

8^{va} ENCUESTA DE INNOVACIÓN, AÑO 2013

LOS DATOS QUE EL INE SOLICITA SON CONFIDENCIALES. EL ARTÍCULO 29 LEY 17.374 ESTABLECE EL SECRETO ESTADÍSTICO

I. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

RAZÓN SOCIAL:	001 <input style="width:90%;" type="text"/>	RUT:	002 <input style="width:100%;" type="text"/>
REPRESENTANTE LEGAL:	003 <input style="width:90%;" type="text"/>	RUT:	004 <input style="width:100%;" type="text"/>
DIRECCIÓN:	005 <input style="width:90%;" type="text"/> calle <input style="width:90%;" type="text"/> N° <input style="width:10%;" type="text"/>	COMUNA:	006 <input style="width:90%;" type="text"/> REGIÓN: 007 <input style="width:10%;" type="text"/>
NOMBRE DE FANTASÍA:	008 <input style="width:90%;" type="text"/>	FONO 1:	009 <input style="width:10%;" type="text"/> - <input style="width:60%;" type="text"/> FONO 2: 010 <input style="width:10%;" type="text"/> - <input style="width:60%;" type="text"/>
FAX 1:	011 <input style="width:10%;" type="text"/> - <input style="width:60%;" type="text"/> FAX 2:	012 <input style="width:10%;" type="text"/> - <input style="width:60%;" type="text"/>	CELULAR: 013 <input style="width:60%;" type="text"/> CASILLA: 014 <input style="width:30%;" type="text"/>
E-MAIL:	015 <input style="width:90%;" type="text"/>	PÁGINA WEB:	016 <input style="width:90%;" type="text"/>
NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE TIENE LA EMPRESA :	020 <input style="width:30%;" type="text"/>	¿LA EMPRESA ES PARTE DE UN GRUPO DE EMPRESAS?	SÍ: 021 <input style="width:10%;" type="text"/> NO: 022 <input style="width:10%;" type="text"/>
¿EN QUÉ PAÍS SE UBICA LA OFICINA MATRIZ?:	023 <input style="width:30%;" type="text"/>	AÑO DE INICIO DE LA PRODUCCIÓN:	024 <input style="width:30%;" type="text"/>

Forma de propiedad	Organización Jurídica						
<p>1. Privada Nacional</p> <p>2. Privada Extranjera</p> <p>3. Mixta (Privada Nac./extranjera)</p> <p>4. Estatal</p> <p style="text-align: right;">Indique Número</p> <p style="text-align: right;">025 <input style="width:60%;" type="text"/></p> <p style="text-align: center;">Si marca número 3 indique el % de conformación de capital</p> <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Conformación de capital</th> <th>Porcentaje (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nacional</td> <td>026 <input style="width:60%;" type="text"/></td> </tr> <tr> <td>Extranjera</td> <td>027 <input style="width:60%;" type="text"/></td> </tr> </tbody> </table>	Conformación de capital	Porcentaje (%)	Nacional	026 <input style="width:60%;" type="text"/>	Extranjera	027 <input style="width:60%;" type="text"/>	<p>1. Persona Natural</p> <p>2. Sociedad de Responsabilidad Limitada</p> <p>3. Sociedad Colectiva</p> <p>4. Sociedad Anónima Cerrada</p> <p>5. Sociedad Anónima Abierta</p> <p>6. Cooperativa</p> <p>7. Pública</p> <p>8. Otra, especificar</p> <p style="text-align: right;">Indique Número</p> <p style="text-align: right;">028 <input style="width:60%;" type="text"/></p>
Conformación de capital	Porcentaje (%)						
Nacional	026 <input style="width:60%;" type="text"/>						
Extranjera	027 <input style="width:60%;" type="text"/>						

I.1 CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA EMPRESA.

De acuerdo a las Actividades o Giros realizados por la empresa, indique en orden de importancia, donde:

1: Más Importante

2: Importante

3: Menos Importante

029		Explotación de recursos naturales (agricultura, silvicultura, ganadería, pesca, recursos mineros)
030		Industria Manufacturera y Construcción (elaboración o fabricación de productos para la venta).
031		Comercio (mayorista, minorista y comisionista o concesión; compra y venta sin alterar el producto que comercializa).
032		Prestación de servicios (vende un intangible; aún cuando el servicio incluya materiales o repuestos).
033		Otra actividad no mencionada anteriormente, especifique: <input type="text"/>
	034	<input type="text"/>

CIU.CL:

USO DE OFICINA

Señale la combinación de actividades y productos o servicios, según importancia en ventas.

ACTIVIDAD / GIRO		PRODUCTO/SERVICIO	
Principal	017	036	
Secundaria	019	037	
Terciaria	035	038	

II. VENTAS, EXPORTACIONES Y EMPLEO TOTAL

II.1 VENTAS Y EXPORTACIONES (*)	En miles de pesos			
	Año 2011		Año 2012	
Ventas Indique el monto neto de las ventas anuales para cada año, considere las ventas nacionales más las exportaciones.	200		201	
Exportaciones Indique el monto de las exportaciones, en miles de pesos de cada año (Valor FOB).	202		203	

(*) Si sus valores se encuentran contabilizados en dólares utilice el tipo de cambio promedio anual indicado para cada año y aproxime a un decimal.

(*) 483,67

(*) 486,49

II.2 EMPLEO TOTAL	En número			
	Año 2011		Año 2012	
Indique el número total de trabajadores (promedio anual) de la empresa según nivel de titulación. Incluya tanto al personal contratado, honorarios y subcontratados.				
Educación Básica	212		218	
Educación Media	213		219	
Técnico Nivel superior	214		220	
Título profesional y/o licenciatura	215		221	
Magister	216		222	
Doctorado	217		223	
TOTAL DE TRABAJADORES (PROMEDIO ANUAL)	224		225	

III. INNOVACIÓN DE PRODUCTO (BIENES Y SERVICIOS)

Una 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 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.

III.1 Durante los años 2011 y/o 2012, su empresa introdujo:	Marque con 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 estético)	3000	3001
2. Servicios nuevos o significativamente mejorados	3002	3003

Si su respuesta es NO en ambas opciones, pase a la sección IV.

III.2 La innovación de producto fue:	Marque con X	
	SÍ	NO
1. ¿Nueva para su mercado?	3004	3005
2. ¿Sólo nueva para la empresa?	3006	3007

III.3 ¿Quién desarrolló esta innovación de producto? (Marque una o más alternativas)	Marque con X
1. Principalmente la empresa	3231
2. Principalmente la empresa en conjunto con otras empresas o instituciones (*)	3232
3. Principalmente la empresa adoptando o modificando bienes o servicios originalmente desarrollados por otras empresas o instituciones (*)	3233
4. Principalmente otras empresa o instituciones (*)	3234

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

III.4 Indique el porcentaje del total de ventas y del total de exportaciones, atribuido a:	Año 2012	
	% Sobre Ventas Nacionales	% Sobre Exportaciones
1. Innovaciones de bienes y servicios nuevos para su mercado	3330	3331
2. Innovaciones de bienes y servicios nuevos sólo para la empresa	3336	3337
3. Bienes y servicios no modificados o solo marginalmente modificados	3338	3339
TOTAL PORCENTAJE (100%)	3340	3341

IV. 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 la sección VI.

IV.1 Durante los años 2011 y/o 2012, su empresa introdujo:	Marque con X	
	SÍ	NO
1. Un nuevo o significativamente mejorado método de manufactura o producción de bienes o servicios	3235	3236
2. Un nuevo o significativamente mejorado método de logística, entrega o distribución para sus insumos, bienes o servicios	3237	3238
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	3240

Si su empresa NO introdujo innovación de producto ni de proceso durante el 2011 y/o 2012 (Si responde NO a todas las opciones de las preguntas III.1 y IV.1) pase a la sección VI.

IV.2 La innovación de proceso fue:	Marque con X	
	SÍ	NO
1. ¿Nueva para su mercado?	3024	3025
2. ¿Sólo nueva para la empresa?	3026	3027

IV.3 ¿Quién desarrolló esta innovación de proceso? (Marque una o más alternativas)	Marque con X	
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 desarrollado 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 universidades, institutos de investigación, fundaciones sin fines de lucro, etc.

V. EFECTOS DE LA INNOVACIÓN (DE PRODUCTOS Y PROCESOS)

V.1 ¿Cuán importante fue cada uno de los siguientes efectos de las innovaciones de productos y procesos realizadas en el período 2011 y/o 2012?	Marque con X			
	Alta	Media	Baja	No Relevante
1. Ampliación de la gama de bienes y servicios	3046.1	3046.2	3046.3	3046.4
2. Ingreso a nuevos mercados o incrementos de la participación en el mercado actual	3047.1	3047.2	3047.3	3047.4
3. Mejora en la calidad de los bienes y servicios	3048.1	3048.2	3048.3	3048.4
4. Aumentar la capacidad y/o flexibilidad para la producción de bienes y servicios	3245.1	3245.2	3245.3	3245.4
5. Reducción de costos por unidad producida (p.e. laboral, consumo de materiales y de energía, etc.)	3246.1	3246.2	3246.3	3246.4
6. Reducción del impacto medioambiental o mejorar la sanidad y la seguridad	3051.1	3051.2	3051.3	3051.4

VI. 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.
- Esta debe ser el resultado de decisiones estratégicas tomadas por la empresa.
- Excluye las fusiones o adquisiciones de empresas, incluso si es por primera vez.

VI.1 Durante los años 2011 y/o 2012, su empresa introdujo:	Marque con X	
	SÍ	NO
1. Nuevas prácticas de negocios para la organización de procesos (p.e. administración de la cadena de abastecimiento, reingeniería de procesos, gestión de la calidad, etc.)	3247	3248
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	3250
3. Nuevos métodos de organización de las relaciones externas con otras empresas o instituciones públicas (p.e. primer uso de alianzas, subcontratación, etc.)	3251	3252

Si su respuesta es NO en todas las opciones, pase a la sección VII.

VI.2 ¿Cuán importante fue cada uno de los siguientes efectos de la innovación organizacional realizada en el período 2011 y/o 2012?	Marque con X			
	Alta	Media	Baja	No Relevante
1. Reducir el tiempo de respuesta a la necesidad del cliente y/o proveedor	3253.1	3253.2	3253.3	3253.4
2. Mejorar la habilidad para desarrollar nuevos productos y/o procesos	3254.1	3254.2	3254.3	3254.4
3. Mejorar la calidad de sus bienes y/o servicios	3255.1	3255.2	3255.3	3255.4
4. Reducir los costos por unidad producida	3256.1	3256.2	3256.3	3256.4
5. Mejorar la comunicación y/o participación de información dentro de su empresa y/o con otras empresas y/o instituciones	3257.1	3257.2	3257.3	3257.4

VII. 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, su promoción o su tarificación.
- Excluye los cambios rutinarios, temporales o regulares en los métodos de marketing.

VII.1 Durante los años 2011 y/o 2012, su empresa introdujo:	Marque con 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 (eso sería innovación de producto)	3258	3259
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	3261
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	3263
4. Nuevos métodos de tarificación de bienes o servicios (p.e. el primer uso de variables de precio por demanda, sistema de descuentos, etc.)	3264	3265

Si su respuesta es NO en todas las opciones, pase a la sección VIII.

VII.2 ¿Cuán importante fue cada uno de los siguientes efectos de la innovación en marketing introducida entre 2011 y/o 2012?	Marque con X			
	Alta	Media	Baja	No Relevante
1. Incrementar o mantener la participación de mercado	3266.1	3266.2	3266.3	3266.4
2. Introducir productos para un nuevo segmento de mercado	3267.1	3267.2	3267.3	3267.4
3. Introducir productos para un mercado geográficamente nuevo	3268.1	3268.2	3268.3	3268.4

VIII. ACTIVIDADES INNOVATIVAS, GASTO Y RECURSOS HUMANOS

Se define como actividades innovativas a todas las operaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que: i) conducen a la introducción de innovación, ii) a pesar de que no se haya concretado la innovación, las actividades innovativas fueron efectuadas en el periodo de referencia

- Algunas de estas actividades son innovadoras en si 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.

VIII.1. ¿La empresa tiene unidad formal, departamento o laboratorio de investigación y desarrollo (I+D)?	Marque con X	
	SÍ	NO
	3052	3053

VIII.2 ¿Durante los años 2011 y/o 2012 su empresa realizó alguna de las siguientes actividades?

1. Investigación y desarrollo en la propia empresa:	Trabajo creativo llevado a cabo dentro de la empresa para incrementar el volumen de conocimiento y el uso de éste para crear nuevas aplicaciones. Incluye el desarrollo de software dentro de la empresa, siempre que, cumpla con este objetivo.	Marque con X	
		SÍ	NO
		3054	3055

Si su respuesta es SÍ:

Indique la proporción porcentual (o en porcentaje) del gasto en Investigación y Desarrollo realizado en la propia empresa en relación a sus ventas totales en el año 2012.	Porcentaje (%)
	3344

Indique como fue realizada la actividad de I+D durante los años mencionados. (Respuesta única)

Continuamente: Su empresa tuvo o tiene un equipo permanente dedicado a I+D

Ocasionalmente: Su empresa tuvo o tiene un equipo esporádicamente dedicado a I+D

2. Investigación y desarrollo fuera de la empresa:	Considera la misma actividad descrita anteriormente, pero realizada por: otras empresas (incluyendo otras empresas o subsidiarias dentro de su grupo), institutos de investigación (público o privado) y/o universidades, que son subcontratados por la empresa para dicho fin.	Marque con X	
		SÍ	NO
		3056	3057

Si su respuesta es SÍ:

Indique la proporción porcentual (o en porcentaje) del gasto en Investigación y Desarrollo realizado fuera de la empresa en relación a sus ventas totales en el año 2012.	Porcentaje (%)
	3345

VIII.2.1 Durante los años 2011 y/o 2012 su empresa realizó alguna de las siguientes actividades de Innovación?. ¿Cuánto fue el gasto realizado en las actividades innovativas señaladas (excluyendo el gasto en I+D)?	Año 2011			Año 2012		
	SÍ	NO	Gasto (en miles de pesos)	SÍ	NO	Gasto (en miles de pesos)
1. Adquisición de maquinaria, equipos y software para la innovación	3296	3297	3084	3298	3299	3085
2. Adquisición de conocimientos externos (patentes, licencias, know-how) para la innovación.	3300	3301	3086	3302	3303	3087
3. 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).	3304	3305	3088	3306	3307	3089
4. Introducción de innovaciones al mercado (incluye investigación de mercado, campañas de publicidad), para la innovación.	3308	3309	3090	3310	3311	3091
5. 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.	3312	3313	3294	3314	3315	3295
6. Otras actividades (instalación y puesta a punto de nuevos equipos, puesta en marcha de la producción) para la innovación	3316	3317	3092	3318	3319	3093
TOTAL GASTO EN ACTIVIDADES INNOVATIVAS			3342			3343

VIII.3 Financiamiento Público	Marque con X	
	SÍ	NO
1. ¿Conoce alguno de los financiamientos públicos (de Innova Chile de CORFO, FONDEF de CONICYT, FIA, Innova Bío Bío u otros) para las actividades de innovación?	3273	3274
Si su respuesta es Sí:		
¿Durante los años 2011 y/o 2012 su empresa utilizó alguno de estos financiamientos?	3275	3276

VIII.4 Ley de Incentivo Tributario	Marque con X	
	SÍ	NO
1. ¿Conoce la Ley de Incentivo Tributario en I+D, Ley N° 20.570 (Ex Ley N° 20.241)?	3277	3278
Si su respuesta es Sí:		
¿Durante los años 2011 y/o 2012 su empresa hizo uso de este beneficio tributario?	3279	3280
¿Su empresa utilizaría este beneficio tributario en el futuro?	3346	3347

Si su empresa NO introdujo innovación de producto, de proceso, en marketing u organizacional o alguna actividad innovativa durante el 2011 y/o 2012 (Si responde NO a todas las opciones de las preguntas III.1, IV.1, VI.1, VII.1, VIII.1 y VIII.2) pase a la sección X.

VIII.5 Independientemente de la región donde se realizó el desembolso de recursos para financiar las actividades innovativas detalladas en el ítem VIII.2.1, indique la región donde se dio uso a esas actividades.	En porcentaje %	
	Año 2011	Año 2012
XV de Arica 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	3128	3129
Región Metropolitana	3130	3131
TOTAL PORCENTAJE (100%)	3132	3133

VIII.6 Recursos Humanos para la Innovación				
Indique la cantidad promedio anual de empleados del año 2012 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	En número Año 2012	Marque con una X		
		SÍ	NO	
Informática y Sistemas	3320	3321	3322	
Investigación y Desarrollo	3323	3324	3325	
Ingeniería y Diseño Industrial	3326	3327	3328	
TOTAL DE TRABAJADORES (PROMEDIO ANUAL)	3329			

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN Y COOPERACIÓN EN ACTIVIDADES INNOVATIVAS

IX.1 Indique si para las actividades innovativas de la empresa utilizó en los años 2011 y/o 2012 las siguientes fuentes de información y señale la importancia de aquellas utilizadas (diferentes patentes, licencias y acuerdos de know-how)	Marque con X			
	Alta	Media	Baja	No Relevante
1. Fuentes internas (generados al interior de la empresa)	3136.1		3136.2	
2. Fuentes de mercado				
Proveedores	3139.1		3139.2	
Clientes	3142.1		3142.2	
Competidores u otras empresas del mismo sector	3145.1		3145.2	
Consultores, laboratorios comerciales, o institutos privados de I+D	3281.1		3281.2	
3. Fuentes institucionales				
Universidades u otras instituciones de educación superior	3154.1		3154.2	
Institutos de investigación públicos o del Gobierno	3157.1		3157.2	
4. Otras fuentes				
Conferencias, ferias y exposiciones	3332.1		3332.2	
Revistas científicas, publicaciones técnicas y comerciales, y bases de datos de patentes.	3333.1		3333.2	
Asociaciones a nivel profesional e industrial.	3334.1		3334.2	
Internet	3335.1		3335.2	

IX.2 Durante los años 2011 y/o 2012 ¿la empresa efectuó acciones de cooperación con otras empresas o instituciones en cualquiera de las actividades innovativas efectuadas? (Respuesta única)

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.

Si:

No:



Si su respuesta es **NO**, pase a la sección **X**.

IX.3 Indique el tipo de cooperación y su procedencia. (Marque con X una o más alternativas)	Nacional		Extranjero	
	SI	NO	SI	NO
1. Otras empresas al interior de su grupo	3164		3165	
2. Proveedores de equipos, materiales, componentes o software	3168		3169	
3. Clientes o consumidores	3172		3173	
4. Competidores u otras empresas de su sector	3176		3177	
5. Consultores, laboratorios o institutos privados de I+D	3180		3181	
6. Universidades u otras instituciones de educación superior	3184		3185	
7. Institutos de investigación públicos o del Gobierno	3188		3189	

Si su empresa recibió cooperación de procedencia extranjera, mencione los tres países más importantes

3282	
3283	
3284	

IX.4 De los siete tipos de cooperación mencionados en la pregunta IX.3:

¿Qué tipo de cooperación considera que fue el más valioso, para las actividades innovativas de su empresa? Especifique un número de la lista anterior (de 1 al 7):

X. OBSTÁCULOS A LA INNOVACIÓN

X.1 ¿Qué factores percibe usted como obstáculos o desincentivo a la innovación en su empresa?						
1. Factores de costos	Marque con X					
	Alta	Media	Baja	No es un obstáculo		
Falta de fondos propios	3196.1		3196.2		3196.3	3196.4
Falta de financiamiento externo a la empresa	3197.1		3197.2		3197.3	3197.4
Costo de la innovación muy alto	3285.1		3285.2		3285.3	3285.4
2. Factores vinculados al conocimiento						
Falta de personal calificado	3198.1		3198.2		3198.3	3198.4
Falta de información sobre la tecnología	3199.1		3199.2		3199.3	3199.4
Falta de información sobre los mercados	3200.1		3200.2		3200.3	3200.4
Dificultad en encontrar cooperación de partners para la innovación	3286.1		3286.2		3286.3	3286.4
3. Factores de mercado						
Mercado dominado por empresas establecidas	3201.1		3201.2		3201.3	3201.4
Incertidumbre respecto a la demanda por bienes o servicios innovados	3202.1		3202.2		3202.3	3202.4
4. Otros factores						
No es necesario debido a innovaciones previas	3287.1		3287.2		3287.3	3287.4
No es necesario por falta de demanda de innovaciones	3288.1		3288.2		3288.3	3288.4
Dificultad regulatoria	3289.1		3289.2		3289.3	3289.4

XI. DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

XI.1 Durante el período 2011-2012, ¿Ha emprendido su empresa búsqueda de patentes o utiliza servicios informativos o bibliotecas sobre patentes? (Respuesta única)	Marque con X	
	SÍ	NO
	3208	

Si su respuesta es SÍ:	Marque con X
¿Hacia dónde dirige su empresa la búsqueda de patentes? (Marque con X una o más alternativas)	
1. Mantenerse al corriente de cambios tecnológicos	3210
2. Encontrar información específica relativa a un problema tecnológico	3211
3. Vigilar a los competidores	3212
4. Obtener información del mercado	3213
5. Otras razones	3214

XI.2 ¿Su empresa ha solicitado y/o se le ha concedido algún derecho de propiedad intelectual para proteger sus invenciones e innovaciones?	
<p> SÍ: En Chile En el extranjero <input type="checkbox"/> 3290 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 3291 <input type="checkbox"/> </p> <p> NO: <input type="checkbox"/> 3216 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </p> <p> Si su respuesta es NO, pase a la sección XII. </p>	

XI.3 Indicador	Cantidad
1. Número de derechos de propiedad intelectual de las que su empresa es titular (incluye patentes, derechos de obtención de variedades vegetales y derechos de autor, diseño industrial; no incluye marcas comerciales)	3217
2. Número total de derechos de propiedad intelectual solicitados por la empresa (no incluye marcas comerciales) (durante el período 2011 y 2012)	3218
3. Número de acuerdos de Know-How (transferencias de conocimientos no patentados) vigentes en su empresa	3219

XII. PERSPECTIVAS DE INNOVACIONES FUTURAS

XII.1 ¿En los próximos DOS años, piensa realizar alguna de las siguientes innovaciones?	Marque con X			
	SÍ		NO	
1. Innovaciones de producto (bienes o servicios)	3220		3221	
2. Innovaciones de procesos	3222		3223	
3. Innovaciones en marketing	3292		3293	
4. Innovaciones de la gestión organizativa	3228		3229	

XII.2 De las alternativas anteriores ¿cuál es la prioritaria?. Especifique un número de la lista anterior, (1 al 4):	3230	<input type="text"/>
--	------	----------------------

XIII. ASPECTOS GENERALES

Unidad de información: En este cuestionario la unidad de información que se solicita se refiere a la empresa. Se entiende por empresa a toda unidad jurídica que constituye una unidad organizativa de producción de bienes y servicios, y que disfrute de una cierta autonomía de decisión, principalmente a la hora de emplear los recursos corrientes de que dispone. Desde un punto de vista práctico, y en su caso más general, el concepto de empresa corresponde con el de unidad jurídica o legal, es decir, con toda persona física.

Innovación: Se aplicará la definición de innovación presente en el Manual de Oslo (2005). Así, se entenderá que, "una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, un nuevo método de marketing, o un nuevo método organizacional de las prácticas internas del negocio, de la organización del lugar de trabajo o de las relaciones externas".

Innovación de producto: Dice relación a la introducción en el mercado de un bien o de un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o el uso al cual se destina.

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.

Innovación en marketing: Esta innovación es la introducción de un nuevo método de comercialización que implica cambios significativos del diseño o del envasado, de la introducción al mercado, la promoción o la tarificación de un producto.

Innovación organizacional: Dice relación a la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de una empresa.

Período de referencia: Los datos deben referirse al año 2012 o los años 2011 y 2012, salvo que en la pregunta se solicite información referida a otro período.

En el Manual del Informante hay ejemplos de los tipos de innovación mencionados anteriormente.

XIV. ASPECTOS LEGALES

Artículo 29: "El Instituto Nacional de Estadísticas, los Organismos Fiscales, Semifiscales y Empresas del Estado, y cada uno de sus respectivos funcionarios, no podrán divulgar los hechos que se refieren a las personas o entidades determinadas de que se haya tomado conocimiento en el desempeño de sus actividades. El estricto mantenimiento de estas reservas constituye el 'SECRETO ESTADÍSTICO'. Su infracción, por cualquier persona sujeta a esta obligación, hará incurrir en el delito previsto por el artículo 247º del Código Penal".

Artículo 30: "Los datos estadísticos no podrán ser publicados o difundidos con referencia expresa a las personas o entidades a quienes directa o indirectamente se refieran, si mediare prohibición del o los afectados." (Extractos de la Ley Orgánica 17.374 de creación del Instituto Nacional de Estadísticas, publicada el 10-12-1970)".

OBSERVACIONES :

500

DATOS DEL INFORMANTE

Nombre:

501

Cargo:

502

Teléfono:

503

cód. área

Nº Teléfono

Fax:

504

cód. área

Nº Fax

Celular:

505

E-mail:

506

DATOS INTERNOS OFICINA

Responder antes del:

507

Fecha de entrega:

508

Nombre Analista Presencial:

509

Código Analista Presencial:

510

Nombre Analista Gabinete:

511

Código Analista Gabinete:

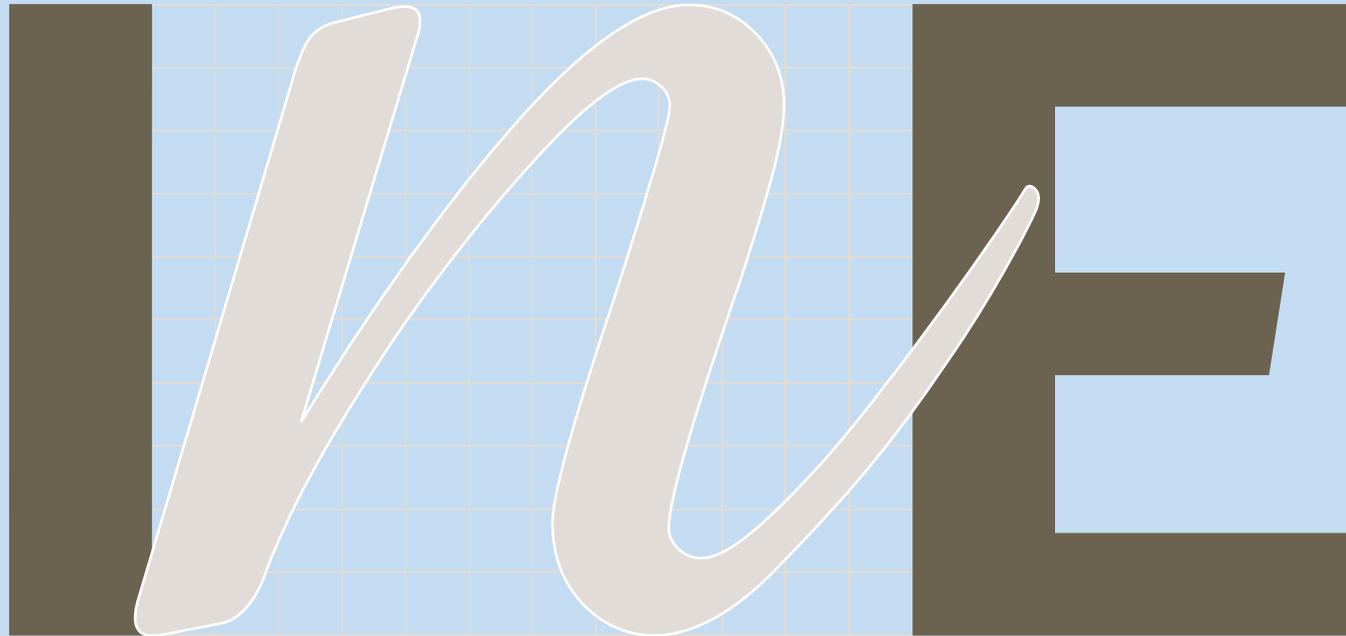
512

Nombre Supervisor:

513

Código Supervisor:

514



Instituto Nacional de Estadísticas • Chile