|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **FICHA METODOLÓGICA** | | | | |
| **NOMBRE DEL INDICADOR** | | Impacto en las empresas debido a la introducción de innovaciones durante el periodo de 2012 a 2014. | | |
| **DEFINICIÓN** | | Porcentaje de los impactos en las empresas debido a la introducción de innovaciones de producto, proceso, organizacionales y de comercialización, respecto del total de empresas innovadoras. | | |
| **FÓRMULA DE CÁLCULO** | | | | |
| Donde:  Si es Aumento de la variedad de bienes o servicios  Si es Reemplazo de los productos o procesos desactualizados  Si es Ingreso a nuevos mercados  Si es Incremento de la participación de mercado  Si es Mejora de la calidad de bienes o servicios  Si es Mejora de la flexibilidad para producir bienes o servicios  Si es Aumento de la capacidad para producir bienes servicios  Si es Reducción de los costos de producción por unidad de producción  Si es Reducción de los costos de materiales y energía por unidad de producción  Si es Reducción de los impactos ambientales  Si es Mejora de la salud o seguridad ocupacional de sus empleados  = Porcentaje de los impactos en las empresas debido a la introducción de innovaciones de producto, proceso, organizacionales y de comercialización  = Impactos (i) en las empresas debido a la introducción de innovaciones de producto, proceso, organizacionales y de comercialización en el periodo de referencia  = Total de empresas innovadoras 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.  **Empresa innovadora, en cuanto a producto**.- Es una empresa que ha introducido un nuevo producto, o lo ha mejorado significativamente, durante el período en estudio.  **Innovación de proceso.-** Es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Ello implica cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos. Las innovaciones de proceso pueden tener por objeto disminuir los costes unitarios de producción o distribución, mejorar la calidad, o producir o distribuir nuevos productos o sensiblemente mejorados.  **Empresa innovadora, en cuanto a proceso**.- Es una empresa que ha introducido un nuevo proceso, o lo ha mejorado significativamente, durante el período en estudio.  **Innovación organizacional.-** Las innovaciones de organización pueden tener por objeto mejorar los resultados de una empresa reduciendo los costes administrativos o de transacción, mejorando el nivel de satisfacción en el trabajo (y por consiguiente, aumentar la productividad), facilitando el acceso a bienes no comercializados (como el conocimiento externo no catalogado) o reduciendo los costes de los suministros.  Lo que distingue una innovación de organización de otros cambios organizativos en el seno de una empresa es la introducción de un método organizativo (en las prácticas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores) que no hayan sido utilizados antes por la empresa y que resulte de decisiones estratégicas tomadas por la dirección.  **Empresas innovadoras organizacionales:** Son las empresas innovadoras entre aquellas que en el período sólo introdujeron innovaciones en organización.  **Innovación de comercialización.-** Es la implementación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño del envase de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación.  **Empresas innovadoras de comercialización.-** Son las empresas innovadoras entre aquellas que en el período sólo introdujeron innovaciones de comercialización.  **Empresas Innovadoras.-** Corresponde a aquellas empresas cuyas actividades de innovación efectivamente han derivado en resultados concretos, esto es, que la empresa efectivamente ha introducido al mercado innovaciones en producto, proceso, organización o comercialización durante el periodo de tiempo considerado.  **Impacto de las innovaciones.-** Son los resultados de las empresas, son los efectos sobre las ventas y la cuota de mercado a la mejora de la productividad y la eficiencia. Los impactos importantes en los sectores de actividad o a nivel nacional son la evolución de la competitividad internacional y la productividad total de los factores, los desbordamientos (spillovers) del conocimiento surgido de las innovaciones realizadas por las empresas, y el aumento del volumen de conocimientos. | | | | |
| **METODOLOGÍA DE CÁLCULO** | | | | |
| Se obtiene al dividir el número de empresas que tuvieron impactos (i) por la introducción de innovaciones de producto, proceso, organizacionales y de comercialización para el total de empresas innovadoras, multiplicado por 100. | | | | |
| **LIMITACIONES TÉCNICAS** | | | | |
| Por determinar. | | | | |
| **UNIDAD DE MEDIDA O EXPRESIÓN DEL INDICADOR** | | | Porcentaje. | |
| **INTERPRETACIÓN DEL INDICADOR** | | | Un alto porcentaje indica los impactos importantes de las innovaciones desarrolladas por las empresas respecto del total de empresas innovadoras. | |
| **FUENTE DE DATOS** | | | Encuesta Nacional de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI) periodo 2012 – 2014, Convenio INEC – SENESCYT. | |
| **PERIODICIDAD DEL INDICADOR Y/O LAS VARIABLES** | | | 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** | | | 10/09/2013 | |
| **FECHA DE LA ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN DE LA FICHA METODOLOGICA** | | | 11/03/2016 | |
| **CLASIFICADOR TEMÁTICO ESTADÍSTICO** | | | Ciencia, tecnología e innovación | 2.9 |
| **ELABORADO POR** | | | Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC | |