



INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS
 DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS
 San Diego N°630, piso 3
 Fono : (56 - 2) 29395255
 www.ine.cl - innova2015@ine.cl
 SANTIAGO - CHILE

ACT. PRINCIPAL
018
CIUI (USO INTERNO NO LLENAR)

9na 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 escribanos a innova2015@ine.cl

El objetivo de la encuesta es cuantificar qué tipos de innovación se introducen en la empresa, además de cuantificar el gasto de innovación en relación a las ventas de las empresas que participan de las actividades económicas de nuestro país y cuantificar los obstáculos que se les presentan al aplicarlas.

MÓDULO 1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

RUT	002	<input style="width: 95%;" type="text"/>	-	<input style="width: 95%;" type="text"/>	Año de inicio de actividades	024	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Año (aaaa)							
001 Nombre o razón social							
008 Nombre comercial o de fantasía							
005 Dirección comercial (calle, N°)						011 Piso / Oficina	
007 Región			006 Comuna			014 Casilla postal	
009 Teléfono			015 correo electrónico (xxx@ine.cl)			016 Página web (http://www.ine.cl)	
Pais donde se ubica la casa matriz de la empresa							
023 <input style="width: 95%;" type="text"/>							
003 Nombre representante legal						004 RUT representante legal	

FORMA DE PROPIEDAD, ORGANIZACIÓN JURÍDICA Y GRUPO ECONÓMICO

Indique la participación porcentual, según corresponda

Privada nacional	026	<input style="width: 95%;" type="text"/>	%
Privada extranjera	027	<input style="width: 95%;" type="text"/>	%
Estatad	040	<input style="width: 95%;" type="text"/>	%

Tipo de organización jurídica de la empresa. Llene el casillero con la alternativa (1 a 10) según corresponda. 028

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 → 0211 Señale el nombre del grupo. _____

022 NO

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 247° 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).

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. —————> Especifique:

034 _____

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

ORDEN DE IMPORTANCIA

- 1era más importante
- 2da más importante
- 3era más importante

ACTIVIDAD / GIRO

017	<input type="text"/>
019	<input type="text"/>
035	<input type="text"/>

PRODUCTO / SERVICIO

036	<input type="text"/>
037	<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 2013 y 2014, considere las ventas nacionales más las exportaciones.

2013 (miles de \$)	2014 (miles de \$)
200 <input type="text"/>	201 <input type="text"/>

Exportaciones (*)

Indique el monto total de las exportaciones para 2013 y 2014 (valor FOB)

2013 (miles de \$)	2014 (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 495,00 para el año 2013 y de 570,01 para el año 2014, aproxime sin decimales.

RECUERDE ADJUNTAR BALANCE TRIBUTARIO AÑO 2013 Y 2014. SI NO ESTÁ OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD, ADJUNTAR 12 F29 DE CADA PERÍODO.

2.2 EMPLEO TOTAL

Indique el número total de trabajadores de la empresa (promedio anual), para los años 2013 y 2014, según nivel de educación. **Incluya tanto al personal contratado y honorarios.**

- Educación básica:
- Educación media:
- Técnico nivel superior:
- Título profesional y/o licenciatura:
- Magíster:
- Doctorado:
- Sin información:
- TOTAL:**

		Promedio anual	
		2013	2014
212	<input type="text"/>	218	<input type="text"/>
213	<input type="text"/>	219	<input type="text"/>
214	<input type="text"/>	220	<input type="text"/>
215	<input type="text"/>	221	<input type="text"/>
216	<input type="text"/>	222	<input type="text"/>
217	<input type="text"/>	223	<input type="text"/>
226	<input type="text"/>	227	<input type="text"/>
224	<input type="text"/>	225	<input type="text"/>
228	<input type="text"/>	229	<input type="text"/>

Indique el número total de trabajadores **subcontratados** (promedio anual) para los años 2013 y 2014:

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 2013 y/o 2014, su empresa introdujo? (marque con una X):

- 1. Bienes nuevos o significativamente mejorados (excluye la simple reventa de productos nuevos comprados a otras empresas y los cambios de carácter exclusivamente estéticos).
- 2. Servicios nuevos o significativamente mejorados.

SÍ	NO
3000 <input type="checkbox"/>	3001 <input type="checkbox"/>
3002 <input type="checkbox"/>	3003 <input type="checkbox"/>

SI RESPONDIÓ QUE NO A TODAS LAS OPCIONES, PASE AL MÓDULO 4.

3.2 La innovación de producto fue:

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

SÍ	NO
3004 <input type="checkbox"/>	3005 <input type="checkbox"/>
3006 <input type="checkbox"/>	3007 <input type="checkbox"/>

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

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

3231

3232

3233

3234

(*) 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.

3.4 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:

2014			
% sobre ventas nacionales		% sobre exportaciones	
3330	<input type="text"/> %	3331	<input type="text"/> %
3336	<input type="text"/> %	3337	<input type="text"/> %
3338	<input type="text"/> %	3339	<input type="text"/> %
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 - ésta se incluye en el módulo 6.

4.1 ¿Durante los años 2013 y/o 2014, su empresa introdujo? (marque con una X):

1. Un nuevo o significativamente mejorado método de manufactura o producción de bienes o servicios.
2. Un nuevo o significativamente mejorado método de logística, entrega o distribución para sus insumos, bienes o servicios.
3. Una nueva o significativamente mejorada actividad de soporte para sus procesos, tales como sistema de mantención u operaciones de compras, contabilidad o informática.

SÍ		NO	
3235	<input type="checkbox"/>	3236	<input type="checkbox"/>
3237	<input type="checkbox"/>	3238	<input type="checkbox"/>
3239	<input type="checkbox"/>	3240	<input type="checkbox"/>

SI RESPONDIÓ QUE NO A TODAS LAS OPCIONES, PASE AL MÓDULO 6.

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

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

SÍ		NO	
3024	<input type="checkbox"/>	3025	<input type="checkbox"/>
3026	<input type="checkbox"/>	3027	<input type="checkbox"/>

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

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

3241

3242

3243

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 2013 y/o 2014? (Marque con una X):

1. Ampliación de la gama de bienes y servicios.
2. Ingreso a nuevos mercados o incrementos de la participación en el mercado actual.
3. Mejora en la calidad de los bienes y servicios.
4. Aumentar la capacidad y/o flexibilidad para la producción de bienes y servicios.
5. Reducción de costos por unidad producida (p.e. Laboral, consumo de materiales y de energía, etc.).
6. Reducción de impacto medioambiental o mejorar la sanidad y la seguridad.

Alta	Media	Baja	No relevante
3046.1 <input type="checkbox"/>	3046.2 <input type="checkbox"/>	3046.3 <input type="checkbox"/>	3046.4 <input type="checkbox"/>
3047.1 <input type="checkbox"/>	3047.2 <input type="checkbox"/>	3047.3 <input type="checkbox"/>	3047.4 <input type="checkbox"/>
3048.1 <input type="checkbox"/>	3048.2 <input type="checkbox"/>	3048.3 <input type="checkbox"/>	3048.4 <input type="checkbox"/>
3049.1 <input type="checkbox"/>	3049.2 <input type="checkbox"/>	3049.3 <input type="checkbox"/>	3049.4 <input type="checkbox"/>
3050.1 <input type="checkbox"/>	3050.2 <input type="checkbox"/>	3050.3 <input type="checkbox"/>	3050.4 <input type="checkbox"/>
3051.1 <input type="checkbox"/>	3051.2 <input type="checkbox"/>	3051.3 <input type="checkbox"/>	3051.4 <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 2013 y/o 2014, su empresa introdujo? (marque con una X):

	SI	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"/>	3248 <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"/>	3250 <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"/>	3252 <input type="checkbox"/>

SI RESPONDIÓ QUE NO A TODAS LAS OPCIONES, PASE AL MÓDULO 7.

6.2 ¿Cuán importante fue cada uno de los siguientes efectos de la innovación organizacional realizada en los años 2013 y/o 2014? (marque con X):

	Alta		Media		Baja		No relevante
1. Reducir tiempo de respuesta a la necesidad del cliente y/o proveedor.	3253.1 <input type="checkbox"/>		3253.2 <input type="checkbox"/>		3253.3 <input type="checkbox"/>		3253.4 <input type="checkbox"/>
2. Mejorar la habilidad para desarrollar nuevos productos y/o procesos.	3254.1 <input type="checkbox"/>		3254.2 <input type="checkbox"/>		3254.3 <input type="checkbox"/>		3254.4 <input type="checkbox"/>
3. Mejorar la calidad de sus bienes y servicios.	3255.1 <input type="checkbox"/>		3255.2 <input type="checkbox"/>		3255.3 <input type="checkbox"/>		3255.4 <input type="checkbox"/>
4. Reducir los costos por unidad producida.	3256.1 <input type="checkbox"/>		3256.2 <input type="checkbox"/>		3256.3 <input type="checkbox"/>		3256.4 <input type="checkbox"/>
5. Mejorar la comunicación y/o participación de información dentro de su empresa y/o con otras empresas y/o instituciones.	3257.1 <input type="checkbox"/>		3257.2 <input type="checkbox"/>		3257.3 <input type="checkbox"/>		3257.4 <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 2013 y/o 2014, su empresa introdujo? (marque con una X):

	SI	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"/>	3259 <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"/>	3261 <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"/>	3263 <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"/>	3265 <input type="checkbox"/>

SI RESPONDIÓ QUE NO A TODAS LAS OPCIONES, PASE AL MÓDULO 8

7.2 ¿Cuán importante fue cada uno de los siguientes efectos de la innovación en marketing realizada en los años 2013 y/o 2014? (marque con X):

	Alta		Media		Baja		No relevante
1. Incrementar o mantener la participación de mercado.	3266.1 <input type="checkbox"/>		3266.2 <input type="checkbox"/>		3266.3 <input type="checkbox"/>		3266.4 <input type="checkbox"/>
2. Introducir productos para un nuevo segmento de mercado.	3267.1 <input type="checkbox"/>		3267.2 <input type="checkbox"/>		3267.3 <input type="checkbox"/>		3267.4 <input type="checkbox"/>
3. Introducir productos para un mercado geográficamente nuevo.	3268.1 <input type="checkbox"/>		3268.2 <input type="checkbox"/>		3268.3 <input type="checkbox"/>		3268.4 <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 2013 y/o 2014 su empresa realizó alguna actividad relacionada con la innovación social?

SI	NO
4000 <input type="checkbox"/>	4001 <input type="checkbox"/>

SI RESPONDIÓ QUE NO, PASE AL MÓDULO 9.

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:

2013	2014
4002 <input type="checkbox"/> %	4003 <input type="checkbox"/> %

MÓDULO 9. ACTIVIDADES INNOVATIVAS Y GASTO.

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 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 ¿La empresa tiene una unidad formal, departamento o laboratorio de investigación y desarrollo?

SÍ NO
 3052 3053

9.2 ¿Durante los años 2013 y/o 2014 su empresa realizó alguna de las siguientes actividades? (marque con una X):

a. Investigación y desarrollo en la 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, siempre que cumpla con este objetivo).

SÍ NO
 3054 3055

Si su respuesta es Sí:

Indique la proporción porcentual del gasto en investigación y desarrollo realizado en la propia empresa en relación a sus ventas totales en:

2013 2014
 4118 % 3344 %

Indique cómo fue realizada la actividad de I+D durante los años 2013 y/o 2014 (marque con una X):

3269
 3270

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

b. 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).

SÍ NO
 3056 3057

Si su respuesta es Sí:

Indique la proporción porcentual del gasto en investigación y desarrollo realizado fuera de la empresa en relación a sus ventas totales en:

2013 2014
 4119 % 3345 %

9.3 Indique el gasto realizado durante los años 2013 y/o 2014 en las actividades de innovación (excluyendo el gasto en I+D); en caso de no haber realizado gasto declare cero.

	2013 (miles de \$)	2014 (miles de \$)
1. Adquisición de maquinaria, equipos y software para la innovación.	3084 <input type="text"/>	3085 <input type="text"/>
2. Adquisición de conocimientos externos (patentes, derechos de propiedad intelectual, licencias, know-how) para la innovación.	3086 <input type="text"/>	3087 <input type="text"/>
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).	3088 <input type="text"/>	3089 <input type="text"/>
4. Introducción de innovaciones al mercado (incluye investigación de mercado, campañas de publicidad), para la innovación.	3090 <input type="text"/>	3091 <input type="text"/>
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.	3294 <input type="text"/>	3295 <input type="text"/>
6. Instalación y puesta a punto de nuevos equipos (puesta en marcha de la producción), para la innovación.	3092 <input type="text"/>	3093 <input type="text"/>
7. Otras Actividades: Especifique: 4122 <input type="text"/>	4120 <input type="text"/>	4121 <input type="text"/>
TOTAL GASTO EN ACTIVIDADES INNOVATIVAS	3342 <input type="text"/>	3343 <input type="text"/>

9.3.1 Si realizó el gasto en actividades innovativas en un período distinto al 2013 o 2014, indicar: PERIODO: 4124 MONTO APROXIMADO: 4125

SI SU RESPUESTA ES NO EN LAS OPCIONES: 9.1, 9.2 Y ADEMÁS NO REALIZÓ GASTO, PASE AL MÓDULO 11.

9.4 Si durante los años 2013 y/o 2014, su empresa realizó alguna actividad innovativa (de las mencionadas en la pregunta 9.3, incluida la I+D) que no resultó en innovación de producto, proceso, marketing o gestión organizativa. Indique si estas actividades innovativas:

¿Se abandonaron o suspendieron todas las actividades innovativas antes de ser completadas, ya sea en la fase de concepción o una vez ya iniciada la actividad? 4004 SÍ 4005 NO

SI RESPONDIÓ QUE SÍ, PASE A PREGUNTA 9.5

¿A finales de 2014 aún continúan en curso al menos una de sus actividades innovativas? 4006 SÍ 4007 NO

9.5 Gasto en actividades innovativas según región. Independientemente de la región donde se realizó el desembolso de recursos para financiar las actividades innovativas detalladas en la pregunta 9.3; indique la región en donde se dio uso a esas actividades.

REGIÓN	2013	2014
XV de Arica y Parinacota	3102 <input type="text"/> %	3103 <input type="text"/> %
I de Tarapacá	3104 <input type="text"/> %	3105 <input type="text"/> %
II de Antofagasta	3106 <input type="text"/> %	3107 <input type="text"/> %
III de Atacama	3108 <input type="text"/> %	3109 <input type="text"/> %
IV de Coquimbo	3110 <input type="text"/> %	3111 <input type="text"/> %
V de Valparaíso	3112 <input type="text"/> %	3113 <input type="text"/> %
VI de O'Higgins	3114 <input type="text"/> %	3115 <input type="text"/> %
VII del Maule	3116 <input type="text"/> %	3117 <input type="text"/> %
VIII del Biobío	3118 <input type="text"/> %	3119 <input type="text"/> %
IX de La Araucanía	3120 <input type="text"/> %	3121 <input type="text"/> %
XIV de Los Ríos	3122 <input type="text"/> %	3123 <input type="text"/> %
X de Los Lagos	3124 <input type="text"/> %	3125 <input type="text"/> %
XI de Aysén	3126 <input type="text"/> %	3127 <input type="text"/> %
XII de Magallanes y la Antártica Chilena	3128 <input type="text"/> %	3129 <input type="text"/> %
Región Metropolitana de Santiago	3130 <input type="text"/> %	3131 <input type="text"/> %
TOTAL PORCENTAJE:	100 %	100 %

MÓDULO 10. FUENTES DE INFORMACIÓN Y COOPERACIÓN EN ACTIVIDADES INNOVATIVAS

10.1 Indique si para las actividades innovativas, la empresa utilizó, en los años 2013 y/o 2014, las siguientes fuentes de información y señale la importancias de aquellas que utilizó (marque con X).

	Alta	Media	Baja	No relevante
a. Fuentes internas (generados al interior de la empresa).				
3136.1	<input type="checkbox"/>	3136.2 <input type="checkbox"/>	3136.3 <input type="checkbox"/>	3136.4 <input type="checkbox"/>
b. Fuentes de mercado.				
Proveedores.	3139.1 <input type="checkbox"/>	3139.2 <input type="checkbox"/>	3139.3 <input type="checkbox"/>	3139.4 <input type="checkbox"/>
Clientes.	3142.1 <input type="checkbox"/>	3142.2 <input type="checkbox"/>	3142.3 <input type="checkbox"/>	3142.4 <input type="checkbox"/>
Competidores u otras empresas del mismo sector.	3145.1 <input type="checkbox"/>	3145.2 <input type="checkbox"/>	3145.3 <input type="checkbox"/>	3145.4 <input type="checkbox"/>
Consultores, laboratorios comerciales, o institutos privados de I+D.	3281.1 <input type="checkbox"/>	3281.2 <input type="checkbox"/>	3281.3 <input type="checkbox"/>	3281.4 <input type="checkbox"/>
c. Fuentes institucionales.				
Universidades u otras instituciones de educación superior.	3154.1 <input type="checkbox"/>	3154.2 <input type="checkbox"/>	3154.3 <input type="checkbox"/>	3154.4 <input type="checkbox"/>
Institutos de investigación públicos o del Gobierno.	3157.1 <input type="checkbox"/>	3157.2 <input type="checkbox"/>	3157.3 <input type="checkbox"/>	3157.4 <input type="checkbox"/>
d. Otras fuentes.				
Conferencias, ferias y exposiciones.	3332.1 <input type="checkbox"/>	3332.2 <input type="checkbox"/>	3332.3 <input type="checkbox"/>	3332.4 <input type="checkbox"/>
Revistas científicas, publicaciones técnicas y comerciales, y bases de datos de patentes.	3333.1 <input type="checkbox"/>	3333.2 <input type="checkbox"/>	3333.3 <input type="checkbox"/>	3333.4 <input type="checkbox"/>
Asociaciones a nivel profesional e industrial.	3334.1 <input type="checkbox"/>	3334.2 <input type="checkbox"/>	3334.3 <input type="checkbox"/>	3334.4 <input type="checkbox"/>
Internet.	3335.1 <input type="checkbox"/>	3335.2 <input type="checkbox"/>	3335.3 <input type="checkbox"/>	3335.4 <input type="checkbox"/>

10.2 Durante los años 2013 y/o 2014 ¿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.

SI	NO
3162 <input type="checkbox"/>	3163 <input type="checkbox"/>

SI RESPONDIÓ QUE NO, 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"/>	3165 <input type="checkbox"/>	3166 <input type="checkbox"/>	3167 <input type="checkbox"/>
2. Proveedores de equipos, materiales, componentes o software.	3168 <input type="checkbox"/>	3169 <input type="checkbox"/>	3170 <input type="checkbox"/>	3171 <input type="checkbox"/>
3. Clientes o consumidores.	3172 <input type="checkbox"/>	3173 <input type="checkbox"/>	3174 <input type="checkbox"/>	3175 <input type="checkbox"/>
4. Competidores u otras empresas de su sector.	3176 <input type="checkbox"/>	3177 <input type="checkbox"/>	3178 <input type="checkbox"/>	3179 <input type="checkbox"/>
5. Consultores, laboratorios o institutos de I+D.	3180 <input type="checkbox"/>	3181 <input type="checkbox"/>	3182 <input type="checkbox"/>	3183 <input type="checkbox"/>
6. Universidades u otras instituciones de educación superior.	3184 <input type="checkbox"/>	3185 <input type="checkbox"/>	3186 <input type="checkbox"/>	3187 <input type="checkbox"/>
7. Institutos de investigación públicos o del Gobierno.	3188 <input type="checkbox"/>	3189 <input type="checkbox"/>	3190 <input type="checkbox"/>	3191 <input type="checkbox"/>

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"/>

10.4 De los siete tipos de cooperación mencionados en la pregunta 10.3, ¿Qué tipo de cooperación considera que fue la más valiosa, para las actividades innovativas de su empresa? Especifique un número de la lista anterior (de 1 al 7):

3192

MÓDULO 11. RECURSOS HUMANOS PARA LA INNOVACIÓN (deben responder todas las empresas)

Indique la cantidad promedio anual de empleados del año 2014 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)

2014 (En número)

3320	<input type="text"/>
3323	<input type="text"/>
3326	<input type="text"/>
3329	<input type="text"/>

Unidad formal

SÍ	NO
3321 <input type="text"/>	3322 <input type="text"/>
3324 <input type="text"/>	3325 <input type="text"/>
3327 <input type="text"/>	3328 <input type="text"/>

MÓDULO 12. FINANCIAMIENTO PÚBLICO PARA LA INNOVACIÓN (deben responder todas las empresas)

12.1 ¿La empresa ha solicitado durante los años 2013 y/o 2014 subsidios, créditos o beneficios tributarios de origen estatal para financiar sus actividades de innovación, independiente de que haya obtenido o no el apoyo?

SÍ 4008

NO 4009

Si RESPONDIÓ QUE NO, PASE A LAS PREGUNTAS 12.3 y 12.4

12.2 Indique para cada una de las siguientes instituciones (agencias), iniciativas y/o fondos, si durante 2013 y/o 2014:

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: _____

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

12.3 En caso de no haber solicitado subsidios, créditos o beneficios tributarios de origen estatal durante los años 2013 y/o 2014, señale los motivos por los cuales no lo realizó. Luego señale cuál de todos fue el más importante para su empresa:

a) No se adaptan a las necesidades específicas de su actividad.

b) Excesivos requerimientos de garantías.

c) Dificultades burocráticas.

d) Dificultades para formular proyectos de innovación.

e) Dificultades con el manejo de la confidencialidad.

f) No conoce instrumentos de apoyo.

g) Otros: 4045 Especifique: _____

Marque con una X una o más alternativas

4039 <input type="checkbox"/>
4040 <input type="checkbox"/>
4041 <input type="checkbox"/>
4042 <input type="checkbox"/>
4043 <input type="checkbox"/>
4044 <input type="checkbox"/>
4046 <input type="checkbox"/>

Marque con una X la más importante. Respuesta única.

4047 <input type="checkbox"/>
4048 <input type="checkbox"/>
4049 <input type="checkbox"/>
4050 <input type="checkbox"/>
4051 <input type="checkbox"/>
4052 <input type="checkbox"/>
4053 <input type="checkbox"/>

12.4 Ley de incentivo tributario en Investigación y Desarrollo (I+D).

12.4.1 ¿Conoce la Ley de Incentivo Tributario en I+D, Ley N°20.570 (Ex Ley N°20.241)?

SÍ 3277

NO 3278

12.4.2 ¿Durante los años 2013 y/o 2014 su empresa postuló a este beneficio tributario?

4054

4055

Si RESPONDIO QUE NO EN 12.4.2, SALTE AL MÓDULO 13

12.4.3 ¿Durante los años 2013 y/o 2014 su empresa se acogió a este beneficio tributario, es decir, el proyecto I+D fue certificado por CORFO bajo resolución?

SÍ 4056

NO 4057

Si RESPONDIO QUE NO EN 12.4.3, SALTE AL MÓDULO 13

12.4.3.1 Si su respuesta es SÍ, indique los montos para el 2013 o 2014, según corresponda.

Monto obtenido (miles de \$) 2013 4058

Monto obtenido (miles de \$) 2014 4123

12.4.3.2 El beneficio tributario recibido, permite a la empresa:

a) Mantener o aumentar el presupuesto dedicado a I+D e innovación.

4126

4127

b) Empezar nuevos proyectos de I+D e innovación o proyectos más arriesgados.

4128

4129

c) Iniciar las actividades de I+D en el momento más oportuno.

4130

4131

d) Mayor libertad de planificación

4132

4133

e) Incluir en la estrategia empresarial nuevas líneas de negocio

4134

4135

f) Otros: 4138 Especifique: _____

4136

4137

MÓDULO 13. OBSTÁCULOS A LA INNOVACIÓN (Deben responder todas las empresas)

13.1 ¿Qué factores percibe usted como obstáculos o desincentivos a la innovación en su empresa? (marque con X).

	Alta	Media	Baja	No relevante
a. Factores de costos.				
Falta de fondos propios.	3196.1 <input type="checkbox"/>	3196.2 <input type="checkbox"/>	3196.3 <input type="checkbox"/>	3196.4 <input type="checkbox"/>
Falta de financiamiento externo a la empresa.	3197.1 <input type="checkbox"/>	3197.2 <input type="checkbox"/>	3197.3 <input type="checkbox"/>	3197.4 <input type="checkbox"/>
Costo de innovación muy alto.	3285.1 <input type="checkbox"/>	3285.2 <input type="checkbox"/>	3285.3 <input type="checkbox"/>	3285.4 <input type="checkbox"/>
b. Factores vinculados al conocimiento.				
Falta de personal calificado.	3198.1 <input type="checkbox"/>	3198.2 <input type="checkbox"/>	3198.3 <input type="checkbox"/>	3198.4 <input type="checkbox"/>
Falta de información sobre la tecnología.	3199.1 <input type="checkbox"/>	3199.2 <input type="checkbox"/>	3199.3 <input type="checkbox"/>	3199.4 <input type="checkbox"/>
Falta de información sobre los mercados.	3200.1 <input type="checkbox"/>	3200.2 <input type="checkbox"/>	3200.3 <input type="checkbox"/>	3200.4 <input type="checkbox"/>
Dificultad en encontrar cooperación de partners para la innovación.	3286.1 <input type="checkbox"/>	3286.2 <input type="checkbox"/>	3286.3 <input type="checkbox"/>	3286.4 <input type="checkbox"/>
c. Factores de mercado.				
Mercado dominado por empresas establecidas.	3201.1 <input type="checkbox"/>	3201.2 <input type="checkbox"/>	3201.3 <input type="checkbox"/>	3201.4 <input type="checkbox"/>
Incertidumbre respecto a la demanda por bienes o servicios innovados.	3202.1 <input type="checkbox"/>	3202.2 <input type="checkbox"/>	3202.3 <input type="checkbox"/>	3202.4 <input type="checkbox"/>
d. Otros factores.				
No es necesario debido a innovaciones previas.	3287.1 <input type="checkbox"/>	3287.2 <input type="checkbox"/>	3287.3 <input type="checkbox"/>	3287.4 <input type="checkbox"/>
No es necesario por falta de demanda de innovaciones.	3288.1 <input type="checkbox"/>	3288.2 <input type="checkbox"/>	3288.3 <input type="checkbox"/>	3288.4 <input type="checkbox"/>
Dificultad regulatoria.	3289.1 <input type="checkbox"/>	3289.2 <input type="checkbox"/>	3289.3 <input type="checkbox"/>	3289.4 <input type="checkbox"/>

MÓDULO 14. DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL (deben responder todas las empresas)

14.1 Durante el período 2013-2014, ¿su empresa ha solicitado los siguientes métodos de protección formal para proteger sus innovaciones? Indique cuántos, en caso contrario anote un cero.

Método de protección	En número		
	Chile	Estados Unidos	Resto de países
Marca	4059	4060	4061
Patente	4062	4063	4064
Modelo de utilidad	4065	4066	4067
Diseño industrial	4068	4069	4070
Derecho de autor	4071	4072	4073
Variedad vegetal	4074	4075	4076

SI SU RESPUESTA ES CERO PARA TODOS LOS CASOS EN LA PREGUNTA 14.1, PASE AL MÓDULO 15.

14.2 Durante el período 2013-2014, señale el nivel de importancia que su empresa le concedió a los siguientes métodos de protección formales e informales (marque con una X):

	Alta	Media	Baja	No relevante
Marca.	4077 <input type="checkbox"/>	4078 <input type="checkbox"/>	4079 <input type="checkbox"/>	4080 <input type="checkbox"/>
Patente.	4081 <input type="checkbox"/>	4082 <input type="checkbox"/>	4083 <input type="checkbox"/>	4084 <input type="checkbox"/>
Modelo de utilidad.	4085 <input type="checkbox"/>	4086 <input type="checkbox"/>	4087 <input type="checkbox"/>	4088 <input type="checkbox"/>
Diseño industrial.	4089 <input type="checkbox"/>	4090 <input type="checkbox"/>	4091 <input type="checkbox"/>	4092 <input type="checkbox"/>
Derecho de autor.	4093 <input type="checkbox"/>	4094 <input type="checkbox"/>	4095 <input type="checkbox"/>	4096 <input type="checkbox"/>
Variedad vegetal.	4097 <input type="checkbox"/>	4098 <input type="checkbox"/>	4099 <input type="checkbox"/>	4100 <input type="checkbox"/>
Cláusula de confidencialidad para los empleados.	4101 <input type="checkbox"/>	4102 <input type="checkbox"/>	4103 <input type="checkbox"/>	4104 <input type="checkbox"/>
Contratos de confidencialidad con proveedores y/o clientes.	4105 <input type="checkbox"/>	4106 <input type="checkbox"/>	4107 <input type="checkbox"/>	4108 <input type="checkbox"/>
Secreto empresarial.	4109 <input type="checkbox"/>	4110 <input type="checkbox"/>	4111 <input type="checkbox"/>	4112 <input type="checkbox"/>

14.3 De los métodos de protección señalados en la pregunta 14.2, ¿su empresa ha producido un bien o servicio haciendo uso de ellos, durante el período 2013-2014?

	SÍ	NO	NO APLICA
4113	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4114	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4115	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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	NO
3220	<input type="text"/>	3221 <input type="text"/>
3222	<input type="text"/>	3223 <input type="text"/>
3292	<input type="text"/>	3293 <input type="text"/>
3228	<input type="text"/>	3229 <input type="text"/>
4116	<input type="text"/>	4117 <input type="text"/>

15.2 De las alternativas anteriores, ¿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 CELULAR

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 _____

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, 3ª 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.