

DIRECCIÓN DE ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS



**MANUAL DEL DILIGENCIAMIENTO DEL FORMULARIO
DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN.**

PERÍODO 2009 A 2011

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

TABLA DE CONTENIDOS

USO INEC.....	2
SECCIÓN I. IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DE LA INSTITUCIÓN.....	2
SECCIÓN II. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA.....	4
SECCIÓN III. INNOVACIONES LOGRADAS DE PRODUCTO (BIENES O SERVICIOS).....	6
SECCIÓN IV. INNOVACIONES LOGRADAS DE PROCESO.....	10
SECCIÓN V. ACTIVIDADES Y GASTOS PARA LAS INNOVACIONES DE PRODUCTO Y PROCESO.....	12
SECCIÓN VI. FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	13
SECCIÓN VII. DETERMINANTES Y OBJETIVOS PARA LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DURANTE EL PERÍODO DE 2009 A 2011.....	14
SECCIÓN VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN Y DE COOPERACIÓN PARA LA INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO.....	14
SECCIÓN IX. ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN EN CURSO O ABANDONADAS PARA INNOVACIONES DE PRODUCTO Y PROCESO.....	15
SECCIÓN X. FACTORES QUE OBSTACULIZARON LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO.....	17
SECCIÓN XI. INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL.....	17
SECCIÓN XII. INNOVACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN.....	18
SECCIÓN XIII. IMPACTOS DE LAS INNOVACIONES.....	19
SECCIÓN XIV. TALENTO HUMANO.....	19
SECCIÓN XV. PATENTES Y MÉTODOS DE PROTECCIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....	21
SECCIÓN XVI. DATOS DEL INFORMANTE Y COLABORADORES.....	23
ANEXO 1. GLOSARIO DE TÉRMINOS PARA EL LLENADO DEL FORMULARIO DE INNOVACIÓN.....	24

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

USO INEC

La sección de USO INEC es de llenado exclusivo para el encuestador, en ella se registran los datos correspondientes a la geo-referencia de cada institución, la finalidad es consolidar un Directorio de Empresas e Instituciones en una base de datos sólida para uso estadístico.

USO DEL INEC

1. Dirección Regional: _____ <input type="checkbox"/>	4. Parroquia: _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	7. Manzana: _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2. Provincia: _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	5. Zona: _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	8. Fecha de registro: <input type="text"/> <input type="text"/> / <input type="text"/> <input type="text"/> / <input type="text"/> <input type="text"/>
3. Cantón: _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	6. Sector: _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	9. Encuestador: _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

SECCIÓN I. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.

Nombre de la Empresa: Corresponde al nombre comercial de la empresa.

Razón Social de la Empresa: Es el nombre que su empresa tiene registrado en el SRI y corresponde al nombre legal bajo el cual contrae sus obligaciones y que le permite operar en el campo jurídico.

RUC: El número del RUC está compuesto de 13 dígitos, de tal manera que el dato debe abarcar todos los casilleros señalados en el formulario.

Actividad Económica: Es cualquier proceso mediante el cual se obtiene bienes y servicios que cubren las necesidades, definidas como la utilización de insumos (por ejemplo, capital, mano de obra, energía y materiales) para producir productos.

ATENCIÓN SEÑOR INFORMANTE

Para identificar la actividad económica, el encuestador le preguntará lo siguiente: ¿Qué hace su empresa? (fabricar, elaborar, extraer, etc.), ¿Cuál es su producto y/o servicio que ofrece? (chompas, caramelos, frutas, etc.), ¿Con qué lo hace? (materias primas, solo lo vende, etc.)

El código de CIU será llenado exclusivamente por el encuestador, para esto, es necesario que usted describa bien su actividad económica bajo los parámetros antes mencionados.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

SECCIÓN I. UBICACIÓN DE LA INSTITUCIÓN.

Calle Principal: Campo obligatorio para llenar.

Calle Secundaria: Si la ubicación de su empresa no tiene calle secundaria, hay que poner una raya horizontal perpendicular a la raya del espacio de llenado para indicar que no tiene calle secundaria.

Referencia: Es un campo obligatorio de respuesta. La consideración es indicar un lugar que sea referente para la mayoría de personas, por ejemplo una calle, una urbanización, una empresa, un sector, etc.

No. : Poner la nomenclatura correspondiente, por ejemplo E12-45, N89-23, 82, etc. Si no tiene, registrar **"SN"**.

Piso No. : Si la oficina de su empresa está dentro de un edificio, detallar el número, por ejemplo N12, 14, 4, 5, E9, etc. Si no lo tiene, poner una raya horizontal para identificar que no tiene No. de piso.

No. de oficina o local: Si la oficina de su empresa está dentro de una edificio o grupo de oficinas, detallar el número, por ejemplo N12, 14, 4, 5, E9, etc. Si no lo tiene, poner una raya horizontal para identificar que no tiene No. de piso.

Teléfono: Campo obligatorio de respuesta. Registrar el número telefónico anteponiendo el código provincial correspondiente.

Fax: Registrar el número de fax anteponiendo el código provincial correspondiente. Si no tiene fax, poner una raya horizontal.

Ext: Poner la extensión de su línea telefónica. Si no lo tiene, poner una raya horizontal.

Página web: Registrar bajo el formato www.suinstitution.com.ec¹

E-mail: Registrar bajo el formato suinstitution@suinstitution.com.ec²

¹ Las nomenclaturas "ec", "com" depende de la estructura del dominio de su institución.

² Las nomenclaturas "ec", "com" depende de la estructura del registro de su mail.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

SECCIÓN II. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA.

En esta sección se detallarán datos generales de la empresa como ubicación de su casa matriz, cantidad de establecimientos, aporte de capital extranjero, productos que oferta, ventas, exportaciones, inversión en capital fijo, número de personas que laboran dentro de la empresa, destino de venta de productos (posicionamiento en el mercado). El período de análisis es de 2009 a 2011.

1. ¿Su empresa forma parte de un grupo empresarial?

Campo de respuesta obligatorio. Marcar con una X en las opciones “Si” o “No”.

IMPORTANTE: Un grupo empresarial es un conglomerado de empresas que pertenecen a una misma casa matriz, su giro de negocio es diferente y jurídicamente actúan independientemente, pero debido a la participación económica fuerte que tiene su matriz, ésta puede tomar decisiones sobre todo el grupo.

2. Si pertenece a un grupo empresarial, ¿dónde se localiza la casa matriz?

Escoger una sola opción de respuesta marcando con una X en las opciones “Si” o “No”.

IMPORTANTE: Contestar esta pregunta únicamente si pertenece a un grupo empresarial, caso contrario dejar vacío.

3. Indique si su empresa es una empresa pública:

Campo de respuesta obligatorio. Marcar con una X en las opciones “Si” o “No”.

IMPORTANTE: Si el capital de su empresa en su totalidad o más del 50% pertenece al Estado Ecuatoriano, marcar con una X en la opción “Si”.

4. Indique el porcentaje de capital de origen extranjero:

Registrar porcentajes entre 1 y 100%. Si no aplica para su caso, poner una raya horizontal para indicar que no aplica.

5. Indique la cantidad de establecimientos:

Campo obligatorio de respuesta. Registrar números enteros entre 1 y 999. Si no tiene establecimientos aparte de su local u oficina matriz, entonces poner el número 0.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

IMPORTANTE: Un Establecimiento es una empresa o parte de esta, situada en un único emplazamiento y en el que sólo se realiza una actividad productiva (no auxiliar), o en el que la actividad productiva principal representa la mayor parte del valor agregado.

6. ¿En qué año la empresa inició sus actividades en el país?

Campo obligatorio de respuesta. Registrar el año completo de inicio de actividades de su empresa. Ejemplo: 1995.

7. Durante el periodo de 2009 a 2011 su empresa:

Escoger una sola opción de respuesta marcando con una X. Campo obligatorio de respuesta.

8. Durante el período 2009 a 2011, ¿cuáles fueron sus tres principales productos (bienes o servicios) con base en el volumen de ventas?

Registrar los 3 productos principales de su empresa en base al volumen de ventas, si no es el caso, registrar al menos un producto o servicio principal. Dar detalles específicos de su producto o servicio, por ejemplo:

- ✚ **PULPA** de remolacha endulzada o preparada como alimento para animales.
- ✚ Fondos de sillas y otros asientos para **MUEBLES** de mimbre, bambú, junco, ratán, etc.

ATENCIÓN, SEÑOR INFORMANTE

El código CPC será llenado únicamente por el encuestador, por tal razón, especifique hasta el más mínimo detalle la descripción de su producto o servicio. Tenga en cuenta que debe tener correspondencia con la descripción de su actividad económica detallada anteriormente.

9. Variables de desempeño:

- ✚ **Ventas:** Registrar el monto de las ventas a nivel nacional de su empresa en números enteros. Campo obligatorio de respuesta.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

✚ **Exportaciones:** Registrar el monto de las exportaciones de su empresa en números enteros. Si no corresponde para su caso, poner una raya horizontal en ese campo para indicar que no aplica.

✚ **Inversión en Capital Fijo:** Registrar el monto en Inversión de Capital Fijo de su empresa en números enteros. Si no corresponde para su caso, poner una raya horizontal en ese campo para indicar que no aplica.

IMPORTANTE: El Capital Fijo es la parte del capital desembolsado que se invierte en la construcción de edificios e instalaciones, inmuebles, en la compra de maquinarias, aparatos, herramientas. Es aquel capital que no se consume en forma directa en el proceso productivo.

✚ **Empleo Total (personas físicas):** Registrar el número de personas que trabajen directamente para su empresa bajo un contrato ya sea de tiempo indefinido, parcial, pasantías, etc. Campo obligatorio de respuesta y registrar al menos en un año (2009, 2010, 2011) más de 10 empleados.

10. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿a qué tipo de mercado estuvieron dirigidos sus productos (bienes o servicios)?

Marcar una o varias opciones de respuesta con una X. Campo de respuesta obligatorio en al menos un literal.

IMPORTANTE: Si usted registra un valor mayor a 0 en al menos un año en Exportaciones, necesariamente tiene que marcar al menos una opción de respuesta que no sea Ecuador.

SECCIÓN III. INNOVACIONES LOGRADAS DE PRODUCTO (BIENES O SERVICIOS).

1. Durante el período de 2009 a 2011, ¿su empresa introdujo al mercado un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio)? En caso de haberlo realizado, señale el alcance máximo de la novedad (si desconoce el alcance, ponga simplemente para la empresa).

Campo de respuesta obligatorio. Marcar con una X en las opciones “Sí” o “No” por cada literal. Si respondió “Sí”, especificar si dicha Innovación de Producto que realizó fue novedoso solo para su empresa, para el mercado nacional o internacional.



INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE
ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN
PERÍODO 2009 A 2011

Código: ACTI-IINN-01
Versión: 01
Fecha: 21/02/2013

Durante los años 2009 a 2011 la empresa logró introducir un:

Novedoso para:
(indique el grado más alto de novedad solamente)

Si respondió NO, a todo pase a la Pregunta 3

	Sí	No	La empresa	El mercado nacional	El mercado internacional
a) Bien nuevo	<input type="radio"/>				
b) Servicio nuevo	<input type="radio"/>				
c) Bien significativamente mejorado	<input type="radio"/>				
d) Servicio significativamente mejorado	<input type="radio"/>				

ATENCIÓN SEÑOR INFORMANTE

Si respondió la opción "No" en todos los literales, pasar a la sección IV referente a Innovaciones de Proceso

IMPORTANTE: Si lanzó al mercado un producto completamente nuevo que antes no ofertaba (PRODUCTO NUEVO), por ejemplo, una empresa láctea que lanza al mercado una línea de yogures por primera vez, ya que antes sólo vendía leche sin procesar o una empresa de telefonía celular que lanza al mercado un servicio de televisión satelital.

Si su empresa tiene un producto previamente existente pero fue sustancialmente mejorado en sus características de desempeño, funcionalidad o técnicas (PRODUCTO SIGNIFICATIVAMENTE MEJORADO), por ejemplo, en el caso anterior si la línea de yogures pasa a ser probióticos debido al agregado de algún tipo de procesamiento o bacteria, o una empresa de telefonía celular que tenía únicamente cobertura nacional y que lanza el servicio de telefonía celular pero ahora con cobertura internacional.

Para más ejemplos de Innovaciones de Producto, referirse al Glosario de Términos en la página 20.

2. ¿Quién desarrolló esas innovaciones de producto (bien o servicio)?

Escoger una o varias opciones de respuesta marcando con una X.



INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE
ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN
PERÍODO 2009 A 2011

Código: ACTI-IINN-01
Versión: 01
Fecha: 21/02/2013

	Bienes <small>(nuevos y/o significativamente mejorados)</small>	Servicios <small>(nuevos y/o significativamente mejorados)</small>
a) La propia empresa	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) La empresa en cooperación con otra empresa o institución*	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Su empresa, adaptando o modificando los bienes o servicios originalmente desarrollados por otra empresa o institución*	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c
d) Otra empresa o institución*	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d

ATENCIÓN, SEÑOR INFORMANTE

El literal que usted escoja como opción de respuesta, tiene que marcarlo en la columna correspondiente a su respuesta de la pregunta 1 Sección III, por ejemplo, si respondió "BIEN NUEVO O SIGNIFICATIVAMENTE MEJORADO" en la pregunta 1, sus opciones de respuesta para esta pregunta serán bajo la columna "BIENES", de igual manera para SERVICIOS.

	Sí	No		Bienes <small>(nuevos y/o significativamente mejorados)</small>
a) Bien nuevo	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/> a	a) La propia empresa	<input type="radio"/> a
			b) La empresa en cooperación con otra empresa o institución*	<input type="radio"/> b
c) Bien significativamente mejorado	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/> a	c) Su empresa, adaptando o modificando los bienes o servicios originalmente desarrollados por otra empresa o institución*	<input type="radio"/> c
			d) Otra empresa o institución*	<input type="radio"/> d

	Sí	No		Servicios <small>(nuevos y/o significativamente mejorados)</small>
b) Servicio nuevo	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/> a	a) La propia empresa	<input type="radio"/> a
			b) La empresa en cooperación con otra empresa o institución*	<input type="radio"/> b
d) Servicio significativamente mejorado	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/> a	c) Su empresa, adaptando o modificando los bienes o servicios originalmente desarrollados por otra empresa o institución*	<input type="radio"/> c
			d) Otra empresa o institución*	<input type="radio"/> d



INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE
ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN
PERÍODO 2009 A 2011

Código: ACTI-IINN-01
 Versión: 01
 Fecha: 21/02/2013

3. Indique qué porcentaje de sus ventas y exportaciones, entre el periodo de 2009 a 2011, corresponden a productos (bienes o servicios) que hayan sido:

Registrar porcentajes entre 1% y 100%. La sumatoria de todos los literales siempre tendrá que dar el 100%. Si no corresponde para su caso el llenado de un literal, marque con una raya horizontal dicho campo para indicar que no aplica.

Productos

	Ventas	Exportaciones
a) Nuevos o significativamente mejorados para la empresa y para el mercado (nacional y/o internacional)	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
b) Nuevos o significativamente mejorados para la empresa, pero ya existentes en el mercado	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
c) Iguales o que no fueron alterados significativamente	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
	100%	100%

CORRESPONDENCIA DE LLENADO DE DATOS

OPCIÓN DE RESPUESTA PREGUNTA 1 SECCIÓN III	LITERAL QUE DEBERÍA LLENAR
NUEVO O SIGNIFICATIVAMENTE MEJORADO PARA LA EMPRESA	b)
NUEVO O SIGNIFICATIVAMENTE MEJORADO PARA EL MERCADO NACIONAL	a)
NUEVO O SIGNIFICATIVAMENTE MEJORADO PARA EL MERCADO INTERNACIONAL	a)
NO TUVO INNOVACIONES DE PRODUCTO	c)

IMPORTANTE: El literal c) corresponde al porcentaje de todas sus líneas de producto que no han tenido ningún tipo de innovación, por lo que, en la mayoría de los casos corresponderá al mayor porcentaje y será un campo de respuesta obligatorio con un valor mayor a 1%. En caso de no haber tenido Innovación de Producto, es decir, haber respondido “No” a toda la pregunta 1 de la Sección III, usted tendrá que llenar el literal c) de esta pregunta el 100% y en el resto marcar una raya horizontal ya que todos sus productos actuales que oferta y que no han tenido ningún tipo de Innovación son los que le proporcionan el total de sus ventas.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE	Código: ACTI-IINN-01
	ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN	Versión: 01
	PERÍODO 2009 A 2011	Fecha: 21/02/2013

SECCIÓN IV. INNOVACIONES LOGRADAS DE PROCESO.

1. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿su empresa implementó un nuevo o significativamente mejorado proceso? En caso de haberlo realizado, señale el alcance máximo de la novedad (si desconoce el alcance, ponga simplemente para la empresa).

Campo de respuesta obligatorio. Marcar con una X en las opciones “Sí” o “No”. Si respondió “Sí”, especificar si dicha Innovación de Proceso que realizó fue novedoso solo para su empresa, para el mercado nacional o internacional.

Durante los años 2009 a 2011 la empresa implementó:	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">Si respondió NO, a todo pase a la sección V</div>		Novedoso para: (indique el grado más alto de novedad solamente)			
	Sí	No	La empresa	El mercado nacional	El mercado internacional	
a) Proceso nuevo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
b) Proceso significativamente mejorado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

ATENCIÓN SEÑOR INFORMANTE

Si respondió la opción “No”, pasar a la sección V referente a Actividades y Gastos para las innovaciones de Producto y Proceso

IMPORTANTE: Si su empresa por primera vez introdujo un sistema de código de barras o por etiquetas de identificación por radio frecuencia (RFID), un sistema de seguimiento por GPS destinado a equipos de transporte. (PROCESO NUEVO).

Si su empresa adaptó un nuevo sistema de envasado o empaquetado rápido digitalizado al equipo actual y que reduce el tiempo de entrega, la implementación de una herramienta de cortado láser y previamente era de acero inoxidable o la adquisición de un software (Datawarehouse o ERP) para control de inventarios que antes lo hacía en un software simple (manual o excel). (PROCESO SIGNIFICATIVAMENTE MEJORADO).

Para más ejemplos de Innovaciones de Proceso referirse a la página 21.

2. ¿Quién desarrolló esas innovaciones de proceso?

Marcar con una X una o varias opciones de respuesta.

3. Identifique los tipos de innovaciones de proceso que han sido implementadas, durante el periodo de 2009 a 2011:

Escoger una o varias opciones de respuesta marcando con una X.

	Nuevos	Significativamente mejorados
a) Métodos de fabricación o producción de bienes o servicios	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Métodos de logística, al interior de la planta, entrega o distribución de insumos, bienes o servicios	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Actividades de apoyo para procesos, como sistemas de mantenimiento u operaciones para compra, contabilidad o computación	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c

ATENCIÓN, SEÑOR INFORMANTE

El literal que usted escoja como opción de respuesta, tiene que marcarlo en la columna correspondiente a su respuesta de la pregunta 1 Sección IV, por ejemplo, si respondió "PROCESO NUEVO" en la pregunta 1 de la Sección IV, sus opciones de respuesta para esta pregunta serán bajo la columna "NUEVOS", de igual manera para PROCESO SIGNIFICATIVAMENTE MEJORADO.

				Nuevos
		Sí	No	
a) Proceso nuevo		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> a
			<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> b
				<input type="radio"/> c

				Significativamente mejorados
		Sí	No	
b) Proceso significativamente mejorado		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> a
			<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> b
				<input type="radio"/> c

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

SECCIÓN V. ACTIVIDADES Y GASTOS PARA LAS INNOVACIONES DE PRODUCTO Y PROCESO.

- 1. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿su empresa desarrolló las siguientes actividades de Investigación y Desarrollo, ya sea al interior de la misma o las subcontrató por fuera? Si las llevó a cabo, señale cuánto dinero destinó a tal fin.**

Campo de respuesta obligatorio. Marcar con una X en las opciones “Si” o “No” de los literales a) y b). Si su respuesta fue “Si”, registrar el monto destinado a tal actividad para los años 2009, 2010 y 2011, si no corresponde llenar el campo para algún año, marcar con una raya horizontal dicho campo para indicar que no aplica.

Actividades:	Sí	No	2009	2010	2011
a) Investigación y Desarrollo (I+D) interna	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ □.□□□□.□□□□	\$ □.□□□□.□□□□	\$ □.□□□□.□□□□
b) Investigación y Desarrollo (I+D) externa	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	\$ □.□□□□.□□□□	\$ □.□□□□.□□□□	\$ □.□□□□.□□□□

ATENCIÓN, SEÑOR INFORMANTE

- ✓ **Investigación y Desarrollo (I+D) interna:** Es el trabajo creativo realizado en forma sistemática, con el objetivo de generar un nuevo conocimiento (científico o técnico) o de aplicar o aprovechar un conocimiento ya existente o desarrollado por otro.
- ✓ **Investigación y Desarrollo (I+D) externa:** Es el trabajo creativo, que no se realiza dentro de la empresa o con personal de la empresa, sino que se encarga a un tercero, ya sea mediante la contratación o financiación de un grupo de investigadores, institución o empresa con el acuerdo de que los resultados del trabajo serán de propiedad, total o parcial, de la

Para mayor información ir al Glosario de Términos en la página 22.

- 2. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿su empresa desarrolló las siguientes actividades para introducción de innovaciones de producto y proceso? Si las llevo a cabo, señale cuánto fue el monto invertido.**

Campo de respuesta obligatorio. Marca con una X en las opciones “Si” o “No” de cada literal. Si su respuesta es “Si”, entonces registrar el monto de su esfuerzo innovativo.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

IMPORTANTE: Para más información de los términos de cada tipo de esfuerzo innovativo, ir al Glosario de Términos que se encuentra en la página 23.

ATENCIÓN, SEÑOR INFORMANTE

Si su empresa no tuvo innovaciones de producto o proceso, es decir marcó en las secciones III y IV en la pregunta 1 la opción “No” a todo, además no registró actividades ni gastos para innovaciones de producto y/o proceso (todo “No” en la sección V), entonces pase directamente a la pregunta 2 de la Sección VI. Una vez contestada dicha pregunta, **pase directamente a la SECCIÓN IX.**

SECCIÓN VI. FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

1. Durante el periodo de 2009 a 2011, señale el porcentaje aportado de las siguientes fuentes de financiamiento para sus actividades de innovación:

Registrar porcentajes entre 1% y 100%, si no corresponde el llenado de un campo de respuesta, marcar con una raya horizontal para indicar que no aplica. La sumatoria de los porcentajes por cada literal debe ser el 100%.

	Contribución
a) Apoyos gubernamentales	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
b) Banca privada	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
c) Recursos provenientes del exterior	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
d) Recursos propios	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
e) Otras (especifique) _____	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
Total financiamiento (a+b+c+d+e)	100%

IMPORTANTE: Si su empresa no tuvo innovaciones de producto o proceso, es decir marcó en las secciones III y IV en la pregunta 1 la opción “No” a todo, además no registró actividades ni gastos para innovaciones de producto y/o proceso (todo “No” en la sección V), entonces ésta pregunta no tiene que ser llenada y pasar a la pregunta 2 de la Sección VI.

2. Indique si la empresa conoce los siguientes instrumentos de apoyo a la innovación, y si los utilizó en el periodo de 2009 a 2011:

Campo de respuesta obligatorio. Marcar con una X en las opciones “Si” o “No” por cada literal. Si su respuesta fue “Si”, escoger una sola opción de respuesta entre “Solicitó y no lo obtuvo”, “Solicitó y lo accedió” o “No aplicó”.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

SECCIÓN VII. DETERMINANTES Y OBJETIVOS PARA LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DURANTE EL PERÍODO DE 2009 A 2011.

- 1. Durante el período 2009 a 2011, indique cuáles de las siguientes razones motivaron la puesta en práctica de actividades para el desarrollo de innovaciones de producto y proceso.**

Marcar con una X, una o varias opciones de respuesta.

IMPORTANTE: Recuerde que si no tuvo Innovaciones de Producto o de Proceso, tampoco registró actividades ni gastos para dicho fin. No debería llenar esta pregunta y pasar directamente a la Sección IX.

- 2. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿qué tan importantes fueron cada uno de los siguientes objetivos para sus actividades en el desarrollo de innovaciones de producto y proceso? (Si su empresa tuvo varios proyectos de innovación de producto y proceso, realice una evaluación global).**

Marcar con una X una sola opción de respuesta por cada literal.

SECCIÓN VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN Y DE COOPERACIÓN PARA LA INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO.

- 1. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿qué importancia tuvieron para las actividades de innovación de su empresa las siguientes fuentes de información?**

Marcar con una X una sola opción de respuesta por cada literal.

IMPORTANTE: Recuerde que si no tuvo Innovaciones de Producto o de Proceso, tampoco registró actividades ni gastos para dicho fin. No debería llenar esta pregunta y pasar directamente a la Sección IX.

- 2. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿qué tipo de organizaciones cooperaron con su empresa en actividades de innovación para el desarrollo de innovaciones de producto o proceso? En caso afirmativo, identifique el objetivo de la cooperación:**

Marcar con una X en las opciones "Sí" o "No" por cada literal. Si su respuesta fue "Sí", marcar con una X una o varias opciones de respuesta de los objetivos de cooperación.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

3. Indique la ubicación de los socios que cooperaron con su empresa en actividades de innovación de producto y proceso:

Marcar con una X la ubicación del socio de cooperación correspondiente a la anterior pregunta (Sección VIII pregunta 2). Puede ser más de una respuesta por cada literal.

Ejemplo: Mis socios de cooperación son mis proveedores, con ellos realicé INGENIERÍA Y DISEÑO, intercambiamos INFORMACIÓN y tengo ASISTENCIA TÉCNICA, están ubicados EN EL PAÍS y también en EUROPA.

4. ¿Qué tipo de socio de cooperación considera que ha sido el más valioso para las actividades de innovación de su empresa?

Registrar la letra del literal que indica al socio de cooperación que ha sido más importante para su empresa.

SECCIÓN IX. ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN EN CURSO O ABANDONADAS PARA INNOVACIONES DE PRODUCTO Y PROCESO.

1. Hasta el final de 2011, ¿su empresa tuvo alguna actividad de innovación en curso (incompleta) para el desarrollo y/o introducción de innovaciones de producto o proceso?

Campo de respuesta obligatorio. Marcar con una X en la opción "Sí" o "No".

1. Hasta el final de 2011, ¿su empresa tuvo alguna actividad de innovación en curso (incompleta) para el desarrollo y/o introducción de innovaciones de producto o proceso?

Sí No

2. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿su empresa tuvo alguna actividad de innovación para el desarrollo y/o introducción de innovaciones de producto o proceso, que fue abandonada o suspendida antes de su término?

Sí No

ATENCIÓN, SEÑOR INFORMANTE

Actividad de Innovación en curso o incompleta: Es cuando usted inició una actividad innovativa en un período de tiempo (para el caso pudo ser en 2009, 2010 o hasta fines del 2011) pero por varios motivos (costos, priorización de otras actividades, decisiones gerenciales, etc.) no la terminó de ejecutar y está a la espera para en un futuro retomarla y que se termine de ejecutar.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

2. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿su empresa tuvo alguna actividad de innovación para el desarrollo y/o introducción de innovaciones de producto o proceso, que fue abandonada o suspendida antes de su término?

Campo de respuesta obligatorio. Marcar con una X en la opción “Si” o “No”.

ATENCIÓN, SEÑOR INFORMANTE

Actividad de Innovación abandonada o suspendida: Es cuando usted inició una actividad innovativa en un período de tiempo (entre 2009 y 2011) pero por varios motivos (costos, priorización de otras actividades, decisiones gerenciales, etc.) se decidió suspenderla y no continuar con dicha actividad de innovación, además no se la retomará en el futuro.

- ✚ Si usted detalló que **SI** realizó actividades de innovación de producto y/o proceso y registró montos para dichas actividades (Sección V), pese a que en las Secciones III y IV usted registró que no tuvo innovaciones introducidas, esto supone que usted tuvo una actividad innovativa incompleta o que la dejó abandonada, por lo que, en las preguntas 1 y 2 de la Sección IX al menos en una, tiene que haber una opción de respuesta marcada en “Si”.
- ✚ Tenga en cuenta también que puede marcar la opción “Si” en las pregunta 1 y 2 de la Sección IX, pese a tener innovaciones ejecutadas de producto y/o proceso, ya que puede darse el caso que usted no concluyó otras actividades innovativas.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

SECCIÓN X. FACTORES QUE OBSTACULIZARON LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO.

1. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿qué tan importantes fueron los siguientes factores en la obstaculización de sus actividades de innovación?

Campo de respuesta obligatorio. Marcar con una X una sola opción de respuesta por cada literal.

IMPORTANTE: La subsección “Razones para no innovar” será llenada únicamente si usted respondió en las secciones III y IV pregunta 1 y sección V preguntas 1 y 2.

SECCIÓN XI. INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL.

1. Durante el período de 2009 a 2011, ¿su empresa modificó de forma significativa su organización? (ya sea para cambiar las prácticas de la empresa, la organización del lugar del trabajo, al interior de la firma, o del modo de vincularse con el exterior).

Campo de respuesta obligatorio. Marcar con una X en la opción “Si” o “No”.

IMPORTANTE: Si dentro de su empresa se realizó una reingeniería de procesos, implementó un sistema de gestión de la calidad total en toda su organización o parte de ella, un sistema de medición de la productividad de cada empleado por objetivos y metas, alianzas estratégicas, entre otras, bajo la condición de si lo realizó por primera vez en el período de análisis (2009, 2010, 2011), es considerado como una Innovación Organizacional.

2. Si es así, indique una estimación sobre cuántos recursos destinó durante el período para ello (teniendo en cuenta las actividades: de planificación, diseño y elaboración de estos nuevos métodos, adquisición de equipamiento, compra de licencias, contratación de consultoría, gastos de capacitación de personal, y otros necesarios para su puesta en marcha).

Registrar montos numéricos expresados en valores enteros.

3. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿qué tipo de innovación organizacional introdujo su empresa?

Marcar con una X una o varias opciones de respuesta.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

RECUERDE QUE

- a) Nuevas **prácticas de negocio** para la organización de procesos (Ejemplo: gestión de la cadena de suministros, reingeniería de procesos, gestión del conocimiento, *lean production*, gestión de la calidad total, etc.).
- b) Nuevos métodos de **organización del trabajo y de toma de decisiones** (Ejemplo: uso por primera vez de un nuevo sistema para asignar responsabilidades a los empleados, trabajo en equipo, descentralización, integración o desintegración de los departamentos, sistemas de educación/entrenamiento, etc.)
- c) Nuevos métodos de **organización del relacionamiento externo** con otras firmas o instituciones públicas (Ejemplo: aplicación por primera vez de alianzas, asociaciones, otras formas de organización de relacionamiento externo.)

4. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿qué tan importantes fueron los siguientes objetivos en la introducción de innovaciones organizacionales para su empresa? (Si su empresa introdujo varias innovaciones organizacionales, haga una evaluación global)

Marcar con una X una sola opción de respuesta por cada literal.

SECCIÓN XII. INNOVACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN.

1. Durante el período de 2009 a 2011, ¿su empresa modificó de forma significativa su comercialización? (lo que implica introducir cambios en el diseño estético o en el envase del producto, en los métodos de tarificación; en la distribución del producto; y/o en su promoción).

Campo de respuesta obligatorio. Marcar con una X en la opción “Si” o “No”.

IMPORTANTE: Las innovaciones de Mercadotecnia pueden referirse a todo método de comercialización (diseño/envasado, colocación, tarificación, promoción de un producto) siempre que sea utilizado por primera vez en la empresa.

2. Si es así, indique una estimación sobre cuántos recursos destino durante el período para ello (teniendo en cuenta las actividades: de planificación, diseño y elaboración de estos nuevos métodos, adquisición de equipamiento, compra de licencias, contratación de consultoría, gastos de capacitación de personal, y otros gastos necesarios para su puesta en marcha).

Registrar montos numéricos expresados en valores enteros.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

3. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿qué tipo de innovación de comercialización introdujo su empresa?

Marcar con una X una o varias opciones de respuesta.

RECUERDE QUE

- a) Cambios significativos en el **diseño** estético o en el **envase** de un bien o servicio (Se excluyen los cambios que alteran las características funcionales o de uso del producto – estas son innovaciones de producto)
- b) Nuevos medios o técnicas para la **promoción del producto** (Ejemplo: aplicación por la primera vez de un nuevo tipo de comunicación publicitaria, una nueva imagen de la marca, introducción de tarjetas de fidelización, etc.)
- c) Nuevos métodos de **distribución** o **colocación** de productos en el mercado (Ejemplo: aplicación por la primera vez de franquicias o licencias de distribución, venta directa, nuevos conceptos para la presentación del producto, etc.)
- d) Nuevos métodos de **establecimiento de precios** para bienes o servicios (Ejemplo: aplicación por la primera vez de variables de precio según la demanda, sistemas de descuento, etc.)

4. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿qué tan importante fueron los siguientes objetivos en la introducción de innovaciones de comercialización para su empresa?

Marcar con una X una sola opción de respuesta por cada literal.

SECCIONES XIII. IMPACTOS DE LAS INNOVACIONES.

1. ¿Cuál fue el impacto en su organización debido a la introducción de innovaciones de producto (bien o servicios), proceso, organizacionales y de comercialización, durante el periodo de 2009 a 2011?

Marcar con una X una sola opción de respuesta por cada literal.

IMPORTANTE: Si respondió “No” a todo en las secciones III, IV, XI y XII en la pregunta 1, ésta pregunta no tiene que ser contestada.

SECCIÓN XIV. TALENTO HUMANO.

1. Indique el total de empleados de su empresa, en cantidad de personas físicas en el año 2011, según su nivel de calificación:

Campo obligatorio de respuesta. Registrar con números enteros en el literal que corresponda a su caso. Tomar en cuenta que si no aplica para su caso el llenado de un literal, marcar con una raya horizontal.



INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE
ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN
PERÍODO 2009 A 2011

Código: ACTI-IINN-01
Versión: 01
Fecha: 21/02/2013

Nivel de educación formal:

Cantidad de empleados

a) Doctor PhD	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Maestría	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Especialista	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) Tercer Nivel	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
e) Técnico o Tecnólogo Superior	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
f) Secundaria	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
g) Primaria	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Total de empleados	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

9. Variables de desempeño:

	2009	2010	2011
a) Ventas	\$ <input type="text"/>	\$ <input type="text"/>	\$ <input type="text"/>
b) Exportaciones	\$ <input type="text"/>	\$ <input type="text"/>	\$ <input type="text"/>
c) Inversión en capital fijo	\$ <input type="text"/>	\$ <input type="text"/>	\$ <input type="text"/>
d) Empleo total (personas físicas)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

ATENCIÓN SEÑOR INFORMANTE

- Cada empleado debe contabilizarse por su mayor grado académico alcanzado.
- El total de empleados debe coincidir con el resultado obtenido en la Sección II, pregunta 9, literal d) y correspondiente al año 2011.

2. Para el año 2011, indique la composición de los empleados con estudios de posgrado, pregrado y secundarios completos según el tipo de formación:

Campo obligatorio de respuesta. Registrar porcentajes entre 1% y 100% para el literal que aplique a su caso, si no corresponde, marcar con una raya horizontal. La sumatoria de todos los porcentajes será el 100%. Para mayor información cada una de las Disciplinas Científicas, referirse al Glosario de Términos.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE	Código: ACTI-IINN-01
	ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN	Versión: 01
	PERÍODO 2009 A 2011	Fecha: 21/02/2013

a) Ciencias Naturales y Exactas	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
b) Ingeniería y Tecnología	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
c) Ciencias Médicas	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
d) Ciencias Agrícolas	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
e) Ciencias Sociales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
f) Humanidades	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
	<hr/> 100%			

3. Para el año 2011, indique la cantidad promedio de empleados de su empresa que se dedican a las siguientes áreas funcionales. Asimismo, señale, para cada una de ellas, si la empresa cuenta con departamentos establecidos formalmente para llevarlas adelante, respondiendo por sí o por no.

Campo obligatorio de respuesta. Registrar con números enteros en el literal que corresponda a su caso. Tomar en cuenta que si no aplica para su caso el llenado de un literal, marcar con una raya horizontal. Detallar si su empresa tiene un departamento formal marcando con una X una sola opción de respuesta "Sí" o "No" por cada literal.

Empleo total en:	Cantidad de personas	Departamento formal	
		SI	NO
a) Informática y Sistemas	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Investigación y Desarrollo	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Ingeniería y Diseño Industrial	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

IMPORTANTE: El total de empleados registrados en esta pregunta no debe ser mayor que el total de empleados detallado en la pregunta 1 de la sección XIV.

SECCIÓN XV. PATENTES Y MÉTODOS DE PROTECCIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL.

1. Durante el período de 2009 a 2011, indique cuáles métodos formales de propiedad intelectual utilizó la empresa y de qué forma protegió sus innovaciones:

Campo obligatorio de respuesta. Marcar con una X una sola opción de respuesta "Sí" o "No" por cada literal. Si su respuesta fue "Sí", escoger al menos una opción de respuesta entre "Bien", "Servicio" y/o "Proceso".



INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE
ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN
PERÍODO 2009 A 2011

Código: ACTI-IINN-01
Versión: 01
Fecha: 21/02/2013

IMPORTANTE: Recuerde que si su empresa tuvo innovaciones antes de 2009, las mismas no serían registradas en este formulario pero si el método de protección que utilizó para proteger dichas innovaciones se registraron dentro del período 2009 a 2011, las tiene que detallar en esta pregunta.

2. Indique los obstáculos encontrados para cada método de protección formal:

Marcar con una X una o varias opciones de respuesta por cada literal según corresponda su caso, si no aplica, marcar con una raya horizontal.

IMPORTANTE: Esta pregunta puede llenarla la empresa que haya obtenido un método de protección formal, si está en proceso de obtenerlo o si alguna vez hizo el intento de adquirirlo. Si su empresa nunca tuvo la necesidad de adquirir cualquier método de protección formal, puede abstenerse de responder esta pregunta.

3. Durante el período de 2009 a 2011, indique dónde poseía métodos de protección formal:

Marcar con una X una o varias opciones de respuesta según corresponda a su caso. Recuerde que su respuesta debe tener correspondencia con la pregunta 1 de la Sección XV, por ejemplo, si usted adquirió una patente de "Marca", usted en esta pregunta tendrá que responder en la columna de "Marca" ya sea donde obtuvo dicha patente si "En el País" o "En el exterior".

IMPORTANTE: La columna "Otros" tiene correspondencia si en la pregunta 1 de la Sección XV marcó una de las opciones de respuesta la opción "Si" de los literales e) – h).

	¿Usa?		Bien	Servicio	Proceso
	Sí	No			
a) Marca	<input type="radio"/>				
			Marca		
a) En el País			<input type="radio"/>		
b) En el exterior			<input type="radio"/>		

4. Durante el período de 2009 a 2011, indique cuáles otros mecanismos utilizó la empresa para proteger sus innovaciones de producto y proceso de la imitación o copia por parte de la competencia:

Campo obligatorio de respuesta. Marcar con una X en las opciones "Si" o "No" por cada literal.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

ANEXO 1: GLOSARIO DE TÉRMINOS PARA EL LLENADO DEL FORMULARIO DE INNOVACIÓN

- ❖ **Innovación:** Incorporación a una empresa, mercado nacional o al mundo de un nuevo o significativamente mejorado bien o servicio, proceso, cambio organizacional o método de comercialización.
- ❖ **Innovación de PRODUCTO:** Es la introducción en el mercado de un nuevo o significativamente mejorado bien o servicio en relación a su capacidad, facilidad de uso, componentes o subsistemas, pueden ser nuevas para su empresa, pero no necesariamente nuevas para el mercado y podrían haber sido originalmente desarrolladas por su empresa o por otras empresas.
- ❖ **Producto nuevo (bien o servicio):** es un producto cuyas características fundamentales (especificaciones técnicas, componentes y materiales, software incorporado, funciones o usos específicos) difieren significativamente de todos los productos previamente producidos por la empresa.
- ❖ **Producto significativamente mejorado (bien o servicio):** se refiere a un producto previamente existente, cuyo desempeño fue substancialmente aumentado o perfeccionado. Un producto simple puede ser perfeccionado en el sentido de tener un mejor desempeño o un menor costo a través de la utilización de materias primas o componentes de mayor rendimiento. Un producto complejo, con varios componentes o subsistemas integrados, puede ser perfeccionado vía cambios parciales en uno de los componentes o subsistemas. Un servicio también puede ser significativamente mejorado, por medio de la adición de una nueva función o de cambios en las características de como él es ofrecido, que resulta en mayor eficiencia, velocidad, o facilidad de uso de producto.

No son considerados innovaciones de producto a los cambios puramente estéticos o de estilo y la comercialización de productos nuevos completamente desarrollados o producidos por otra empresa.

Ejemplos de Innovación de Producto (Bienes y Servicios):

- Sustitución de ciertos elementos por materiales de características mejoradas (tejidos transpirables, materiales compuestos resistentes pero más ligeros, materiales plásticos que respetan el medio ambiente, etc.).
- Sistema global de localización (GPS) en los equipos de transporte.
- Cámaras fotográficas en los teléfonos móviles.
- Sistemas de cierre para las prendas de vestir.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

- Aparatos electrodomésticos que incluyen un programa informático que mejora la facilidad de uso o la comodidad, como los tostadores de pan que se desconectan automáticamente cuando el pan ya está tostado.
- Programa informático antifraude que identifica y rastrea las transacciones financieras individuales.
- Integración de conectividad inalámbrica en los ordenadores portátiles.
- Productos alimentarios que presentan nuevas características funcionales (margarina que reduce los niveles de colesterol en sangre, yogures producidos por medio de nuevos tipos de cultivos, etc.).
- Productos con un consumo de energía significativamente reducido (frigoríficos de alta eficiencia energética, etc.).
- Cambios significativos en productos para cumplir con las normas medioambientales.
- Radiadores programables o termostatos. • Teléfonos IP (protocolo Internet). • Nuevos medicamentos con efectos significativamente mejorados. Servicios
- Nuevos servicios que mejoran notablemente el acceso de los consumidores a algunos bienes o servicios, como la entrega y la recogida a domicilio de los coches de alquiler.
- Servicio de suscripción a DVD, donde previo pago de un canon mensual los clientes pueden encargar vía Internet un número predeterminado de DVD con entrega a domicilio por correo, y posterior devolución mediante un sobre prefranqueado.
- Vídeo a la demanda mediante Internet de banda ancha.
- Servicios vía Internet tales como banca digital, o sistemas de pago de facturas.
- Nuevas formas de garantías. Por ejemplo, ampliación de garantías respecto a bienes nuevos o usados o vinculación de garantías con otros servicios, tales como, tarjetas de crédito, cuentas bancarias o tarjetas de fidelización.
- Nuevas formas de préstamo, por ejemplo, préstamos a interés variable con tipo máximo garantizado.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

- Creación de portales Web en Internet, donde se ofrecen a los clientes de forma gratuita nuevos servicios, por ejemplo información sobre productos y distintos servicios de atención.
- Introducción de tarjetas inteligentes y tarjetas de plástico de usos múltiples.
- Nueva oficina bancaria en autoservicio.
- Ofrecer a los clientes un nuevo "sistema de control de suministros" que permite a los clientes comprobar que las entregas efectuadas por los contratistas se ajustan a las especificaciones.

❖ **Innovación de PROCESO:** Es la implementación de un proceso de producción, método de distribución o actividad de apoyo nueva o significativamente mejorada.

Las innovaciones de proceso deben ser nuevas para la empresa, pero no necesariamente nuevas para el mercado.

La innovación pudo haber sido originalmente desarrollada por la empresa o por otras empresas.

No son consideradas innovaciones, los cambios puramente organizacionales.

Ejemplos de Innovación de Proceso:

- Instalación de una nueva o mejorada tecnología de fabricación, por ejemplo, un equipamiento automatizado en tiempo real capaces de controlar los procesos.
- Nuevos equipamientos requeridos para los productos nuevos o mejorados.
- Herramientas de corte por láser.
- Envasado automatizado.
- Desarrollo asistido por ordenador de productos.

Digitalización de procesos de impresión.

- Equipo informatizado para el control de la calidad de la producción. • Equipo de test mejorado para monitorizar la producción. Suministro y operaciones
- Escáneres/ordenadores portátiles para el registro de artículos e inventarios.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

- Introducción de codificación por código de barras o por etiquetas de identificación por radio frecuencia (RFID) para el seguimiento los materiales a lo largo de la cadena de suministro.
 - Sistemas de seguimiento por GPS destinados a los equipos de transporte.
 - Introducción de programas informáticos para la determinación de itinerarios de entrega óptimos.
 - Nuevos o mejorados programas informáticos o procedimientos para los sistemas de compras, contabilidad o mantenimiento.
 - Introducción de sistemas de compensación electrónicos. • Introducción de un sistema automatizado de respuesta vocal. • Introducción de un sistema de electrónico para el pago de las infracciones.
 - Nuevas herramientas informáticas destinadas a mejorar los flujos de suministro.
 - Nuevas o significativamente mejoradas redes informáticas.
- ❖ **Investigación y Desarrollo (I+D) interna:** Es el trabajo creativo realizado en forma sistemática, con el objetivo de generar un nuevo conocimiento (científico o técnico) o de aplicar o aprovechar un conocimiento ya existente o desarrollado por otro. Dentro de la I+D pueden distinguirse tres grandes categorías: la investigación básica (generar un nuevo conocimiento principalmente abstracto o teórico dentro de un área científica o técnica, en sentido amplio, sin un objetivo o finalidad fijada de forma previa), la investigación aplicada (generar un nuevo conocimiento teniendo desde un principio la finalidad o destino al que se desea arribar) o el desarrollo experimental (fabricación y puesta a prueba de un prototipo, es decir, un modelo original o situación de examen que incluye todas las características y desempeños del nuevo producto, proceso o técnica organizacional o de comercialización).
- ❖ **Investigación y Desarrollo (I+D) externa:** Es el trabajo creativo, que no se realiza dentro de la empresa o con personal de la empresa, sino que se encarga a un tercero, ya sea mediante la contratación o financiación de un grupo de investigadores, institución o empresa con el acuerdo de que los resultados del trabajo serán de propiedad, total o parcial, de la empresa contratante.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

Actividades de Innovación:

- ❖ **Adquisición de maquinaria y equipo, Adquisición de Hardware y Adquisición de Software:** Son actividades de innovación únicamente cuando se trate de la incorporación de bienes de capital, hardware o software vinculados a introducir mejoras y/o innovaciones de proceso o productos. El reemplazo de una máquina por otra de similares características o una nueva versión de un software ya instalado no implica una actividad de innovación.
- ❖ **Adquisición de Tecnología Desincorporada:** Es toda adquisición de derechos de uso de patentes, inventos no patentados, licencias, marcas, diseños, know-how o asistencia técnica vinculada a introducir mejoras y/o innovaciones de procesos, productos o técnicas organizacionales o de comercialización.
- ❖ **Contratación de consultorías y asistencia técnica:** Implican toda contratación de servicios científicos y técnicos relacionados con las actividades de Ingeniería y Diseño Industrial a terceros externos a la empresa. Recuerde que si las actividades contratadas a terceros se relacionan con I+D o Capacitación entonces deberán considerarse como actividades de I+D externa y Capacitación respectivamente.
- ❖ **Actividades de Ingeniería y Diseño Industrial (IDI):** Incluye todas las preparaciones técnicas, para la producción y distribución no incluidas en I+D, así como los planos y gráficos para la definición de procedimientos, especificaciones técnicas y características operativas, instalación de maquinaria, ingeniería industrial, y puesta en marcha de la producción. Estas actividades pueden resultar difíciles de diferenciar de las actividades de I+D; para esto puede resultar de utilidad comprobar si se trata de un nuevo conocimiento o de una solución técnica. Si la actividad se encuadra en la resolución de un problema técnico, será considerada dentro de las actividades de Ingeniería y Diseño Industrial. Modificaciones al proceso productivo, por ejemplo, la implementación del just in time, también deben ser consideradas como una actividad propia de la ingeniería y diseño industrial. Las actividades de diseño meramente estético u ornamental de los productos no son actividades de innovación, salvo que generen modificaciones que cambien las características principales o las prestaciones de los productos.
- ❖ **Capacitación del personal:** Será considerada una actividad de innovación siempre y cuando la capacitación no se refiera a métodos, procesos o técnicas ya existentes en la empresa. Esta puede ser capacitación interna o externa del personal, tanto en tecnologías blandas (gestión y administración) como en tecnologías duras (procesos productivos).

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

- ❖ **Estudios de mercado:** Se refiere a las actividades vinculadas a la exploración y análisis de las posibilidades para el lanzamiento de un nuevo producto. Incluye estudios de mercado para detectar demandas específicas y necesidades parcial o totalmente insatisfechas; el análisis de requerimientos de adaptación del producto a las características de específicas de los diferentes mercados a explotar; y actividades de comercialización experimental. No incluye la puesta en marcha de redes de distribución para la comercialización innovaciones ni gastos en publicidad.
- ❖ **Innovación organizacional:** Es un nuevo método organizacional en las prácticas de gestión de su empresa (incluyendo gestión del conocimiento), en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas que no hayan sido previamente utilizadas por su empresa.

Las innovaciones organizacionales deben ser el resultado de las decisiones estratégicas tomadas por la administración.

Se excluyen fusiones o adquisiciones, aunque sean por primera vez.

Ejemplos de Innovación Organizacional:

- Creación de una nueva base de datos sobre las buenas prácticas, las conclusiones extraídas y otras formas de conocimiento, para hacerlos más fácilmente accesibles a terceros.
- Introducción, por primera vez, de un sistema de monitorización integrado de las actividades de una empresa (producción, finanzas, estrategia, mercadotecnia).
- Introducción por primera vez de sistemas de gestión de las operaciones generales de producción o suministro, tales como un sistema de gestión de la cadena de suministro, la reconfiguración de los procesos, la racionalización de la producción y un sistema de gestión de la calidad.
- Introducción por primera vez de programas de formación destinados a crear equipos eficaces y funcionales que integran empleados que vienen de horizontes o ámbitos de responsabilidad diferentes.
- Primera aplicación de una descentralización de las responsabilidades inherentes a sus puestos a los empleados de la empresa, por ejemplo, dando un control y una responsabilidad significativamente mayores sobre los procesos de producción al personal de producción, de distribución o ventas.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

- Creación por primera vez de equipos de trabajo formales o informales para mejorar el acceso y la distribución de los conocimientos que provienen de distintos servicios como el de mercadotecnia, el de investigación y el de producción.

- Introducción por primera vez de un sistema anónimo de notificación de incidentes para fomentar la notificación de los errores o riesgos con el fin de determinar sus causas y reducir la frecuencia.

Relaciones exteriores

- Introducción de normas de control de calidad para los proveedores y los subcontratistas.

- Recurrir por primera vez a la externalización de la investigación o la producción.

- Primera iniciativa de colaboración en temas de investigación con universidades u otros establecimientos de investigación

- ❖ Nuevas prácticas de negocio para la organización de procesos (Ejemplo: gestión de la cadena de suministros, reingeniería de procesos, gestión del conocimiento, gestión de la calidad total, etc.).

- ❖ Nuevos métodos de organización del trabajo y de toma de decisiones (Ejemplo: uso por primera vez de un nuevo sistema para asignar responsabilidades a los empleados, trabajo en equipo, descentralización, integración o desintegración de los departamentos, sistemas de educación/entrenamiento, etc.).

- ❖ Nuevos métodos de organización del relacionamiento externo con otras firmas o instituciones públicas (Ejemplo: aplicación por primera vez de alianzas, asociaciones, tercerización o subcontratación, etc.).

- ❖ **Innovación de comercialización:** Es la implementación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño del envase de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación.

- ❖ Cambios significativos del producto (bien o servicio) en su diseño o en el envase, en su forma de distribución y colocación en el mercado, y en su promoción o establecimiento de precio.

Excluir los cambios estacionales habituales, regulares y de otro tipo en los métodos de comercialización.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

- ❖ Cambios significativos en el diseño estético o en el envase de un bien o servicio (Se excluyen los cambios que alteran las características funcionales o de uso del producto, éstas son innovaciones de producto).
- ❖ Nuevos medios o técnicas para la promoción del producto (Ejemplo: aplicación por la primera vez de un nuevo tipo de comunicación publicitaria, una nueva imagen de la marca, introducción de tarjetas de fidelización, etc.).
- ❖ Nuevos métodos de distribución o colocación de productos en el mercado (Ejemplo: aplicación por la primera vez de franquicias o licencias de distribución, venta directa, nuevos conceptos para la presentación del producto, etc.).
- ❖ Nuevos métodos de establecimiento de precios para bienes o servicios (Ejemplo: aplicación por la primera vez de variables de precio según la demanda, sistemas de descuento, etc.).

Ejemplos de Innovación de comercialización:

- Introducción de un cambio significativo en el diseño de una gama de muebles para darle un nuevo aspecto y hacerla más atractiva.
- Introducción de un envase de diseño radicalmente nuevo para una loción corporal con el fin de dar al producto un sello original.
- Introducción por primera vez del sistema de licencias de explotación de un producto.
- Introducción por primera vez de la venta directa o la venta al por menor en exclusiva.
- Desarrollo de un nuevo concepto de presentación de un producto, por ejemplo, salas de exposición de muebles que se conciben según una cierta temática para permitir a los clientes ver los productos en ambientes completamente decorados.
- Desarrollo de un sistema de información personalizado, por ejemplo, para la creación de tarjetas de fidelidad, para adaptar la presentación de los productos a las necesidades específicas de clientes individuales.
- Introducción de un nuevo método que permite a los clientes elegir las características deseadas de un producto en la página Web de una empresa, y posteriormente, ver el precio del producto que se corresponde con la descripción.

	INSTRUCTIVO PARA EL INFORMANTE ENCUESTA NACIONAL DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN PERÍODO 2009 A 2011	Código: ACTI-IINN-01 Versión: 01 Fecha: 21/02/2013
---	--	---

- Utilización por primera vez de un proceso de adaptación del precio de un bien o de un servicio a su demanda.

- Utilización por primera vez de ofertas especiales en almacén que solo son válidas para los titulares de la tarjeta de crédito o la tarjeta de cliente de la empresa.

Promoción • Utilización por primera vez de marcas comerciales.

- Utilización por primera vez de la visualización de un producto en películas o en programas de televisión.

- Introducción de una imagen de marca básicamente nueva destinada a colocar el producto de una empresa en un nuevo mercado.

- Utilización por primera vez del proceso de promoción de un producto mediante líderes de opinión, celebridades o grupos concretos que marcan la tendencia de la moda o de los productos.

Disciplinas Científicas:

- ❖ **Ciencias Naturales y Exactas:** Matemáticas, ciencias físicas, químicas, de la tierra, biológicas.
- ❖ **Ingeniería y Tecnología:** Ingeniería civil, eléctrica, mecánica, química, de los materiales, médica, ambiental, biotecnología ambiental e industrial, nanotecnología.
- ❖ **Ciencias Médicas:** Medicina básica, clínica, ciencias de la salud, biotecnología en salud.
- ❖ **Ciencias Agrícolas:** Agricultura, silvicultura y pesca, ciencias animales y lechería, ciencias veterinarias, biotecnología agrícola.
- ❖ **Ciencias Sociales:** Psicología, economía y negocios, sociología, derecho, ciencias políticas, geografía social y económica, periodismo y comunicaciones.
- ❖ **Humanidades:** Historia y arqueología, idiomas y literatura, arte.

Bibliografía:

- ✚ Manual de Oslo Guía para la recogida e interpretación de datos sobre Innovación 3era. Edición publicado en 2005. Autor: OCDE (Comunidad europea).
- ✚ “Manual del diligenciamiento Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica – Industria Año 2009” publicado en noviembre de 2010. Autor: DANE (Colombia).