



índice nacional
**actitud
innovadora
& emprendedora**

**Encuesta Nacional
de Opinión Pública**

6.968 casos

Julio 2023



Feedback

Diseñado por:
procorp

Quisiera iniciar agradeciendo, en primer lugar, a nuestro equipo que, con profesionalismo y dedicación, le ha dado vida a una investigación que nos llena de orgullo por su aporte al fortalecimiento del ecosistema de innovación y emprendimiento de nuestro país. Este índice no habría podido realizarse sin nuestro gran aliado, Feedback Research, y su equipo liderado por Juan Pardo. Con un profundo compromiso y luego de un año de trabajo, nace el nuevo “Índice Nacional de Actitud Innovadora y Emprendedora” que se propone conocer cuán innovadores y emprendedores somos en Chile.

Hoy vivimos dominados por la Big Data y la Inteligencia Artificial, tecnologías que tienen un enorme potencial y que nos permiten tomar decisiones de un modo distinto e identificar nuevas oportunidades. Pero, hay que tener claro que, pasado un tiempo, estas capacidades llegarán a todos los sectores productivos, por lo tanto; antes, ahora y en el futuro, quiénes harán la diferencia serán las personas.

¡Son las personas las que verdaderamente innovan, no las organizaciones!

Pueden existir momentos en que la tecnología nos haga más competitivos, pero la diferencia radical estará en las manos de una comunidad comprometida para trabajar pensando en el futuro.... esto, no cabe en un algoritmo.

Victor Küppers, conferencista y coach, nos abrió el camino a un nuevo concepto que en ForInnovación acuñamos con rigor y entusiasmo: la importancia de la actitud personal como elemento movilizador y dinamizador

tanto en el ámbito personal como profesional. Para innovar y emprender lo importante ya no son sólo los conocimientos y las habilidades, la actitud es el multiplicador.

Es por eso clave monitorear la evolución de la disposición a innovar y emprender; generar información válida y confiable para orientar el diseño de políticas públicas sobre esta materia; aportar al diálogo para el desarrollo y fomento de la innovación y emprendimiento en Chile y describir los factores que movilizan u obstaculizan el proceso de innovación y emprendimiento.

En ForInnovación llevamos 20 años impulsando incansablemente el emprendimiento y la innovación como factor central de la nueva productividad competitiva de nuestro país. Este largo camino nos ha permitido acumular un capital de conocimientos, redes, habilidades y también muchas inquietudes que nos han llevado constantemente a explorar nuevas preguntas y respuestas.

Esperamos que este nuevo índice, eleve nuestra comprensión sobre las dimensiones humanas que favorecen una cultura de innovación y emprendimiento y estimule nuevas actitudes e iniciativas que fortalezcan y amplifiquen el valioso ecosistema que entre todos hemos construido.



Guillermo Carey
Presidente
ForInnovación

Contenido

4	Ficha técnica
11	Índice de Actitud Innovadora y Emprendedora
5	Componente Cognitivo
20	Indicadores del componente cognitivo
26	Componente valórico
30	Indicadores del componente valórico
35	Componente relacional
40	Indicadores del componente relacional
45	Índice, componentes e indicadores según variables de interés
54	Conclusiones



Ficha Técnica

Ficha técnica de la encuesta



Técnica

Estudio cuantitativo en base a encuestas online en plataforma digital propia. Invitación a responder mediante envío aleatorio de campaña de correos electrónicos.

Tamaño de la Muestra

6.968 casos.



Diseño de la muestra

No probabilístico, distribuido según cuotas por macro zonas, en base a marco muestral propio de contactos online.

Adicionalmente, se generaron un total de 10 links únicos para ser usados por distintas entidades e instituciones ligadas al ecosistema de innovación.



Trabajo de levantamiento

Datos recopilados entre 20 de abril y 5 de junio de 2023 (46 días). Se realizaron envíos de insistencia mediante sistema automatizado de campaña de correos.

Instrumento

Cuestionario estructurado de 55 ítems, ± 28 minutos promedio de tiempo de respuesta.



Universo representado

Hombres y mujeres, mayores de 18 años, pertenecientes principalmente a los niveles socioeconómicos medio alto, medio y medio bajo, sobre un marco de muestra rotativo de 3.4 millones de correos electrónicos, con representación de las 16 regiones del país.



Ajuste de diseño

Resultados ponderados según macrozonas, nivel socioeconómico, género y grupos de edad, según proyección de población a 2023, basada en el Censo Abreviado de Población y Vivienda de 2017 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas, INE

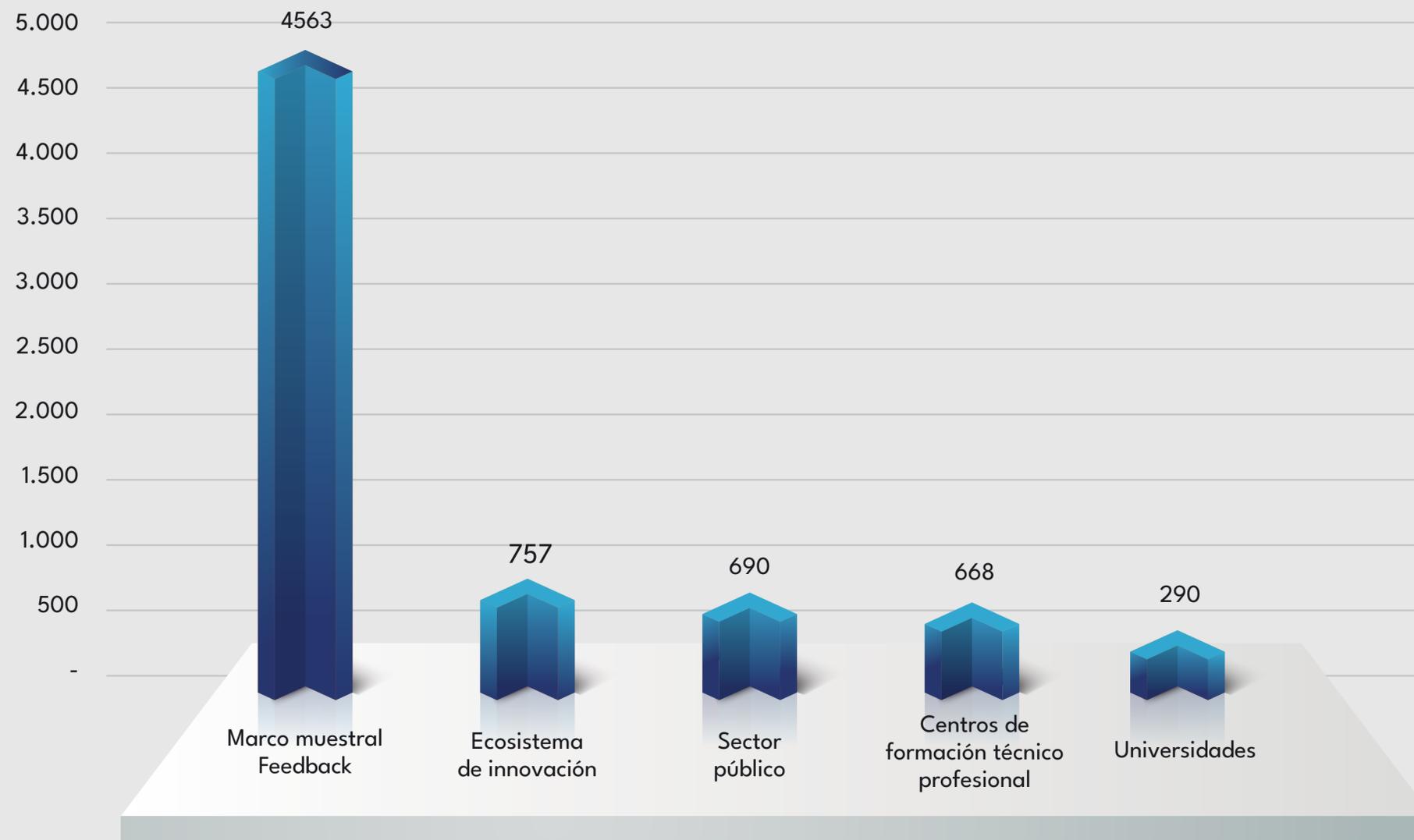
Efectividad de la muestra - Opinión Pública

(número de correos electrónicos efectivos enviados)

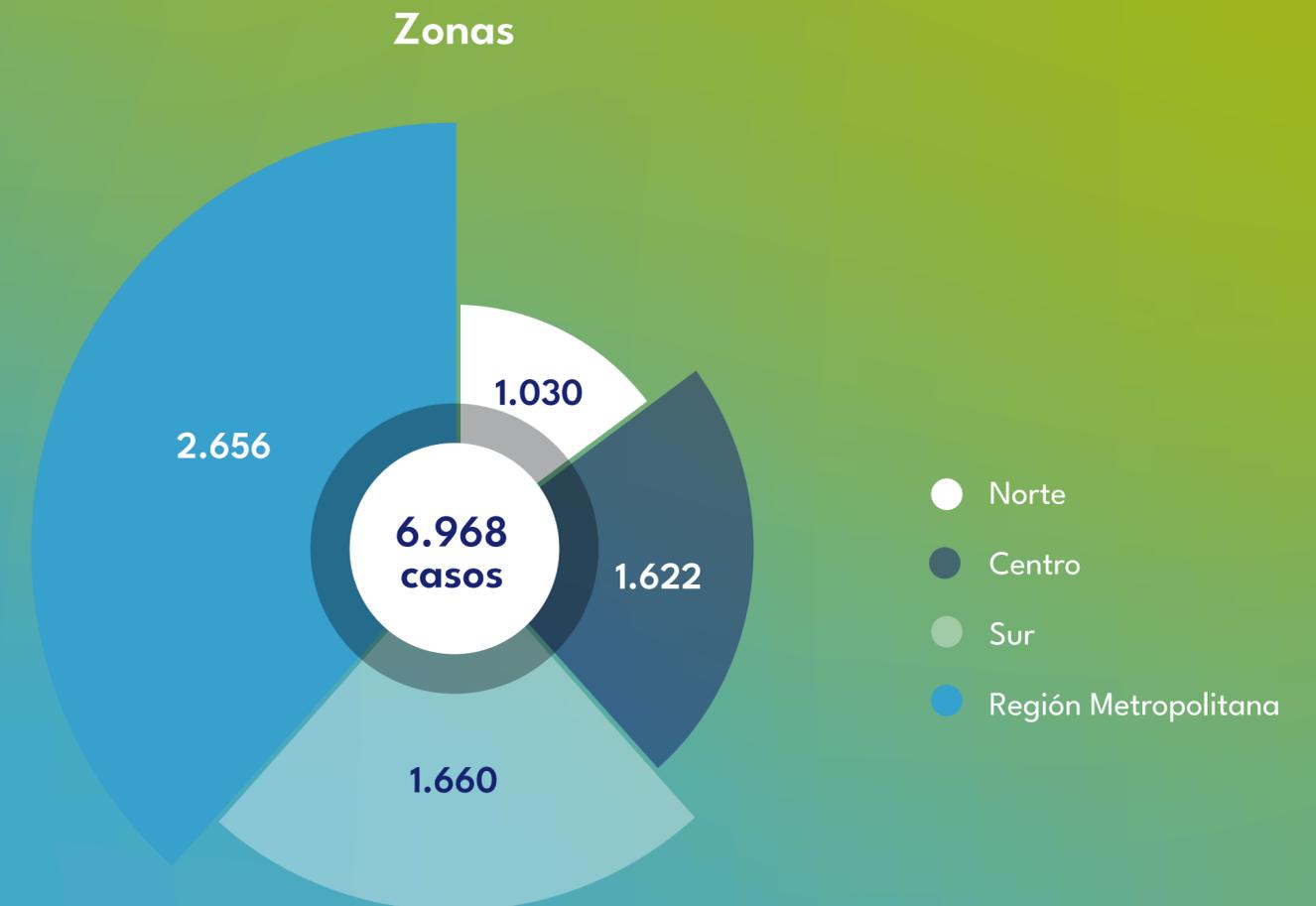
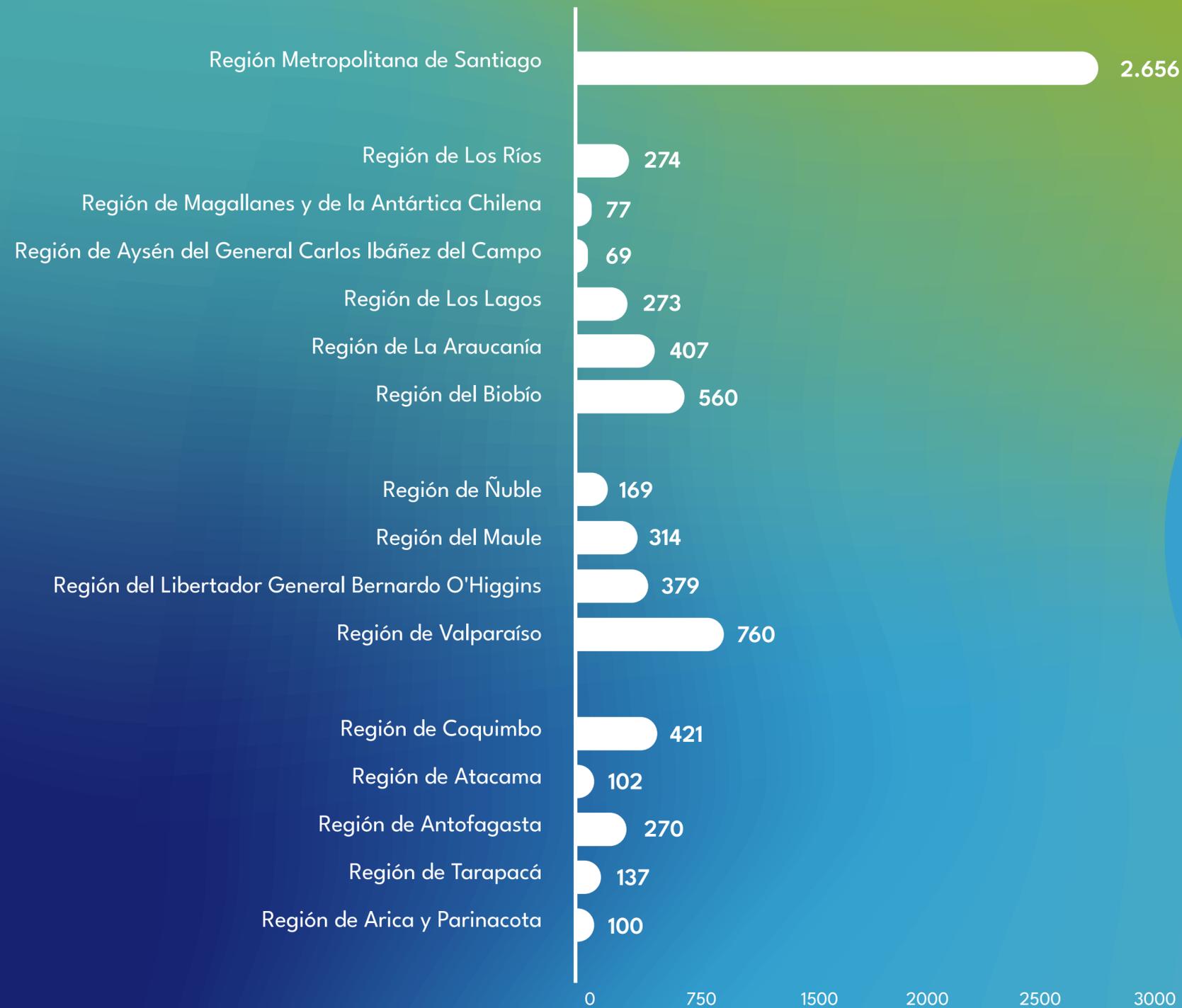
	Número de casos	% sobre categoría
Finalizó Encuesta	4.563	3%
Ve la encuesta, pero no responde	4.103	2%
Vio el mail	156.760	93%
No más mail	3.847	2%
Total	169.273	100%

Origen de la Base

(número de casos observados)

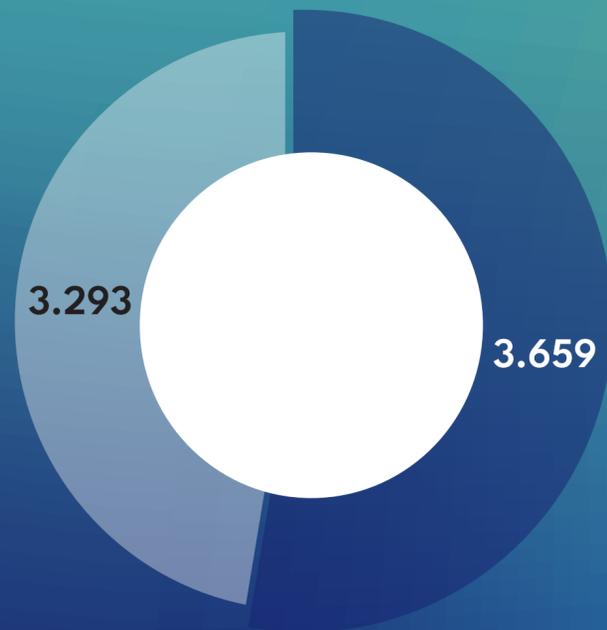


Características de la muestra obtenida



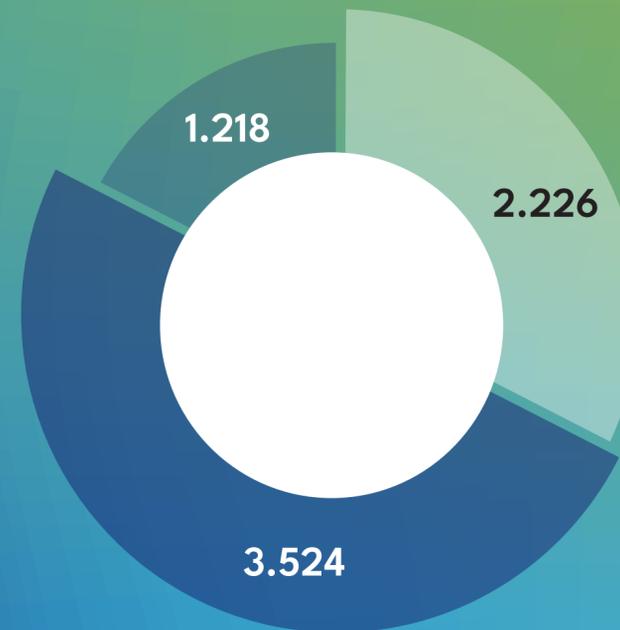
Características de la muestra obtenida

Género



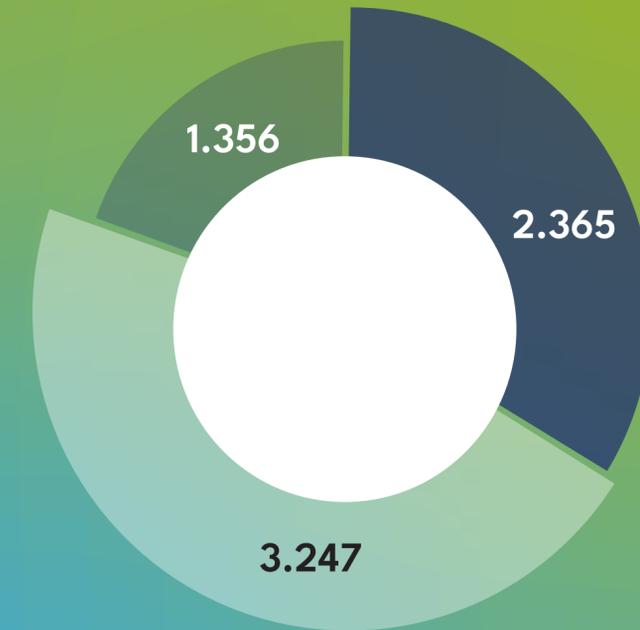
- Hombre
- Mujer
- Otro
- No responde

Nivel Socioeconómico



- Alto
- Medio
- Bajo

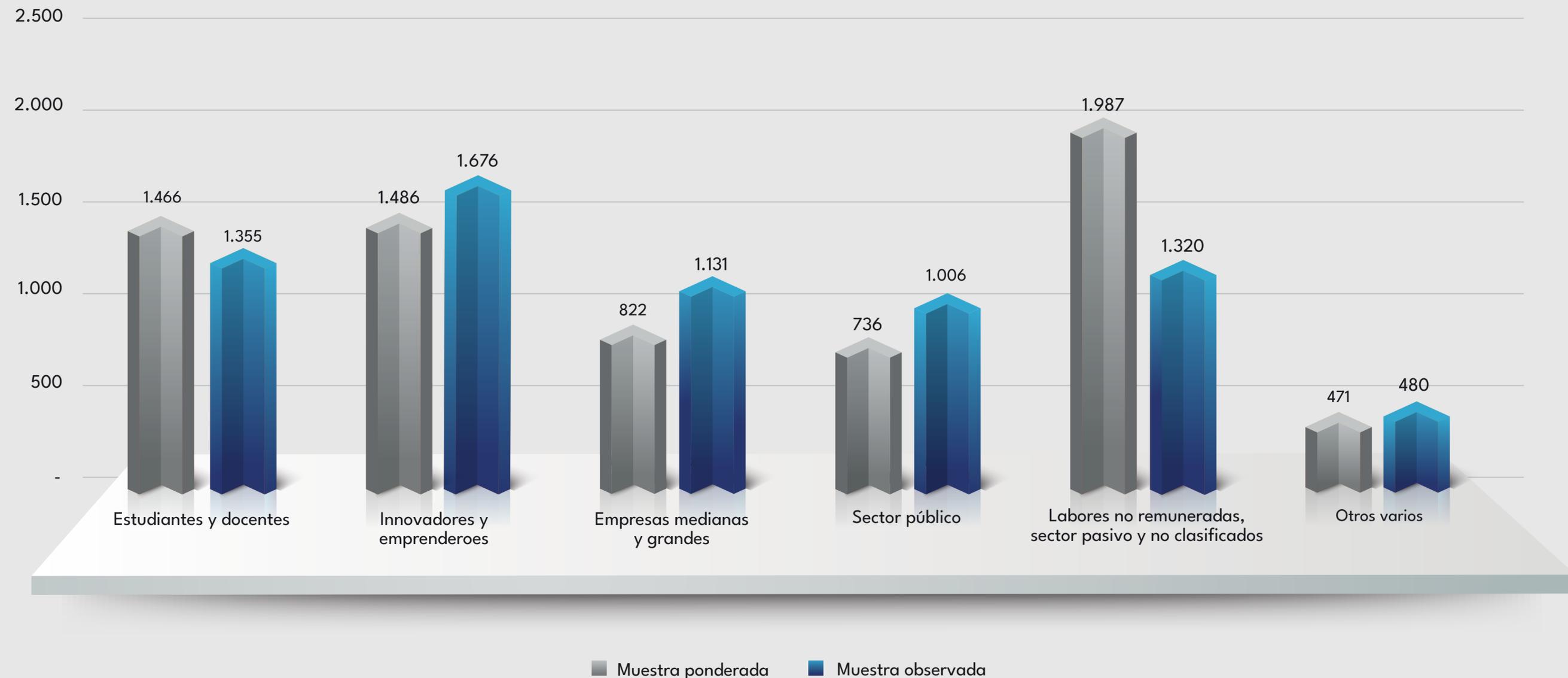
Grupos de edad



- 18-39
- 40-59
- 60+

Clasificación de la Muestra

(6.968 casos - respuestas agrupadas)



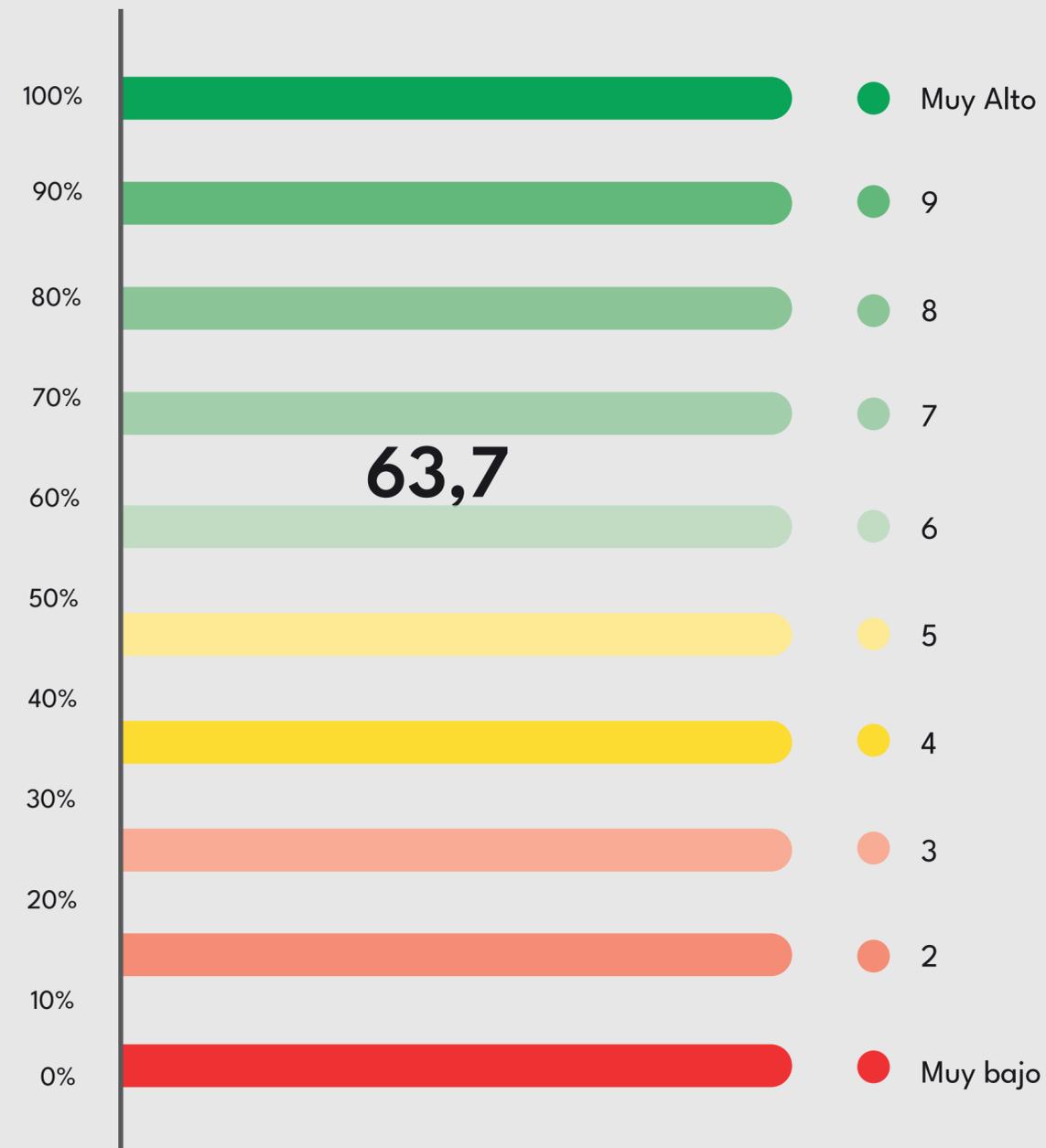
A woman with long dark hair, wearing a white lab coat, is seated at a table. She is looking towards the right and smiling slightly. Her hands are resting on the table. In the background, another person is partially visible, looking down. The image is overlaid with a blue and green gradient. The text is centered on the right side of the image.

Índice de Actitud Innovadora y Emprendedora

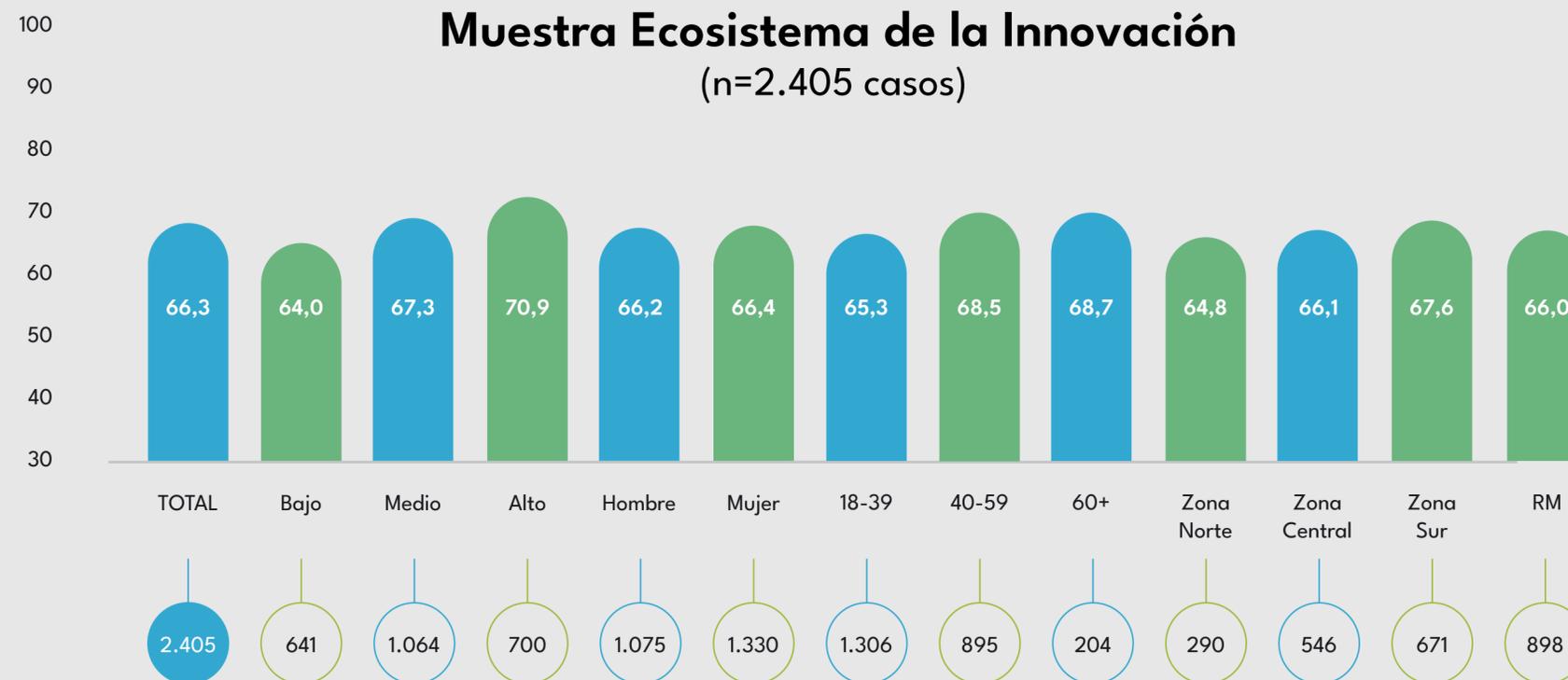
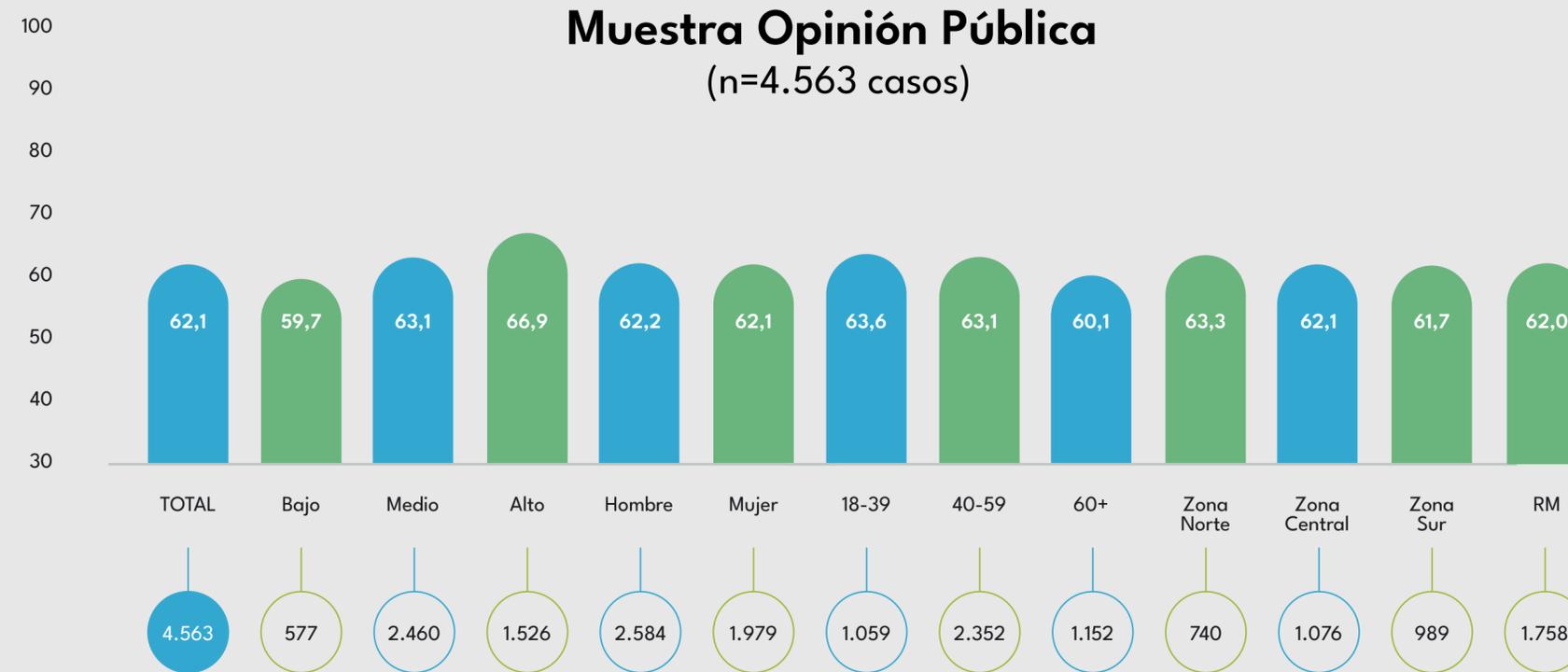
Modelo de actitud hacia la innovación y el emprendimiento



Línea base Índice de actitud hacia la innovación y el emprendimiento



Índice Nacional





Componente Cognitivo



Componente cognitivo

69

78

Observación

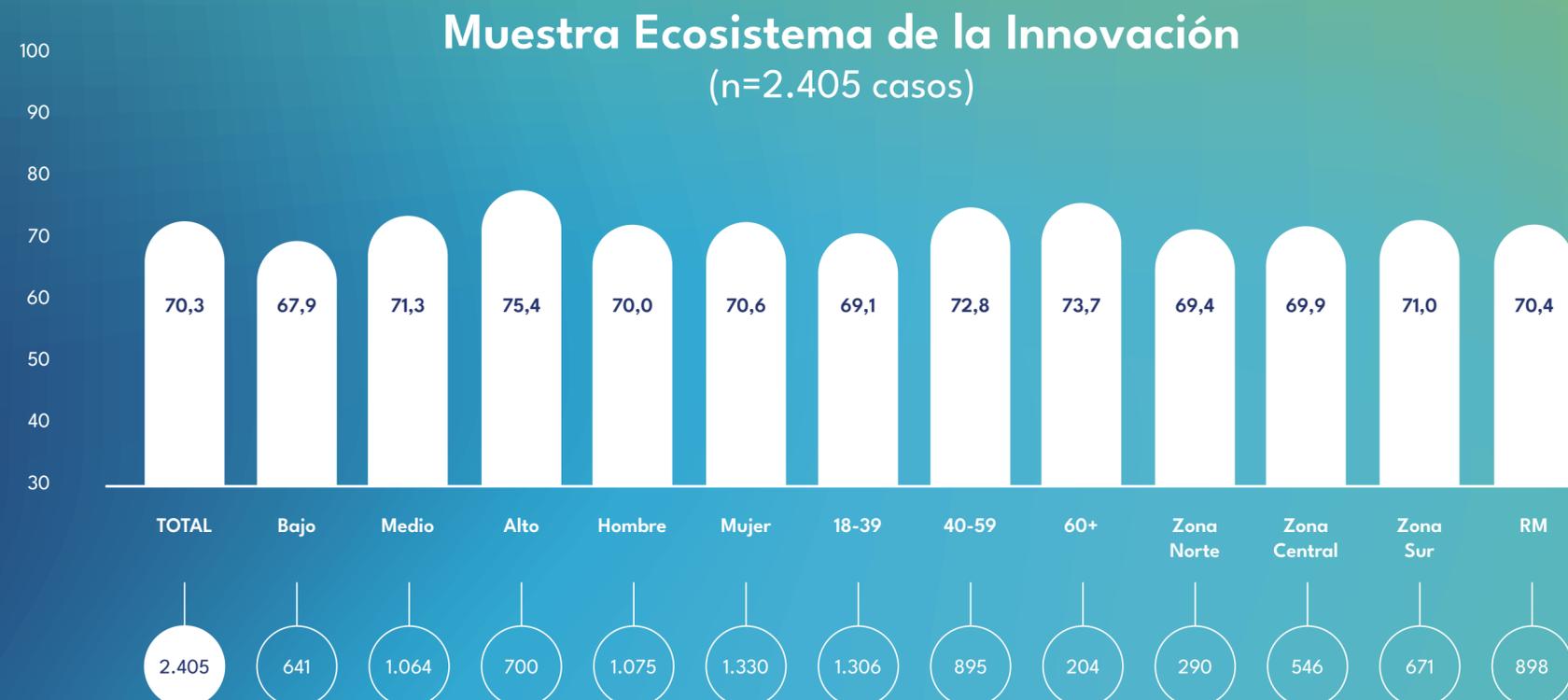
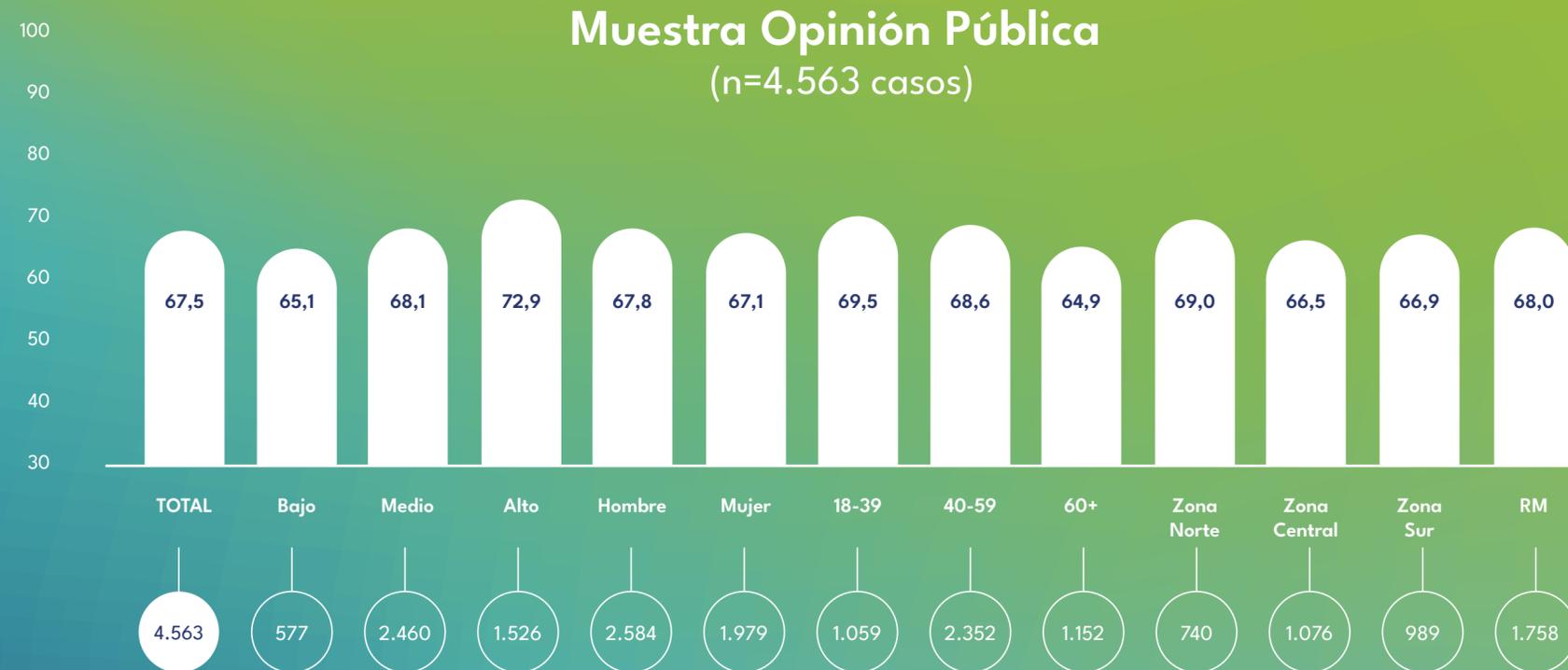
81

Asociación

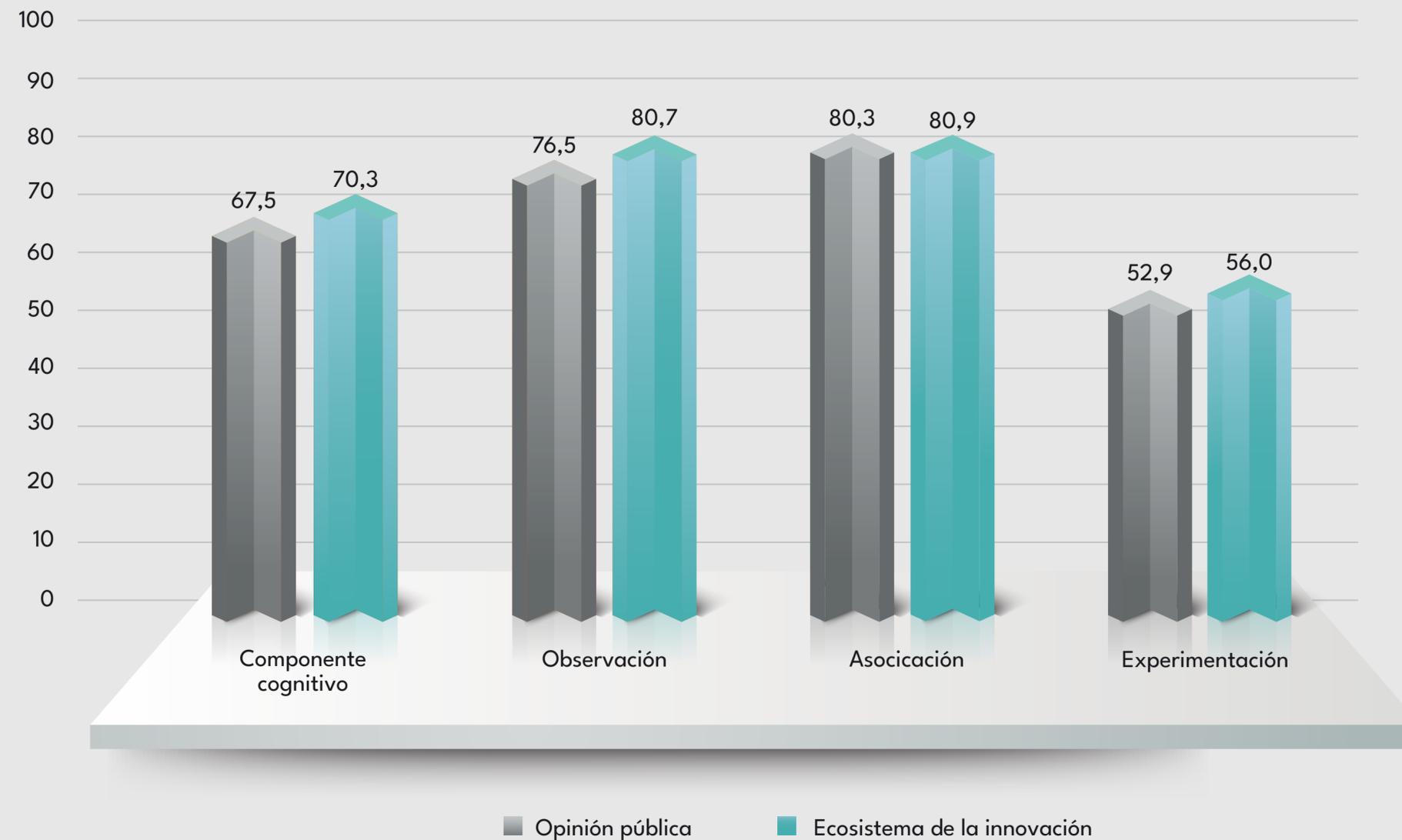
54

Experimentación

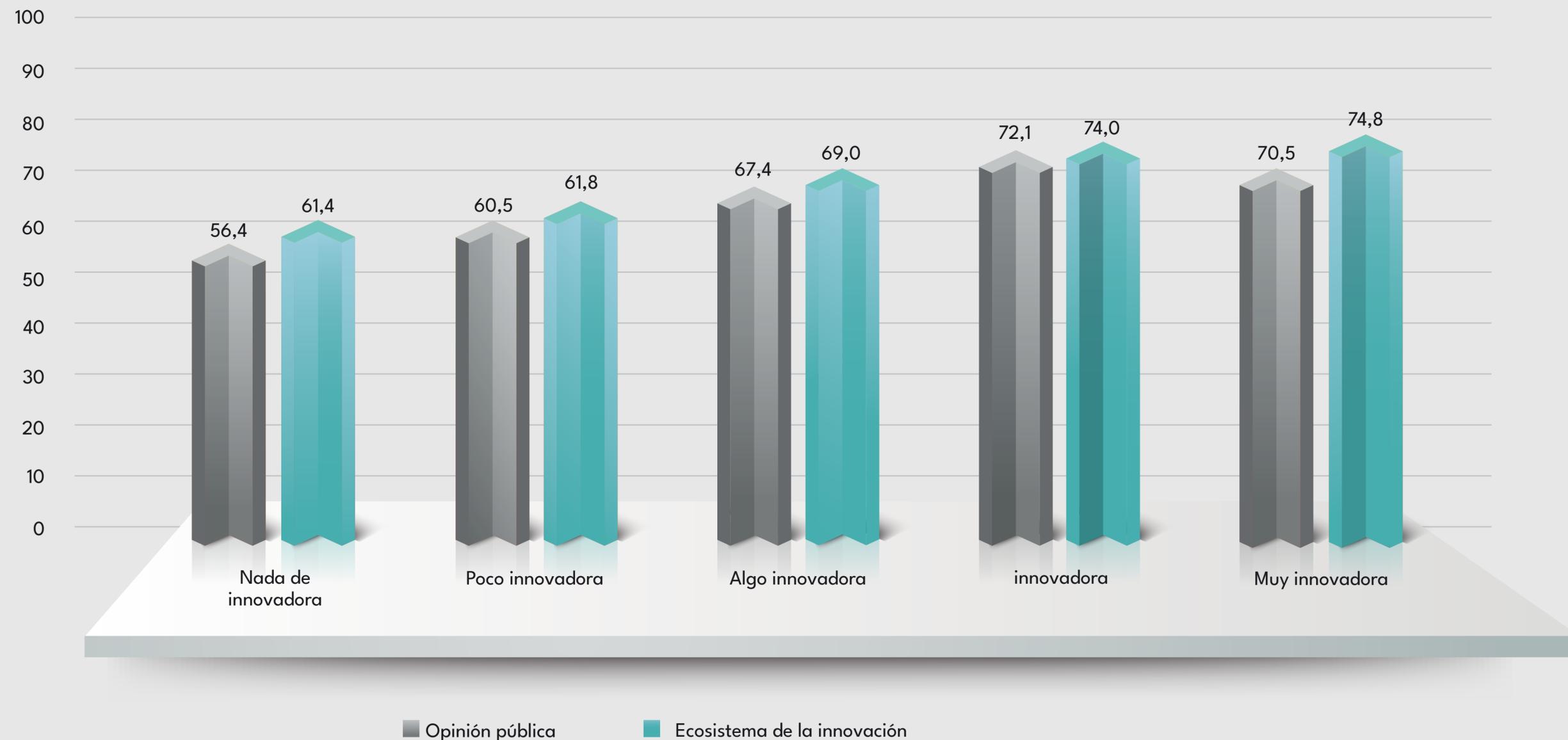
Componente Cognitivo



Componentes e Indicadores según segmentos de la muestra



Componente cognitivo según autoclasificación como persona innovadora



A high-speed photograph of a water droplet falling into a pool of water. The droplet is captured in mid-air, just above the surface, creating a vertical column of water that has not yet broken. The background is a smooth gradient from dark blue on the left to light green on the right. The text 'Indicadores del componente cognitivo' is overlaid on the right side of the image in a white, sans-serif font.

Indicadores del
componente
cognitivo



Componente cognitivo

69

78

Observación

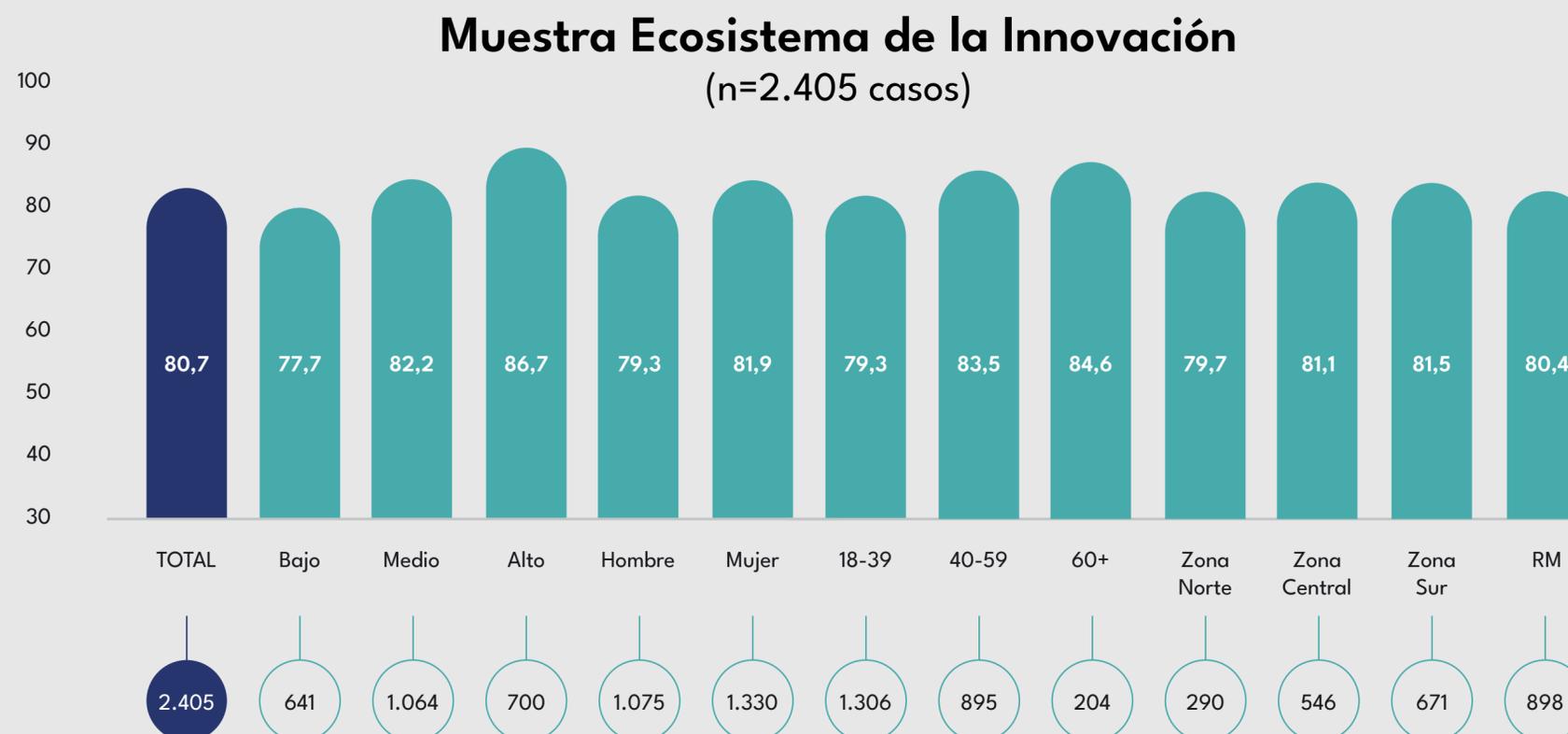
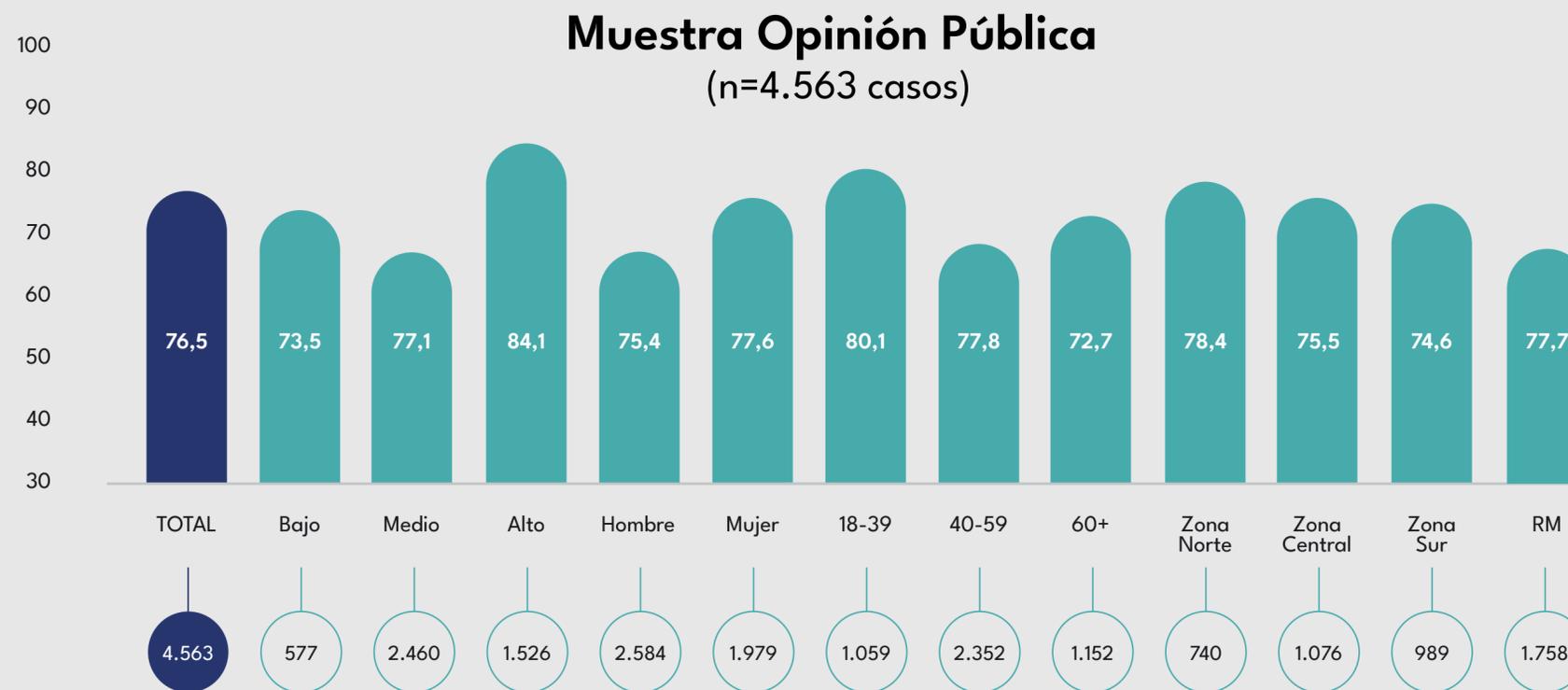
81

Asociación

54

Experimentación

Indicador Observación

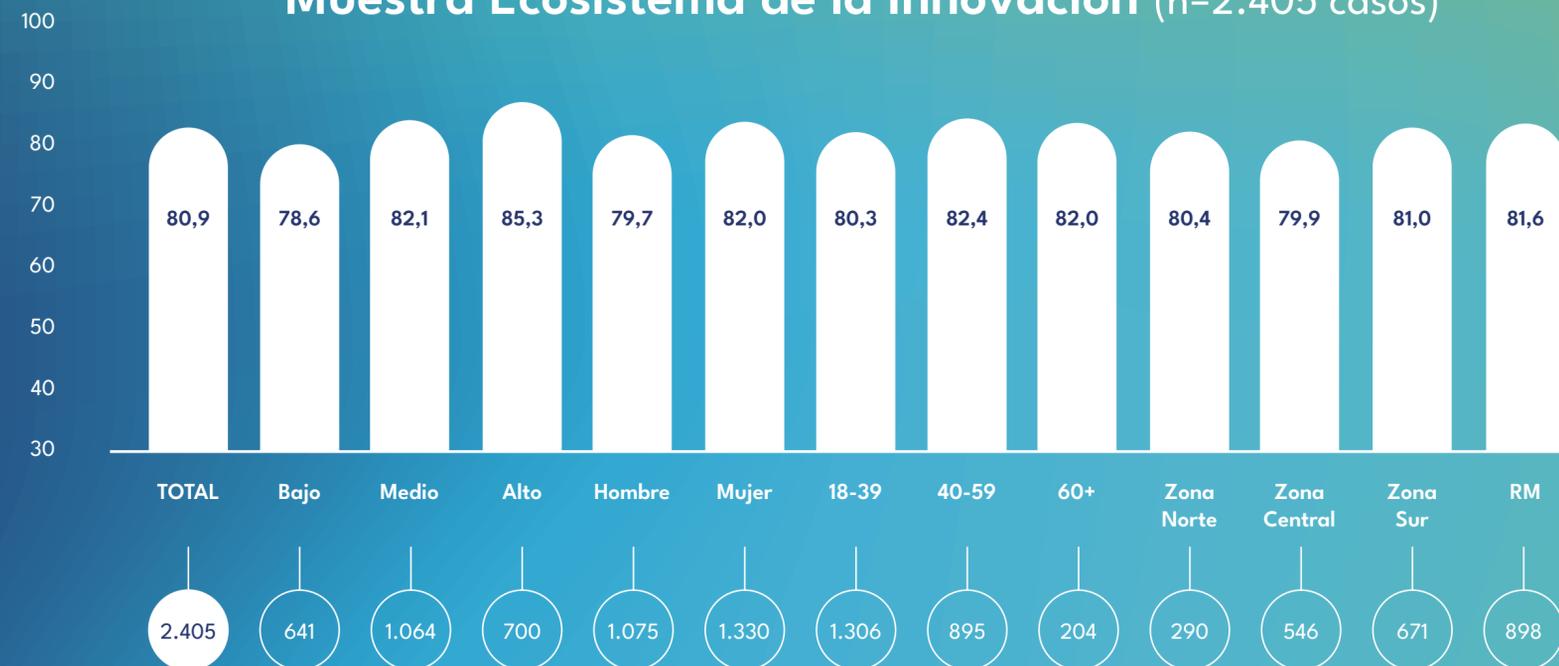


Indicador Asociación

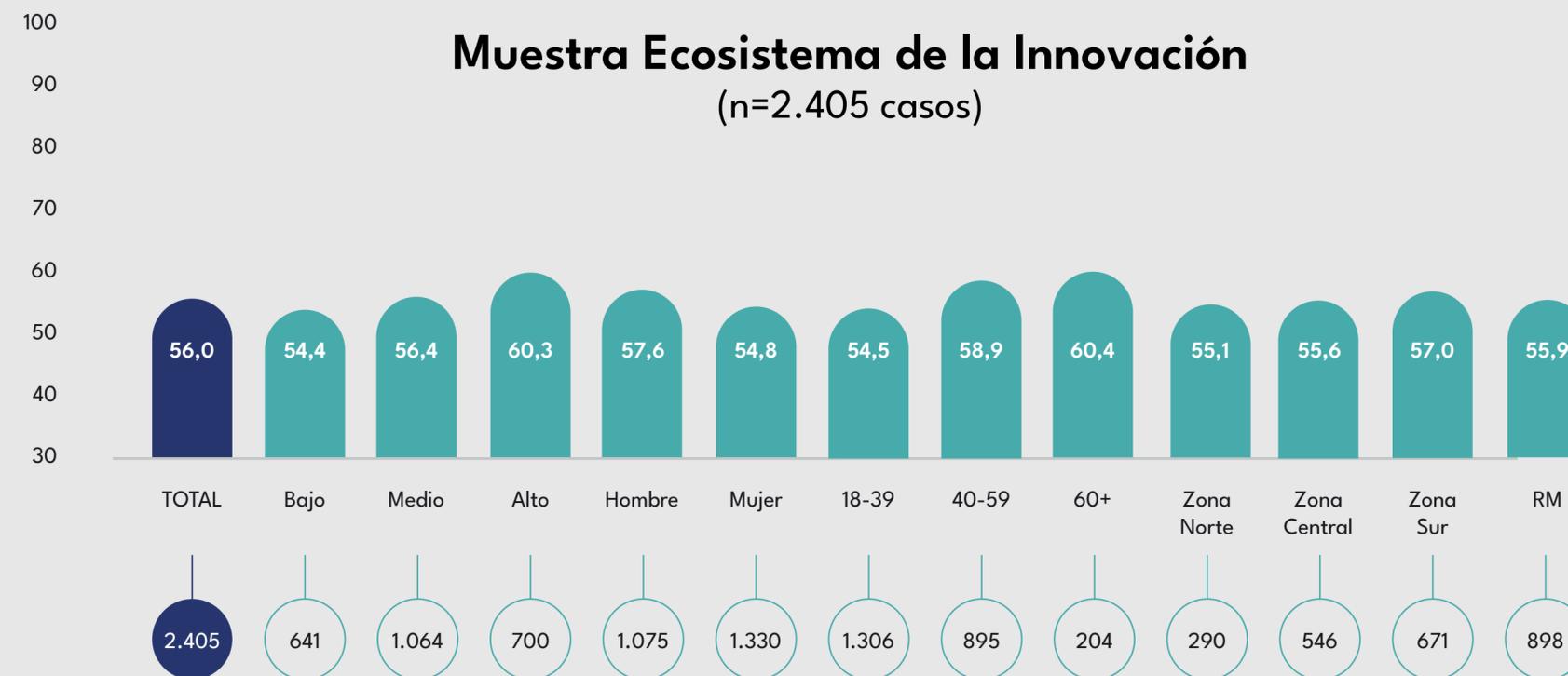
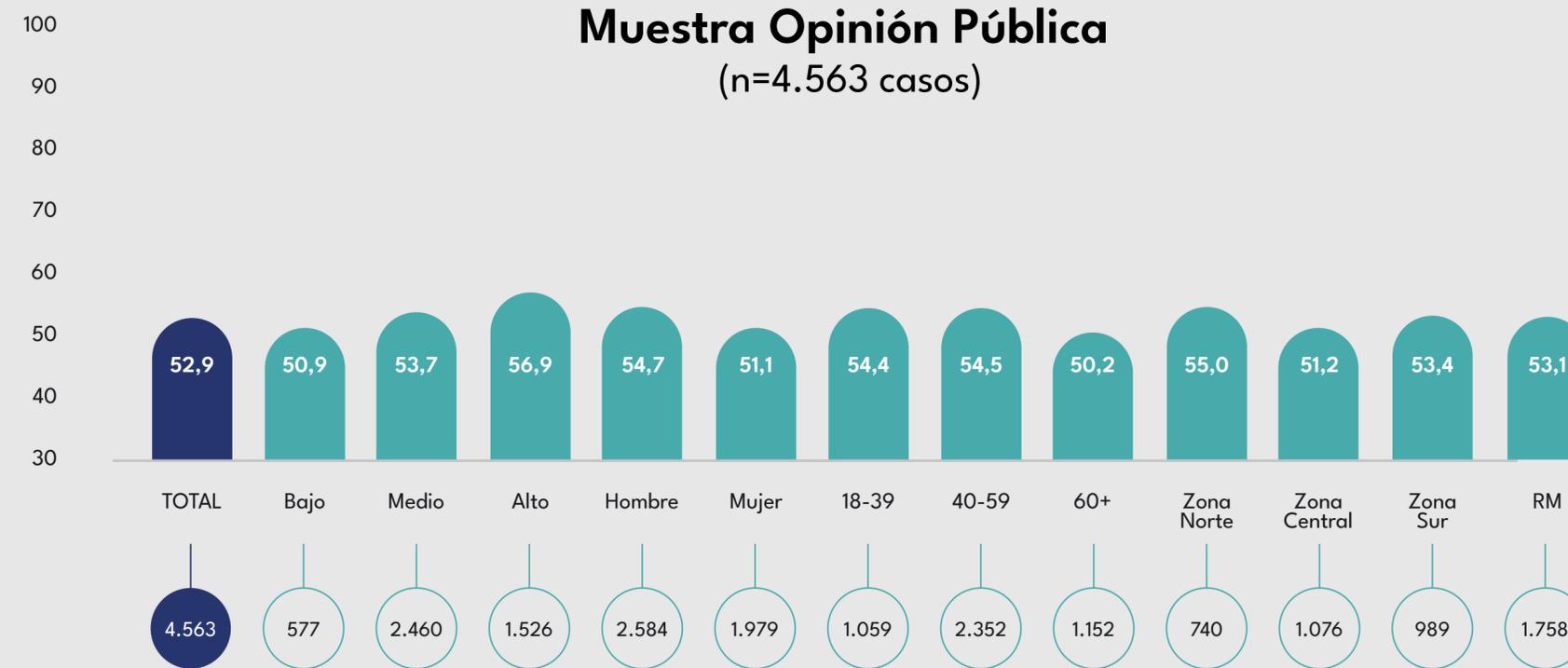
Muestra Opinión Pública (n=4.563 casos)



Muestra Ecosistema de la Innovación (n=2.405 casos)



Indicador Experimentación





Componente Valórico



Componente valórico

73

85

Perseverancia

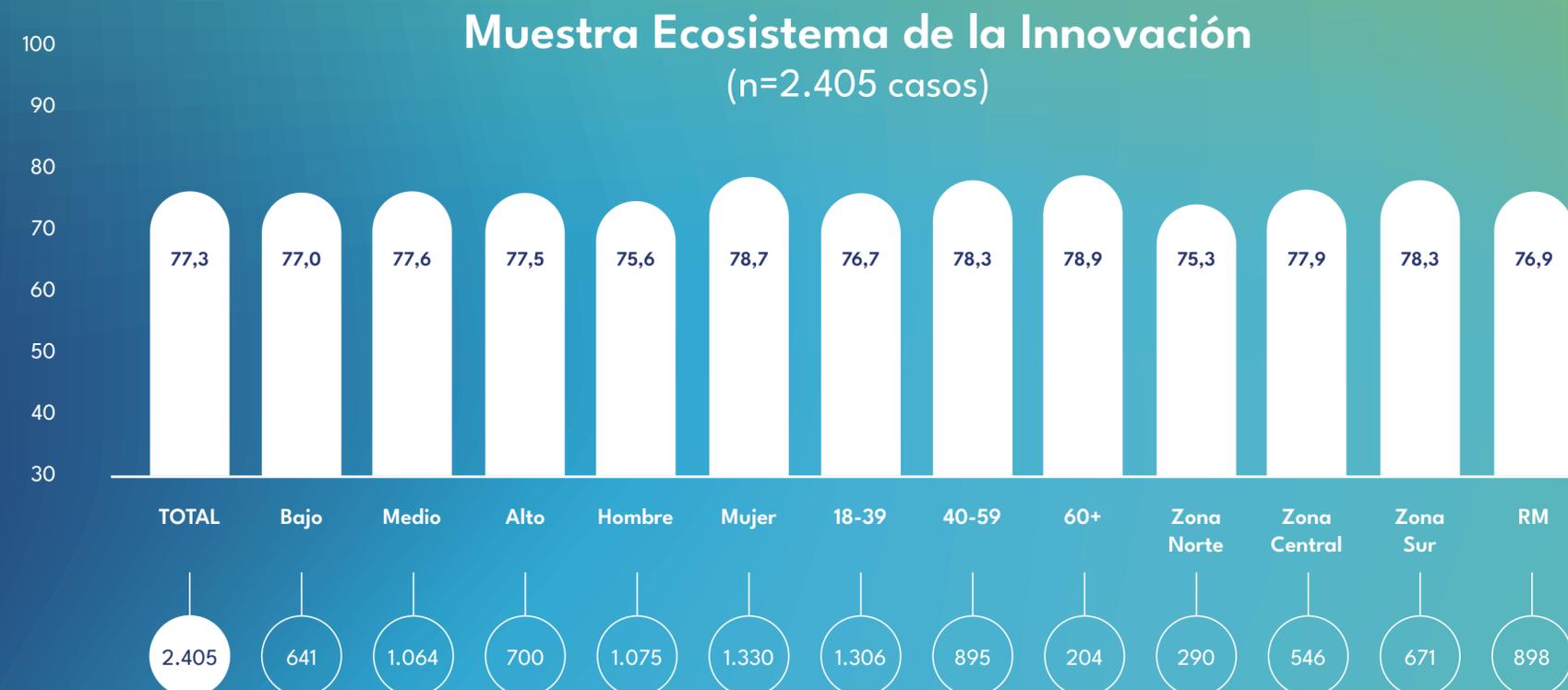
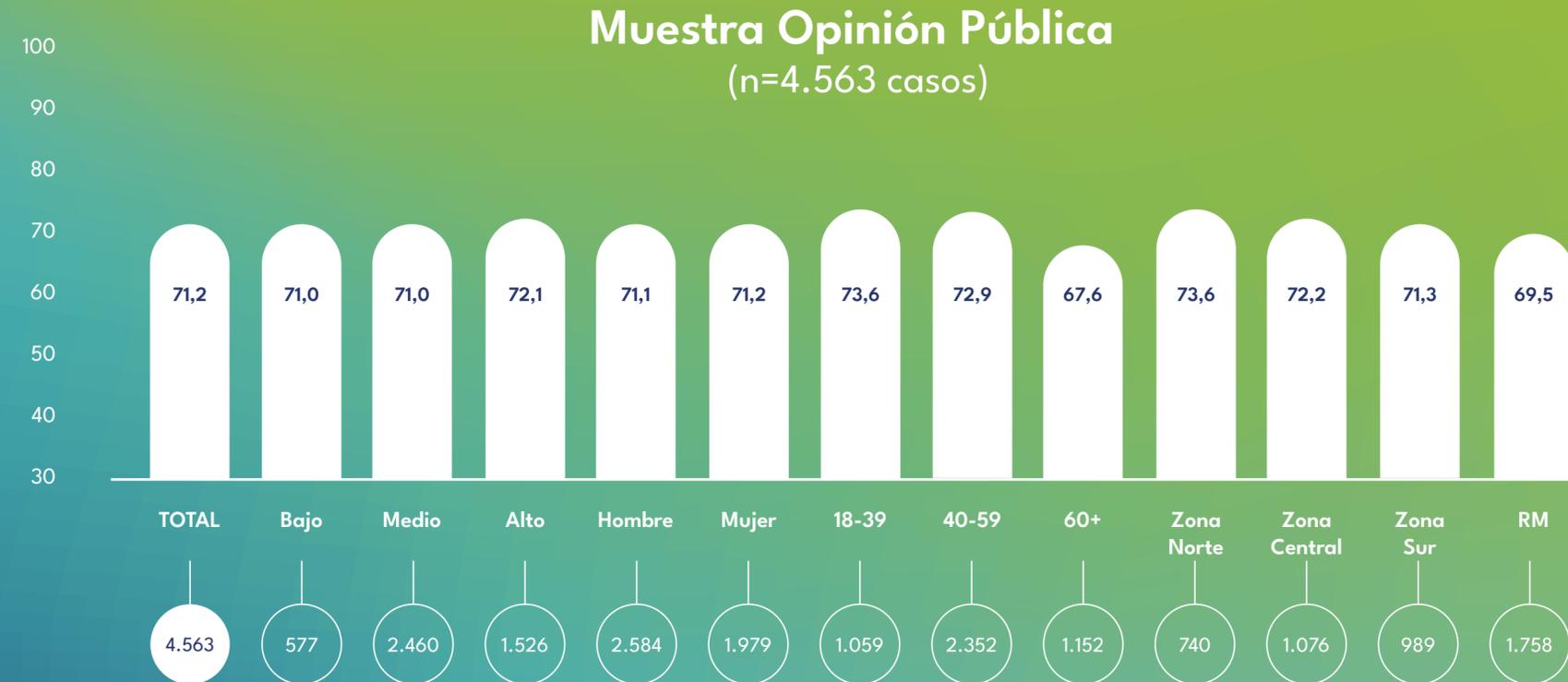
71

Propensión
al riesgo

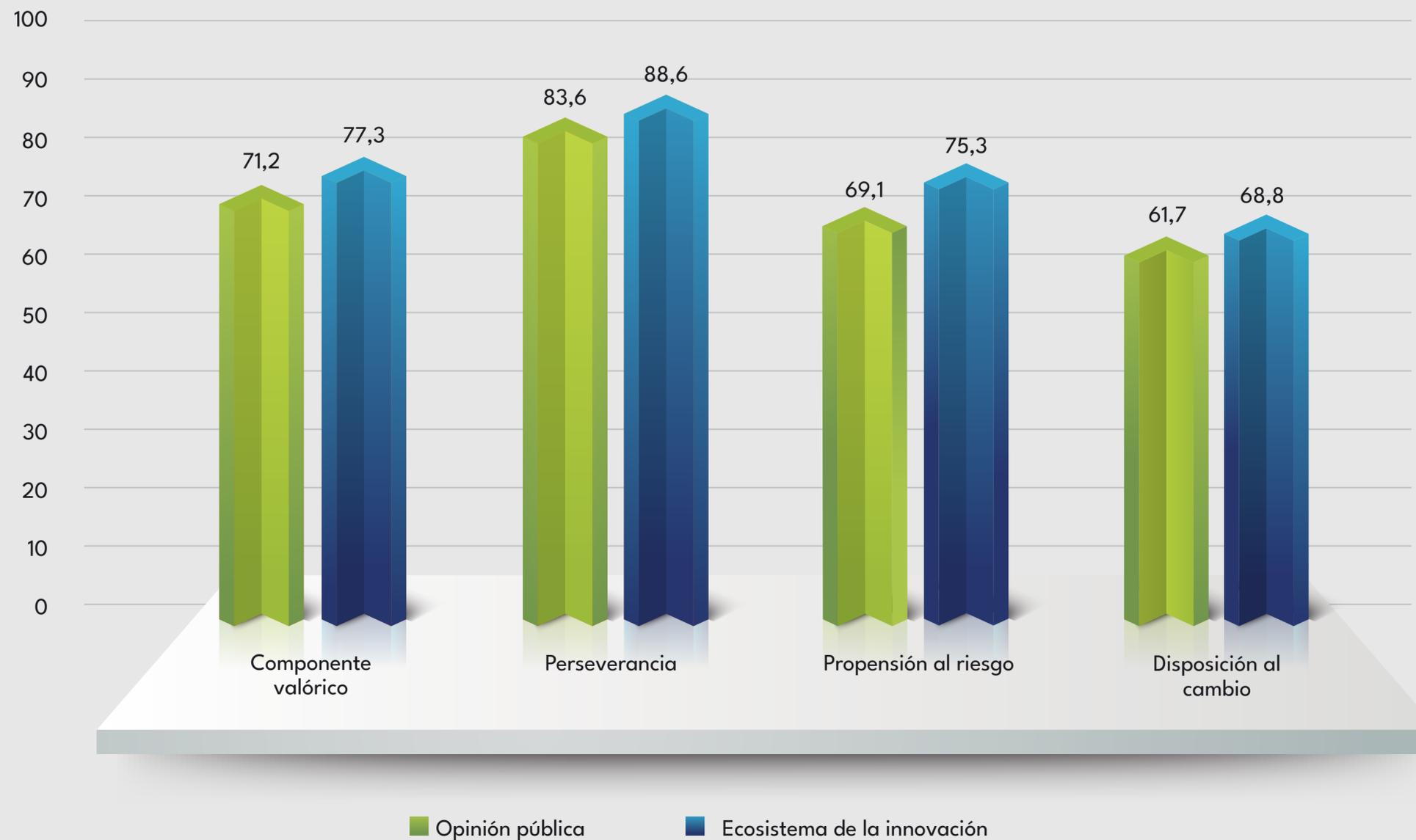
64

Disposición
al cambio

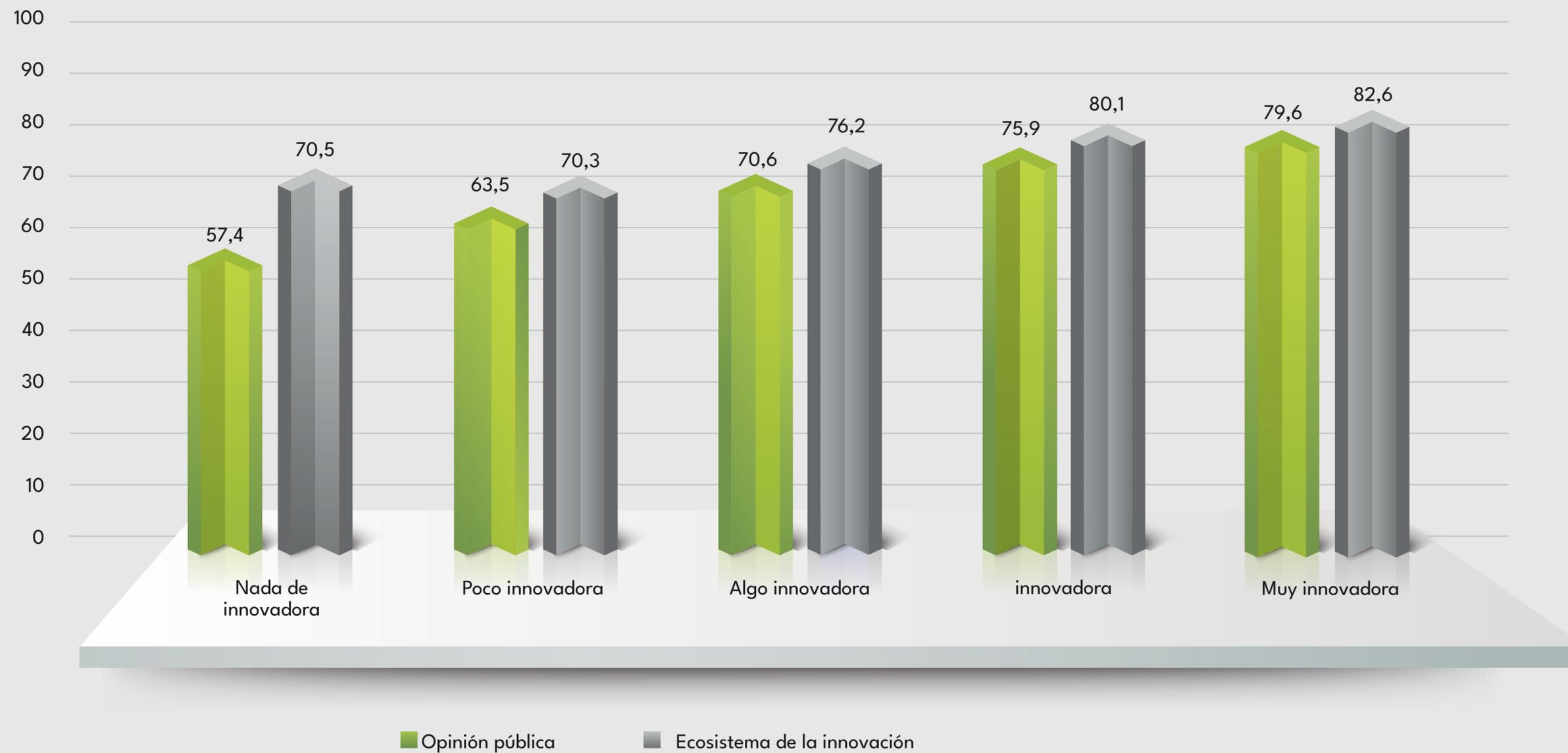
Componente Valórico



Componente e Indicadores según segmentos de la muestra



Componente valórico según autoclasificación como persona innovadora



A person's hands are shown holding a smartphone, with the device tilted. The image is overlaid with a blue and green gradient. The background is blurred, showing what appears to be a building at night with lights. The text is centered on the right side of the image.

Indicadores del Componente Valórico



Componente valórico

73

85

Perseverancia

71

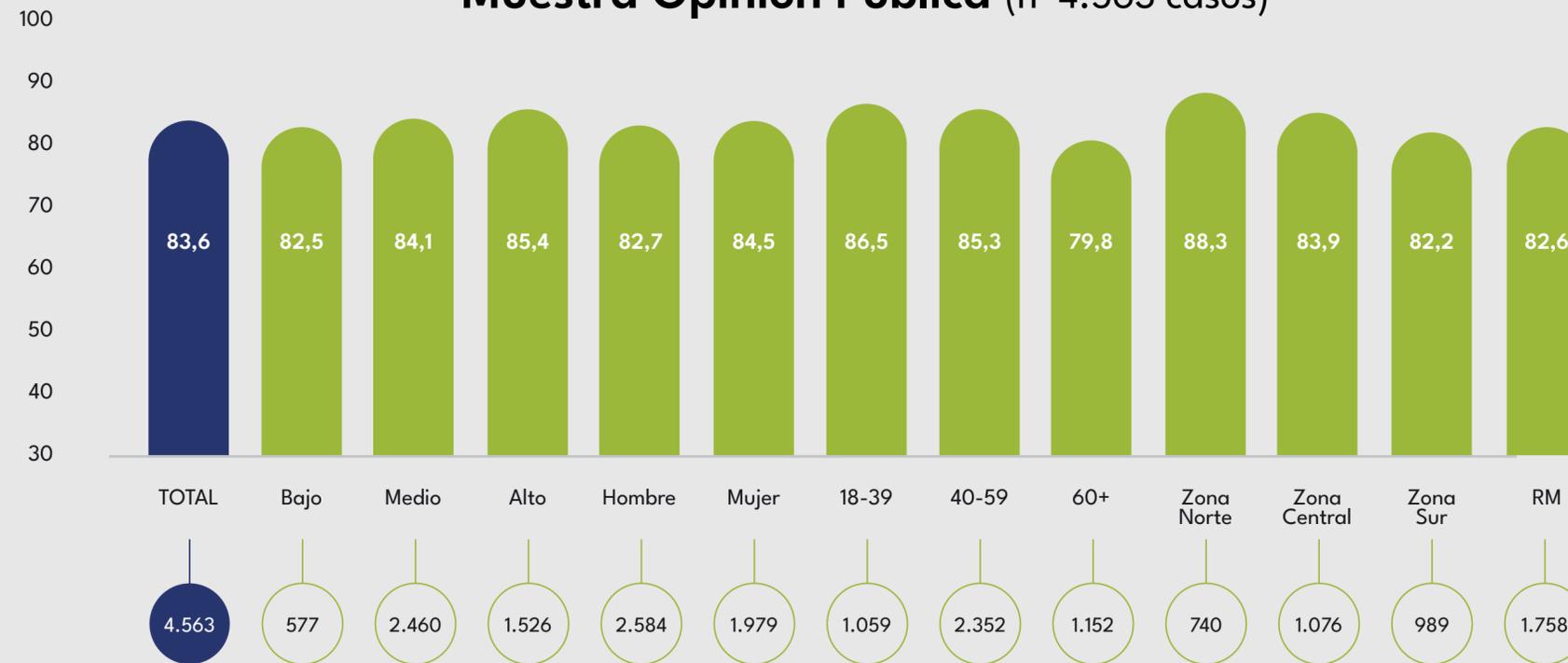
Propensión
al riesgo

64

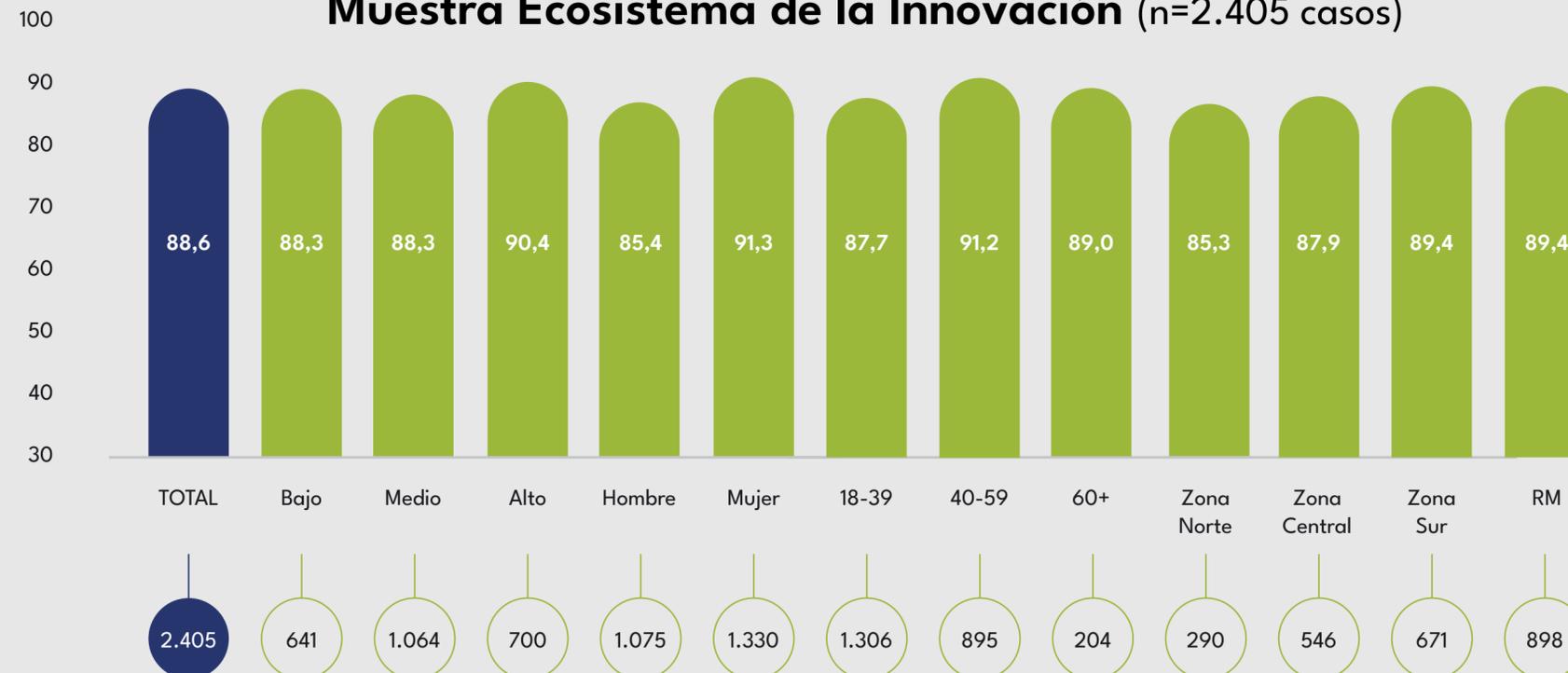
Disposición
al cambio

Componente Perseverancia

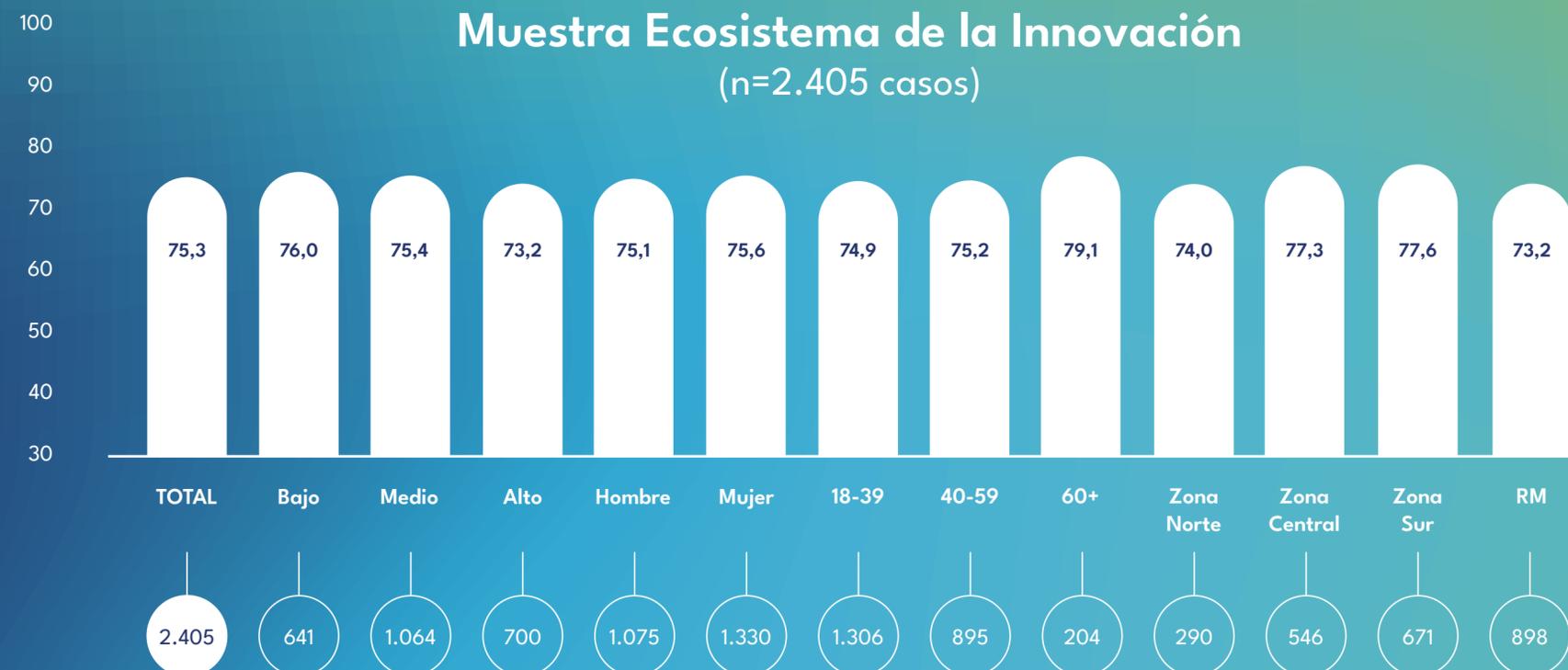
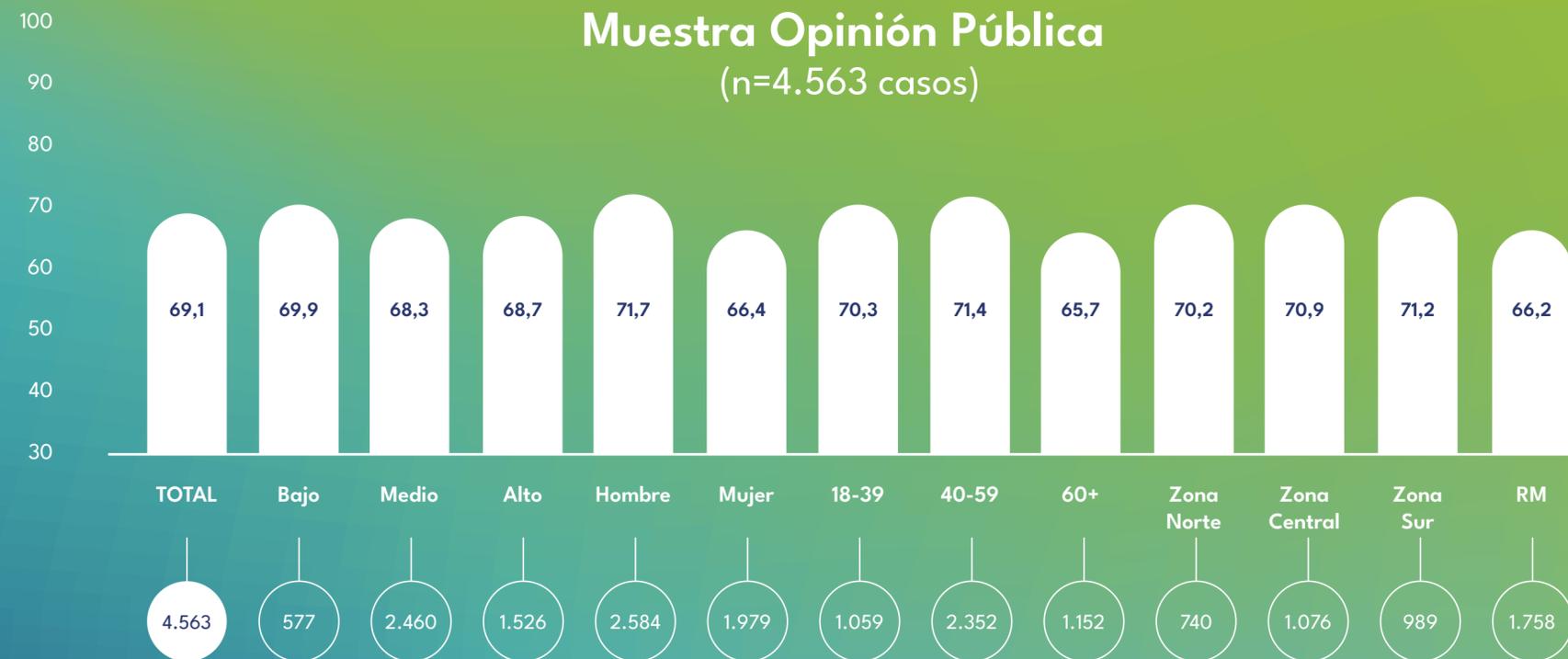
Muestra Opinión Pública (n=4.563 casos)



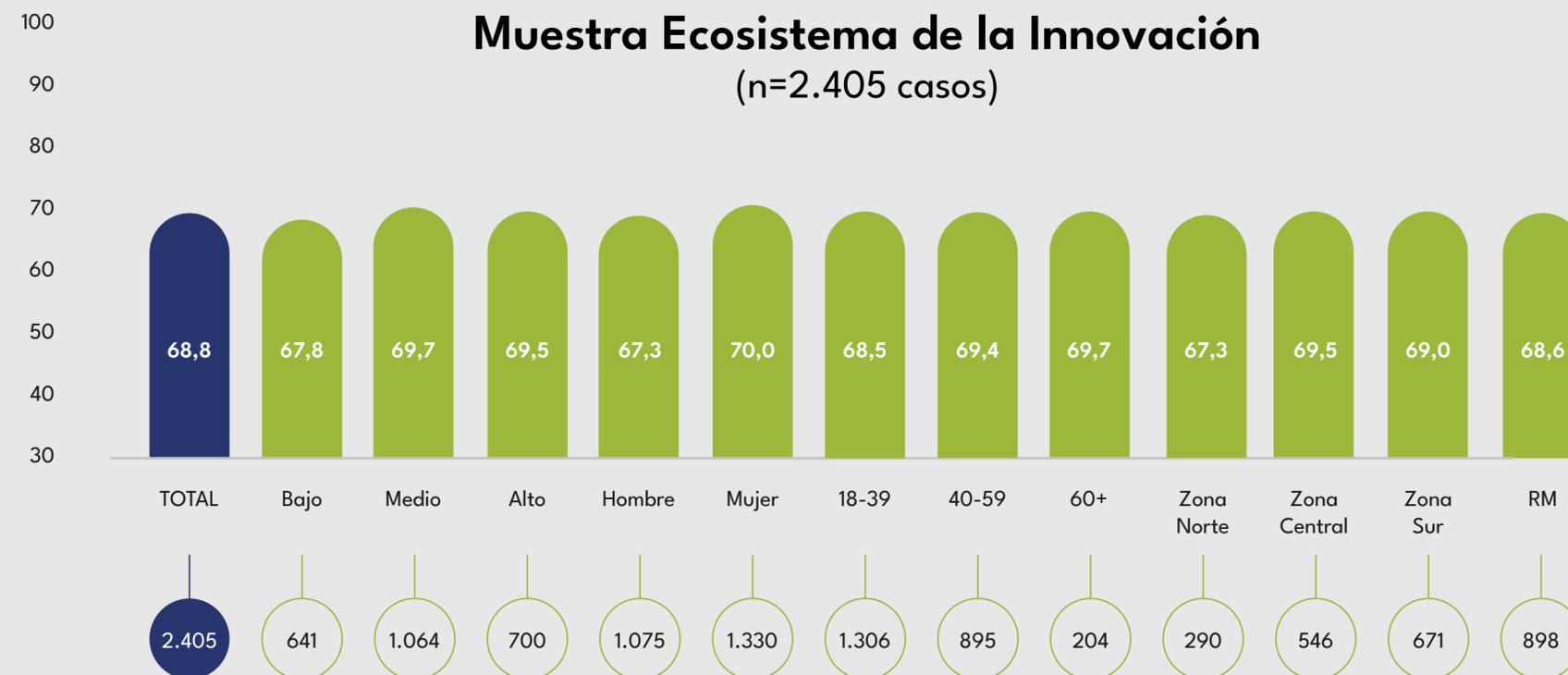
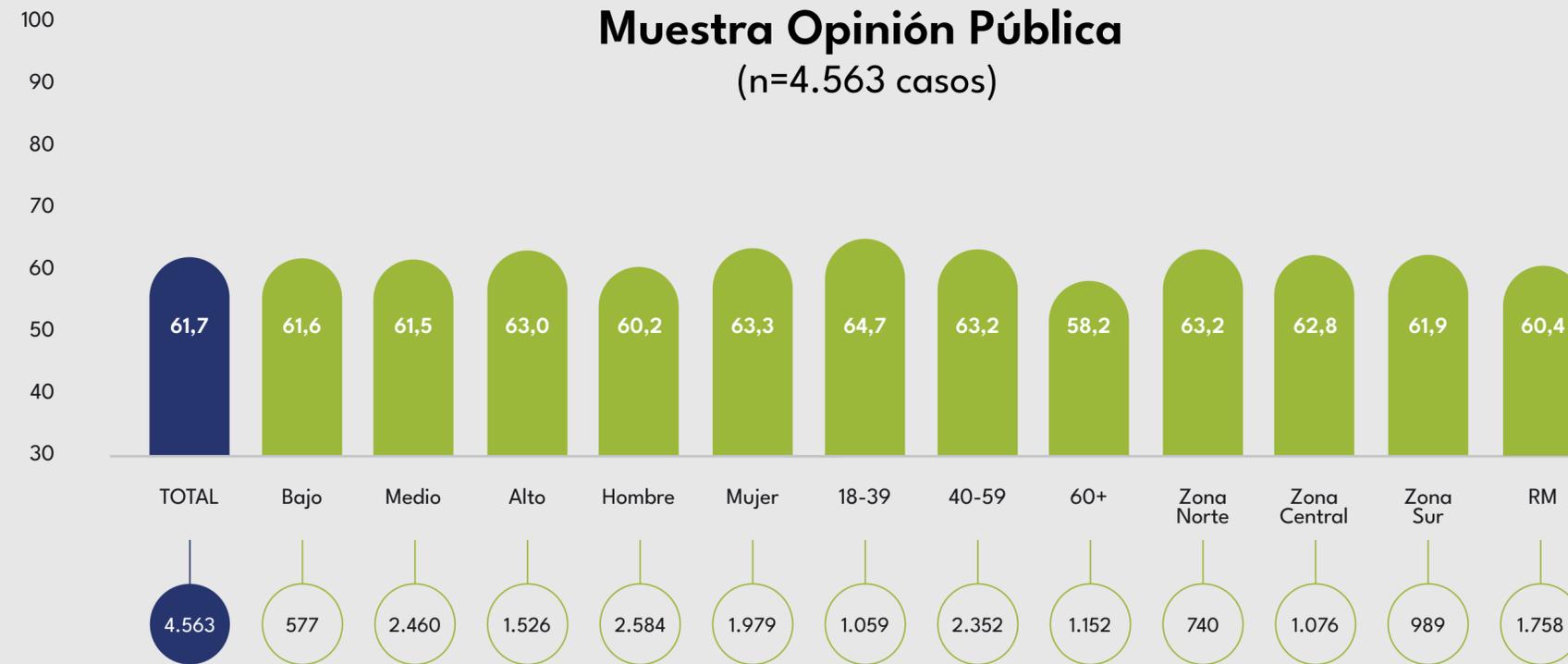
Muestra Ecosistema de la Innovación (n=2.405 casos)



Componente Propensión al Riesgo

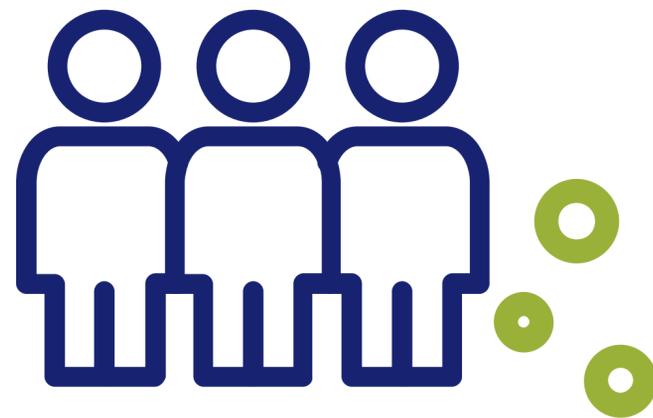


Componente Disposición al Cambio





Componente Relacional



Componente relacional

49

44

Colaboración

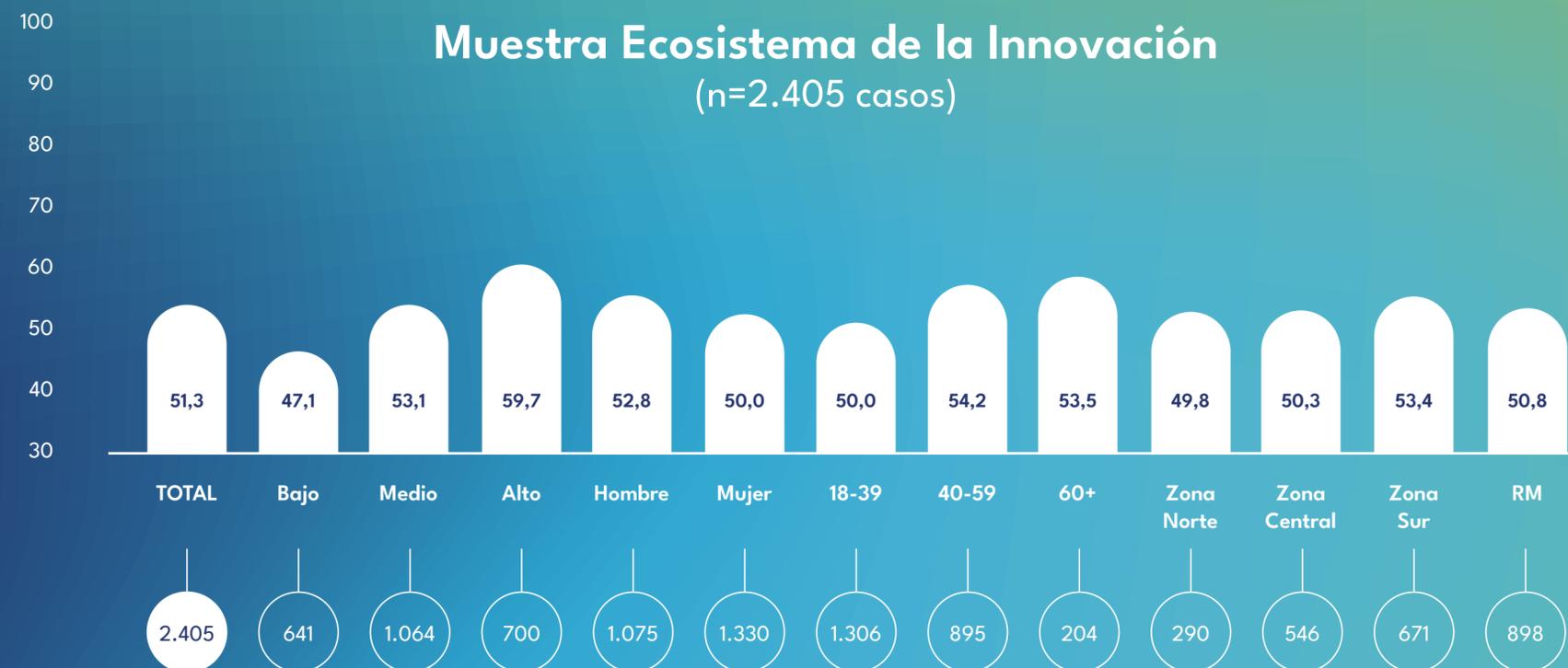
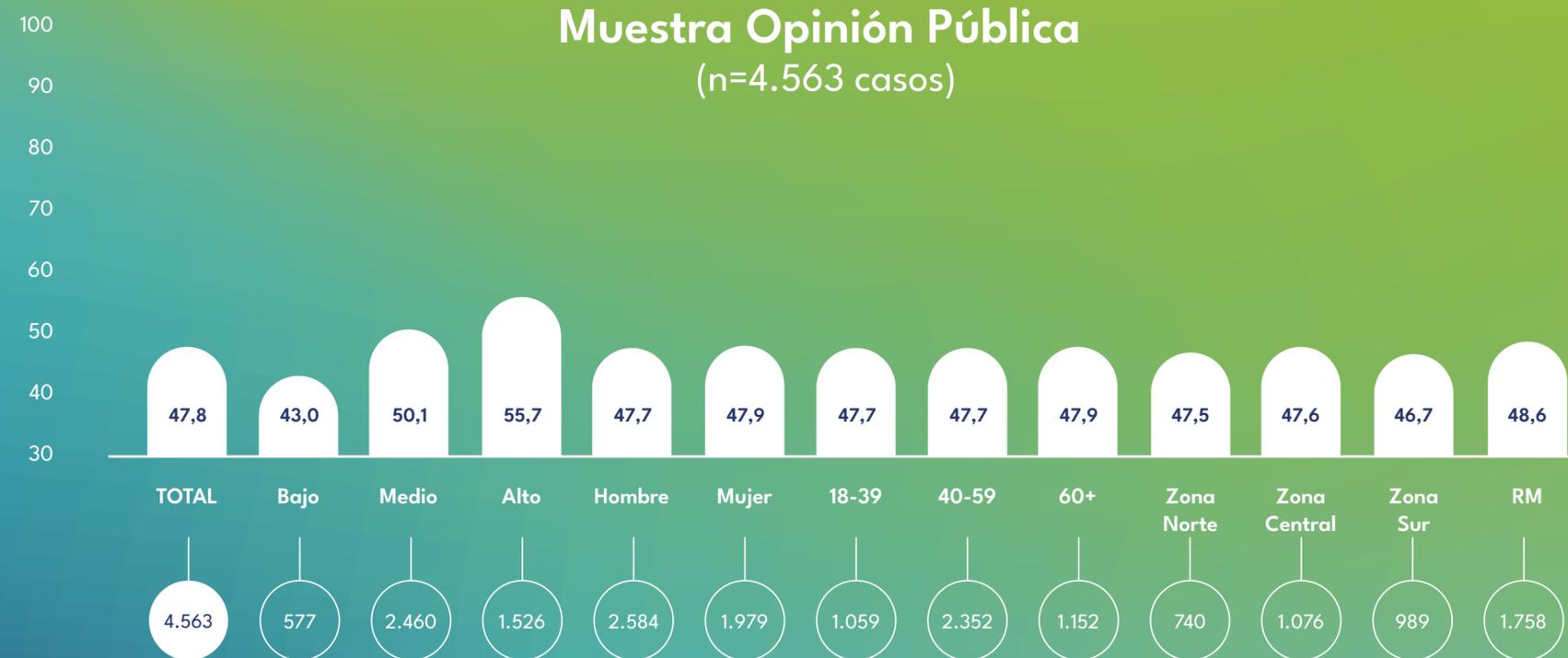
51

Red de
relaciones

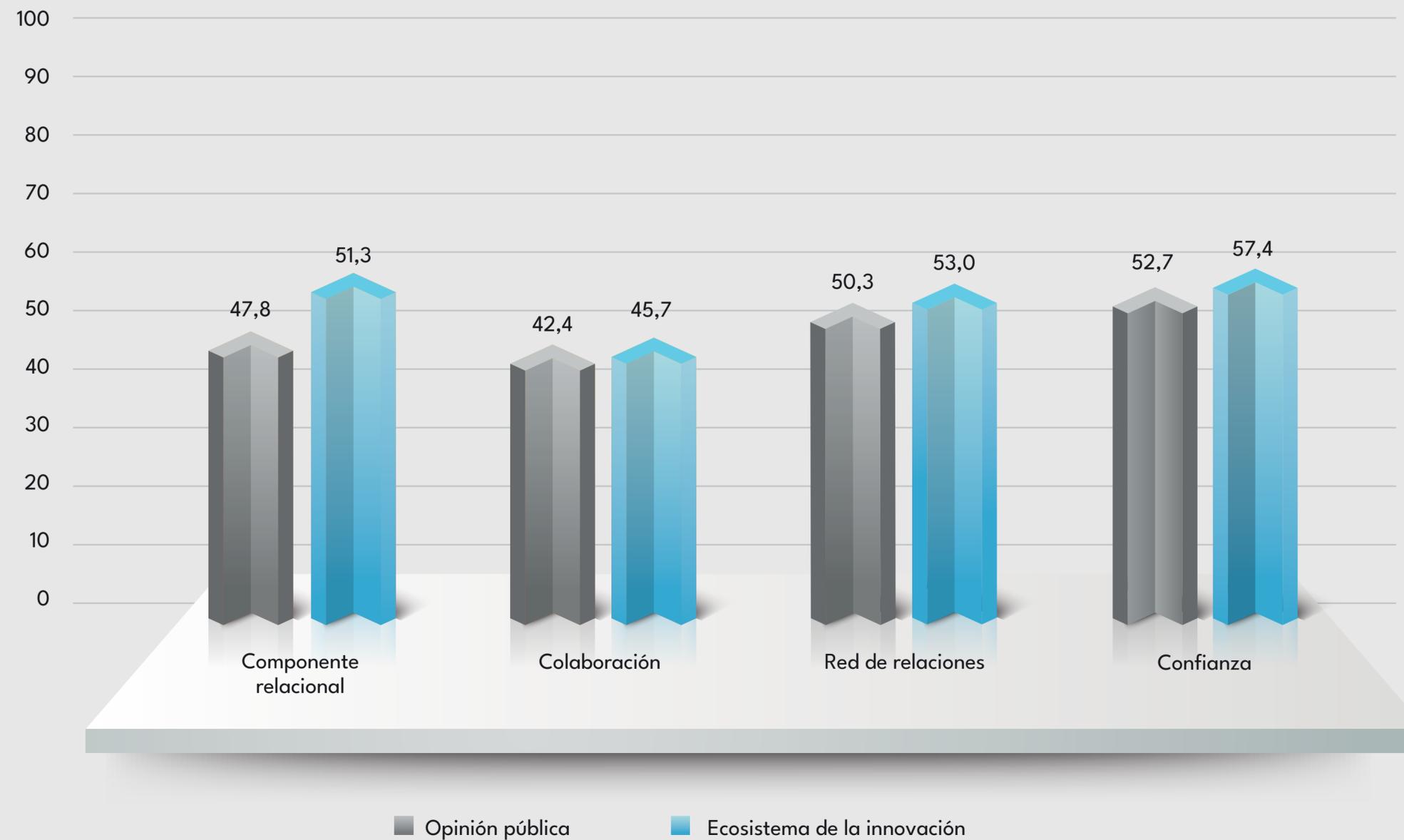
54

Confianza

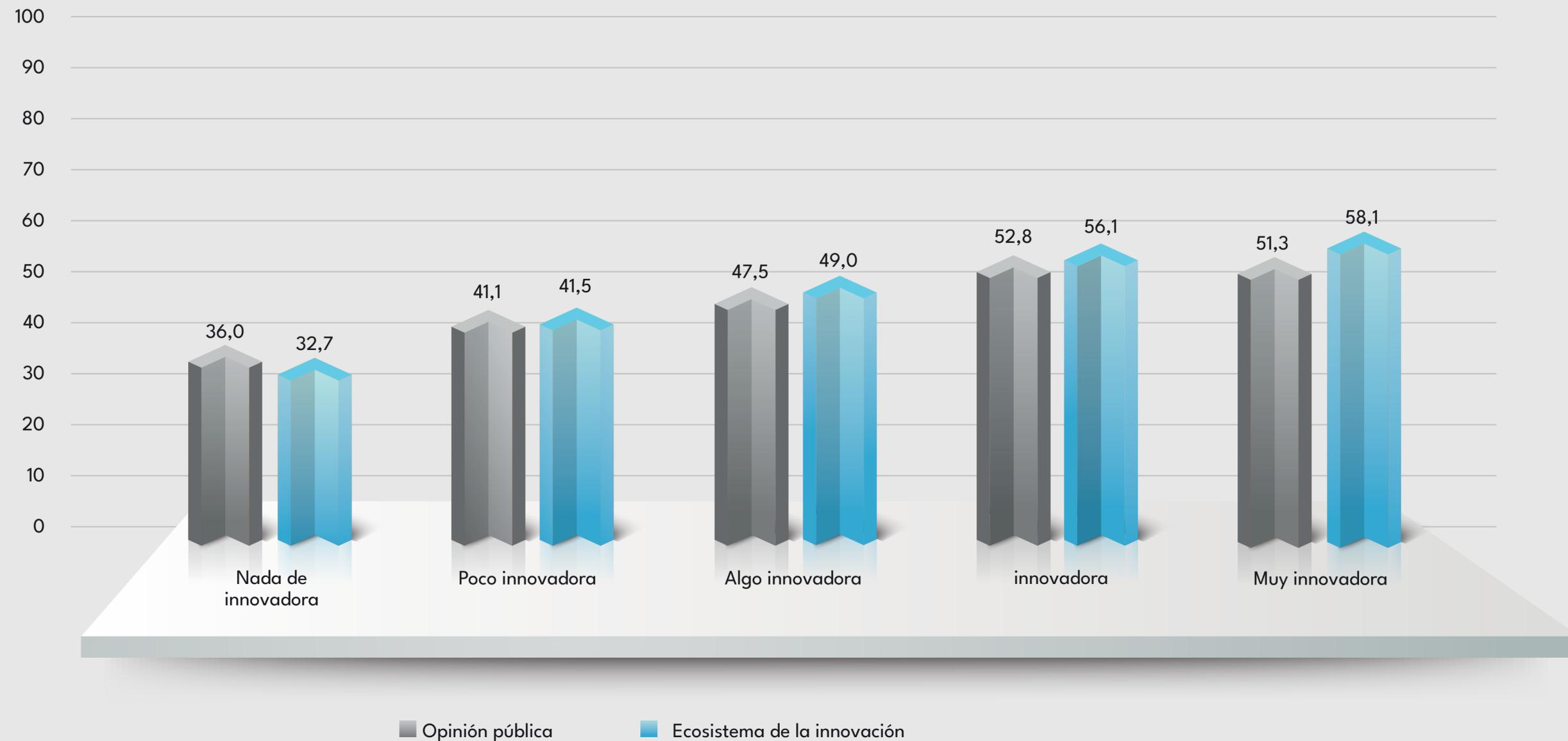
Componente Relacional



Componente e Indicadores según segmentos de la muestra

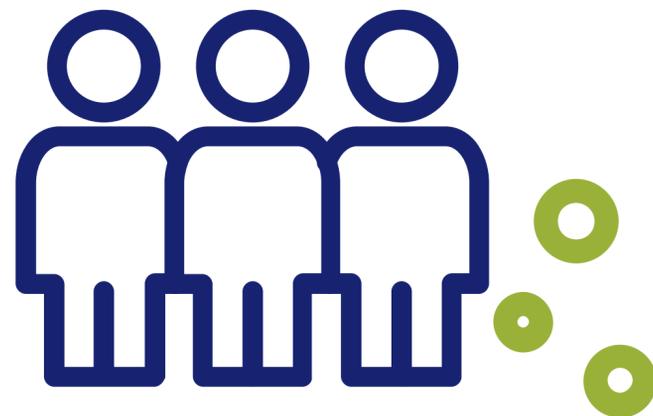


Componente relacional según autoclasificación como persona innovadora





Indicadores del Componente Relacional



Componente relacional

49

44

Colaboración

51

Red de
relaciones

54

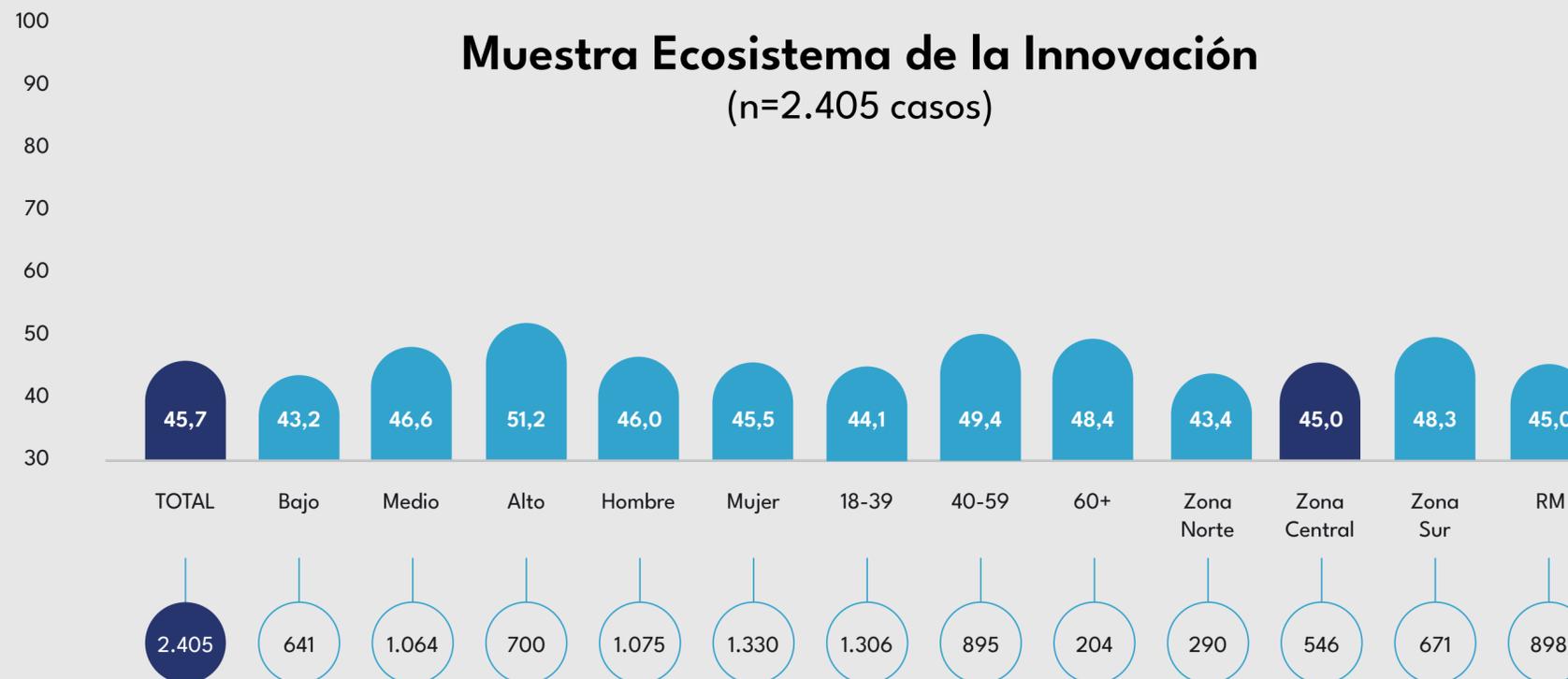
Confianza

Componente Colaboración

Muestra Opinión Pública (n=4.563 casos)

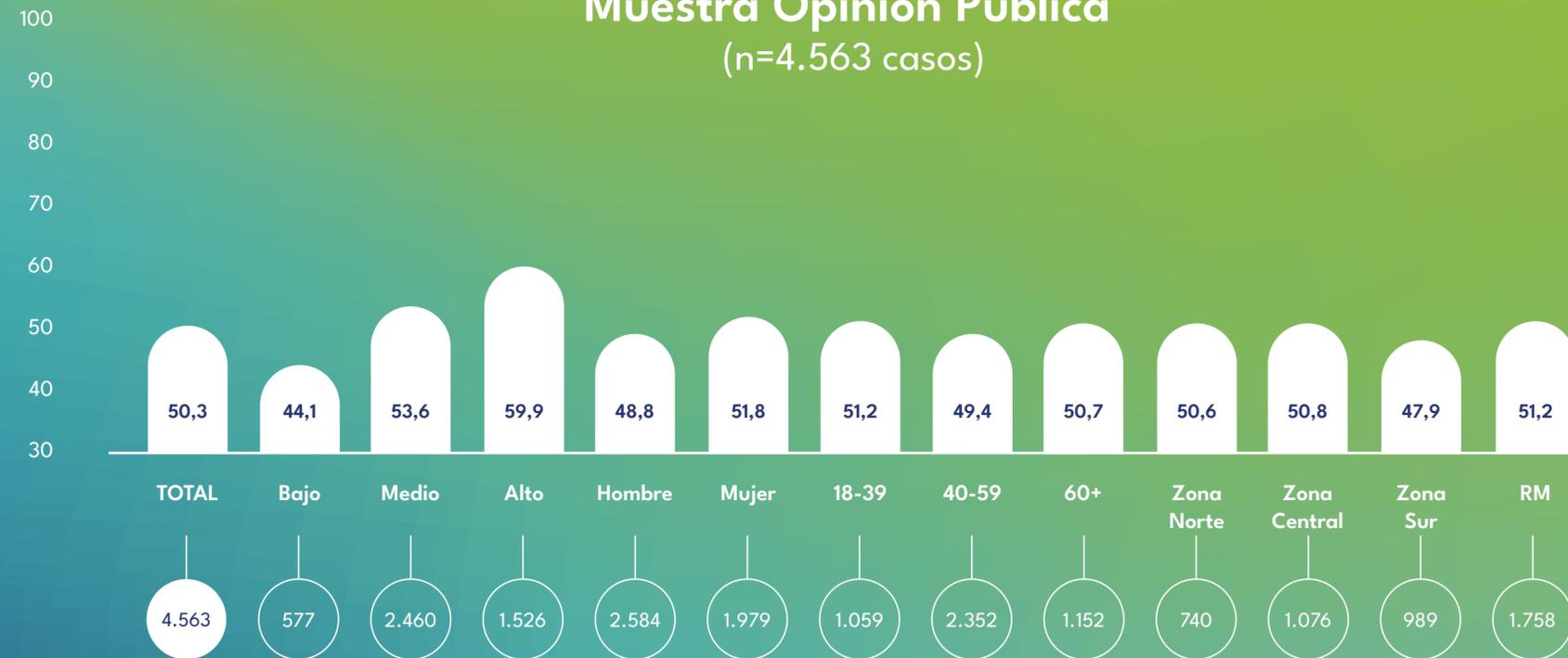


Muestra Ecosistema de la Innovación (n=2.405 casos)

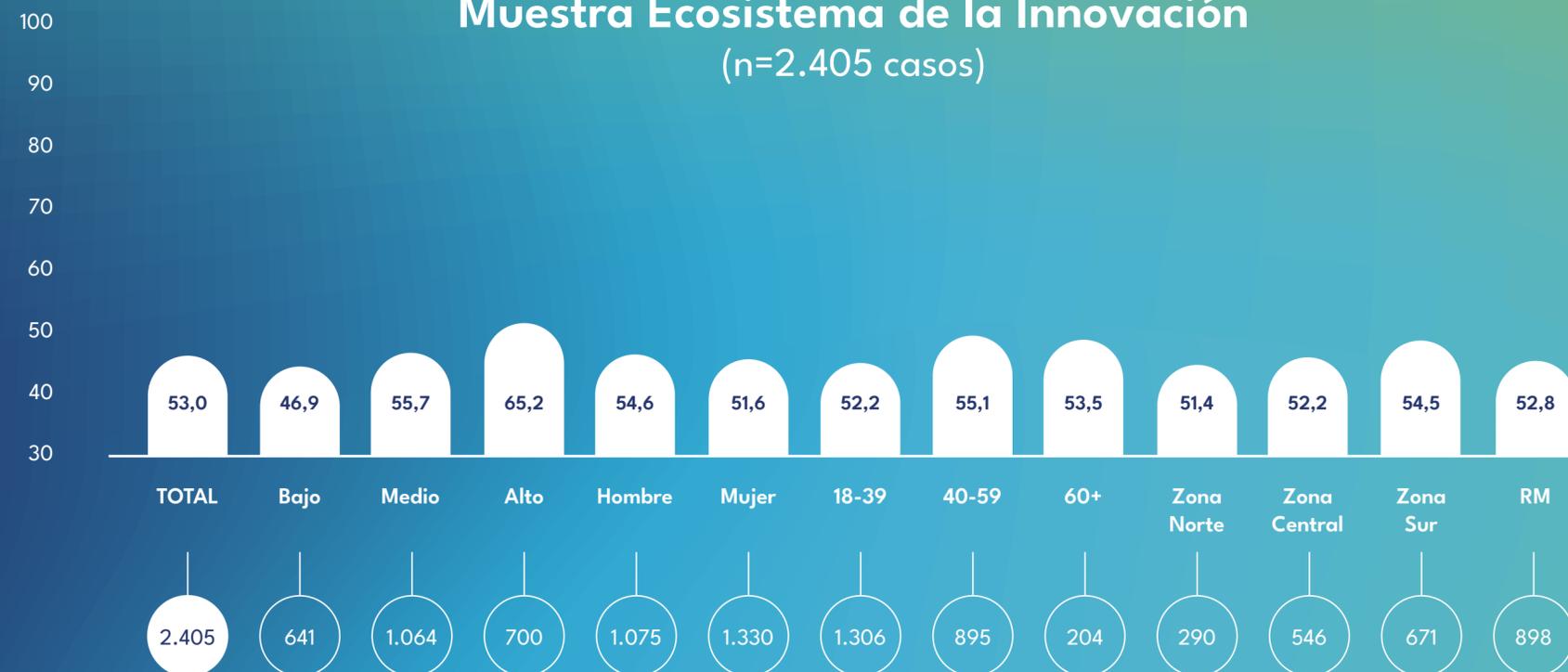


Componente Red de Relaciones

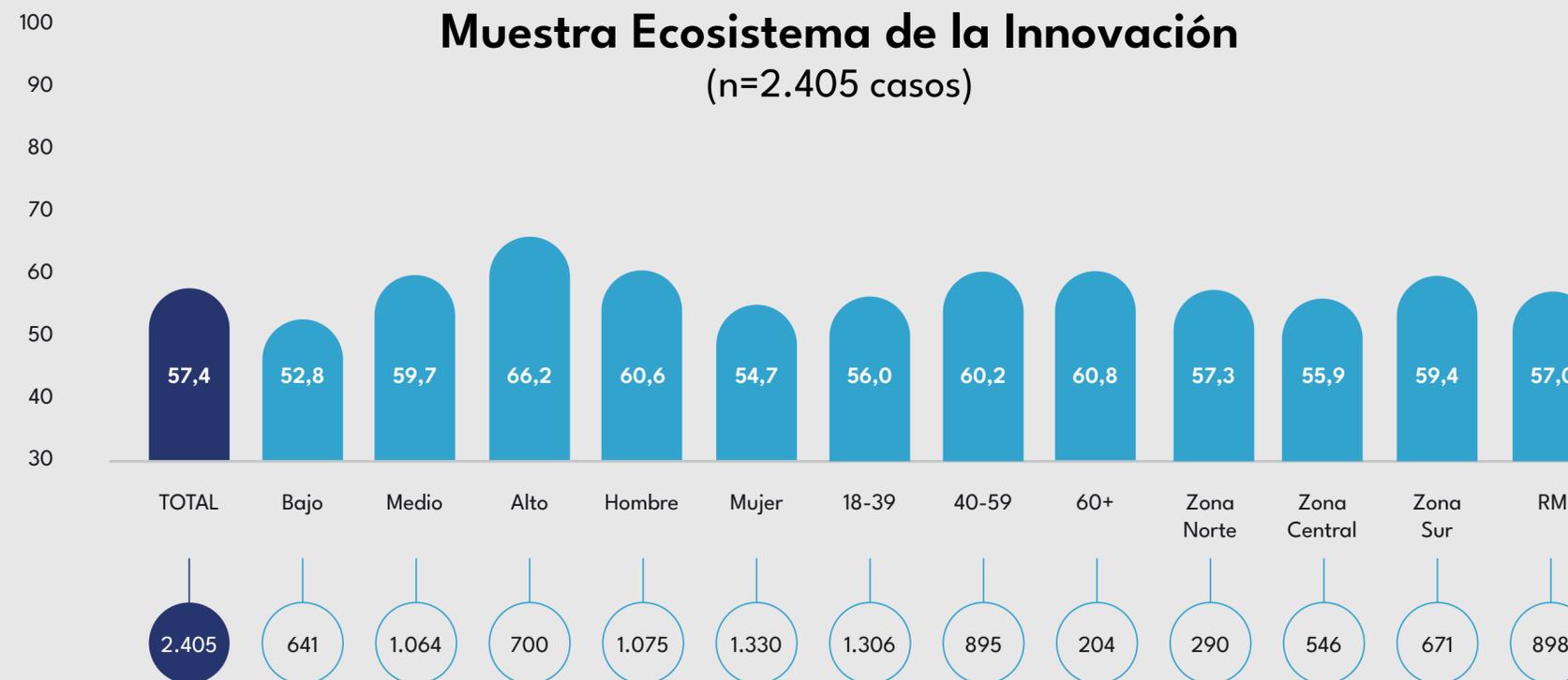
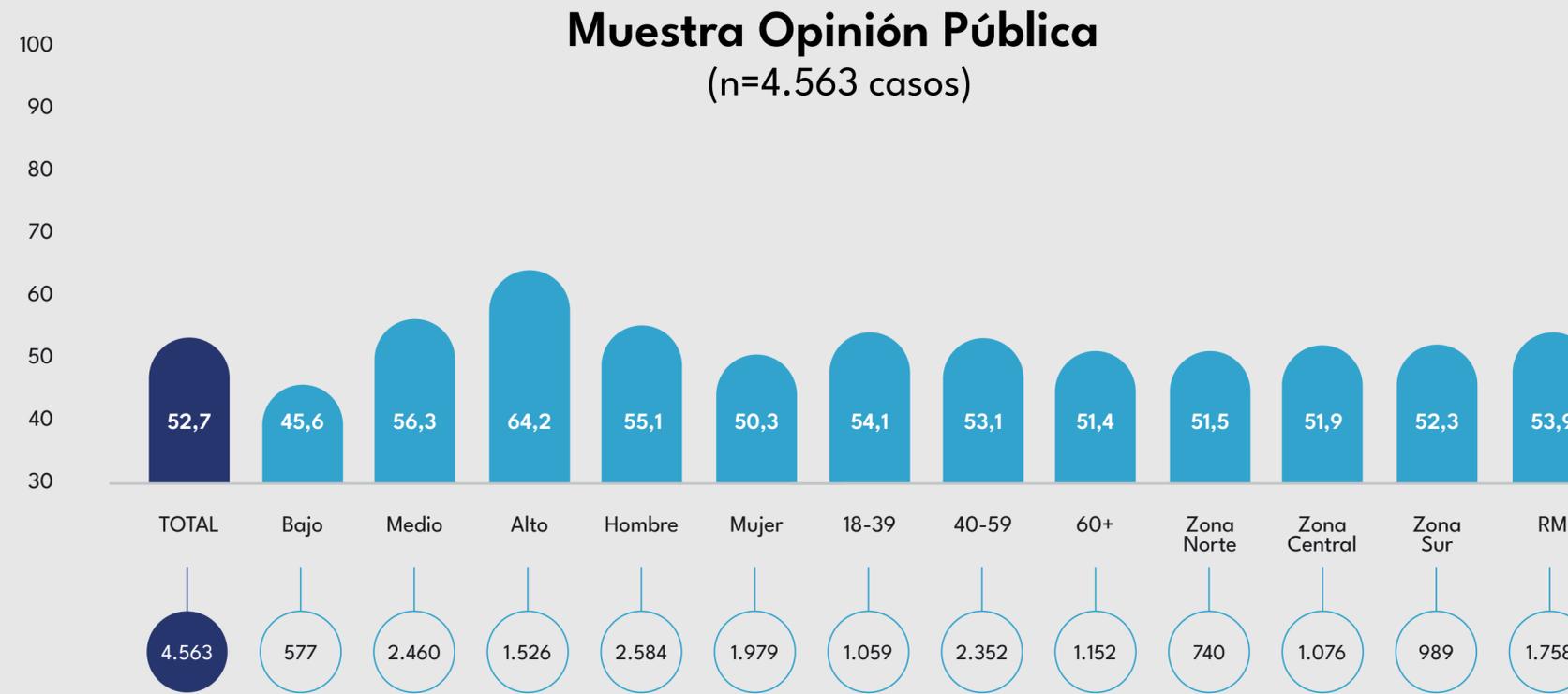
Muestra Opinión Pública (n=4.563 casos)



Muestra Ecosistema de la Innovación (n=2.405 casos)



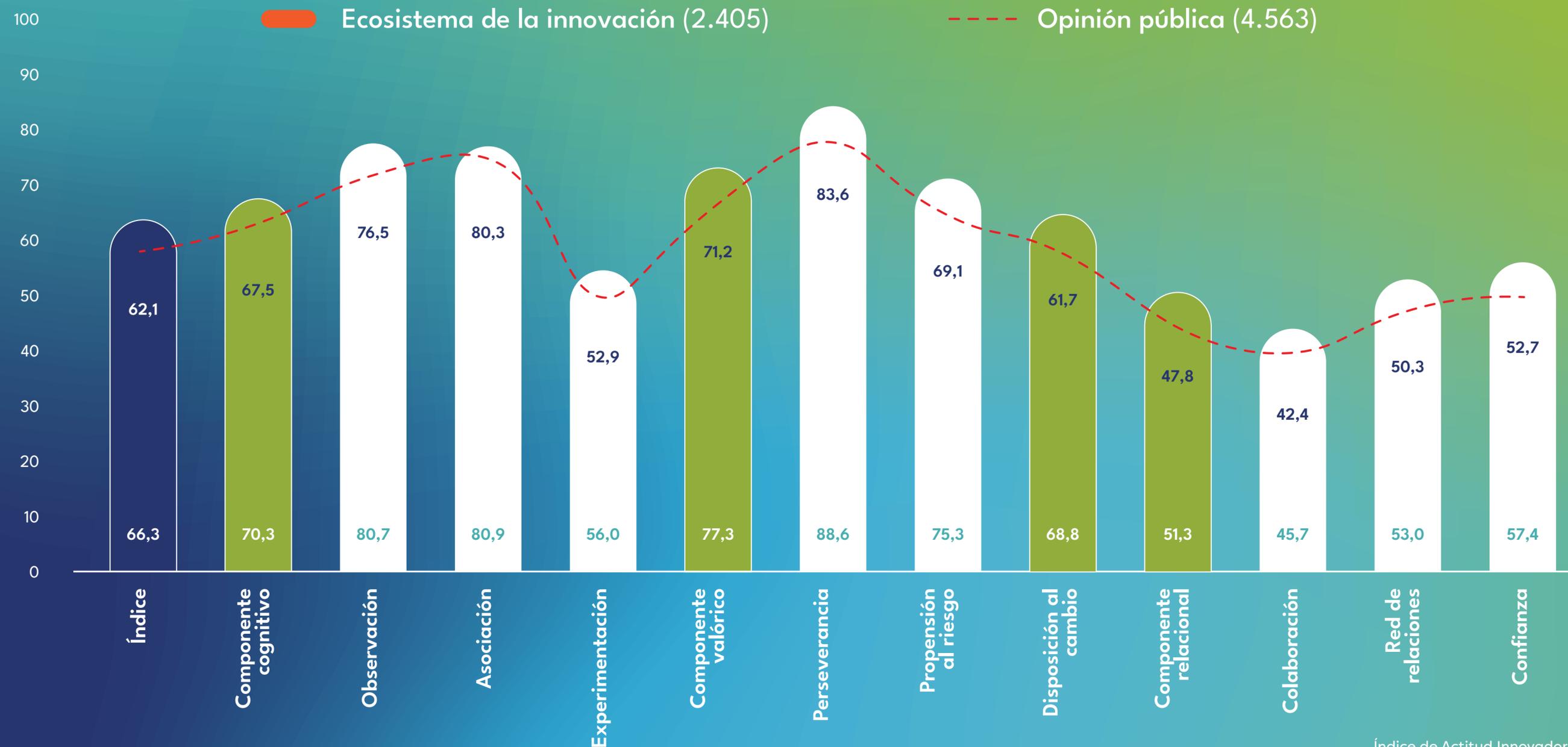
Componente Confianza



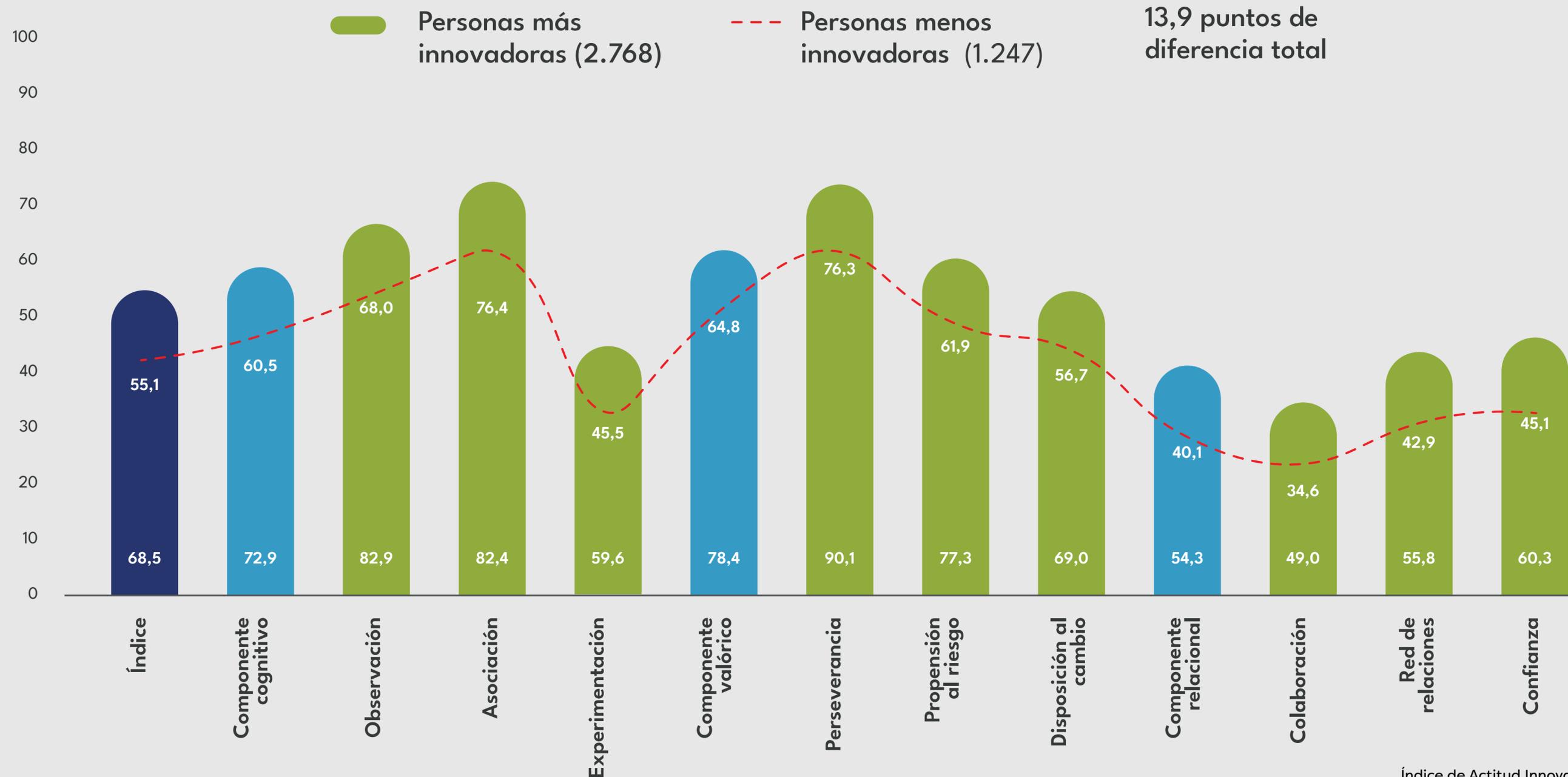
A photograph of two hands pointing towards a spiral-bound notebook. The image is overlaid with a blue and green color gradient. The text is centered over the notebook.

Índice, componentes
e indicadores según
variables de interés

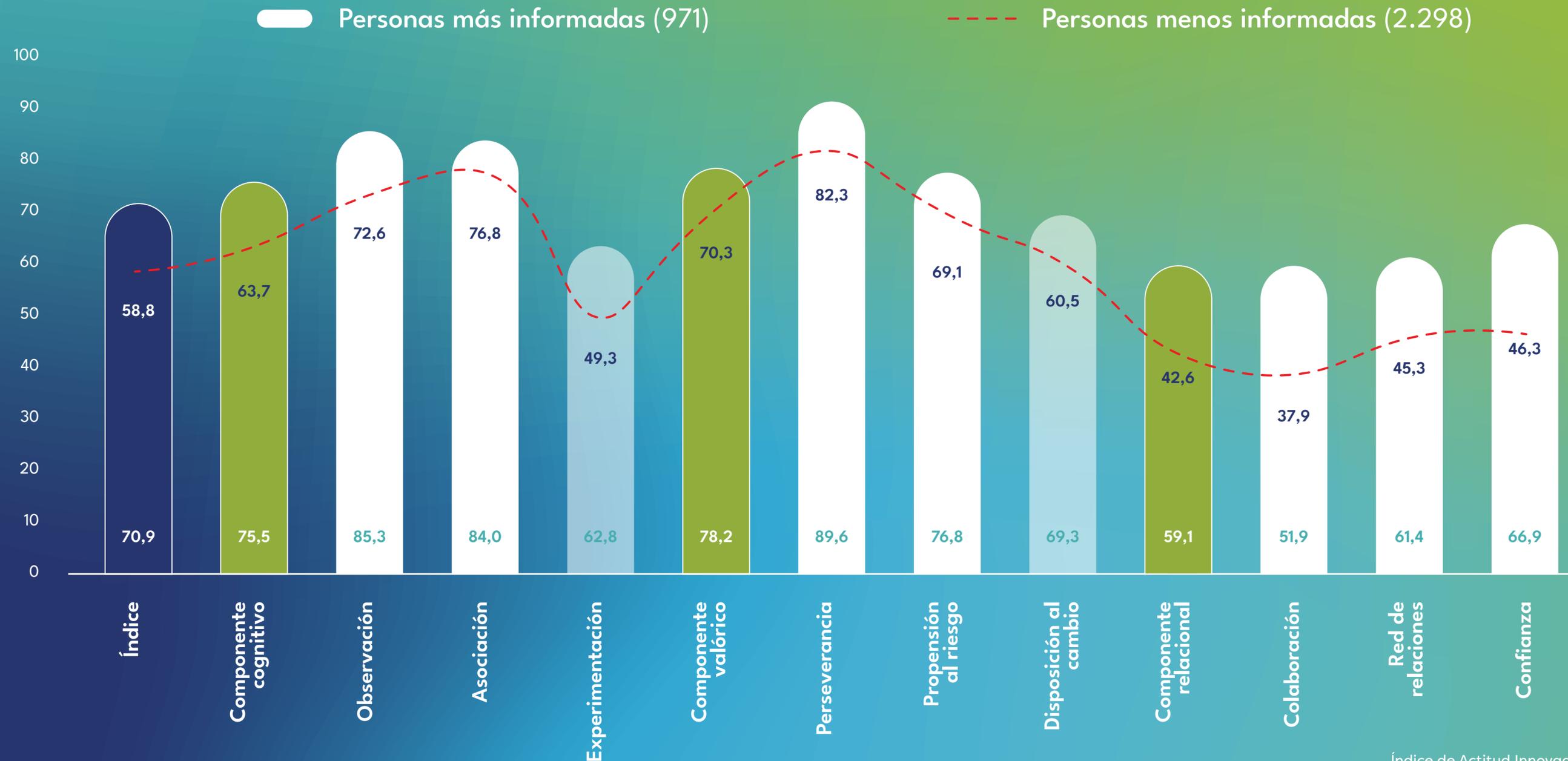
Índice, componentes e indicadores según origen de la muestra



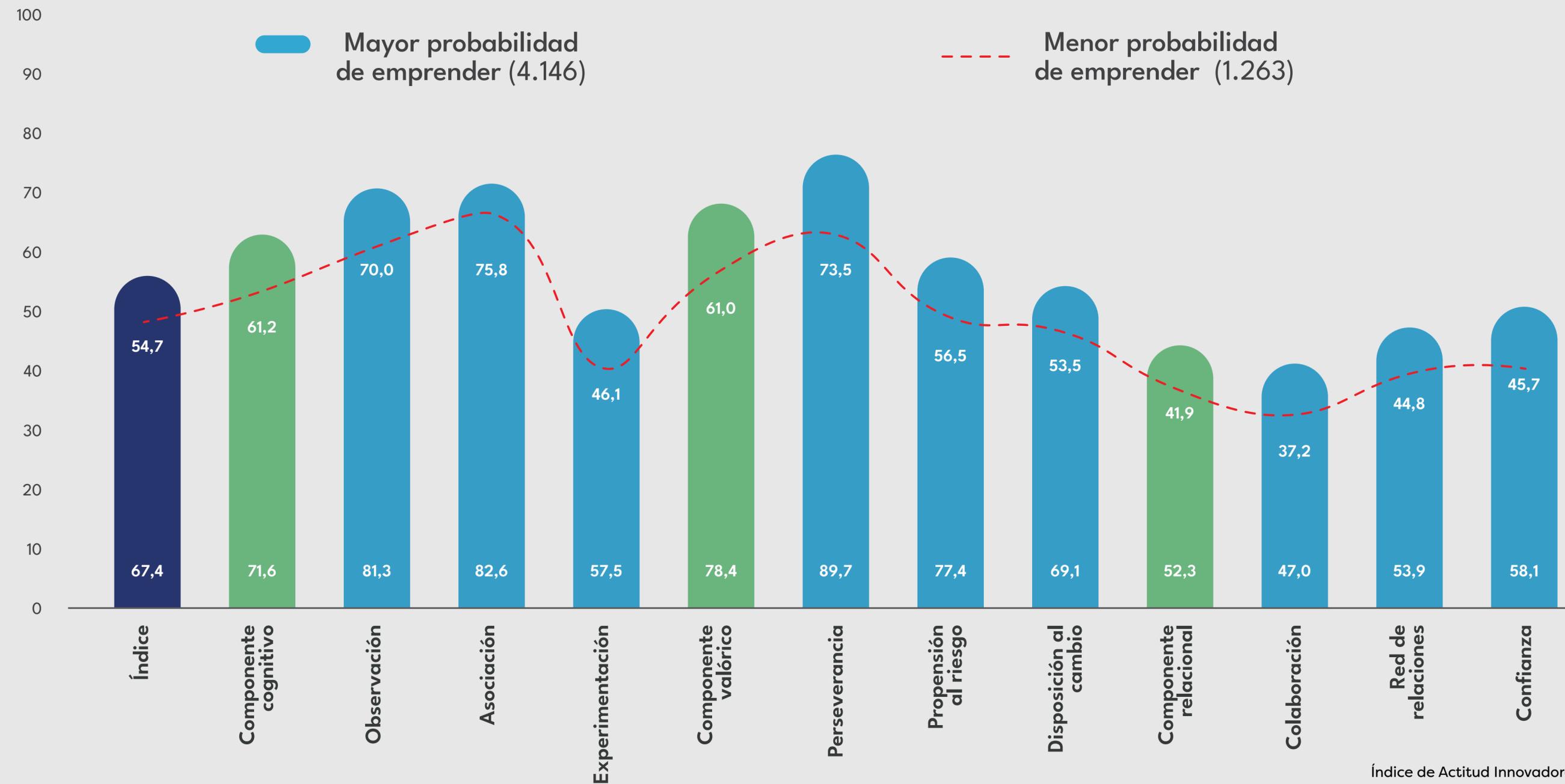
Índice, componentes e indicadores según autodefinición como persona innovadora



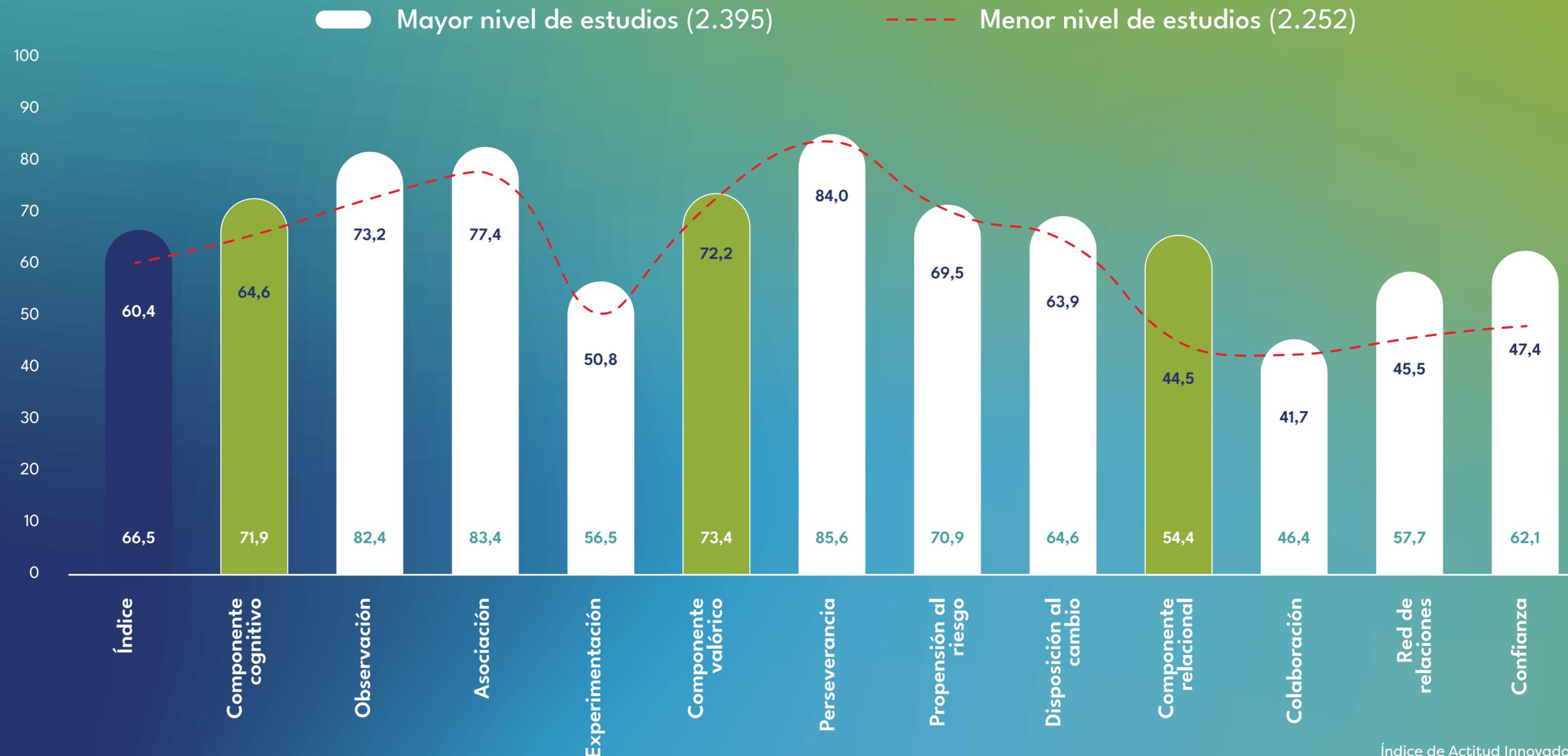
Índice, componentes e indicadores según nivel de información sobre innovación



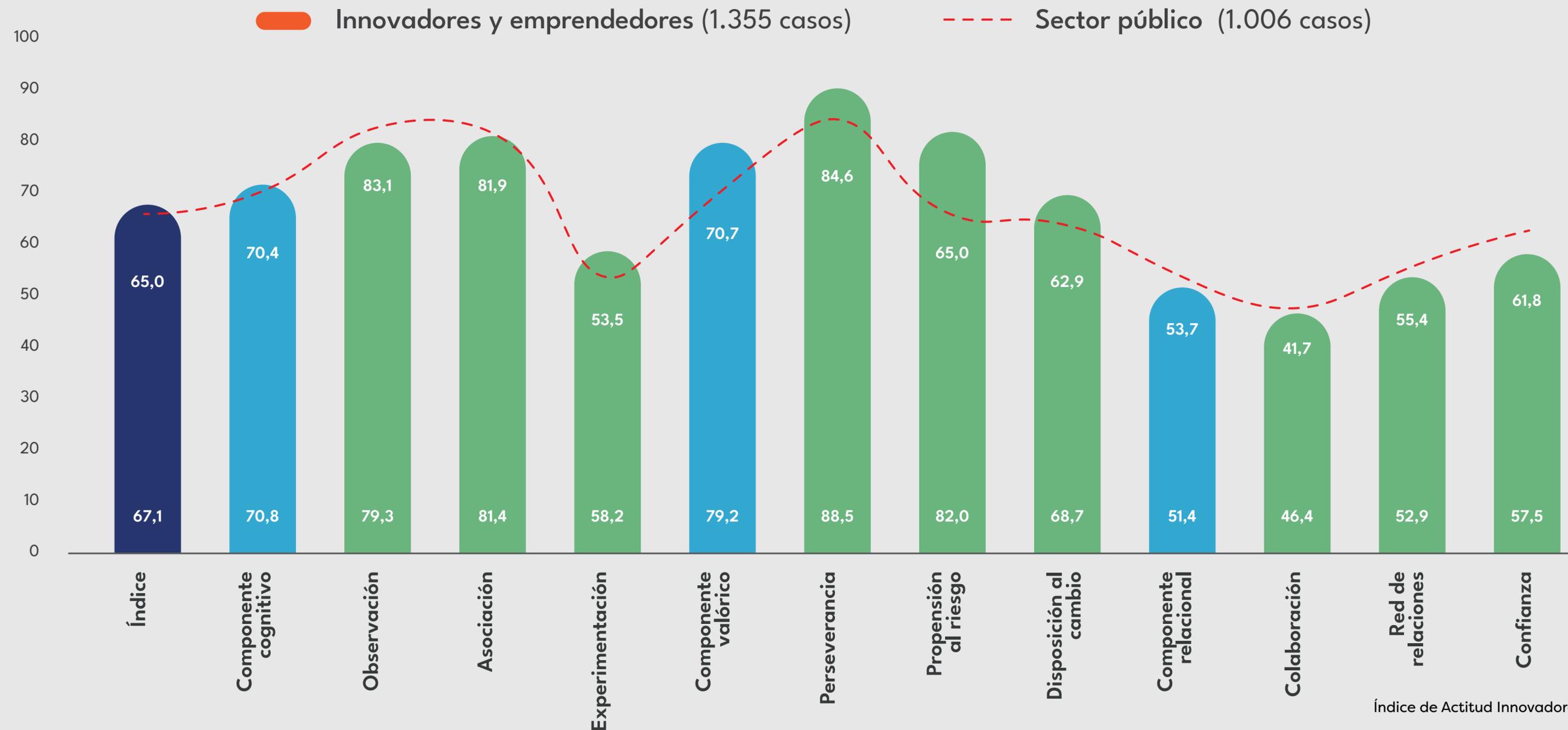
Índice, componentes e indicadores según probabilidad de emprender en 1 año



Índice, componentes e indicadores según nivel educacional

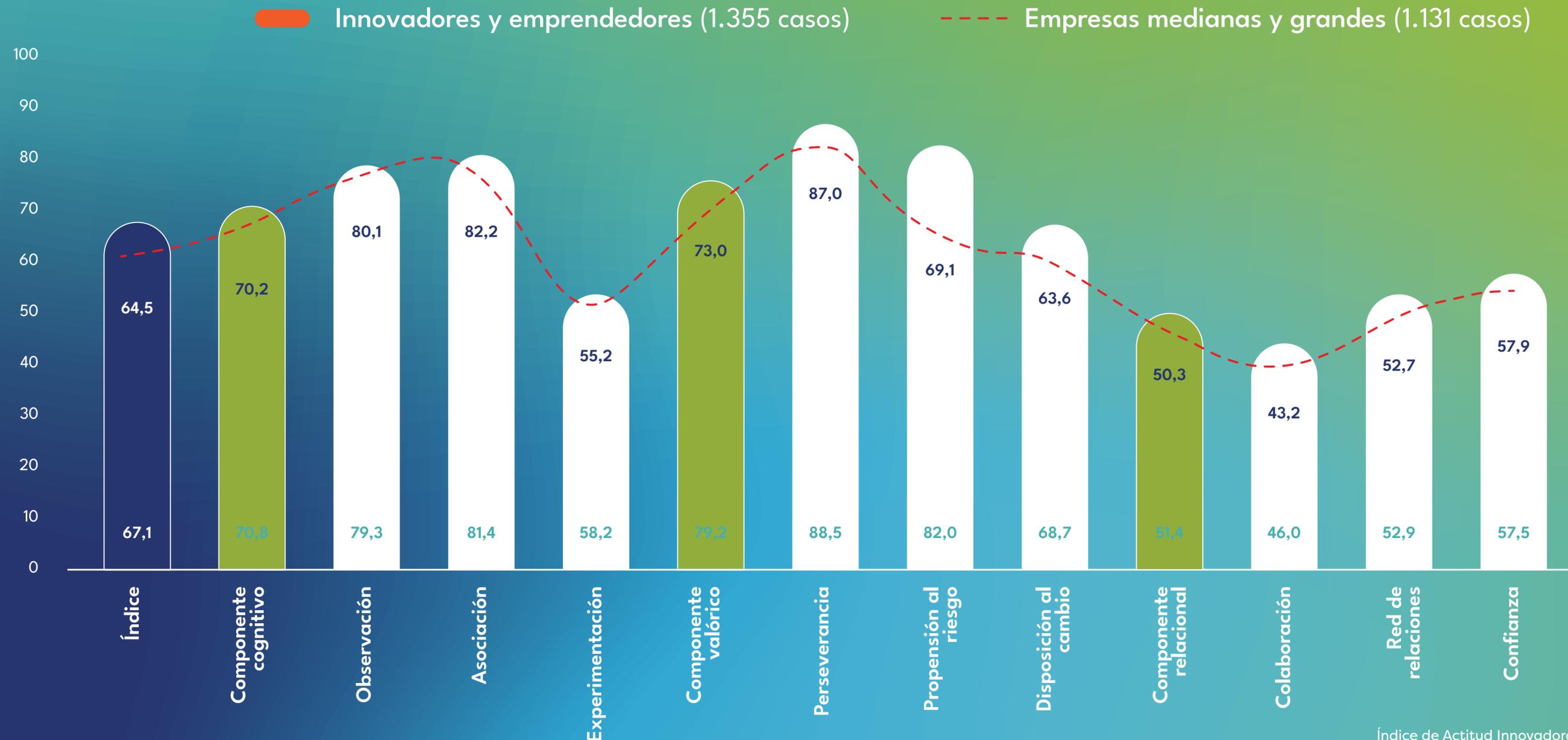


Índice, componentes e indicadores según segmentos de la muestra (innovadores y emprendedores vs. sector público)

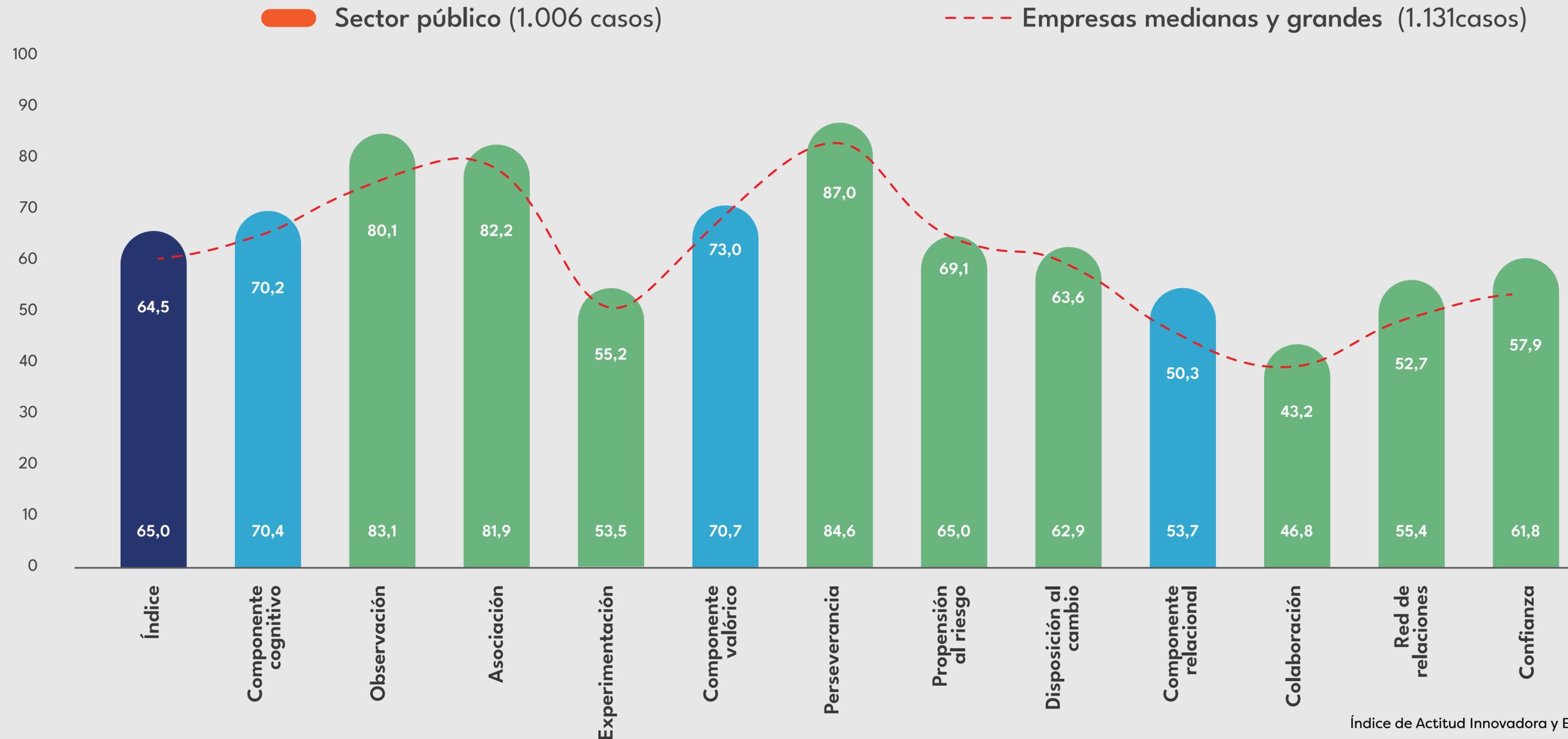


Índice, componentes e indicadores según segmentos de la muestra

(innovadores y emprendedores vs. empresas medianas y grandes)



Índice, componentes e indicadores según segmentos de la muestra (sector público vs. empresas medianas y grandes)



A hand is shown typing on a laptop keyboard. The image has a blue and green color gradient. There are several semi-transparent, overlapping rectangular panels with data charts (bar and line graphs) overlaid on the scene. The word "Conclusiones" is written in white text in the lower right area.

Conclusiones

- Existe una clara **disparidad entre los componentes cognitivo, valórico y relacional en la determinación de la actitud hacia la innovación y el emprendimiento**. Los bajos puntajes en los indicadores del componente relacional, particularmente en colaboración y red de relaciones, sugieren que una intervención en estas áreas podría fomentar un entorno más propicio para la innovación.
- En general, el componente cognitivo del índice es elevado, lo que indicaría refleja fuertes habilidades de observación y asociación de ideas, sin embargo, hay un **déficit significativo en la voluntad de experimentar**. Por lo tanto, fomentar una cultura de experimentación podría conducir a ganancias significativas en la disposición actitudinal hacia la innovación y el emprendimiento.
- Se observan algunas diferencias demográficas particulares en las actitudes hacia la innovación y el emprendimiento. Los individuos más jóvenes de la población general muestran actitudes más innovadoras, pero **esta tendencia se invierte dentro de los sujetos del ecosistema de innovación, donde los individuos mayores parecen ser más innovadores**. Esto podría deberse a varias razones, incluida la posibilidad de que las personas mayores en estos entornos tengan más experiencia y conocimientos específicos.
- Un resultado esperable es que las personas de niveles socioeconómicos y educativos más altos generalmente se asocian a una mayor propensión actitudinal hacia la innovación y el emprendimiento. Estos datos sugieren que para fomentar tales prácticas en la población es necesario **garantizar la igualdad de acceso a los recursos y oportunidades para personas de todos los niveles socioeconómicos y educativos**.
- Un dato destacable es que al comparar la autopercepción de innovación y los valores de componentes y dimensiones constatamos que **aquellos que se ven a sí mismos como más innovadores tienen un índice de innovación más alto**, lo que podría parecer una tautología, pero que a nuestro juicio enfatiza la importancia de la propia actitud para fomentar comportamientos innovadores.
- También observamos que aquellas personas que declaran una mayor probabilidad de emprender actividades empresariales poseen un índice de innovación más alto, particularmente en el subcomponente “propensión al riesgo“, cuestión que **destaca la disposición para asumir riesgos como factor del éxito en el emprendimiento de nuevos negocios**.

- Al comparar los distintos segmentos de personas que participan en el estudio, observamos que quienes se declaran como emprendedores tienen un índice de innovación más alto que quienes pertenecen a las empresas de mayor tamaño, especialmente en términos de la disposición por el riesgo y desempeño relacional. Esto podría atribuirse potencialmente a **la necesidad de los emprendedores a tomar riesgos y establecer una red de contactos para lograr el éxito**, en comparación con las empresas más grandes y establecidas, en donde parece haber cierto grado de aversión al riesgo, o al menos una menor disposición a asumirlo.
- Las principales brechas que observamos en la actitud innovadora y emprendedora tienen una fuerte raigambre en nuestro ethos cultural. El bajo puntaje que se obtiene en la “Dimensión Experimentación” del “componente Cognitivo” constituye un indicio de que en nuestra sociedad existe una fuerte aversión o temor al riesgo. Nuestra cultura tiende a castigar el fracaso y no ofrece muchos espacios para volver a probar. A esto se suma la debilidad estructural que se observa en el “componente Relacional”, donde todas las dimensiones muestran valores críticos, especialmente en la “Dimensión Colaboración”, donde observamos el valor más bajo de todas las dimensiones que considera el Índice. De ahí la importancia que tiene el fomentar y promover la innovación en los más jóvenes; la necesidad de cultivar estos atributos desde las primeras instancias del sistema educativo.
- En resumen, los datos reflejan la naturaleza multidimensional de la actitud hacia la innovación y el emprendimiento, **enfaticando la importancia de abordar y potenciar no solo las habilidades cognitivas, sino también las habilidades relacionales y el componente valórico.** También destaca la influencia significativa de los factores demográficos, el estatus socioeconómico y la educación en la innovación, lo que indica la necesidad de políticas y prácticas inclusivas. Además, los resultados del estudio subrayan el papel crucial de la autopercepción y la voluntad de asumir riesgos en el fomento de la innovación y el espíritu empresarial.



Índice Nacional de Actitud
Innovadora y Emprendedora

Haz click aquí para revisar
el estudio interactivo



Diseñado por:
PROCORP