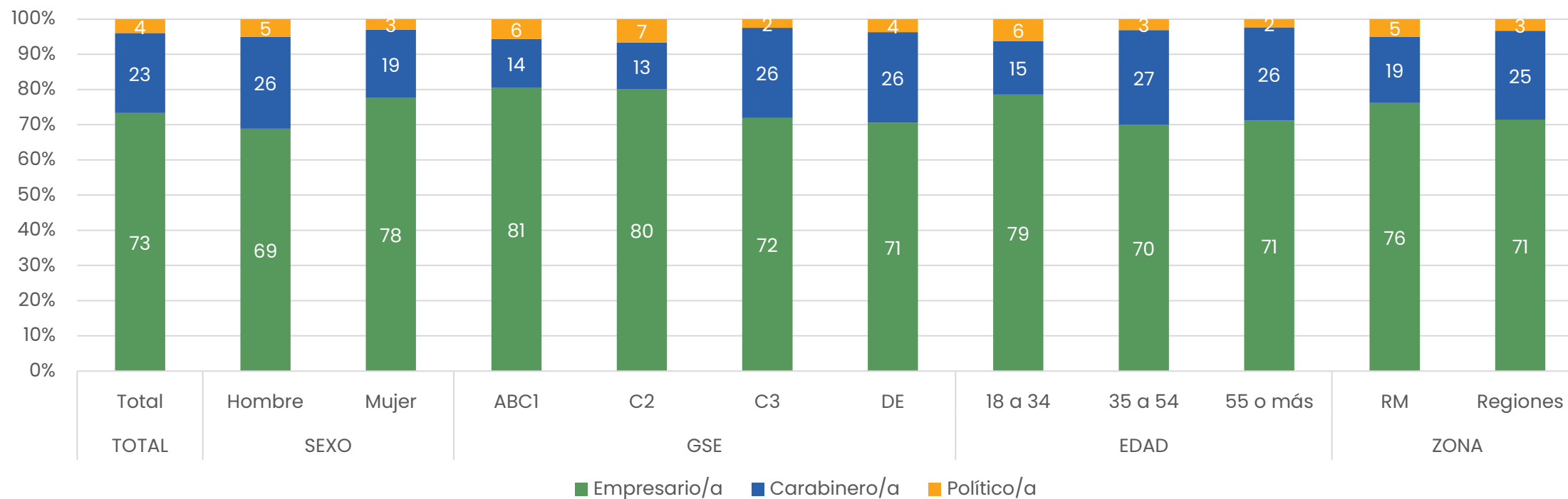


Resultados | ¿A quién le confiarías tus ahorros?

- La mayoría prefiere a un empresario para confiarle sus ahorros.
- Esto ocurre en todos los segmentos, especialmente entre las mujeres, GSE ABC1 y C2, y entre 18-34 años.

A continuación, se presentan diferentes situaciones. Indique con qué persona preferiría pasar cada una de ellas.

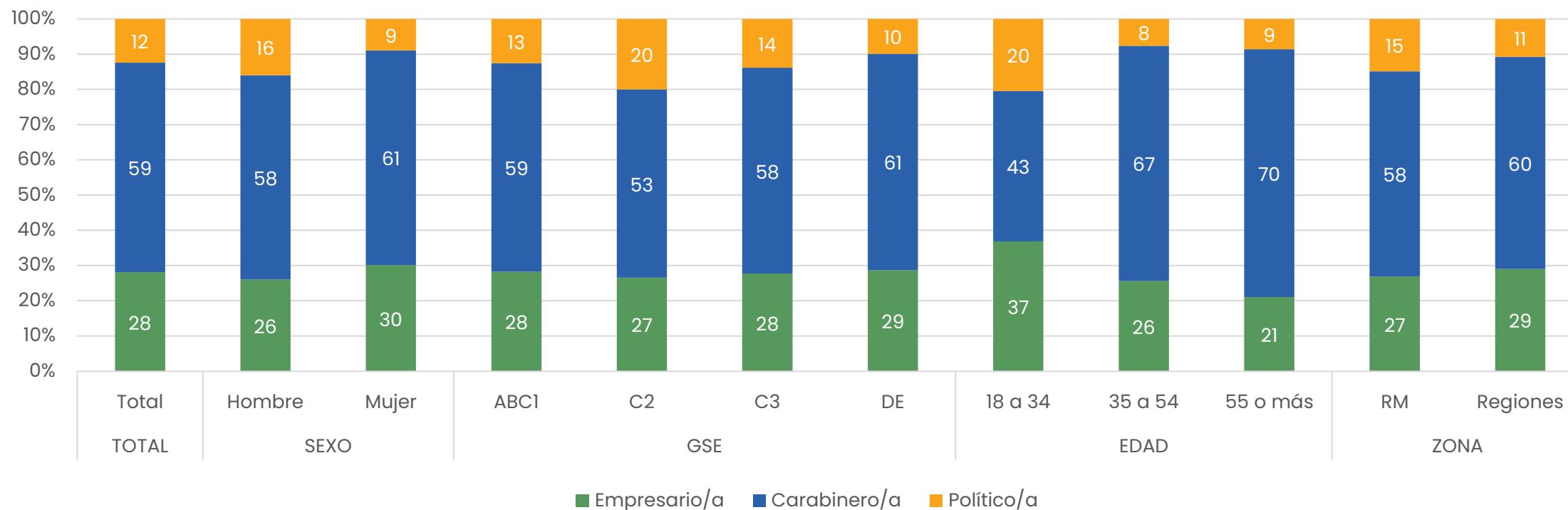
% aperturas: a quién le confiaría sus ahorros



- La mayoría invitaría a un carabinero a pasar la Navidad.
- Esto ocurre en todos los grupos, en menor medida entre los más jóvenes.

A continuación, se presentan diferentes situaciones. Indique con qué persona preferiría pasar cada una de ellas.

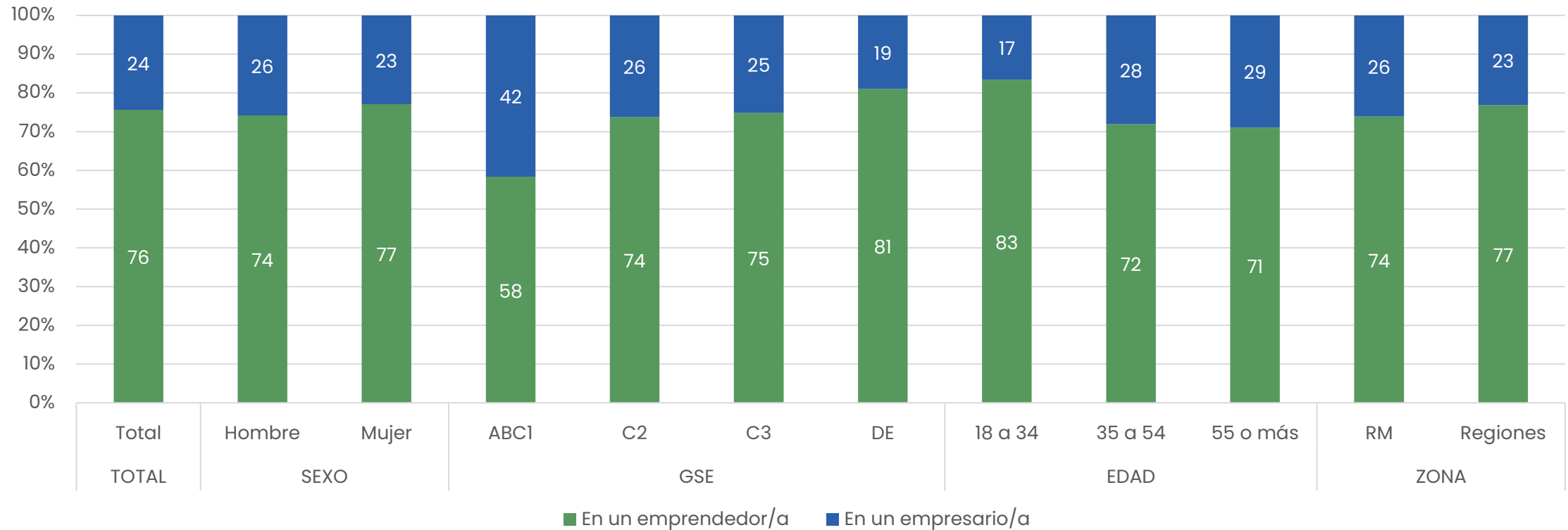
% aperturas: a quién invitaría a pasar la Navidad a su casa



Resultados | Confianza emprendedores vs empresarios

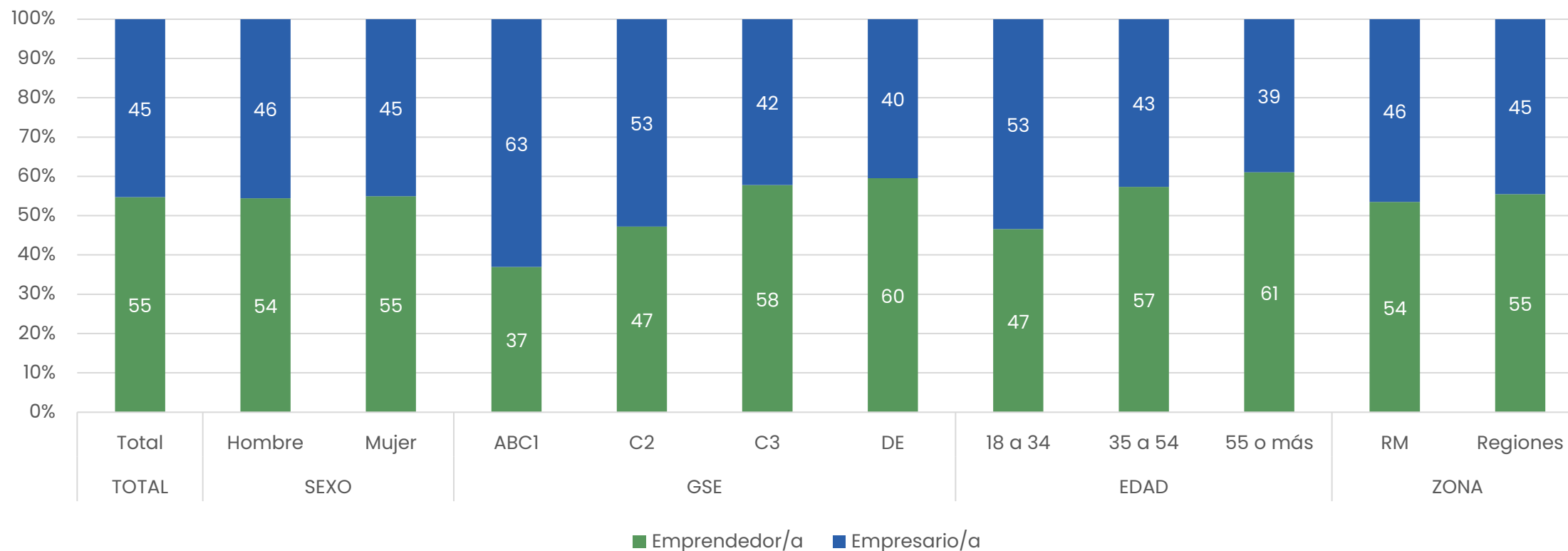
- La mayoría confía más en un emprendedor que en un empresario.
- Esto ocurre en todos los segmentos, especialmente a medida que disminuye GSE y la edad.

¿En quién confía más?
% aperturas

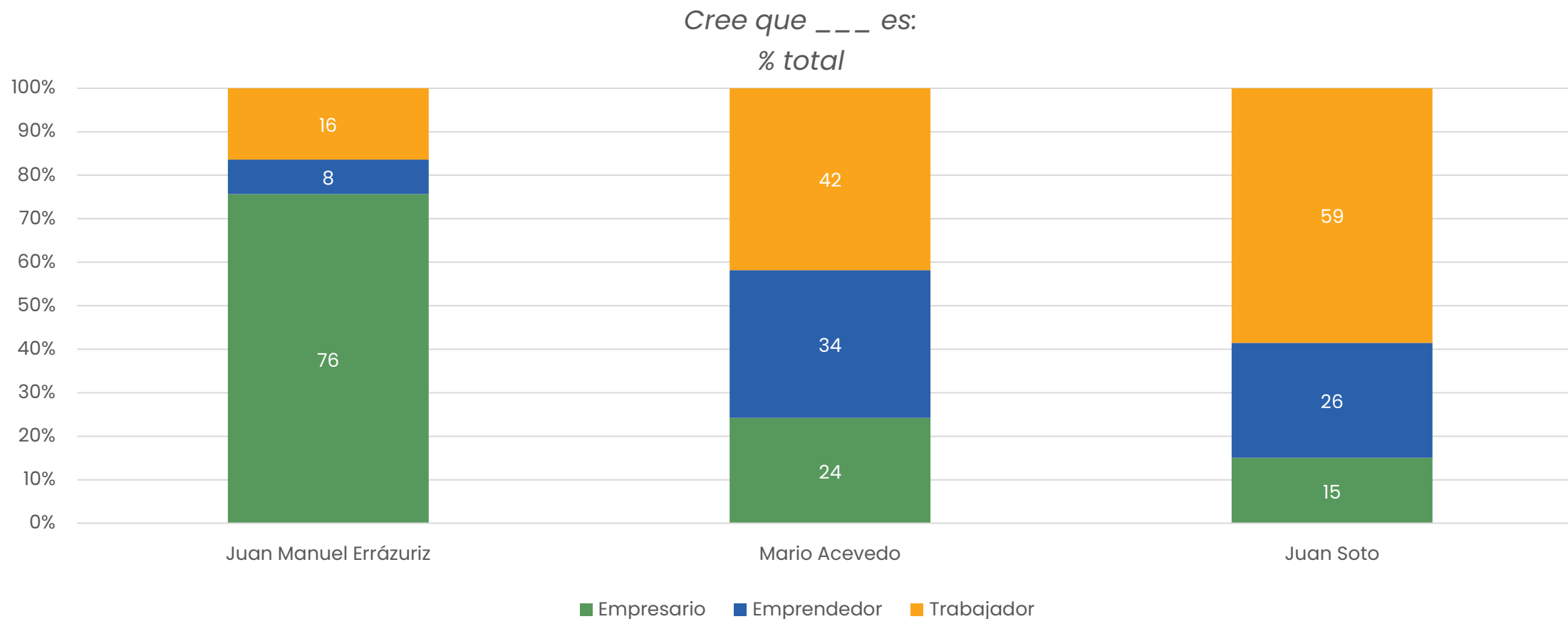


- La mayoría (55%) preferiría ser emprendedor/a.
- El sector ABC 1 prefiere ser empresario.
- Preferencia por ser emprendedor aumenta a medida que disminuye GSE y a medida que aumenta la edad.

*Entre ser empresario y emprendedor, ¿qué preferiría ser?
% aperturas*



- La mayoría (76%) cree que Juan Manuel Errázuriz es empresario.
- Una mayoría relativa (42%) cree que Mario Acevedo es trabajador, seguido de emprendedor (32%).
- La mayoría (59%) cree que Juan Soto es trabajador.



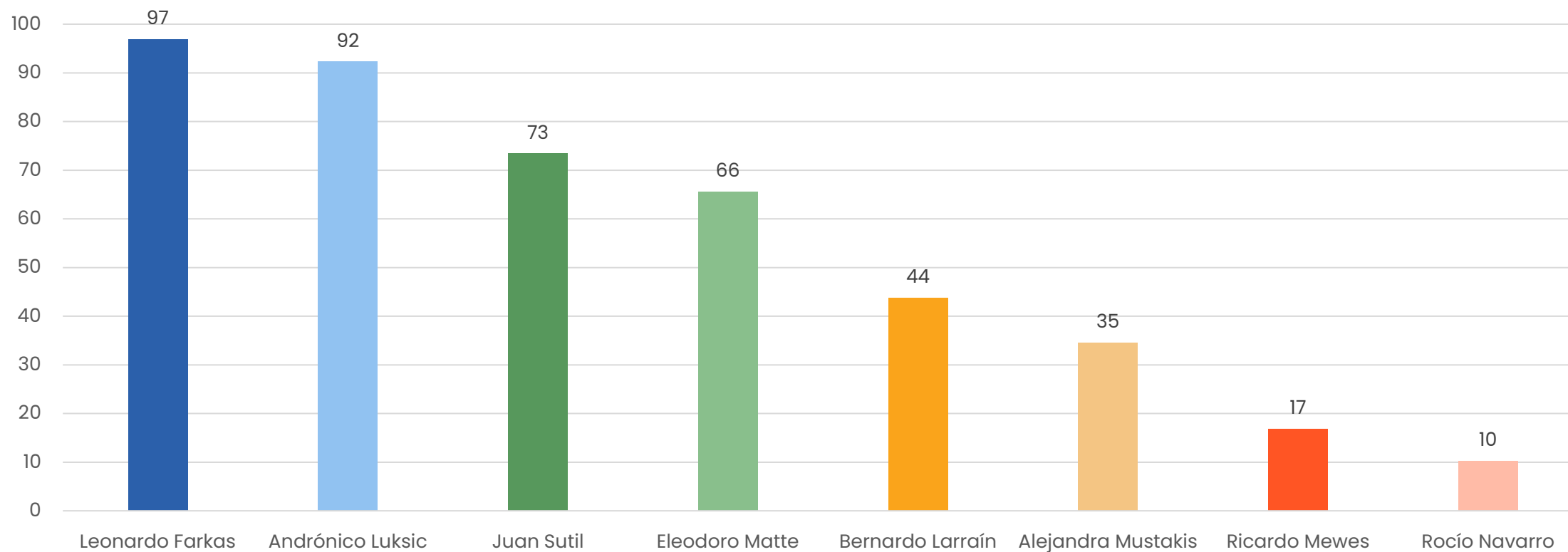
2.3

—
Conocimiento



- 97% conoce a Leonardo Farkas, 92% a Andrónico Luksic y un 73% a Juan Sutil.

*Indique si conoce o no conoce a las siguientes personas
% sí conoce*



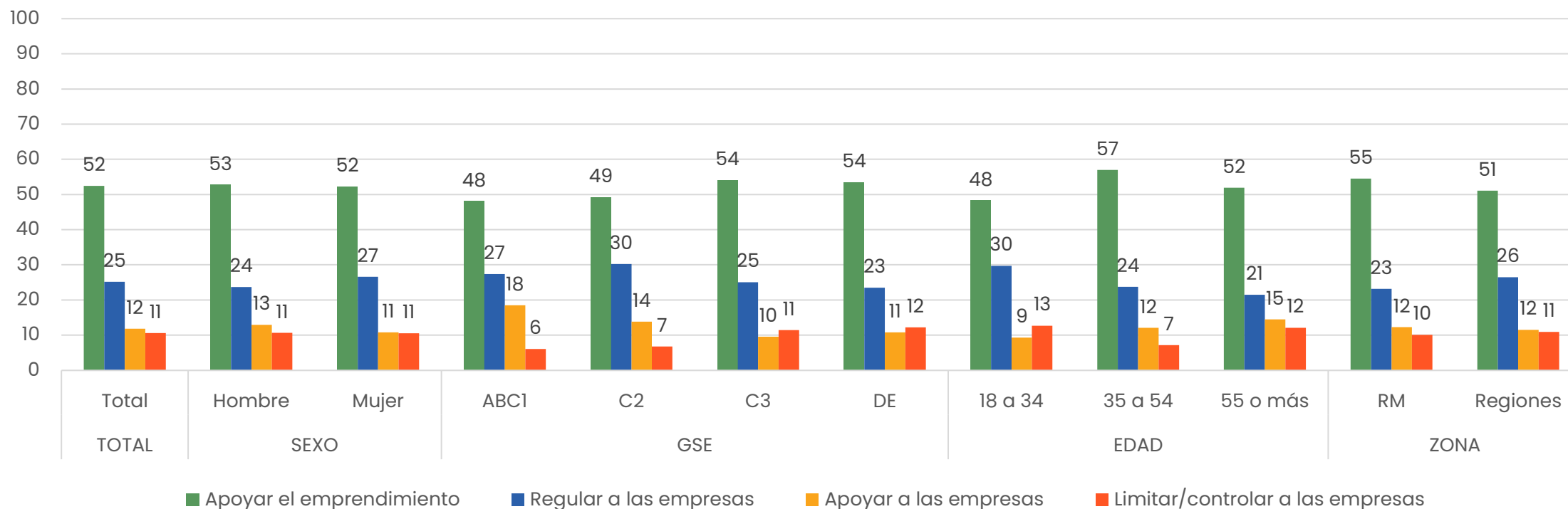
2.4

Nueva
Constitución y
emprendimiento



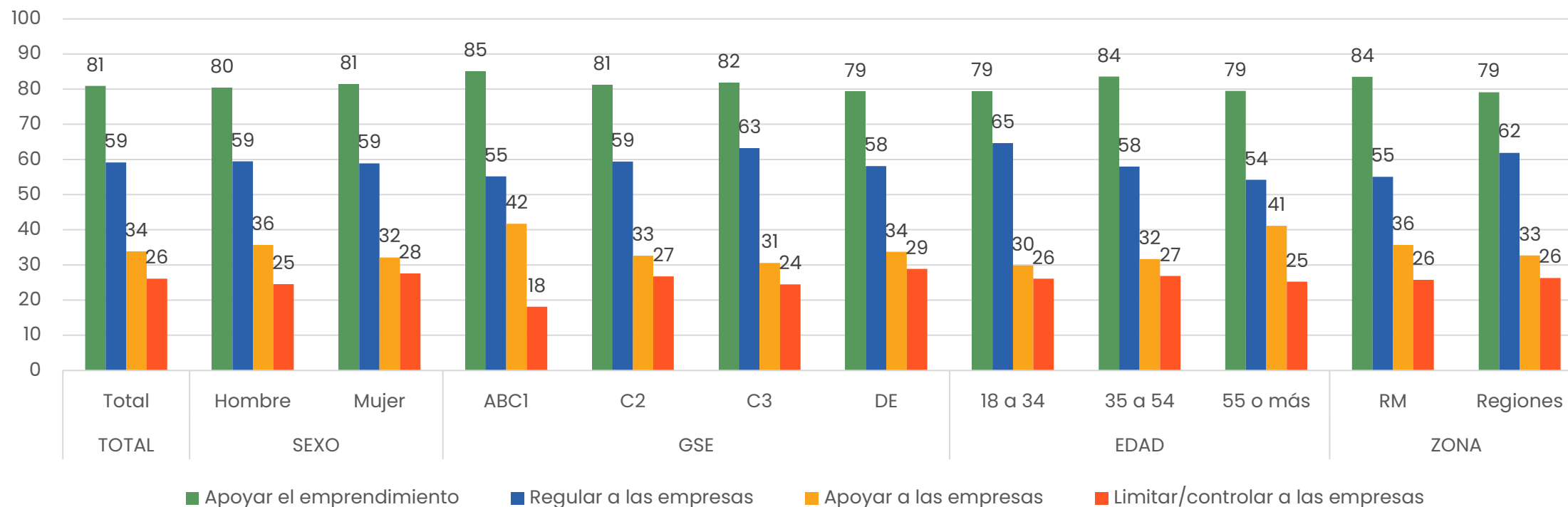
- La mayoría (52%) piensa que la primera prioridad debiera ser apoyar el emprendimiento. Le sigue regular a las empresas (25%).

*Entre las siguientes alternativas, indique las dos iniciativas más importantes que debieran establecerse en la Nueva Constitución:
% primera prioridad*



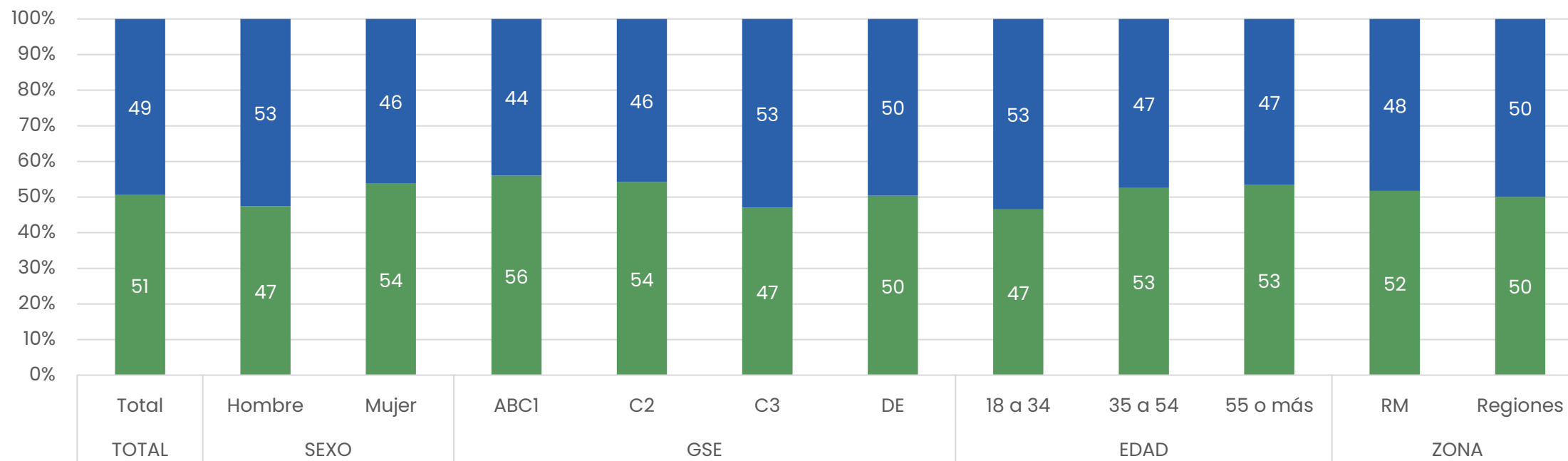
- En total menciones, la gran mayoría (81%) piensa que la prioridad debiera ser apoyar el emprendimiento.
- Esto ocurre en todos los grupos.

*Entre las siguientes alternativas, indique las dos iniciativas más importantes que debieran establecerse en la Nueva Constitución:
% prioridad total (2 menciones)*



- 51% cree que se regule y controle más al Estado, y 49% que se regule y controle más a empresas.
- Se observan tendencias similares en todos los segmentos.

*Para Ud., ¿qué importa más en una Nueva Constitución?
% aperturas*



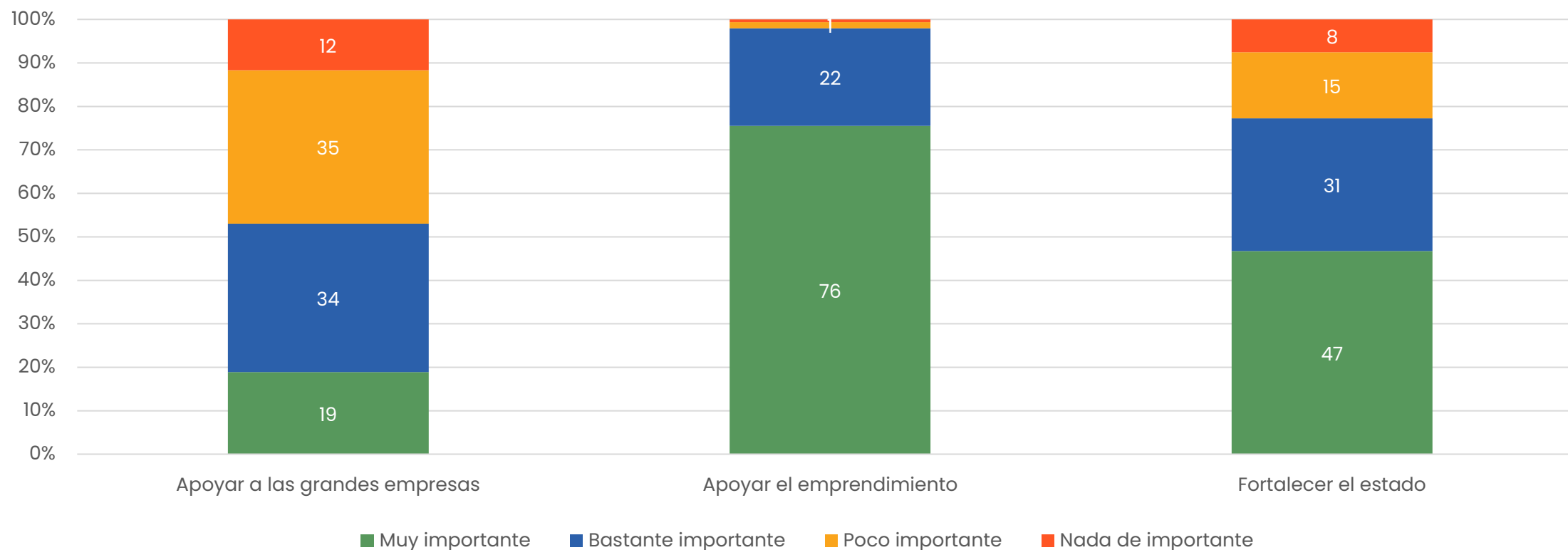
- Que se regule y/o controle más a las empresas para que no se cometan abusos, y se mejoren sus productos y servicios.
- Que se regule y/o controle más al Estado para que no se cometan abusos, y se mejoren sus productos y servicios.

Resultados | El emprendimiento como prioridad nacional

- La mayoría considera que las tres iniciativas son muy o bastante importantes.
- Apoyar el emprendimiento es la más importante, con un 76% considerándola muy importante, seguida de fortalecer el Estado con un 47%.

¿Qué tan importante cree que son las siguientes iniciativas para el futuro de Chile?

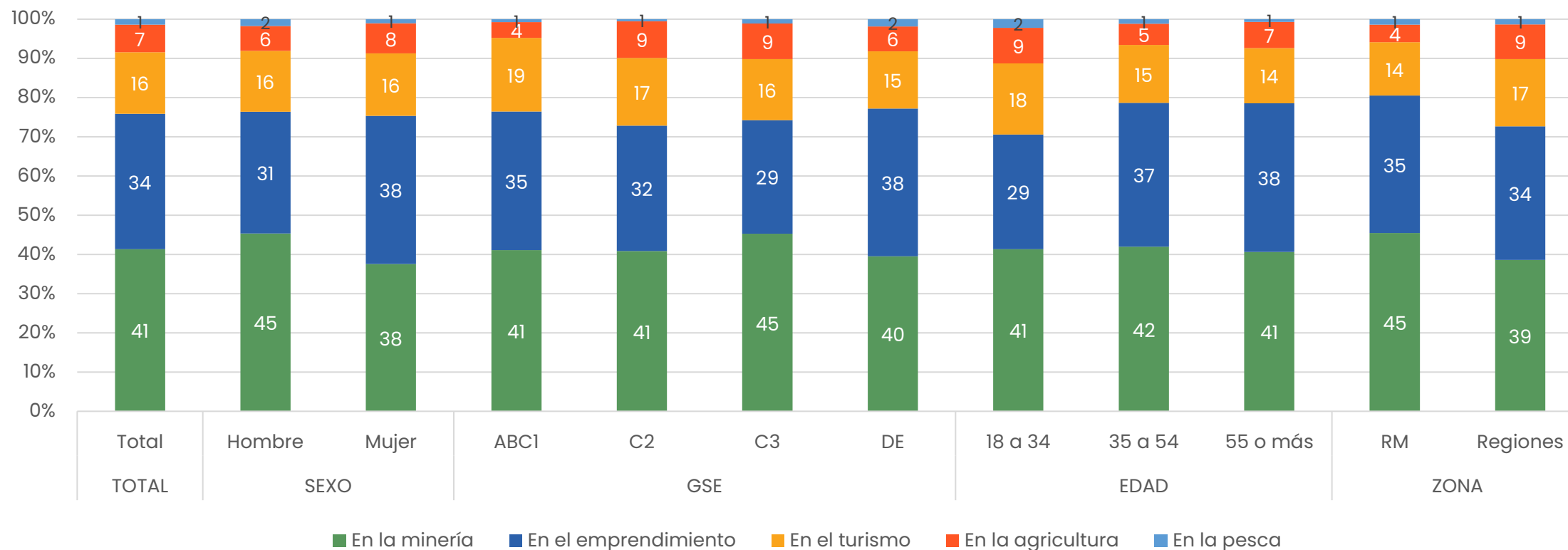
% total



Resultados | ¿Dónde están las actividades del futuro?: Minería, emprendimiento y turismo

- Un 41% dice que hay más oportunidades en minería, 34% en emprender y 16% en el turismo.
- Se observan tendencias similares en todos los segmentos.

¿Dónde cree que hay más oportunidades para el futuro de Chile?
% aperturas



2.5

Diagnóstico
Emprendimiento



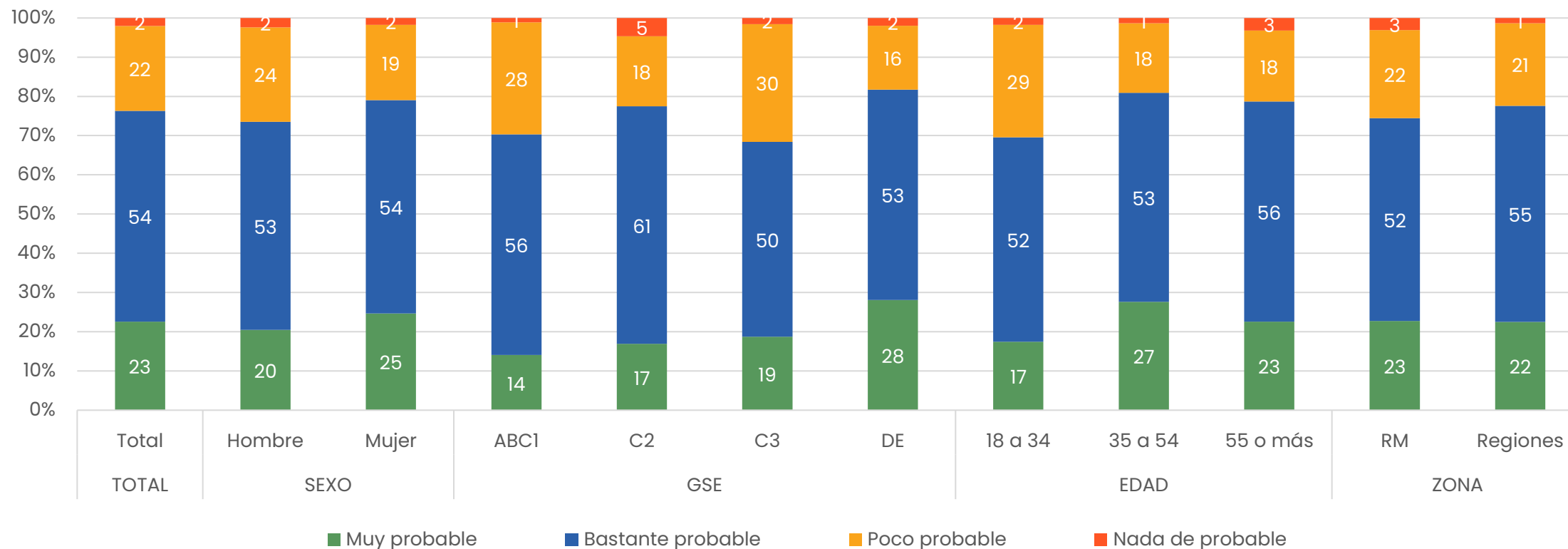
- A la gran mayoría (85%) le gustaría emprender en un futuro.
- Esto ocurre en todos los segmentos.

¿Le gustaría emprender en un futuro?
% aperturas



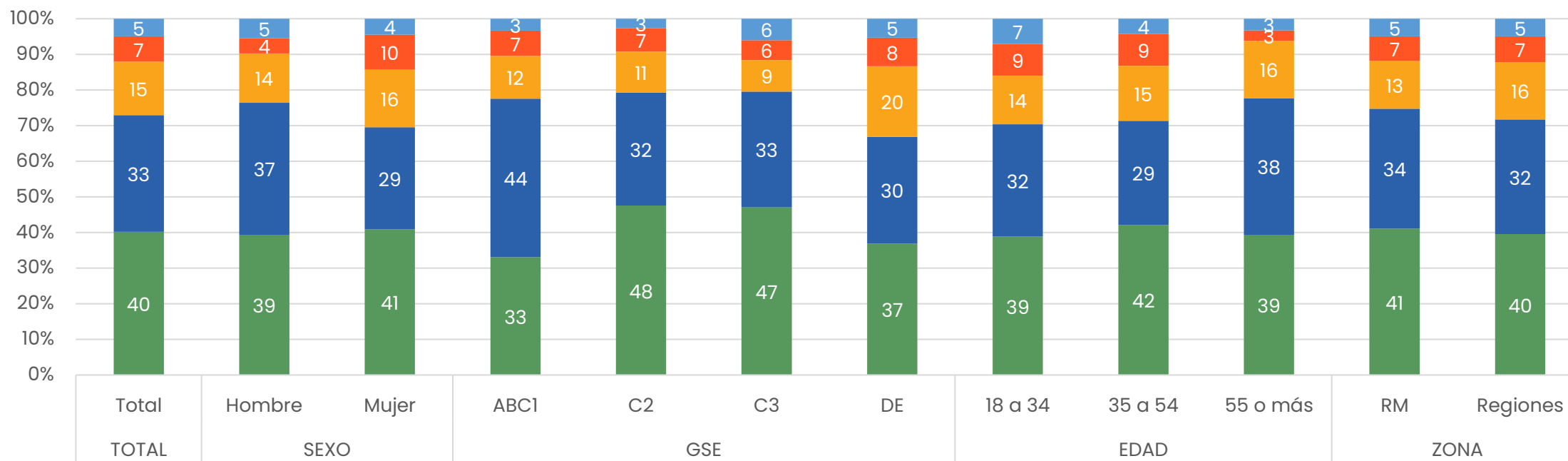
- La mayoría (77%) cree que es muy o bastante probable que le fuera bien si emprendiera.
- Esto ocurre en todos los segmentos.

Si Ud. emprendiera, ¿qué tan probable cree que es que le fuera bien?
% aperturas



- Una mayoría relativa (40%) declara que ha emprendido o emprendería para tener más ingresos.
- Salvo el ABC 1 que es por libertad.

*¿Por qué ha emprendido o emprendería? Elija las dos razones más importantes:
% primera prioridad*



■ Para tener más ingresos
■ Para tener horarios libres

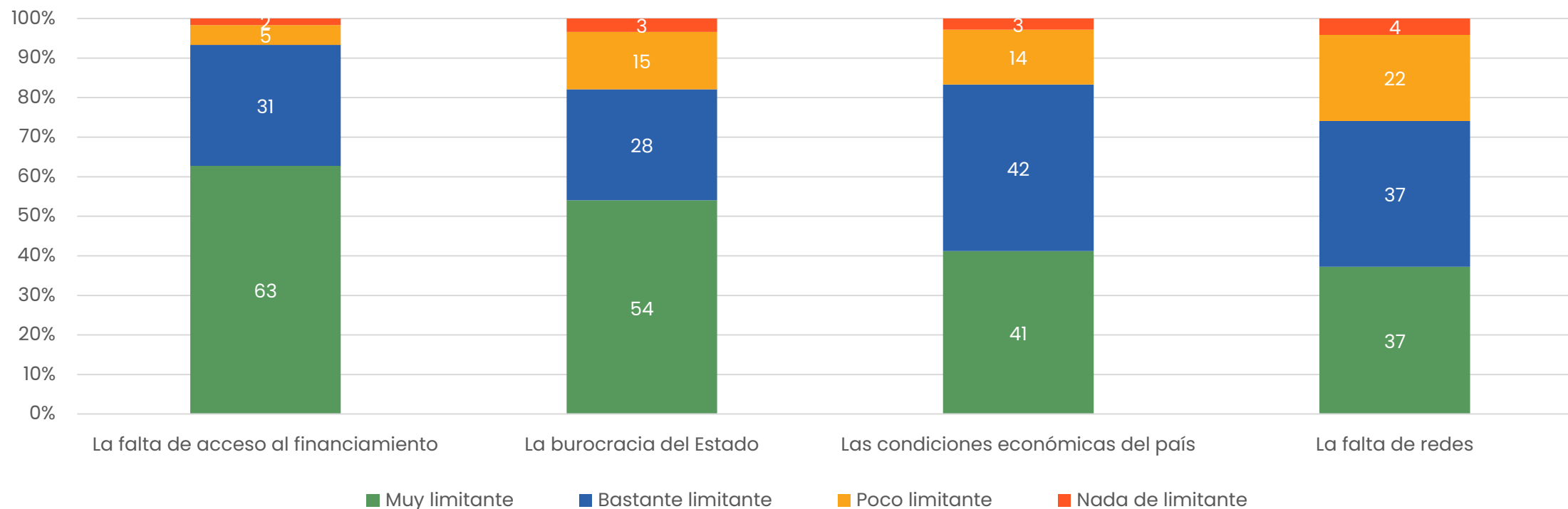
■ Para hacer el proyecto que yo quiero
■ Para no tener jefes

■ Por falta de oportunidades laborales

- La mayoría considera que todos los factores son bastante o muy limitantes.
- Un 63% cree que la falta de acceso a financiamiento es muy limitante, 54% la burocracia del Estado, y 41% las condiciones económicas del país.

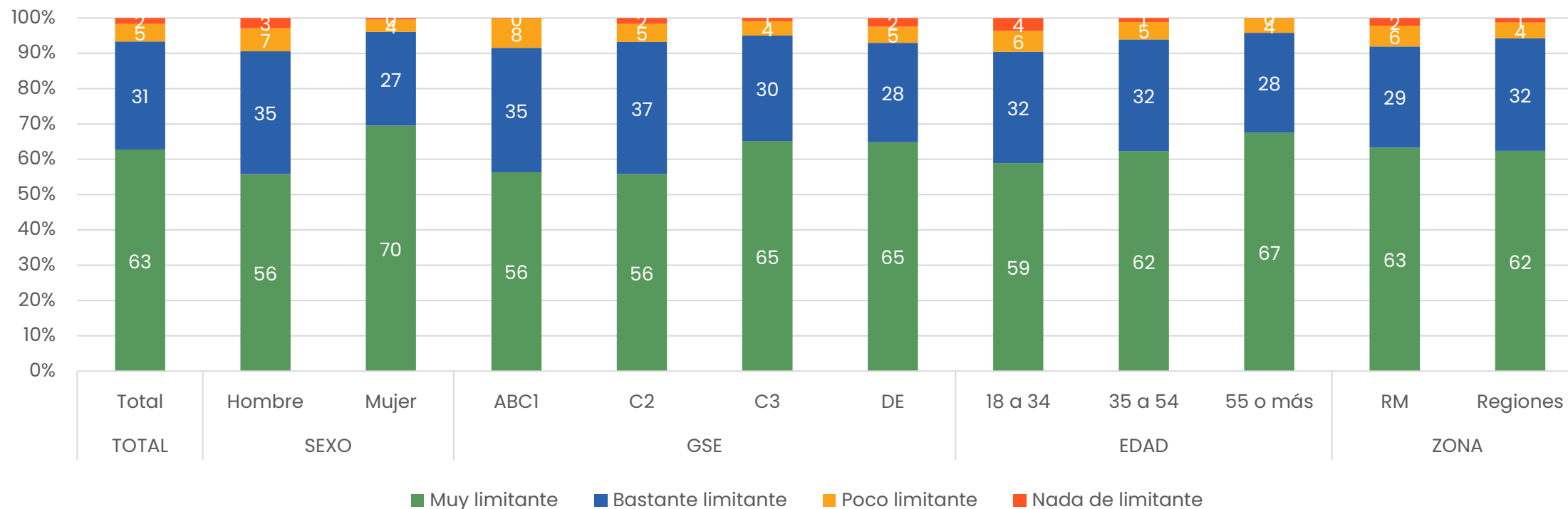
Independiente de si ha emprendido o no, indique qué tan limitantes percibe Ud. los siguientes factores a la hora de emprender.

% total



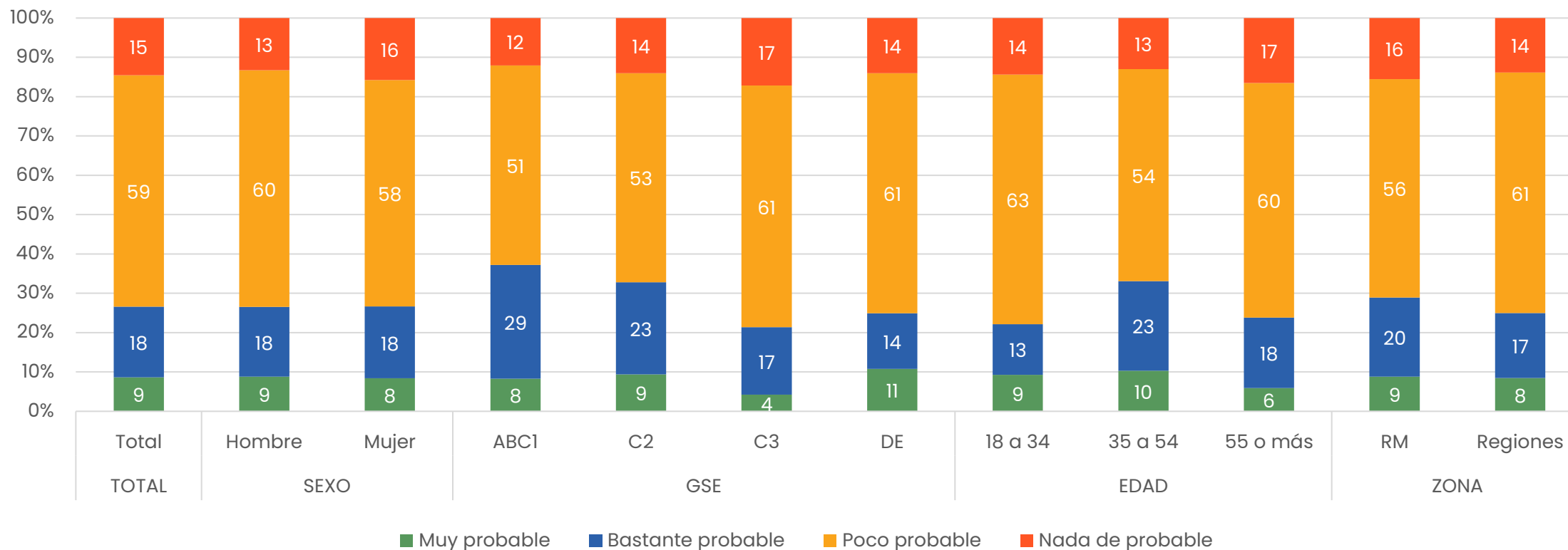
- Percepción de falta de acceso a financiamiento como limitación aumenta entre mujeres, a medida que disminuye el GSE, y a medida que aumenta la edad.

*Independiente de si ha emprendido o no, indique qué tan limitantes percibe Ud. los siguientes factores a la hora de emprender.
% la falta de acceso al financiamiento*



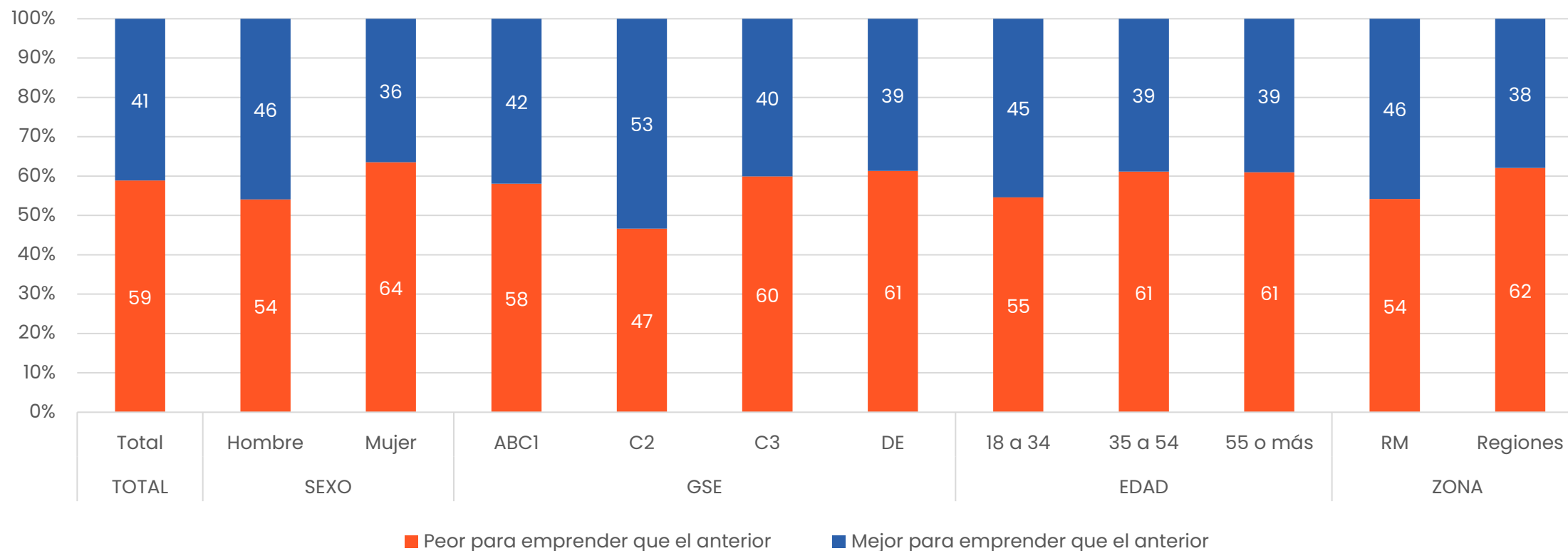
- **La mayoría (74%) cree que es poco o nada probable conseguir financiamiento para emprender.**
- **Esto ocurre en todos los segmentos, especialmente en los GSE más bajos, y entre personas que tienen entre 35 y 54 años.**

Si Ud. quisiera emprender, ¿Cuán probable es que Ud. consiguiera recursos para emprender este año? % aperturas



- Un 59% cree que este año es peor para emprender que el anterior, y un 41% que es mejor.
- Más mujeres creen que es peor. Más personas GSE C2 creen que es mejor.

*Ud. cree que este año es:
% aperturas*



2.6

¿Cómo nos
gastamos
nuestros
recursos?

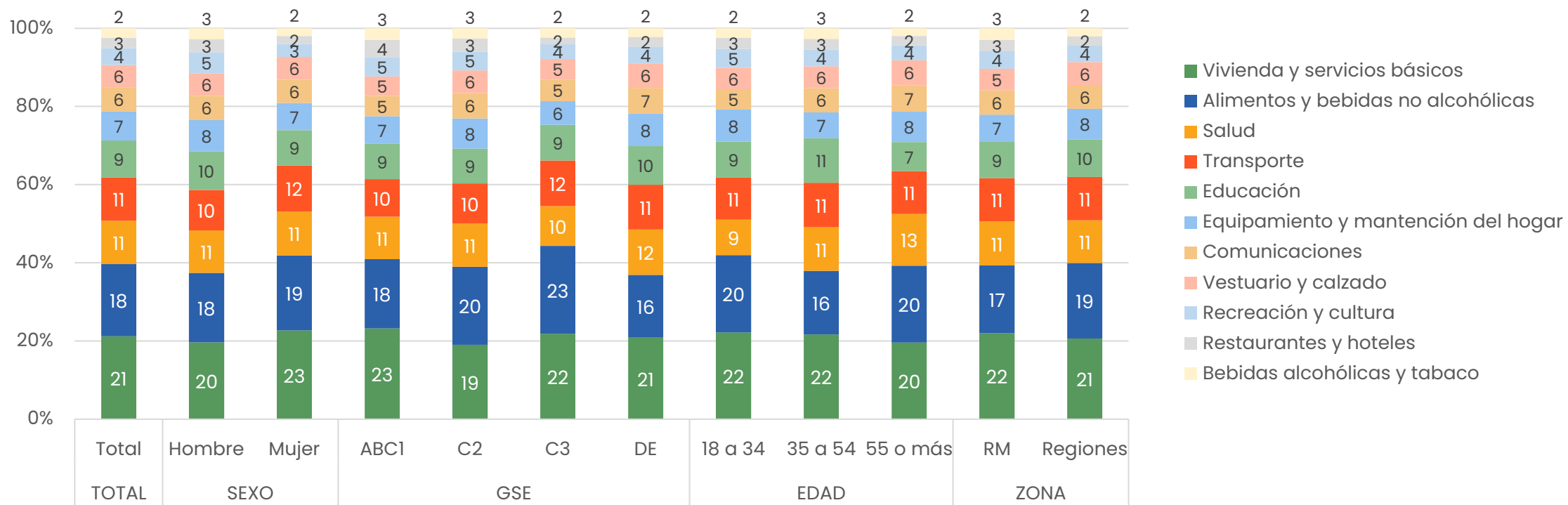


Resultados | Gasto mensual, ¿en qué se va?: La vivienda y comer.

- 21% del gasto mensual se destina a vivienda y servicios básicos, 18% a alimentos, 11% a salud y 11% a transporte.
- Se observan tendencias similares entre segmentos, con GSE C3 gastando un poco más en alimentos.

Suponga que Ud. gasta 100 pesos para cubrir sus gastos mensuales. Cuánto de este monto gasta en cada una de las siguientes categorías

% aperturas

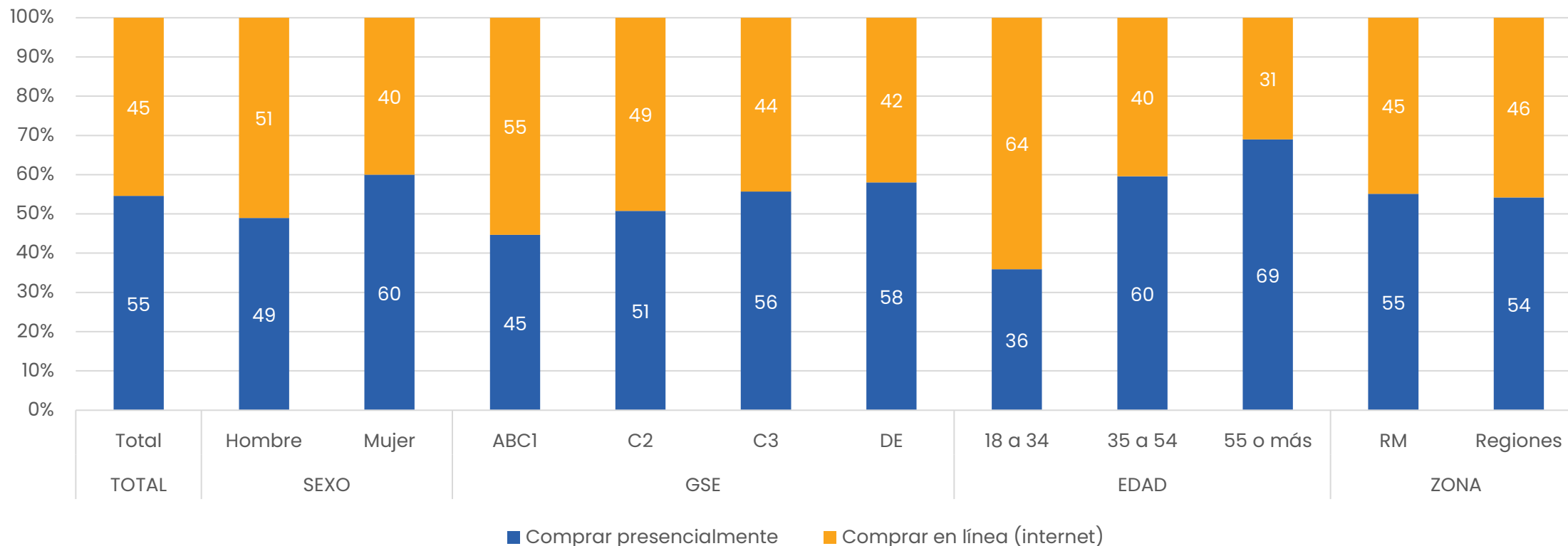


Resultados | ¿Dónde compramos?

La irrupción del e-commerce

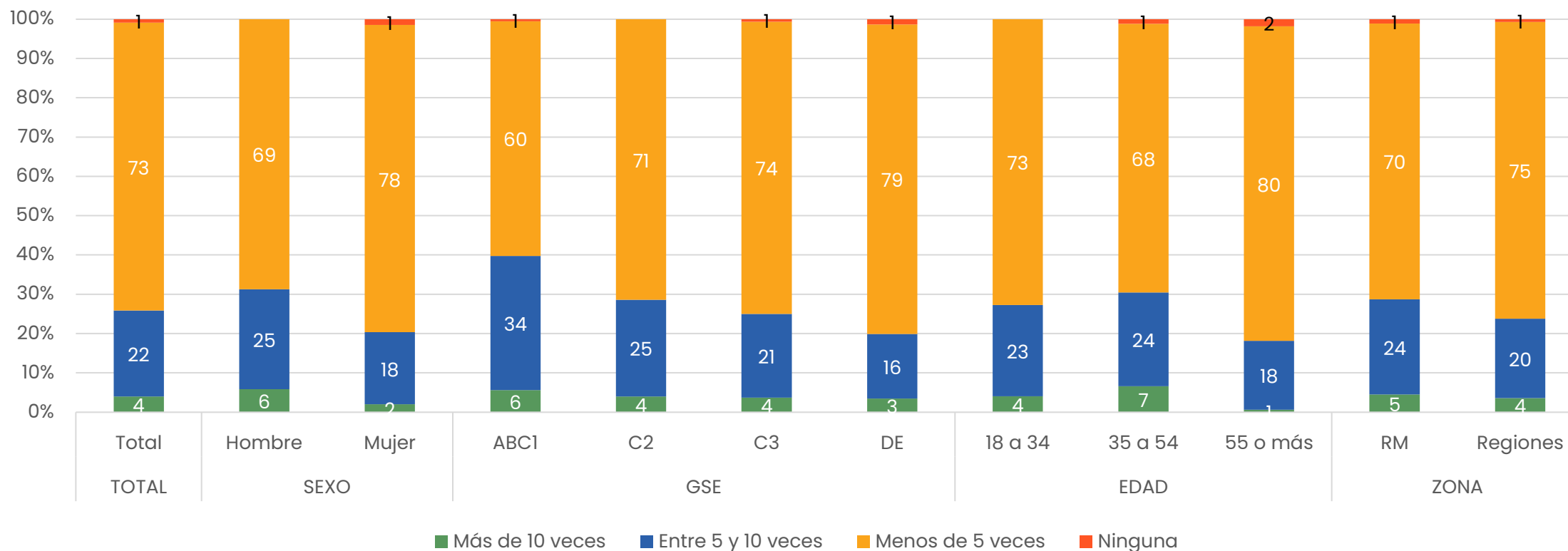
- 55% prefiere compras presenciales, y 45% en línea.
- Preferencia por compras presenciales aumenta entre mujeres, a medida que disminuye el GSE, y a medida que aumenta la edad.

*Pensando en modalidades de compra, Ud. prefiere:
% aperturas*



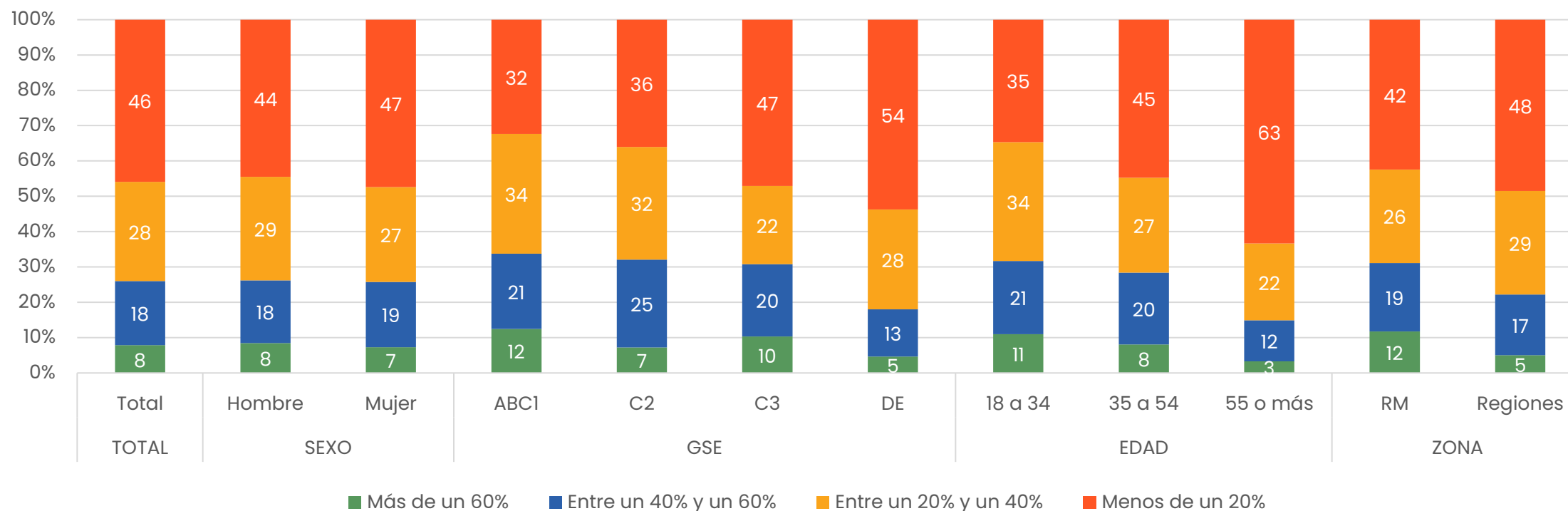
- Un 73% ha comprado menos de 5 veces por internet en el último mes, seguido de un 22% entre 5 y 10 veces, y 4% más de 10 veces.
- Los hombres menores de 55 años compran más por Internet.

¿Aproximadamente cuántas veces compró por internet en el último mes?
% aperturas



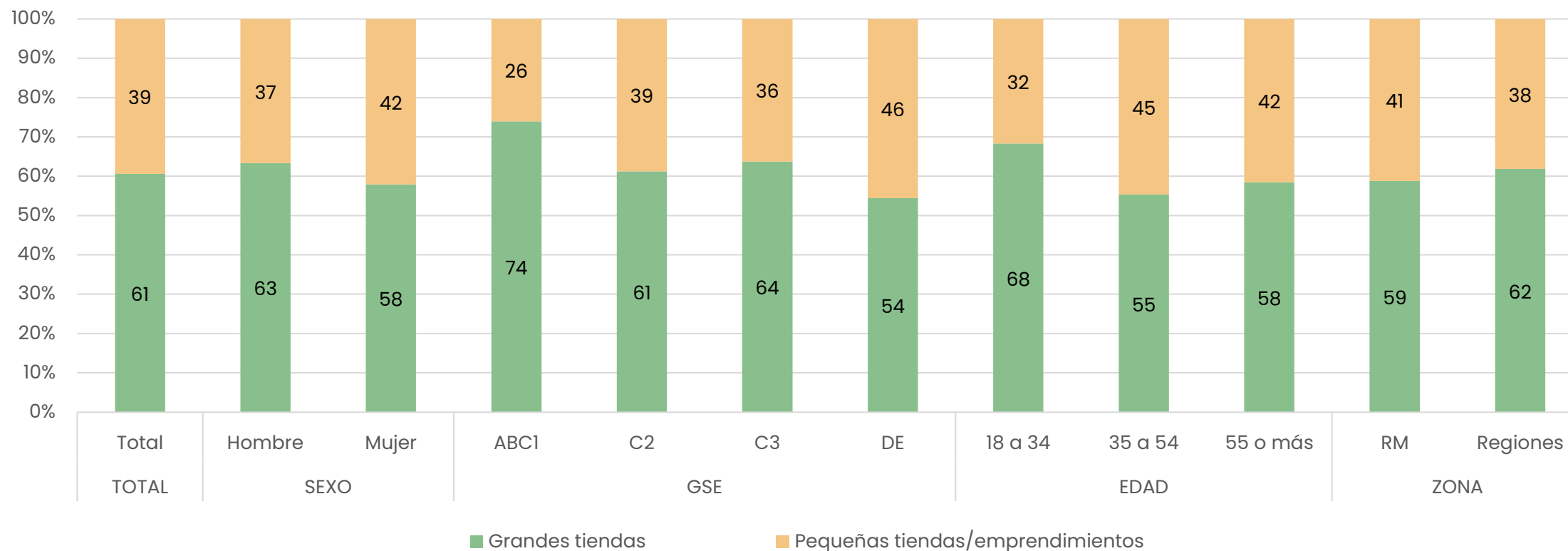
- **46% compra menos de un 20% por internet, 28% entre un 20% y un 40% y 18% entre un 40% y 60%.**
- **La proporción de compras en línea disminuye a medida que disminuye GSE y a medida que aumenta la edad.**

Ahora, pensando en la cantidad de productos y servicios, ¿cuánto de todo lo que compra, lo compra por internet?
% aperturas



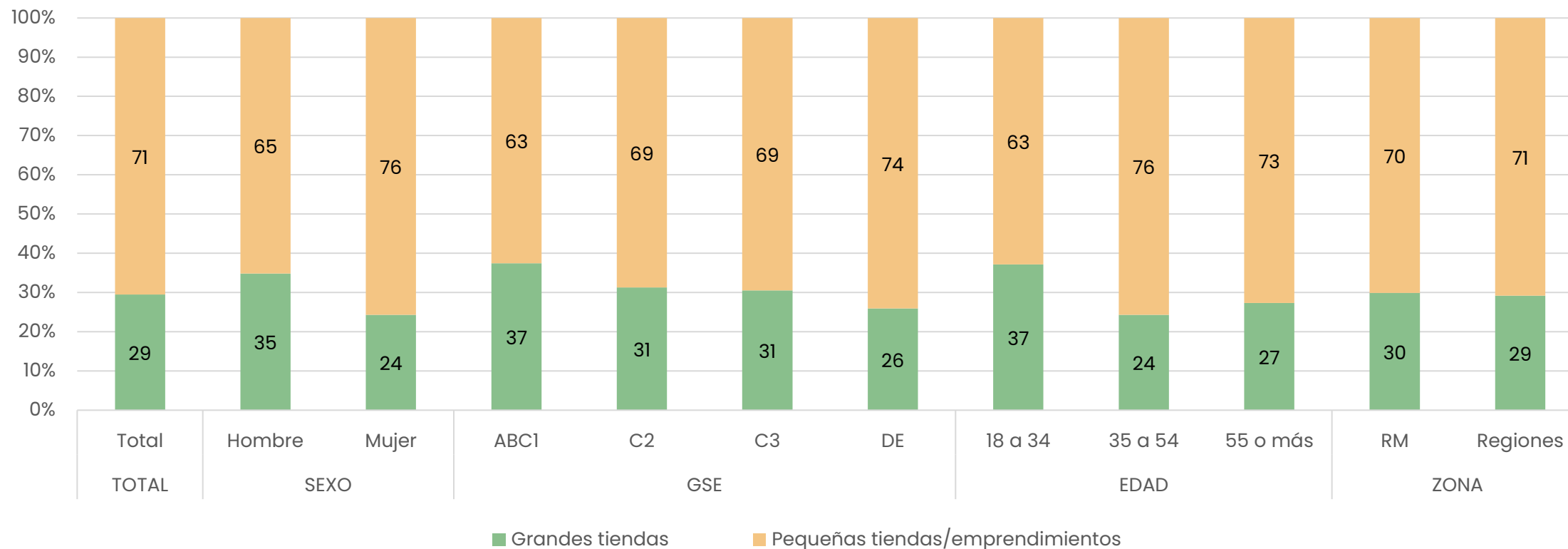
- La mayoría (61%) compra principalmente en grandes tiendas, y 39% en pequeñas tiendas.
- Mientras más recursos y más jóvenes, más compran en grandes tiendas.

¿Dónde compra principalmente?
% aperturas



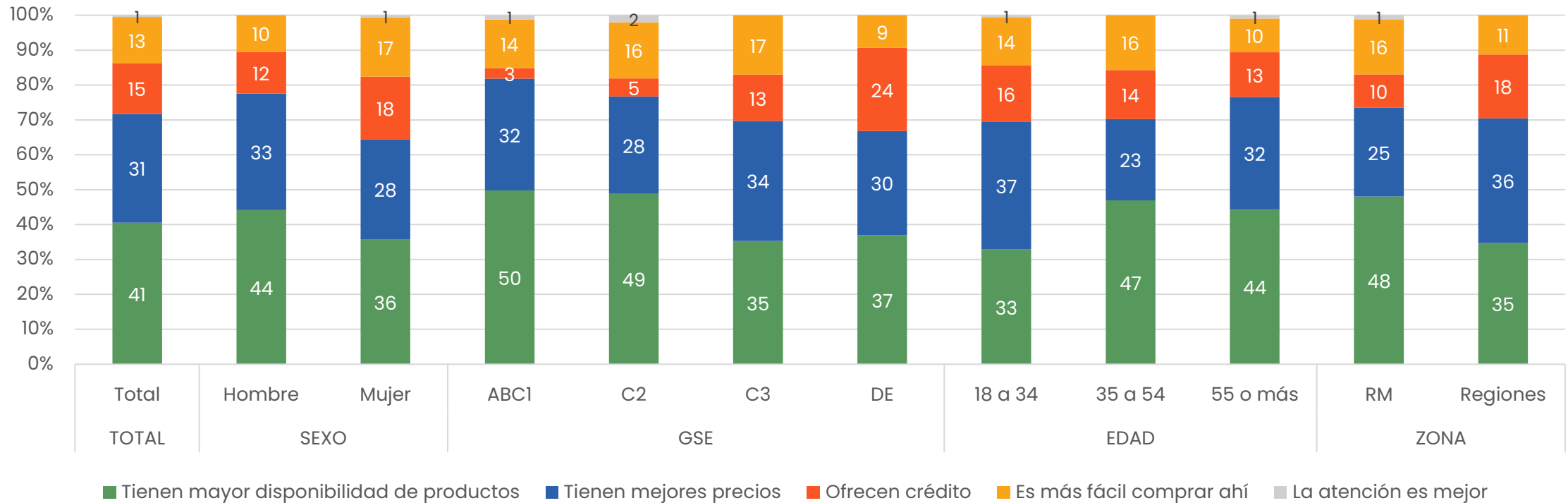
- Sin embargo declaran preferir comprar en pequeñas tiendas.
- La mayoría (71%), si pudiera elegir, preferiría pequeñas tiendas.
- Esto ocurre en todos los segmentos.

*Si Ud. pudiera elegir, preferiría comprar en:
% aperturas*



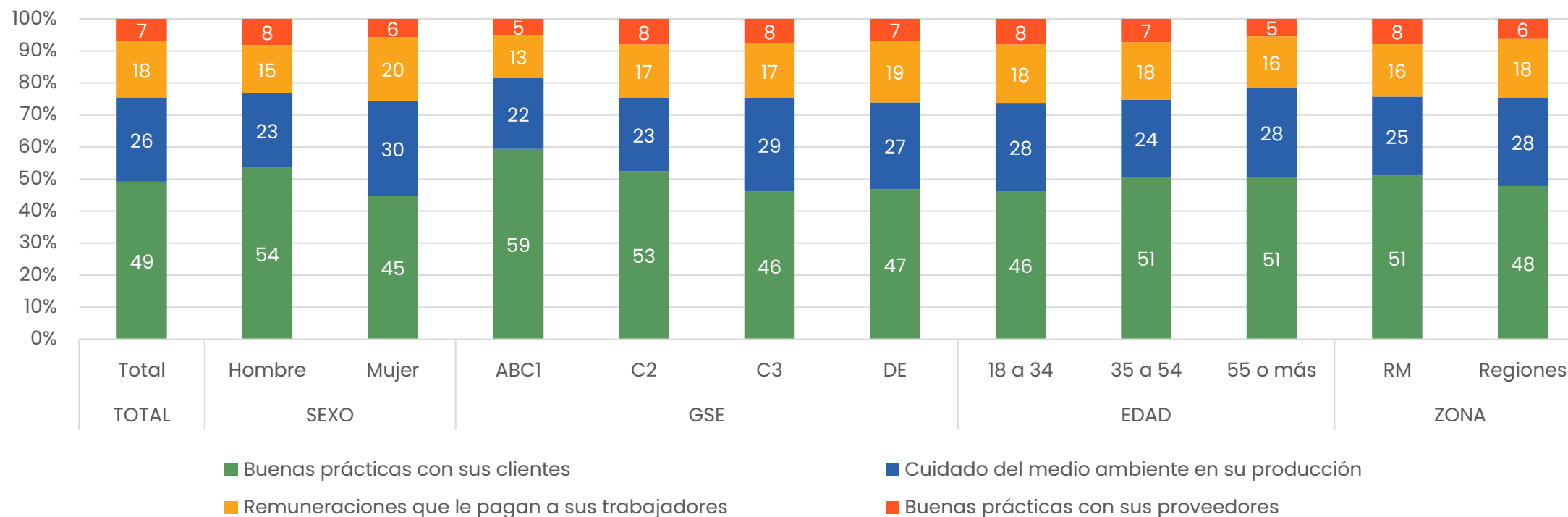
- Entre quienes prefieren comprar en grandes tiendas, un 41% lo prefiere por mayor disponibilidad de productos, 31% por mejores precios y 15% porque ofrecen crédito.
- Preferencia por precios y crédito aumenta cuándo disminuyen ingresos y edad.

*¿Por qué prefiere comprar en grandes tiendas en vez de pequeñas tiendas/
emprendimientos? Indique la dos principales razones:
% primera razón*



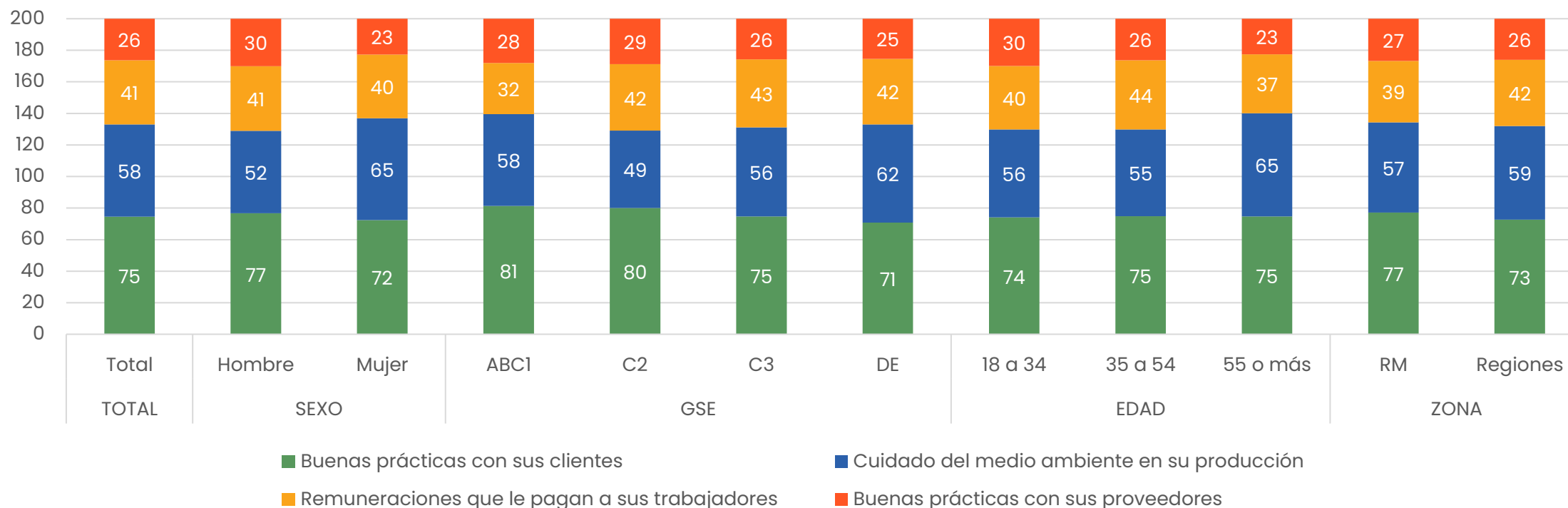
- Un 49% menciona las buenas prácticas con clientes, 26% el cuidado del medio ambiente en su producción y 18% las remuneraciones que le pagan a sus trabajadores.

*Del siguiente listado, indique las dos principales razones por la que Ud. compraría en una empresa o marca:
% primera prioridad*



- Un 75% menciona las buenas prácticas con sus clientes, 58% el cuidado del medio ambiente en su producción, y un 41% las remuneraciones que le pagan a sus trabajadores.

*Del siguiente listado, indique las dos principales razones por la que Ud. compraría en una empresa o marca:
% total prioridades (2 menciones)*

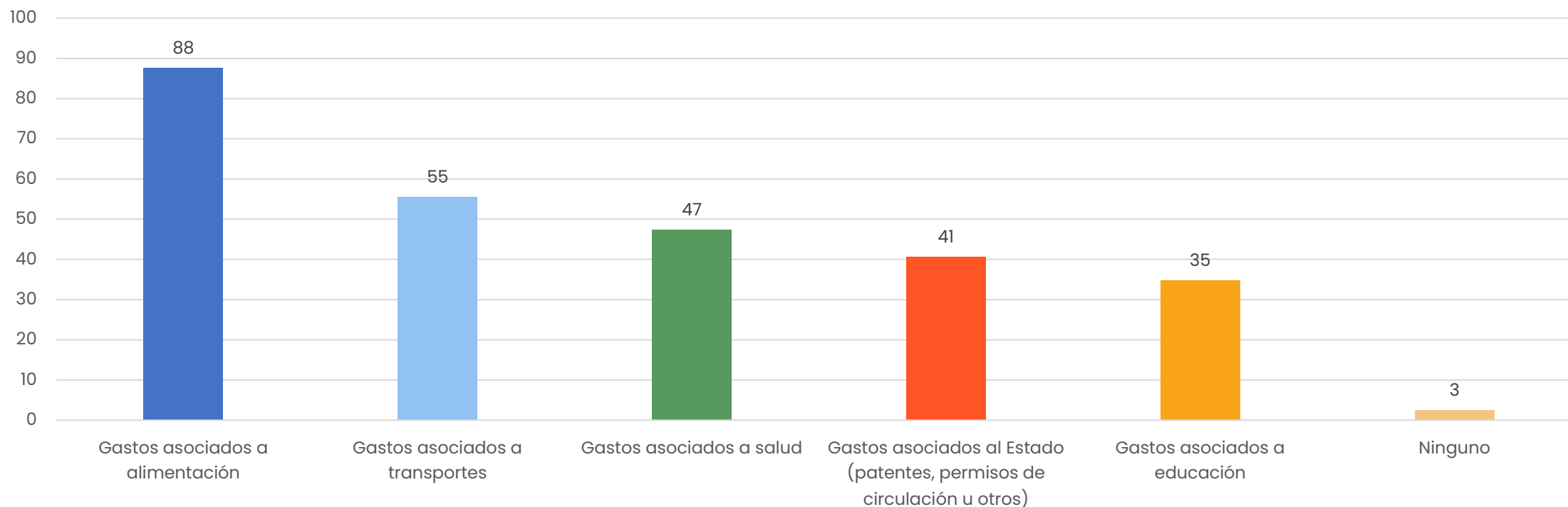


- Virtualmente todas las personas mencionan un aumento en gastos.
- Un 88% menciona aumento en gastos de alimentación, 55% en transporte y 47% en gastos asociados a salud.

Pensando en el último mes, ¿cuáles de los siguientes gastos han aumentado para Ud.?

Puede seleccionar uno, varios, todos o ninguno.

% sí aumentó total



2.7

Índices



- ▶ 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.
- ▶ Se construye a través de dos dimensiones: Ganas, Éxito.



- ▶ El índice de Expectativas de Emprendimiento es de 75, en una escala de 0 a 100, dónde 100 es el máximo positivo del índice Expectativas de Emprendimiento y 0 el mínimo.



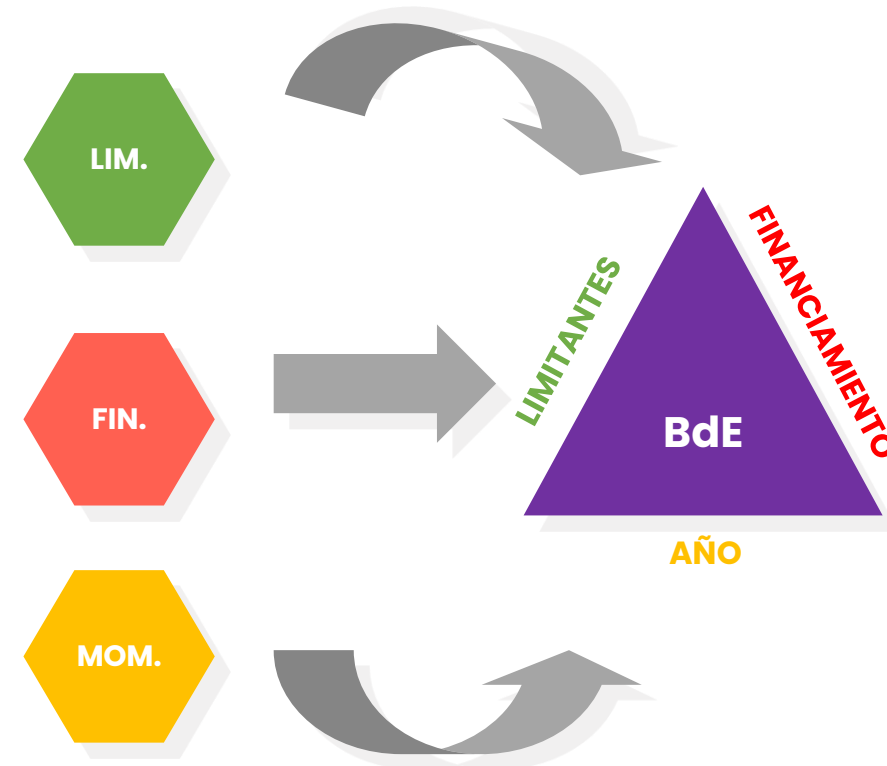
- ▶ BdE – Índice de Barreras de Emprendimiento. Busca cuantificar la percepción de barreras y limitaciones contextuales para el emprendimiento.
- ▶ Se construye a través de tres dimensiones: LIMITANTES, FINANCIAMIENTO, MOMENTO.

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?



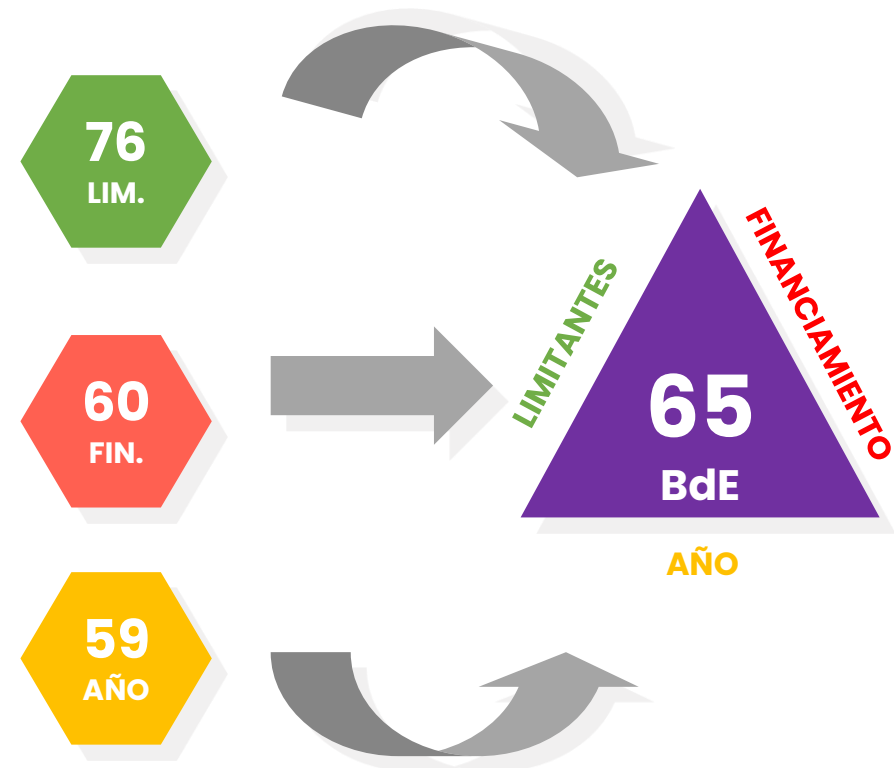
- ▶ El índice de Barreras de Emprendimiento es de 65, en una escala de 0 a 100, dónde 0 es el mínimo de barreras y 100 el máximo.

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?



03

Hallazgos y
conclusiones



- **El gobierno influye:** la mayoría cree que influye en todas las actividades vinculadas a la economía (la economía del país, la situación del emprendimiento y la situación económica de familias). Una proporción bastante menor cree que influye en la felicidad personal.
- **Valoración, confianza y preferencia:** Mayoría valora las actividades de emprendedor, inversionista y empresario; un 76% confía más en emprendedores, y un 55% prefiere ser emprendedor antes que empresario/a.
- **Confianzas según actividad:** Se prefiere a un empresario como profesor del hijo y administrador de los ahorros, y a un carabinero para compartir la Navidad. En ninguna de estas situaciones se prefiere a un político.
- **El apellido influye:** La mayoría piensa que Errázuriz es empresario, Acevedo entre trabajador y emprendedor, y Soto trabajador.
- **Conocimiento empresarios y emprendimientos:** Sobre 90% conoce a Leonardo Farkas y Andrónico Luksic, y sobre el 60% a Eleodoro Matte y Juan Sutil. Un 81% conoce Cornershop, 53% a NotCo y 36% a Betterfly.
- **Iniciativas más importantes en una nueva Constitución :** lo más relevante es apoyar el emprendimiento. Es más importante regular a las empresas que apoyar a las empresas.
 - Es parecida la importancia de regular y controlar a las empresas y al Estado.

- **El futuro es emprendimiento:** La mayoría cree que apoyar el emprendimiento y fortalecer el Estado es lo prioritario en una nueva Constitución. Además, un 34% cree que hay más oportunidades a futuro en emprender (después de minería con un 41%).
- **Quiero emprender, sobre todo para tener más ingresos. Me iría bien, pero el contexto no lo permite:** Hay un alto índice de expectativas de emprendimiento, que se ve coartado por un alto índice de barreras para emprender.
- Se quiere emprender principalmente para tener más ingresos.
- **Gasto:** Los ítems de gasto más importantes en todos los segmentos son vivienda y servicios básicos, y alimentos y bebidas.
- **Compra online:** La preferencia por compra en línea casi alcanza la preferencia por la compra presencial, y la mayoría ha comprado en línea el último mes.
- **Quiero sentirme bien cuando compro:** Las razones de preferencia por una marca o tienda se vinculan con tener una experiencia que aporte personal y socialmente. Se prioriza las buenas prácticas con clientes, seguido de un cuidado por el medio ambiente y la producción, y, finalmente, una buena remuneración a trabajadores.
- **Suben los precios:** Solo un 3% declara que no ha subido ningún gasto en el último mes. La alimentación y el transporte son los dos elementos que más se declara que han aumentado.

Gracias



UNIVERSIDAD
Gabriela Mistral
Escribe tu futuro
