

POTENCIAL SIN EXPLOTAR

Emprendimiento en tiempos de inflación

Un estudio de 28 países

Julio 2022

<https://www.ipsos.com/en/global-advisor-entrepreneurialism-2022>

GAME CHANGERS



ÍNDICE

1.	SOBRE EL ESTUDIO Y OBSERVACIONES DE ALTO NIVEL	Pg. 3
2.	<u>CONTEXTO</u>	Pg. 7
3.	EXPERIENCIA DE EMPRENDEDOR	Pg. 13
4.	ASPIRACIONES DE EMPRENDEDOR	Pg. 23
5.	EQUIDAD EN EL EMPRENDIMIENTO	Pg. 29
6.	EMPRENDIMIENTO Y COMPROMISO SOCIAL	Pg. 33
7.	GOBIERNO, EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTO	Pg. 37

SOBRE EL ESTUDIO

El espíritu empresarial es el caldo de cultivo para las pequeñas empresas que sabemos impulsan la salud de la mayoría de las economías.

Como tal, muchos de los clientes, prospectos y socios de Ipsos están interesados en temas relacionados con el espíritu empresarial.

Este interés se ha incrementado en gran medida por la pandemia y la opinión de muchos de que el espíritu empresarial es fundamental para una recuperación económica sostenida.

Realizamos una encuesta de referencia internacional sobre el espíritu empresarial en 2018 y la repetimos a finales de 2020 en 28 países. La iteración actual se llevó a cabo entre mayo y junio de 2022 en 28 países.

(Tenga en cuenta para las comparaciones internacionales que las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía son más urbanas, más educadas y/o más ricas que la población general. Los resultados de la encuesta para estos países deben verse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población).



El espíritu empresarial ha sido la piedra angular del desarrollo económico en todo el mundo durante siglos. Pero sabemos que el potencial de la actividad empresarial para sacar a las economías del estancamiento causado por la pandemia de COVID-19 varía mucho según el país. Nuestra esperanza es que este estudio proporcione una guía útil para ayudar al sector público y privado a maximizar el papel que el espíritu empresarial puede desempeñar en el fomento de la recuperación económica hacia 2022.

**Dr. Darrell Bricker, CEO Global,
Asuntos Públicos, Ipsos**

OBSERVACIONES DE ALTO NIVEL

¿PUEDEN LOS TIEMPOS CONVULSOS FOMENTAR LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA?

El sentimiento general en todo el mundo es desafiante, lo que no sorprende dado el repunte de la inflación y la guerra en Ucrania. De hecho, existe una sensación de exasperación entre la mitad de los ciudadanos del mundo con respecto a sus perspectivas financieras. En promedio, en los 28 países encuestados, la mitad dice que se han estancado en sus ingresos y que mantenerse al día con el aumento del costo de vida será un desafío para ellos durante mucho tiempo.

En este entorno, muchos ciudadanos a nivel global (tres de cada diez en promedio) han intentado iniciar un negocio en el pasado. Y una proporción igual dice que es probable que lo hagan en los próximos dos años (alrededor de la mitad de los cuales ya han iniciado un negocio en el pasado y la otra mitad son nuevos entrantes).

Sin embargo, las aspiraciones empresariales varían mucho según el país...

- La probabilidad de iniciar un negocio es más alta en muchos países de América Latina, Sudáfrica e India.
- Es significativamente menor en Corea del Sur, Francia, Suecia, Bélgica, Países Bajos y Japón.

CRECE EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR EN GRUPOS NO TRADICIONALES

Si bien el espíritu emprendedor puede haber sido el dominio de los hombres y los grupos socioeconómicos más altos en el pasado, este ya no es el caso.

El ánimo empresarial pasado es mayor entre los hombres, mayor educación y mayores ingresos.

- Pero, desde 2018, ha aumentado más entre las mujeres, Generación Z/Millenniales, aquellos con ingresos más bajos y aquellos con un nivel educativo bajo o medio.

El espíritu emprendedor futuro potencial es mayor entre la Generación Z/Millennials, y marginalmente más alto entre los grupos de educación media y superior y de ingresos más altos.

- Pero el mayor aumento en las aspiraciones empresariales desde 2018 se da entre las mujeres, la Generación Z/Millennials, los grupos de menor educación y de ingresos medios y bajos.

OBSERVACIONES DE ALTO NIVEL

EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL ES DESAFIADO POR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

El espíritu empresarial se manifiesta principalmente en su forma tradicional: la creación de empresas (emprendimiento de negocios).

Sin embargo, también se manifiesta, a veces junto con la creación de empresas en el emprendimiento social (captado como aquellos que han creado un grupo de interés), pero a veces no.

Además, el emprendimiento social tiende a ser un fenómeno más reciente que el emprendimiento empresarial, con una mayor proporción de quienes crearon un grupo de interés en los últimos dos años.

Esto refleja la realidad de quiénes son los empresarios actuales y probables como personas: es mucho más probable que participen o estén activos en la sociedad en general que quienes no son empresarios.

LA PANDEMIA HA ESTIMULADO CIERTO ESPÍRITU EMPRESARIAL.

Ya sea por necesidad o por un nuevo interés, tres de cada diez de quienes han iniciado un negocio en los últimos dos años dicen que no tenían la intención de crear un negocio, pero la pandemia los motivó a hacerlo.

Pero, y no es de extrañar, iniciar un negocio es una empresa arriesgada. En promedio, a nivel mundial, cuatro de cada diez de los que dicen haber iniciado un negocio en el pasado dicen que el negocio ya no está en funcionamiento. Pero tal vez debido a los apoyos pandémicos, esto es una mejora con respecto a 2020 (donde la mitad ya no operaba).

OBSERVACIONES DE ALTO NIVEL

NO SE CONSIDERA QUE EL GOBIERNO, LAS EMPRESAS Y LOS BANCOS ESTÉN HACIENDO UN BUEN TRABAJO

Existe un espacio significativo para que los gobiernos se posicionen en el espíritu empresarial. Pocos países están particularmente de acuerdo en cómo su gobierno ha fomentado el emprendimiento personal. De hecho, el desempeño gubernamental percibido ha disminuido desde 2020 en muchos países.

De igual forma, existe un espacio importante para que las empresas, en general, y los bancos, en particular, se posicionen en este espacio. Pocos países están particularmente satisfechos de cómo el sector privado/las empresas y las instituciones financieras/bancos han promovido el espíritu empresarial. Y el desempeño comercial y bancario percibido ha disminuido desde 2020 en muchos países.

LA LÍNEA DE FONDO

Parece haber un potencial significativo sin explotar para que la actividad empresarial avance en 2022 y más allá.

Y la clave para aprovechar esto es reconocer que los grupos no tradicionales, como las mujeres, aquellos con una educación más baja y/o un nivel de ingresos más bajo, están alcanzando a los grupos tradicionales en sus aspiraciones empresariales.

También es clave para aprovechar esto reconocer que el espíritu empresarial a menudo va de la mano con el espíritu empresarial social. Entonces, si el objetivo es la creación de empresas, ¿hay alguna manera de promover los vínculos entre los dos? es decir, si está iniciando un grupo de interés, también inicie un negocio para financiarlo.

CONTEXTO



CONTEXTO – SENTIMIENTO DEL CIUDADANO/CONSUMIDOR

Sabemos que la forma en que las personas ven sus vidas a un alto nivel ayuda a moldear sus actitudes y comportamientos hacia casi todo, incluido el espíritu empresarial. Por ejemplo, en otra área, la confianza del consumidor es un impulsor conocido del comportamiento del consumidor.

Tenemos varias métricas que rastreamos para más de 28 países en todo el mundo que brindan este contexto. Pero el que probablemente sea más relevante es el Barómetro de Disrupción de Ipsos (IDB, en inglés). Esta es una métrica única en el mercado y ha sido validada para ser:

- Sensible a la tradicional “confianza del consumidor”, y
- Muy sensible a la disrupción sociopolítica.

Obtener una puntuación alta o baja en el IDB podría tener diferentes implicaciones para el espíritu empresarial. Como mínimo, estos deben ser considerados en el desarrollo de estrategias para fomentar el espíritu empresarial. Por ejemplo:

- Un mayor sentimiento de los ciudadanos/consumidores a través del IDB podría significar menos urgencia, ya que las personas sienten que las cosas van bien, o más urgencia, ya que las personas quieren algo para sostener/ampliar su situación positiva.
- De manera similar, un menor sentimiento de los ciudadanos/consumidores a través del IDB podría significar más urgencia, ya que las personas sienten que las cosas van mal y están buscando formas de mejorar, o más resistencia porque, para empezar, son escépticos, cínicos y están bajo presión.

También probamos algunas actitudes generales.

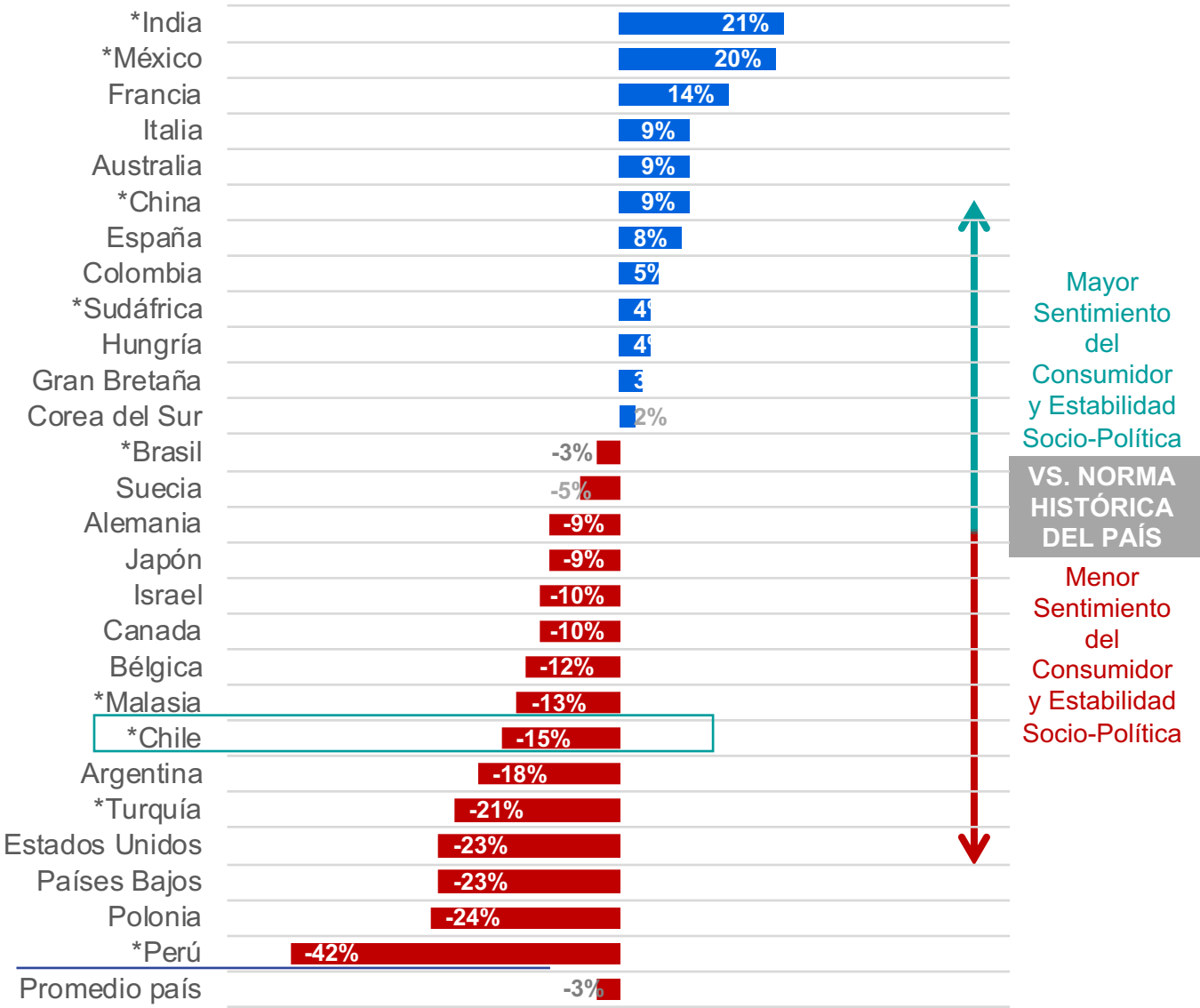
CONTEXTO – BARÓMETRO DE DISRUPCIÓN DE IPSOS (IDB)

El sentimiento de los ciudadanos/consumidores varía ampliamente. India y México son actualmente decididamente positivos, varios países, incluidos Turquía, EEUU, Países Bajos y Polonia, pero liderados por Perú, decididamente negativos, en relación con su norma histórica..

Esto sugiere que los impulsores de la actividad empresarial podrían variar según el país:

- Para aquellos con mayor sentimiento ciudadano/consumidor a través del IDB, esto podría significar menos urgencia ya que las personas sienten que las cosas ya van bien o más urgencia ya que las personas quieren algo para sostener/ampliar su situación positiva.
- De manera similar, para aquellos con un sentimiento ciudadano/consumidor más bajo a través del IDB, esto podría significar más urgencia, ya que las personas sienten que las cosas van mal y están buscando formas de mejorar, o más resistencia porque, para empezar, son escépticos, cínicos y están bajo presión.

Barómetro de disrupción de Ipsos (IDB), Junio 2022



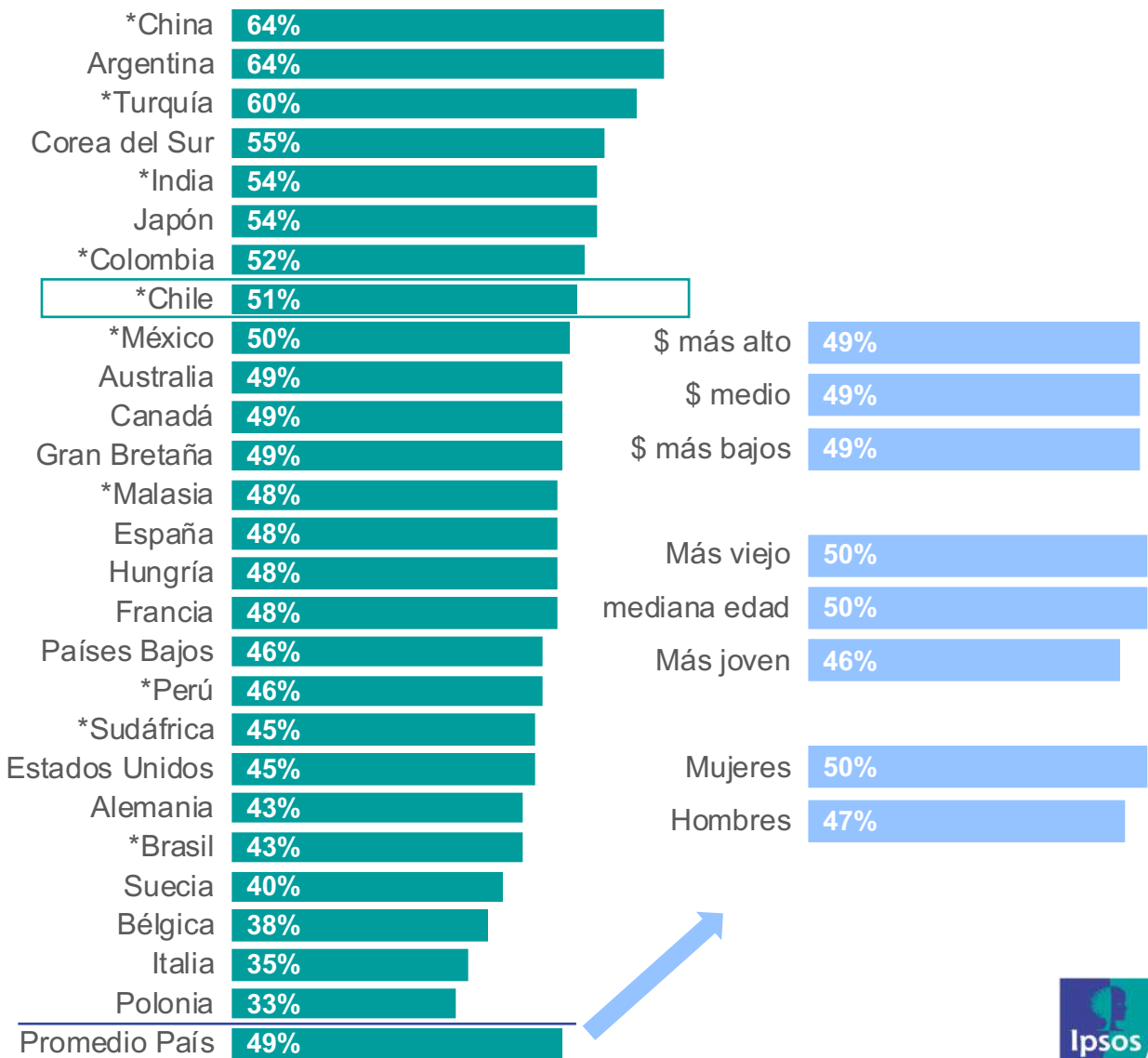
ACTITUDES HACIA LA SITUACIÓN PERSONAL

El espíritu empresarial resonaría en casi la mitad de los ciudadanos del mundo si se posicionara como una forma de "salir adelante". Esto se debe a que existe una sensación de exasperación entre la mitad de los ciudadanos del mundo con respecto a sus perspectivas financieras. La mitad dice que se han estancado en sus ingresos y que mantenerse al día con el aumento del costo de vida será un desafío para ellos durante mucho tiempo. Curiosamente y quizás sorprendentemente, esta sensación de exasperación trasciende las líneas demográficas.

Esta sensación de exasperación es más alta en China y Argentina, y más baja en Bélgica, Italia y Polonia.

De acuerdo/en desacuerdo: cuando se trata de ingresos, me he estancado y mantenerme al día con el aumento del costo de vida será un desafío durante mucho tiempo para mí.

HE LLEGADO A UNA MESETA EN CUANTO A MIS INGRESOS. Y MANTENERME AL DÍA, CON EL AUMENTO DEL COSTE DE LA VIDA, VA A SER UN RETO DURANTE MUCHO TIEMPO PARA MÍ



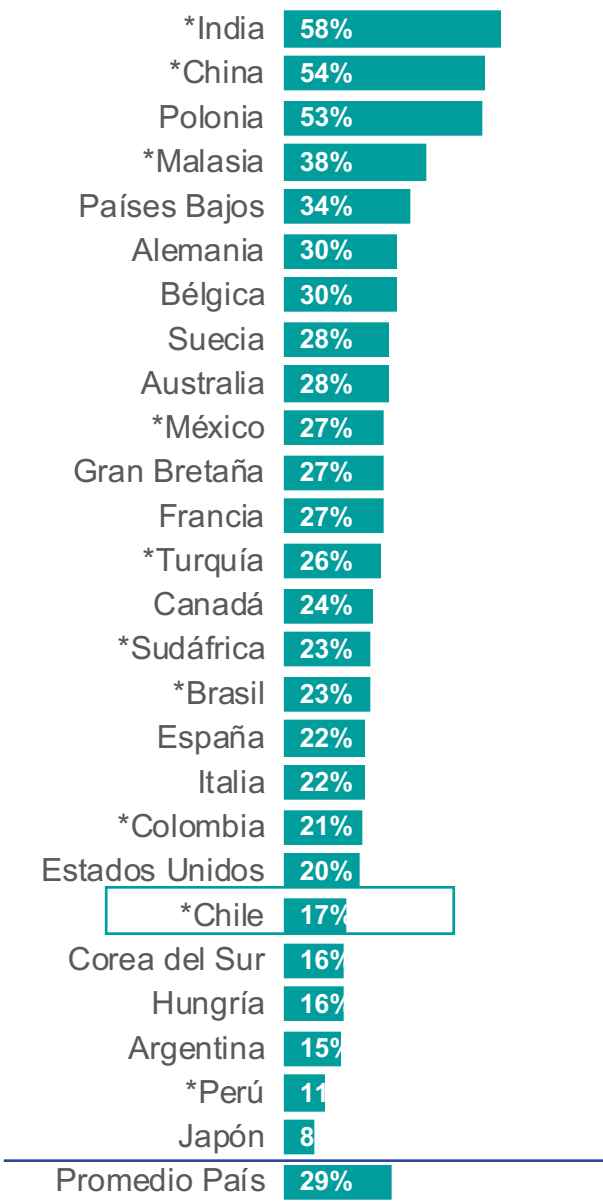
ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO

Solo una minoría de adultos (un promedio de tres de cada diez en los 28 países encuestados) se sentirían cómodos al iniciar un negocio porque podrían confiar en los programas sociales de su país para mitigar el riesgo.

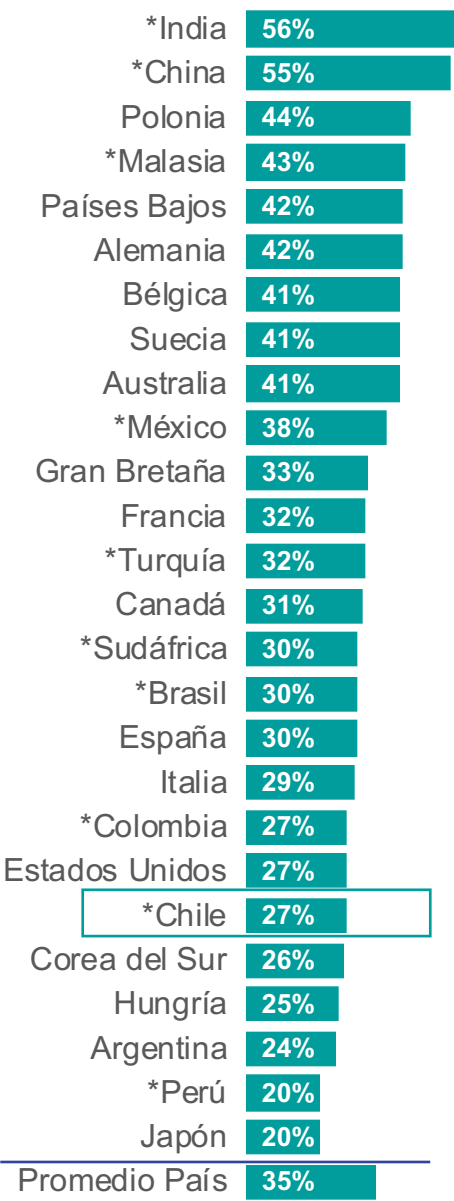
Pero aproximadamente la misma proporción (un tercio) estaría desmotivada para iniciar un negocio al sentir que los beneficios de trabajar para otra persona son preferibles.

De acuerdo/en desacuerdo: Los beneficios laborales en [país] son fuertes, por lo que es mejor tener un trabajo que tener su propio negocio; Los programas sociales en [país] son sólidos, por lo que hay menos riesgo al iniciar un negocio

LOS PROGRAMAS SOCIALES EN [MI PAÍS] SON FUERTES, TAMBIÉN SON MENOS RIESGOS PARA INICIAR UN NEGOCIO.



LOS BENEFICIOS LABORALES EN [MI PAÍS] SON SÓLIDOS, POR LO QUE ES MEJOR TENER UN TRABAJO QUE UN NEGOCIO PROPIO.



ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO

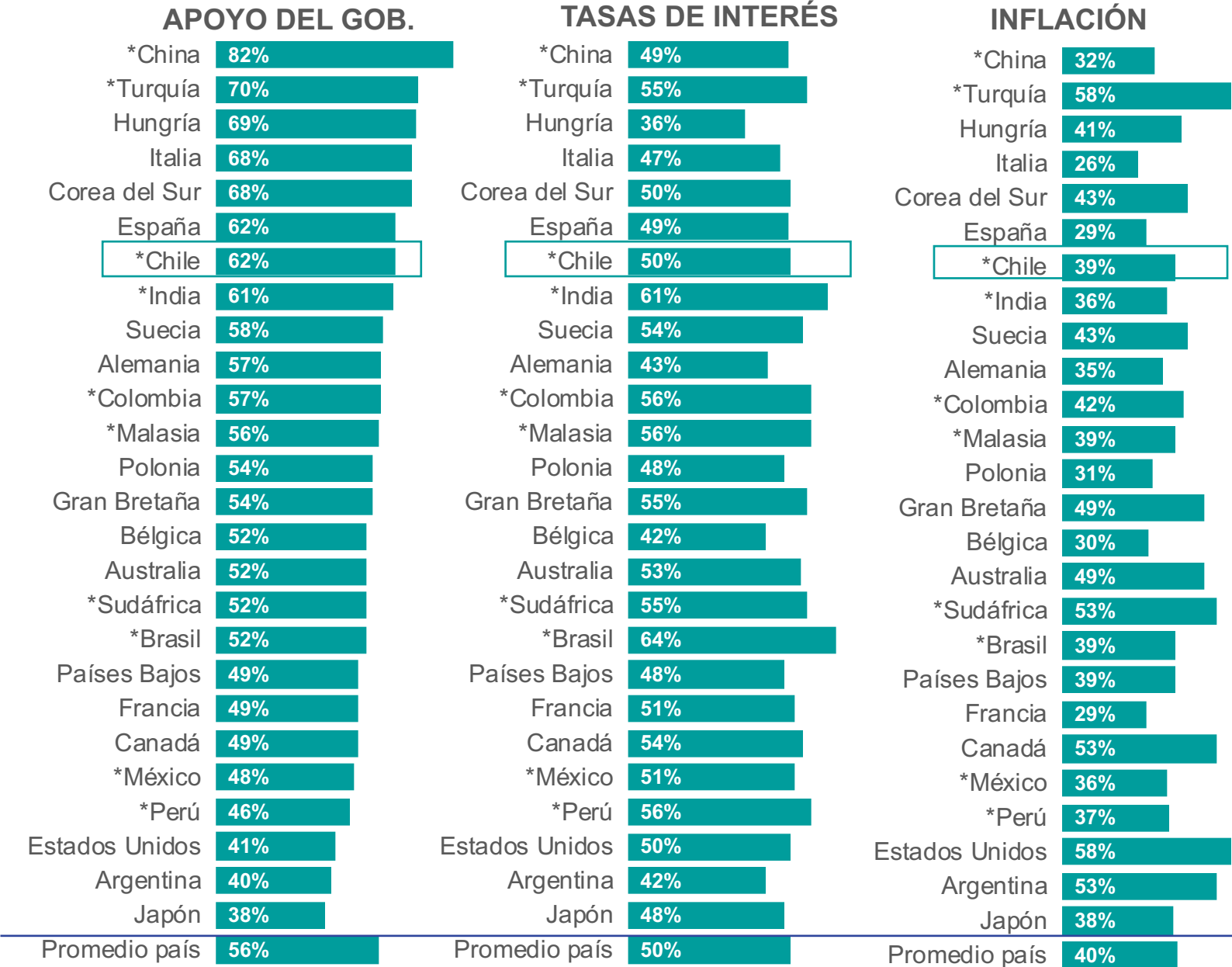
A nivel mundial, el apoyo del gobierno se considera el principal factor para determinar el éxito de un nuevo negocio, seguido de las tasas de interés y luego de la inflación.

Sin embargo, existen diferencias significativas según el país. Por ejemplo, la inflación ocupa el primer lugar en EEUU, seguida de las tasas de interés y luego del apoyo del gobierno. En India, las tasas de interés están ligadas al apoyo del gobierno, con la inflación muy por detrás. En Brasil, las tasas de interés encabezan la lista.

Por lo tanto, para cualquiera que impulse el espíritu empresarial, el énfasis en estos tres factores debe adaptarse al mercado..

Indique cuáles de los siguientes cree que son los principales factores que contribuyen al éxito continuo de iniciar un negocio. (Todo lo que corresponda)...Tasas de interés; apoyo del gobierno; Inflación

FACTORES PRINCIPALES RESPECTO AL ÉXITO CONTINUO DE UN NUEVO NEGOCIO...



EXPERIENCIA DE EMPRENDIMIENTO

2

EXPERIENCIA DE EMPRENDIMIENTO

EXPERIENCIA EMPRENDEDORA

Medimos la experiencia empresarial de forma tradicional, relacionada con la creación de una empresa.

Pero también queríamos rastrear si el espíritu empresarial también se expresaba en el mundo social mediante la creación de un grupo de interés.

Preguntamos...

Alguna vez has...?

- ¿Iniciado tu propio negocio? (siempre primero).
- Comenzado su propio grupo de interés que se ocupa de causas sociales, problemas de consumo, problemas políticos, etc.

Para profundizar un poco, luego investigamos cosas como...

- Última vez que inició un negocio, grupo de interés
- Si comenzó en los últimos 2 años: ¿siempre planeó iniciar un nuevo negocio en algún momento del último año o la pandemia lo motivó a actuar?
- Si inició algún negocio: y, en general, ¿qué tipo de negocio fue el último que inició?
- Situación laboral antes de iniciar el negocio más reciente
- ¿El último negocio que ha iniciado sigue en funcionamiento?

EXPERIENCIA DE EMPRENDIMIENTO – NEGOCIO

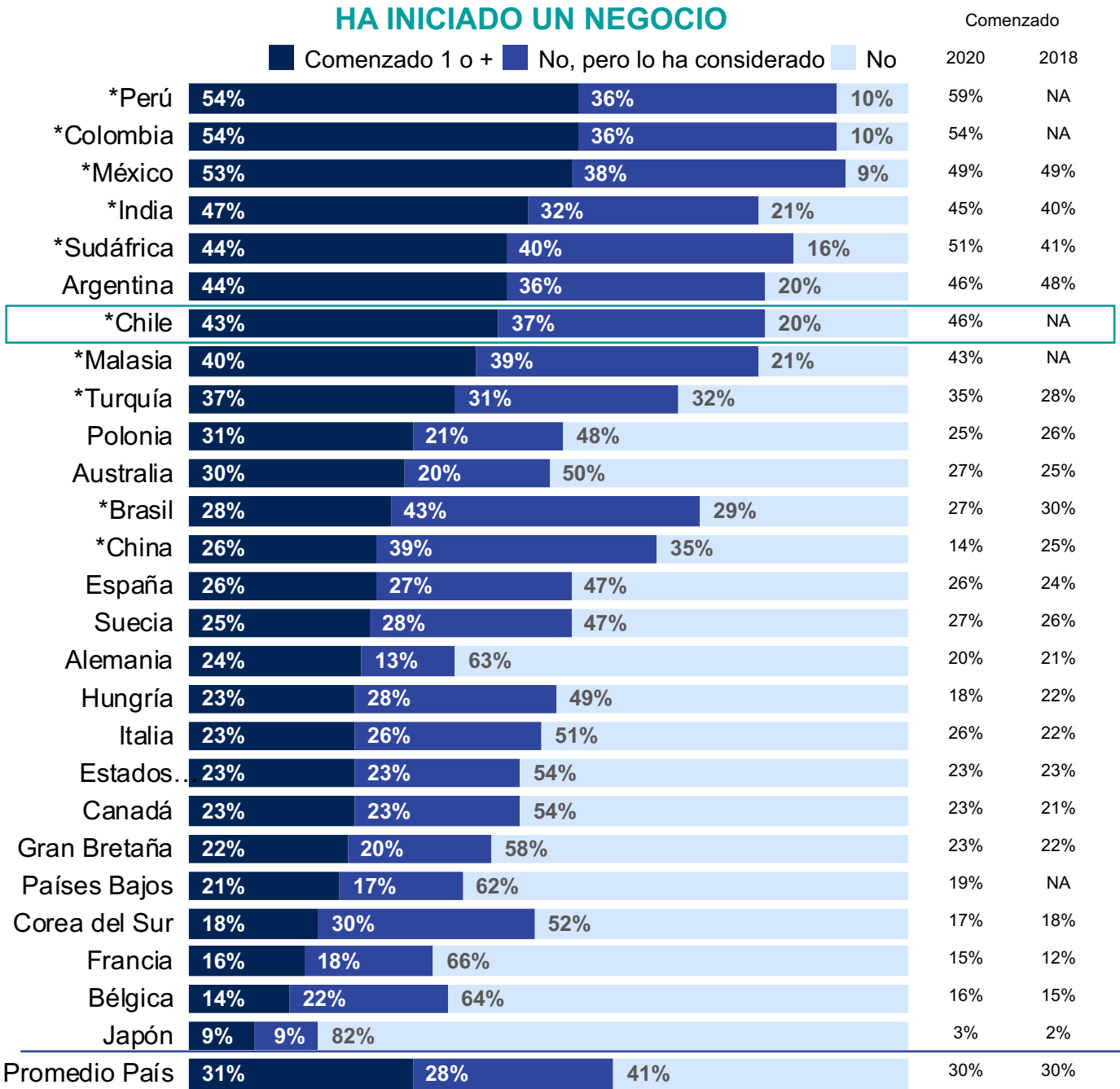
Tres de cada diez ciudadanos en promedio a nivel mundial dicen que han iniciado al menos un negocio en el pasado. Otros tres de cada diez dicen que no han iniciado un negocio pero que lo han considerado seriamente.

Varios países de América Latina y la India tienen la mayor proporción de ciudadanos que dicen haber iniciado un negocio en el pasado. Francia, Bélgica y Japón tienen los más bajos.

A más largo plazo (frente a 2018), la actividad empresarial ha aumentado en México, India, Turquía, Polonia y Australia.

Alguna vez has...? ¿Iniciado tu propio negocio? (siempre primero); Comenzó su propio grupo de interés que se ocupa de causas sociales, problemas de consumo, problemas políticos, etc.

**las muestras representan una población más próspera y conectada*



EXPERIENCIA DE EMPRENDIMIENTO – GRUPO DE INTERÉS

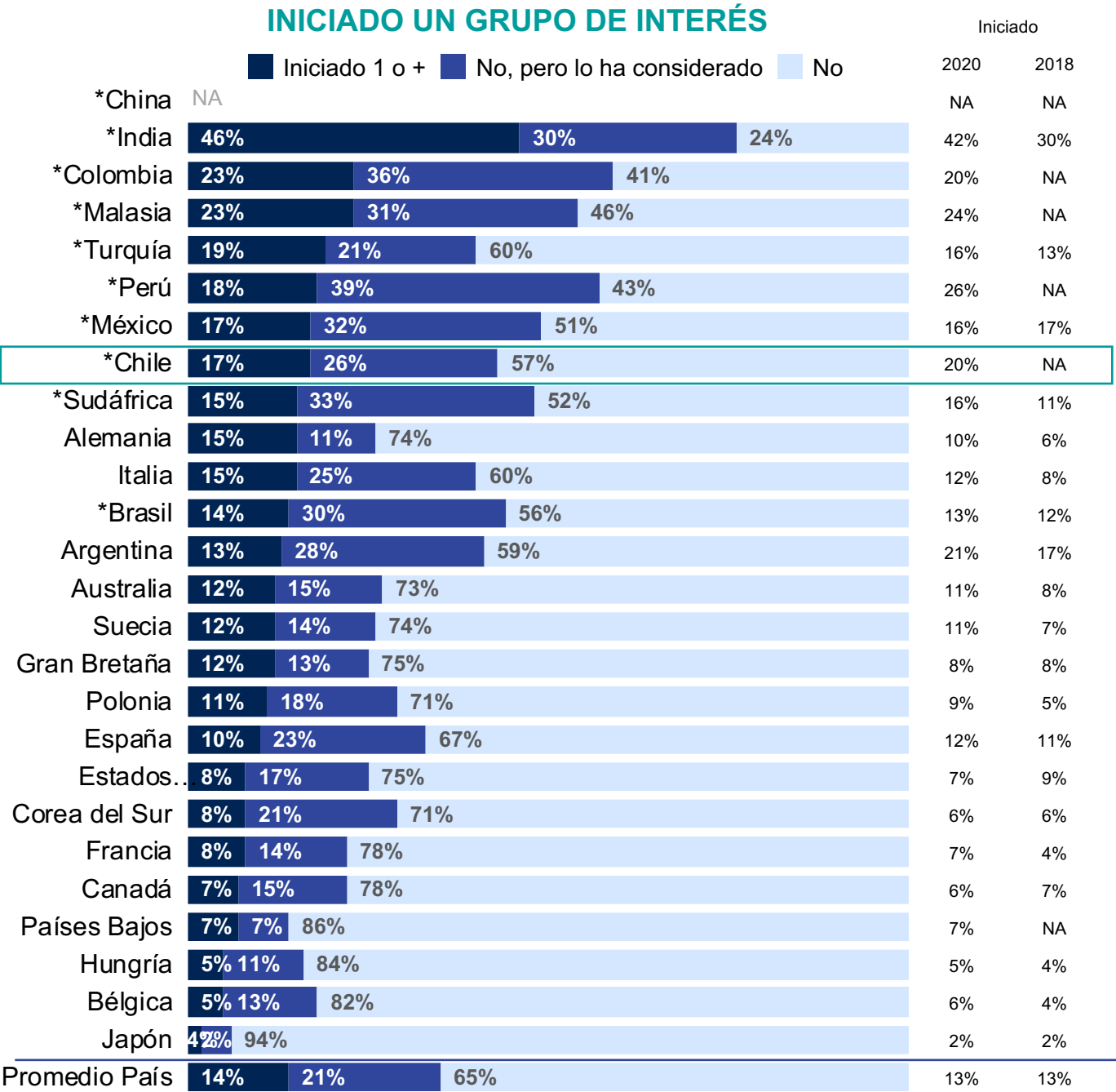
En promedio, uno de cada siete ciudadanos en los 28 países dice haber iniciado al menos un grupo de interés en el pasado. Otros dos de cada diez dicen que no han comenzado uno pero que lo han considerado seriamente.

Varios países latinoamericanos, India, Malasia y Turquía tienen las proporciones más altas de ciudadanos que dicen haber iniciado un grupo de interés en el pasado. Hungría, Bélgica y Japón tienen los más bajos.

A más largo plazo (frente a 2018), la actividad empresarial de los grupos de interés ha aumentado en India, Turquía, Alemania, Italia, Australia, Suecia, Gran Bretaña y Polonia.

Alguna vez has...? ¿Iniciaste tu propio negocio? (siempre primero); Comenzó su propio grupo de interés que se ocupa de causas sociales, problemas de consumo, problemas políticos, etc.

**las muestras representan una población más próspera y conectada*



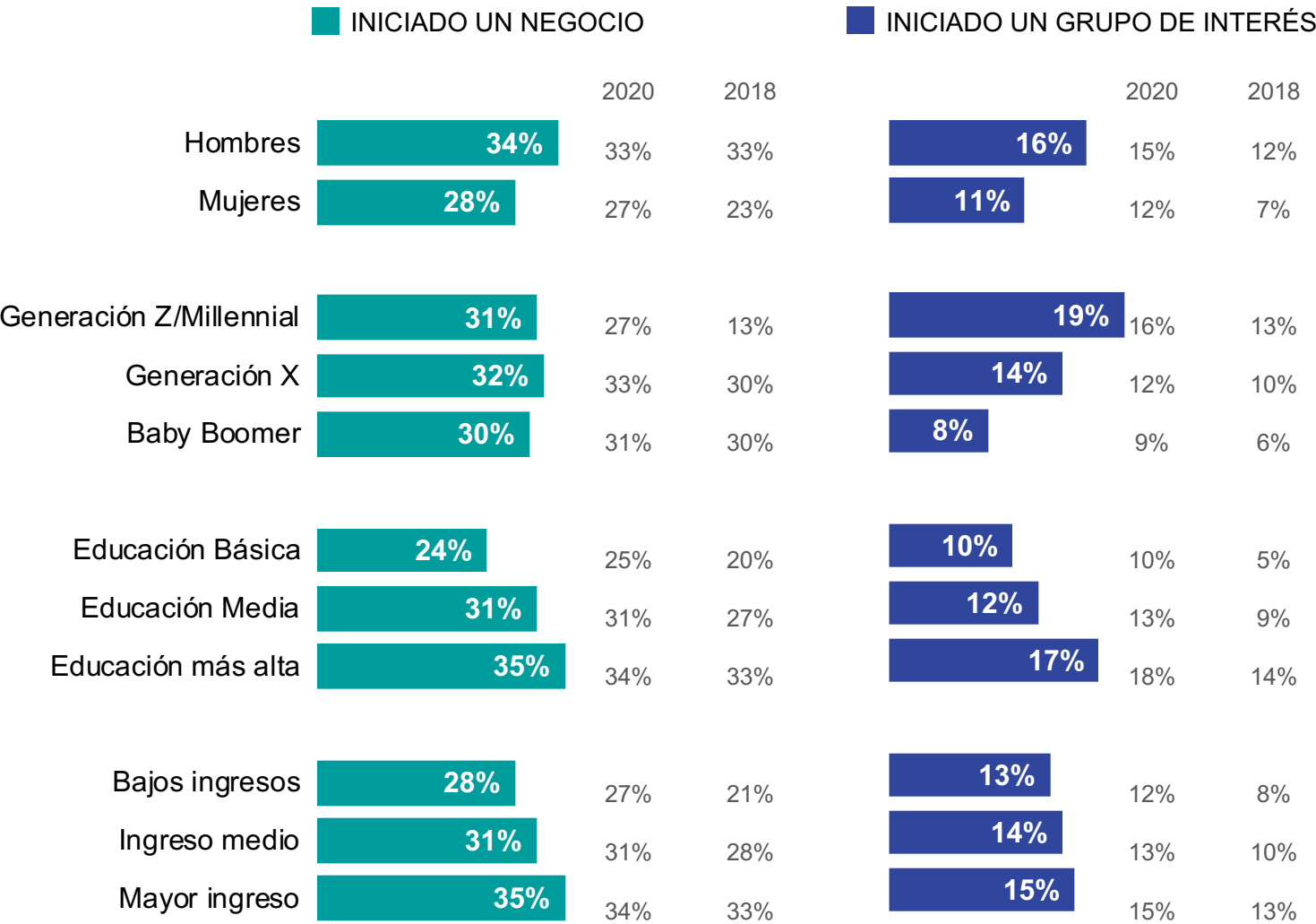
EXPERIENCIA EMPRESARIAL POR DEMOGRAFÍA – GLOBAL

El espíritu empresarial pasado es mayor entre los hombres, y aquellos con un mayor nivel educativo y mayores ingresos.

- Pero, desde 2018, ha aumentado más entre las mujeres, Gen Z/Millennials, aquellos con un nivel de ingresos más bajo y aquellos con una educación media o baja.

El emprendimiento social en el pasado (creación de grupos de interés) también ha sido algo más alto entre los hombres y aquellos con educación superior, pero también entre la Generación Z/Millennials.

- Los aumentos en el espíritu empresarial social tienden a distribuirse uniformemente entre los grupos demográficos.

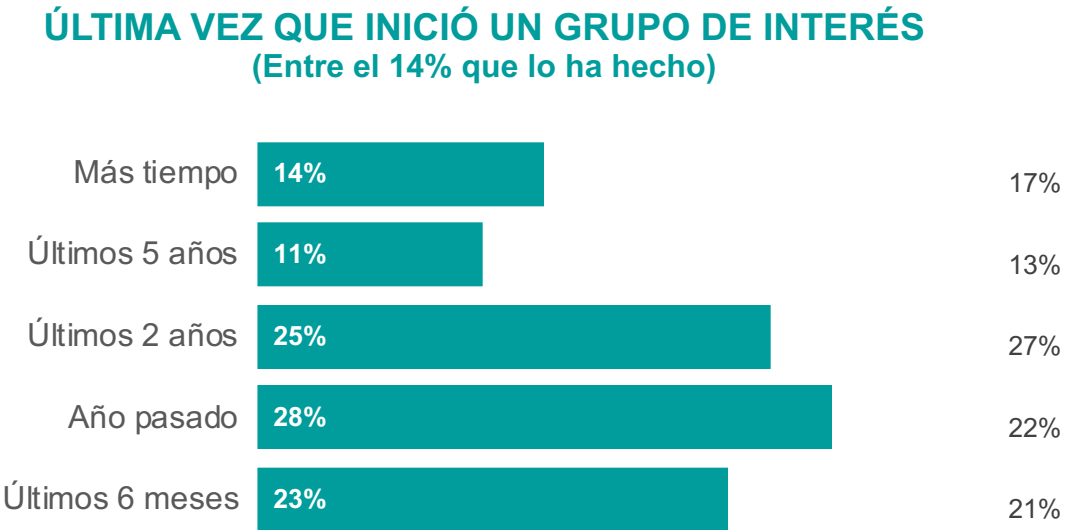
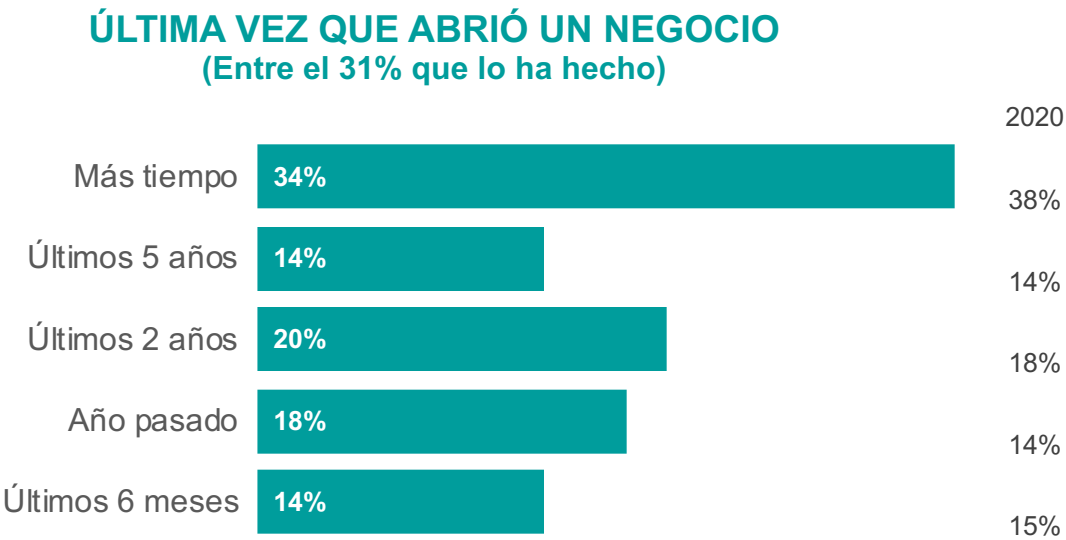


EXPERIENCIA DE EMPRENDIMIENTO: PROFUNDIZADO – GLOBAL

El emprendimiento social (haber iniciado un grupo de interés) tiende a ser más reciente que el emprendimiento económico (haber iniciado un negocio).

En promedio, a nivel mundial, la mitad de los nuevos negocios se iniciaron en los últimos 2 años, mientras que las tres cuartas partes de los grupos de interés se crearon en este período de tiempo.

Si ha iniciado un negocio: ¿Cuándo fue la última vez que inició un negocio?
Si ha iniciado un grupo de interés: ¿Cuándo fue la última vez que inició un grupo de interés?



EXPERIENCIA DE EMPRENDIMIENTO: PROFUNDIZADO – GLOBAL

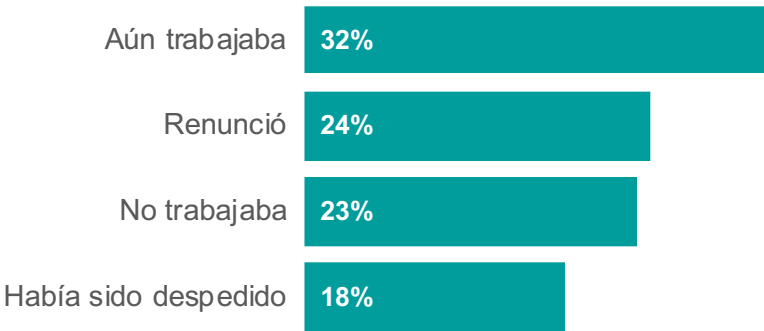
Los tipos de negocios iniciados por empresarios que han iniciado un negocio varían. La proporción más grande dice que su negocio más reciente fue una ubicación física que vende productos, seguido de cerca por la venta de productos en línea. En línea, especialmente la venta de productos, ha aumentado desde 2020.

Además, cuatro de cada diez de los que iniciaron un negocio dicen que reemplazó a la inactividad en la fuerza laboral (no estaba trabajando, fue despedido). Un tercio todavía está trabajando en otro trabajo, mientras que una cuarta parte renunció a un trabajo para comenzar su negocio.

TIPO DE NEGOCIO MÁS RECIENTE COMENZADO (Entre el 31% que tiene un emprendimiento)



EL ESTADO DE EMPLEO ANTES DEL INICIO MÁS RECIENTE ERA... (Entre el 31% que tiene un emprendimiento)



¿Dejó/renunció a otro trabajo para comenzar su propio negocio, fue despedido, no estaba trabajando antes de comenzar el negocio o todavía está trabajando en otro trabajo al mismo tiempo que su negocio? ¿Cómo financió la puesta en marcha de su negocio más reciente? (Seleccione todas las que correspondan); Mi propio dinero/ahorros; Préstamo de banco/institución financiera; Préstamo de familiares/amigos; Dinero de inversores; Asistencia del gobierno; Si inició algún negocio: y, en general, ¿qué tipo de negocio fue el último que inició?

EXPERIENCIA DE EMPRENDIMIENTO: PROFUNDIZADO – GLOBAL

Los nuevos empresarios parecen haber aumentado su éxito desde 2020, quizás debido en parte al apoyo de la pandemia. Casi seis de cada diez empresarios que han iniciado un negocio dicen que su puesta en marcha más reciente todavía está en funcionamiento, frente a la mitad en 2020.

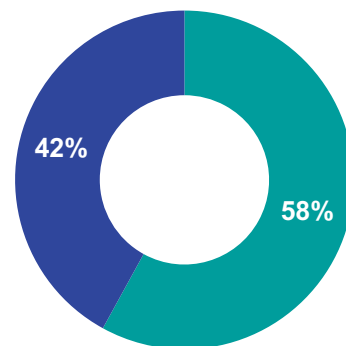
Curiosamente, casi tres de cada diez emprendedores que iniciaron un negocio en los últimos 2 años dicen que la pandemia los motivó a hacerlo.

Además, la mayoría de los negocios se inician como un esfuerzo individual (por cuenta propia) y de tiempo completo (aunque muchos también son a tiempo parcial).

Si comenzó en los últimos 2 años: ¿siempre planeó iniciar un nuevo negocio en algún momento del último año o la pandemia lo motivó a actuar? Si inició algún negocio: ¿El último negocio que inició sigue en funcionamiento?
¿Su negocio más reciente es de tiempo completo o de medio tiempo para usted?
¿Comenzó su negocio más reciente por su cuenta o con otras personas/socios?

NEGOCIO COMENZADO EN CUALQUIER MOMENTO, MÁS RECIENTE, TODAVÍA EN OPERACIÓN
(Entre el 31% que tiene)

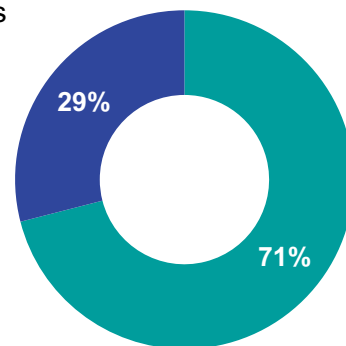
■ Sí
■ No



2020 Sí: 49%

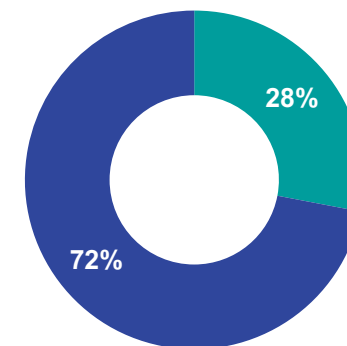
¿INICIAR SU NEGOCIO POR SU PROPIA CUENTA O CON OTRAS PERSONAS? (Entre el 31% que tiene)

■ Por cuenta propia
■ Con socios



SI COMENZÓ NEGOCIO A 2 AÑOS DEL IMPACTO DE LA PANDEMIA
(Entre el 52% del 31% que empezó un negocio)

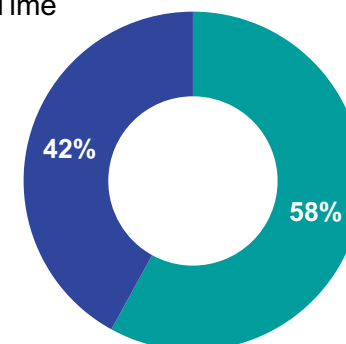
■ Motivado por pandemia
■ Siempre planeó hacerlo



2020 Cambio motivado por pandemia: 31%

¿SU NEGOCIO MÁS RECIENTE ES DE TIEMPO COMPLETO O DE TIEMPO PARCIAL PARA USTED? (Entre el 31% que tiene)

■ Full-Time
■ Part-Time



EXPERIENCIA EMPRESARIAL: PROFUNDIZADO– GLOBAL

El tipo de actividad al inicio varía según el país. Por ejemplo, Colombia y México tienen una proporción más alta de empresas recién iniciadas que venden productos en persona, mientras que Brasil, Alemania, Gran Bretaña, Malasia e India tienen una proporción más alta que vende productos en línea.

NEGOCIO COMENZADO EN CUALQUIER MOMENTO POR TIPO

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Bélgica	Alemania	España	Francia	Gran Bretaña	Hungría	Italia	Polonia	Países Bajos	Suecia
Productos en Persona	27%	24%	21%	31%	31%	23%	23%	14%	29%	15%	14%	22%	29%	29%	13%	23%
Productos Oline	17%	31%	23%	17%	17%	23%	11%	31%	11%	19%	28%	8%	12%	16%	17%	9%
Servicios en Persona	19%	13%	18%	16%	21%	14%	25%	14%	17%	20%	13%	26%	21%	23%	13%	27%
Servicios Online	3%	12%	10%	6%	11%	6%	15%	22%	15%	23%	17%	10%	13%	10%	11%	10%
Manufactura	15%	11%	16%	17%	9%	17%	14%	8%	8%	8%	4%	11%	3%	7%	14%	11%

	EEUU	Canadá	Japón	Corea del Sur	Malasia	Turquía	Sudáfrica	Australia	China	India
Productos en Persona	17%	16%	8%	28%	23%	24%	25%	19%	25%	24%
Productos Oline	22%	14%	18%	18%	37%	25%	21%	22%	16%	33%
Servicios en Persona	17%	20%	25%	19%	19%	12%	12%	21%	16%	8%
Servicios Online	18%	14%	13%	10%	12%	11%	17%	9%	20%	19%
Manufactura	9%	8%	28%	11%	6%	16%	12%	6%	22%	8%

Más alto



EXPERIENCIA EMPRESARIAL: PROFUNDIZADO– GLOBAL

El perfil de los emprendedores que han iniciado un negocio varía según los países. Por ejemplo, es más un esfuerzo de tiempo completo en la mayoría de los países europeos, Japón, Corea del Sur, Turquía y China, pero es menos de tiempo completo (por lo tanto, más de medio tiempo) en la mayoría de los países de América Latina y Sudáfrica.

ATRIBUTOS SELECCIONADOS

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Bélgica	Alemania	España	Francia	Gran Bretaña	Hungría	Italia	Polonia	Países Bajos	Suecia
Más reciente aún operando	47%	70%	48%	53%	57%	61%	58%	56%	51%	57%	63%	33%	58%	36%	61%	49%
Motivado por pandemia	41%	30%	35%	30%	38%	47%	14%	12%	15%	18%	16%	15%	13%	18%	27%	23%
Iniciado por cuenta propia	76%	76%	74%	74%	71%	75%	80%	69%	74%	79%	79%	84%	80%	75%	74%	75%
Full-time	34%	68%	37%	47%	45%	30%	81%	79%	80%	75%	76%	61%	76%	83%	60%	56%

	EEUU	Canadá	Japón	Corea del Sur	Malasia	Turquía	Sudáfrica	Australia	China	India
Más reciente aún operando	55%	53%	42%	57%	68%	45%	69%	55%	65%	84%
Motivado por pandemia	27%	31%	29%	45%	27%	24%	32%	24%	12%	25%
Iniciado por cuenta propia	70%	75%	78%	57%	63%	60%	64%	77%	63%	75%
Full-time	55%	58%	86%	71%	52%	79%	43%	68%	91%	69%

 Más bajo Más alto

ASPIRACIONES EMPRESARIALES

3

ASPIRACIONES EMPRESARIALES

ASPIRACIONES EMPRESARIALES

Las aspiraciones empresariales fueron medidas preguntando

¿Qué tan probable es que comience... en los próximos dos años?

1 - nada probable a 7 - muy probable

Un nuevo negocio

Un grupo de interés que se ocupa de causas sociales, cuestiones de consumo, cuestiones políticas, etc.

No preguntado en China y Arabia Saudita

ASPIRACIONES EMPRESARIALES - NEGOCIOS

En promedio, a nivel mundial, tres de cada diez ciudadanos dicen que es probable que inicien un nuevo negocio en los próximos dos años.

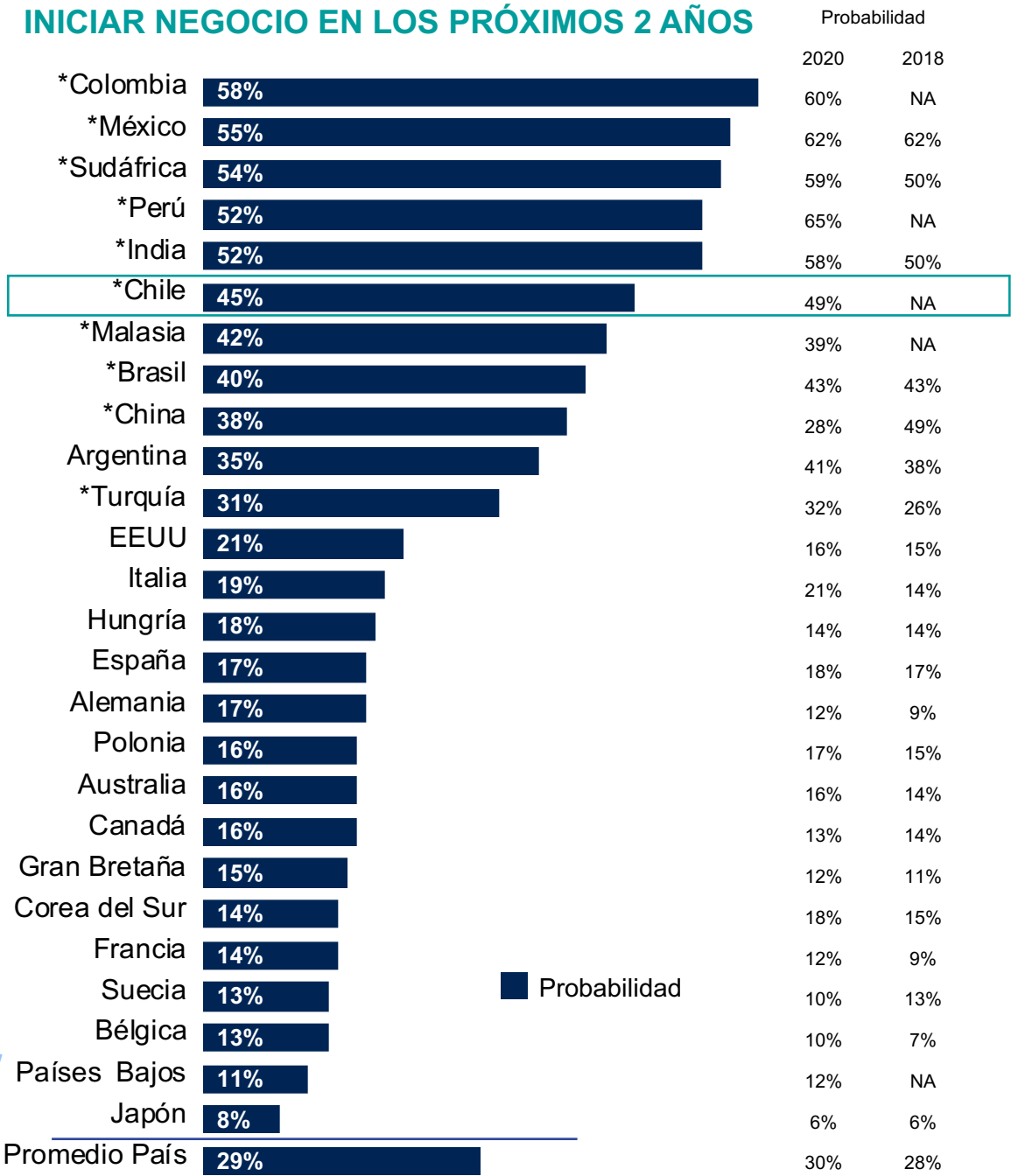
La probabilidad de iniciar un negocio es más alta en muchos países de América Latina, Sudáfrica e India.

En particular, la cifra de probabilidad global está compuesta por un 13% que ya inició un negocio en el pasado y un 16% de aquellos que son nuevos emprendedores, dicho de otra manera, que no iniciaron un negocio en el pasado.

**las muestras representan una población más próspera y conectada*

¿Qué tan probable es que comience... en los próximos dos años? 1 - nada probable a 7 - muy probable. Un nuevo negocio; Un grupo de interés que se ocupa de causas sociales, cuestiones de consumo, cuestiones políticas, etc.

INICIAR NEGOCIO EN LOS PRÓXIMOS 2 AÑOS



ASPIRACIONES EMPRESARIALES – GRUPOS DE INTERÉS

En promedio, dos de cada diez ciudadanos en los 28 países dicen que es probable que inicien un grupo de interés en los próximos dos años.

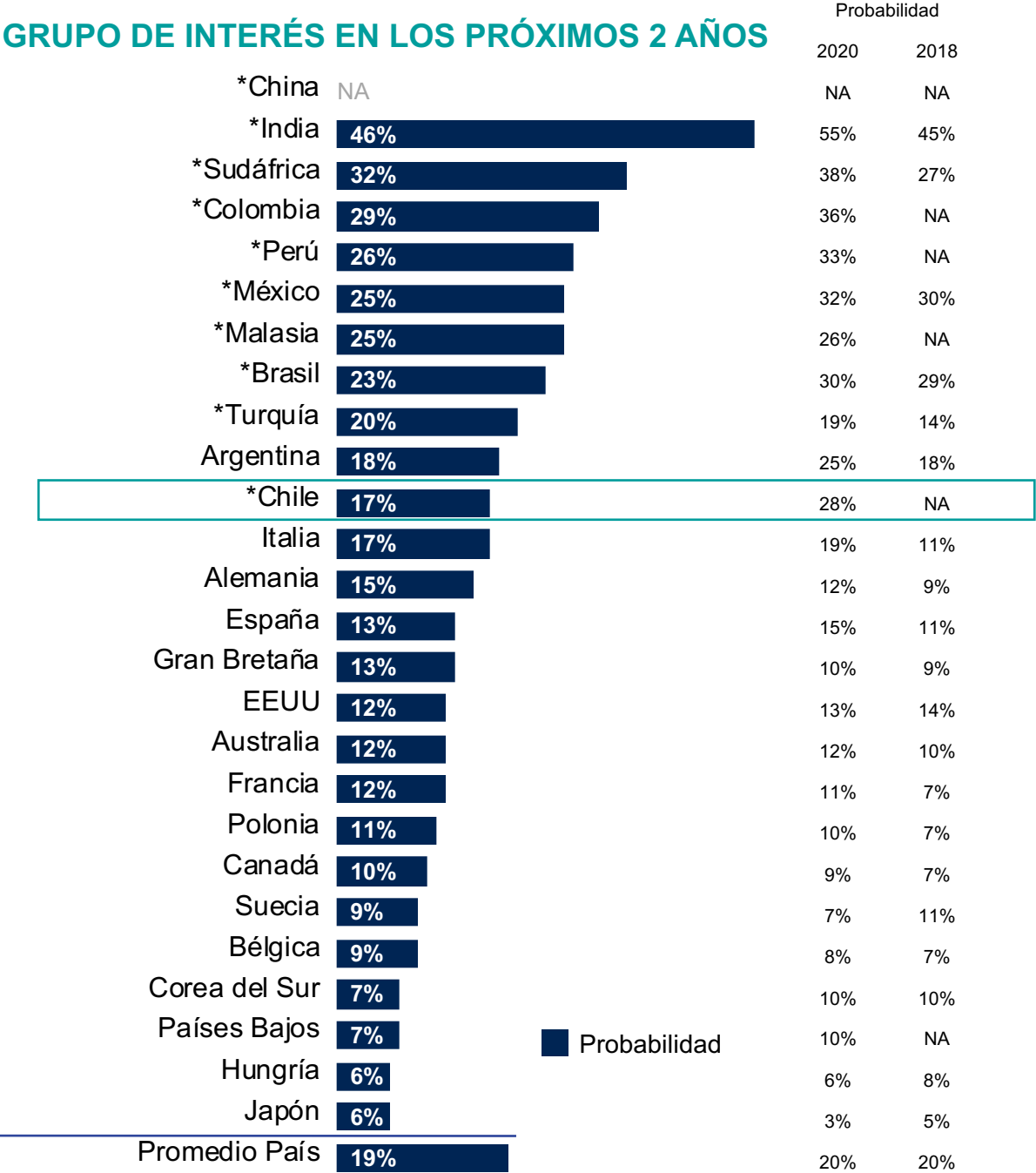
La probabilidad de iniciar un grupo de interés es más alta en muchos países de América Latina, Sudáfrica, India y Malasia.

¿Qué tan probable es que comience... en los próximos dos años? 1 - nada probable a 7 - muy probable.

Un nuevo negocio; Un grupo de interés que se ocupa de causas sociales, cuestiones de consumo, cuestiones políticas, etc.

*las muestras representan una población más próspera y conectada

INICIAR UN GRUPO DE INTERÉS EN LOS PRÓXIMOS 2 AÑOS

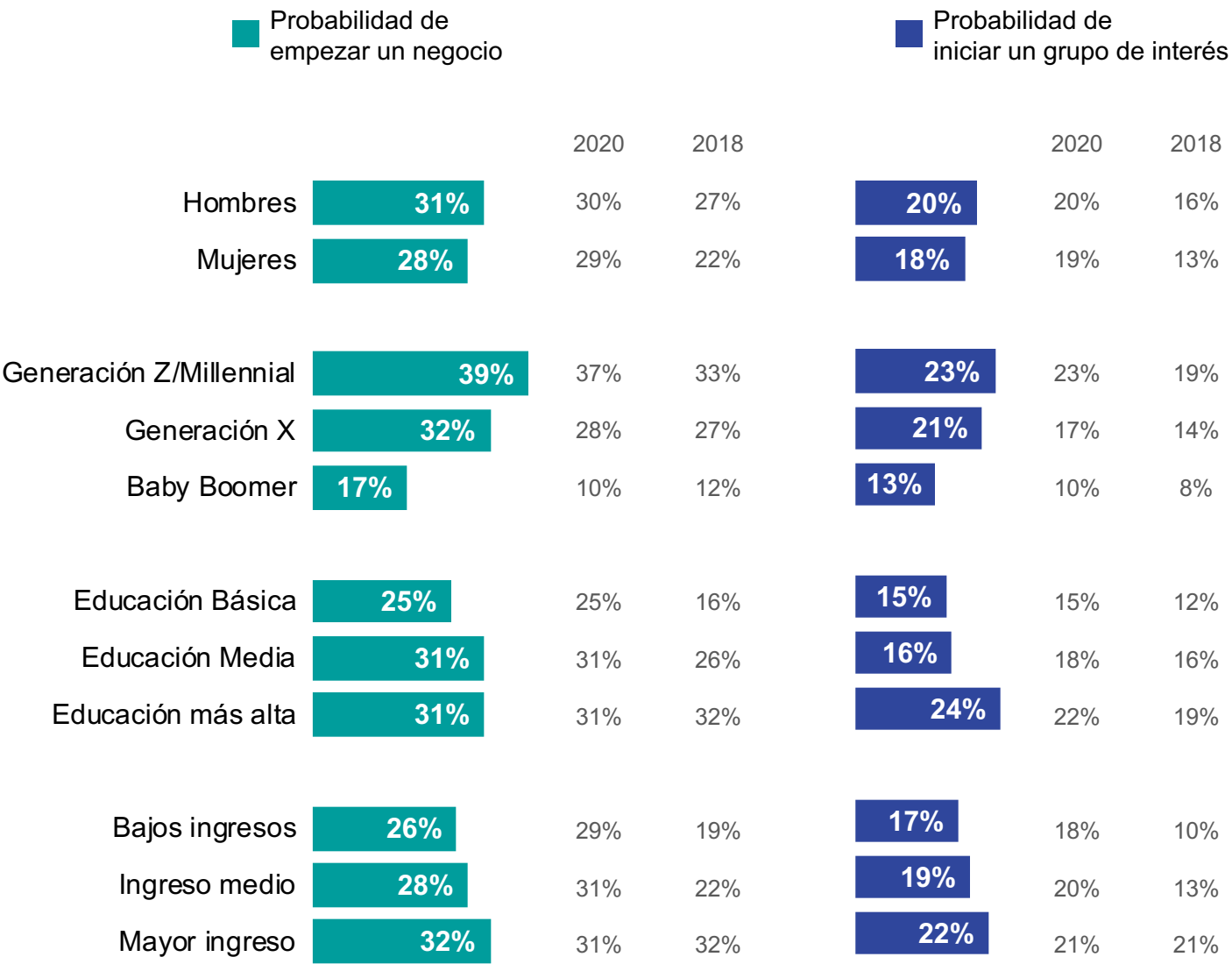


ASPIRACIONES EMPREENDEDORAS POR DATOS DEMOGRÁFICOS - GLOBAL

El espíritu emprendedor futuro potencial es mayor entre la Generación Z/Millennials, y marginalmente más alto entre los grupos de educación media y superior y de ingresos más altos.

- Pero el mayor aumento en las aspiraciones empresariales desde 2018 se da entre las mujeres, la Generación Z/Millennials, los grupos de educación baja y de ingresos bajos y medios.

El potencial empresarial social futuro (grupo de interés) es mayor entre los grupos de educación superior y de ingresos más altos, y los adultos más jóvenes.



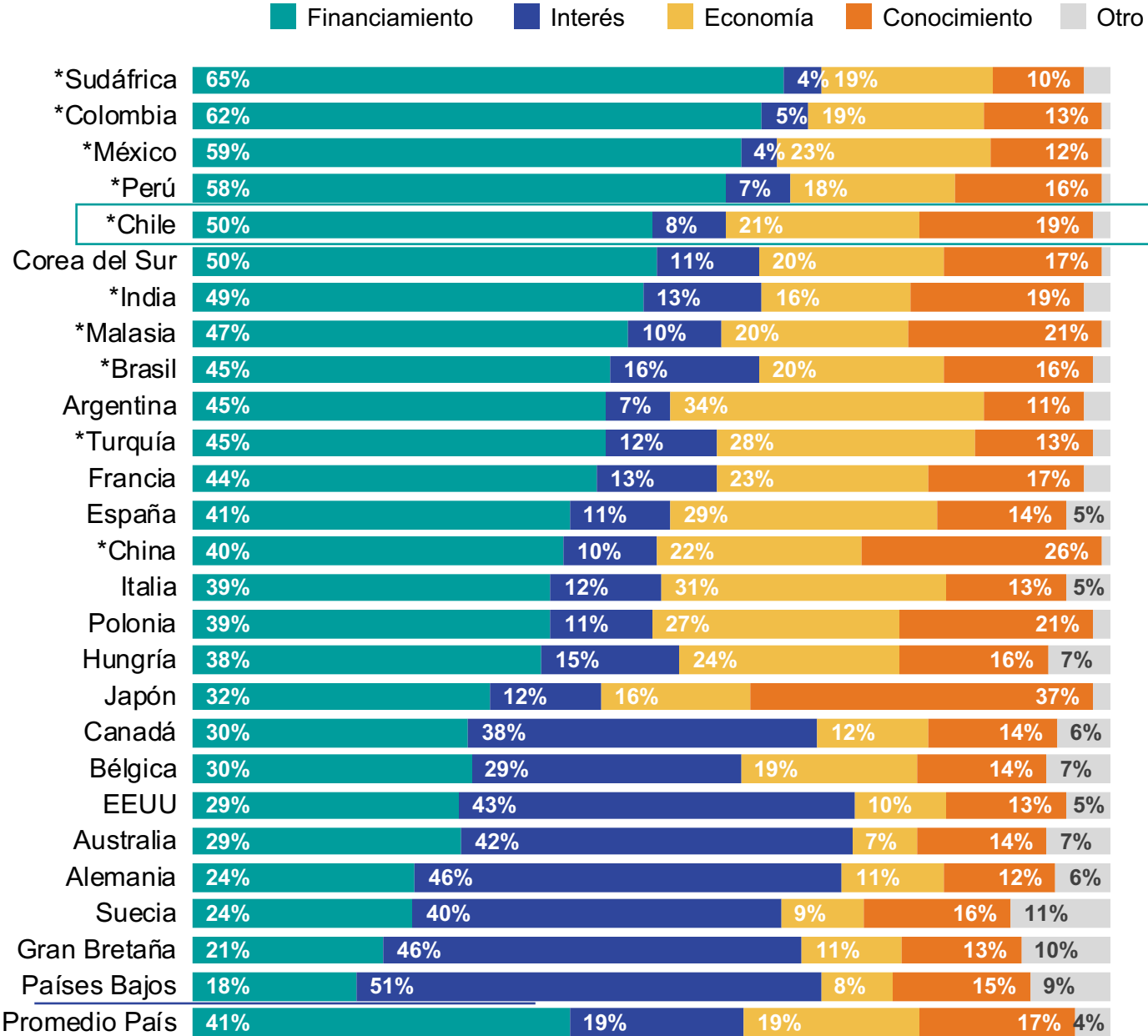
ASPIRACIONES EMPRESARIALES - BARRERAS CLAVE PARA INICIAR UN NEGOCIO

Las barreras para iniciar un negocio varían ampliamente según el país. Si bien la financiación es una de las principales barreras en la mayoría de los países...

- El interés es la principal barrera en Canadá, Bélgica, EEUU, Australia, Alemania, Suecia, Gran Bretaña y Países Bajos.
- La economía es una barrera más alta en Chile, Corea del Sur, Malasia, Brasil, Argentina, Turquía, Francia, España, China, Italia, Polonia y Hungría.
- El conocimiento es una barrera más alta en Chile, India, Malasia, China y Japón.

**las muestras representan una población más próspera y conectada*

BARRERAS CLAVE PARA INICIAR UN NEGOCIO (finales 2020)



EQUIDAD EN EL EMPRENDIMIENTO



EQUIDAD EN EL EMPRENDIMIENTO

¿EXISTE IGUALDAD DE CONDICIONES PARA LOS EMPRENDEDORES?

Investigamos temas asociados con las mujeres y otros subconjuntos específicos de la población y el emprendimiento, preguntando...

¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes alternativas?

De 1 – muy en desacuerdo a 7 – muy de acuerdo?

- Las mujeres reciben un trato justo cuando intentan iniciar un negocio.
- “Otros grupos” como diferentes razas, LGBTQ y personas con discapacidades reciben un trato justo cuando intentan iniciar un negocio

(“Otros grupos” no preguntados en Arabia Saudita)

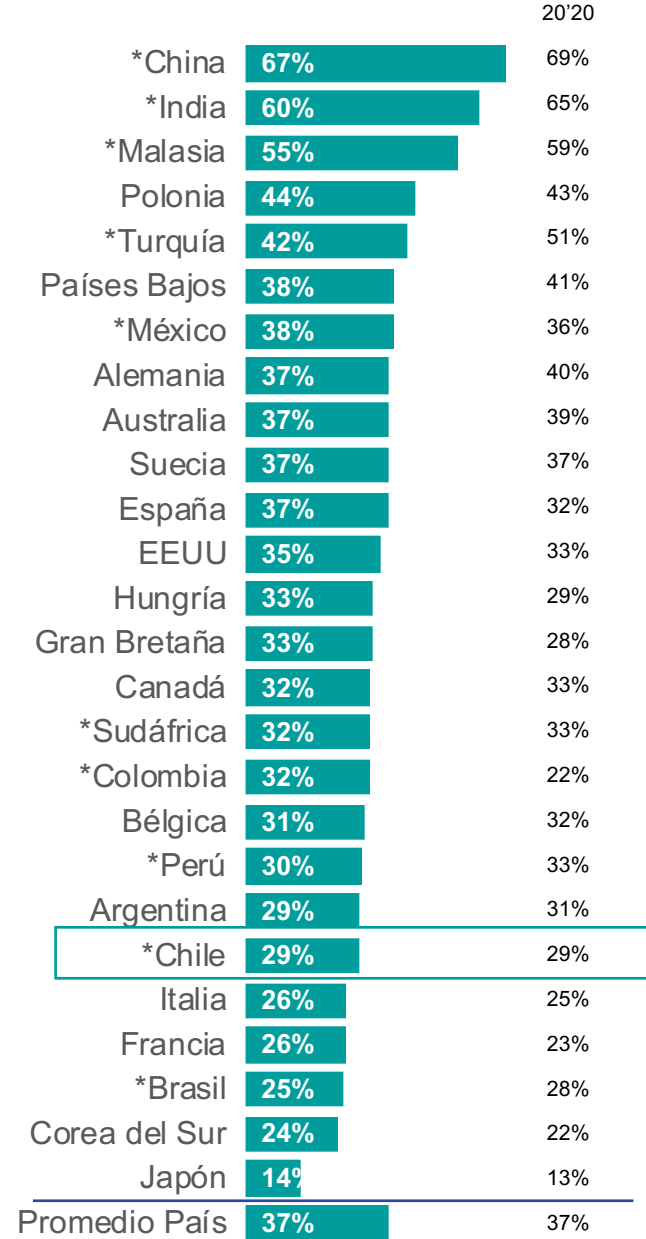
EQUIDAD EN EL EMPRENDIMIENTO

La mayoría de los ciudadanos globales no creen que las mujeres sean tratadas de manera justa cuando intentan iniciar un negocio y menos aún “otros grupos” como personas de diferentes razas, LGBTQ+ y personas con discapacidades.

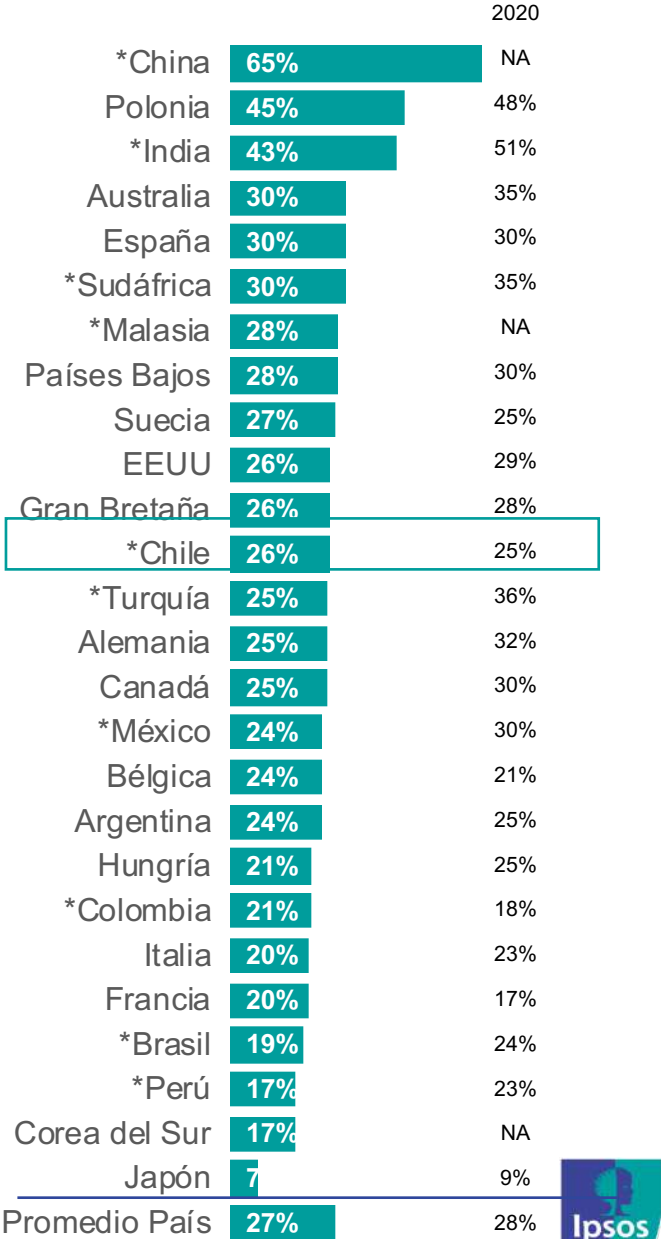
¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes alternativas...**De 1– muy en desacuerdo a 7 – muy de acuerdo?** Las mujeres reciben un trato justo cuando intentan iniciar un negocio; Otros grupos como las personas de diferentes razas, LGBTQ y las personas con discapacidad reciben un trato justo cuando intentan iniciar un negocio.

* Por ejemplo, diferentes razas, LGBTQ, personas con discapacidades

DE ACUERDO CON QUE LAS MUJERES SON TRATADAS JUSTAMENTE



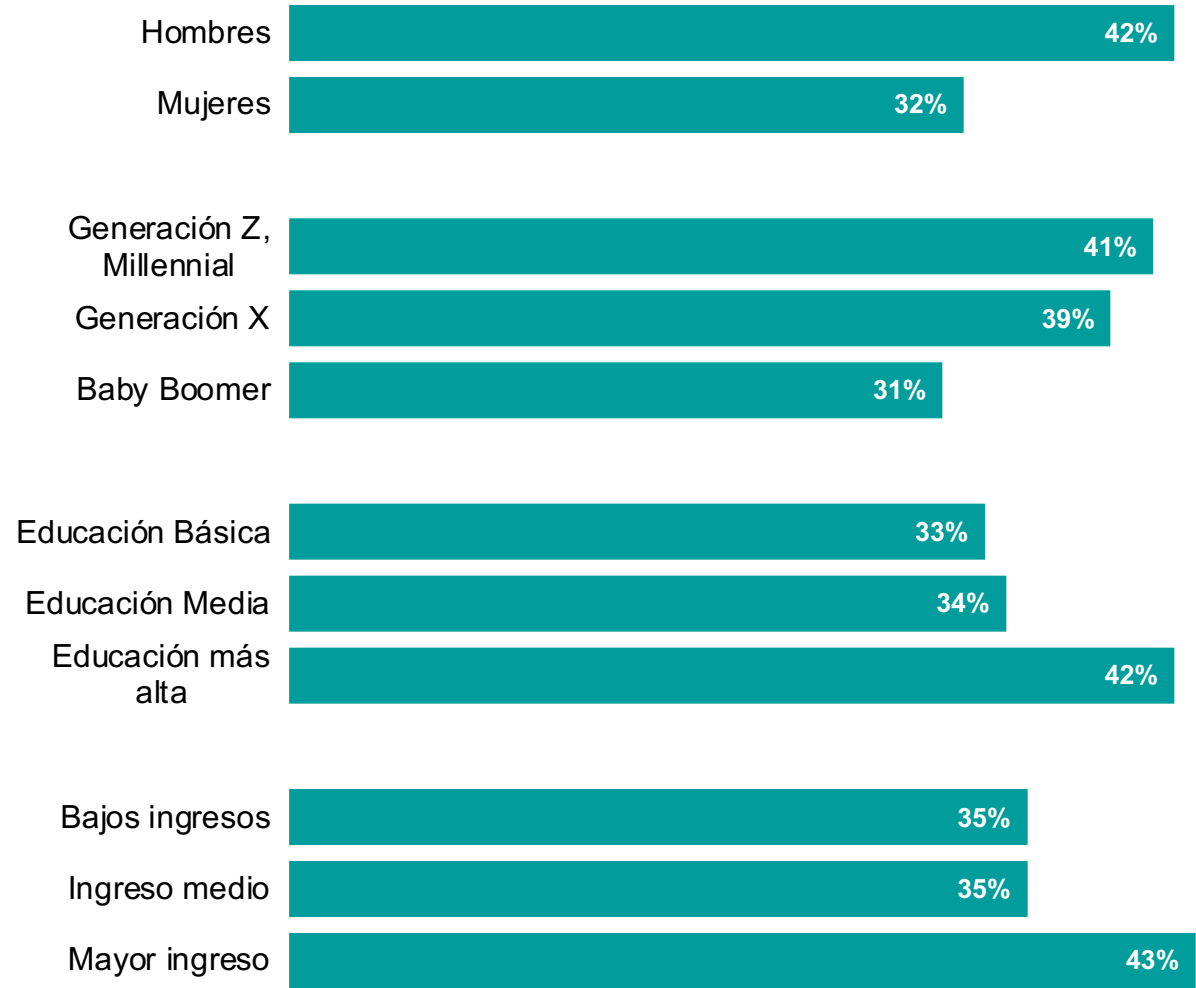
DE ACUERDO CON QUE “OTROS GRUPOS” SON TRATADOS JUSTAMENTE



TRATO JUSTO A MUJERES POR DATOS DEMOGRÁFICOS - GLOBAL

Hombres, adultos jóvenes, los que tienen un mayor nivel educativo y los que tienen mayores ingresos son más propensos a creer que las mujeres son tratadas de manera justa cuando intentan iniciar un negocio, aunque esta todavía es solo una opinión minoritaria.

DE ACUERDO CON QUE LAS MUJERES SON TRATADAS JUSTAMENTE



EMPRENDIMIENTO Y COMPROMISO SOCIAL



COMPROMISO SOCIAL

Queríamos ver si el emprendimiento estaba relacionado con el compromiso/participación en la sociedad/activismo.

ÍNDICE DE COMPROMISO SOCIAL

Se creó un Índice de Compromiso Social combinando las respuestas a lo siguiente, donde:

- **Alto Compromiso**= compuesto por 4+ items
- **Compromiso moderado** = compuesto por 2-3 items
- **Bajo Compromiso** = compuesto por 0-1 items

¿Ha hecho alguna de las siguientes cosas en los últimos 12 meses...?

(Sociedad Social)

Asistió a una reunión pública, mitin, discurso o protesta

Contribuyó con tiempo/dinero a una organización

benéfica/causa/comunitaria que representa una causa social que usted apoya

Escribió un comentario o ideas originales en línea sobre un tema social o político

Participó en discusiones con amigos o familiares sobre temas políticos o sociales y trató de convencerlos de su punto de vista

Pasó tiempo buscando información para informarse/aprender más sobre un tema social, político o de consumo en particular que podría preocuparle/interesar

(Compras Sociales)

Cambió un comportamiento de compra/boicoteó un producto/empresa debido a preocupaciones sociales, ambientales o éticas

(Inversión Social)

Hizo inversiones o cambió sus inversiones en empresas/fondos de inversión que cree que tienen un buen historial en lo que respecta a cuestiones sociales, ambientales o éticas.

**No preguntado en China y Arabia Saudita*

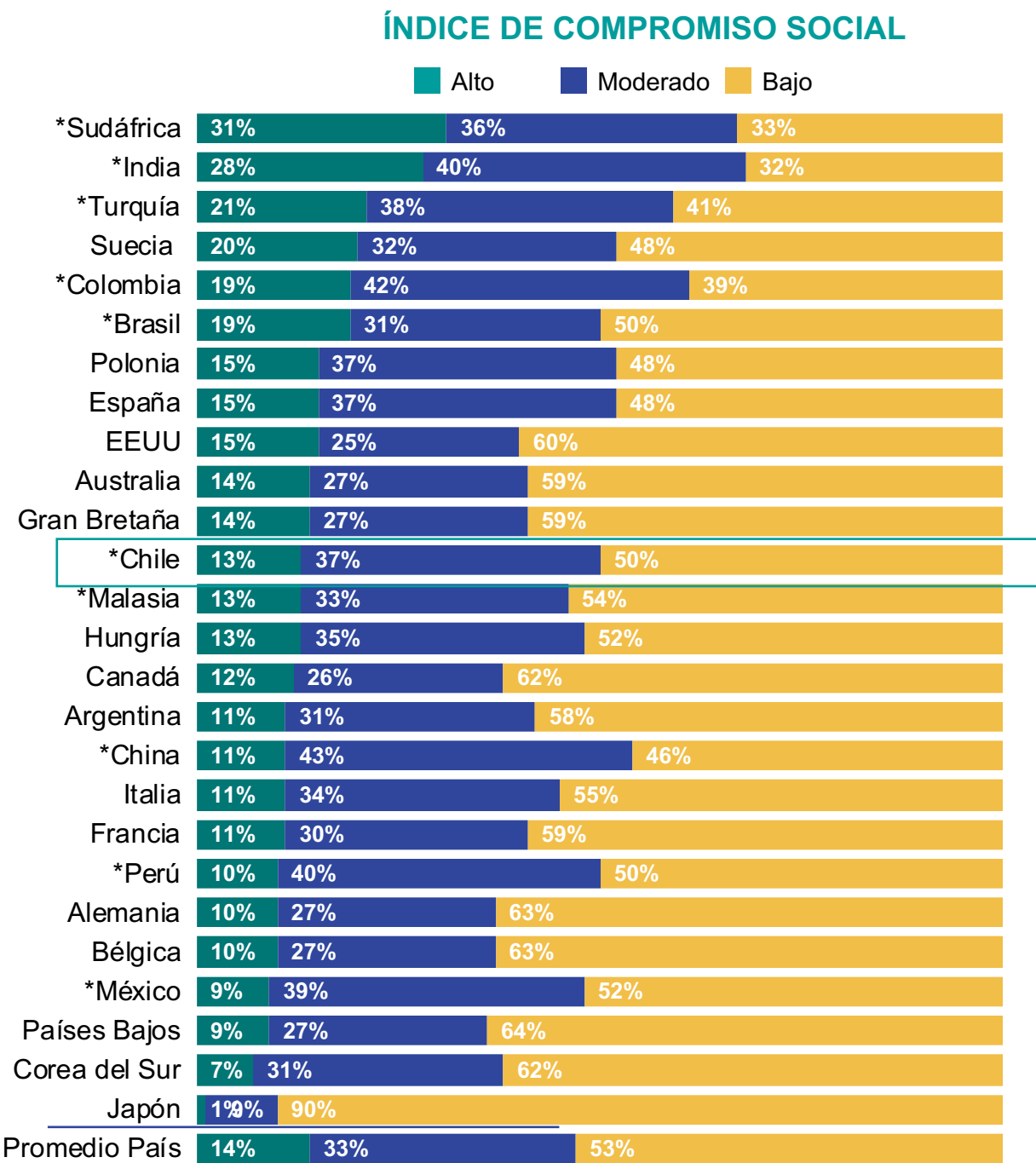
ÍNDICE DE COMPROMISO SOCIAL POR PAÍS

Un promedio de 28 países de uno de cada siete ciudadanos tiende a liderar cualquier debate o tendencia en temas sociales, políticos o económicos ("alto" en compromiso social).

Los niveles más altos de compromiso social se encuentran en Sudáfrica e India.

Los niveles más bajos de compromiso social se encuentran en Corea del Sur y Japón.

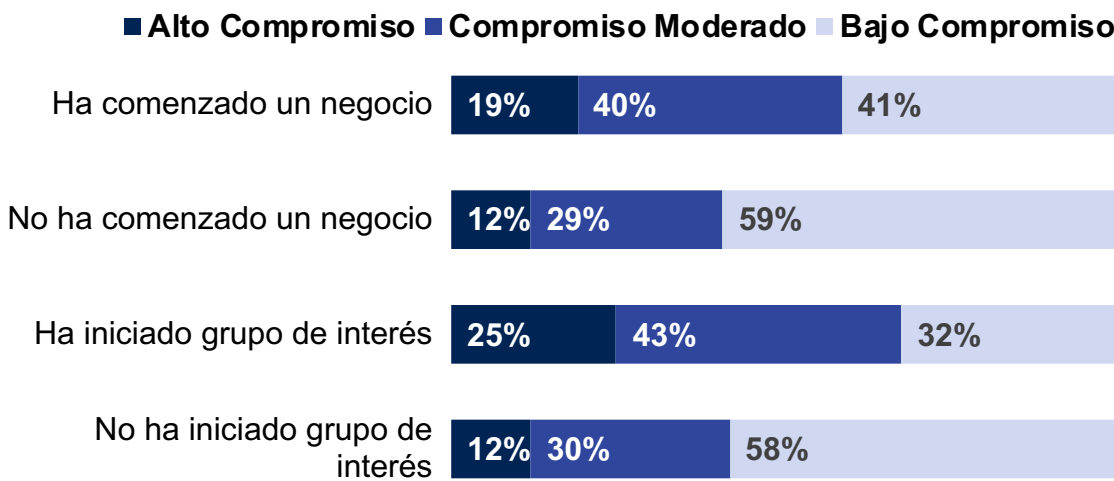
No se preguntó en China y Arabia Saudita
*las muestras representan una población más próspera y conectada



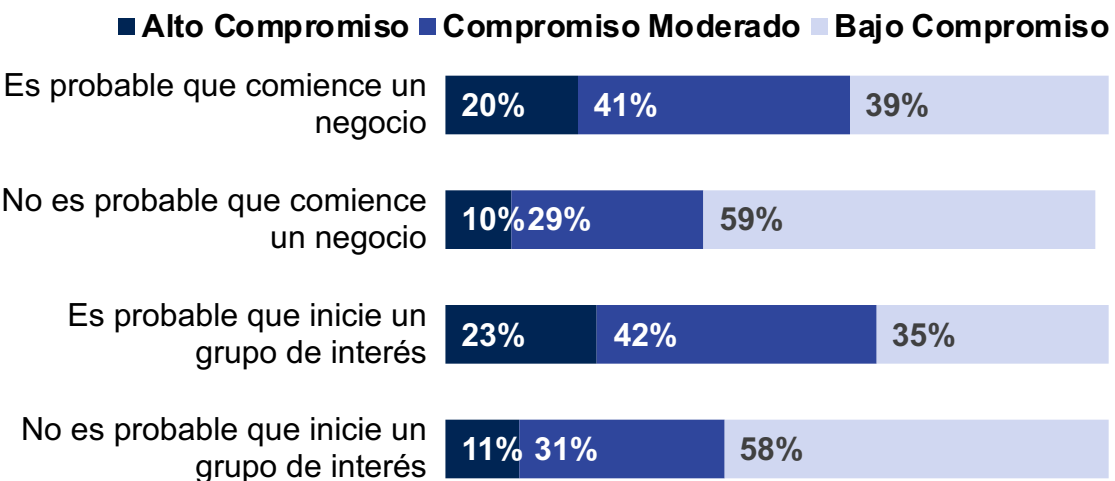
EXPERIENCIA EMPRESARIAL Y ASPIRACIONES POR COMPROMISO SOCIAL—GLOBAL

Si bien no podemos determinar qué viene primero, encontramos que las acciones relacionadas con el emprendimiento están relacionadas con las acciones relacionadas con el compromiso social. Aquellos que han iniciado un negocio y/o un grupo de interés, o es probable que lo hagan en el futuro, obtienen una calificación mucho más alta en compromiso social que aquellos que no lo han hecho o es poco probable que lo hagan.

EXPERIENCIA EMPRESARIAL E ÍNDICE DE COMPROMISO SOCIAL



ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS (PROBABLES) E ÍNDICE DE COMPROMISO SOCIAL



GOBIERNO, SECTOR PRIVADO Y EMPRENDIMIENTO

6

GOBIERNO Y SECTOR PRIVADO

GOBIERNO, SECTOR PRIVADO

Investigamos temas asociados con el gobierno, sector privado y emprendimiento preguntando...

¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación?

1 – muy de acuerdo a 7 – muy en desacuerdo

- **El gobierno de mi país hace un buen trabajo ayudando activamente a los emprendedores**
- **El sector privado/empresa en mi país hace un buen trabajo ayudando activamente a los empresarios**
- **Las instituciones financieras/bancos en mi país hacen un buen trabajo ayudando activamente a los emprendedores**

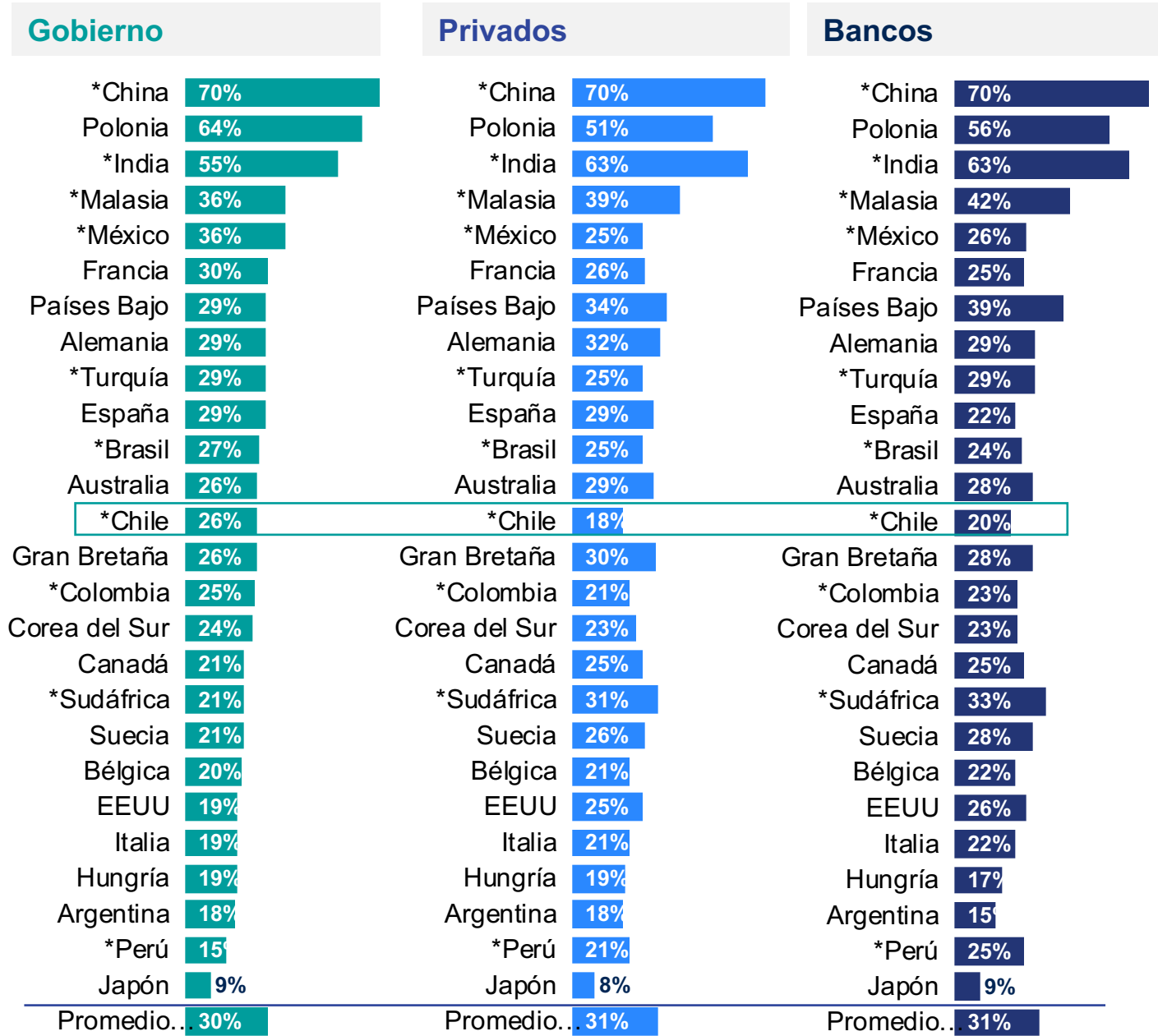
GOBIERNO Y SECTOR PRIVADO – ASISTENCIA AL EMPRENDIMIENTO

En la mayoría de los países, ni el gobierno, ni el sector privado, ni los bancos están haciendo un buen trabajo ayudando activamente a los empresarios a nivel mundial.

Pero las opiniones varían mucho según el país. China, Polonia, India y Malasia tienden a ser más positivos en general, mientras que EEUU, Italia, Hungría, Argentina, Perú y Japón tienden a ser menos positivos.

¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación... 1 – muy en desacuerdo con 7 – muy de acuerdo: El gobierno de mi país hace un buen trabajo ayudando activamente a los empresarios; El sector privado/empresa en mi país hace un buen trabajo ayudando activamente a los emprendedores Las instituciones financieras/bancos en mi país hacen un buen trabajo ayudando activamente a los emprendedores

HACE UN BUEN TRABAJO ASISTIENDO ACTIVAMENTE A LOS EMPRENDEDORES

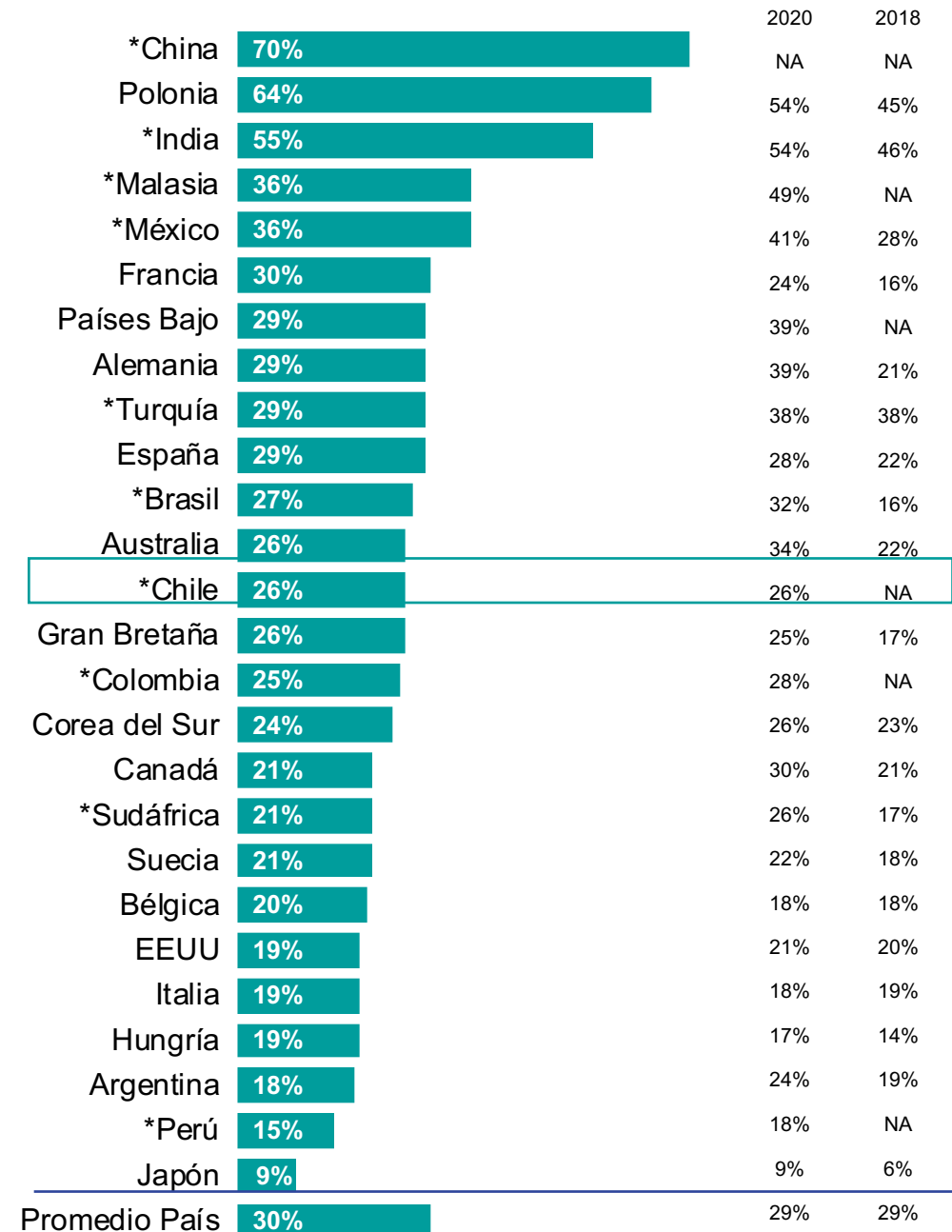


CAMBIOS EN EL APOYO DEL GOBIERNO A EMPRENDIMIENTOS

Sin embargo, ha habido alguna mejora en el desempeño gubernamental percibido que ayuda a los emprendedores desde 2018 en la mayoría de los países.

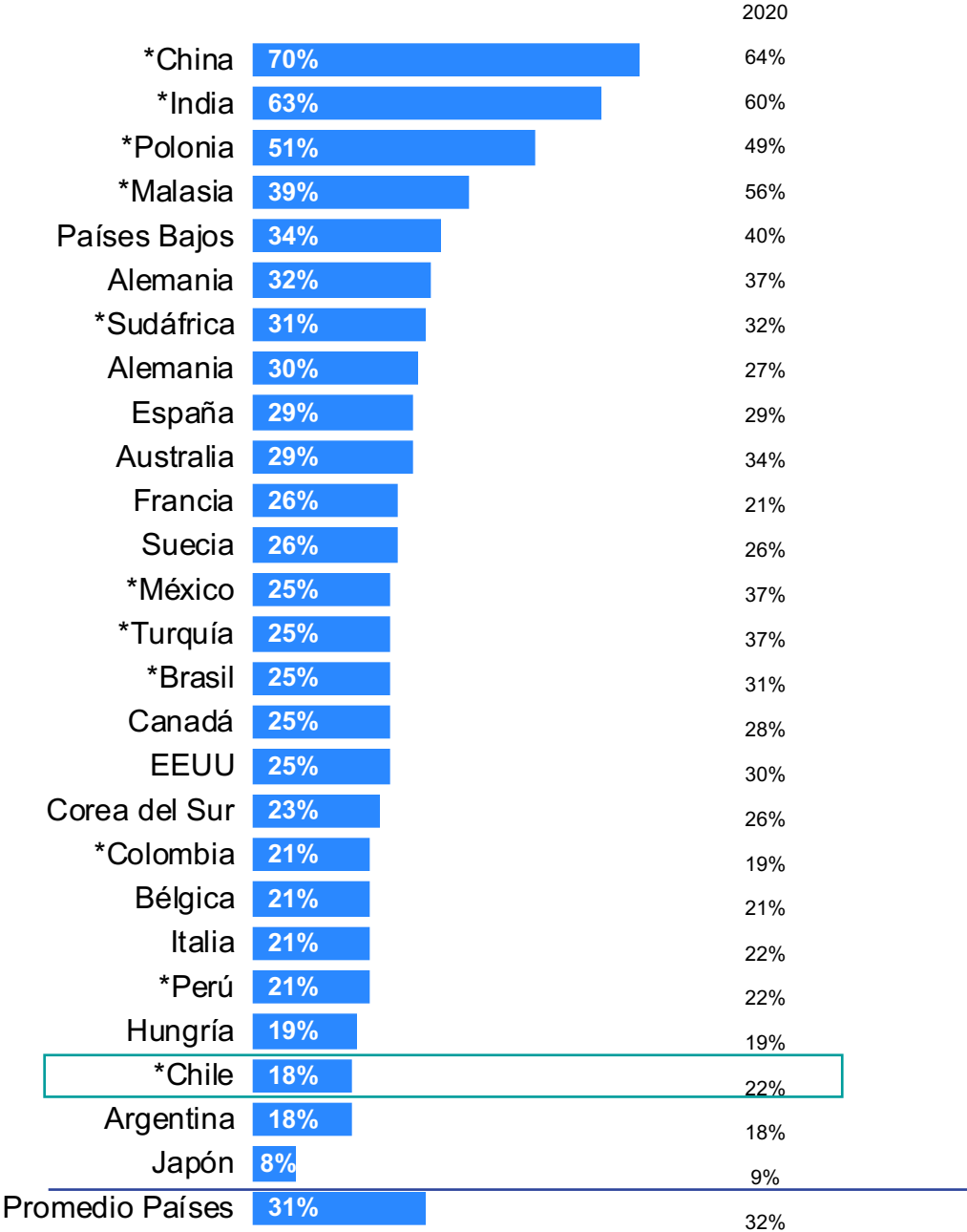
Las mayores mejoras se observan en México, Alemania, Australia y Brasil.

*Gobierno no preguntado en China y Arabia Saudita
las muestras representan una población más próspera y conectada



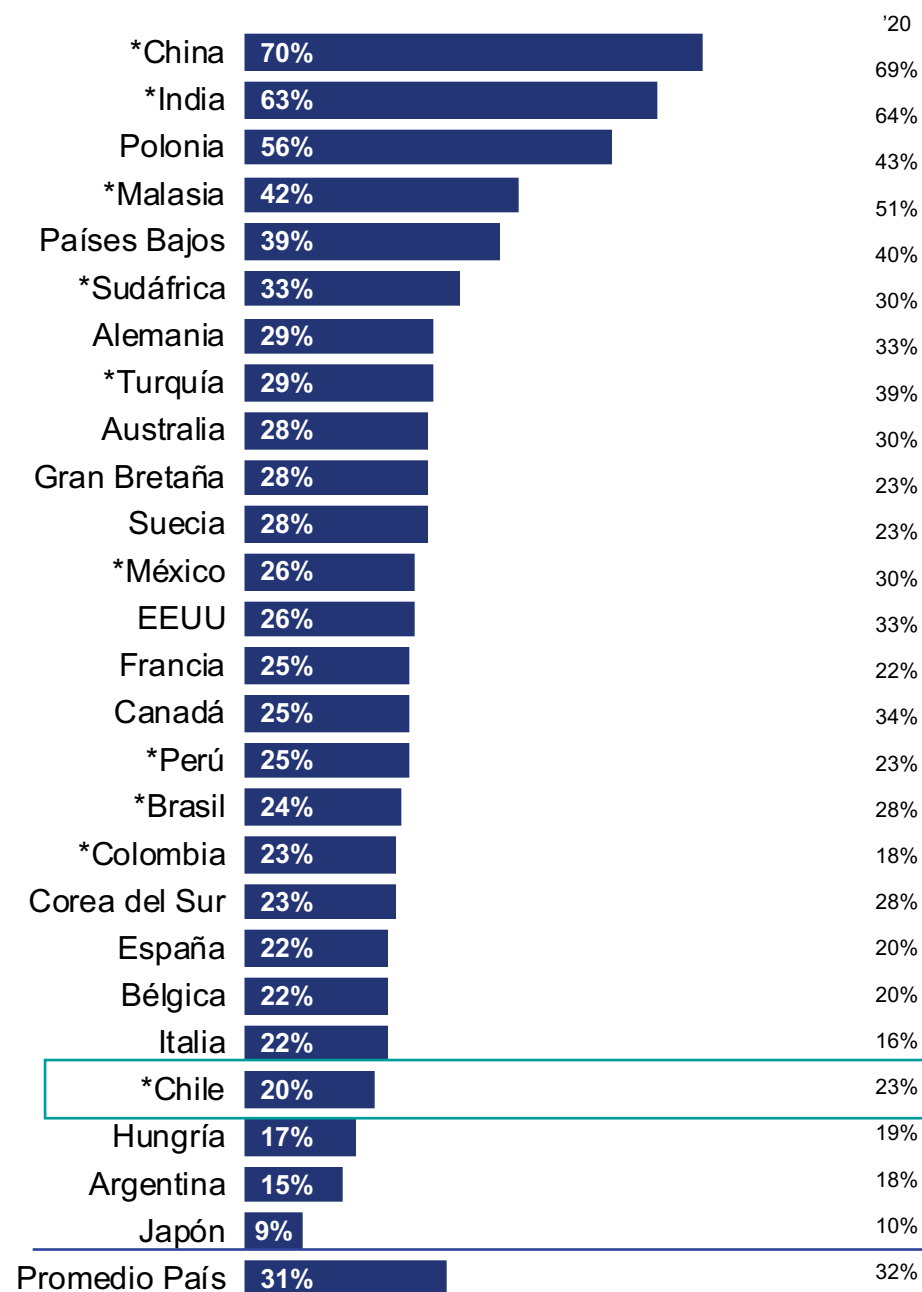
CAMBIOS EN EL APOYO DEL SECTOR PRIVADO A EMPRENDIMIENTOS

También ha habido alguna mejora en el desempeño del sector privado relativo a la ayuda a emprendimientos desde 2020 en China y Francia, pero un deterioro en la mayoría de los demás países.



CAMBIOS EN EL APOYO DE LOS BANCOS A EMPRENDIMIENTOS

Y ha habido alguna mejora en el desempeño bancario percibido que ayuda a los emprendedores desde 2020 en China, Polonia, Suecia e Italia, pero un deterioro en la mayoría de los demás países.



METODOLOGÍA

La encuesta se realizó en 28 países a través del sistema Ipsos Online Panel entre el 27 de mayo y el 8 de junio de 2022.

Se realizaron entrevistas con 20 504 adultos de 18 a 74 años en Canadá, EEUU, Sudáfrica, Malasia y Turquía y de 16 a 74 años en todos los demás países.

La muestra consta de aproximadamente 1000 personas en Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, China continental, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Japón, España y EEUU, y 500 personas en Argentina, Chile, Colombia, Hungría, India, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Arabia Saudita, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia y Turquía (por el momento hemos suspendido las entrevistas en Rusia).

Las muestras de Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia y EEUU, pueden tomarse como representativas de su población adulta general bajo la edad de 75 años.

Las muestras en Brasil, Chile, China continental, Colombia, India, Malasia, México, Perú, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía son más urbanas, más educadas y/o más ricas que la población general. Los resultados de la encuesta para estos países deben verse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.

Los datos se ponderan para que la composición de la muestra de cada país refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta según los datos del censo más reciente. Cuando los resultados no suman 100 o la 'diferencia' parece ser +/-1 más/menos que el real, esto puede deberse al redondeo, las respuestas múltiples o la exclusión de "no sé" o respuestas no declaradas. .

La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta de 1000 con una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y de 500 con una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos. La publicación de estos hallazgos cumple con las normas y reglamentos locales.

También solicitamos a la institución financiera/banco principal utilizado en EEUU, Gran Bretaña y Canadá que permitiera realizar comparaciones entre los principales clientes bancarios.

CONTACTOS

MIKE COLLEDGE

Presidente,
Public Affairs

Ipsos Canada

Mike.Colledge@ipsos.com



CHRIS MARTYN

Director de Investigación,
Public Affairs

Ipsos Canada

Chris.Martyn@ipsos.com



MARTIN HROBSKY

Vicepresidente Senior,
Public Affairs

Ipsos Canada

Martin.Hrobsky@ipsos.com



SOBRE IPSOS

Ipsos es la tercera empresa de investigación de mercado más grande del mundo, presente en 90 mercados y empleando a más de 18.000 personas.

Nuestros profesionales de la investigación, analistas y científicos han desarrollado capacidades múltiples únicas que brindan información valiosa sobre las acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Nuestras 75 soluciones comerciales se basan en datos primarios provenientes de nuestras encuestas, monitoreo de redes sociales y técnicas cualitativas o de observación.

“Game Changers”, nuestro eslogan, resume nuestra ambición de ayudar a nuestros 5000 clientes a navegar más fácilmente en nuestro mundo profundamente cambiante. Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext Paris desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma parte de los índices SBF 120 y Mid-60 y es elegible para el Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg

IPS:FP

www.ipsos.com

GAME CHANGERS

En nuestro mundo de cambios rápidos, la necesidad de información confiable para tomar decisiones seguras nunca ha sido tan grande. En Ipsos creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda producir información precisa y relevante y convertirla en verdad procesable.

Esta es la razón por la cual nuestros expertos, apasionadamente curiosos, no solo brindan la medición más precisa, sino que también la moldean para proporcionar una verdadera comprensión de la sociedad, los mercados y las personas.

Para ello utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y los conocimientos técnicos y aplicamos los principios de seguridad, simplicidad, velocidad y sustancia a todo lo que hacemos.

Para que nuestros clientes puedan actuar más rápido, más inteligente y más audaz. En última instancia, el éxito se reduce a una simple verdad:

Actúas mejor cuando estás seguro.