

ESTUDIO CHILESCOPIO INNOVACIÓN: EL VALOR DE LA INNOVACIÓN EN LAS MARCAS Y EL CONSUMO

Presentación de algunos resultados del estudio

Realizada por Andrés Mendoza L.

Diciembre 2012

EL ESTUDIO CHILESCOPIO INNOVACIÓN

- Investigación realizada por la consultora Visión Humana, cuyo objetivo es comprender el valor de la innovación en las relaciones que los consumidores chilenos establecen con las empresas y las marcas.
- Es un estudio de tipo cuantitativo, basado en encuestas presenciales realizadas en los hogares de 1.500 personas de 15 a 80 años, residentes en el Gran Santiago y las 11 principales ciudades del país, pertenecientes a los N.S.E. D, C3, C2 y C1.
- El método de muestreo fue estratificado por ciudad y aleatorio en cada una de sus tres etapas (elección de manzanas, hogar y entrevistado).
- Los resultados son ponderados en base a la proporción real de la población del país a nivel de comunas, género, edad y nivel socioeconómico.
- El error muestral a nivel total se estima en $\pm 2,6\%$ considerando varianza máxima y un 95% de confianza.
- El trabajo de campo se realizó durante el mes de julio del 2012.

emol.

Revista Popular Science nombra a Google Now como la "innovación del año"

El complemento a la herramienta de búsqueda de Android fue destacado por su capacidad de predecir la información que necesitará el usuario.

Viernes, 23 de Noviembre de 2012, 09:11

MOUNTAIN VIEW. La destacada revista de ciencia y tecnología Popular Science publicó en su sitio su lista de lo mejor del año, nombrando a Google Now como la "innovación del año". Otros ganadores del premio han sido el Gran Colisionador de Hadrones, el Prius de Toyota y el robot Curiosity que ahora recorre la superficie de Marte.

Google Now es un complemento al buscador integrado en Android Jelly Bean (4.1 y 4.2), un avanzado "asistente digital" cuya principal característica es su capacidad de predecir la información que el usuario necesita. En vez de tener que abrir una aplicación de clima, al abrir Google Now la



Sexta versión de premios Avonni entrega galardones a 14 proyectos innovadores

Las iniciativas destacadas abarcan desde la alimentación y el medio ambiente a la atención de público y la industria, entre otras.

Jueves, 15 de Noviembre de 2012, 23:23

SANTIAGO. Este jueves se llevó a cabo la entrega de los Premios Avonni 2012, sexta versión de este importante concurso que busca resaltar la innovación y el emprendimiento en Chile.

Catorce proyectos fueron galardonados durante la ceremonia. En ella, el inventor Alfredo Zolezzi, fundador del Advanced Innovation Center (AIC) de Villa del Mar, recibió la distinción especial a la trayectoria en innovación.

Asistieron a la cita cerca de 400 invitados, entre ellos los ministros de Economía, Pablo Longueira, de Minería, Hernán de Solmiñihac (ambos integraron el jurado), de Medio



Las Últimas Noticias

Se inician postulaciones al Concurso Chileinventa

Una oportunidad para innovar y patentar

Proyecto chileno es finalista en concurso mundial de innovación

La iniciativa DatAgro ayuda a pequeños agricultores de la Región de O'Higgins.

El sistema envía información de utilidad a sus celulares como mensaje de texto.



LA TERCERA

LA TERCERA EDICIÓN IMPRESA | VIERNES 23 DE NOVIEMBRE DE 2012

Portada País Mundo Negocios Opinión Santiago Tendencias

Al Gore, principal orador en feria de innovación sustentable

El Nobel de la Paz se presentó por segunda vez en Chile, esta vez en el marco de la Common Pitch.

por P. L.

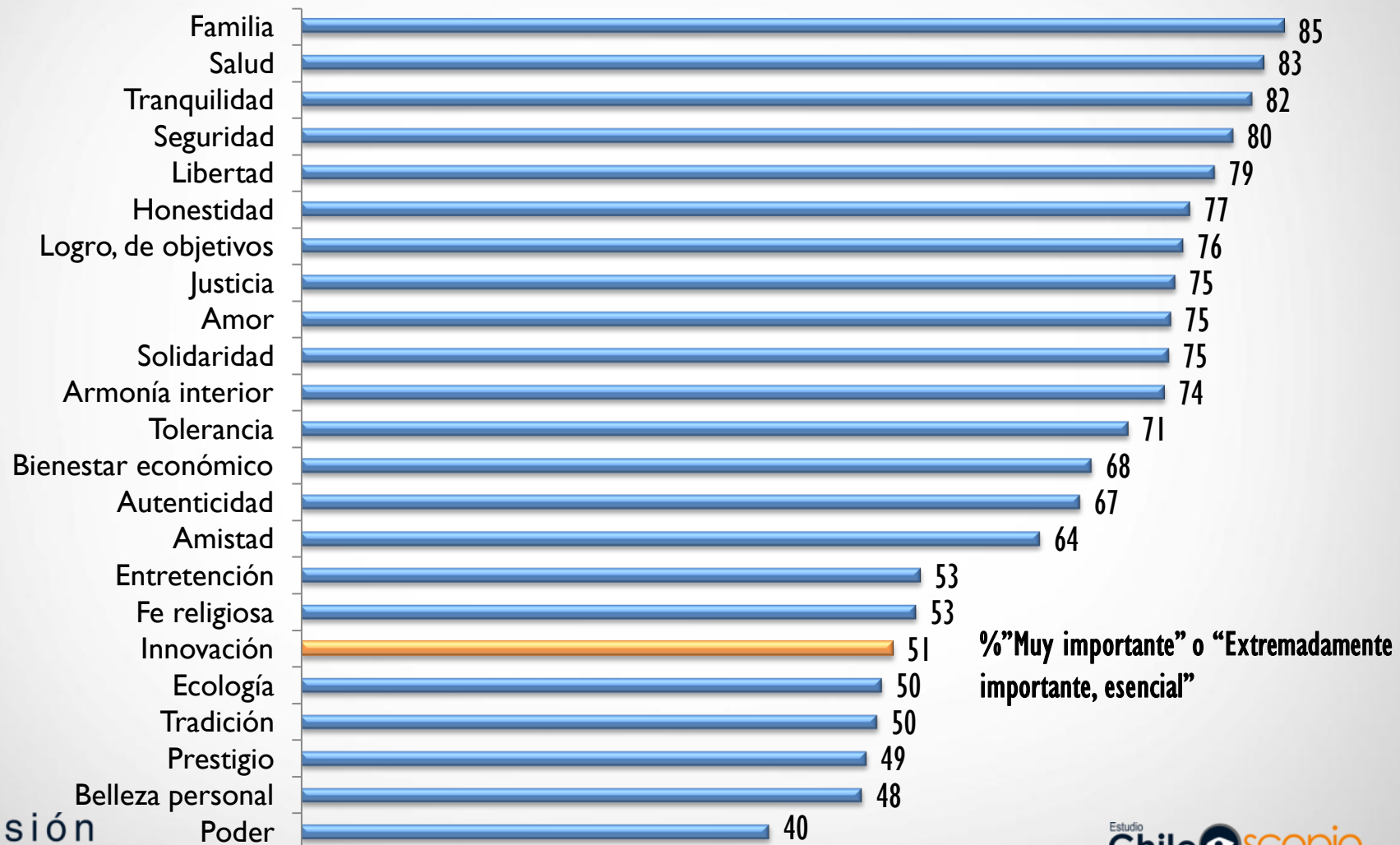


Ahora bien, ¿Es la innovación algo realmente importante para las personas?

IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN COMO UNA VALOR DE VIDA EN LAS PERSONAS

Escala de 1 a 5, donde 1 significa “nada importante” y 5 “extremadamente importante, esencial”

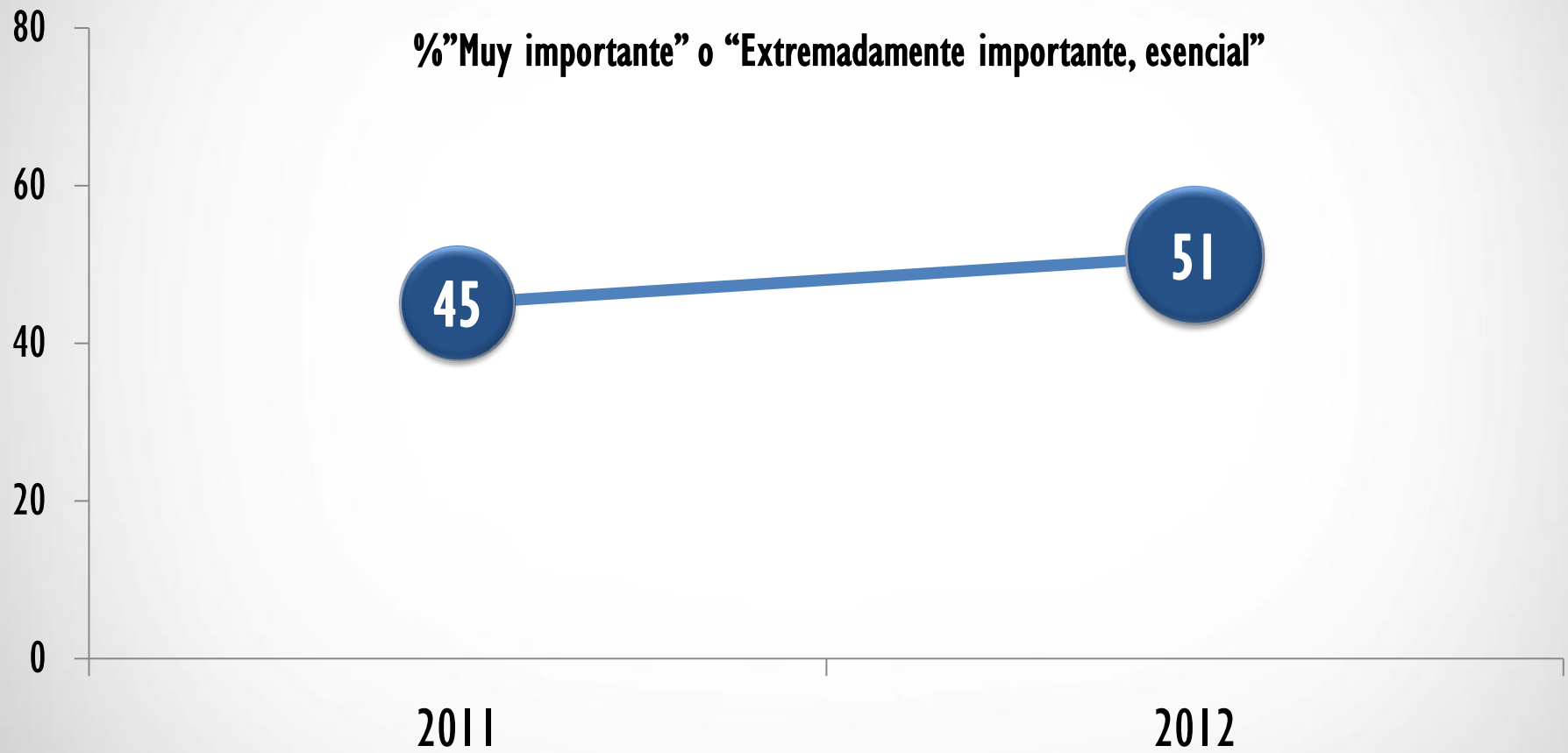
Base: Total de entrevistados (1.500 casos)



IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN COMO UN VALOR DE VIDA EN LAS PERSONAS

Escala de 1 a 5, donde 1 significa “nada importante” y 5 “extremadamente importante, esencial”

Base: Total de entrevistados (1.500 casos)





¿Pero que significa el concepto de innovación?

Definiciones hay muchas...

Qué dicen los gringos...?

**“Implementación de nuevas ideas
que generan valor”**

- Innovation Network, U.S.A

**“The intersection of invention and
Insight, leading to the creation of
social and economic value”**

- U.S National Innovation Initiative

Wikipedia...?

**La Real academia de la Lengua
Española...?**

**Innovación significa literalmente
"novedad" o "renovación"**

- Wikipedia, 2012

**“Creación o modificación de un
producto y su introducción en un
mercado”**

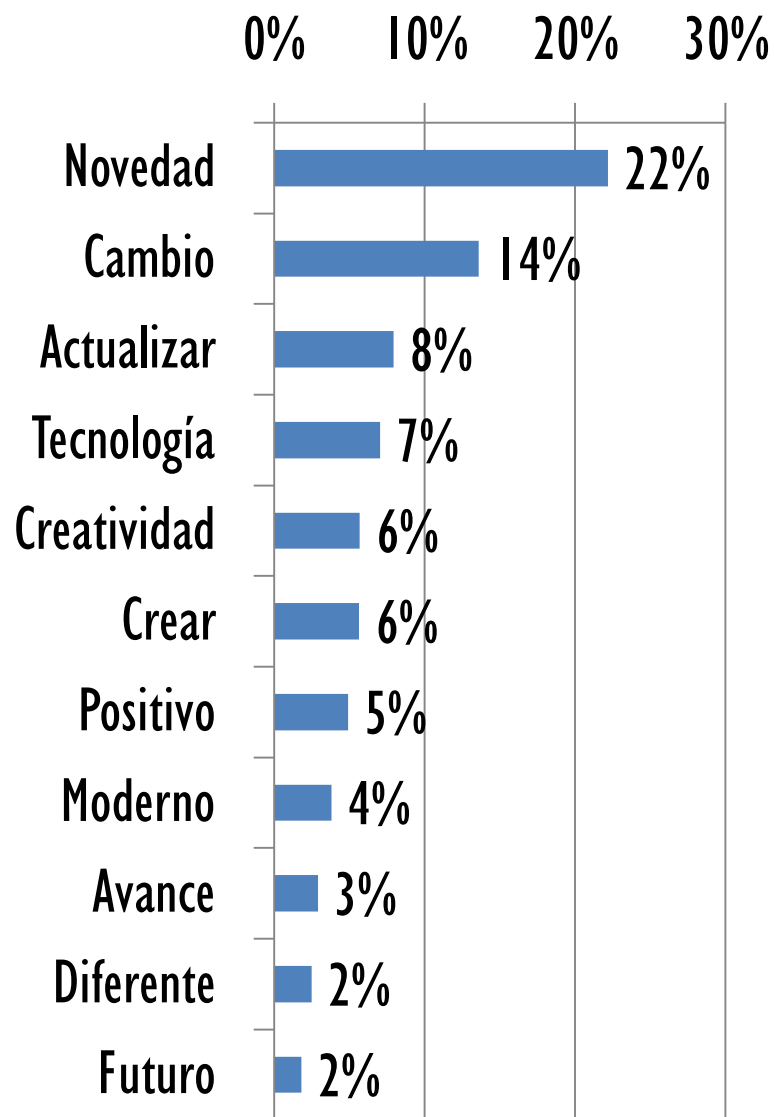
- Real Academia de la Lengua Española, 2012

¿Y para los consumidores chilenos?

ASOCIACIONES ESPONTÁNEAS AL CONCEPTO DE INNOVACIÓN

Palabras mencionadas
de manera espontánea
por los entrevistados

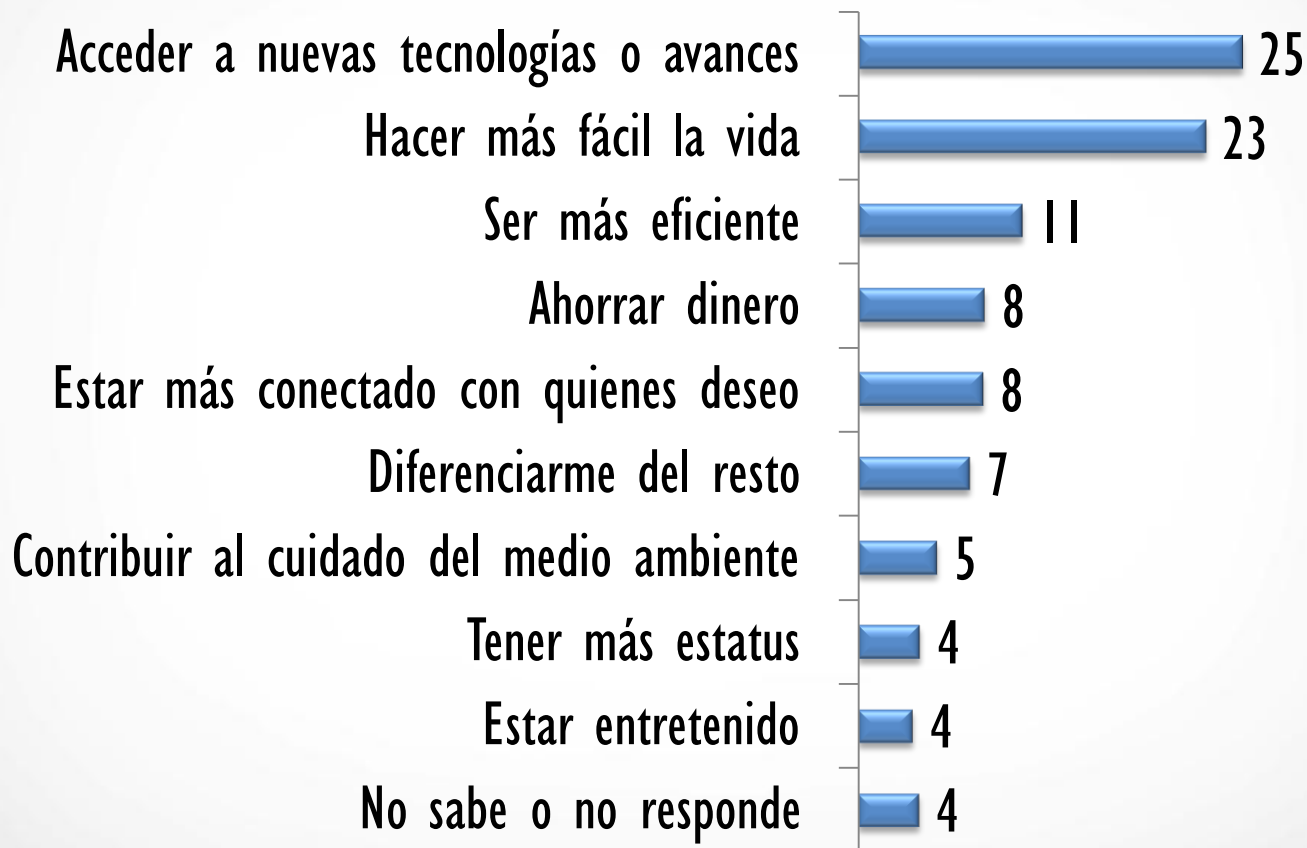
Base: Total de
entrevistados
(1.500 casos)



BENEFICIOS PERCIBIDOS DE LA INNOVACIÓN

% de personas que escoge cada alternativa, respuesta única

Base: Total de entrevistados (1.500 casos)



BENEFICIOS PERCIBIDOS DE LA INNOVACIÓN

% de personas que escoge cada alternativa, respuesta única

Base: Total de entrevistados (1.500 casos)

%	Total	Hombre	Mujer	15-29 años	30-44 años	45-59 años	60-80 años	C1	C2	C3	D
Acceder a nuevas tecnologías o avances	25	28	23	28	28	23	19	36	28	25	21
Hacer más fácil la vida	23	21	24	19	21	26	28	18	26	24	21
Ser más eficiente	11	12	10	13	12	10	6	10	13	11	10
Ahorrar dinero	8	10	7	7	10	9	10	4	8	7	11
Estar más conectado con quienes deseo	8	8	9	11	8	6	7	5	5	10	10
Diferenciarme del resto	7	6	9	5	9	10	5	12	8	8	6



Lo que representa
la innovación...

VIGENCIA Y RENOVACIÓN

NOVEDAD-CAMBIO



La experiencia que
la innovación
produce...

Su principal
beneficio...



HACER FÁCIL EL DIARIO VIVIR

TECNOLOGÍA

Y se tangibiliza o se
iconiza en...





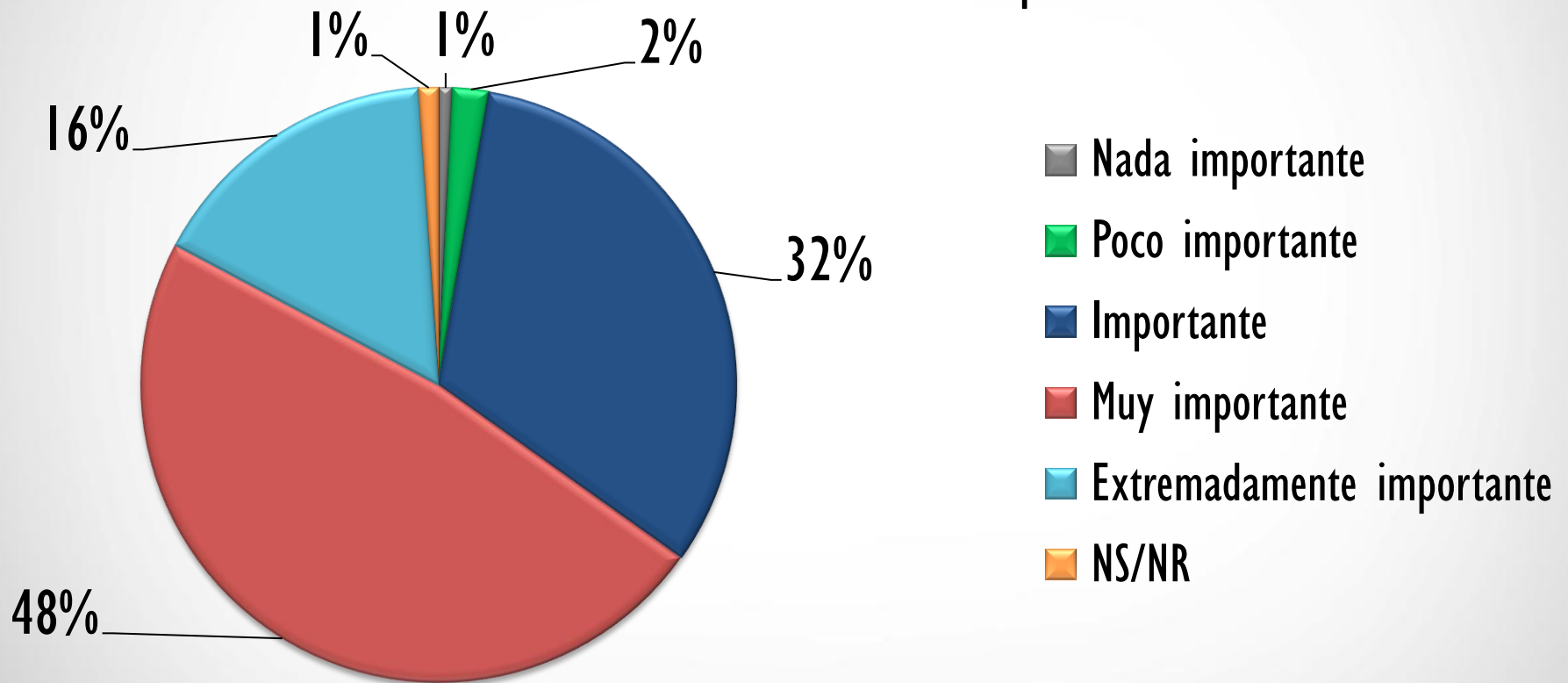
La innovación en el consumo

IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

Escala de 1 a 5, donde 1 significa “nada importante” y 5 “extremadamente importante, esencial”

Base: Total de entrevistados (1.500 casos)

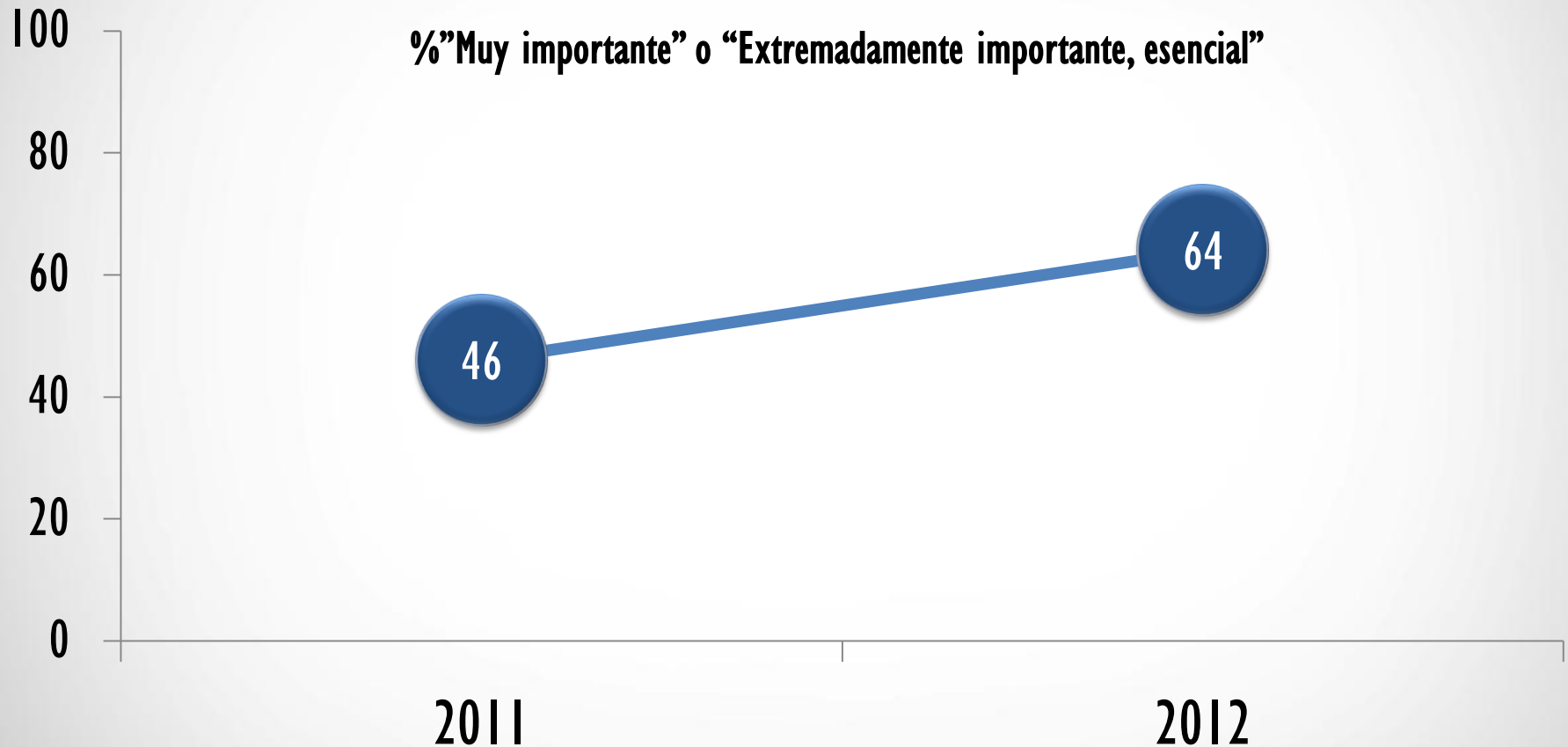
¿Qué tan importante es para Ud. que las empresas en Chile ofrezcan productos o servicios innovadores?



IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

Escala de 1 a 5, donde 1 significa “nada importante” y 5 “extremadamente importante, esencial”

Base: Total de entrevistados (1.500 casos)

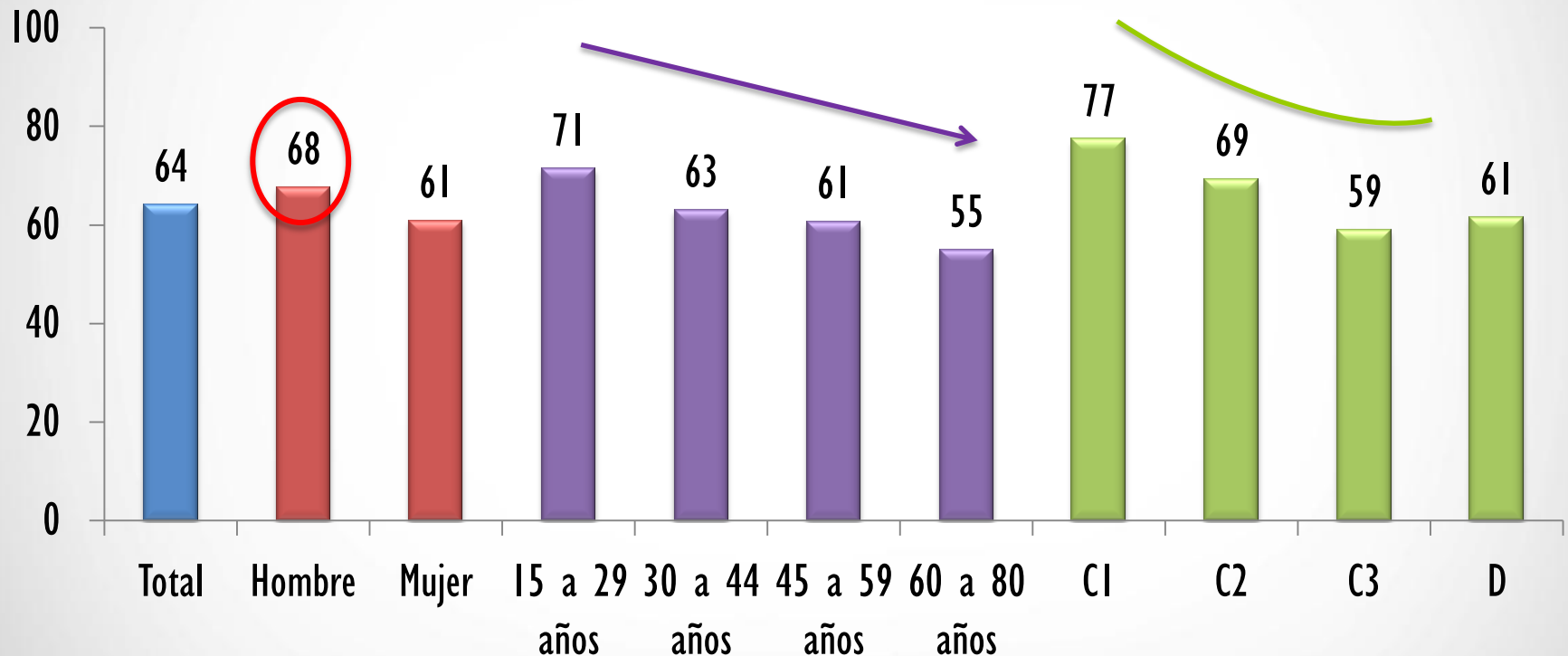


IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

Escala de 1 a 5, donde 1 significa “nada importante” y 5 “extremadamente importante, esencial”

Base: Total de entrevistados (1.500 casos)

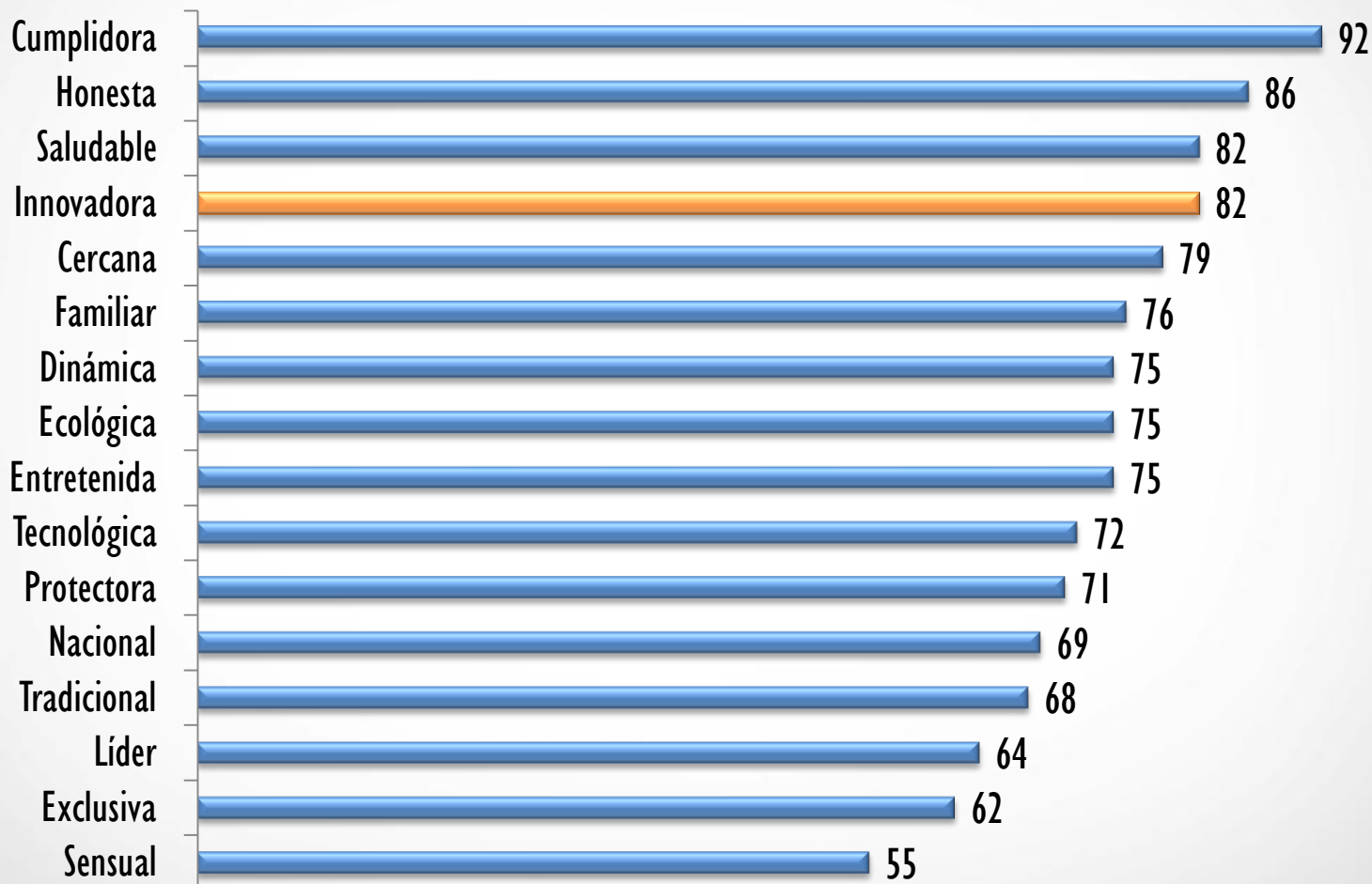
% “Muy importante” o “Extremadamente importante, esencial”



RANKING DE ATRIBUTOS DE MARCA ATRACTIVOS PARA LOS CONSUMIDORES

% que responde que cada atributo de marca “es atractivo para mi”

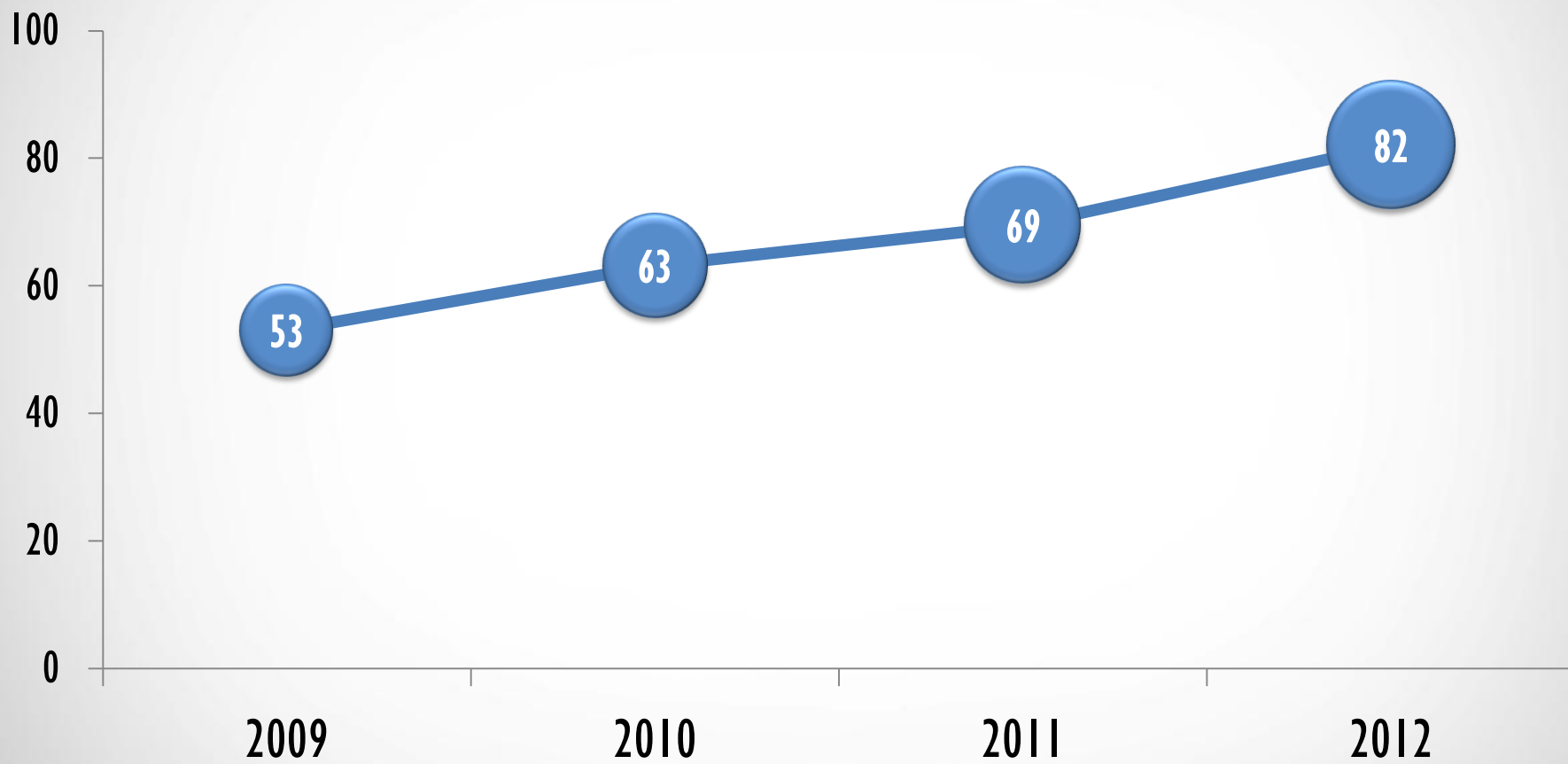
Base: Total de entrevistados (1.500 casos)

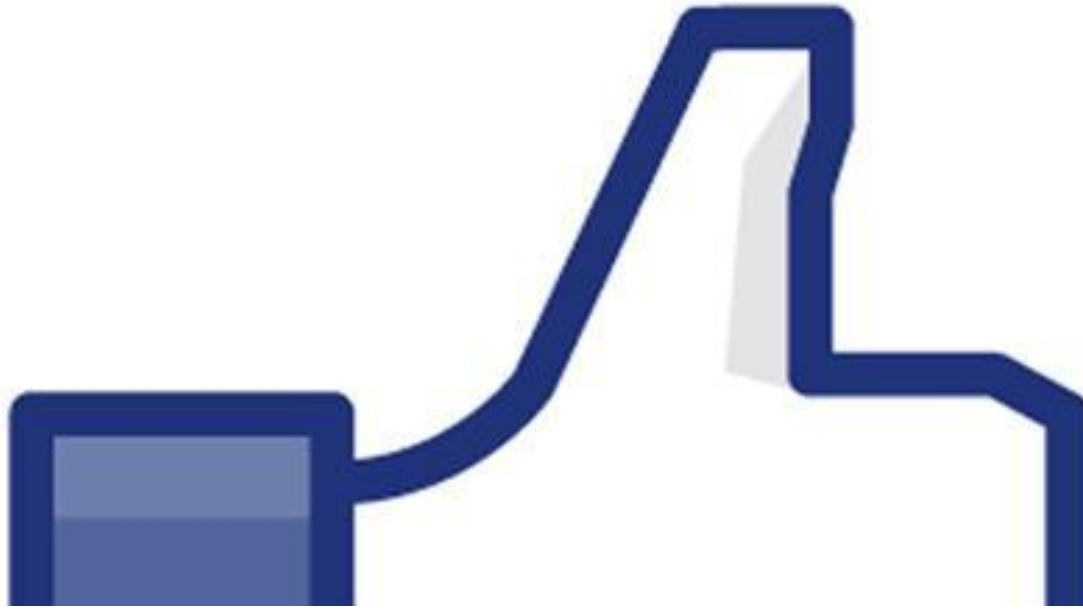


INNOVACIÓN COMO UN RASGO DE MARCA ATRACTIVO PARA LOS CONSUMIDORES

% que responde que una marca innovadora “es atractiva para mí”

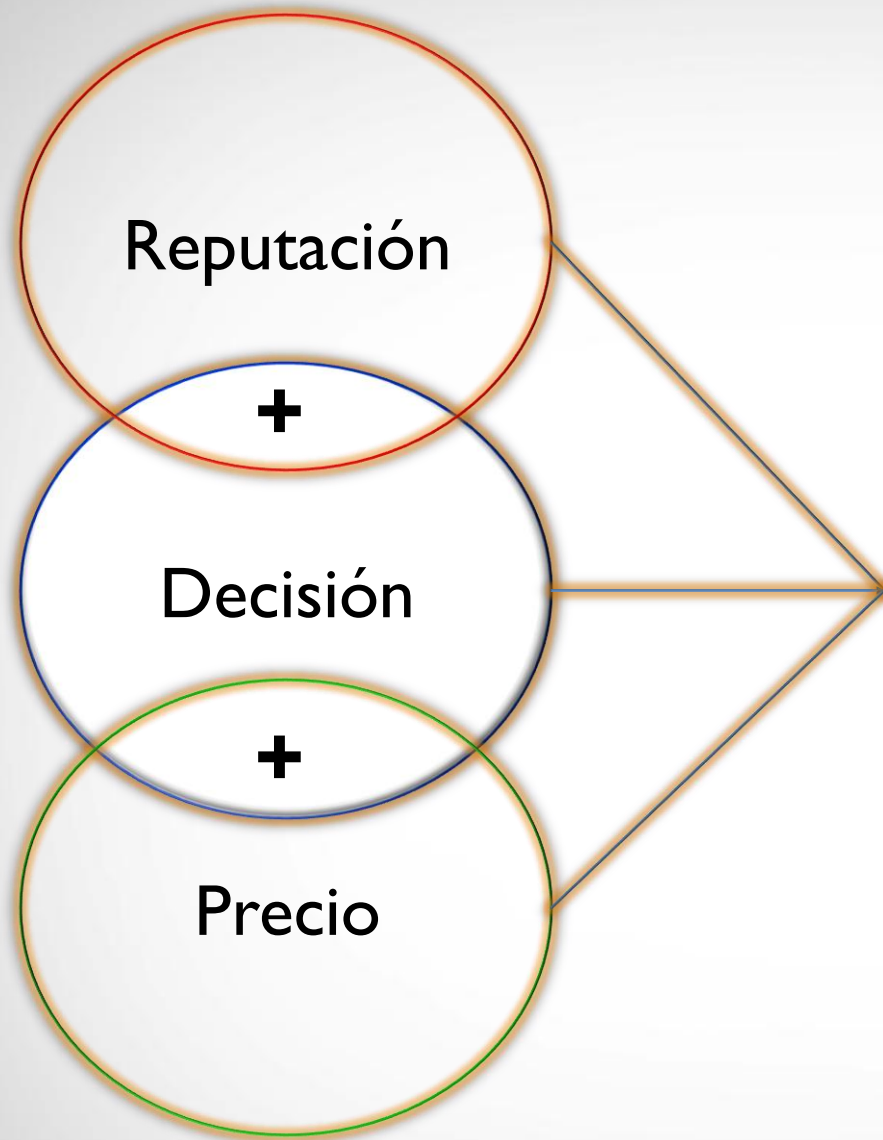
Base: Total de entrevistados (1.500 casos)





¿Qué efectos produciría la innovación sobre la imagen y las actitudes de consumo?





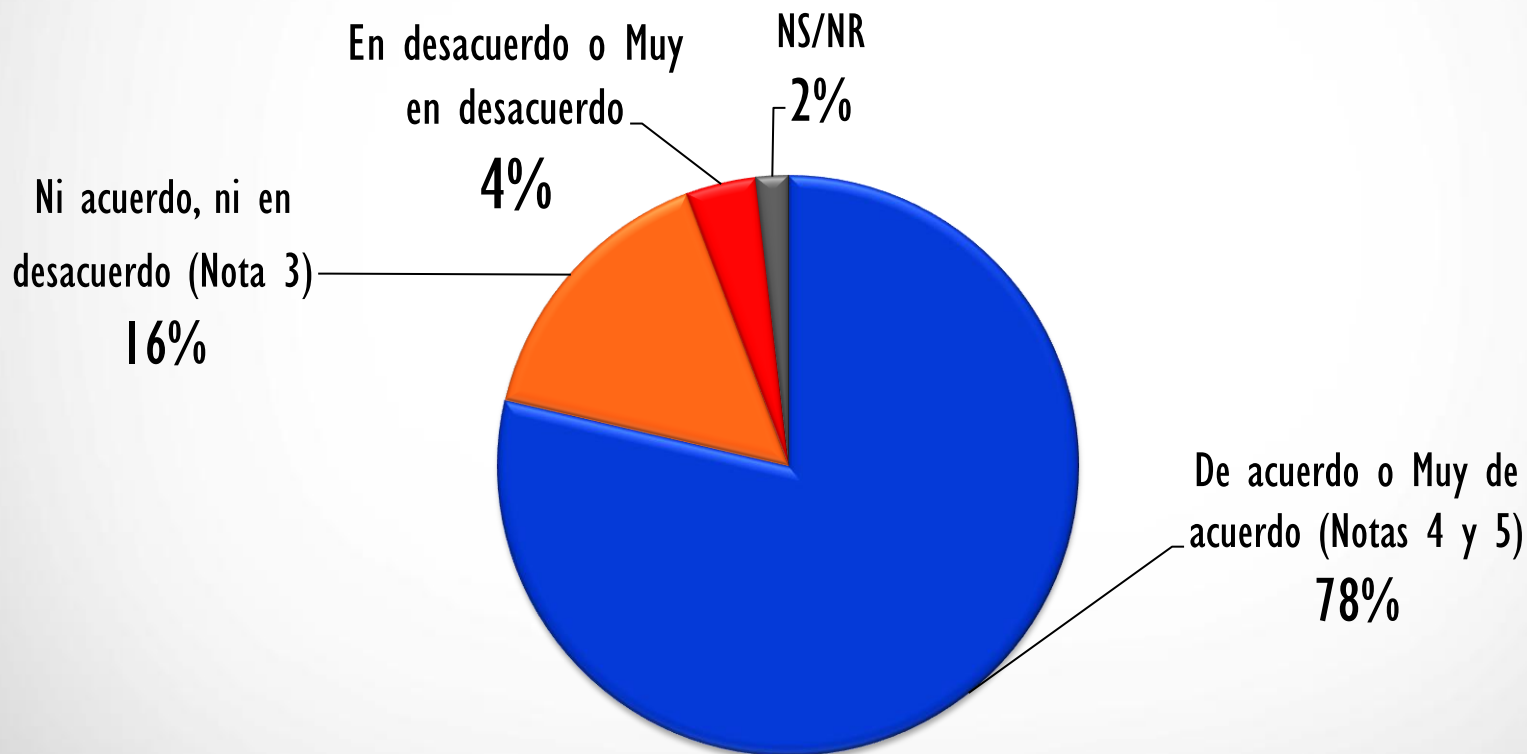
Efectos de la innovación en el consumo

IMPACTO DE LA INNOVACIÓN EN LA IMAGEN DE UNA EMPRESA

Escala de 1 a 5, donde 1 significa “Muy en desacuerdo” y 5 “Muy de acuerdo”

Base: Total de entrevistados (1.500 casos)

Las empresas innovadoras proyectan una mejor imagen y reputación

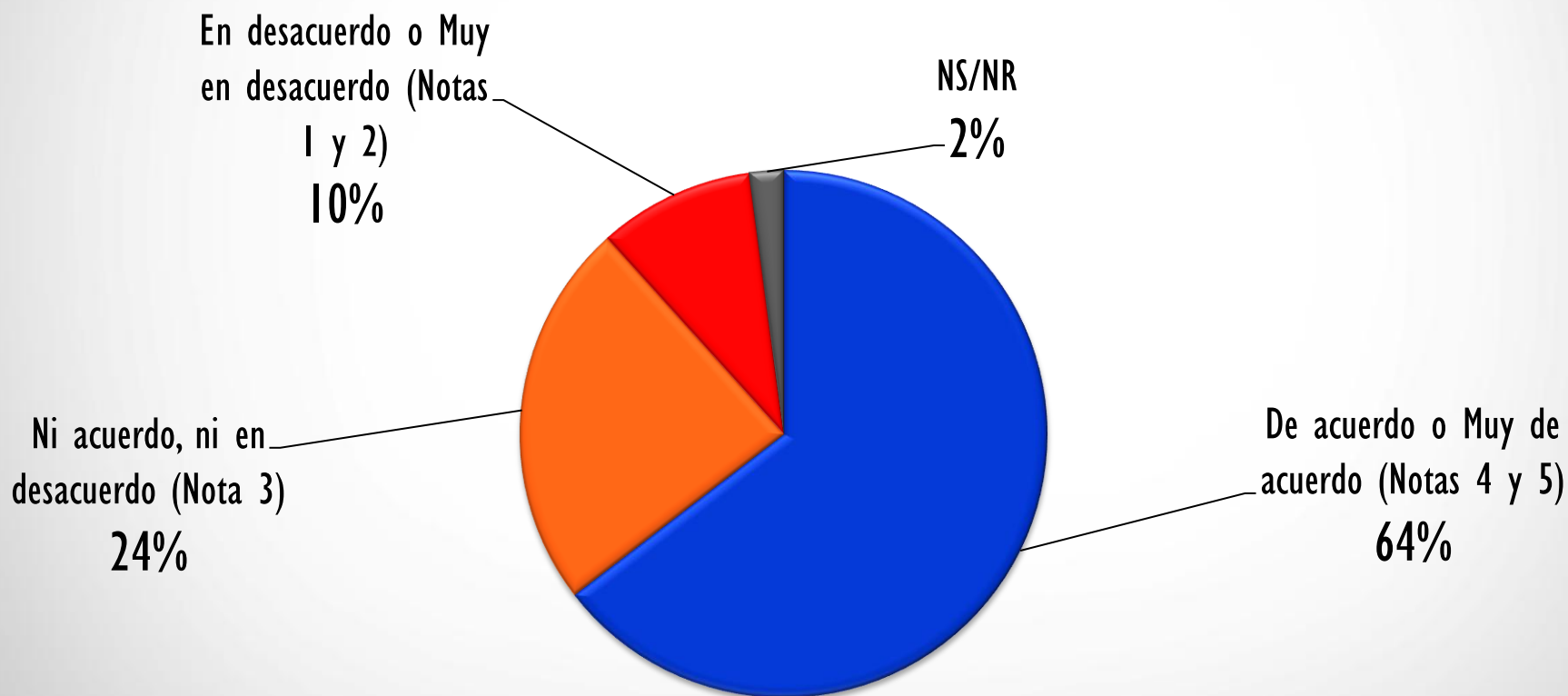


IMPACTO DE LA INNOVACIÓN EN LA IMAGEN DE UNA EMPRESA

Escala de 1 a 5, donde 1 significa “Muy en desacuerdo” y 5 “Muy de acuerdo”

Base: Total de entrevistados (1.500 casos)

La innovación es un factor importante en mi decisión de compra de productos o servicios

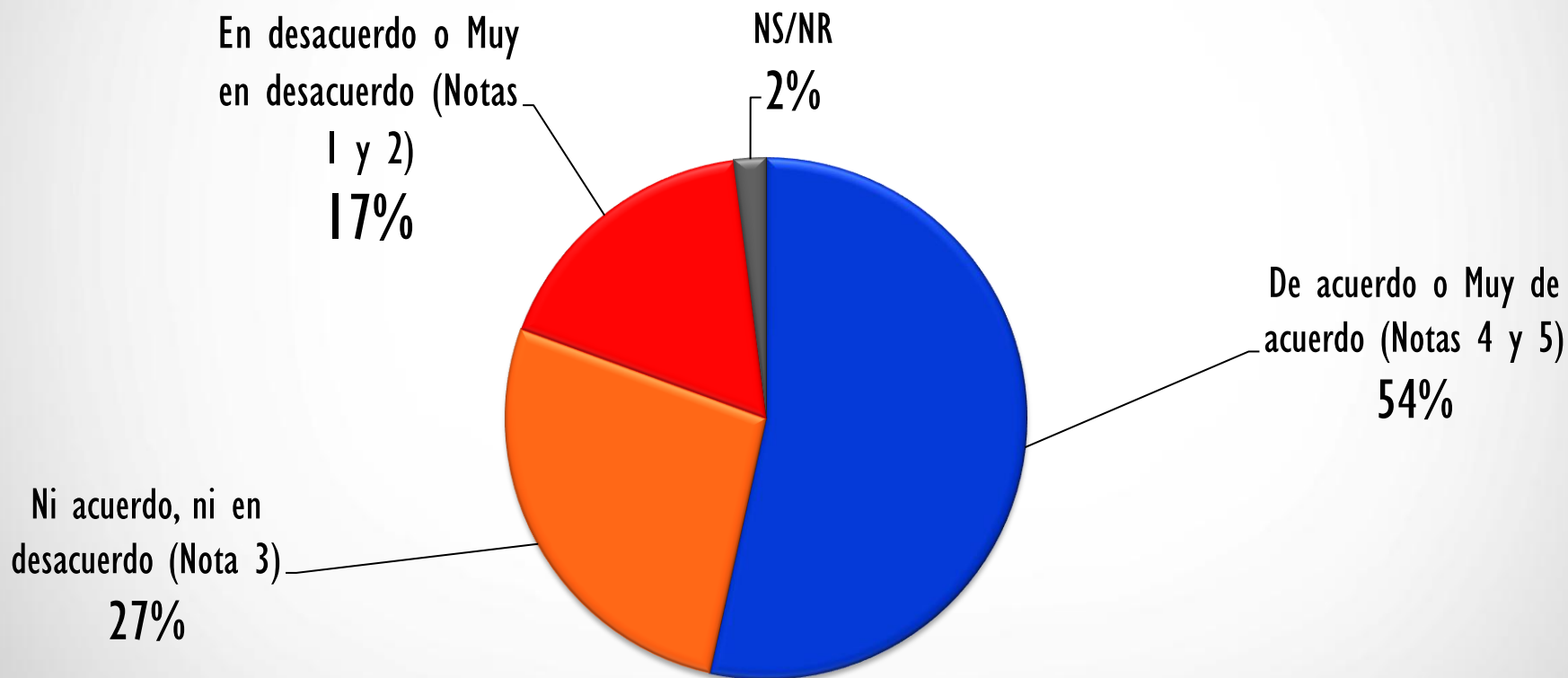


IMPACTO DE LA INNOVACIÓN EN LA IMAGEN DE UNA EMPRESA

Escala de 1 a 5, donde 1 significa “Muy en desacuerdo” y 5 “Muy de acuerdo”

Base: Total de entrevistados (1.500 casos)

Estoy dispuesto a pagar más por marcas, productos o servicios innovadores





¿Qué ocurre en los distintos rubros y sectores?



RUBROS O EMPRESAS DONDE LA INNOVACIÓN ES CONSIDERADA MÁS RELEVANTE

% de personas que elige cada rubro o empresa, respuesta múltiple máximo 3 respuestas

Base: Total de entrevistados (1.500 casos)



EVALUACIÓN DEL NIVEL DE INNOVACIÓN DE LOS DISTINTOS RUBROS O EMPRESAS

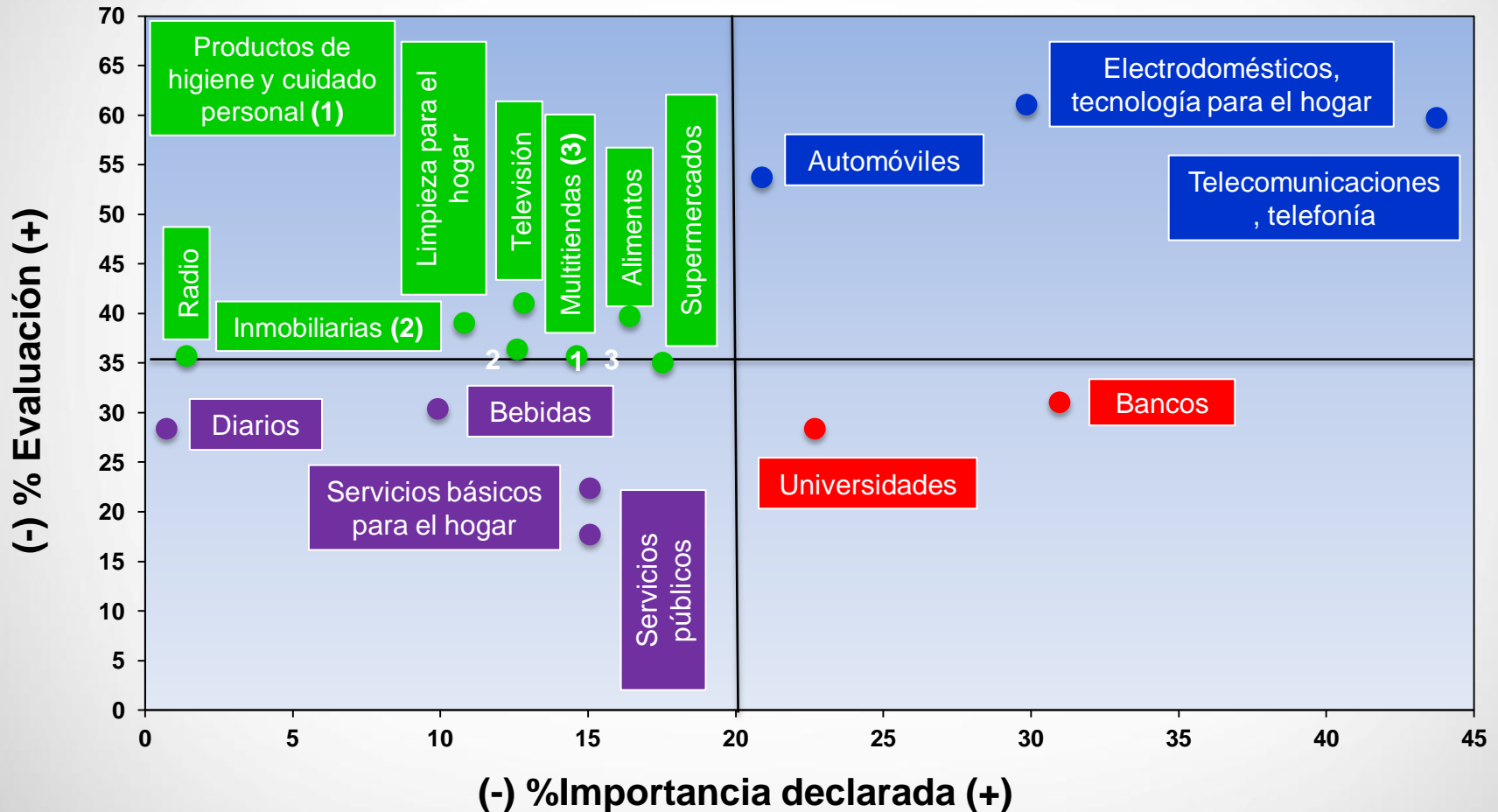
Escala del 1 a 7, siendo 1 “muy poco innovador” y 7 “muy innovador”

Base: Total de entrevistados (1.500 casos)



COMPARACIÓN ENTRE LA RELEVANCIA OTORGADA Y LA EVALUACIÓN DE INNOVACIÓN EN LOS DISTINTOS SECTORES

Base: Total de entrevistados (1.500 casos)



¿Es posible hacer una clasificación de los consumidores en base a su adopción a la innovación?



CLASIFICACIÓN DE LOS CONSUMIDORES SEGÚN SU PREDISPOSICIÓN A COMPRAR PRODUCTOS Y/O SERVICIOS INNOVADORES

Base: Total de entrevistados (1.389 casos)

Soy uno de los primeros o adquiero antes que la gran mayoría los productos o servicios nuevos que se lanzan al mercado.

CONSUMIDOR INNOVADOR

2011	2012
29%	34%

Sólo después que la mayoría los tiene, adquiero los productos o servicios nuevos que se lanzan al mercado.

CONSUMIDOR MASIVO

2011	2012
36%	33%

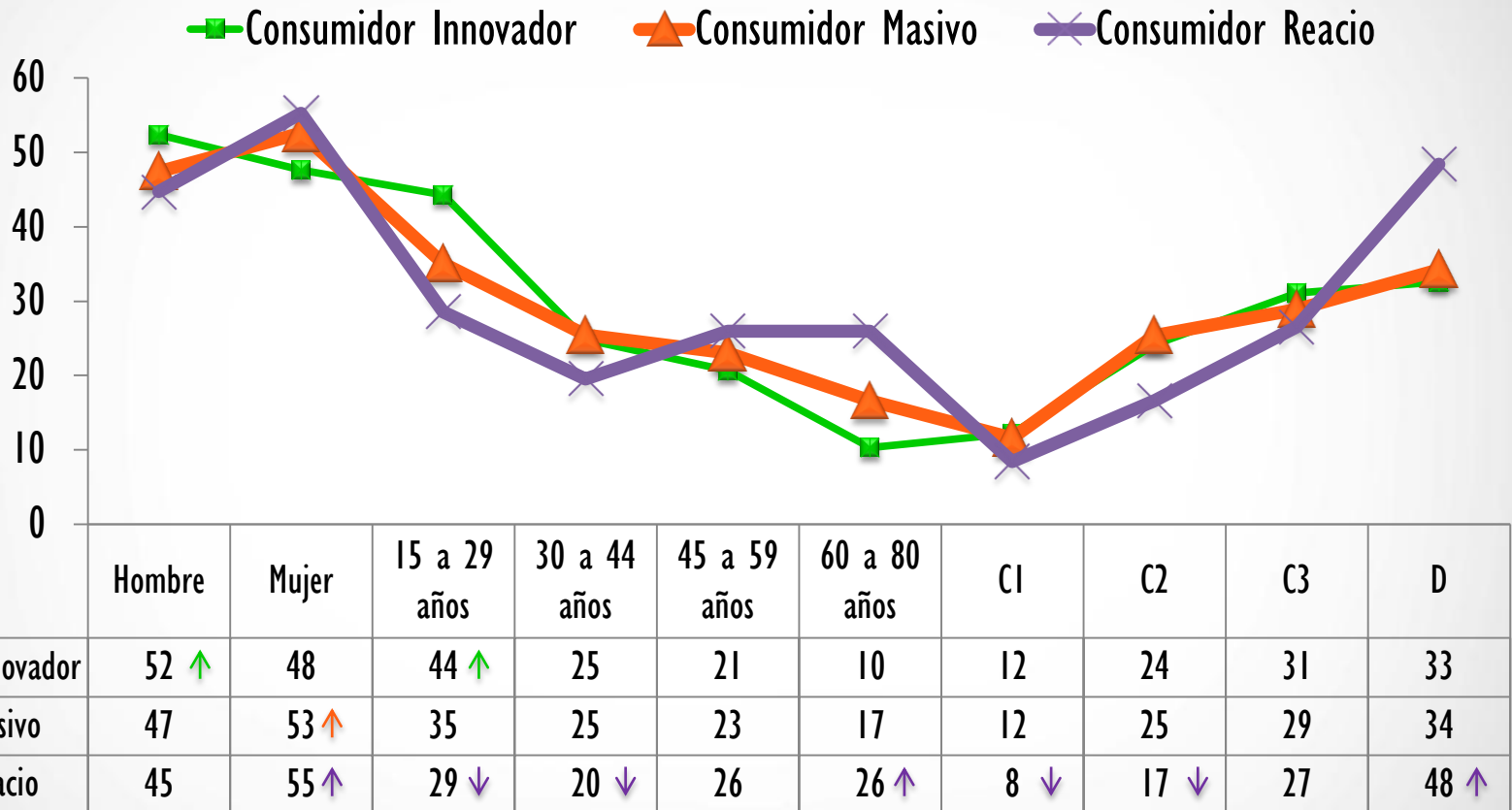
No me interesa adquirir nuevos productos o servicios que se lanzan al mercado, o sólo lo hago cuando no tengo alternativas.

CONSUMIDOR REACTIVO

2011	2012
35%	33%

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS GRUPOS IDENTIFICADOS

Base: Total de entrevistados clasificados (1.389 casos)



Algunas conclusiones finales

- **La innovación resulta importante para las personas, aunque mayor en el plano del consumo que en el plano vital.**
- **Es percibida como puro beneficio, no apreciándose sentidos de ambivalencia o negativos.**
- **Su significado apunta principalmente a la idea de renovación (deseo), novedad (experiencia), facilidad (uso) y tecnología (icónico).**
- **Sus beneficios principales apuntan a empoderar a las personas (beneficio funcional) y hacerlas sentir vigentes en el tiempo (beneficio emocional).**
- **La innovación es un atributo crecientemente relevante en el valor global de una marca.**
- **La innovación tiene un efecto importante en la reputación e imagen de marca, en la influencia en la decisión de compra y en la disposición a desembolsar una mayor cantidad de dinero.**

**Para consultas o adquirir la versión completa del Estudio ChilescoPIO
Innovación (Costo UF 80, exento de IVA), comunicarse con:**

Andrés Mendoza L.

Director de Investigaciones y Tendencias

fono: (56-2) 6651551

email: amendoza@visionhumana.cl

Patricio Polizzi R.

Gerente General

fono: (56-2) 6651551

email: ppolizzi@visionhumana.cl



visión
humana[®]
La otra mirada