

Metodología

Índice de Actitud Innovadora y Emprendedora

Encuesta Nacional de
Opinión Pública

Mayo 2024

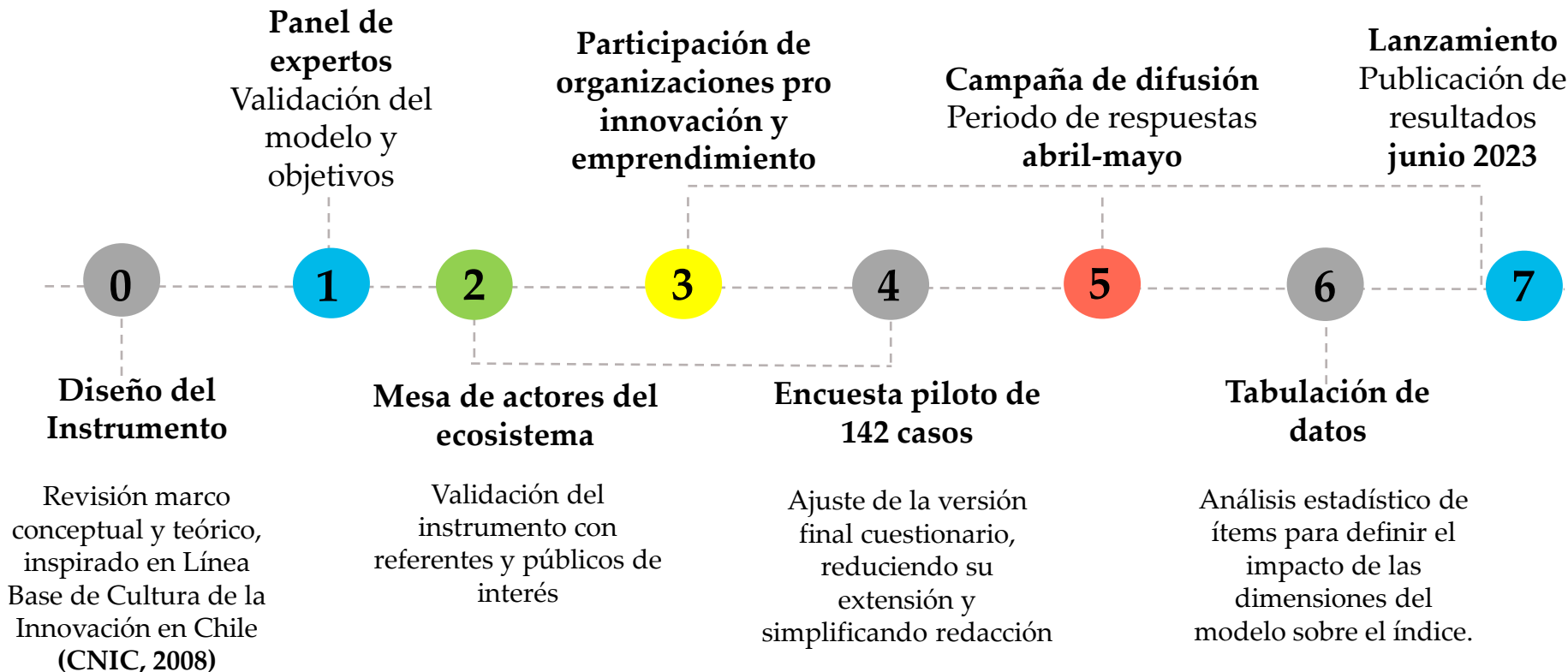
Objetivos del Índice

1. Diseñar un instrumento que sirva como línea base para monitorear la evolución de la predisposición innovadora y emprendedora en el ecosistema de Chile.
2. Producir información válida y confiable para orientar el diseño de las políticas públicas sobre la materia.
3. Describir los factores que movilizan u obstaculizan el proceso de innovación y emprendimiento en los distintos nichos del ecosistema.
4. Generar contenido que aporte al diálogo sobre el desarrollo y fomento de la innovación y emprendimiento en Chile y que permita visibilizarlo en la agenda noticiosa.
5. Aportar un bien público, con datos abiertos y visualización dinámica, para el uso de todos aquellos que lo requieran y que permitan avanzar en la enseñanza y aplicación de estas habilidades.

Públicos de interés

- Organizaciones del ecosistema público y privado
- Estudiantes
- Academia
- Emprendedores
- Ejecutivos de empresas
- Opinión pública general

Etapas del estudio



Fuentes del Marco teórico

Orientación hacia el aprendizaje
(Amabile, 1996; Glynn, 1996; Resnick 2005).

Exploración
(Tom Kelley- IDEO, 2005; Levinthal & March, 1993)

Experimentación / búsqueda soluciones inusuales (Jacob, 1977; Boyd & Rickerson 1998 /Scott & Bruce, 1994).

Disrupción,
Jeff Dyer, Hal B. Gregersen, Clayton M. Christensen (2012)

Locus de control interno / autonomía
(Miller et al, 1982)

Disposición favorable al cambio / desafío status quo
(Damanpour, 1991/Baker & Sinkula, 2002).

Propensión al riesgo
(Singh 1996)

Perseverancia / tolerancia al fracaso
(Drucker, 1998).

Confianza
(Murphy- World Bank, 2005).

Colaboración
(Teece, 1992; Murphy- World Bank, 2005).

Tolerancia
(Scott & Bruce, 1994, Page 2006).

Nuevas tecnologías comunicación
(Resnick, 2003).

Dimensiones / variables



Cognitiva

- Observación
- Asociación
- Experimentación

Valórica

- Propensión al riesgo
- Perseverancia
- Disposición al cambio

Relacional

- Colaboración
- Confianza en los otros
- Red de relaciones

Principales ítems de indagación

- **Actitudes generales hacia la innovación y emprendimiento**
 - **Observación** Disposición al aprendizaje continuo. Capacidad de observar situaciones y fenómenos del día a día.
 - **Asociación** Habilidad de conectar de manera exitosa preguntas, ideas o problemas de diferentes áreas de conocimiento. Conexiones entre la experiencia personal, laboral.
 - **Cuestionamiento** hacerse preguntas que retan al sentido común. Disposición al cambio e integración de nuevas ideas
 - **Relacionamiento** Redes de apoyo, asociatividad y colaboración.
 - **Experimentación** Poner en práctica lo aprendido
 - **Futuro** Visión y perspectiva futuras
- ❖ El estudio se inspira en la investigación realizada por Feedback entre 2007 y 2008 por encargo del Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad (CNIC) para establecer una línea base de la “Cultura de la Innovación en Chile”

Características técnicas

- Técnica de recolección de datos online
- Cuestionario autoadministrado de 55 preguntas
- Universo de estudio: hombres y mujeres mayores de 18 años de edad
- Envíos de Opinión Pública a partir de una muestra de la base de datos de Feedback, mediante selección aleatoria a nivel nacional.
- Envíos de links específicos para difusión entre los miembros de las 60 instituciones colaboradoras del estudio
- Campaña permanente de difusión en RRSS durante el periodo de vigencia de la encuesta
- Preguntas cerradas de fácil respuesta
- Duración aproximada de 20 minutos
- Validación de respuestas recibidas
- 21 días de vigencia para el levantamiento de datos
- Reporte global de resultados con presentación dinámica de auto consulta en PowerBI®

Índice de actitud innovadora

El índice se construye a partir de las siguientes 5 actitudes a medir:

- Observación
- Asociación
- Experimentación
- Cuestionamiento
- Relacionamiento

Estas 5 actitudes están asociadas a las dimensiones: *cognitiva, valórica y relacional*. En el instrumento, cada una de estas dimensiones cuenta con variables que buscan medir e identificar los ámbitos de indagación de manera equilibrada, considerando en promedio 9 preguntas para medir cada dimensión.

Con estas variables se calcularán los indicadores por cada dimensión, estimando sus impactos o pesos relativos, con el objeto de construir el Índice mediante un proceso estadístico estandarizado y replicable. Una vez definido el índice se elaborarán perfiles para caracterizar al universo de estudio.



ForoInnovación

 **Feedback**
research