|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **FICHA METODOLÓGICA** | | | | |
| **NOMBRE DEL INDICADOR** | | Ventas y exportaciones que corresponden a los productos por la introducción de innovaciones durante el período de 2012 a 2014 | | |
| **DEFINICIÓN** | | Porcentaje de ventas y exportaciones de las empresas que corresponden a los productos por la introducción de innovaciones respecto del total de ventas y exportaciones. | | |
| **FÓRMULA DE CÁLCULO** | | | | |
| Donde:  Si Nuevos o significativamente mejorados para la empresa y para el mercado (nacional y/o internacional)  Si Nuevos o significativamente mejorados para la empresa, pero ya existentes en el mercado  Si Iguales o que no fueron alterados significativamente  = Porcentaje de ventas que corresponden a los productos por la introducción de innovaciones  = Ventas de las empresas según desagregación (i) derivadas de la innovación de producto en el periodo de referencia  = Total de ventas de las empresas investigadas en el periodo de referencia  = Porcentaje de exportaciones que corresponden a los productos por la introducción de innovaciones  = Exportaciones de las empresas según desagregación (i) derivadas de la innovación de producto en el periodo de referencia  Total de exportaciones de las empresas investigadas en el periodo de referencia | | | | |
| **DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES RELACIONADAS** | | | | |
| **Innovación de producto.-** Una innovación de producto se corresponde con la introducción de un bien o de un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina. Esta definición incluye la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes y los materiales, de la información integrada, de la facilidad de uso u otras características funcionales.  Las innovaciones de producto pueden utilizar nuevos conocimientos o tecnologías, o basarse en nuevas utilizaciones o combinaciones de conocimientos o tecnologías ya existentes. El término “producto” cubre a la vez los bienes y los servicios. Las innovaciones de producto incluyen la introducción de nuevos bienes y servicios y las mejoras significativas de las características funcionales o de utilización de bienes y servicios existentes.  **Producto nuevo (bien o servicio).-** es un producto cuyas características fundamentales (especificaciones técnicas, componentes y materiales, software incorporado, funciones o usos específicos) difieren significativamente de todos los productos previamente producidos por la empresa.  **Producto significativamente mejorado (bien o servicio)**.- se refiere a un producto previamente existente, cuyo desempeño fue substancialmente aumentado o perfeccionado. Un producto simple puede ser perfeccionado en el sentido de tener un mejor desempeño o un menor costo a través de la utilización de materias primas o componentes de mayor rendimiento. Un producto complejo, con varios componentes o subsistemas integrados, puede ser perfeccionado vía cambios parciales en uno de los componentes o subsistemas. Un servicio también puede ser significativamente mejorado, por medio de la adición de una nueva función o de cambios en las características de como él es ofrecido, que resulta en mayor eficiencia, velocidad, o facilidad de uso de producto.  No son incluidos: los cambios puramente estéticos o de estilo y la comercialización de productos nuevos completamente desarrollados o producidos por otra empresa.  **Ventas.-** Ingresos totales por ventas al mercado interno y externo de productos (bienes o servicios), valuadas en moneda local a precios corrientes, para cada año calendario incluido el periodo de referencia  **Exportaciones.-** Ingresos totales por ventas al exterior valuadas en dólares corrientes para año calendario incluido en el periodo de referencia. | | | | |
| **METODOLOGÍA DE CÁLCULO** | | | | |
| Se obtiene al dividir el valor de las ventas que corresponden a los productos por la introducción de innovaciones (i) durante el periodo de referencia para el total de ventas de las empresas investigadas, multiplicado por 100; el mismo método de cálculo se aplica para las exportaciones. | | | | |
| **LIMITACIONES TÉCNICAS** | | | | |
| Por determinar | | | | |
| **UNIDAD DE MEDIDA O EXPRESIÓN DEL INDICADOR** | | | Porcentaje. | |
| **INTERPRETACIÓN DEL INDICADOR** | | | Este indicador refleja el porcentaje de ventas y exportaciones que corresponden a los productos por la introducción de innovaciones de producto respecto del total de ventas o exportaciones. | |
| **FUENTE DE DATOS** | | | Encuesta Nacional de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI) periodo 2012 – 2014, Convenio INEC – SENESCYT. | |
| **PERIODICIDAD DEL INDICADOR** | | | Bienal y se levanta información de tres años. | |
| **DISPONIBILIDAD DE LOS DATOS** | | | 2009 - 2014. | |
| **NIVEL DE DESAGREGACIÓN** | **GEOGRÁFICO** | | Nacional | |
| **GENERAL** | | Tamaño de empresa | |
| **OTROS ÁMBITOS** | | CIIU rev. 4 | |
| **INFORMACIÓN GEO – REFERENCIADA** | | | No aplica. | |
| **RELACIÓN CON INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL** | | | Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. | |
| **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS DE LA CONSTRUCCIÓN DEL INDICADOR** | | | Manual de Oslo, Guía para la recogida e interpretación de datos sobre Innovación, tercera edición.  Manual para la implementación de encuestas de Innovación, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2014. | |
| **FECHA DE ELABORACIÓN DE LA FICHA METODOLÓGICA** | | | 19/09/2013 | |
| **FECHA DE LA ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN DE LA FICHA METODOLÓGICA** | | | 11/03/2016 | |
| **CLASIFICADOR TEMÁTICO ESTADÍSTICO** | | | Ciencia, tecnología e innovación | 2.9 |
| **ELABORADO POR** | | | Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC. | |