

La creatividad en España

Actitudes y creencias asociadas

Metodología

El estudio 'La creatividad en España' ha abordado dos metodologías. Por un lado, una **Fase Exploratoria** mediante Online Focus Groups, seleccionando participantes con perfil creativo para explorar, descubrir y entender la percepción de la población en torno a la creatividad de forma abierta.

Por otro, una **Fase Cuantitativa** abordada desde un cuestionario online dirigido a una muestra amplia para dimensionar y Cuantificar aquellas actitudes, creencias y cualquier otro aspecto relacionado con la creatividad y que ha surgido de la exploración cualitativa previa

Target

Individuos de **18 a 65 años** residentes en España peninsular, Baleares y Canarias (se excluye Ceuta y Melilla).

Muestra

1.001 entrevistas pertenecientes al target descrito, representativos según género, edad y región.

Técnica

Entrevista **online** (CAWI)

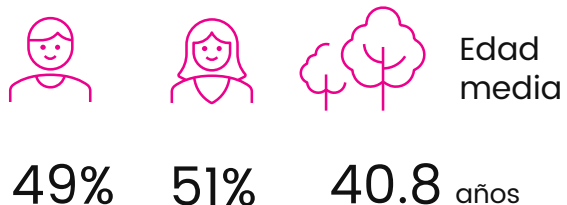
Cuestionario

Con 23 preguntas cerradas

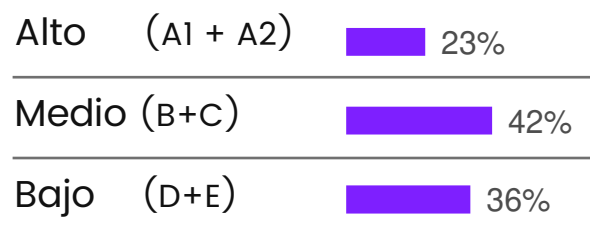
El margen de error para resultados globales, si la muestra se hubiera seleccionado por método aleatorio puro, sería de +/- 3,16% para 1000 entrevistas bajo el supuesto de máxima indeterminación (p=q=50%) y para un intervalo de confianza del 95,5%.

Distribución de la muestra

Total: 1001



Estrato social



Áreas Nielsen

Noreste / Cataluña y Baleares	12.5%
Levante	14.7%
Sur / Andalucía	19.4%
Centro	10.6%
Noroeste	9.7%
Norte Centro	9.5%
Canarias	2.2%
AMB (Área Metr. Barcelona)	8.8%
AMM (Área Metr. Madrid)	12.6%

Oficio





Principales resultados



¿Cómo definirías la creatividad?

Generar nuevas ideas, innovar

70%



Vehículo de expresión, forma de expresar una emoción, un sentimiento

33%



Mujeres
34%

Transformar lo ya existente para darle un toque personal

30%



Perfiles que destacan...

18-24 años
35%



Forma de evolucionar y mejorar

25%



18-24 años
28%



Método para resolver problemas o conflictos

18%



18-24 años
34%

Hombres
19%



Salirse de lo establecido, ser transgresor

16%



Principalmente se asocia a la **generación de nuevas ideas**. A más distancia, también es un vehículo de expresión o la transformación de o ya existente dándole un toque personal.



Aspectos más **tangibles** 81%

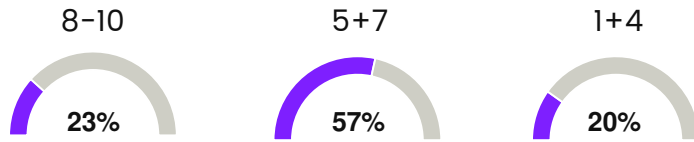


Aspectos más **emocionales** 57%

¿Cómo de creativo eres?

6.1

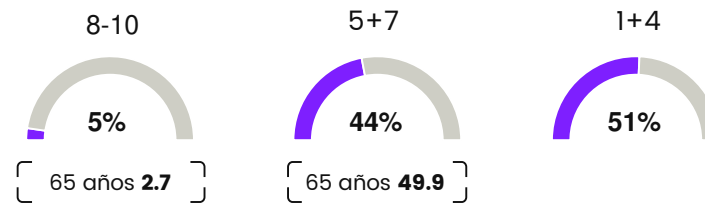
Nota media



¿Se potencia la creatividad en las escuelas españolas?

4.4

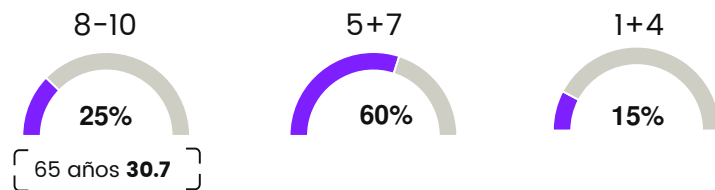
Nota media



La creatividad en España

6.2

Nota media

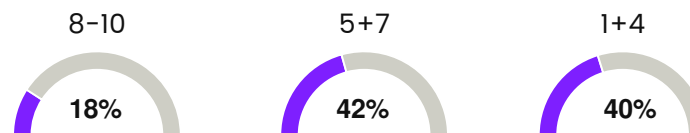


¿Cuánta importancia da su empresa a la creatividad?

5.0

Nota media

Base: Trabaja actualmente o ha trabajado



Los españoles

Nos damos sólo una nota de **6.1** sobre 10 en cuanto a nuestro nivel de creatividad. En esa misma línea, la nota que damos a la creatividad en España es **6.2**

Suspendemos los métodos actuales del sistema educativo con una nota de **4.4** en cuanto a la capacidad de potenciar la creatividad en las escuelas.

Tampoco las empresas la potencian obteniendo un aprobado justo: **5.0**

Los españoles/as nos identificamos principalmente con la **creatividad analógica (70%)**: unimos ideas que ya tenemos con otras nuevas, aprendiendo de los errores del pasado para mejorar el futuro. Los que se consideran más creativos, se muestran más próximos a tipos de creatividad más avanzados como la intuitiva o bisociativa.

TOTAL MENCIONES

	TOTAL MENCIONES	NOTA CREATIVIDAD	
		1+4	8+10
Analógica	70	74.6	62.4
Mimética	47	59.9 ▲	35.5 ▼
Bisociativa	47	39.6	56.4 ▲
Intuitiva	46 [Hombres 51%]	27.9 ▼	63.7 ▲
Narrativa	42	37.1	40.6



Balance +/-

42 31.3 21.3 10.9 4.3 -4.9 -29

✓
Donde aplicamos mejor la creatividad



✗
Donde aplicamos peor la creatividad



Más creatividad en ámbitos como la **retórica, las artes escénicas y audiovisuales**. Pero aun nos queda mucho recorrido en ciencias y tecnología y, sobre todo en el mundo de los negocios.

RETÓRICA (facilidad de palabra, sentido humor, ingenio, agudeza)	ARTES ESCÉNICAS, MÚSICA Y DANZA	AUDIOVISUAL (cine, teatro, etc)	ARTES PLÁSTICAS, DISEÑO E IMAGEN (pintura, escultura)	LITERATURA	CIENCIAS Y TECNOLOGÍA (inventores, científicos)	EMPRESA Y DESARROLLO DE NEGOCIOS
---	---------------------------------	------------------------------------	--	------------	--	----------------------------------

A nivel cualitativo se detecta que...

Si bien los participantes de las dinámicas consideran que su **carácter mediterráneo es un factor que predispone a la creatividad** (cultura abierta, sociables, buen clima, sol, una personalidad más cálida...) sienten que hay una cierta limitación en el desarrollo de la misma en diferentes ámbitos:

- En la empresa sea por falta de medios, de cultura de empresa o de trabajos rutinarios y también en términos de actitud, por una búsqueda de seguridad, confort y comodidad
- En la educación, donde aunque se detectan ciertos avances, la percepción general es la de que sigue siendo una educación tradicional

En este sentido, los participantes asocian que **la creatividad en España tiene que ver con cómo afrontamos el día a día y un fuerte sentido del humor** en situaciones cotidianas y no tanto con una visión más a largo plazo/ de avance como sociedad:

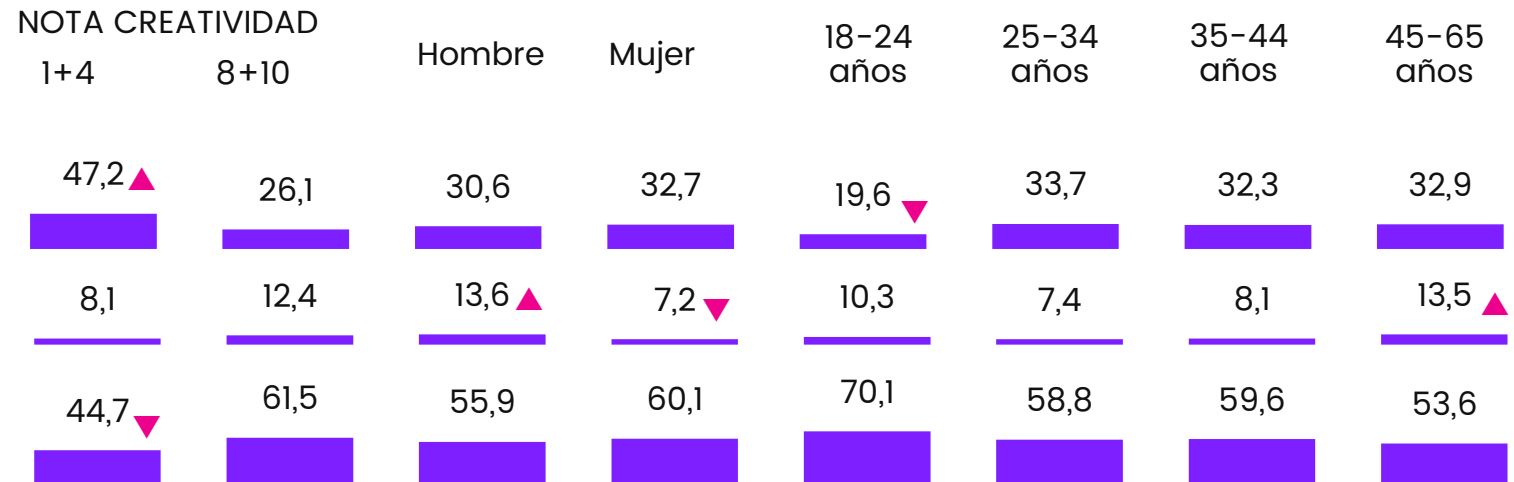
Se percibe que la creatividad del español se focaliza sobre todo en el **humor y en la expresión** y no tanto en construir o en el avance como sociedad.

El ser creativo

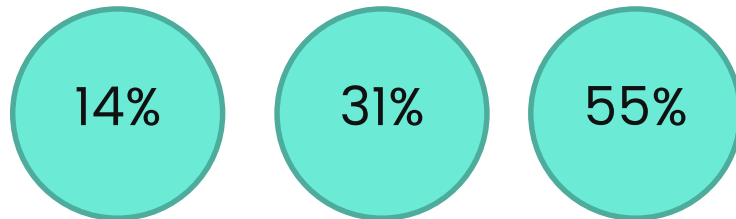
32% Se nace

10% Se hace

58% Ambas



La creatividad



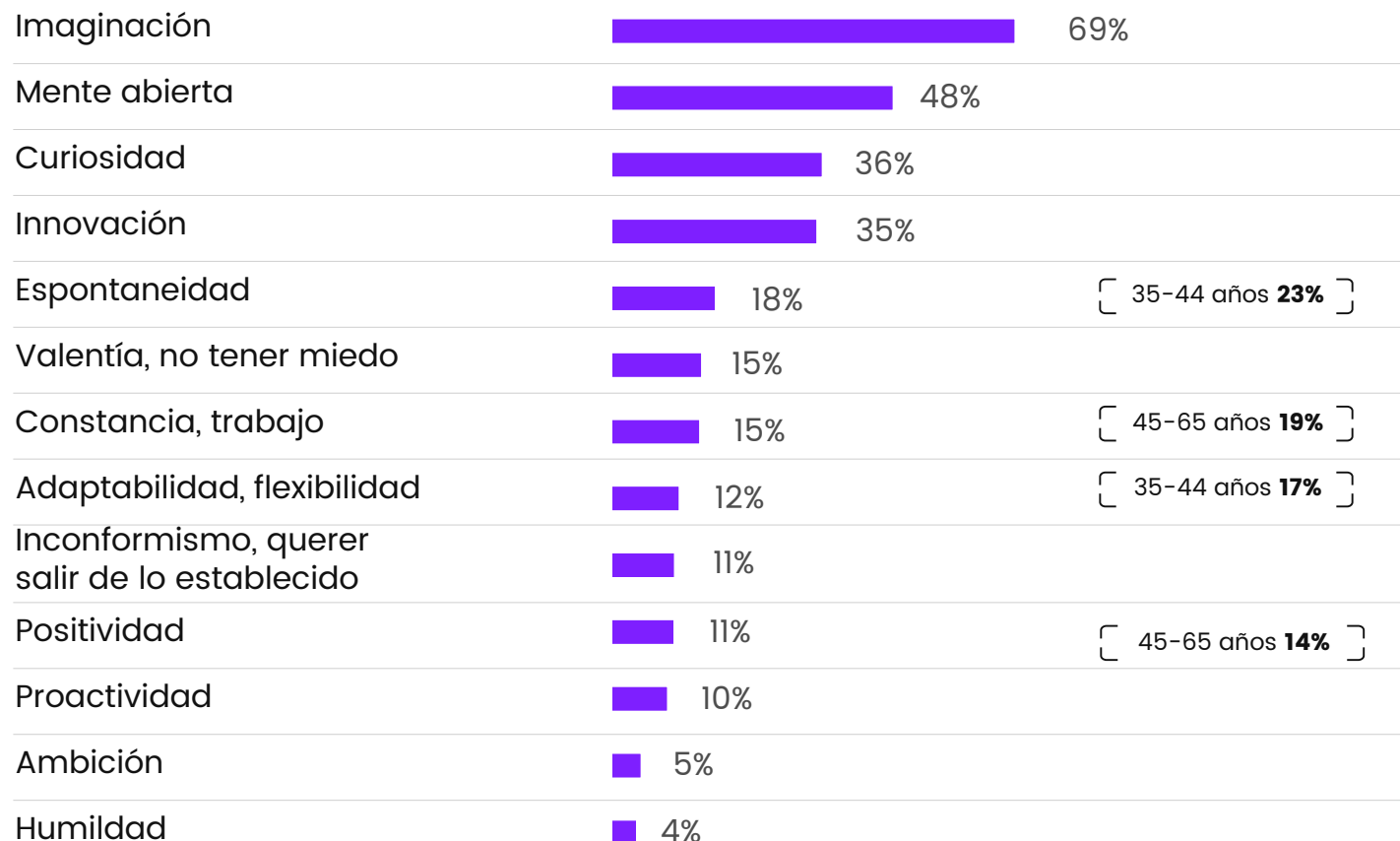
Aumenta
con la edad

Disminuye
con la edad

No influye
la edad

- **6 de cada 10** españoles/as cree que se nace con esta cualidad pero a la vez se puede desarrollar
- Nos ponemos un techo de cristal: el **47%** de las personas que se consideran menos creativas creen que se nace con esta cualidad por lo que no la fomentan
- Los hombres destacan por pensar que se puede aprender, al igual que los más mayores (45-65 años)

Una persona creativa debe tener...



Imaginación
Mente abierta
Curiosidad
Innovación

Las aptitudes clave para ser una persona creativa según los y las españoles/as

Para potenciar la creatividad hace falta...



Casi el 60% de los españoles les/as considera que el hecho de **no tener miedo** a los juicios de otros o al fracaso es la clave para potenciar la creatividad.

Otros aspectos como tener **libertad, la necesidad de adaptación o viajar**/conocer otras culturas también ayudan al desarrollo de una mente creativa.

Los limitadores de la creatividad son...



El tener miedo o no es a la vez el principal potenciador y limitador de la creatividad. Hasta un **61% de los cree que tener miedo a los juicios externos limita** la creatividad.

Algo más de la mitad de los españoles también consideran que **la falta de confianza** limita nuestra creatividad

El 64% de los españoles y las españolas creen que la Covid ha impulsado la creatividad

Si bien los más **jóvenes** (18-24 años) muestran una mayor polarización: El **40% piensan que esta situación la ha limitado**.

Como en toda crisis, siempre hay un segmento de la población que ve mejor la oportunidad: Aquellos que han dado **una mayor nota al nivel de creatividad en España**, más consideran que la pandemia nos ha permitido **impulsar** la creatividad

64%

Ha impulsado la creatividad

NOTA CREATIVIDAD

1+4	5+7	8+10
45.2▼	64.6	74.3▲

26%

Ha limitado la creatividad

[18-24 años **40%**]

NOTA CREATIVIDAD

1+4	5+7	8+10
40.6▲	25.6	19.2▼

11%

No ha impactado la creatividad

[Hombres **12%**]

NOTA CREATIVIDAD

1+4	5+7	8+10
14.2	9.8	6.5

Actividades creativas en el tiempo libre



Cocinar, viajar/explorar sitios nuevos y hacer manualidades son las actividades creativas más realizadas por los y las españoles/as en su tiempo libre

Existen **claras diferencias por género y edad**. Asimismo, cuanto más creativo se considera uno, más actividades creativas fuera de las comunes realiza.

12.2%

Más importante en el ámbito **personal**

7.9%

Más importante en el ámbito **profesional**

[Hombres **11%**] [45-65 años **10%**]

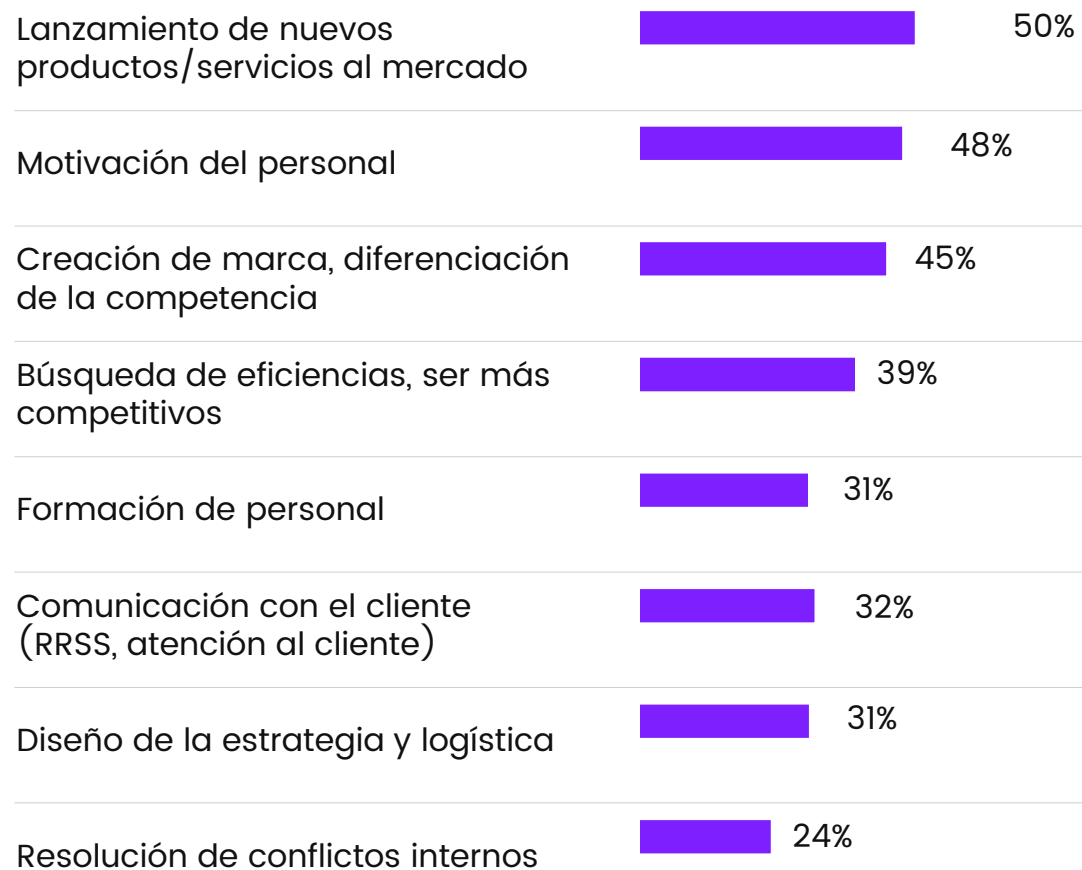
79.9%

Igual de importante en **ambos**

8 de cada 10 españoles afirma que ser creativo es **igual de importante** tanto en el ámbito personal como en el profesional



Creatividad en la empresa



5 sobre diez, la nota media de la importancia de la creatividad en la empresa. **Solo un 18% le dan una nota alta** basándose en su experiencia

Los españoles creen que la creatividad **no debe aplicarse sólo en las áreas típicamente asociadas a la innovación** como en el lanzamiento de nuevos productos o en la creación de marca. Se pide que las empresas sean también **creativas a la hora de motivar al personal**

Base: Trabaja actualmente o ha trabajado (889)

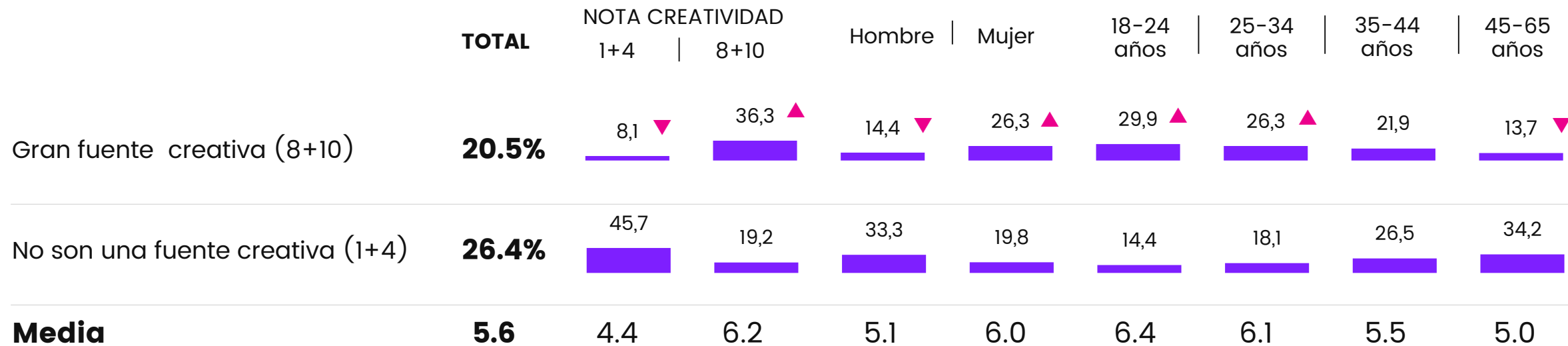
Un 62% de la población conoce técnicas de que ayudan a la creatividad

El **brainstorming (48%)** es, con diferencia, la técnica más conocida.

Los jóvenes de **18 a 24 años conocen más técnicas** más allá del brainstorming, que es donde se focalizan los de 25 a 34 años

	TOTAL	Hombre	Mujer	18-24	25-34	35-44	45-65
Conocen alguna técnica	62,2	60,6	63,8	77,3	72,8	60,8	53,1
Brainstorming	48,4	46,4	50,2	54,6	61,3▲	46,9	39,9▼
Mapas mentales	28,1	21,8▼	34▲	43,3▲	33,7	26,2	22,2▼
Brainwritting	12,3	10,1	14,4	19,6▲	14,8	12,7	8,7▼
Inversión	7,7	9,7▲	5,8▼	13,4▲	7,4	8,1	6,2
Provocación	7,6	6,4	8,8	10,3	5,8	7,3	8,2
Los 6 sombreros	7,3	6,2	8,4	15,5▲	8,2	7,7	4,5▼
Método 635	4,2	5,5▲	2,9▼	8,2▲	4,1	3,5	3,7
4x4x4	3,6	2,9	4,3	7,2▲	4,5	3,8	2▼
Scamper	2,6	1,6	3,5	5,2	3,3	2,3	1,7
PNI	2,2	2,1	2,3	1,0	1,6	2,3	2,7

RRSS, ¿una fuente para la creatividad?



2 de cada 10 creen que son una gran fuente para la creatividad

Nota media: 5,6/10

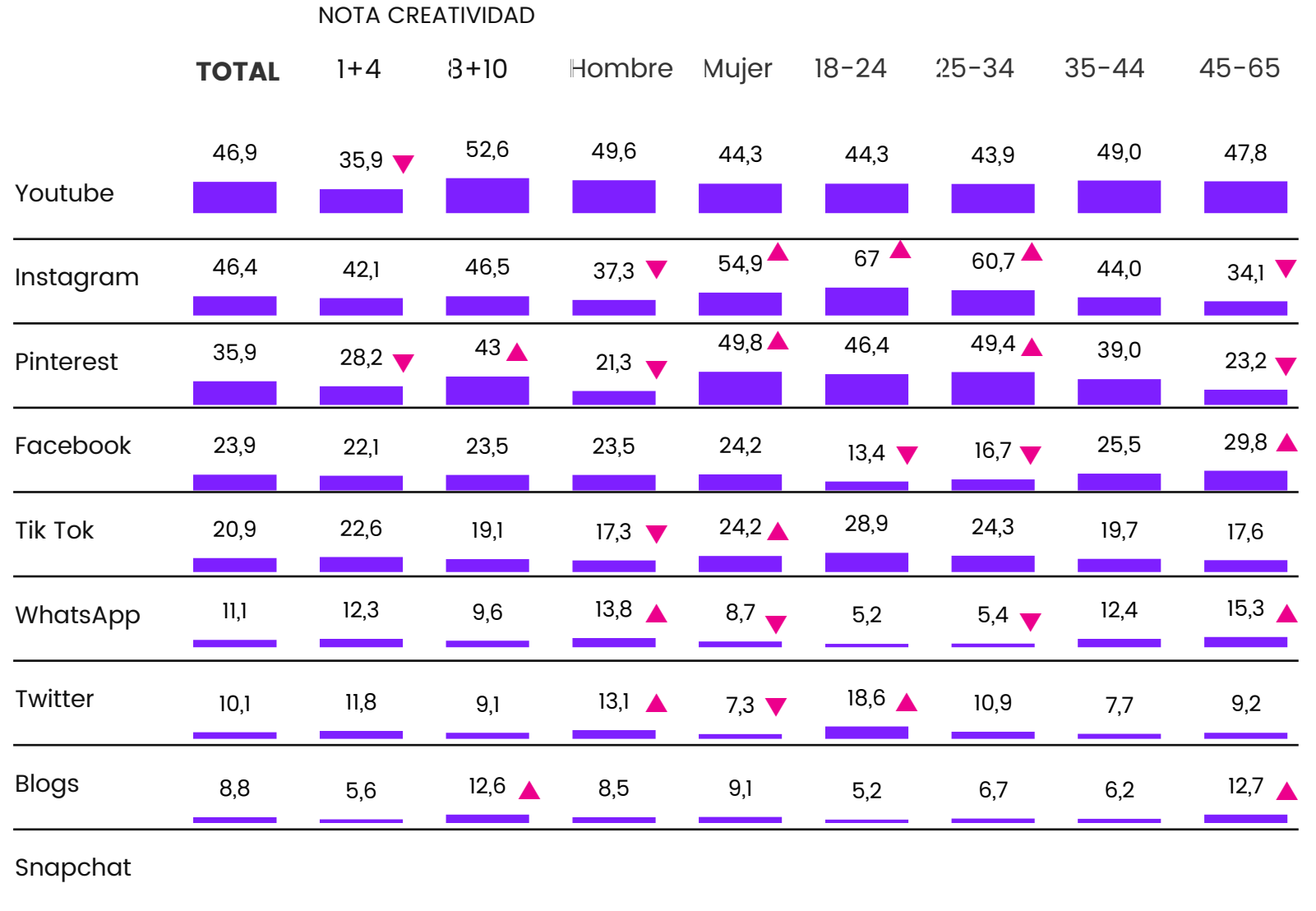
Los **más creativos, las mujeres y los jóvenes** opinan que es una gran fuente creativa

“Internet (RRSS) es una **ventana abierta al mundo** que te permite estar en muchos sitios en segundos”

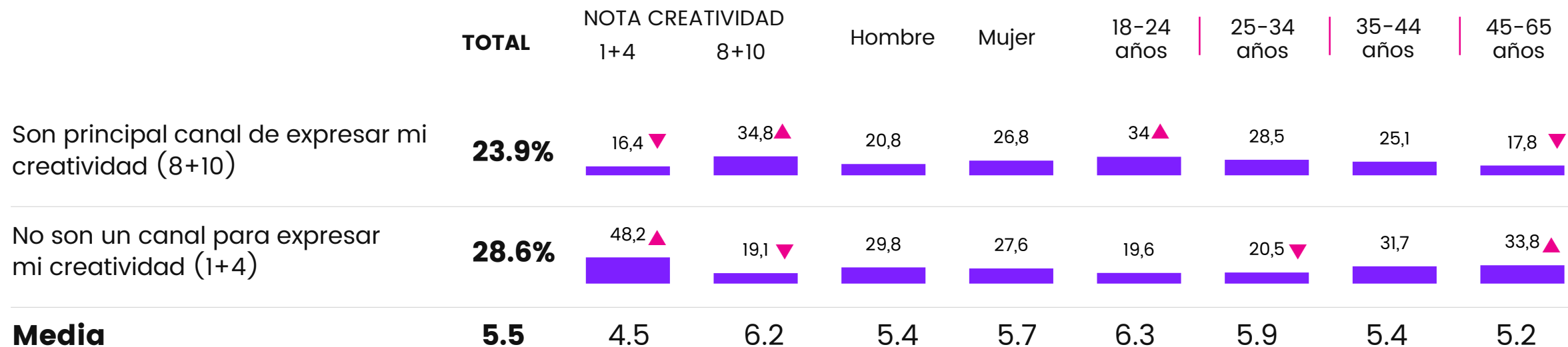
Youtube e Instagram son las redes más inspiradoras para la creatividad

Ambas son mencionadas por **casi el 50% de la población.**

Los que se definen como más creativos destacan por inspirarse en **Pinterest (43%)**, igual que las mujeres (50%) que también destacan con **Tik Tok (24%)**



RRSS, ¿un canal para expresar creatividad?



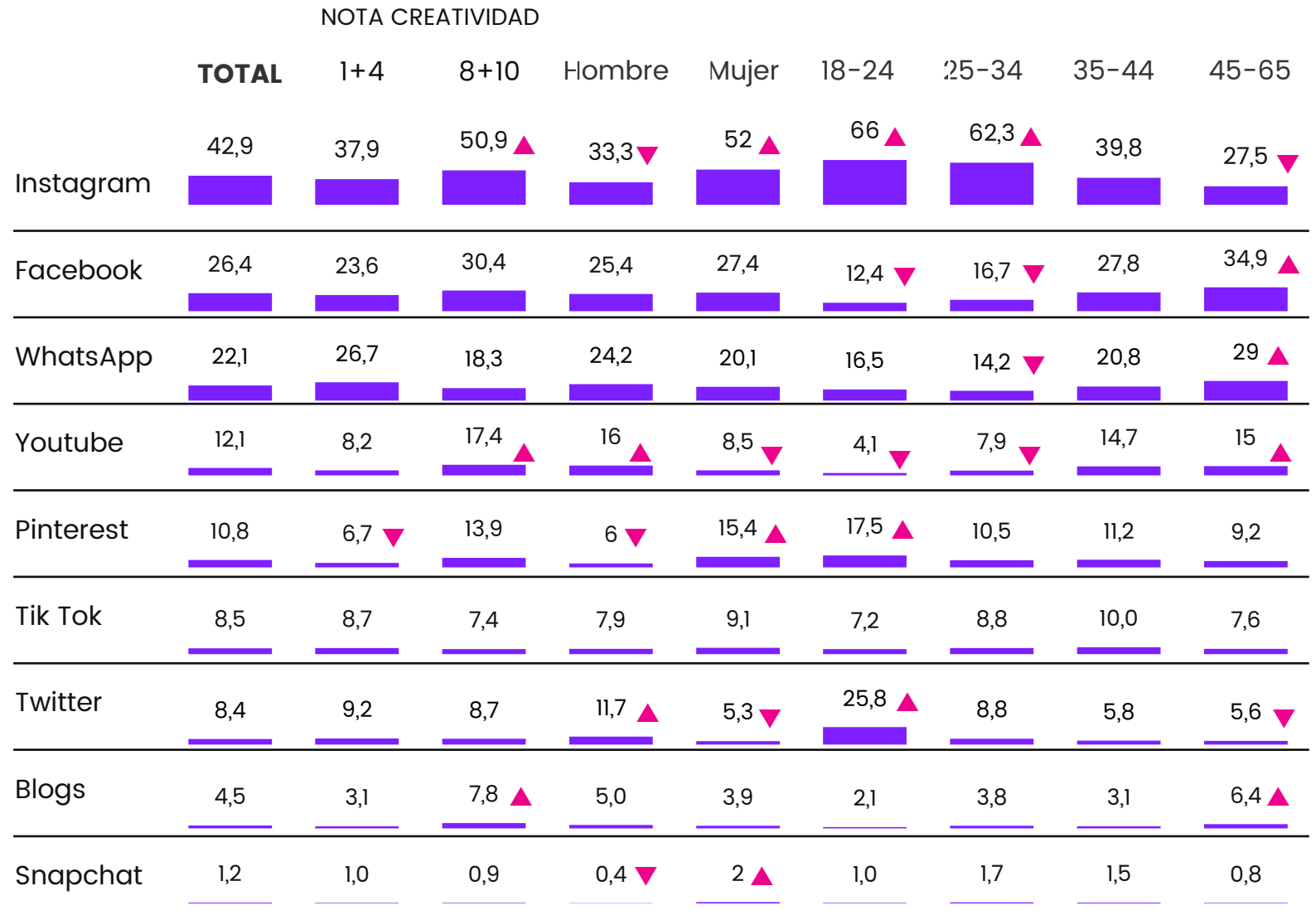
Un 24% de los usuarios de redes sociales creen que es uno de los principales canales de expresión

Nota media: 5,5/10

Igual que como fuente de inspiración, **los más creativos (35%)** usan las redes sociales para expresarse en mayor medida, así como los jóvenes **de 18 a 24 años (34%)**

Instagram se corona como el principal canal donde expresar creatividad

Instagram lidera el pódium con un 43% seguido a bastante distancia de **Facebook (26%) y Whatsapp (22%)**. Sin embargo, existen **claras diferencias por género y edad**.



La creatividad en España

1

70%

La creatividad es **generar nuevas ideas**, innovar

2

6.1

Sólo nos damos un **aprobado alto** en creatividad

3

4.4

Y suspendemos el **sistema educativo** para potenciarla

4

5.0

Las **empresas tienen margen** para potenciar la creatividad

5

70%

Nos identificamos con la **creatividad analógica**

6

58%

Opinan que creativo **se nace** pero a la vez se **desarrolla**

7

59%

No tener miedo es la clave para potenciar la creatividad

8

64%

Cree que la **Covid ha impulsado** la creatividad

9

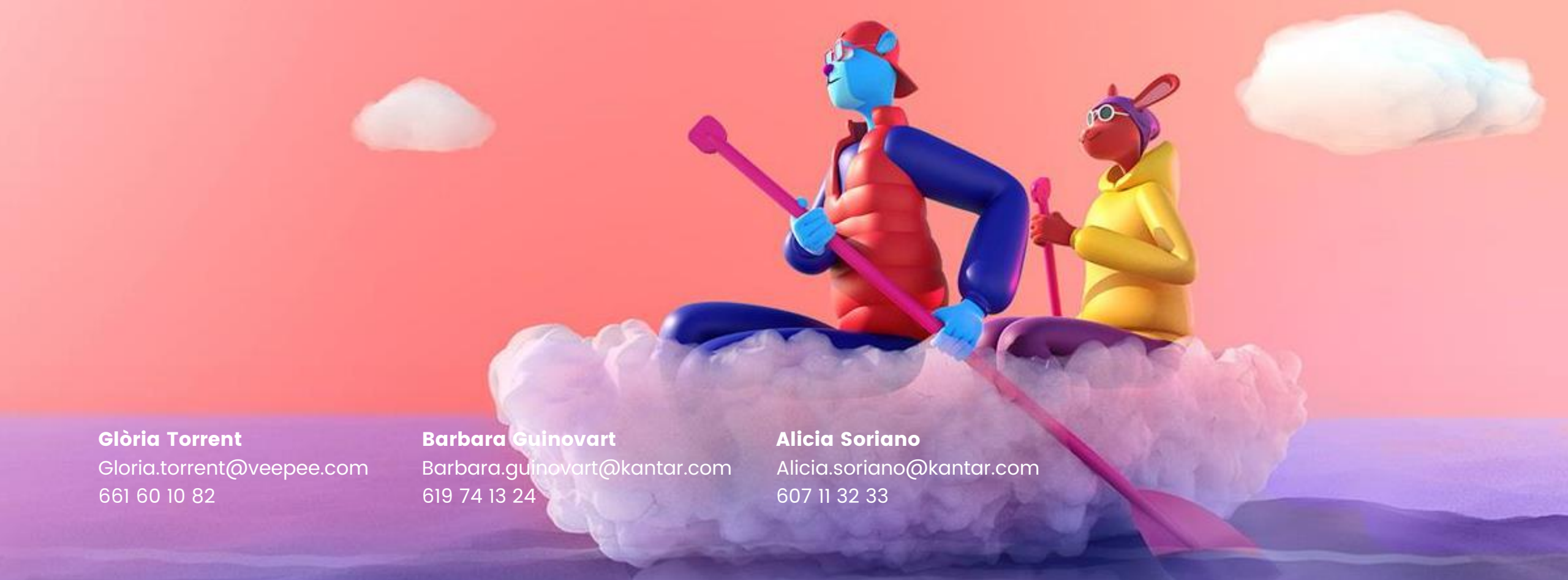
Youtube

E Instagram son las redes más **inspiradoras** de creatividad

10

Instagram

Lidera el ranking de redes sociales donde **mejor expresar** la creatividad



Glòria Torrent

Gloria.torrent@veepee.com
661 60 10 82

Barbara Guinovart

Barbara.guinovart@kantar.com
619 74 13 24

Alicia Soriano

Alicia.soriano@kantar.com
607 11 32 33

The end
Merci :)