

FICHA METODOLÓGICA

NOMBRE DEL INDICADOR

Porcentaje de empresas, según innovaciones introducidas en comercialización.

DEFINICIÓN

Este indicador presenta la importancia por tipo de prácticas en actividades de innovación en comercialización frente a la totalidad de empresas que realizaron actividades de innovación en comercialización.

FÓRMULA DE CÁLCULO

$$PEIC_i = \frac{EIC_i}{EIC} \cdot 100, \quad i = 1, \dots, 4$$

Donde:

Si $i = 1$ Cambios significativos en el diseño estético o en el envase de un bien o servicio.

Si $i = 2$ Nuevos medios o técnicas para la promoción del producto.

Si $i = 3$ Nuevos métodos de distribución o colocación de productos en el mercado.

Si $i = 4$ Nuevos métodos de establecimiento de precios para bienes o servicios.

$PEIC_i$ = Porcentaje de empresas que realizaron innovaciones de comercialización (i).

EIC_i = Empresas que realizaron practicas de innovación de comercialización (i) durante el período 2009-2011.

EIC = Total de empresas que realizaron innovación de comercialización durante el período 2009-2011.

DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES RELACIONADAS

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.

Se debe excluir los cambios estacionales habituales, regulares y de otro tipo en los métodos de comercialización.

METODOLOGÍA DE CÁLCULO

Se obtiene de dividir el número de empresas que realizaron practicas de innovación de comercialización por tipo (i), para el total de empresas que realizaron innovación de comercialización, multiplicado por 100.

LIMITACIONES TÉCNICAS

No se dispone de información anterior por tanto no se permite la comparabilidad puesto que la Encuesta Nacional de Actividades de Innovación se realizó por primera vez en el periodo 2012-2013.

UNIDAD DE MEDIDA DE LAS VARIABLES

Porcentaje.

INTERPRETACIÓN DEL INDICADOR

Refleja la importancia relativa de cada una actividades de innovación de comercialización frente a la totalidad de empresas que realizaron actividades

| | | | |
|---|-----------------------------|--|--|
| | | de innovación de comercialización. | |
| FUENTE DE DATOS | | Secretaria Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT) Encuesta Nacional de Actividades de Innovación 2013. | |
| PERIODICIDAD DEL INDICADOR Y/O LAS VARIABLES | | La periodicidad del indicador por recomendaciones y comparación Internacional será cada tres años. | |
| DISPONIBILIDAD DE LOS DATOS | | Los datos referidos de la Encuesta Nacional de Actividades de Innovación corresponden al periodo 2009 – 2011. | |
| NIVEL DE DESAGREGACIÓN | GEOGRÁFICO | Nacional, Provincial. | |
| | GENERAL | Empresa pública y privada. | |
| | OTROS ÁMBITOS | CIIU4 desagregado por: Explotación de minas y canteras a 2 dígitos. Manufactura a 3 dígitos. Servicios a 2 dígitos. | |
| INFORMACIÓN GEO – REFERENCIADA | | No aplica | |
| RELACIÓN CON INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN NACIONAL O ACUERDOS, INICIATIVAS INTERNACIONALES | | Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2008 – 2013. | |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS DE LA CONSTRUCCIÓN DEL INDICADOR | | Manual de Oslo 3ra edición y Entidades Públicas de Apoyo a la Innovación. | |
| FECHA DE ELABORACIÓN DE LA FICHA METODOLÓGICA | | 02/09/2013 | |
| FECHA DE LA ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN DE LA FICHA | | ----- | |
| SINTAXIS | | | |
| Pendiente | | | |
| CLASIFICADOR SECTORIAL | Industria y Competitividad. | 12 | |
| ELABORADO POR | INEC. | | |