

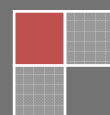
2013

# Encuesta de Actividades de innovación 2013

## Manual de Usuario

La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) en su calidad de entidad rectora del Sistema Nacional de CTI, y consciente de su compromiso de impulsar la Ciencia, Tecnología, Innovación y los saberes ancestrales en el Ecuador, considera estratégico coordinar acciones de trabajo conjunto con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC); como el ente orientador y coordinador del Sistema Estadístico Nacional. Esta cooperación tiene como objetivo el levantamiento de información de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI) y el establecimiento de indicadores, que permitan obtener información validada y actualizada.

El 24 de julio del 2012 SENESCYT e INEC firman un convenio específico de cooperación técnica interinstitucional para el desarrollo del proyecto de la encuesta ACTI



## Índice

|   |    |
|---|----|
| Índice .....  | 2  |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS.....   | 4  |
| Introducción.....   | 6  |
| Objetivo .....  | 6  |
| Objetivos Específicos .....   | 6  |
| Requerimientos del sistema.....   | 6  |
| Hardware.....   | 6  |
| Software.....   | 6  |
| Notas Importantes .....   | 7  |
| Perfiles de Usuario.....  | 7  |
| - Digitador. – .....  | 7  |
| - Encuestador. – .....  | 7  |
| - Analista. – .....   | 7  |
| - Analista 2. – .....   | 7  |
| - Administrador. – .....  | 8  |
| - Super Administrador. – .....  | 8  |
| Pantalla Inicial.....   | 8  |
| Componentes de la Pantalla Inicial .....  | 8  |
| Descripción Componentes Pantalla Inicial.....                                     | 9  |
| Formulario: .....   | 9  |
| Para Perfil Digitador .....   | 9  |
| SECCIÓN USO DEL INEC.....   | 11 |
| SECCIÓN I. IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....                         | 11 |
| SECCION II. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA.....                          | 14 |
| SECCIÓN III. INNOVACIONES LOGRADAS DE PRODUCTO (BIENES O SERVICIOS).....          | 18 |
| SECCIÓN IV. INNOVACIONES LOGRADAS DE PROCESO .....                                | 23 |
| SECCIÓN V. ACTIVIDADES Y GASTOS PARA LAS INNOVACIONES DE PRODUCTO Y PROCESO ..... | 27 |
| SECCIÓN VI. FUENTES DE FINANCIAMIENTO .....                                       | 30 |

|   |    |
|---|----|
| SECCIÓN VII. DETERMINANTES Y OBJETIVOS PARA LAS ACTIVIDADES DE INNOVACION DURANTE EL PERIODO DE 2009 A 2011 ..... | 33 |
| SECCIÓN VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN Y DE COOPERACIÓN PARA LA INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO .....              | 34 |
| SECCIÓN IX. ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN EN CURSO O ABANDONADAS PARA INNOVACIONES DE PRODUCTO Y PROCESO.....         | 36 |
| SECCIÓN X. FACTORES QUE OBSTACULIZARON LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO. ....                  | 37 |
| SECCIÓN XI. INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL.....  | 38 |
| SECCIÓN XII. INNOVACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN .....   | 40 |
| SECCIÓN XIII. IMPACTOS DE LAS INNOVACIONES .....  | 43 |
| SECCIÓN XIV. TALENTO HUMANO .....   | 44 |
| SECCIÓN XV. PATENTES Y MÉTODOS DE PROTECCIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....  | 45 |
| SECCIÓN XVI. DATOS DEL INFORMANTE .....   | 48 |
| Perfil Analista-Jefe Regional .....   | 49 |
| SECCIÓN DESCARGAR ENCUESTAS .....   | 49 |
| CONSULTAR COBERTURA DE ENCUESTAS .....  | 50 |
| Glosario de Definiciones .....  | 56 |
| Bibliografía.....   | 61 |
| Soporte Técnico.....  | 62 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|                  |    |
|------------------|----|
| Gráfico 1 .....  | 8  |
| Gráfico 2 .....  | 9  |
| Gráfico 3 .....  | 10 |
| Gráfico 4 .....  | 11 |
| Gráfico 5 .....  | 11 |
| Gráfico 6 .....  | 11 |
| Gráfico 7 .....  | 12 |
| Gráfico 8 .....  | 12 |
| Gráfico 9 .....  | 12 |
| Gráfico 10 ..... | 13 |
| Gráfico 11 ..... | 13 |
| Gráfico 12 ..... | 14 |
| Gráfico 13 ..... | 14 |
| Gráfico 14 ..... | 14 |
| Gráfico 15 ..... | 15 |
| Gráfico 16 ..... | 15 |
| Gráfico 17 ..... | 15 |
| Gráfico 18 ..... | 15 |
| Gráfico 19 ..... | 16 |
| Gráfico 20 ..... | 16 |
| Gráfico 21 ..... | 17 |
| Gráfico 22 ..... | 17 |
| Gráfico 23 ..... | 19 |
| Gráfico 24 ..... | 21 |
| Gráfico 25 ..... | 22 |
| Gráfico 26 ..... | 23 |
| Gráfico 27 ..... | 25 |
| Gráfico 28 ..... | 26 |
| Gráfico 29 ..... | 28 |
| Gráfico 30 ..... | 29 |
| Gráfico 31 ..... | 30 |
| Gráfico 32 ..... | 31 |
| Gráfico 33 ..... | 33 |
| Gráfico 34 ..... | 33 |
| Gráfico 35 ..... | 34 |
| Gráfico 36 ..... | 35 |

|                  |    |
|------------------|----|
| Gráfico 37 ..... | 35 |
| Gráfico 38 ..... | 36 |
| Gráfico 39 ..... | 36 |
| Gráfico 40 ..... | 37 |
| Gráfico 41 ..... | 39 |
| Gráfico 42 ..... | 39 |
| Gráfico 43 ..... | 39 |
| Gráfico 44 ..... | 40 |
| Gráfico 45 ..... | 42 |
| Gráfico 46 ..... | 42 |
| Gráfico 47 ..... | 42 |
| Gráfico 48 ..... | 43 |
| Gráfico 49 ..... | 44 |
| Gráfico 50 ..... | 44 |
| Gráfico 51 ..... | 45 |
| Gráfico 52 ..... | 45 |
| Gráfico 53 ..... | 46 |
| Gráfico 54 ..... | 47 |
| Gráfico 55 ..... | 48 |
| Gráfico 56 ..... | 48 |
| Gráfico 57 ..... | 48 |
| Gráfico 58 ..... | 49 |
| Gráfico 59 ..... | 49 |
| Gráfico 60 ..... | 50 |
| Gráfico 61 ..... | 50 |
| Gráfico 62 ..... | 51 |
| Gráfico 63 ..... | 51 |
| Gráfico 64 ..... | 51 |
| Gráfico 65 ..... | 52 |
| Gráfico 66 ..... | 52 |
| Gráfico 67 ..... | 52 |
| Gráfico 68 ..... | 52 |
| Gráfico 69 ..... | 53 |
| Gráfico 70 ..... | 53 |
| Gráfico 71 ..... | 54 |
| Gráfico 72 ..... | 54 |
| Gráfico 73 ..... | 54 |
| Gráfico 74 ..... | 55 |

## Introducción

El presente sistema ha sido desarrollado por la Unidad de Desarrollo y Administración de Sistemas Informáticos (DASI), con el fin de poder reemplazar el proceso manual mediante formularios físicos.

## Objetivo

Permitir el ingreso de información de la encuesta de innovación elaborada para el proyecto ACTI (Actividades de Ciencia y tecnología e Innovación).

## Objetivos Específicos

- Permitir a los críticos-digitadores ingresar la información respectiva en función de la muestra establecida y con las respectivas cargas de trabajo asignado.
- Validar los datos ingresados según criterio establecido en las mallas de validación.
- Obtener reportes de los datos ingresados según criterio de búsqueda establecidos.
- Respalidar la información ingresada.

## Requerimientos del sistema

Los requerimientos para el funcionamiento del aplicativo Web son los siguientes:

Disponer de un equipo informático con conexión a la Internet con las siguientes características mínimas:

### Hardware

- Procesador Pentium III, 500 -700 MHz de velocidad
- 512 MB mínimo en RAM
- 10 Giga Bytes de espacio libre en el disco duro
- Periféricos de entrada salida comunes (teclado, ratón, unidad de disquete, unidad de CD, puertos de conexión a la red, etc.)
- Monitor de 14" con resolución 1200 x 800 (Recomendado)

### Software

- Sistema Operativo (Windows, Macintosh, Linux, etc.)
- Navegador de Internet
  - Mozilla Firefox 20.0 o superior
  - Internet Explorer 10.0 o superior
  - Opera 9.64 o superior

## Notas Importantes

El presente manual se ha desarrollado con fines didácticos sobre la aplicación, presentando datos reales en unos casos y ficticios en otros, por lo que se debe conservar la confidencialidad de los mismos.

- La manipulación de los datos presentados en el presente manual son responsabilidad exclusiva del usuario.
- La administración, confidencialidad y seguridad de los nombres de usuario y claves proporcionados a los usuarios son de exclusiva responsabilidad de cada uno de los usuarios. En caso de mala administración, pérdida u olvido de las mismas, debe comunicarse inmediatamente con los números de soporte técnico detallado al final del presente manual.

## Perfiles de Usuario

El sistema cuenta con dos tipos de perfiles:

- **Digitador.** – es el encargado de ingresar los datos de forma digital al aplicativo ACTI-Nacional.
- **Encuestador.** – es el encargado de ingresar los datos de forma digital al aplicativo ACTI-Regional.
- **Analista.** – Este perfil lo componen los siguientes usuarios: Responsable Zonal (Litoral y Norte) y se encarga de obtener la información de la(s) encuesta(s) realizada por el digitador, además genera los reportes a nivel nacional de una encuesta completa en sus diferentes secciones o regionales de acuerdo a un criterio de búsqueda. Es el encargado también de consultar quienes son los digitadores que hayan ingresado cierta encuesta ya sea completa o incompleta.
- **Analista 2.** – Este perfil lo compone el Analista Económico (responsable(s) del proyecto ACTI), y posee a mas de las opciones destinadas para el perfil 'Analista', la opción 'Reporte de actualizaciones de encuesta o muestra en el sistema', que muestra cuando existen modificaciones realizadas por el usuario con perfil de 'Administrador' tanto a nivel de encuesta o de muestra y con datos relacionados al uso INEC o al estado respectivo. Obtiene reportes de cuando un cambio ha sido efectuado y el responsable de dicho cambio. Se encarga de verificar y corroborar la información que sería modificada, ya que los datos servirán para la elaboración de informes, reportes y autorizaciones respectivos de las actualizaciones en la muestra o en la encuesta.

- **Administrador.** – Lo componen los siguientes usuarios: Responsable de digitación (Norte y Litoral) y Responsable Zonal (Sur y Centro). Este perfil puede hacer los cambios correspondientes siempre y cuando sea autorizado. Una vez haya verificado los datos, debe señalar también las actualizaciones realizadas y el motivo del cambio. Todos los campos solicitados son de carácter obligatorios para proceder con la actualización respectiva.
- **Super Administrador.** – Este perfil puede tener acceso a todas las funciones disponibles para: Administrador, Analista 2 y Analista.

**Nota:** El responsable de tecnología será el encargado de administrar los usuarios existentes en el sistema.

## Pantalla Inicial

La pantalla inicial del aplicativo valida los datos del usuario que va a ingresar a la aplicación (cada usuario que ingrese datos en el aplicativo deberá ingresar su cédula y clave). Esta pantalla está compuesta de la siguiente forma: (Ver Gráfico 1)



Gráfico 1

### Componentes de la Pantalla Inicial

1. Título de la aplicación
2. Cédula y Clave
3. Botón Aceptar



## Descripción Componentes Pantalla Inicial

- **Titulo de la aplicación**  
La presente aplicación ha sido desarrollada para recoger los datos del Actividades de ciencia, tecnología e Innovación, de ahí es donde surge su nombre.
- **Cédula y Clave**  
Dentro de esta sección, todo usuario que desea ingresar al aplicativo debe registrar su cédula y clave, el cual es validado por el aplicativo, aquí se registran los datos ingresados por el usuario.
- **Botón Aceptar**  
Una vez ingresado la cédula y la clave se debe dar clic en el botón "Aceptar" para poder acceder a la aplicación.

### Formulario:

### Para Perfil Digitador

### Consideraciones:

- La forma de llenar los datos para la presente encuesta se lo realiza de forma secuencial de tal forma que una vez guardada la sección procederá a llenar los datos de la siguiente.
- Todas las cantidades o valores numéricos que deben ser ingresados son validados por la aplicación de tal forma que debe tomar en cuenta cada mensaje de información al existir datos erróneos.

### Barra de herramientas



Gráfico 2

1. Última sección guardada: en este campo el digitador puede observar cuál es la sección siguiente a ser almacenada
2. Nombre del Digitador
3. Fecha de almacenamiento de la presente encuesta ingresada
4. Nuevo: Crea una nueva encuesta
5. Cargar: Muestra la última encuesta que no haya sido almacenada completamente
6. Cerrar Sesión: Cierra la sesión del digitador.

- 7. Consultar Encuesta: Permite visualizar o editar según el caso a una encuesta determinada de acuerdo al código de encuesta ingresada. Al ingresar una encuesta que no existe sale el respectivo mensaje de error

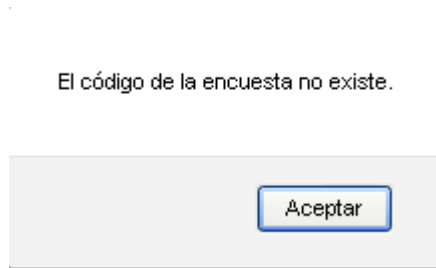


Gráfico 3

Y Al ingresar una encuesta correcta se carga la encuesta



Gráfico 4

En el caso que la encuesta este completa el usuario no puede modificarla y solamente puede ser visualizada. Caso contrario el propio usuario dueño de la encuesta puede editarla.

- 8. Ingresar Encuesta: Permite crear una encuesta de acuerdo a las empresas contenidas en la muestra. La muestra es un conjunto de empresas que van a ser encuestadas, la encuesta se la hace a las empresas que se encuentren dentro de la muestra. Se necesita ingresar el código de la encuesta y su respectivo código de empresa.

Código de Empresa. – Es un código que se ha asignado para identificar a cada empresa que va a ser encuestada.

Código de la Encuesta. – Es un código que identifica a la encuesta que va a realizar a determinada empresa.

En el caso de que el código no se encuentre dentro de la muestra el sistema dará aviso por medio del siguiente mensaje:

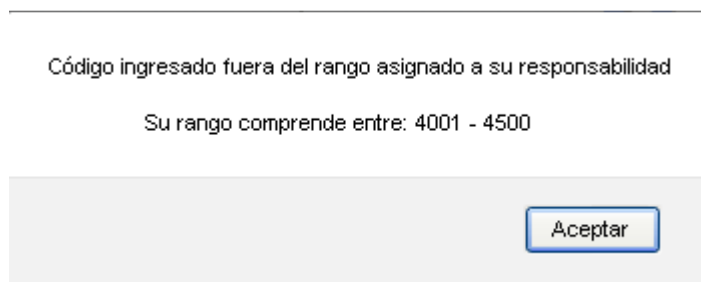


Gráfico 3

Una vez ingresado correctamente el código haciendo un clic en la parte derecha del casillero de buscar, nos aparecerá el botón crear encuesta:

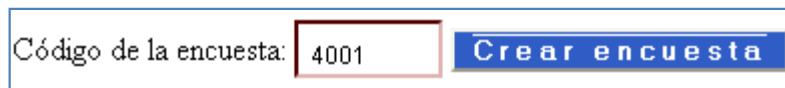


Gráfico 4

## SECCIÓN USO DEL INEC

Esta sección es de Exclusivo Uso de los Encuestadores del INEC y deberá ser llenada según los datos definidos en la Encuesta física y dada por el jefe de digitación. (Ver Gráfico 2).

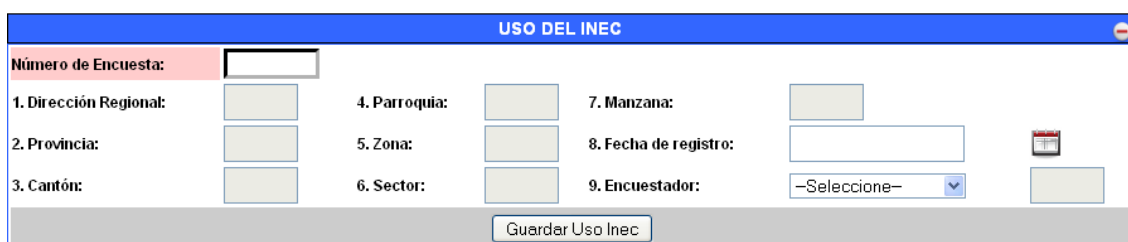


Gráfico 5

- Para llenar estos campos deberá escribir (texto, palabras) lo que solicite el campo.
- Deberá registrar los códigos pertenecientes a cada campo que solicite la pregunta.

Antes de proceder con el guardado de los datos en la presente sección se deben considerar los campos obligatorios pedidos por el software.

## SECCIÓN I. IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA

El objetivo de esta sección es recoger información básica que identifica y caracteriza al establecimiento.

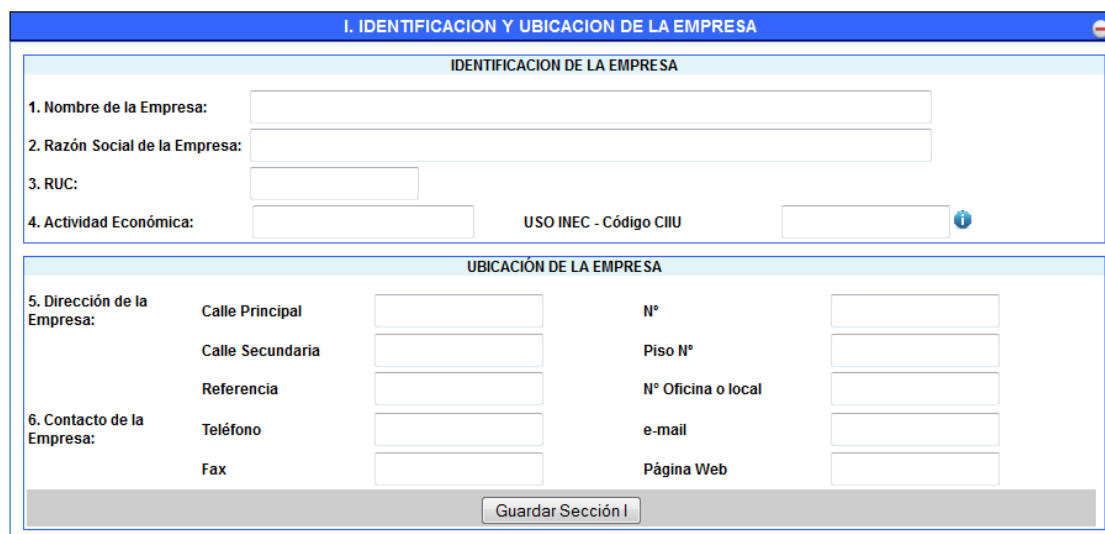


Gráfico 6

**PREGUNTA 1. NOMBRE DE LA EMPRESA.**

|                                 |                                       |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| <b>1. Nombre de la Empresa:</b> | COORDINADOR DE CARGAS INTERNACIONALES |
|---------------------------------|---------------------------------------|

**Gráfico 7**

- En esta pregunta se deberá escribir el nombre de la institución.

**NOTA.-** Nombre de la Empresa, este corresponde al nombre comercial, con el que opera en el mercado y que no necesariamente se encuentra inscrito en el Registro General de Sociedades (Registro Mercantil).

**Ejemplo.-**A continuación se ponen algunos ejemplos relacionados con el tema de esta y la siguiente pregunta.

1. NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: Panificadora Moderna  
 RAZÓN SOCIAL: Moderna Alimentos S.A.

2. NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: Maicena Iris Cía. Ltda.  
 RAZÓN SOCIAL: Fabrica de Maicena Iris Cía. Ltda.

**PREGUNTA 2. RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA**

|                                       |                         |
|---------------------------------------|-------------------------|
| <b>2. Razón Social de la Empresa:</b> | COORDICARGAS ECUADOR SA |
|---------------------------------------|-------------------------|

**Gráfico 8**

- Registre la razón social del establecimiento.

**NOTA.-** Recuerda que en esta pregunta se permiten estos símbolos (&), (.), etc.

**La Razón Social.-** Corresponde al nombre legal bajo el cual contrae sus obligaciones y que le permite operar en el campo jurídico y legal.

No necesariamente el nombre del establecimiento puede coincidir con el de la razón social. En algunos casos pueden ser diferentes; en todo caso, la información debe estar registrada en los dos numerales y su obligación es confirmar que la misma sea la correcta.

**PREGUNTA 3. R.U.C.**

|                |               |
|----------------|---------------|
| <b>3. RUC:</b> | 1790716880001 |
|----------------|---------------|

**Gráfico 9**

- En esta pregunta deberá registrar el número del RUC en los recuadros destinados para el efecto.

**NOTA.-** Recuerde que el número del RUC está compuesto de 13 dígitos, de tal manera que el dato debe abarcar los 13 dígitos en caso de ser necesario. Si usted no llena los dígitos requeridos en la aplicación emitirá un mensaje de no cumplir con el requerimiento e inmediatamente borra los datos mal ingresados.

#### PREGUNTA 4. ACTIVIDAD ECONOMICA.


|                         |                           |                       |          |   |
|-------------------------|---------------------------|-----------------------|----------|---|
| 4. Actividad Económica: | SERVICIOS DE TRANSPORTE I | USO INEC - Código CIU | C1399.01 |  |
|-------------------------|---------------------------|-----------------------|----------|---|

Gráfico 10

- En esta pregunta deberá **ESCRIBIR** (texto, palabras) la actividad económica de la empresa, junto a este campo se registrará el código CIU de la misma. Adicional a ello en la parte derecha se cuenta con un ícono de información el cuál es un enlace hacia la página de los códigos CIU correspondientes a la Actividad Económica ingresada.

**Actividad Económica.-** Se denomina actividad económica a cualquier proceso mediante el cual se obtiene bienes y servicios que cubren las necesidades.

#### UBICACIÓN DE LA EMPRESA.

##### PREGUNTA 5.DIRECCION DE LA EMPRESA.

|                             |                  |                    |                    |      |
|-----------------------------|------------------|--------------------|--------------------|------|
| 5. Dirección de la Empresa: | Calle Principal  | AV 10 DE AGOSTO    | N°                 | 6539 |
|                             | Calle Secundaria | BELLAVISTA         | Piso N°            | 03   |
|                             | Referencia       | FRENTE A COMERCIAL | N° Oficina o local |      |

Gráfico 11

- Se registrara el nombre de la calle principal.
- Se registrara el nombre de la calle secundaria.
- Se registrara el nombre de un lugar de referencia, o cercano a la empresa.
- Se registrara el N° de edificación en los recuadros destinados para el efecto.
- Se deberá registrar el número de piso, en los recuadros destinados para el efecto.
- Se deberá registrar el número de oficina o local en los recuadros destinados para el efecto.

### PREGUNTA 6. CONTACTO DE LA EMPRESA

|                            |          |                                      |            |  |
|----------------------------|----------|--------------------------------------|------------|--|
| 6. Contacto de la Empresa: | Teléfono | <input type="text" value="3464580"/> | e-mail     | <input type="text" value="coordi-gerencia@coord"/> |
|                            | Fax      | <input type="text"/>                 | Página Web | <input type="text"/>                               |

Gráfico 12

- Se deberá registrar el número de teléfono en los recuadros destinados para el efecto.
- Se deberá registrar el número de Fax en los recuadros destinados para el efecto.
- Se deberá escribir el texto del E-Mail de la institución.
- Se deberá escribir el texto de la página web de la institución.

**Nota:** Al guardar los cambios la aplicación indicará los campo obligatorios que deben ser ingresados.

## SECCION II. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA

### PREGUNTA 1. ¿SU EMPRESA FORMA PARTE DE UN GRUPO EMPRESARIAL?

1. ¿Su empresa forma parte de un grupo empresarial?    Si  No  → Si respondió NO, pase a la pregunta 3 de esta sección

Gráfico 13

- En esta Pregunta deberá seleccionar el casillero que corresponda.
- Si respondió NO la aplicación inmediatamente enviara a la pregunta 3 para ser contestada.

**Grupo Empresarial.-** Que dependen todas de una misma empresa matriz. Es una concentración de empresas e instituciones conectadas por objetivos y fines comunes en un sector en particular.

### PREGUNTA 2. SI PERTENECE A UN GRUPO ¿DÓNDE SE LOCALIZA LA CASA MATRIZ DEL GRUPO?

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

a) Ecuador     c) EEUU y Canadá     e) Asia     g) Oceanía

b) América Latina y el Caribe     d) Europa     f) África

Gráfico 14

- En Esta Pregunta deberá seleccionar el casillero que corresponda al lugar de pertenencia de la casa matriz del grupo empresarial.

**PREGUNTA 3. ¿INDIQUE SI SU EMPRESA ES UNA EMPRESA PÚBLICA?**

3. Indique si su empresa es una empresa pública:      Si  No

Gráfico 15

- En esta pregunta deberá seleccionar el casillero que corresponda.

**Empresa Pública.-** Es una empresa cuyo capital, en su totalidad o en su mayoría, es propiedad del Estado.

**PREGUNTA 4. ¿INDIQUE EL PORCENTAJE DE CAPITAL DE ORIGEN EXTRANJERO?**

4. Indique el porcentaje de capital de origen extranjero:  %

Gráfico 16

- En esta pregunta deberá poner una cantidad que no exceda al 100 o una cantidad menos de 0. A aplicación valida la cantidad ingresada.

**PREGUNTA 5. ¿INDIQUE LA CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS?**

5. Indique la cantidad de establecimientos:       **NOTA: Si no tiene escribir, "0"**

Gráfico 17

- En esta pregunta se debe poner el número de establecimientos que tiene la empresa y si no los tiene se debe poner "0" cero.

**Establecimiento:** se define "como una empresa o parte de una empresa 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".

**PREGUNTA 6. ¿EN QUÉ AÑO LA EMPRESA INICIO SUS ACTIVIDADES EN EL PAÍS?**

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

Gráfico 18

- En Esta Pregunta deberá escribir dentro del cuadro el año en que la Empresa llego al Ecuador. Se debe considerar que el año debe ser un año válido.

### PREGUNTA 7. ¿DURANTE EL PERIODO DE 2010 A 2011 SU EMPRESA?

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

a) Fue creada  c) Fue vendida a otra empresa  e) Ninguna de las anteriores

b) Se fusionó con otra empresa  d) Cerró parte de la empresa

Gráfico 19

- En esta pregunta deberá seleccionar en una sola opción, en el casillero que corresponda la información.

### PREGUNTA 8. ¿DURANTE EL PERIODO 2009 A 2011, ¿CUÁLES FUERON SUS TRES PRINCIPALES PRODUCTOS (BIENES O SERVICIOS) CON BASE EN EL VOLUMEN DE VENTAS?

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


|    |                            |   |     |
|----|----------------------------|---|-----|
| a) | TRANSPORTE INTERNACIONAL   | USO INEC-Código CPC  | 010 |
| b) | TRANSPORTE INTERPROVINCIAL |   | 020 |
| c) | TRANSPORTE NACIONAL INTERI |   | 030 |

Gráfico 20

- En esta pregunta deberá escribir el nombre de los Bienes o Servicios que representen la mayor cantidad de ventas para la Empresa, correspondiente a ello se debe escribir también el código CPC. Adicional a ello se cuenta con un ícono de información el cuál es un enlace hacia la página de los códigos CPC correspondientes a los productos.

**NOTA.-** La aplicación valida los productos con sus códigos correspondientes o viceversa.

Productos.-Es el bien o servicio que ha sido fabricado, es decir, producido.

Bien.- Es por lo general un objeto tangible, como un computador, muebles, o paquetes de software.

Servicio.- Suele ser intangible, tal como el comercio minorista, seguros, cursos de capacitación, el transporte aéreo, servicios de consultoría, etc.

Volumen de ventas.- Es la cantidad de Bienes o servicios que una empresas vende en un determinado periodo de tiempo, el volumen de ventas puede ser expresado en unidades físicas o unidades monetarios.



**PREGUNTA 9. ¿VARIABLES DE DESEMPEÑO?**

| 9. Variables de desempeño:         | 2009      | 2010      | 2011      |
|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| a) Ventas                          | \$ 500000 | \$ 530000 | \$ 600000 |
| b) Exportaciones                   | \$        | \$        | \$        |
| c) Inversión en capital fijo       | \$        | \$        | \$        |
| d) Empleo total (personas físicas) | 60        | 60        | 60        |

Gráfico 21

**<sup>1</sup>Ventas.-** Ingresos totales por ventas al mercado interno y externo de productos (bienes o servicios), valuadas en moneda local a precios corrientes, para cada año calendario incluido en el período de referencia, (los valores no deben incluir impuestos al valor agregado o similares)

**Exportaciones.-** Ingresos totales por ventas al exterior valuadas en dólares corrientes para cada año calendario incluido en el período de referencia. Desde luego, este monto no puede ser superior a las ventas preguntadas en el punto anterior.

**Inversión en capital fijo.-** Aquí se espera que la empresa señale, para cada año consultado, una estimación lo más aproximada posible sobre cuál fue el monto total destinado a gasto en inversión en capital fijo, indistintamente si fue para reposición de maquinaria, adquisición de nuevo equipo, o la implementación de una innovación.

**Empleo Total.-** Total de ocupados contratados (en personas físicas) por tiempo indeterminado, personal de agencia o pasantes, para cada año incluido en el período de referencia en el mes de diciembre.

**Nota:** Es obligatorio no valores cero en cualquiera de los 2010 o 2011 en los literales a y b.

**PREGUNTA 10. ¿DURANTE EL PERIODO DE 2009 A 2011, A QUÉ TIPO DE MERCADO ESTÁN DIRIGIDOS SUS PRODUCTOS (BIENES O SERVICIOS)?**

| 10. Durante el periodo de 2009 a 2011, ¿a qué tipo de mercado estuvieron dirigidos sus productos (bienes o servicios)? |                                     |                  |                          |           |                          |            |                          |
|--|-------------------------------------|------------------|--------------------------|-----------|--------------------------|------------|--------------------------|
| a) Ecuador   | <input checked="" type="checkbox"/> | c) EEUU y Canadá | <input type="checkbox"/> | e) Asia   | <input type="checkbox"/> | g) Oceanía | <input type="checkbox"/> |
| b) América Latina y el Caribe  | <input checked="" type="checkbox"/> | d) Europa        | <input type="checkbox"/> | f) África | <input type="checkbox"/> |            |                          |

Gráfico 22

- En esta Pregunta deberá seleccionar una o varias opciones, los mercados a los cuales los productos de la empresa llegan.

**Mercado.-** Es el conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio.

<sup>1</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

### **SECCIÓN III. INNOVACIONES LOGRADAS DE PRODUCTO (BIENES O SERVICIOS)<sup>2</sup>**

Para facilitar el Diligenciamiento de esta Sección creemos conveniente hacer un refuerzo del Concepto de los términos utilizados aquí.

Una innovación de producto se corresponde con la introducción de un bien o de un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina. Esta definición incluye la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes y los materiales, de la informática integrada, de la facilidad de uso u otras características funcionales.

Las innovaciones de producto pueden utilizar nuevos conocimientos o tecnologías, o basarse en nuevas utilidades o combinaciones de conocimientos o tecnologías ya existentes. El término “producto” cubre a la vez los bienes y los servicios. Las innovaciones de producto incluyen la introducción de nuevos bienes y servicios y las mejoras significativas de las características funcionales o de utilización de bienes y servicios existentes.

Los nuevos productos son bienes y servicios que difieren significativamente, desde el punto de vista de sus características o el uso al cual se destinan, de los productos preexistentes en la empresa. Los primeros microprocesadores y cámaras fotográficas digitales son ejemplos de nuevos productos que recurren a nuevas tecnologías. El primer reproductor portátil de MP3, que asociaba interfaces informáticas estándar junto a la miniaturización de los lectores de disco, ha sido un nuevo producto combinando tecnologías existentes.

El desarrollo de una nueva utilización para un producto cuyas especificaciones técnicas se han modificado ligeramente es una innovación de producto. Ejemplo el lanzamiento de un nuevo detergente que utiliza una fórmula química existente que solo se utilizaba antes como intermediario para la producción de recubrimientos.

Las mejoras significativas de productos existentes se producen cuando se introducen cambios en los materiales, componentes u otras características que hacen que estos productos tengan un mejor rendimiento. La introducción del sistema de frenos ABS, del sistema de navegación GPS u otras mejoras de los subsistemas que equipan los automóviles constituyen ejemplos de innovación de producto que se concreta por cambios parciales o adiciones a algunos de los subsistemas técnicos integrados. La utilización de tejidos transpirables en el sector de la

---

<sup>2</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

confección es un ejemplo de innovación de producto que aplica nuevos materiales que mejoran los rendimientos del producto.

**PREGUNTA 1. DURANTE EL PERIODO DE 2009 A 2011, ¿SU EMPRESA INTRODUJO AL MERCADO UN NUEVO O SIGNIFICATIVAMENTE MEJORADO PRODUCTO (BIEN O SERVICIO)**

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

| Durante los años 2009 a 2011 la empresa logró introducir un: | Novedoso para:(indique el grado más alto de novedad solamente) |                                  |            |                     |                          |
|--|--|----------------------------------|------------|---------------------|--------------------------|
|  | Si   | No                               | La empresa | El mercado nacional | El mercado internacional |
| a) Bien nuevo  | <input type="radio"/>  | <input checked="" type="radio"/> |            |                     |                          |
| b) Servicio nuevo  | <input type="radio"/>  | <input checked="" type="radio"/> |            |                     |                          |
| c) Bien significativamente mejorado                          | <input type="radio"/>  | <input checked="" type="radio"/> |            |                     |                          |
| d) Servicio significativamente mejorado                      | <input type="radio"/>  | <input checked="" type="radio"/> |            |                     |                          |

Si respondió NO, a todo pase a la Pregunta 3

**Gráfico 23**

- En esta pregunta al seleccionar SI, deberá seleccionar una sola opción por literal que correspondan a la empresa, mercado nacional o mercado internacional.

**NOTA.-** Si respondió **NO** la aplicación direccionará a la pregunta 3

<sup>3</sup>Una 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.

- Las innovaciones de producto (nuevos o significativamente mejorados pueden ser nuevas para su empresa, pero no necesariamente nuevas para el mercado.
- Las innovaciones de producto podrían haber sido originalmente desarrolladas por su empresa o por otras empresas.

Un **bien** es por lo general un objeto tangible, como un computador, muebles o paquetes de software. Un **servicio** suele ser intangible, tal como el comercio minorista, seguros cursos de capacitación, el transporte aéreo, servicios de consultoría, etc.

**Producto o Servicio Nuevo.-** 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.

**EJEMPLO BIENES.-** Una empresa láctea que lanza al mercado una línea de yogures por primera vez, ya que antes sólo vendía leche sin procesar.

**EJEMPLO SERVICIOS.-** Una empresa de telefonía celular que lanza al mercado un servicio de televisión satelital.

<sup>3</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

**Producto o Servicio Significativamente Mejorado.**- 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 edición de una nueva función o de cambios en las características de como él es ofrecido, que resulte en mayor eficiencia, velocidad o facilidad de uso de producto.

**No son incluidos.**- Los cambios puramente estéticos o de estilo y la comercialización de productos nuevos completamente desarrollados o producidos por otras empresas.

**EJEMPLO BIENES.**- En el ejemplo anterior si la línea de yogures pasa a ser prebióticos debido al agregado de algún tipo de procesamiento o bacteria.

**EJEMPLO SERVICIOS.**- Una empresa de telefonía celular que tenía únicamente cobertura nacional y que lanza el servicio de telefonía celular pero ahora con una cobertura internacional

**Producto nuevo para la empresa.**- El bien o servicio es fabricado por los competidores de la empresa en el mercado mundial, ya sea importado o producido en el país, pero no se producía antes en la empresa y se distingue sustancialmente, desde el punto de vista tecnológico, de los fabricados anteriormente por la empresa.

**Producto nuevo para el mercado nacional.**- El bien o servicio no es fabricado por los competidores directos de la empresa. El bien o servicio ya existe en el mercado internacional, más no en el mercado nacional. La empresa está imitando el producto de productores que no participan en el mercado nacional para desarrollarlo y producirlo en el país

**Producto nuevo.**- La empresa es la única en el mundo en producir y comercializar el producto.

## PREGUNTA 2. ¿QUIEN DESARROLLÓ ESAS INNOVACIONES DE PRODUCTO (BIEN O SERVICIO)?

| 2. ¿Quién desarrollo esas innovaciones de producto ( bien o servicio)?  |  |   |
|---|--|---|
|   | Bienes (nuevos y/o significativamente mejorados) | Servicios (nuevos y/o significativamente mejorados) |
| a) La propia empresa  | <input type="checkbox"/>                         | <input type="checkbox"/>                            |
| b) La empresa en cooperación con otra empresa o institución <sup>4</sup>  | <input type="checkbox"/>                         | <input type="checkbox"/>                            |
| c) Su empresa, adaptando o modificando los bienes o servicios originalmente desarrollados por otra empresa o institución <sup>4</sup> | <input type="checkbox"/>                         | <input type="checkbox"/>                            |
| d) Otra empresa o institución <sup>4</sup>  | <input type="checkbox"/>                         | <input type="checkbox"/>                            |

Gráfico 24

- En esta pregunta deberá seleccionar, una o varias opciones según correspondan las innovaciones.
- La aplicación activa un bien siempre y cuando haya sido seleccionados los literales A y C de la pregunta anterior.
- La aplicación activa un servicio siempre y cuando hayan sido seleccionados los literales B y D de la pregunta anterior.

**4NOTA.-** El concepto de **QUIEN DESARROLLÓ LA INNOVACIÓN** está ligado al concepto de novedad y difusión y determina las innovaciones que se desarrollan principalmente dentro de la empresa en sí misma, o en cooperación con otras empresas o con establecimientos públicos de investigación, o si se desarrollan principalmente fuera de la empresa.

\*Incluir empresas independientes y otras empresas del grupo empresarial (subsidiarias, empresas afiliadas, casa matriz). Las instituciones incluyen también universidades, institutos de investigación, organizaciones sin fines de lucro, etc.

**La empresa en cooperación con otra empresa o institución.-** La cooperación en innovación se puede producir a lo largo de la cadena de suministro e implicar a clientes y proveedores en el desarrollo conjunto de nuevos productos, nuevos procesos u otras innovaciones. El grado de interacción a lo largo de estas cadenas (es decir, si los vínculos implican una cooperación, intercambios de información sin contrapartidas comerciales o compras de tecnología) puede depender del tipo de conocimiento y tecnología.

La cooperación en innovación puede también implicar la colaboración horizontal de empresas que trabajan conjuntamente con otras empresas o con establecimientos públicos de investigación.

**Ejemplo.-** Como ejemplo, se puede citar el desarrollo conjunto de nuevas tecnologías, de nuevos productos o de nuevos procesos por empresas que venden el mismo tipo de producto pero que poseen activos complementarios, es decir, que operan en mercados geográficos

<sup>4</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

diferentes o en sectores diferentes. La cooperación horizontal en innovación puede también incluir alianzas estratégicas de comercialización para desarrollar y posteriormente introducir nuevos conceptos de mercadotecnia. Puede llevarse a cabo entre empresas que fabrican productos diferentes pero muy complementarios, como una nueva máquina-herramienta gestionada por ordenador y los programas informáticos necesarios para supervisarla y controlarla.

**Su empresa, adaptando o modificando los bienes o servicios originalmente desarrollados por otra empresa o institución.-**

**Ejemplo 1.-** Una empresa que se dedica a la fabricación de muebles de madera utiliza en su proceso de ensamblaje clavos de acero que los compra a un proveedor constante. Para que la madera sufra menos daños al introducir los clavos, la empresa ha desarrollado un revestimiento especial con el cual cubre a los clavos que, además de proteger la madera, aumenta la adherencia de los materiales.

**Ejemplo 2.-** Una empresa que se dedica a la instalación de alfombras, compra la alfombra estándar de un proveedor del exterior. La empresa ha desarrollado un compuesto que es colocado en todas las alfombras para las mismas no suelten pelusas, eliminen insectos y facilite la limpieza de sustancias viscosas.

**Otra Empresa o Institución.-** Cuando una empresa compra un producto o proceso innovador desarrollado por una empresa o institución, que por falta de capacidades tecnológicas, recursos o infraestructura no puede producirlo a gran escala. Así, la empresa que adquiere el producto o proceso innovador introduce la innovación al mercado.

**Ejemplo.-** Una empresa fabricación de polímeros adquirió la patente de un gel para detectar perforaciones microscópicas en metales de alta densidad, el gel fue desarrollado por una universidad. Actualmente, la empresa de polímeros está produciendo el gel a gran escala y vendiéndolo a empresas de ensamblaje de aeronaves.

**PREGUNTA 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: PRODUCTOS**

| 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: |                                  |                                  |
|---|----------------------------------|----------------------------------|
| Productos   | Ventas                           | Exportaciones                    |
| a) Nuevos o significativamente mejorados para la empresa y para el mercado (nacional y/o internacional)   | <input type="text" value="0"/> % | <input type="text" value="0"/> % |
| b) Nuevos o significativamente mejorados para la empresa, pero ya existentes en el mercado  | <input type="text" value="0"/> % | <input type="text" value="0"/> % |
| c) Iguales o que no fueron alterados significativamente   | <input type="text" value="0"/> % | <input type="text" value="0"/> % |
|   | 0%                               | 0%                               |

Gráfico 25

- En esta pregunta deberá registrar los porcentajes (%) de cada tipo de producto.
- Se debe considerar la respuesta dada a la pregunta 1 de esta sección. Si la respuesta es NO a todos los literales únicamente la aplicación activará el literal C de esta pregunta el cual debe ser llenado con valor 0 o 100 ya sea en ventas o exportaciones pero no la misma cantidad en las dos.

**NOTA.-** En esta pregunta al responder SI en alguna de los literales de la pregunta 1 se deberá registrar, de todos los productos ofertados y vendidos por la empresa que porcentaje pertenece a cada tipo de producto (bien o servicio). La sumatoria de los porcentajes registrados deberá dar el 100%.

### SECCIÓN IV. INNOVACIONES LOGRADAS DE PROCESO

Una 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.

Excluir las innovaciones puramente organizacionales

#### PREGUNTA 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)

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).

Durante los años 2009 a 2011 la empresa implementó:

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | Si respondió NO, a todo pase a la sección V            | Novedoso para: (indique el grado más alto de novedad solamente) |
|  | Si    No   | La empresa    El mercado nacional    El mercado internacional   |
| a) Proceso nuevo                       | <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> |   |
| b) Proceso significativamente mejorado | <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> |   |

Guardar Sección IV

Gráfico 26

- En esta pregunta si la respuesta es SI deberá seleccionar una de las opciones por cada literal: la empresa, el mercado nacional, el mercado internacional según corresponda.

Una 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.
- Excluir las innovaciones puramente organizacionales.

**Nota:** Se debe considerar que el responder esta pregunta NO en los dos literales la aplicación direccionará a la sección 5.

### **<sup>5</sup>Proceso nuevo o significativamente mejorado.-**

Engloba la introducción de:

- Tecnología de producción nueva o significativamente mejorada.
- Métodos para oferta de servicios o para el manejo y entrega de productos nuevos o significativamente mejorados.
- Equipos y software nuevos o significativamente mejorados en actividades de soporte a la producción.

El resultado de la innovación de proceso nuevo o significativamente mejorado debe ser significativo en términos del aumento de la calidad del producto (bien o servicio) o de la disminución del costo unitario de producción y entrega. La introducción de este proceso puede tener por objetivo la producción o entrega de productos nuevos o significativamente mejorados, que no puedan utilizar los procesos previamente existentes, o simplemente aumentar la eficiencia de la producción y la entrega de productos ya existentes.

**NOTA.-** Toda **recreación o modificación del proceso de elaboración de productos o la prestación de servicios**, como resultado de utilizar nuevos equipos, nuevos insumos, nuevas soluciones tecnológicas o de introducir cambios en la organización del proceso productivo (no así de los aspectos organizacionales de la empresa).

Incluye modificaciones en la logística al interior de la planta de producción (por ejemplo, introducción de GPS o códigos de barra); es considerada una innovación de proceso.

La misma puede tener como objetivo producir o entregar productos tecnológicamente nuevos o mejorados, que no puedan producirse ni entregarse utilizando métodos de producción existentes (el lanzamiento de un nuevo vehículo automotor que antes no se fabricaba, lo que implica establecer toda una línea y plataforma de montaje nueva), o bien aumentar la eficiencia de producción o entrega de productos ya conocidos por la empresa (la robotización de la etapa de ensamblaje de la carrocería en una automotriz para producir el mismo vehículo que venía produciendo).

---

<sup>5</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)



**No son incluidos.-** cambios pequeños en los procesos productivos existentes y puramente organizacionales.

**NOTA.-** Si respondió NO a todo pase a la sección V.

## PREGUNTA 2. ¿QUIEN DESARROLLÓ ESAS INNOVACIONES DE PROCESO?

| 2. ¿Quién desarrollo esas innovaciones de proceso?  | Proceso (nuevos y/o significativamente mejorados) |
|---|---|
| a) La propia empresa  | <input type="checkbox"/>                          |
| b) La empresa en cooperación con otra empresa o institución <sup>6</sup>  | <input type="checkbox"/>                          |
| c) Su empresa, adaptando o modificando los procesos originalmente desarrollados por otra empresa o institución <sup>6</sup> | <input type="checkbox"/>                          |
| d) Otra empresa o institución <sup>6</sup>  | <input type="checkbox"/>                          |

Gráfico 27

- En esta pregunta deberá seleccionar una o varias opciones según corresponda.

<sup>6</sup>**NOTA.-** El concepto de quien desarrolló la innovación está ligado al concepto de novedad y difusión y determina las innovaciones que se desarrollan principalmente dentro de la empresa en sí misma, o en cooperación con otras empresas o con establecimientos públicos de investigación, o si se desarrollan principalmente fuera de la empresa.

**La empresa en cooperación con otra empresa o institución.-** La cooperación en innovación se puede producir a lo largo de la cadena de suministro e implicar a clientes y proveedores en el desarrollo conjunto de nuevos productos, nuevos procesos u otras innovaciones. Los vínculos implican una cooperación, intercambios de información sin contrapartidas comerciales o compras de tecnología) puede depender del tipo de conocimiento y tecnología.

**Ejemplo.-** Una empresa que fabrica camisetas de algodón con diseños personalizados **elaboró** conjuntamente con un desarrollador de software una plataforma en internet para que sus clientes puedan diseñar la camiseta *on-line* con diseños propios, elijan el color de la camiseta y reciban el producto por correo.

**Su empresa, adaptando o modificando los bienes o servicios originalmente desarrollados por otra empresa o institución.-**

**Ejemplo.-** Una empresa que fabrica camisetas de algodón con diseños personalizados adquirió una plataforma en internet para sus clientes puedan diseñar la camiseta *on-line* con diseños

<sup>6</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

propios, la empresa **modificó** el sistema para que almacene el diseño hecho por el cliente por un periodo de tres años, así, el consumidor puede comprar la misma camiseta las veces que desee.

**Otra Empresa o Institución.**- Cuando una empresa compra un producto o proceso innovador desarrollado por una empresa o institución, que por falta capacidades tecnológicas, recursos o infraestructura no puede producirlo a gran escala. Así, la empresa que adquiere el producto o proceso innovador introduce la innovación al mercado.

**Ejemplo.**- Una empresa que fabrica camisetas de algodón con diseños personalizados **adquirió** una plataforma en internet para que sus clientes puedan diseñar la camiseta *on-line* con diseños propios, elijan el color de la camiseta y reciban el producto por correo.

**PREGUNTA 3. IDENTIFIQUE LOS TIPOS DE INNOVACIONES DE PROCESO QUE HAN SIDO IMPLEMENTADAS, DURANTE EL PERIODO DE 2009 A 2011:**

| 3. Identifique los tipos de innovaciones de proceso que han sido implementadas, durante el periodo de 2009 a 2011:          |                              |
|---|------------------------------|
| Nuevos  | Significativamente mejorados |
| a) Métodos de fabricación o producción de bienes o servicios  | <input type="checkbox"/>     |
| b) Métodos de logística, al interior de la planta, entrega o distribución de insumos, bienes o servicios                    | <input type="checkbox"/>     |
| c) Actividades de apoyo para procesos, como sistemas de mantenimiento u operaciones para compra, contabilidad o computación | <input type="checkbox"/>     |

**Gráfico 28**

- En esta pregunta deberá seleccionar una o varias de las opciones por cada literal según corresponda.
- La aplicación activa las opciones de la columna NUEVOS siempre y cuando la respuesta haya sido SI a la pregunta 1 literal a.
- La aplicación activa las opciones de la columna SIGNIFICATIVAMENTE MEJORADOS siempre y cuando la respuesta haya sido SI a la pregunta 1 literal b.

**<sup>7</sup>Métodos de Fabricación o Producción de Bienes o Servicios.**- Son las técnicas utilizadas por las empresas para la transformación de materias primas en productos terminados, esos productos sirven como insumos para otras empresas o se destinan para el consumo final. Los métodos de producción incluyen las técnicas, equipos y programas informáticos utilizados para producir bienes o servicios. Como ejemplos de nuevos métodos de producción, cabe citar la introducción de nuevos equipos automatizados en una cadena de fabricación o la instalación de un diseño asistido por ordenador para el desarrollo de un producto.

<sup>7</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

**Ejemplo.-** Método de producción Justo a Tiempo (Just-in-time), Sistemas Kanban, Sistema CAD (Computer Aided Design), Sistema CAM (Computer Aided Manufacturing), Producción ajustada (Lean Production).

**Métodos de logística, entrega o distribución de insumos, bienes o servicios.-** Son las técnicas utilizadas por las empresas para entregar materias primas, insumos, componentes o productos terminados a sus clientes o consumidores.

Los métodos de distribución están vinculados a la logística de la empresa y engloban los equipos, los programas informáticos y las técnicas para el abastecimiento de insumos, la asignación de suministros en el seno de la empresa o la distribución de productos finales. Son ejemplo de un nuevo método de distribución, la aplicación de un sistema de trazabilidad de las mercancías por etiquetas con códigos con de barras o con un chip de identificación por radiofrecuencia (RFID)

**Ejemplo.-** Métodos de entregas a domicilio, Plataformas de compras *on-line* para sus clientes, Sistemas de logística reversa, Sistemas de recolección de empaques desde el cliente hasta la empresa.

**Actividades de apoyo para procesos, como sistemas de mantenimiento u operaciones para compra, contabilidad o computación.-** Se refiere a las actividades que no son métodos de fabricación ni de logística, pero están directamente relacionados con la producción de un bien o prestación de un servicio.

**Ejemplo.-** Sistemas de mantenimiento u operaciones para compra y gestión de proveedores, Sistemas mantenimiento u operaciones para contabilidad de costos: ERP (Enterprise Resource Planning), MRP (Manufacturing Resource Planning).

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

**PREGUNTA 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 QUE SUBCONTRATÓ POR FUERA? SI LAS LLEVÓ A CABO, SEÑALE CUÁNTO DINERO DESTINÓ A TAL FIN.**

| 1. Durante el período de 2009 a 2011, ¿su empresa desarrolló las siguientes actividades de Investigación y Desarrollo, ya sea al interior de la misma o las que subcontrató por fuera? Si las llevó a cabo, señale cuánto dinero destinó a tal fin. |                                  |                                  |      |      |      |  |
|---|----------------------------------|----------------------------------|------|------|------|--|
| Actividades:  | Si                               | No                               | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| a) Investigación y Desarrollo (I+D) interna   | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/>            | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |  |
| b) Investigación y Desarrollo (I+D) externa   | <input type="radio"/>            | <input checked="" type="radio"/> |      |      |      |  |

**Gráfico 29**

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción ya sea SI o NO por cada literal según corresponda.
- La aplicación activará las cantidades en los diferentes años siempre u cuando la respuesta haya sido SI en cualquiera de los literales y valida que al menos una cantidad sea ingresada.

**NOTA.-** A continuación detallamos los conceptos.

**<sup>8</sup>INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO I+D INTERNA.-** Es el trabajo creativo realizado en forma sistemática, con el objetivo de generar 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 incluyen todas las características y desempeños del nuevo producto, proceso o técnica organizacional o de comercialización

La creación de software se considera I+D en tanto y en cuanto implique hacer avances científicos y tecnológicos.

Estas actividades pueden ser desarrolladas dentro de un departamento formal como en otros ámbitos de la empresa, de no contar con tal área. La única restricción para que una actividad, que tiene como finalidad generar nuevos conocimientos, sea considerada I+D es que se realice de forma no ocasional, es decir sistemáticamente.

**INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO I+D EXTERNA.-** Es el trabajo creativo que no se realiza dentro de la empresa o con personal de la empresa, si no 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.

**PREGUNTA 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**

<sup>8</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

| 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. |                       |                                  |      |      |      |
|---|-----------------------|----------------------------------|------|------|------|
| Esfuerzos Innovativos   | Si                    | No                               | 2009 | 2010 | 2011 |
| a) Adquisición de maquinaria y equipo   | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |      |      |      |
| b) Adquisición de Hardware  | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |      |      |      |
| c) Adquisición de Software  | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |      |      |      |
| d) Adquisición de Tecnología desincorporada   | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |      |      |      |
| e) Contratación de consultorías y asistencia técnica  | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |      |      |      |
| f) Actividades de Ingeniería y Diseño Industrial (IDI)  | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |      |      |      |
| g) Capacitación del personal  | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |      |      |      |
| h) Estudios de mercado  | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |      |      |      |

**Gráfico 30**

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción por cada literal ya sea SI o NO según corresponda.
- La aplicación activará las cantidades en los diferentes años siempre u cuando la respuesta haya sido SI en cualquiera de los literales y valida que al menos una cantidad sea ingresada.

**NOTA.-** A continuación detallamos los conceptos.

**<sup>9</sup>Adquisición de máquinas, equipos, hardware, 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 producto. 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.

**Contratos de consultorías y asistencia técnica.-** Implica 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 considerarlas como actividad de I+D externa y capacitación respectivamente.

**Actividades de ingeniería y diseño industrial (IDI).-** Ingeniería 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 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

<sup>9</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

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) como en las tecnologías duras (procesos productivos).

**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 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.

## SECCIÓN VI. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

**Nota:** La aplicación no activa la pregunta 1 de esta sección si las respuestas son NO en todos los literales de las secciones III, IV y V.

**PREGUNTA 1. DURANTE EL PERÍODO DE 2009 A 2011, SEÑALE EL PORCENTAJE APORTADO DE LAS SIGUIENTES FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA SUS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN:**

| 1. Durante el periodo de 2009 a 2011, señale el porcentaje aportado de las siguientes fuentes de financiamiento para sus actividades de innovación: |                                  |
|---|----------------------------------|
|   | Contribución                     |
| a) Apoyos gubernamentales   | <input type="text" value="0"/> % |
| b) Banca privada  | <input type="text" value="0"/> % |
| c) Recursos provenientes del exterior   | <input type="text" value="0"/> % |
| d) Recursos propios   | <input type="text" value="0"/> % |
| e) Otras (especifique) <input type="text"/>   | <input type="text" value="0"/> % |
| <b>Total financiamiento (a+b+c+d+e)</b>   | <b>0%</b>                        |

Gráfico 31

- En esta pregunta deberá registrar el (%) porcentaje aportado por las fuentes de financiamiento de sus actividades.
- La aplicación valida que al menos uno de los literales tenga respuesta y que el total del financiamiento únicamente sume un 100%.

**<sup>10</sup>Fuentes de financiamiento.**- Es el origen de los recursos financieros que la institución utiliza para sus procesos de innovación.

**Apoyo Gubernamental.**- Refiere a la participación de los fondos obtenidos desde organismos públicos de fomento a la innovación y debe ser consistente con las respuestas informadas en la pregunta de acceso a fondos públicos.

**Banca Privada.**- Se refiere a los préstamos recibidos desde las entidades financieras, independientemente de las características del préstamo mismo (hipotecario, prendario, leasing, etc.)

**Recursos del Exterior.**- Son todos los recursos financieros provenientes de entidades ubicadas fuera del país.

**Recursos Propios.**- Incluye reinversión de utilidades, aportes de los socios y transferencias desde la casa matriz u otras empresas del grupo.

**Otras Fuentes.**- Resto de los fondos obtenidos a partir de terceros. Incluye el financiamiento por partes de clientes, proveedores, ONG, etc.

**PREGUNTA 2. INDIQUE SI LA EMPRESA CONOCE LOS SIGUIENTES INSTRUMENTOS DE APOYO A LA INNOVACIÓN, Y SI LOS UTILIZÓ EN EL PERÍODO DE 2009 A 2011:**

|  | ¿Conoce?                         |                       | Solicitó y no lo obtuvo | Solicitó y lo accedió | No aplicó             |
|--|----------------------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------|-----------------------|
|  | Si                               | No                    |                         |                       |                       |
| <b>a) Programas para mejorar la calidad y obtener certificación</b>                                |                                  |                       |                         |                       |                       |
| a.1) Sistema de Gestión de calidad ISO 9001:2008   | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| a.2) Calificación, registro de maquiladoras y autorización de los respectivos programas de maquila | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/> |                         |                       |                       |
| a.3) Otras (especifique) <input type="text"/>  | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/> |                         |                       |                       |
| <b>b) Programas para entrenamiento de personal</b>   |                                  |                       |                         |                       |                       |
| b.1) Jóvenes Productivos   | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| b.2) Programas Sectoriales   | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/> |                         |                       |                       |
| b.3) Otras (especifique) <input type="text"/>  | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/> |                         |                       |                       |

Gráfico 32

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción ya sea SI o NO según corresponda.
- Si la respuesta es SI se debe seleccionar una opción ya sea: solicitó y no lo obtuvo, solicitó y lo accedió o no lo aplicó según corresponda.
- La aplicación valida si existe la opción de especificar alguna otra en cualquiera de los literales.

**<sup>11</sup>NOTA.**- A continuación se detallan algunos de los programas públicos de fomento a innovaciones.

- Programas para mejorar la calidad y obtener certificación.

<sup>10</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

<sup>11</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

| Institución | Programa  |
|-------------|---|
| MIPRO       | Sistema de Gestión de calidad ISO 9001:2008   |
| MIPRO       | Calificación, registro de maquiladoras y autorización de los respectivos programas de maquila |

- Programas para entrenamiento de personal

| Institución | Programa              |
|-------------|-----------------------|
| MCPEC       | Jóvenes Productivos   |
| SETEC       | Programas Sectoriales |

- Programas de apoyo a la innovación

| Institución | Programa                  |
|-------------|---------------------------|
| MIPRO       | Registro de Ensambladoras |
| MCPEC       | INNOVA ECUADOR            |

- Programas de asistencia técnica para la adopción tecnológica y gestión empresarial (misiones tecnológicas, consultorías tecnológicas, etc.)

| Institución | Programa  |
|-------------|---|
| MIPRO       | SRRI – Sistema de Registro de Renovación Industrial |
| MIPRO       | Renova Industria                                    |

- Programas de apoyo al emprendimiento (incubación de empresas, capital semilla, etc.)

| Institución | Programa   |
|-------------|--|
| MIPRO       | Sistema de Registro, Evaluación y Seguimiento de Proyectos |
| MIPRO       | Ferias inversas  |
| MIPRO       | Producepyme  |
| MIPRO       | Exporta Fácil  |
| MCPEC       | EmprendEcuador   |
| SETECI      | Cooperación técnica internacional                          |

- Programas de promoción de exportaciones (misiones comerciales, marketing, etc.)

| Institución | Programa                                    |
|-------------|---|
| MIPRO       | SISEMP – Sistema de Información Empresarial |
| MIPRO       | SIM – Sistema de Inteligencia de Mercados   |
| MIPRO       | Consortios de exportación y origen          |



## SECCIÓN VII. DETERMINANTES Y OBJETIVOS PARA LAS ACTIVIDADES DE INNOVACION DURANTE EL PERIODO DE 2009 A 2011

**Nota:** La aplicación no activa toda esta sección si las respuestas son NO en todos los literales de las secciones III, IV y V.

### PREGUNTA 1. DURANTE EL PERÍODO DE 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:

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.

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| a) Detección de una demanda total o parcialmente insatisfecha en el mercado   | <input type="checkbox"/> |
| b) Aprovechamiento de una idea o de novedades científicas y técnicas  | <input type="checkbox"/> |
| c) Amenaza de la competencia  | <input type="checkbox"/> |
| d) Pautas regulatorias (nacionales/internacionales; públicas/privadas)  | <input type="checkbox"/> |
| e) Cambios en normas de propiedad intelectual   | <input type="checkbox"/> |
| f) Procesos de certificación  | <input type="checkbox"/> |
| g) Problema técnico   | <input type="checkbox"/> |
| h) Aprovechamiento de una idea generada al interior de la firma (ya sea por los propios empleados, o en alguna unidad a esos efectos) | <input type="checkbox"/> |

Gráfico 33

- En esta pregunta deberá seleccionar una, varias o ninguna de las opciones según corresponda.

### PREGUNTA 2. DURANTE EL PERÍODO DE 2009 A 2011, ¿QUE TAN IMPORTANTES FUERON CADA UNA 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).

2. Durante el período 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)

- |  | Alto                  | Medio                 | Bajo                  | No relevante          |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| a) Aumentar la variedad de bienes o servicios                          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| b) Reemplazar los productos o procesos desactualizados                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| c) Ingresos a nuevos mercados  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| d) Incremento de la participación de mercado                           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| e) Mejorar la calidad de bienes o servicios                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| f) Mejorar la flexibilidad para producir bienes o servicios            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| g) Aumentar la capacidad para producir bienes o servicios              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| h) Reducir los costos de producción por unidad de producción           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| i) Reducir los costos de materiales y energía por unidad de producción | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| j) Reducir los impactos ambientales                                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| k) Mejorar la salud o seguridad ocupacional de sus empleados           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Gráfico 34

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción por cada literal según corresponda.

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

**Nota:** La aplicación no activa toda esta sección si las respuestas son NO en todos los literales de las secciones III, IV y V.

### PREGUNTA 1. DURANTE EL PERÍODO DE 2009 A 2011. ¿QUÉ IMPORTANCIA TUVIERON PARA LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DE SU EMPRESA LAS SIGUIENTES FUENTES DE INFORMACIÓN?

| 1. Durante el periodo de 2009 a 2011. ¿qué importancia tuvieron para las actividades de innovación de su empresa las siguientes fuentes de información? |                       |                       |                       |                        |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|
| <b>1.1 Fuentes internas de la empresa</b>   | <b>Alto</b>           | <b>Medio</b>          | <b>Bajo</b>           | <b>No ha utilizado</b> |
| a) Departamento de investigación y Desarrollo (I+D)   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| b) Áreas de la empresa correspondientes a marketing   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| c) Áreas de la empresa correspondientes a producción  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| d) Áreas de la empresa correspondientes a distribución  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| e) Áreas de la empresa correspondientes a administración y finanzas   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| f) Área de sistemas (TIC's)   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| g) Otras empresas del grupo o casa matriz   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| <b>1.2 Fuentes externas a la empresa</b>  | <b>Alto</b>           | <b>Medio</b>          | <b>Bajo</b>           | <b>No ha utilizado</b> |
| a) Clientes y consumidores  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| b) Competidores   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| c) Proveedores  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| d) Consultores  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| e) Universidades  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| f) Laboratorios/Emresas de I+D  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| g) Organismos públicos Ciencia y Tecnología   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| h) Internet   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| i) Ferias, conferencias, exposiciones   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| j) Bases de datos de publicaciones científicas  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| k) Bases de datos de patentes y propiedad intelectual   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| l) Revistas y catálogos   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |
| m) Otras empresas relacionadas  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |

Gráfico 35

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción por cada literal según corresponda.

**Fuentes Internas de la Empresa.**- Las fuentes de información interna son los recursos de conocimiento obtenidos de las distintas áreas de la empresa o de otras empresas del grupo, que contribuyen a las actividades de innovación.

**Ejemplo.**- Los ejemplos son los literales descritos en la pregunta.

**Fuentes Externas a la Empresa.**- Las fuentes de información externa son los recursos de conocimiento obtenidos de organizaciones externas a la empresa, recursos bibliográficos o fuentes de libre acceso que contribuyen a las actividades de innovación.

**Ejemplo.**- Los ejemplos son los literales descritos en la pregunta.

**PREGUNTA 2. DURANTE EL PERÍODO 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:**

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:

|   | ¿Cooperó?             |                       | I + D | Ingeniería y Diseño | Capacitación | Asistencia técnica | Información | Pruebas de productos | Financiamiento |
|---|-----------------------|-----------------------|-------|---------------------|--------------|--------------------|-------------|----------------------|----------------|
|   | Si                    | No                    |       |                     |              |                    |             |                      |                |
| a) Clientes y consumidores                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |       |                     |              |                    |             |                      |                |
| b) Competidores                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |       |                     |              |                    |             |                      |                |
| c) Proveedores                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |       |                     |              |                    |             |                      |                |
| d) Consultores                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |       |                     |              |                    |             |                      |                |
| e) Universidades                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |       |                     |              |                    |             |                      |                |
| f) Laboratorios/ Empresas de I+D            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |       |                     |              |                    |             |                      |                |
| g) Organismos públicos Ciencia y Tecnología | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |       |                     |              |                    |             |                      |                |
| h) Otras empresas relacionadas              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |       |                     |              |                    |             |                      |                |
| i) Oficina de propiedad intelectual         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |       |                     |              |                    |             |                      |                |
| j) Otras empresas del grupo o casa matriz   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |       |                     |              |                    |             |                      |                |

Gráfico 36

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción ya sea SI o NO según corresponda y seleccione una; o varias respuestas según corresponda.
- Si la respuesta es afirmativa la aplicación asociará los literales correspondientes a los de la pregunta 3.
- La aplicación no activa la pregunta siguiente si la respuesta es no a todos los literales de esta pregunta.

**PREGUNTA 3. INDIQUE LA UBICACIÓN DE LOS SOCIOS QUE COOPERARON CON SU EMPRESA EN ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO:**

3. Indique la ubicación de los socios con los cuales coopero en actividades de innovación de producto y proceso:

|   | En el País                          | América Latina y el Caribe          | E.E.U.U. y Canadá                   | Europa                              | Asia                                | África                              | Oceanía                             |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| a) Clientes y consumidores                  | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| b) Competidores                             | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| c) Proveedores                              | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| d) Consultores                              | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| e) Universidades                            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| f) Laboratorios/ Empresas de I+D            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| g) Organismos públicos Ciencia y Tecnología | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| h) Otras empresas relacionadas              | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| i) Oficina de propiedad intelectual         | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |
| j) Otras empresas del grupo o casa matriz   | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            |

Gráfico 37

- En esta pregunta le permite seleccionar al menos una o varias opciones por cada literal.

**PREGUNTA 4. ¿QUÉ TIPO DE SOCIO DE COOPERACIÓN CONSIDERA QUE HA SIDO EL MÁS VALIOSO PARA LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DE SU EMPRESA?**

4. ¿Qué tipo de socio de cooperacion considera que ha sido el mas valioso para las actividades de innovacion de su empresa?

Registre la letra que corresponda de la pregunta 3

Gráfico 38

- En esta pregunta se debe seleccionar uno de los literales que hayan sido escogidos en las preguntas anteriores pero considerando entre ellos el más valioso.

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

En esta sección se pretende conocer las dificultades que han enfrentado todas las empresas al momento de encarar actividades de innovación o durante el transcurso de las mismas; si es que han enfrentado alguna.

**PREGUNTA 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?**

1. Hasta el final de 2011 su empresa tuvo alguna actividad de innovacion en curso (incompleta) para el desarrollo y/o introduccion de innovaciones de producto o proceso? Si  No

Gráfico 39

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción ya sea SI o NO según corresponda y seleccione una; o varias respuestas según corresponda

**Innovación en curso.**- Son aquellas innovaciones en las que todavía no se ha culminado su introducción al mercado y continúan en proceso de desarrollo.

**PREGUNTA 2. DURANTE EL PERÍODO 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?**

2. Durante el periodo de 2009 a 2011 su empresa tuvo alguna actividad de innovacion para el desarrollo y/o introduccion de innovaciones de producto o proceso que fue abandonada o suspendida antes de su termino? Si  No

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción ya sea SI o NO según corresponda y seleccione una; o varias respuestas según corresponda

Las actividades de innovación incluyen adquisición de maquinaria, equipos, software y licencias, trabajos de ingeniería y desarrollo, diseño, entrenamiento, marketing e I+D cuando es específicamente realizada para desarrollar y/o implementar una innovación de producto o proceso incluir también I+D básica como una actividad de innovación, incluso cuando no está relacionada a una innovación de producto o proceso.

**Innovación abandonada o suspendida.-** Son aquellas innovaciones abortadas o suspendidas antes de la introducción de la innovación y que no llegaron a concluirse.

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

En esta sección se pretende conocer las dificultades que han enfrentado todas las empresas al momento de encarar actividades de innovación o durante el transcurso de las mismas; si es que han enfrentado alguna.

### PREGUNTA 1. DURANTE EL PERÍODO DE 2009 A 2011, ¿QUE TAN IMPORTANTES FUERON LOS SIGUIENTES FACTORES EN LA OBSTACULIZACIÓN DE SUS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN?

| 1. Durante el periodo de 2009 a 2011 que tan importantes fueron los siguientes factores en la obstaculización de sus actividades de innovación? |                       |                       |                       |                         |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| <b>Factores de costo</b>  | <b>Alto</b>           | <b>Medio</b>          | <b>Bajo</b>           | <b>No experimentado</b> |
| a) Falta de fondos dentro de su empresa o grupo   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| b) Falta de financiamiento de fuentes externas a la empresa   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| c) Costos de innovación muy altos   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| <b>Factores de mercado</b>  | <b>Alto</b>           | <b>Medio</b>          | <b>Bajo</b>           | <b>No experimentado</b> |
| a) Mercado dominado por empresas establecidas   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| b) Incertidumbre de la demanda para bienes o servicios innovadores  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| <b>Factores de conocimiento</b>   | <b>Alto</b>           | <b>Medio</b>          | <b>Bajo</b>           | <b>No experimentado</b> |
| a) Falta de personal calificado en la empresa   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| b) Falta de personal calificado en el país  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| c) Falta de información sobre tecnología  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| d) Falta de información sobre los mercados  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| e) Dificultad para encontrar socios de cooperación para innovación  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |

Gráfico 40

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción por cada literal casillero por cada literal.
- La aplicación activa la pregunta correspondiente a RAZONES PARA NO INNOVAR únicamente si la respuesta es NO a las secciones III y IV y V.

**NOTA.-** Las Actividades de innovación pueden ser obstaculizadas por diversos factores, pueden existir razones para no iniciar en ningún caso actividades de innovación, pero también pueden existir factores que frenen las actividades de innovación que ya se han iniciado, esto puede conllevar a un efecto negativo sobre los resultados previstos. Puede tratarse de efectos económicos como unos elevados costos o una insuficiente demanda, de factores vinculados a la empresa, como los expuestos en el cuadro de la pregunta.

## SECCIÓN XI. INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL<sup>12</sup>

Las innovaciones de organización pueden tener por objeto mejorar los resultados de una empresa reduciendo los costes administrativos o de transacción, mejorando el nivel de satisfacción en el trabajo (y por consiguiente, aumentar la productividad), facilitando el acceso a bienes no comercializados (como el conocimiento externo no catalogado) o reduciendo los costes de los suministros.

Lo que distingue una innovación de organización de otros cambios organizativos en el seno de una empresa es la introducción de un método organizativo (en las prácticas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores) que no hayan sido utilizados antes por la empresa y que resulte de decisiones estratégicas tomadas por la dirección.

Las innovaciones de organización en las prácticas empresariales implican la introducción de nuevos métodos para organizar las rutinas y los procedimientos de gestión de los trabajos. Incluyen, por ejemplo la introducción de nuevas prácticas para mejorar el aprendizaje y la distribución del conocimiento de la empresa. Como ejemplo se puede citar la primera introducción de prácticas de catalogación del conocimiento, es decir la creación de bases de datos sobre las prácticas a seguir, las conclusiones obtenidas y otras formas de conocimiento, de modo que éste sea fácilmente accesible para terceros. Otro ejemplo es la introducción por primera vez de prácticas de formación del personal y mejora de las condiciones que permiten mantener a los empleados, como los sistemas de educación y formación. Como otros ejemplos cabe citar la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción o suministro, como los sistemas de gestión de la cadena de suministro, la reestructuración de las actividades, la producción sobre pedido y los sistemas de gestión de la calidad.

Las innovaciones en la organización del lugar de trabajo implican la introducción de nuevos métodos de atribución de responsabilidades y del poder de decisión entre los empleados para la división del trabajo en el seno de los servicios y entre los servicios (y las unidades organizativas) de la empresa, así como nuevos conceptos de estructuración, en particular, la integración de distintas actividades. Como ejemplo de innovación en la organización del lugar de trabajo, se puede citar la introducción, por primera vez, de un modelo organizativo que confiera a los empleados de la empresa mayor autonomía de decisión y les anime a comunicar sus ideas. Para ello, se puede descentralizar el control de gestión y las actividades del grupo o crear equipos formales o informales en los cuales cada empleado goce de una mayor flexibilidad. No obstante, las innovaciones organizativas pueden también implicar la centralización de las actividades y el refuerzo de la obligación de rendir cuentas con relación a las decisiones tomadas. Como ejemplo de innovación organizativa en la estructuración de las actividades de la empresa, cabe citar los sistemas de producción “justo a tiempo” o la producción sobre pedido que integra las ventas y la producción o los que integran la ingeniería y el desarrollo con la producción.

---

<sup>12</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

- 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.

**PREGUNTA 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).**

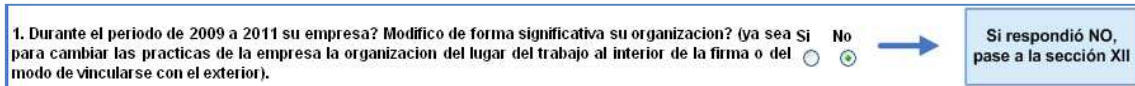


Gráfico 41

- En esta pregunta, se deberá seleccionar una opción ya sea **SI** o **NO**. Si la respuesta es **NO** la aplicación desactiva el resto de preguntas y direcciona a la sección XII.

Una 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 sea por primera vez.

**PREGUNTA 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).**

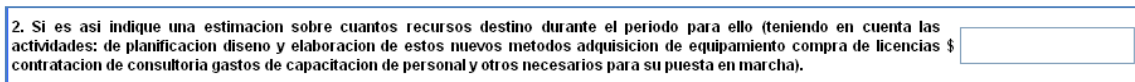


Gráfico 42

- En esta pregunta se tiene que registrar el monto destinado a actividades de Innovación Organizacional en números enteros.

**PREGUNTA 3. DURANTE EL PERÍODO DE 2009 A 2011, ¿QUÉ TIPO DE INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL INTRODUJO SU EMPRESA?**

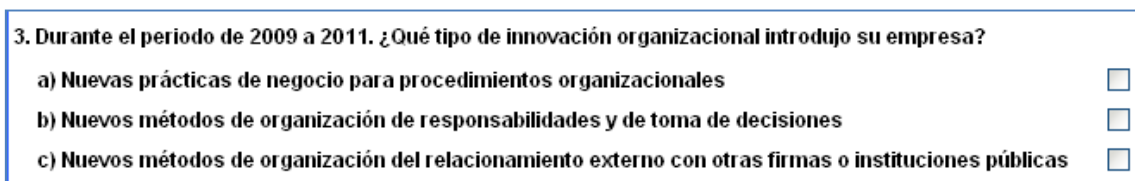


Gráfico 43

- En esta pregunta deberá seleccionar al menos una o varias opciones de respuesta.

- a. Nuevas prácticas de negocio para la organización de procesos (ejemplo: gestión de la cadena de suministros, reingeniería de procesos, gestión del conocimiento, sean producción, gestión de la calidad, 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, tercerización o subcontratación, etc.)

**PREGUNTA 4. DURANTE EL PERÍODO DE 2009 A 2011, ¿QUE 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)**

| 4. Durante el período de 2009 a 2011 que 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) |                       |                       |                       |                       |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|   | Alto                  | Medio                 | Bajo                  | No experimentado      |
| a) Reducir el tiempo de respuesta para responder a las necesidades del cliente o proveedor  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| b) Mejorar la capacidad para desarrollar nuevos productos o procesos  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| c) Mejorar la calidad de sus bienes o servicios   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| d) Reducir costos por unidad de producción  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| e) Mejorar la información y el intercambio de información dentro de su empresa o con otras empresas o instituciones   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Gráfico 44

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción por literal según corresponda.

## SECCIÓN XII. INNOVACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN<sup>13</sup>

Lo que distingue la innovación de mercadotecnia de los otros cambios en los instrumentos de comercialización de una empresa es la introducción de un método de comercialización que esta empresa no utilizaba antes. Esta introducción debe inscribirse en un concepto o una estrategia de mercadotecnia que representa una ruptura fundamental con relación a los métodos de comercialización ya practicados por la empresa. El nuevo método de comercialización puede haber sido puesto a punto por la empresa innovadora o adoptada de otra empresa u organización. La introducción de nuevos métodos de comercialización puede referirse tanto a productos nuevos como a ya existentes.

Las innovaciones de mercadotecnia, principalmente, incluyen cambios significativos en el diseño del producto que son parte del nuevo concepto de comercialización. En este caso los cambios de diseño del producto se remiten a cambios de forma y aspecto que no modifican las características funcionales o de utilización del producto. Estos cambios incluyen también las modificaciones del envasado de los productos como los alimentos, las bebidas y los detergentes

<sup>13</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)



para los cuales el embalaje es el principal determinante del aspecto del producto. Como ejemplo de innovación de mercadotecnia vinculada al diseño de un producto, cabe citar un cambio significativo en el diseño de una línea de muebles con el fin de darle un nuevo aspecto y hacerla más atractiva. Las innovaciones en el diseño de los productos pueden también incluir la introducción de cambios significativos en la forma, el aspecto o el gusto de productos alimentarios o bebidas, como la introducción de nuevos sabores para un producto alimentario con el fin de captar un nuevo segmento del mercado. Como ejemplo de innovación de mercadotecnia en el ámbito del envasado, se puede citar la adopción de un diseño enteramente nuevo para un frasco de loción corporal, destinado a dar al producto un aspecto original y a atraer a una nueva clientela.

Los nuevos métodos de comercialización en materia de posicionamiento de productos se refieren principalmente a la creación de nuevos canales de venta. Por canales de venta, se entienden aquí los métodos utilizados para vender bienes y servicios a los clientes y no los métodos logísticos (transporte, almacenamiento y manejo de productos) esencialmente relativos a la eficiencia. Como ejemplos de innovaciones de mercadotecnia en el posicionamiento de un producto, se pueden citar la introducción de una red de franquicias, la venta directa o la venta al por menor con cláusula de exclusividad, y la concesión de licencias sobre un producto. La innovación en el posicionamiento de los productos puede también implicar la utilización de nuevos conceptos para la presentación de estos productos. Citemos por ejemplo, los grandes centros de exposición de muebles cuyo diseño se reorganiza por temas, lo que permite a los clientes ver los productos “en su ambiente”.

Los nuevos métodos de comercialización en materia de promoción de productos implican la utilización de nuevos conceptos para promocionar los bienes o servicios de una empresa. Por ejemplo la primera utilización de unos medios o de una técnica de comunicación significativamente diferentes como la presentación de un producto en películas o programas de televisión, o el recurso a celebridades para elogiarlo – constituye una innovación de mercadotecnia. Otro ejemplo es el desarrollo de la imagen de marca, así como el desarrollo y lanzamiento de un logo básicamente nuevo (no confundirlo con la actualización regular del aspecto del logo), destinado a colocar el producto de la empresa en un nuevo mercado o a renovar su imagen. La introducción de un sistema de información personalizada, mediante tarjetas de fidelización, por ejemplo, con el fin de adaptar la presentación de los productos a las necesidades específicas de los clientes considerados de forma individual puede también considerarse como una innovación de mercadotecnia.

**PREGUNTA 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).**

1. Durante el periodo de 2009 a 2011 su empresa? Modifico de forma significativa su comercializacion? (lo que Si No    Si respondió NO, pase a la sección XIII)

Gráfico 45

- En esta pregunta, se deberá seleccionar **una sola opción de respuesta SI o NO**. La aplicación desactiva el resto de preguntas y direcciona a la sección XIII si la respuesta es **NO**.

Una 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.

**PREGUNTA 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).**

2. Si es así indique una estimacion sobre cuantos recursos destino durante el periodo para ello (teniendo en cuenta las actividades: de planificacion diseno y elaboracion de estos nuevos metodos adquisicion de equipamiento compra de licencias \$  contratacion de consultoria gastos de capacitacion de personal y otros gastos necesarios para su puesta en marcha).

Gráfico 46

- En esta pregunta se tiene que registrar el monto destinado a actividades de Innovación de Comercialización en números enteros.

**PREGUNTA 3. DURANTE EL PERÍODO DE 2009 A 2011, ¿QUÉ TIPO DE INNOVACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN INTRODUJO SU EMPRESA?**

3. Durante el periodo de 2009 a 2011 su empresa introdujo algun tipo de innovacion de comercializacion:

a) Cambios significativos en el diseño estético o en el envase de un bien o servicio

b) Nuevos medios o técnicas para la promoción del producto

c) Nuevos métodos de distribución o colocación de productos en el mercado

d) Nuevos métodos de establecimiento de precios para bienes o servicios

Gráfico 47

- En esta opción deberá seleccionar al menos una o varias opciones de respuesta.
- a. **Cambios significativos en el diseño estético o en el envase de un bien o servicio.**- Se excluyen los cambios que alteren 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 primera vez de un nuevo tipo de comunicación publicitaria, una nueva imagen de la marca, introducción de targetas de afiliación, etc.
- c. **Nuevos métodos de distribución o colocación de productos en el mercado.**- Ejemplo, aplicación por primera vez de franquicias o licencias de distribución, venta directa, nuevos conceptos para la presentación del producto, etc.
- d. **Nuevos métodos de establecimientos de precios para bienes o servicios.**- Ejemplo, aplicación por primera vez de variables de precio según la demanda, sistemas de descuentos, etc.

**PREGUNTA 4. DURANTE EL PERIODO DE 2009 A 2011, ¿QUE TAN IMPORTANTES FUERON LOS SIGUIENTES OBJETIVOS EN LA INTRODUCCIÓN DE INNOVACIONES DE COMERCIALIZACIÓN PARA SU EMPRESA?**

| 4. Durante el periodo de 2009 a 2011 que tan importante fueron los siguientes objetivos en la introducción de innovaciones de comercialización para su empresa? |                       |                       |                       |                       |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|   | Alto                  | Medio                 | Bajo                  | No relevante          |
| a) Aumentar o mantener la participación del mercado   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| b) Introducir productos a nuevos grupos de clientes   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| c) Introducir productos a nuevos mercados geográficos   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Gráfico 48

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción por cada literal según corresponda.
  - a. **Aumentar o mantener la participación del mercado.**- Aumentar la venta de productos (bienes o servicios) en el actual nicho de mercado de la empresa.
  - b. **Introducir productos a nuevos grupos de clientes.**- Venta de productos a nuevos nichos de mercado, de los ya establecidos por la empresa.
  - c. **Introducir productos a nuevos mercados geográficos.**- Venta de productos en nuevas zonas geográficas (otra ciudad, otra provincia, otro país, otro continente), donde la empresa antes no los comercializaba.

**SECCIÓN XIII. IMPACTOS DE LAS INNOVACIONES**

**Nota:** La aplicación no activa toda esta sección si las respuestas son NO en todos los literales de las secciones III, IV, XI y XII.

**PREGUNTA 1. ¿CUÁL FUE EL IMPACTO EN SU ORGANIZACIÓN DEBIDO A LA INTRODUCCIÓN DE INNOVACIONES DE PRODUCTO (BIEN O SERVICIO), PROCESO, ORGANIZACIÓN Y DE COMERCIALIZACIÓN, DURANTE EL PERÍODO DE 2009 A 2011?**

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

|   | Alto                  | Medio                 | Bajo                  | No relevante          |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| a) Aumentó la variedad de bienes o servicios                          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| b) Reemplazó los productos o procesos desactualizados                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| c) Ingresó a nuevos mercados  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| d) Incrementó de la participación de mercado                          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| e) Mejoró la calidad de bienes o servicios                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| f) Mejoró la flexibilidad para producir bienes o servicios            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| g) Aumentó la capacidad para producir bienes servicios                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| h) Redujo los costos de producción por unidad de producción           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| i) Redujo los costos de materiales y energía por unidad de producción | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| j) Redujo los impactos ambientales                                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| k) Mejoró la salud o seguridad ocupacional de sus empleados           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Gráfico 49

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción por cada literal según corresponda.

## SECCIÓN XIV. TALENTO HUMANO

### PREGUNTA 1. INDIQUE EL TOTAL DE EMPLEADOS DE SU EMPRESA, EN CANTIDAD DE PERSONAS FÍSICAS EN EL AÑO 2011, SEGÚN SU NIVEL CALIFICACIÓN:

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

| Nivel de educación formal:      | Cantidad de empleados          |
|---------------------------------|--------------------------------|
| a) Doctor PhD                   | <input type="text" value="0"/> |
| b) Maestría                     | <input type="text" value="0"/> |
| c) Especialista                 | <input type="text" value="0"/> |
| d) Tercer Nivel                 | <input type="text" value="0"/> |
| e) Técnico o Tecnólogo Superior | <input type="text" value="0"/> |
| f) Secundaria                   | <input type="text" value="0"/> |
| g) Primaria                     | <input type="text" value="0"/> |
| Total de empleados              | <input type="text" value="0"/> |

Gráfico 50

**NOTA.-** La aplicación valida que el total de empleados deba coincidir con el resultado obtenido en la Sección II, pregunta 9, literal d.

**PREGUNTA 2. PARA EL AÑO 2011, INDIQUE LA COMPOSICIÓN DE LOS EMPLEADOS CON ESTUDIOS DE POSGRADO, PREGRADO Y SECUNDARIOS COMPLETOS SEGÚN EL TIPO DE FORMACIÓN:**

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

|                                 |                                |   |
|---------------------------------|--------------------------------|---|
| a) Ciencias Naturales y Exactas | <input type="text" value="0"/> | % |
| b) Ingeniería y Tecnología      | <input type="text" value="0"/> | % |
| c) Ciencias Médicas             | <input type="text" value="0"/> | % |
| d) Ciencias agrícolas           | <input type="text" value="0"/> | % |
| e) Ciencias Sociales            | <input type="text" value="0"/> | % |
| f) Humanidades                  | <input type="text" value="0"/> | % |

Gráfico 51

**NOTA.-** El total de empleados debe distribuirse en % según el tipo de formación. La aplicación valida los rangos entre 0 y 100%

**PREGUNTA 3. PARA EL AÑO 2011, INDIQUE LA CANTIDAD PROMEDIO DE EMPLEADOS DE SU EMPRESA QUE SE DEDICAN A LAS SIGUIENTES ÁREAS FUNCIONALES. ASI MISMO, SEÑALE PARA CADA UNA DE ELLAS, SI LA EMPRESA CUENTA CON DEPARTAMENTOS ESTABLECIDOS FORMALMENTE PARA LLEVARLAS ADELANTE, RESPONDIENDO POR SI O POR NO.**

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 si o por no.

| Empleo total en:                  | Cantidad de personas           | Departamento formal   |                       |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------|-----------------------|
|                                   |                                | Si                    | No                    |
| a) Informática y Sistemas         | <input type="text" value="0"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| b) Investigación y desarrollo     | <input type="text" value="0"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| c) Ingeniería y diseño industrial | <input type="text" value="0"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Gráfico 52

- En esta pregunta de debe registrar el promedio de empleados que se dedican a las actividades mencionadas en los tres literales y señalar si la empresa cuenta con departamentos establecidos formalmente para llevarlas adelante, respondiendo SI o NO, de forma obligatoria.

**SECCIÓN XV. PATENTES Y MÉTODOS DE PROTECCIÓN DE PROPIEDAD INTELLECTUAL<sup>14</sup>**

**PREGUNTA 1. DURANTE EL PERÍODO DE 2009 A 2011, INDIQUE CUÁLES MÉTODOS FORMALES DE PROPIEDAD INTELLECTUAL UTILIZÓ LA EMPRESA Y DE QUÉ FORMA PROTEGIÓ SUS INNOVACIONES:**

<sup>14</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

1. Durante el periodo de 2009 a 2011 indique cuales metodos formales de propiedad intelectual utilizo la empresa y de que forma protegio sus innovaciones:

| Empleo total en:  | ¿Usa?                 |                       | Bien Nuevo | Servicio Nuevo | Proceso nuevo |
|---|-----------------------|-----------------------|------------|----------------|---------------|
|   | Si                    | No                    |            |                |               |
| a) Marca  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |            |                |               |
| b) Patentes   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |            |                |               |
| c) Modelo de Utilidad   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |            |                |               |
| d) Diseño Industrial  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |            |                |               |
| e) Derechos de autor  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |            |                |               |
| f) Denominación de Origen                                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |            |                |               |
| g) Cláusula de confidencialidad para los empleados            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |            |                |               |
| h) Contratos de confidencialidad con proveedores y/o clientes | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |            |                |               |

Gráfico 53

- En esta pregunta deberá seleccionar una opción ya sea SI o NO según corresponda.
- Si la respuesta es SI se debe seleccionar una opción ya sea: bien nuevo, servicio nuevo y proceso nuevo según corresponda.

<sup>15</sup>**NOTA.**- A continuación detallaremos las definiciones de los términos del cuadro

**Métodos de protección formales.**- Se desea conocer los mecanismos empleados por la empresa para la protección de las innovaciones amparados por leyes y regulaciones, que incluyen registros formales (si es que los utiliza). Se sugieren aquí: la marca, las patentes, el diseño industrial, la denominación de origen y los derechos de autor.

**Métodos de protección estratégicos.**- Este tipo de protección no suele incluir instrumentos legales de protección pero resultan eficientes para proteger la innovación.

Se desea conocer si la empresa realiza actividades explícitamente vinculadas a la apropiación de la renta extraordinaria, evitando la copia por parte de la competencia.

**Patentes de invención.**- Las patentes, también conocidas con el nombre de patentes de invención consiste en el derecho otorgado a un inventor por un Estado o por una oficina regional que actúa en nombre de varios Estados, y que permite que el inventor impida que terceros exploten por medios comerciales su invención durante un plazo limitado, que suele ser de 20 años.

**Patentes de modelo de utilidad.**- La expresión "modelo de utilidad" se utiliza para referirse a un título de protección de determinadas invenciones, como las invenciones en la esfera mecánica. Por lo general, los modelos de utilidad se aplican a las invenciones de menor complejidad técnica y a las invenciones que se prevé comercializar solamente durante un período de tiempo limitado.

**Marcas.**- Por marca se entiende un signo o una combinación de signos que diferencian los productos o servicios de una empresa de los demás.

Los propietarios de marcas registradas tienen derechos exclusivos respecto de las mismas. Esos derechos les confieren la prerrogativa de utilizar la marca y de impedir la utilización por terceros no autorizados de la misma o de una marca similar, de modo que el consumidor y el público en

<sup>15</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)

general no sean inducidos a error. En cuanto a la protección del registro, el plazo varía, pero el registro puede ser renovado de forma indefinida previo pago de las tasas correspondientes. Toda infracción en el ámbito de las marcas puede hacerse valer ante los tribunales, que en la mayoría de los sistemas judiciales tienen la facultad de imponer medidas para impedir este tipo de infracciones.

**Derechos de autor.**- El derecho de autor se aplica a las creaciones artísticas como los libros, las obras musicales, las pinturas, las esculturas, las películas y las obras realizadas por medios tecnológicos como los programas informáticos y las bases de datos electrónicas, en inglés se conoce como “copyright”.

**Secreto industrial complejidad en el diseño del producto.**- Puede considerarse secreto comercial toda información comercial confidencial que confiera a una empresa una ventaja competitiva. Los secretos comerciales abarcan los secretos industriales o de fabricación y los secretos comerciales. La utilización no autorizada de dicha información por personas distintas del titular se considera práctica desleal y violación del secreto comercial.

En términos amplios e incluye métodos de venta y de distribución, perfiles del consumidor tipo, estrategias de publicidad, listas de proveedores, clientes y procesos de fabricación

**Tiempo de liderazgo sobre los competidores.**- Es el tiempo que la empresa vende sus productos como única en el mercado en el cual actúa.

**PREGUNTA 2. INDIQUE LOS OBSTÁCULOS ENCONTRADOS PARA CADA MÉTODO DE PROTECCIÓN FORMAL:**

| 2. Indique los obstáculos encontrados para cada método de protección formal: |                          |                          |                          |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|  | Marca                    | Patente                  | Modelo de Utilidad       | Diseño Industrial        | Otros                    |
| a) Inadecuación a las necesidades de la empresa                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Desconocimiento del método  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Costos de solicitud elevados  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Costos asociados elevados (legales, redacción, etc.)                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Complejidad técnica de la solicitud                                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) Complejidad administrativa del proceso de solicitud                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) Tiempo excesivo de respuesta de autoridades                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h) Duración excesiva del proceso de solicitud                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Gráfico 54

- En esta pregunta deberá seleccionar una, varias o ninguna de las opciones por cada literal según corresponda.

**PREGUNTA 3. DURANTE EL PERÍODO DE 2009 A 2011, INDIQUE DÓNDE POSEÍA MÉTODOS DE PROTECCIÓN FORMAL:**

| 3. Durante el periodo de 2009 a 2011 indique donde poseia metodos de proteccion formal? |                          |                          |                          |                          |                          |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|   | Marca                    | Patente                  | Modelo de Utilidad       | Diseño Industrial        | Otros                    |
| a) En el País   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) En el exterior   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Gráfico 55

- Esta pregunta se activa según los literales escogidos en la pregunta 1 de este sección.
- Se debe seleccionar al menos uno de los dos literales A o B según los casilleros activos.

**PREGUNTA 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:**

| 4. Durante el periodo de 2009 a 2011 indique cuales otros mecanismos utilizo la empresa para proteger sus innovaciones de producto y proceso de la imitacion o copia por parte de la competencia: |                       |                       |
|---|-----------------------|-----------------------|
| Métodos de protección estratégica:  | Si                    | No                    |
| a) Controlar las redes de distribución  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| b) Llegar primero al mercado  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| c) Escala   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| d) Complejidad del diseño   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| e) Segmentación del proceso   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| f) No fue necesario proteger  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Gráfico 56

- Se debe seleccionar una de las opciones por cada literal según corresponda

**SECCIÓN XVI. DATOS DEL INFORMANTE**

| DATOS DEL INFORMANTE DE LA ENTIDAD                 |   |            |   |
|--|---|------------|---|
| 1. Nombres y Apellidos:                            | <input type="text" value="EDGAR MANUEL MOREANO CAMACHO"/> |            |   |
| 2. Cargo:  | <input type="text" value="ANALISTA EN TECNOLOGIAS"/>      |            |   |
| 3. Teléfono:                                       | <input type="text" value="2123456"/>                      | 4. e-mail: | <input type="text" value="edgarmmc@h"/> |
| <input type="button" value="Guardar Seccion XVI"/> |   |            |   |

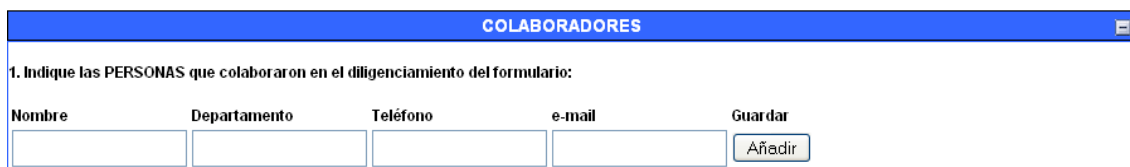
Gráfico 57

1. En este campo deberá registrar el nombre del informante.
2. En este campo deberá registrar el cargo de ocupación.
3. En este campo deberá registrar el teléfono convencional de la institución.
4. En este campo deberá registrar en email institucional, texto letras.



**Nota:** Para guardar completamente la encuesta es necesario guardar los datos hasta esta última sección datos del informante.

**Colaboradores.**



**Gráfico 58**

- Aquí debe registrar en caso de existir los nombres de las personas que han colaborado en la realización de la encuesta.

**Observaciones.**



**Gráfico 59**

- Aquí debe registrar alguna novedad encontrada en el desarrollo de la aplicación de esta encuesta a esta institución en particular.

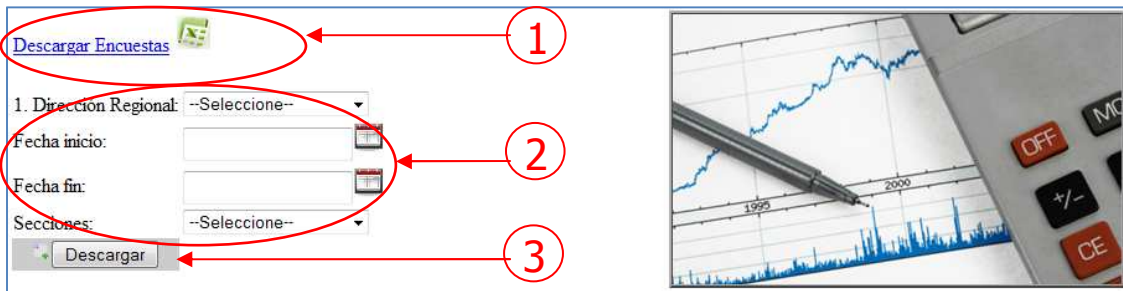
**Nota:** Los campos colaboradores y observaciones no son considerados obligatorios, para la digitación y almacenamiento de toda la encuesta.

## Perfil Analista-Jefe Regional

Para este perfil, el usuario puede obtener reportes de cuáles y cuantas encuestas se han ingresado de acuerdo a un criterio de búsqueda, además de poder visualizar los datos del digitador que ha ingresado la encuesta.

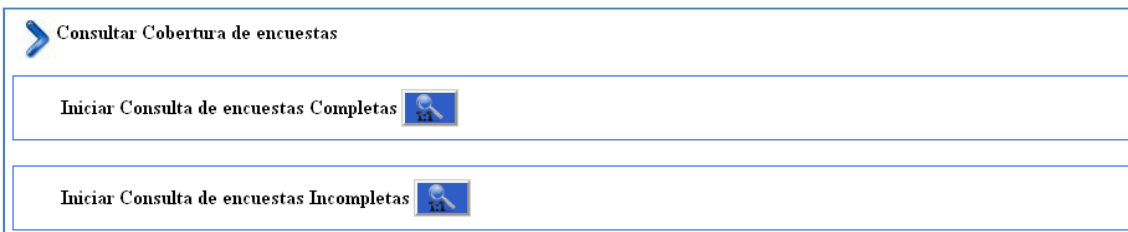
### SECCIÓN DESCARGAR ENCUESTAS


En ésta sección el usuario puede obtener los datos de las encuestas ingresadas de acuerdo a un criterio de búsqueda especificado. (Ver Gráfico 60).


**Gráfico 60**

1. Al hacer clic en esta opción el usuario puede obtener todas las encuestas que han sido ingresadas completamente por los digitadores a nivel de nacional, es decir, a nivel de todas las regionales Norte, Sur, Litoral y Centro.
2. Se dispone de varios filtros los cuales son:
  - La dirección regional seleccionada (Norte, Sur, Litoral o Centro).
  - Un determinado número de días. (Fecha de inicio y Fecha fin).
  - Opcionalmente el usuario puede obtener el reporte clasificado por secciones según lo requiera.
3. Al hacer click en *Descargar* el usuario puede obtener los datos de las encuestas ingresadas de acuerdo a los filtros antes mencionados.

## CONSULTAR COBERTURA DE ENCUESTAS


**Gráfico 61**

Al hacer clic en , el usuario obtiene el número de encuestas que han sido ingresadas en el sistema ya sea completas o incompletas, y también se puede consultar con relación a los filtros del Gráfico 58.

## REPORTE DE ENCUESTAS POR DIGITADORES



Existen dos tipos de reportes para poder obtener un listado de todos los digitadores que hayan ingresado tanto para encuestas completas como incompletas.

## CONSULTAR DIGITADOR

Consultar Digitador

Ingrese el número de encuesta

**Gráfico 62**

Una vez digitado un número de encuesta existente en el sistema, el usuario podrá visualizar los datos del digitador respectivo al hacer click en . Ver figura Gráfico 63.

Consultar Digitador

Ingrese el número de encuesta

|                     |            |
|---------------------|------------|
| Codigo Encuesta:    | 2300       |
| Nombres:            | Fredy      |
| Apellidos:          | Monge      |
| Cedula:             | 1002210571 |
| Direccion Regional: | Norte      |

**Gráfico 63**

## ADMINISTRACIÓN ACTI

### Actualización en Encuesta

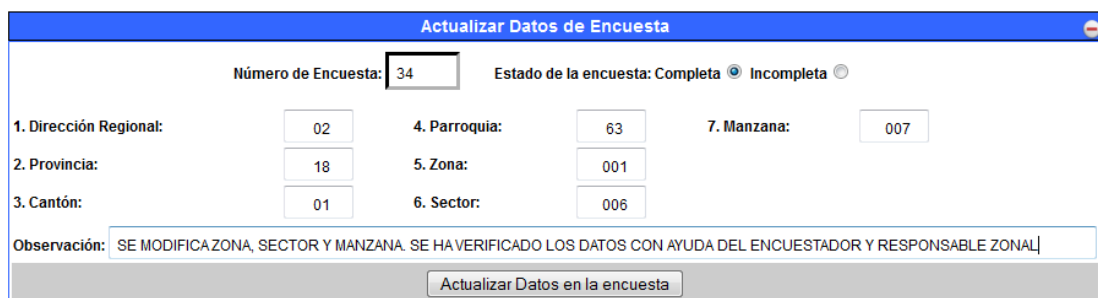
Esta opción solo es visible para el usuario con perfil "Administrador", y puede ser efectuada en encuesta(s) ingresada(s) por el digitador o encuestador.

Al escoger la opción se despliega una pestaña para buscar la encuesta a actualizar. Se debe ingresar el código de la encuesta e iniciar con la búsqueda (Gráfico 64).

Código de encuesta:

**Gráfico 64**

La actividad se podrá llevar a cabo con previa autorización. Una vez editada la información ya sea en: Dirección Regional, Provincia, Cantón, Parroquia, Zona, Sector o Manzana, el Administrador debe indicar obligatoriamente el campo que ha sido actualizado, y hacer clic en el botón 'Actualizar Datos en la encuesta' para efectuar los cambios. Si el digitador o encuestador desea visualizar la encuesta, los cambios se verán reflejados (Gráfico 65).



**Actualizar Datos de Encuesta**

Número de Encuesta:  Estado de la encuesta:  Completa  Incompleta

1. Dirección Regional:  4. Parroquia:  7. Manzana:

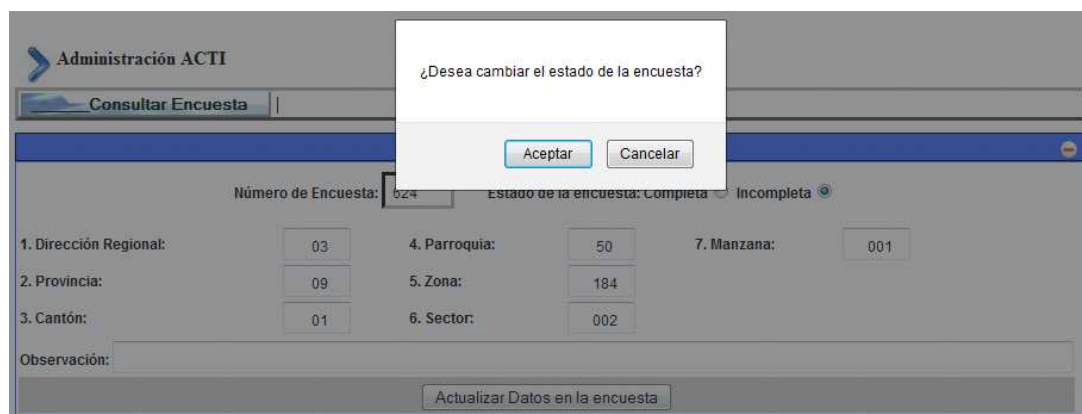
2. Provincia:  5. Zona:

3. Cantón:  6. Sector:

Observación: SE MODIFICA ZONA, SECTOR Y MANZANA. SE HA VERIFICADO LOS DATOS CON AYUDA DEL ENCUESTADOR Y RESPONSABLE ZONAL

Gráfico 65

Otro de las actualizaciones que se puede realizar en la aplicación, es modificar el estado de la encuesta de 'Completa' a 'Incompleta', éste caso se puede dar, únicamente si es necesario y una vez se haya realizado el análisis respectivo para proceder con el cambio. El sistema registra automáticamente la actualización realizada en 'Observación' una vez aceptada la solicitud (Gráfico 66), y el 'Administrador' da por finalizada la actividad haciendo click en 'Actualizar Datos en la encuesta' (Gráfico 67).



Administración ACTI

Consultar Encuesta

¿Desea cambiar el estado de la encuesta?

Número de Encuesta:  Estado de la encuesta:  Completa  Incompleta

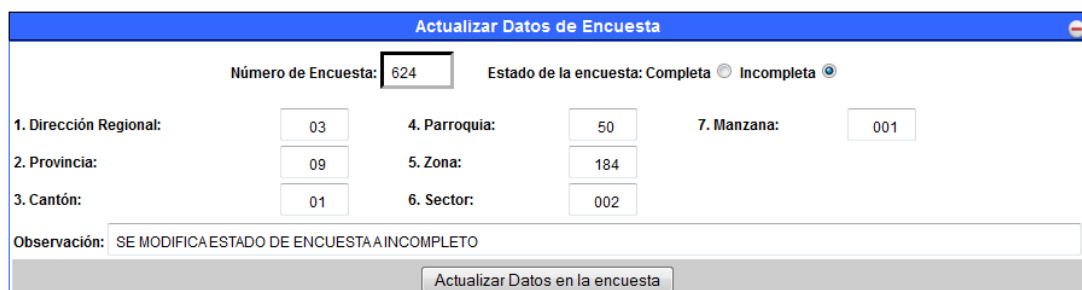
1. Dirección Regional:  4. Parroquia:  7. Manzana:

2. Provincia:  5. Zona:

3. Cantón:  6. Sector:

Observación:

Gráfico 66



**Actualizar Datos de Encuesta**

Número de Encuesta:  Estado de la encuesta:  Completa  Incompleta

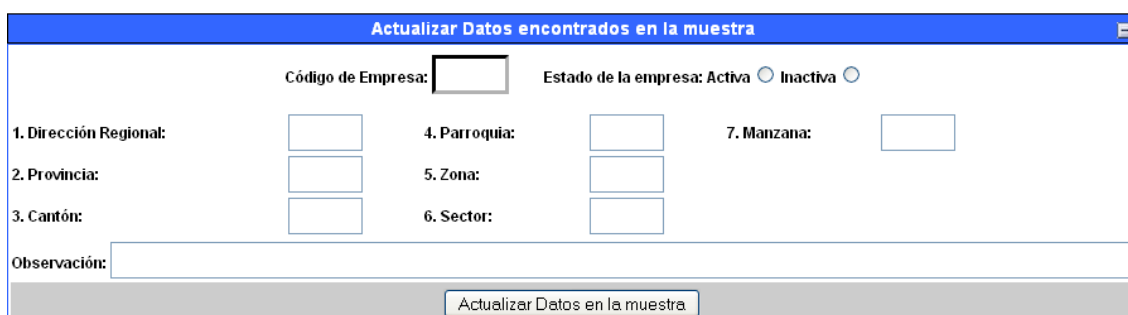
1. Dirección Regional:  4. Parroquia:  7. Manzana:

2. Provincia:  5. Zona:

3. Cantón:  6. Sector:

Observación: SE MODIFICA ESTADO DE ENCUESTA A INCOMPLETO

Gráfico 67



**Actualizar Datos encontrados en la muestra**

Código de Empresa:  Estado de la empresa:  Activa  Inactiva

1. Dirección Regional:  4. Parroquia:  7. Manzana:

2. Provincia:  5. Zona:


3. Cantón:  6. Sector:

Observación:

Gráfico 68

### Actualización en Muestra

Esta opción solo es visible para el usuario con perfil “Administrador”, y puede ser efectuada en la(s) empresa(s) que forman parte de la muestra.

Al escoger la opción,  se despliega una pestaña para buscar la empresa que será actualizada. Se debe ingresar el código de la encuesta e iniciar con la búsqueda (Gráfico 69).

Código de empresa:

Gráfico 69

La actividad se podrá llevar a cabo con previa autorización. Una vez editada la información ya sea en: Dirección Regional, Provincia, Cantón, Parroquia, Zona, Sector o Manzana, el Administrador debe indicar obligatoriamente el campo que ha sido actualizado, y hacer clic en el botón ‘Actualizar Datos en la muestra’ para efectuar los cambios. Si el digitador o encuestador desea ingresar la encuesta obtenida de la muestra, los cambios se verán reflejados (Gráfico 70).

Gráfico 70

Otro de las actualizaciones que se puede realizar en la aplicación, es modificar el estado de la empresa de ‘Activa’ a ‘Inactiva’, éste caso puede ocurrir, únicamente si es necesario y una vez se haya realizado el análisis respectivo para proceder con el cambio, es común que el caso se de, cuando una empresa tenga que ser dada de baja (Inactiva), ya que será reemplazada por otra empresa de reposición. El sistema registra automáticamente la actualización realizada en ‘Observación’ una vez aceptada la solicitud (Gráfico 66), y el ‘Administrador’ da por finalizada la actividad haciendo click en ‘Actualizar Datos en la muestra’ (Gráfico 72).

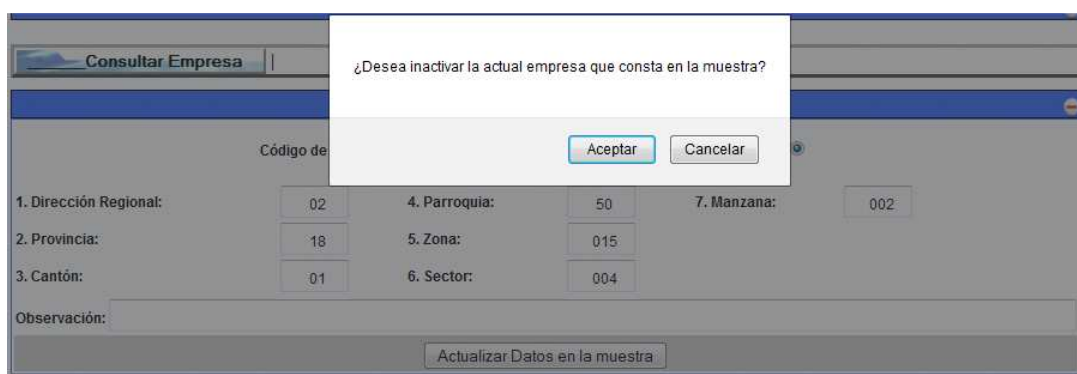


Gráfico 71

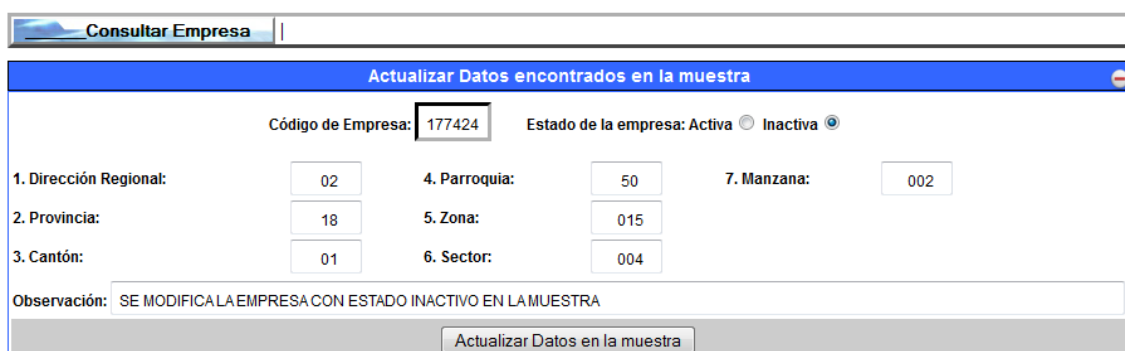



Gráfico 72

## REPORTE DE ACTUALIZACIONES DE ENCUESTA O MUESTRA EN EL SISTEMA

Esta opción solo es visible para el usuario con el perfil de "Analista 2" (Gráfico 73).


[Reporte de actualizaciones de encuesta o muestra en el sistema](#)

---






[Actualización - Encuestas](#)

[Descargar](#)

[Actualización - Muestra](#)

[Descargar](#)

Gráfico 73

La función es recuperar una lista con la cantidad de cambios que han sido efectuados tanto a nivel de encuesta (Tabla 1) como de muestra (Tabla 2) por el administrador.


| ID_USUARIO | NOMBRES | APELLIDOS | DIRECCION_REGIONAL | COD_ENCUESTA | DIRECCION_REGIONAL_ENC | FECHA_HORA_INGRESO | OBSERVACION |
|------------|---------|-----------|--------------------|--------------|------------------------|--------------------|-------------|
|------------|---------|-----------|--------------------|--------------|------------------------|--------------------|-------------|

Tabla 1

| ID_USUARIO | NOMBRES | APELLIDOS | DIRECCION_REGIONAL | COD_EMPRESA | DIRECCION_REGIONAL_EMP | FECHA_HORA_INGRESO | OBSERVACION |
|------------|---------|-----------|--------------------|-------------|------------------------|--------------------|-------------|
|------------|---------|-----------|--------------------|-------------|------------------------|--------------------|-------------|


Tabla 2


El reporte ayuda a identificar cada uno de los usuarios y las encuestas que han sido modificadas, su fecha y observación respectivas.

Los botones de descarga   permiten obtener reportes de acuerdo a un criterio de búsqueda (Gráfico 74). Mientras que el enlace de actualización permite obtener un reporte a nivel nacional de todos los cambios registrados.

**Criterio de búsqueda:**

Dirección Regional:

Fecha inicio:  

Fecha fin:  

**Gráfico 74**

**Nota:** El usuario con perfil de "Super Administrador" tiene acceso a todas las opciones del sistema antes mencionadas, y además es el encargado de la administración de usuario y del respectivo mantenimiento de aplicación.

## Glosario de Definiciones<sup>16</sup>

**Actividades Científicas, Tecnológicas y de Innovación (ACTI):** Aquellas actividades que la empresa emprende para producir, promover, difundir y aplicar conocimientos científicos y técnicos; y para el desarrollo ó implementación de bienes ó servicios, procesos, métodos organizativos nuevos ó técnicas de comercialización nuevas ó significativamente mejoradas.

**Actividades de Investigación y Desarrollo (I+D) Internas:** Trabajos sistemáticos de creación llevados a cabo dentro de la empresa con el fin de aumentar el volumen de conocimientos y su utilización para idear bienes, servicios, ó procesos nuevos ó mejorados.

**Actualización tecnológica:** Es la renovación de la base tecnológica de la empresa en término de productos y procesos de última generación con el fin de mejorar su desempeño en relación con los competidores.

**Adquisición de maquinaria y equipo:** Maquinaria y equipo, específicamente comprados para la producción o implementación de bienes, servicios, procesos, métodos ó técnicas, nuevos ó significativamente mejorados.

**Área Contable y financiera:** Encargada de llevar el control de los movimientos financieros y contables de la empresa. Proporciona información acerca de la situación económica y financiera de la empresa.

**Área de (I+D):** Encargada de emprender de manera sistemática el trabajo creativo para incrementar el acervo de conocimientos y usar este conocimiento para concebir nuevas aplicaciones en función de las actividades de la empresa. Involucra el desarrollo de actividades y proyectos de investigación básica y aplicada, y de desarrollo experimental.

**Área de Administración:** Se encarga de realizar las funciones y actividades que conduzcan al logro de todos sus objetivos. En este sentido, se encarga de la planeación, organización, dirección y control racional de actividades, esfuerzos y recursos (materiales y humanos) que permite garantizar la supervivencia y crecimiento de la empresa.

**Área de Dirección General:** Área de la empresa que se encarga de organizar y dirigir a las demás áreas. Emite los lineamientos y estrategias a seguir por la empresa a partir de la retroalimentación con cada área.

**Área de Mercadeo y ventas:** Se encarga de persuadir a un mercado de la existencia de un producto, valiéndose de su fuerza de ventas o de intermediarios. Aplica técnicas y políticas de ventas acordes con el producto que se desea vender.

**Área de Producción:** Encargada de transformar la materia prima en productos y servicios terminados, utilizando los recursos humanos, económicos y materiales (herramientas y maquinaria) necesarios para su elaboración. Incluye el almacenamiento de materias primas y productos en proceso ó terminados.

**Asistencia Técnica y Consultoría:** Asesorías para la utilización de conocimientos tecnológicos aplicados, por medio del ejercicio de un arte o técnica, específicamente

---

<sup>16</sup> (DIEC-Analistas ACTI, 2013)



contratadas para la producción ó implementación de bienes, servicios o procesos nuevos o significativamente mejorados. Incluye inteligencia de mercados y vigilancia tecnológica.

**Bien ó servicio mejorado significativamente para el mercado internacional:** El bien o servicio ya es producido por los competidores directos de la empresa en el mercado internacional, sin embargo la empresa lo mejora tecnológicamente de manera significativa.

**Bien ó servicio mejorado significativamente para el mercado nacional:** El bien o servicio ya es fabricado por los competidores directos de la empresa en el país. La empresa mejora el producto para incrementar su competitividad en el mercado nacional.

**Bien ó servicio mejorado significativamente para la empresa:** El bien ó servicio ya es fabricado por la empresa. La empresa mejora el producto para incrementar su competitividad en el mercado nacional.

**Bien ó Servicio nuevo para el mercado nacional:** El bien o servicio no es fabricado por los competidores directos de la empresa. El bien o servicio ya existe en el mercado internacional, más no en el mercado nacional. La empresa está imitando el producto de productores que no participan en el mercado nacional para desarrollarlo y producirlo en el país.

**Bien ó Servicio nuevo para la empresa:** El bien o servicio es fabricado por los competidores de la empresa en el mercado nacional, ya sea importado o producido en el país, pero no se producía antes en la empresa y se distingue sustancialmente, desde el punto de vista tecnológico, de los fabricados anteriormente por la empresa.

**Bien ó Servicio nuevo:** Producto cuyas características fundamentales (especificaciones técnicas, componentes y materiales, software incorporado o usos previstos) difieren significativamente de los correspondientes a productos anteriores producidos por la empresa.

**Bien ó servicio para el mercado internacional:** El bien o servicio no es producido por los competidores directos de la empresa en el mercado internacional y está siendo desarrollado, producido y exportado por la empresa.

**Bien ó servicio significativamente mejorado:** Producto cuyo desempeño ha sido mejorado o perfeccionado en gran medida. Puede darse por el uso de componentes o materiales de mejor desempeño, o por cambios en uno de los subsistemas técnicos que componen un producto complejo.

**Capacitación especializada:** Capacitación que involucra un grado de complejidad significativo (requiere de un personal capacitador altamente especializado) y con una duración mayor ó igual a 40 horas.

**Centros de Desarrollo Tecnológico (CDT):** Se concentran en el dominio y generación de conocimientos especializados en tecnologías propias de un sector o actividad económica. Por ejemplo, los plásticos trabajan con la cadena que desarrolla polímeros y nuevos materiales, y en metalmecánica el Centro Red Tecnológico Metalmecánico CRTM centra su acción en investigación y transferencia de tecnología para la cadena de fundición, siderurgia, bienes de capital y ensamble.

**Centros de investigación:** Esta opción se refiere a la captación por parte de la empresa de ideas o métodos que surgen de contratos explícitos y/o implícitos con personas vinculadas a alguna de las entidades en mención.

**Centros Regionales de Productividad:** Son creados a partir de la dinámica social y productiva que convoca a los diferentes actores públicos y privados a trabajar en programas estratégicos de productividad e innovación de largo plazo. Ejemplo, el Centro Regional de Productividad del Tolima, que lidera la articulación del cluster algodón-textilconfección.

**Derechos de autor y registros de software:** Registros que protegen la autoría de libros, publicaciones, obras de arte, bases de datos y cualquier producto del intelecto humano para asegurar su explotación comercial por parte de su inventor. Estos registros se hacen ante la oficina de Derechos de Autor del Ministerio de Interior y Justicia.

**Diseño industrial:** El que puede registrar la apariencia particular de un producto; a diferencia de una patente, protege las formas externas de los productos, que resulten de cualquier reunión de líneas o combinación de colores o de cualquier forma externa bidimensional o tridimensional, línea contorno, configuración, textura ó material, sin que cambie el diseño ó finalidad de dicho producto, la cual debe caracterizar el producto no solo con diferencias secundarias, es decir aquellas que no son fácilmente diferenciables a simple vista con los diseños ya existentes. La vigencia de un registro de diseño industrial es de 10 años desde la fecha de su solicitud en la Superintendencia de Industria y Comercio.

**Doctorado:** Formación de investigadores a nivel avanzado tomando como base la disposición, capacidad y conocimientos adquiridos por la persona en los niveles anteriores de formación. El doctorado debe culminar con una tesis o artículos publicados en revistas científicas indexadas, en los que se genere nuevo conocimiento.

**Especialización:** Programas que se desarrollan con posterioridad al pregrado y posibilitan el perfeccionamiento en la misma ocupación, profesión, disciplina o en áreas afines o complementarias.

**Factores de obstaculización a la Innovación:** Causas internas o externas a la empresa que impiden que las actividades científicas, tecnológicas e innovadoras por ella emprendidas cumplan con su cometido de acuerdo con los planes o proyectos estratégicos que las justifican.

**Formación y capacitación especializada:** Formación a nivel de maestría y doctorado, y capacitación que involucra un grado de complejidad significativo (requiere de un personal capacitador altamente especializado). Se incluye la realizada mediante financiación con recursos de la empresa y la impartida directamente dentro de la empresa.

**Impacto sobre mercado:** Las innovaciones cumplen el objetivo de mantener o acrecentar la participación de la empresa en el mercado, nacional o internacional.

**Impacto sobre proceso:** Impactos traducidos en cambios o mejoras del desempeño de los procesos de producción, a través de lo cual las empresas pueden aumentar su competitividad en los mercados.

**Impacto sobre producto:** Cambios relacionados con el aumento de la calidad de los bienes o servicios o a la ampliación de la gama de bienes o servicios ofrecidos.

**Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica (IEBT):** Hace referencia a que las ideas tienen como fuente los proyectos de apoyo a la creación y desarrollo de pequeñas empresas o microempresas en sus primeras etapas de vida, en una zona geográfica concreta, con financiación privada, pública o mixta.

**Ingeniería y diseño industrial:** Cambios en los métodos o patrones de producción y control de calidad, y elaboración de planos y diseños orientados a definir procedimientos técnicos, necesarios para la producción o implementación de bienes, servicios o procesos nuevos o significativamente mejorados en la empresa.

**Innovación de Procesos:** Es la adopción de métodos de producción o distribución nuevos o mejorados. Estos métodos pueden implicar cambios en equipos, u organización de la producción o distribución, o una combinación de ambos cambios, o provenir del uso de conocimientos nuevos.

**Innovación:** Bien o servicio nuevo o significativamente mejorado introducido en el mercado, o un proceso nuevo o significativamente mejorado introducido en la empresa, o un método organizativo nuevo o significativamente mejorado introducido en la empresa, o una técnica de comercialización nueva o significativamente mejorada introducida en la empresa. Los cambios de naturaleza estética, y los cambios simples de organización o gestión no cuentan como innovación.

**Líneas de Cofinanciación:** Recursos no reembolsables que se otorgan para financiar un porcentaje (menor al 100%) del valor total de un proyecto de investigación, desarrollo tecnológico e Innovación. Se exige en este tipo de financiación una contrapartida en dinero o especie por parte de la empresa.

**Líneas de Crédito:** Recursos reembolsables que se otorgan para financiar hasta el 100% del valor total de un proyecto de investigación, desarrollo tecnológico e Innovación.

**Maestría:** Buscan ampliar y desarrollar los conocimientos para la solución de problemas disciplinarios, interdisciplinarios o profesionales y dotar a la persona de los instrumentos básicos que la habilitan como investigador en un área específica de las ciencias o de las tecnología.

**Mercadeo de innovaciones:** Actividades de introducción en el mercado de bienes o servicios nuevos o significativamente mejorados, incluyendo investigación de mercado y publicidad de lanzamiento.

**Modelo de utilidad:** Es toda nueva forma, configuración o disposición de elementos de algún artefacto, herramienta, instrumento, mecanismo u otro objeto o de alguna parte del mismo que permita un mejor o diferente funcionamiento, utilización o fabricación del objeto que le incorpore o que le proporcione alguna utilidad, ventaja o efecto técnico, que antes no tenía, los cuales son protegidos mediante patente. Su vigencia es de 10 años desde la fecha de solicitud ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

**Normas técnicas:** Es el documento en el que se establecen las características de un producto o los procesos y métodos de producción con ellos relacionados, con inclusión de las disposiciones administrativas aplicables, y cuya observancia es obligatoria. También puede incluir prescripciones en materia de terminología, símbolos, embalaje, marcado o etiquetado aplicable a un producto, proceso o método de producción, o tratar exclusivamente de ellas.

**Patentes de invención:** Es el registro de protección adelantado ante la Superintendencia de Industria y Comercio, de aquellas invenciones, sean de productos o procedimientos, en todos los campos de la tecnología, siempre que sean nuevos, tengan nivel inventivo y sean susceptibles de aplicación industrial.

**Productividad:** Se refiere al mejor aprovechamiento de la capacidad humana y física instalada en la empresa en cuanto aumentar su capacidad de producción con un capital y trabajo fijos, mediante el proceso de certificación de calidad adelantada por la empresa.

Recursos de Banca Privada: Fondos otorgados por instituciones financieras de propiedad privada que realizan funciones de captación y financiamiento.

**Recursos de Capital:** Fondos provenientes de los aportes de inversionistas que se vinculan a la empresa a través de fondos de capital privado, fondos de capital de riesgo, operaciones en bolsa de valores, o inversiones específicas como inversionistas ángeles.

Recursos de Cooperación o Donaciones: Fondos no reembolsables, otorgados por organizaciones gubernamentales de un país extranjero o por organizaciones no gubernamentales (los fondos pueden ser en efectivo, bienes ó servicios). Donaciones hechas por organizaciones nacionales ó internacionales ya sean públicas, privadas ó mixtas.

Recursos de Otras Empresas del Grupo: Fondos pertenecientes a otras empresas del mismo grupo (con las cuales existe una estrecha relación jurídica o financiera) que se otorgan a la empresa en calidad de préstamo ó donación para financiar inversiones en actividades científicas, tecnológicas y de innovación.

**Recursos de Otras Empresas:** Fondos pertenecientes a otras empresas que no hacen parte del mismo grupo y que la empresa obtiene en calidad de préstamo o donación para financiar inversiones en actividades científicas, tecnológicas y de innovación. Recursos Propios de la Empresa: Fondos pertenecientes a la empresa que provienen del ejercicio de su actividad económica, destinados para financiar inversiones en actividades científicas, tecnológicas y de innovación.

**Secreto Industrial:** Es cualquier información no divulgada que una persona natural o jurídica legítimamente posea que pueda usarse en alguna actividad productiva, industrial o comercial y que sea susceptible de transmitirse a un tercero. No se considera secreto empresarial la información que deba ser divulgada por disposiciones legales y orden judicial (Artículo 260 - 261 de la Decisión 486 Comunidad Andina).

**Signos distintivos y marcas:** Todas las marcas de producto, nombres comerciales de productos, servicios o de procesos, insignias, logotipos, enseñas (características del nombre comercial con las cuales se caracteriza un producto o una empresa), registrados por las

empresas ante la Superintendencia de Industria y Comercio, con el fin de proteger dichos signos para que no puedan ser copiados o usados por otros competidores en el mercado, que puedan afectar su posición comercial y competitiva.

**Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI):** Es un sistema abierto del cual forman parte e interactúan entre sí las políticas, estrategias, programas, metodologías y mecanismos para la gestión, promoción, financiación, protección y divulgación de la investigación científica y la innovación tecnológica, así como las organizaciones públicas, privadas ó mixtas que realicen ó promuevan el desarrollo de actividades científicas, tecnológicas y de innovación.

**Trabajador calificado:** Formación para ocupaciones que requieren haber cumplido un programa de aprendizaje, educación básica secundaria más cursos de capacitación, entrenamiento en el trabajo o experiencia. Los alumnos reciben el Certificado de Aptitud Profesional (CAP) del SENA.

**Transferencia de tecnología:** Adquisición ó uso bajo licencia, de patentes u otros registros de propiedad intelectual, de inventos no patentados y conocimientos técnicos o de otro tipo; de otras empresas u organizaciones para utilizar en las innovaciones de su empresa.

#### **TIPOS DE INNOVACION**

**INNOVACION DE PRODUCTO.-** se corresponde con la introducción de un producto nuevo o significativamente mejorado en cuanto a sus características o en cuanto a uso que se destina, esta definición incluye la mejora significativa de las características técnicas de los componentes y materiales.

**INNOVACIÓN DE PROCESO.-** es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado, proceso de producción o distribución, ello implica cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o programas informáticos.

**INNOVACIÓN EN MARKETING.-** es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos en el diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación.

**INNOVACIÓN DE ORGANIZACIÓN.-** es la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa.

## **Bibliografía**

DIEC-Analistas ACTI. (2013). *MANUAL DEL ENCUESTADOR --INNOVACION FINAL 20-02-2013*. Quito.

## **Soporte Técnico**

Para solicitar apoyo en el caso de alguna falla o error por parte del sistema, por favor comuníquese con la siguiente persona que está a cargo del soporte técnico.

### **Planta Central INEC**

Ing. Silvana Arias

[silvana\\_arias@inec.gob.ec](mailto:silvana_arias@inec.gob.ec)