



INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS
DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS
 Carmen 8, piso 2
 Fono : (56 - 2) 32201530
 www.ine.cl - innova2017@ine.cl
 SANTIAGO - CHILE

ACT. PRINCIPAL

018
CIU (USO INTERNO NO LLENAR)

10ª ENCUESTA DE INNOVACIÓN EN EMPRESAS

Para contestar esta encuesta por internet, solicite su clave al contacto INE señalado en la etiqueta adherida en la portada de la encuesta, o escríbanos a innova2017@ine.cl

El objetivo de la encuesta es cuantificar qué tipos de innovación se introducen en la empresa y recolectar información sobre las actividades innovativas realizadas por ésta durante los años 2015 y 2016.

MÓDULO 1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

RUT	002	<input style="width: 90%;" type="text"/>	-	<input style="width: 20px;" type="text"/>	Año de inicio de actividades	024		<input style="width: 90%;" type="text"/>
								Año (aaaa)
<input style="width: 100%;" type="text"/>								
Nombre o razón social								
<input style="width: 100%;" type="text"/>								
Nombre comercial o de fantasía								
<input style="width: 100%;" type="text"/>								
<input style="width: 95%;" type="text"/>						<input style="width: 95%;" type="text"/>		
Dirección comercial (calle, N°)						Piso / Oficina		
<input style="width: 95%;" type="text"/>			<input style="width: 95%;" type="text"/>			<input style="width: 95%;" type="text"/>		
Región			Comuna			Casilla postal		
<input style="width: 95%;" type="text"/>			<input style="width: 95%;" type="text"/>			<input style="width: 95%;" type="text"/>		
Teléfono			Correo electrónico (xxx@ine.cl)			Página web (http://www.ine.cl)		
<input style="width: 95%;" type="text"/>			<input style="width: 95%;" type="text"/>			<input style="width: 95%;" type="text"/>		
País donde se ubica la casa matriz de la empresa								<input style="width: 95%;" type="text"/>
<input style="width: 95%;" type="text"/>								<input style="width: 95%;" type="text"/>
Nombre representante legal								RUT representante legal
<input style="width: 95%;" type="text"/>								<input style="width: 95%;" type="text"/>

FORMA DE PROPIEDAD, ORGANIZACIÓN JURÍDICA Y GRUPO ECONÓMICO

<p>Forma de propiedad; indique en términos porcentuales la conformación de capital, según corresponda.</p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td>Privada nacional</td> <td style="text-align: center;">026</td> <td style="text-align: center;"><input style="width: 30px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">%</td> </tr> <tr> <td>Privada extranjera</td> <td style="text-align: center;">027</td> <td style="text-align: center;"><input style="width: 30px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">%</td> </tr> <tr> <td>Estatual</td> <td style="text-align: center;">040</td> <td style="text-align: center;"><input style="width: 30px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">%</td> </tr> </table>	Privada nacional	026	<input style="width: 30px;" type="text"/>	%	Privada extranjera	027	<input style="width: 30px;" type="text"/>	%	Estatual	040	<input style="width: 30px;" type="text"/>	%	<p>Tipo de organización jurídica de la empresa. Llene el casillero con la alternativa (1 a 10) según corresponda. 028 <input style="width: 20px;" type="text"/></p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td>1= Personal natural</td> <td>6= Cooperativa</td> </tr> <tr> <td>2= Sociedad de responsabilidad limitada</td> <td>7= Pública</td> </tr> <tr> <td>3= Sociedad colectiva</td> <td>8= Sociedad por acciones (SPA)</td> </tr> <tr> <td>4= Sociedad anónima cerrada</td> <td>9= Empresa Individual de responsabilidad limitada (EIRL)</td> </tr> <tr> <td>5= Sociedad anónima abierta</td> <td></td> </tr> <tr> <td>10= Otra</td> <td>028.1 Especifique: _____</td> </tr> </table>	1= Personal natural	6= Cooperativa	2= Sociedad de responsabilidad limitada	7= Pública	3= Sociedad colectiva	8= Sociedad por acciones (SPA)	4= Sociedad anónima cerrada	9= Empresa Individual de responsabilidad limitada (EIRL)	5= Sociedad anónima abierta		10= Otra	028.1 Especifique: _____
Privada nacional	026	<input style="width: 30px;" type="text"/>	%																						
Privada extranjera	027	<input style="width: 30px;" type="text"/>	%																						
Estatual	040	<input style="width: 30px;" type="text"/>	%																						
1= Personal natural	6= Cooperativa																								
2= Sociedad de responsabilidad limitada	7= Pública																								
3= Sociedad colectiva	8= Sociedad por acciones (SPA)																								
4= Sociedad anónima cerrada	9= Empresa Individual de responsabilidad limitada (EIRL)																								
5= Sociedad anónima abierta																									
10= Otra	028.1 Especifique: _____																								

¿Pertenece la empresa a un conjunto de empresas organizadas formalmente? (grupo empresarial, holding, filial, subsidiarias, etc). Respuesta única.

021 Sí → 021.1 Señale el nombre del grupo. _____

NO

"De acuerdo a lo dispuesto en los artículos 20, 21 y 22 de la Ley N° 17.374, el INE podrá solicitar a los particulares, ya sean personas naturales o jurídicas, así como a los funcionarios encargados de organismos fiscales, semifiscales, empresas del Estado, municipalidades y demás instituciones públicas; la entrega de datos, antecedentes o informaciones de carácter estadístico, acerca de hechos que tengan relación con la formación de estadísticas oficiales; solicitud que será obligatoria para los informantes y cuya infracción implica la aplicación de multas que van desde 1/5 a 4 sueldos vitales.

Por otra parte y de conformidad a lo estipulado en los artículos 29 y 30 de la Ley N° 17.374, toda información recopilada con fines estadísticos, no podrá ser divulgada haciendo alusión a personas o entidades determinadas; su incumplimiento implica una infracción a la normativa sobre Secreto Estadístico, penada en conformidad a lo dispuesto en el artículo 247 del Código Penal. Asimismo, tampoco podrán publicarse o difundirse datos estadísticos con referencia expresa a quienes directa o indirectamente se refieran, si mediare prohibición de los afectados".

1.1. CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA EMPRESA

Señale las actividades o giros realizados por la empresa, en orden de importancia, donde:

1 = Más importante

2 = Importante

3 = Menos importante

- 029 Explotación de recursos naturales (agricultura, silvicultura, ganadería, pesca, minería).
- 030 Industria manufacturera (elaboración o fabricación de productos para la venta) y Construcción.
- 031 Comercio (compra y venta sin alterar el producto que comercializa).
- 032 Prestación de servicios (venta de intangibles, aún cuando el servicio incluya materiales o repuestos).
- 033 Otra actividad no mencionada anteriormente. \longrightarrow Especifique: 034 _____

Indique la combinación de actividades y productos o servicios, según importancia en sus ventas:

ORDEN DE IMPORTANCIA	ACTIVIDAD / GIRO	PRODUCTO / SERVICIO
1era más importante	017 <input type="text"/>	036 <input type="text"/>
2da más importante	019 <input type="text"/>	037 <input type="text"/>
3era más importante	035 <input type="text"/>	038 <input type="text"/>

MÓDULO 2. VENTAS, EXPORTACIONES Y EMPLEO TOTAL

2.1 VENTAS Y EXPORTACIONES

Ventas (*)

Indique el monto neto de las ventas anuales para 2015 y 2016, considere las ventas nacionales más las exportaciones.

2015 (miles de \$)	2016 (miles de \$)
200 <input type="text"/>	201 <input type="text"/>

Exportaciones (*)

Indique el monto total de las exportaciones para 2015 y 2016 (valor FOB (**)).

2015 (miles de \$)	2016 (miles de \$)
202 <input type="text"/>	203 <input type="text"/>

(*) Si sus valores son contabilizados en dólares, utilice el tipo de cambio promedio anual de 654,25 para el año 2015 y de 676,83 para el año 2016, aproxime sin decimales.

(**) Valor de una mercancía de exportación cuando está embarcada en la nave, antes de salir hacia su destino (*Free on board*).

RECUERDE ADJUNTAR BALANCE TRIBUTARIO AÑO 2015 Y 2016. SI NO ESTÁ OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD, ADJUNTAR 12 F29 DE CADA PERÍODO.

2.2 EMPLEO TOTAL

		Promedio anual	
		2015	2016
Educación básica:	212 <input type="text"/>	218 <input type="text"/>	
Educación media:	213 <input type="text"/>	219 <input type="text"/>	
Técnico nivel superior:	214 <input type="text"/>	220 <input type="text"/>	
Título profesional y/o licenciatura:	215 <input type="text"/>	221 <input type="text"/>	
Magíster:	216 <input type="text"/>	222 <input type="text"/>	
Doctorado:	217 <input type="text"/>	223 <input type="text"/>	
Sin información:	226 <input type="text"/>	227 <input type="text"/>	
TOTAL:	224 <input type="text"/>	225 <input type="text"/>	
Indique el promedio anual de trabajadores subcontratados* para los años 2015 y 2016 por la empresa:	228 <input type="text"/>	229 <input type="text"/>	

Indique el promedio anual de trabajadores de la empresa para los años 2015 y 2016, según nivel de educación. Incluya también al personal a honorarios.

Indique el promedio anual de trabajadores subcontratados* para los años 2015 y 2016 por la empresa:

*Se entiende por personal subcontratado todo aquel personal que es proporcionado por un tercero (empresa, institución, etc.), para la prestación de servicios específicos dentro de su empresa.

MÓDULO 3. INNOVACIÓN DE PRODUCTO (BIENES Y SERVICIOS)

Una innovación de producto es la introducción en el mercado de un bien o un servicio nuevo o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o al uso al que se destina.

* La innovación de producto (nueva o mejorada) debe ser nueva para la empresa, pero no necesariamente puede ser nueva para el mercado.

* La innovación de producto puede haber sido, originalmente, desarrollada por la empresa o por otras empresas.

3.1 Durante los años 2015 y/o 2016, su empresa introdujo (marque con una X):

- | | SÍ | NO |
|---|-------------------------------|--------------------------|
| 1. Bienes nuevos o significativamente mejorados (excluye la simple reventa de productos nuevos comprados a otras empresas y los cambios de carácter exclusivamente estéticos) | 3000 <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Servicios nuevos o significativamente mejorados | 3002 <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SI SU RESPUESTA ES NO PARA TODOS LOS CASOS EN LA PREGUNTA 3.1, PASE AL MÓDULO 4.

3.2 ¿Quién desarrolló esta innovación de producto? (marque con X una o más alternativas).

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1. Principalmente la empresa | 3231 <input type="checkbox"/> |
| 2. Principalmente la empresa en conjunto con otras empresas o instituciones (*) | 3232 <input type="checkbox"/> |
| 3. Principalmente la empresa adoptando o modificando bienes o servicios originalmente desarrollados por otras empresas o instituciones (*) | 3233 <input type="checkbox"/> |
| 4. Principalmente otras empresas o instituciones (*) | 3234 <input type="checkbox"/> |

(*) Incluye empresas independientes más otras que son parte del grupo de empresas (subsidiarias, casa matriz, etc.). Instituciones incluye a universidades, institutos de investigación, fundaciones sin fines de lucro, etc

3.3 La innovación de producto fue:

1. ¿Nueva para su mercado? 3004
2. ¿Sólo nueva para la empresa? 3006

3.4 Indique el porcentaje del total de ventas y de exportaciones, atribuido a:

1. Innovaciones de bienes y servicios **nuevos para su mercado**
2. Innovaciones de bienes y servicios **nuevos sólo para la empresa**
3. Bienes y servicios **no modificados o sólo marginalmente modificados, no afectados por la innovación**

TOTAL PORCENTAJE:

2016			
% sobre ventas nacionales		% sobre exportaciones	
3330 <input type="checkbox"/> %		3331 <input type="checkbox"/> %	
3336 <input type="checkbox"/> %		3337 <input type="checkbox"/> %	
3338 <input type="checkbox"/> %		3339 <input type="checkbox"/> %	
100%		100%	

MÓDULO 4. INNOVACIÓN DE PROCESO

Una innovación de proceso es la implementación de un nuevo o significativamente mejorado proceso de producción, método de distribución o actividad de soporte para los bienes o servicios.

- * *La innovación de proceso (nueva o mejorada) debe ser nueva para la empresa, pero no necesariamente puede ser nueva para el mercado.*
- * *La innovación de proceso puede haber sido originalmente desarrollada por la empresa o por otras empresas.*
- * *Excluye la innovación organizacional - Esta se incluye en el módulo 6.*

4.1 Durante los años 2015 y/o 2016, su empresa introdujo (marque con una X):

- | | SÍ | NO |
|--|-------------------------------|--------------------------|
| 1. Un nuevo o significativamente mejorado método de manufactura o producción de bienes o servicios | 3235 <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Un nuevo o significativamente mejorado método de logística, entrega o distribución para sus insumos, bienes o servicios | 3237 <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Una nueva o significativamente mejorada actividad de soporte para sus procesos, tales como sistema de mantención u operaciones de compras, contabilidad o informática | 3239 <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SI SU RESPUESTA ES NO PARA TODOS LOS CASOS EN LA PREGUNTA 4.1, PASE AL MÓDULO 6.

4.2 La innovación de proceso fue (marque con una X):

1. ¿Nueva para su mercado? 3024
2. ¿Sólo nueva para la empresa? 3026

4.3 ¿Quién desarrolló esta innovación de proceso? (marque con X una o más alternativas):

1. Principalmente la empresa 3241
2. Principalmente la empresa en conjunto con otras empresas o instituciones (*) 3242
3. Principalmente la empresa adoptando o modificando bienes o servicios originalmente desarrollados por otras empresas o instituciones (*) 3243
4. Principalmente otras empresas o instituciones (*) 3244

(*) Incluye empresas independientes más otras que son parte del grupo de empresas (subsidiarias, casa matriz, etc.). Instituciones incluye a universidades, institutos de investigación, fundaciones sin fines de lucro, etc.

MÓDULO 5. EFECTOS DE LA INNOVACIÓN (DE PRODUCTOS Y PROCESOS)

5.1 ¿Cuán importante fue cada uno de los siguientes efectos de las innovaciones de productos y procesos realizadas en los años 2015 y/o 2016? (marque con una X):

	Alta	Media	Baja	Nula
1. Ampliación de la gama de bienes y servicios	3046 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Ingreso a nuevos mercados o incrementos de la participación en el mercado actual	3047 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Mejora en la calidad de los bienes y servicios	3048 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Aumentar la capacidad y/o flexibilidad para la producción de bienes y servicios	3049 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Reducción de costos por unidad producida (p.e. Laboral, consumo de materiales y de energía, etc.)	3050 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Reducción de impacto medioambiental o mejorar la sanidad y la seguridad	3051 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MÓDULO 6. INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL

Una innovación organizacional es la introducción de una nueva metodología en la práctica del negocio (incluyendo administración del conocimiento), la organización del lugar de trabajo o las relaciones externas que no han sido usadas en la empresa anteriormente.

** Esto debe ser el resultado de decisiones estratégicas tomadas por la empresa.*

** Excluye las fusiones o adquisiciones de empresas, incluso si es por primera vez.*

6.1 Durante los años 2015 y/o 2016, su empresa introdujo (marque con una X):

	SÍ	NO
1. Nuevas prácticas de negocios para la organización de procesos (p.e. administración de abastecimiento, reingeniería de procesos, gestión de calidad, etc.)	3247 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Nuevos métodos de la organización de responsabilidades y toma de decisiones (p.e. nuevo sistema de gestión de responsabilidades, reestructuraciones, sistemas de capacitación, etc.)	3249 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Nuevos métodos de organización de las relaciones externas con otras empresas o instituciones públicas (p.e. primer uso de alianzas, subcontratación, etc)	3251 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SI SU RESPUESTA ES NO PARA TODOS LOS CASOS EN LA PREGUNTA 6.1, PASE AL MÓDULO 7.

6.2 ¿Cuán importante fue cada uno de los siguientes efectos de la innovación organizacional realizada en los años 2015 y/o 2016? (marque con X):

	Alta	Media	Baja	Nula
1. Reducir tiempo de respuesta a la necesidad del cliente y/o proveedor	3253 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Mejorar la habilidad para desarrollar nuevos productos y/o procesos	3254 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Mejorar la calidad de sus bienes y servicios	3255 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Reducir los costos por unidad producida	3256 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Mejorar la comunicación y/o participación de información dentro de su empresa y/o con otras empresas y/o instituciones	3257 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MÓDULO 7. INNOVACIÓN EN MARKETING

Una innovación en marketing es la implementación de un nuevo concepto de marketing o estrategia que difiere significativamente del método de marketing existente en la empresa y el cual no ha sido utilizado antes.

** Esto requiere significativos cambios en el diseño o envasado del producto, su posicionamiento, promoción o tarificación.*

** Excluye los cambios rutinarios, temporales o regulares en los métodos de marketing.*

7.1 Durante los años 2015 y/o 2016, su empresa introdujo (marque con una X):

	SÍ	NO
1. Cambios significativos en el diseño, envase y embalaje de productos (bienes y servicios). Excluye cambios que alteran la funcionalidad o características de uso del producto (esto corresponde a una innovación de producto)	3258 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Nuevos medios o técnicas para la promoción del producto (p.e. el primer uso de un nuevo medio de publicidad, nueva imagen de marca, etc.)	3260 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Nuevos métodos para los canales de distribución del producto (p.e. el primer uso de franquicias o distribución de licencias, venta directa, nuevo concepto de presentación del producto, etc.)	3262 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Nuevos métodos de tarificación de bienes y servicios (p.e. el primer uso de variables de precio por demanda, sistema de descuentos, etc.)	3264 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SI SU RESPUESTA ES NO PARA TODOS LOS CASOS EN LA PREGUNTA 7.1, PASE AL MÓDULO 8

7.2 ¿Cuán importante fue cada uno de los siguientes efectos de la innovación en marketing realizada en los años 2015 y/o 2016? (marque con X):

	Alta	Media	Baja	Nula
1. Incrementar o mantener la participación de mercado	3266 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Introducir productos para un nuevo segmento de mercado	3267 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Introducir productos para un mercado geográficamente nuevo	3268 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MÓDULO 8. INNOVACIÓN SOCIAL

Se entiende como innovación social al desarrollo novedoso mediante el cual se construye un proceso, producto, servicio o modelo con impacto cuantificable, que es más sustentable o justo que lo existente o que soluciona una problemática de interés público, y donde el valor generado es distribuido en la sociedad sin desmedro de la generación de beneficio privado.

8.1 De acuerdo al concepto presentado, durante los años 2015 y/o 2016, ¿su empresa realizó alguna actividad relacionada con la innovación social?

SÍ
4000

NO

SI RESPONDIÓ QUE NO, PASE AL MÓDULO 9

8.2 Si su respuesta es SÍ, indique el porcentaje de gasto en innovación social realizado (ejecutado) por la empresa en relación a sus ventas totales, para los años:

2015
4002 %

2016
4003 %

MÓDULO 9. ACTIVIDADES INNOVATIVAS Y GASTO.

Se define como actividades innovativas a todas las operaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que:

a) Conducen a la introducción de innovación.

b) A pesar de que no se haya concretado la innovación (producto de abandono o porque aún está en proceso de transformarse en innovación), las actividades innovativas fueron efectuadas durante el período de referencia.

* Algunas de estas actividades son innovadoras en sí mismas, otras no son nuevas, pero son necesarias para la introducción de innovaciones.

* Se incluyen también las actividades de investigación y desarrollo que no están directamente relacionadas con la introducción de una innovación en particular.

9.1 ¿Ha realizado su empresa alguna de las siguientes actividades innovativas durante los años 2015 y/o 2016?. En caso de que su respuesta sea positiva, indique el monto utilizado para los años 2015 y/o 2016 (NOTA: también debe considerar los gastos corrientes (personal, arriendos, gastos administrativos y básicos) incurridos al realizar cada una de estas actividades)

1. Investigación y desarrollo dentro de la empresa (I+D) [La investigación y desarrollo comprende el trabajo creativo llevado a cabo de forma sistemática para incrementar el volumen de conocimiento, incluido el conocimiento del hombre, la cultura y la sociedad y el uso de esos conocimientos para crear nuevas aplicaciones]. Se refiere a las actividades de I+D, realizadas dentro de la empresa, para usos propios o de terceros

NO Sí → 2015 (miles de \$) 4118 2016 (miles de \$) 3344

Si su respuesta es SÍ, indique cómo fue realizada la actividad de I+D durante los años 2015 y/o 2016:

Continuamente (su empresa tuvo o tiene un equipo permanente dedicado a I+D) 3269

Ocasionalmente (su empresa tuvo o tiene un equipo esporádico dedicado a I+D) 3270

2. Investigación y desarrollo fuera de la empresa (I+D). Se refiere a las actividades de I+D (definidas anteriormente) contratadas a externos y realizadas fuera de las instalaciones de la empresa con personal propio o externo

3057 → 4119 3345

3. Adquisición de maquinaria, equipos, software y edificios destinados a la producción de productos o procesos nuevos o mejorados de manera significativa para la innovación (no incluidos en I+D)

4139 → 3084 3085

4. Adquisición de conocimientos externos para la innovación (patentes, derechos de propiedad intelectual, licencias, know-how)

4140 → 3086 3087

5. Capacitación para la innovación (formación interna o externa de su personal, destinado específicamente al desarrollo o introducción de productos o procesos nuevos o mejorados de manera significativa)

4141 → 3088 3089

6. Introducción de innovaciones al mercado (incluye investigación de mercado, campañas de publicidad) para la innovación

4142 → 3090 3091

7. Diseño (se refiere a la forma y aspecto de los productos y no a sus especificaciones técnicas u otras características funcionales o de utilización) para la innovación

4143 → 3294 3295

8. Instalación y puesta a punto de nuevos equipos para la innovación (puesta en marcha de la producción)

4144 → 3092 3093

9. Otras Actividades: 4122 Especifique: _____

4145 → 4120 4121

TOTAL GASTO ACTIVIDADES INNOVATIVAS (1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8 + 9)

3342 3343

9.2 Si realizó gasto en actividades innovativas en un período distinto a 2015 o 2016, indique:

Período: 4124 Años Monto aproximado 4125 Miles de \$

SI SU RESPUESTA ES NO PARA TODOS LOS CASOS EN LA PREGUNTA 9.1, PASE AL MÓDULO 11

9.3 Distribuya porcentualmente el gasto en actividades innovativas reportado en 9.1 (COD. 3342 y/o COD.3343), según región de ejecución.

REGIÓN	2015		2016	
XV de Arica y Parinacota	3102	%	3103	%
I de Tarapacá	3104	%	3105	%
II de Antofagasta	3106	%	3107	%
III de Atacama	3108	%	3109	%
IV de Coquimbo	3110	%	3111	%
V de Valparaíso	3112	%	3113	%
VI de O'Higgins	3114	%	3115	%
VII del Maule	3116	%	3117	%
VIII del Biobío	3118	%	3119	%
IX de La Araucanía	3120	%	3121	%
XIV de Los Ríos	3122	%	3123	%
X de Los Lagos	3124	%	3125	%
XI de Aysén	3126	%	3127	%
XII de Magallanes y la Antártica Chilena	3128	%	3129	%
Región Metropolitana de Santiago	3130	%	3131	%
TOTAL	100		100	%

9.4 Durante los años 2015 y/o 2016, ¿realizó su empresa alguna actividad innovativa (de las mencionadas en la pregunta 9.1) que no resultó en innovación de producto, proceso, marketing o gestión organizativa por alguna de las siguientes causas?

Las actividades innovativas fueron abandonadas o suspendidas antes de obtener alguna innovación en producto, proceso, marketing o gestión organizativa. 4004 Sí NO

Las actividades innovativas se encontraban aun en curso y sin obtener una innovación en producto, proceso, marketing o gestión organizativa a finales de 2016. 4006 Sí NO

MÓDULO 10. FUENTES DE INFORMACIÓN Y COOPERACIÓN EN ACTIVIDADES INNOVATIVAS

10.1 Indique si para las actividades innovativas la empresa utilizó, en los años 2015 y/o 2016, las siguientes fuentes de información y señale la importancia de aquellas que utilizó (debe indicar al menos una fuente de información).

	NO	SÍ	Alta	Media	Baja	Nula
a. Fuentes internas (generados al interior de la empresa)	4146	<input type="checkbox"/> → <input type="checkbox"/>	3136	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Fuentes de mercado						
Proveedores	4147	<input type="checkbox"/> → <input type="checkbox"/>	3139	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Clientes	4148	<input type="checkbox"/> → <input type="checkbox"/>	3142	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Competidores u otras empresas del mismo sector	4149	<input type="checkbox"/> → <input type="checkbox"/>	3145	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consultores, laboratorios comerciales, o institutos privados de I+D	4150	<input type="checkbox"/> → <input type="checkbox"/>	3281	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Fuentes institucionales						
Universidades u otras instituciones de educación superior	4151	<input type="checkbox"/> → <input type="checkbox"/>	3154	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Institutos de investigación públicos o del Gobierno	4152	<input type="checkbox"/> → <input type="checkbox"/>	3157	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Otras fuentes						
Conferencias, ferias y exposiciones	4153	<input type="checkbox"/> → <input type="checkbox"/>	3332	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revistas científicas, publicaciones técnicas y comerciales, y bases de datos de patentes	4154	<input type="checkbox"/> → <input type="checkbox"/>	3333	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asociaciones a nivel profesional e industrial	4155	<input type="checkbox"/> → <input type="checkbox"/>	3334	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	4156	<input type="checkbox"/> → <input type="checkbox"/>	3335	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10.2 Durante los años 2015 y/o 2016, ¿la empresa realizó acciones de cooperación con otras empresas o instituciones en cualquiera de las actividades innovativas efectuadas? (marque con una X, solo una alternativa).

Una innovación cooperativa es la participación activa con otras empresas o institutos no comerciales (universidades, institutos de investigación, otros) en actividades innovativas. Ambos *partners* no necesitan beneficiarse comercialmente. Excluye la contratación de trabajo que no contempla la cooperación entre las partes.

SÍ NO
 3162 **PASE AL MÓDULO 11.**

10.3 Indique el tipo de cooperación y su procedencia (marque con X una o más alternativas).

	NACIONAL		EXTRANJERO	
	SÍ	NO	SÍ	NO
1. Otras empresas al interior de su grupo	3164	<input type="checkbox"/>	3166	<input type="checkbox"/>
2. Proveedores de equipos, materiales, componentes o <i>software</i>	3168	<input type="checkbox"/>	3170	<input type="checkbox"/>
3. Clientes o consumidores	3172	<input type="checkbox"/>	3174	<input type="checkbox"/>
4. Competidores u otras empresas de su sector	3176	<input type="checkbox"/>	3178	<input type="checkbox"/>
5. Consultores, laboratorios o institutos de I+D	3180	<input type="checkbox"/>	3182	<input type="checkbox"/>
6. Universidades u otras instituciones de educación superior	3184	<input type="checkbox"/>	3186	<input type="checkbox"/>
7. Institutos de investigación públicos o del Gobierno	3188	<input type="checkbox"/>	3190	<input type="checkbox"/>

10.4 De el o los tipos de cooperación señalados anteriormente indique, ¿cuál considera fue la más valiosa para las actividades innovativas de su empresa?. Indique en el casillero la alternativa (1 a 7)

3192

10.5 Si su empresa recibió cooperación de procedencia extranjera, mencione los tres países más importantes para esta colaboración:

1)	3282	<input type="text"/>
2)	3283	<input type="text"/>
3)	3284	<input type="text"/>

MÓDULO 11. RECURSOS HUMANOS Y UNIDAD FORMAL

Indique la cantidad promedio anual de empleados del año 2016 que, al interior de su empresa, 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.

Áreas funcionales:

- Informática y sistemas.
- Investigación y desarrollo (I+D).
- Ingeniería y diseño industrial.

TOTAL DE TRABAJADORES (PROMEDIO ANUAL)

	2016 (Promedio anual de personas)	Unidad formal	
		SÍ	NO
3320	<input type="text"/>	3321 <input type="text"/>	<input type="text"/>
3323	<input type="text"/>	3324 <input type="text"/>	<input type="text"/>
3326	<input type="text"/>	3327 <input type="text"/>	<input type="text"/>
3329	<input type="text"/>		

MÓDULO 12. FINANCIAMIENTO PÚBLICO PARA LA INNOVACIÓN (DEBEN RESPONDER TODAS LAS EMPRESAS)

12.1 ¿La empresa ha solicitado durante los años 2015 y/o 2016 algún instrumento público para financiar actividades de innovación (exceptuando créditos o beneficios tributarios, por ejemplo Ley I+D), independiente de que haya obtenido o no el apoyo?

SÍ 4008
NO

PASE A PREG. 12.3

12.2 Indique para cada una de las siguientes instituciones (agencias), iniciativas y/o fondos, si durante 2015 y/o 2016:

- a) CORFO (Corporación de Fomento a la Producción)
- b) CONICYT (Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología)
- c) FIA (Fondo de Investigación Agraria)
- d) ICM (Iniciativa Científica Milenio)
- e) FIP (Fondo de Investigación Pesquera)
- f) PROCHILE
- g) Otros: 4034 Especifique: _____

	Solicitó apoyo			Monto obtenido Miles de \$
	No solicitó apoyo	pero no lo obtuvo	y, si lo obtuvo	
4010 <input type="text"/>	4011 <input type="text"/>	4012 <input type="text"/>	4013	
4014 <input type="text"/>	4015 <input type="text"/>	4016 <input type="text"/>	4017	
4018 <input type="text"/>	4019 <input type="text"/>	4020 <input type="text"/>	4021	
4022 <input type="text"/>	4023 <input type="text"/>	4024 <input type="text"/>	4025	
4026 <input type="text"/>	4027 <input type="text"/>	4028 <input type="text"/>	4029	
4030 <input type="text"/>	4031 <input type="text"/>	4032 <input type="text"/>	4033	
4035 <input type="text"/>	4036 <input type="text"/>	4037 <input type="text"/>	4038	

12.3 Durante los años 2015 y/o 2016, ¿Su empresa postuló a la Ley de Incentivo Tributario a la inversión privada en I+D, Ley N°20.570 (Ex Ley N°20.241) conocida como "Ley I+D"?

No postuló Postuló, pero no se acogió a este beneficio tributario Postuló, y sí se acogió a este beneficio tributario

4055
PASE A PREG. 12.6

4057
PASE A MÓDULO 13

4056

12.4 Indique entre qué tramo se encuentran los montos ejecutados* por la empresa y afectos a "Ley I+D" durante el 2015 y/o 2016, según corresponda

* Se define monto ejecutado como aquellos que ya fueron certificados por CORFO para la "Ley I+D" y que serán deducidos de su base imponible y/o utilizados como crédito tributario para efectos de dicha ley.

	2015			2016		
	Tramos	Miles de \$		Tramos	Miles de \$	
4058	T1	0	40.000	T1	0	40.000
	T2	40.001	130.000	T2	40.001	130.000
	T3	130.001	330.000	T3	130.001	330.000
	T4	330.001	Más	T4	330.001	Más

12.5 El beneficio tributario recibido, permite a la empresa:

- a) Mantener o aumentar el presupuesto dedicado a I+D e innovación
- b) Empezar nuevos proyectos de I+D e innovación o proyectos más arriesgados
- c) Iniciar las actividades de I+D en el momento más oportuno
- d) Mayor libertad de planificación
- e) Incluir en la estrategia empresarial nuevas líneas de negocio
- f) Otros. 4138 Especifique: _____

SÍ 4126
NO 4128
 4130
 4132
 4134
 4136

EN CASO DE HABER SOLICITADO O POSTULADO A SUBSIDIOS, CRÉDITOS Y BENEFICIOS TRIBUTARIOS, PASE AL MÓDULO 13

12.6 En caso de NO haber solicitado o postulado a subsidios, créditos o beneficios tributarios de origen público durante los años 2015 y/o 2016, señale el(los) motivo(s) por los cuales no lo realizó (marque con una X una o más alternativas).

- 1) No se adaptan a las necesidades específicas de su actividad
- 2) Excesivos requerimientos de garantías
- 3) Dificultades burocráticas
- 4) Dificultades para formular proyectos de innovación
- 5) Dificultades con el manejo de la confidencialidad
- 6) No conoce instrumentos de apoyo
- 7) Otros 4045 Especifique: _____

4039
4040
4041
4042
4043
4044
4046

12.6.1 ¿Cuál fue el motivo más importante para su empresa? Indique en el casillero la alternativa (1 al 7).

→ 4047

MÓDULO 13. OBSTÁCULOS A LA INNOVACIÓN (DEBEN RESPONDER TODAS LAS EMPRESAS)

13.1 ¿En qué medida percibe usted que influyen los siguientes obstáculos o desincentivos para la innovación en su empresa? (marque con X).

	Alta	Media	Baja	Nula
a. Factores de costos				
Falta de fondos propios	3196 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de financiamiento externo a la empresa	3197 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Costo de innovación muy alto	3285 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Factores vinculados al conocimiento				
Falta de personal calificado	3198 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de información sobre la tecnología	3199 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de información sobre los mercados	3200 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dificultad en encontrar cooperación de <i>partners</i> para la innovación	3286 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Factores de mercado				
Mercado dominado por empresas establecidas	3201 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incertidumbre respecto a la demanda por bienes o servicios innovados	3202 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Otros factores				
No es necesario debido a innovaciones previas	3287 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No es necesario por falta de demanda de innovaciones	3288 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dificultad regulatoria	3289 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MÓDULO 14. DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL (DEBEN RESPONDER TODAS LAS EMPRESAS)

14.1 Durante el período 2015-2016, ¿su empresa ha solicitado los siguientes métodos de protección formal para proteger sus innovaciones? Si su respuesta es Sí, indique cuántos y señale el nivel de importancia que su empresa le concedió.

Método de protección	NO	SÍ	Cantidad		Nivel de importancia			
			Chile	Extranjero	Alta	Media	Baja	Nula
1. Marca	4157 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> →	4059 <input type="checkbox"/>	4163 <input type="checkbox"/>	4169 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Patente	4158 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> →	4062 <input type="checkbox"/>	4164 <input type="checkbox"/>	4170 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Modelo de utilidad	4159 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> →	4065 <input type="checkbox"/>	4165 <input type="checkbox"/>	4171 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Diseño industrial	4160 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> →	4068 <input type="checkbox"/>	4166 <input type="checkbox"/>	4172 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Derecho de autor	4161 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> →	4071 <input type="checkbox"/>	4167 <input type="checkbox"/>	4173 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Variedad vegetal	4162 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> →	4074 <input type="checkbox"/>	4168 <input type="checkbox"/>	4174 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SI SU RESPUESTA ES NO PARA TODOS LOS CASOS EN LA PREGUNTA 14.1, PASE AL MÓDULO 15.

14.2 De los métodos de protección señalados en la pregunta 14.1, ¿su empresa ha producido un bien o servicio haciendo uso de ellos, durante el período 2015-2016?

SÍ NO

4113

14.3 Transferencia a terceros: durante los años 2015 y/o 2016, ¿su empresa ha transferido a terceros, mediante licenciamiento, venta o cesión, algún derecho de propiedad intelectual que le haya sido concedido con anterioridad?

4175

14.4 Adquisición de propiedad intelectual: durante los años 2015 y/o 2016 ¿su empresa adquirió o hizo uso de Derechos de Propiedad Intelectual cuyos titulares sean universidades, instituciones privadas sin fines de lucro (IPSFL) y/u otras empresas?

4176

PASE A MÓDULO 15

14.4.1 ¿Cuántos derechos de propiedad intelectual provenientes de las siguientes instituciones ha adquirido o ha hecho uso?. Especifique:

Cantidad (en número)

Universidades 4177

IPSFL 4178

Otras empresas 4179

MÓDULO 15. PERSPECTIVAS DE INNOVACIONES FUTURAS (DEBEN RESPONDER TODAS LAS EMPRESAS)

15.1 ¿En los próximos DOS años, piensa realizar alguna de las siguientes innovaciones?

- 1. Innovaciones de producto (bienes o servicios)
- 2. Innovaciones de proceso
- 3. Innovaciones en marketing
- 4. Innovaciones de la gestión organizativa
- 5. Innovaciones de carácter social

SÍ
3220
3222
3292
3228
4116

NO

15.2 En caso de ser positiva su respuesta, ¿cuál es la prioritaria? Especifique un número de la lista anterior, del 1 al 5:

→ 3230

MÓDULO 16. OBSERVACIONES Y DATOS DEL INFORMANTE (DEBEN RESPONDER TODAS LAS EMPRESAS)

Observaciones

CERTIFICO QUE LA ENCUESTA CONTIENE INFORMACIÓN VERÍDICA Y FUE CONFECCIONADA SEGÚN LAS INSTRUCCIONES ESTABLECIDAS.

NOMBRE DE LA PERSONA QUE RESPONDE ESTE FORMULARIO:

501

CARGO:

502

TELÉFONO RED FIJA:

503

TELÉFONO MÓVIL:

505

CORREO ELECTRÓNICO:

506

Nota: el certificado de recepción de la encuesta será enviado al correo electrónico informado; una vez que la encuesta esté aprobada.

FIRMA INFORMANTE _____

“De acuerdo a lo dispuesto al los artículos 20, 21 y 22 de la Ley N° 17.374, el INE podrá solicitar a los particulares, ya sean personas naturales o jurídicas, así como a los funcionarios encargados de organismos fiscales, semifiscales, empresas del Estado, municipalidades y demás instituciones públicas; la entrega de datos, antecedentes o informaciones de carácter estadístico, acerca de hechos que tengan relación con la formación de estadísticas oficiales; solicitud que será obligatoria para los informantes y cuya infracción implica la aplicación de multas que van desde 1/5 a 4 sueldos vitales.

Por otra parte y de conformidad a lo estipulado en los artículos 29 y 30 de la Ley N° 17.374, toda información recopilada con fines estadísticos, no podrá ser divulgada haciendo alusión a personas o entidades determinadas; su incumplimiento implica una infracción a la normativa sobre Secreto Estadístico, penada en conformidad a lo dispuesto en el artículo 247 del Código Penal. Asimismo, tampoco podrán publicarse o difundirse datos estadísticos con referencia expresa a quienes directa o indirectamente se refieran, si mediare prohibición de los afectados”.

ANEXO

Objetivo de la encuesta: El objetivo principal es determinar qué tipos de innovación se introducen en la empresa y captar los esfuerzos que las empresas realizan en favor de la innovación y los obstáculos que se les presentan al intentar aplicarlas.

Glosario de términos

INNOVACIÓN	➡	El concepto de innovación está asociada a la creación de valor y se refiere principalmente a "la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de marketing, o un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de las empresas, la organización del lugar de trabajo o de las relaciones exteriores". Fuente: Manual de Oslo, 3° edición año 2005.
Innovación de producto	➡	Es la introducción en el mercado de un bien o de un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al cual se destina. Esta definición incluye las mejoras significativas de las especificaciones técnicas, de los componentes y de los materiales, de la informática integrada, de la facilidad de uso u otras características funcionales.
Innovación de proceso	➡	Es la implementación de un nuevo o significativamente mejorado proceso de producción, método de distribución o actividad de soporte para los bienes o servicios. Esto implica cambios significativos en las técnicas, los equipos y/o los programas informáticos. Un proceso es considerado una innovación si pone en marcha nuevas técnicas tanto para la fabricación de productos innovados, como para la elaboración de productos existentes dentro de la gama de producción de la empresa.
Innovación organizacional	➡	Es la introducción de una nueva metodología en la práctica del negocio (incluyendo administración del conocimiento), la organización del lugar de trabajo o las relaciones externas que no han sido usadas en la empresa anteriormente.
Innovación en marketing	➡	Es la implementación de un nuevo concepto de marketing o estrategia que difiere significativamente del método de marketing existente en la empresa y el cual no ha sido utilizado antes.
Innovación social	➡	Se entiende como innovación social al desarrollo novedoso mediante el cual se construye un proceso, producto, servicio o modelo con impacto cuantificable, que es más sustentable o justo que lo existente o que soluciona una problemática de interés público, y donde el valor generado es distribuido en la sociedad sin desmedro de la generación de beneficio privado.

Derechos de Propiedad Intelectual

Marca	➡	Es todo signo susceptible de representación gráfica y capaz de distinguir en el mercado productos, servicios o establecimientos comerciales o industriales.
Patente	➡	Es el derecho exclusivo que concede el Estado para la protección de una invención. La patente proporciona derechos exclusivos al titular que le permitirán utilizar y explotar su invención e impedir que terceros la utilicen sin su consentimiento.
Modelo de utilidad	➡	Son títulos de propiedad industrial que, al igual que las patentes, protegen invenciones, pero de escaso valor creativo o de innovación no radical. Por lo general, los modelos de utilidad se aplican a invenciones de menor complejidad técnica, razón por lo que se conocen como "pequeñas patentes", "innovaciones de utilidad" o "patentes a corto plazo". El dispositivo, instrumento o herramienta protegible por el modelo de utilidad se caracteriza por su "utilidad" y "practicidad" y no por su "estética" como ocurre en el diseño industrial.
Diseño industrial	➡	Toda forma tridimensional asociada o no con colores, y cualquier artículo industrial o artesanal que sirva de patrón para la fabricación de otras unidades y que se distinga de sus similares, sea por su forma, configuración geométrica, ornamentación o una combinación de éstas, siempre que dichas características le den una apariencia especial perceptible por medio de la vista, de tal manera que resulte una fisonomía nueva. El diseño debe poder ser reproducido por medios industriales, finalidad esencial del diseño, y por la que recibe el calificativo de "industrial".
Derecho de autor	➡	El derecho de autor protege la expresión de las creaciones literarias, artísticas y científicas, durante cierto periodo de tiempo, por el sólo hecho de la creación de la obra. La protección por derecho de autor recae sobre un número indeterminado de obras tales como libros, obras musicales, pinturas, esculturas, películas, programas de computador o softwares y las bases de datos electrónicas.
Variedad vegetal	➡	Un conjunto de plantas de un solo taxón botánico del rango más bajo conocido que, con independencia de si responde o no plenamente a las condiciones para la concesión de un derecho de obtentor, pueda: o definirse por la expresión de los caracteres resultantes de un cierto genotipo o de una cierta combinación de genotipos, o distinguirse de cualquier otro conjunto de plantas por la expresión de no de dichos caracteres por lo menos, o considerarse como una unidad, habida cuenta de su aptitud a propagarse sin alteración.
Secreto Empresarial	➡	Todo conocimiento sobre productos o procedimientos industriales, cuyo mantenimiento en reserva proporciona a su poseedor una mejora, avance o ventaja competitiva.
Cláusula de confidencialidad para los empleados	➡	Modo de resguardar los secretos industriales o empresariales. Es un documento o cláusula en un contrato que deben firmar los empleados de una empresa a solicitud de la misma con el fin de resguardar todo conocimiento sobre productos o procedimientos industriales cuyo mantenimiento en reserva proporciona a su poseedor una mejora, avance o ventaja competitiva.
Contratos de confidencialidad con proveedores y/o clientes	➡	Modo de resguardar los secretos industriales o empresariales. Documento que la empresa solicita firmar a sus proveedores y/o clientes, con la finalidad de resguardar la divulgación o explotación de secretos industriales o empresariales.



INE

Instituto Nacional de Estadísticas • Chile