

II. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA

8. Durante el período 2012 a 2014, ¿cuáles fueron sus tres principales productos (bienes o servicios) con base en el volumen de ventas?

	USO INEC Código CPC
a) _____	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
b) _____	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
c) _____	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

9. Variables de desempeño:

	2012	2013	2014
a) Ventas	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
b) Exportaciones	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
c) Inversión en capital fijo	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
d) Empleo total (personas físicas)	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>

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 en el período de referencia, (los valores no deben incluir impuestos al valor agregado o similares).

Exportaciones: Ingresos totales por ventas al exterior valuadas en dólares corrientes, para cada año calendario incluido en el período de referencia. Desde luego, este monto no puede ser superior a las ventas preguntadas en el punto anterior.

Inversión en capital fijo: Aquí se espera que la empresa señale, para cada año consultado, una estimación lo más aproximada posible sobre cuál fue el monto total destinado a gasto en inversión en capital fijo, indistintamente si fue para reposición de maquinaria, adquisición de nuevo equipo, o la implementación de una innovación.

Empleo total: Total de ocupados contratados (en personas físicas) por tiempo indeterminado o determinado, personal de agencia o pasantes, para cada año incluido en el período de referencia en el mes de diciembre.

10. Durante el período de 2012 a 2014, ¿a qué tipo de mercado estuvieron dirigidos sus productos (bienes o servicios)?

a) Ecuador	<input type="radio"/> a	c) EEUU y Canadá	<input type="radio"/> c	e) Asia	<input type="radio"/> e	g) Oceanía	<input type="radio"/> g
b) América Latina y el Caribe	<input type="radio"/> b	d) Europa	<input type="radio"/> d	f) África	<input type="radio"/> f		

III. INNOVACIONES LOGRADAS DE PRODUCTO (BIENES O SERVICIOS)

1. Durante el período de 2012 a 2014, ¿su empresa introdujo al mercado un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio)? En caso de haberlo realizado, señale el alcance máximo de la novedad (si desconoce el alcance, ponga simplemente para la empresa).

Durante los años 2012 a 2014 la empresa logró introducir un:

Novedoso para:
(indique el grado más alto de novedad solamente)

Si respondió NO, a todo pase a la Pregunta 3

	Sí	No	La empresa	El mercado nacional	El mercado internacional
a) Bien nuevo	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Servicio nuevo	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Bien significativamente mejorado	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c
d) Servicio significativamente mejorado	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d

Una innovación de **PRODUCTO** es la introducción en el mercado de un nuevo o significativamente mejorado bien o servicio en relación a su capacidad, facilidad de uso, componentes o subsistemas.

- Las innovaciones de producto (nuevos o significativamente mejorados) pueden ser nuevas para su empresa, pero no necesariamente nuevas para el mercado.
- Las innovaciones de producto podrían haber sido originalmente desarrolladas por su empresa o por otras empresas.

Un **bien** es por lo general un objeto tangible, como un computador, muebles, o paquetes de software. Un **servicio** suele ser intangible, tal como el comercio minorista, seguros, cursos de capacitación, el transporte aéreo, servicios de consultoría, etc.

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.

2. ¿Quién desarrolló esas innovaciones de producto (bien o servicio)?

	Bienes (nuevos y/o significativamente mejorados)		Servicios (nuevos y/o significativamente mejorados)
a) La propia empresa	<input type="radio"/> a		<input type="radio"/> a
b) La empresa en cooperación con otra empresa o institución*	<input type="radio"/> b		<input type="radio"/> b
c) Su empresa, adaptando o modificando los bienes o servicios originalmente desarrollados por otra empresa o institución*	<input type="radio"/> c		<input type="radio"/> c
d) Otra empresa o institución*	<input type="radio"/> d		<input type="radio"/> d

* Incluir empresas independientes y otras empresas del grupo empresarial (subsidiarias, empresas afiliadas, casa matriz). Las instituciones incluyen también universidades, institutos de investigación, organizaciones sin fines de lucro, etc.

III. INNOVACIONES LOGRADAS DE PRODUCTO (BIENES O SERVICIOS)

3. Indique qué porcentaje de sus ventas y exportaciones, entre el período de 2012 a 2014, corresponden a productos (bienes o servicios) que hayan sido:

Productos	Ventas			%	Exportaciones			%
a) Nuevos o significativamente mejorados para la empresa y para el mercado (nacional y/o internacional)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
b) Nuevos o significativamente mejorados para la empresa, pero ya existentes en el mercado	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
c) Iguales o que no fueron alterados significativamente	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
	100%				100%			

IV. INNOVACIONES LOGRADAS DE PROCESO

1. Durante el período de 2012 a 2014, ¿su empresa implementó un nuevo o significativamente mejorado proceso? En caso de haberlo realizado, señale el alcance máximo de la novedad (si desconoce el alcance, ponga simplemente para la empresa).

Durante los años 2012 a 2014 la empresa implementó:	Si respondió NO, a todo pase a la sección V		Novedoso para: (indique el grado más alto de novedad solamente)		
	Sí	No	La empresa	El mercado nacional	El mercado internacional
a) Proceso nuevo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Proceso significativamente mejorado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Una innovación de **PROCESO** es la implementación de un proceso de producción, método de distribución o actividad de apoyo **nueva o significativamente mejorada**.

- Las innovaciones de proceso deben ser nuevas para la empresa, pero no necesariamente nuevas para el mercado.
- La innovación pudo haber sido originalmente desarrollada por la empresa o por otras empresas.
- Excluir las innovaciones puramente organizacionales.

Proceso nuevo o significativamente mejorado engloba la introducción de:

- Tecnología de producción nueva o significativamente mejorada.
- Métodos para oferta de servicios o para el manejo y entrega de productos nuevos o significativamente mejorados.
- Equipos y software nuevos o significativamente mejorados en actividades de soporte a la producción.

El resultado de la innovación de proceso nuevo o significativamente mejorado debe ser significativo en términos del aumento de la calidad del producto (bien o servicio) o de la disminución del costo unitario de producción y entrega. La introducción de este proceso puede tener por objetivo la producción o entrega de productos nuevos o significativamente mejorados, que no puedan utilizar los procesos previamente existentes, o simplemente aumentar la eficiencia de la producción y la entrega de productos ya existentes.

No son incluidos: cambios pequeños en los procesos productivos existentes y puramente organizacionales.

2. ¿Quién desarrolló esas innovaciones de proceso?

Proceso
(nuevos y/o significativamente mejorados)

- a) La propia empresa
- b) La empresa en cooperación con otra empresa o institución*
- c) Su empresa, adaptando o modificando los procesos originalmente desarrollados por otra empresa o institución*
- d) Otra empresa o institución*

* Incluir empresas independientes y otras empresas del grupo empresarial (subsidiarias, empresas afiliadas, casa matriz). Las instituciones incluyen también universidades, institutos de investigación, organizaciones sin fines de lucro, etc.

3. Identifique los tipos de innovaciones de proceso que han sido implementadas, durante el período de 2012 a 2014:

	Nuevos	Significativamente mejorados
a) Métodos de fabricación o producción de bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Métodos de logística, al interior de la planta, entrega o distribución de insumos, bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Actividades de apoyo para procesos, como sistemas de mantenimiento u operaciones para compra, contabilidad o computación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

V. ACTIVIDADES Y GASTOS PARA LAS INNOVACIONES DE PRODUCTO Y PROCESO

1. Durante el período de 2012 a 2014, ¿su empresa desarrolló las siguientes actividades de Investigación y Desarrollo para el desarrollo de innovaciones, ya sea al interior de la misma o las subcontrató por fuera? Si las llevó a cabo, señale cuánto dinero destinó a tal fin.

Actividades:	Sí	No	2012	2013	2014
a) Investigación y Desarrollo (I+D) interna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ <input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
b) Investigación y Desarrollo (I+D) externa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ <input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
TOTAL (a+b)			\$ <input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	\$ <input type="text"/> . <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>

Si respondió NO, SOLO en el literal (a), pase a la pregunta 3.
Si respondió NO, en el literal (a) y (b), pase a la pregunta 4.

Investigación y Desarrollo (I+D) interna: Es el trabajo creativo realizado en forma sistemática, con el objetivo de generar un nuevo conocimiento (científico o técnico) o de aplicar o aprovechar un conocimiento ya existente o desarrollado por otro. Dentro de la I+D pueden distinguirse tres grandes categorías: la investigación básica (generar un nuevo conocimiento principalmente abstracto o teórico dentro de un área científica o técnica, en sentido amplio, sin un objetivo o finalidad fijada de forma previa), la investigación aplicada (generar un nuevo conocimiento teniendo desde un principio la finalidad o destino al que se desea arribar) o el desarrollo experimental (fabricación y puesta a prueba de un prototipo, es decir, un modelo original o situación de examen que incluye todas las características y desempeños del nuevo producto, proceso o técnica organizacional o de comercialización).

La creación de software se considera I+D, en tanto y en cuanto, implique hacer avances científicos o tecnológicos.

Estas actividades pueden ser desarrolladas dentro de un departamento formal como en otros ámbitos de la empresa, de no contar con tal área. La única restricción para que una actividad, que tiene como finalidad generar nuevos conocimientos, sea considerada I+D, es que se realice de forma no ocasional, es decir, sistemáticamente.

Investigación y Desarrollo (I+D) externa: Es el trabajo creativo, que no se realiza dentro de la empresa o con personal de la empresa, sino que se encarga a un tercero, ya sea mediante la contratación o financiación de un grupo de investigadores, institución o empresa con el acuerdo de que los resultados del trabajo serán de propiedad, total o parcial, de la empresa contratante.

V. ACTIVIDADES Y GASTOS PARA LAS INNOVACIONES DE PRODUCTO Y PROCESO

f) Actividades de Ingeniería y Diseño Industrial (IDI): Ingeniería incluye todas las preparaciones técnicas, para la producción y distribución no incluidas en I+D, así como los planos y gráficos para la definición de procedimientos, especificaciones técnicas y características operativas, instalación de maquinaria, ingeniería industrial, y puesta en marcha de la producción. Estas actividades pueden resultar difíciles de diferenciar de las actividades de I+D; para esto puede resultar de utilidad comprobar si se trata de un nuevo conocimiento o de una solución técnica. Si la actividad se encuadra en la resolución de un problema técnico, será considerada dentro de las actividades de Ingeniería y Diseño Industrial. Modificaciones al proceso productivo, por ejemplo, la implementación del just in time, también deben ser consideradas como una actividad propia de la ingeniería y diseño industrial. Las actividades de diseño meramente estético u ornamental de los productos no son actividades de innovación, salvo que generen modificaciones que cambien las características principales o las prestaciones de los productos.

g) Capacitación del personal: Será considerada una actividad de innovación siempre y cuando la capacitación no se refiera a métodos, procesos o técnicas ya existentes en la empresa. Esta puede ser capacitación interna o externa del personal, tanto en tecnologías blandas (gestión y administración) como en tecnologías duras (procesos productivos).

h) Estudios de mercado: Se refiere a las actividades vinculadas a la exploración y análisis de las posibilidades para el lanzamiento de un nuevo producto. Incluye estudios de mercado para detectar demandas específicas y necesidades parcial o totalmente insatisfechas; el análisis de requerimientos de adaptación del producto a las características de específicas de los diferentes mercados a explotar; y actividades de comercialización experimental. No incluye la puesta en marcha de redes de distribución para la comercialización innovaciones ni gastos en publicidad.

VI. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

1. Durante el período de 2012 a 2014, señale el porcentaje aportado de las siguientes fuentes de financiamiento para sus actividades de innovación:

	Contribución	
a) Apoyos gubernamentales	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	%
b) Banca privada	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	%
c) Recursos provenientes del exterior	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	%
d) Recursos propios	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	%
e) Otras (especifique) _____	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	%
Total financiamiento (a+b+c+d+e)	100%	

Si respondió NO, a todas las preguntas de las secciones III, IV y V, responder esta sección desde la pregunta 3.

Si registró un valor diferente de 0% en la opción a), responder la pregunta 2, caso contrario pase a la pregunta 3.

2. En el período 2012 a 2014, ¿su empresa ha recibido recursos NO reembolsables de parte de instituciones del gobierno para realizar actividades de innovación?

SÍ
 NO

MONTO \$

3. Indique si la empresa conoce los siguientes instrumentos de apoyo a la innovación, y si los utilizó en el período de 2012 a 2014:

	¿Conoce?		Solicitó y no lo obtuvo	Solicitó y lo accedió	No aplicó
	Sí	No			
a) Programas para mejorar la calidad y obtener certificación	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Programas para capacitación de personal	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Programas de apoyo a la innovación	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c
d) Programas de asistencia técnica para la adopción tecnológica y gestión empresarial (misiones tecnológicas, consultorías tecnológicas, etc.)	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d
e) Programas de apoyo al emprendimiento (incubación de empresas, capital semilla, etc.)	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e
f) Programas de promoción de exportaciones (misiones comerciales, marketing, etc.)	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f

4. En caso de tener conocimiento de los instrumentos de apoyo a la innovación y no haber accedido a ellos, señale las principales causas por las que no obtuvo o no aplicó a éstas.

a) No se adaptan a las necesidades específicas de su actividad	<input type="radio"/> a	f) Dificultades burocráticas	<input type="radio"/> f
b) No postuló	<input type="radio"/> b	g) Dificultades para formular los proyectos según los lineamientos de los organismos	<input type="radio"/> g
c) Proyectos rechazados	<input type="radio"/> c	h) Dificultades con el manejo de la confidencialidad	<input type="radio"/> h
d) Altas tasas de interés	<input type="radio"/> d	i) Otros	<input type="radio"/> i
e) Excesivos requerimientos de garantías	<input type="radio"/> e		

VII. DETERMINANTES Y OBJETIVOS PARA LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DURANTE EL PERÍODO DE 2012 A 2014

1. Durante el período 2012 a 2014, indique cuáles de las siguientes razones motivaron la puesta en práctica de actividades para el desarrollo de innovaciones de producto y proceso.

a) Detección de una demanda total o parcialmente insatisfecha en el mercado	<input type="radio"/> a
b) Aprovechamiento de una idea o de novedades científicas y técnicas	<input type="radio"/> b
c) Amenaza de la competencia	<input type="radio"/> c
d) Pautas regulatorias (nacionales/internacionales; públicas/privadas)	<input type="radio"/> d
e) Cambios en normas de propiedad intelectual	<input type="radio"/> e
f) Procesos de certificación	<input type="radio"/> f
g) Problema técnico	<input type="radio"/> g
h) Aprovechamiento de una idea generada al interior de la firma (ya sea por los propios empleados, o en alguna unidad a esos efectos)	<input type="radio"/> h

Si respondió NO, a todas las preguntas de las secciones III, IV y V, pase a la sección IX.

VII. DETERMINANTES Y OBJETIVOS PARA LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DURANTE EL PERÍODO DE 2012 A 2014

2. Durante el período de 2012 a 2014, ¿qué tan importantes fueron cada uno de los siguientes objetivos para sus actividades en el desarrollo de innovaciones de producto y proceso? (Si su empresa tuvo varios proyectos de innovación de producto y proceso, realice una evaluación global)

	Alto	Medio	Bajo	No relevante		Alto	Medio	Bajo	No relevante
a) Aumentar la variedad de bienes o servicios	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	g) Aumentar la capacidad para producir bienes o servicios	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g
b) Reemplazar los productos o procesos desactualizados	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	h) Reducir los costos de producción por unidad de producción	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h
c) Ingresos a nuevos mercados	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	i) Reducir los costos de materiales y energía por unidad de producción	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i
d) Incremento de la participación de mercado	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	j) Reducir los impactos ambientales	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j
e) Mejorar la calidad de bienes o servicios	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	k) Mejorar la salud o seguridad ocupacional de sus empleados	<input type="radio"/> k	<input type="radio"/> k	<input type="radio"/> k	<input type="radio"/> k
f) Mejorar la flexibilidad para producir bienes o servicios	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f					

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN Y DE COOPERACIÓN PARA LA INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO

1. Durante el período de 2012 a 2014, ¿qué importancia tuvieron para las actividades de innovación de su empresa las siguientes fuentes de información?

1.1 Fuentes internas de la empresa	Alta	Media	Baja	No ha utilizado	1.2 Fuentes externas a la empresa	Alta	Media	Baja	No ha utilizado
a) Departamento de investigación y Desarrollo (I+D)	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	a) Clientes y consumidores	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Áreas de la empresa correspondientes a marketing	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	b) Competidores	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Áreas de la empresa correspondientes a producción	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	c) Proveedores	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c
d) Áreas de la empresa correspondientes a distribución	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	d) Consultores	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d
e) Áreas de la empresa correspondientes a administración y finanzas	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	e) Universidades	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e
f) Área de sistemas (TICs)	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	f) Laboratorios/Empresas de I+D	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f
g) Otras empresas del grupo o casa matriz	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	g) Organismos públicos Ciencia y Tecnología	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g
					h) Internet	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h
					i) Ferias, conferencias, exposiciones	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i
					j) Bases de datos de publicaciones científicas	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j
					k) Bases de datos de patentes y propiedad intelectual	<input type="radio"/> k	<input type="radio"/> k	<input type="radio"/> k	<input type="radio"/> k
					l) Revistas y catálogos	<input type="radio"/> l	<input type="radio"/> l	<input type="radio"/> l	<input type="radio"/> l
					m) Otras empresas relacionadas	<input type="radio"/> m	<input type="radio"/> m	<input type="radio"/> m	<input type="radio"/> m

Si respondió NO, a todas las preguntas de las secciones III, IV y V, pase a la sección IX.

2. Durante el período de 2012 a 2014, ¿qué tipo de organizaciones cooperaron con su empresa en actividades de innovación para el desarrollo de innovaciones de producto o proceso? En caso afirmativo, identifique el objetivo de la cooperación:

	¿Cooperó?		I + D	Ingeniería y Diseño	Capacitación	Asistencia técnica	Información	Pruebas de productos	Financiamiento
	Sí	No							
a) Clientes y consumidores	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Competidores	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Proveedores	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c
d) Consultores	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d
e) Universidades	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e
f) Laboratorios/Empresas de I+D	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f
g) Organismos públicos Ciencia y Tecnología	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g
h) Otras empresas relacionadas	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h
i) Oficina de propiedad intelectual	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i
j) Otras empresas del grupo o casa matriz	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j

Si respondió NO a todo, pase a la sección IX

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN Y DE COOPERACIÓN PARA LA INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO

3. Indique la ubicación de los socios que cooperaron con su empresa en actividades de innovación de producto y proceso:

	En el País	América Latina y el Caribe	E.E.U.U. y Canadá	Europa	Asia	África	Oceanía
a) Clientes y consumidores	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Competidores	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Proveedores	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c
d) Consultores	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d
e) Universidades	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e
f) Laboratorios/Empresas de I+D	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f
g) Organismos públicos Ciencia y Tecnología	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g
h) Otras empresas relacionadas	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h
i) Oficina de propiedad intelectual	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i	<input type="radio"/> i
j) Otras empresas del grupo o casa matriz	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j	<input type="radio"/> j

4. ¿Qué tipo de socio de cooperación considera que ha sido el más valioso para las actividades de innovación de su empresa?

Registre la letra que corresponda de la pregunta 3

IX. ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN EN CURSO O ABANDONADAS PARA INNOVACIONES DE PRODUCTO Y PROCESO

1. Hasta el final de 2014, ¿su empresa tuvo alguna actividad de innovación en curso (incompleta) para el desarrollo y/o introducción de innovaciones de producto o proceso?

Sí No

2. Durante el período de 2012 a 2014, ¿su empresa tuvo alguna actividad de innovación para el desarrollo y/o introducción de innovaciones de producto o proceso, que fue abandonada o suspendida antes de su término?

Sí No

Las actividades de innovación incluyen adquisición de maquinaria, equipos, software y licencias, trabajos de ingeniería y desarrollo, diseño, entrenamiento, marketing e I + D cuando es específicamente realizada para desarrollar y/o implementar una innovación de producto o proceso. Incluir también I + D básica como una actividad de innovación, incluso cuando no está relacionada a una innovación de producto o proceso.

X. FACTORES QUE OBSTACULIZARON LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO Y PROCESO

1. Durante el período de 2012 a 2014, ¿qué tan importantes fueron los siguientes factores en la obstaculización de sus actividades de innovación?

Factores de costo					Factores de mercado				
	Alto	Medio	Bajo	No experimentado		Alto	Medio	Bajo	No experimentado
a) Falta de fondos dentro de su empresa o grupo	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	a) Mercado dominado por empresas establecidas	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Falta de financiamiento de fuentes externas a la empresa	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	b) Incertidumbre de la demanda para bienes o servicios innovadores	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Costos de innovación muy altos	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c					
Factores de conocimiento					Razones para no innovar				
	Alto	Medio	Bajo	No experimentado		Alto	Medio	Bajo	No experimentado
a) Falta de personal calificado en la empresa	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	a) No hubo necesidad debido a las innovaciones introducidas anteriormente por su empresa	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Falta de personal calificado en el país	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	b) No hubo necesidad debido a la falta de demanda por innovaciones	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Falta de información sobre tecnología	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c					
d) Falta de información sobre los mercados	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d					
e) Dificultad para encontrar socios de cooperación para innovación	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e					

Responder SOLO si respondió NO en las secciones III, IV y V

XI. INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL

1. Durante el período de 2012 a 2014, ¿su empresa modificó de forma significativa su organización? (ya sea para cambiar las prácticas de la empresa, la organización del lugar del trabajo, al interior de la firma, o del modo de vincularse con el exterior).

Sí

No

Si respondió NO, pase a la sección XII

2. Si es así, indique una estimación sobre cuántos recursos destinó durante el período para ello (teniendo en cuenta las actividades: de planificación, diseño y elaboración de estos nuevos métodos, adquisición de equipamiento, compra de licencias, contratación de consultoría, gastos de capacitación de personal, y otros necesarios para su puesta en marcha).

\$. .

Una innovación organizacional es un nuevo método organizacional en las prácticas de gestión de su empresa (incluyendo gestión del conocimiento), en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas que no hayan sido previamente utilizadas por su empresa.

Las innovaciones organizacionales deben ser el resultado de las decisiones estratégicas tomadas por la administración.

Se excluyen fusiones o adquisiciones, aunque sean por primera vez.

3. Durante el período de 2012 a 2014, ¿qué tipo de innovación organizacional introdujo su empresa?

a) Nuevas prácticas de negocio para procedimientos organizacionales

b) Nuevos métodos de organización de responsabilidades y de toma de decisiones

c) Nuevos métodos de organización del relacionamiento externo con otras firmas o instituciones públicas

a) Nuevas **prácticas de negocio** para la organización de procesos (Ejemplo: gestión de la cadena de suministros, reingeniería de procesos, gestión del conocimiento, producción limpia, gestión de la calidad total, etc.).

b) Nuevos métodos de **organización del trabajo y de toma de decisiones** (Ejemplo: uso por primera vez de un nuevo sistema para asignar responsabilidades a los empleados, trabajo en equipo, descentralización, integración o desintegración de los departamentos, sistemas de educación/entrenamiento, etc.)

c) Nuevos métodos de **organización del relacionamiento externo** con otras firmas o instituciones públicas (Ejemplo: aplicación por primera vez de alianzas, asociaciones, otras formas de organización de relacionamiento externo.)

4. Durante el período de 2012 a 2014, ¿qué tan importantes fueron los siguientes objetivos en la introducción de innovaciones organizacionales para su empresa? (Si su empresa introdujo varias innovaciones organizacionales, haga una evaluación global)

	Alto	Medio	Bajo	No experimentado
a) Reducir el tiempo de respuesta para responder a las necesidades del cliente o proveedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Mejorar la capacidad para desarrollar nuevos productos o procesos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Mejorar la calidad de sus bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Reducir costos por unidad de producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e) Mejorar la información y el intercambio de información dentro de su empresa o con otras empresas o instituciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

XII. INNOVACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

1. Durante el período de 2012 a 2014, ¿su empresa modificó de forma significativa su comercialización? (lo que implica introducir cambios en el diseño estético o en el envase del producto, en los métodos de tarificación; en la distribución del producto; y/o en su promoción).

Sí

No

Si respondió NO, pase a la sección XIII

2. Si es así, indique una estimación sobre cuántos recursos destino durante el período para ello (teniendo en cuenta las actividades: de planificación, diseño y elaboración de estos nuevos métodos, adquisición de equipamiento, compra de licencias, contratación de consultoría, gastos de capacitación de personal, y otros gastos necesarios para su puesta en marcha).

\$. .

Una 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.

- Cambios significativos del producto (bien o servicio) en su diseño o en el envase, en su forma de distribución y colocación en el mercado, y en su promoción o establecimiento de precio.

- Excluir los cambios estacionales habituales, regulares y de otro tipo en los métodos de comercialización

3. Durante el período de 2012 a 2014, ¿qué tipo de innovación de comercialización introdujo su empresa?

a) Cambios significativos en el diseño estético o en el envase de un bien o servicio

b) Nuevos medios o técnicas para la promoción del producto

c) Nuevos métodos de distribución o colocación de productos en el mercado

d) Nuevos métodos de establecimiento de precios para bienes o servicios

a) Cambios significativos en el **diseño** estético o en el **envase** de un bien o servicio (Se excluyen los cambios que alteran las características funcionales o de uso del producto – estas son innovaciones de producto)

b) Nuevos medios o técnicas para la **promoción del producto** (Ejemplo: aplicación por la primera vez de un nuevo tipo de comunicación publicitaria, una nueva imagen de la marca, introducción de tarjetas de fidelización, etc.)

c) Nuevos métodos de **distribución** o **colocación** de productos en el mercado (Ejemplo: aplicación por la primera vez de franquicias o licencias de distribución, venta directa, nuevos conceptos para la presentación del producto, etc.)

d) Nuevos métodos de **establecimiento de precios** para bienes o servicios (Ejemplo: aplicación por la primera vez de variables de precio según la demanda, sistemas de descuento, etc.)

XII. INNOVACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

4. Durante el período de 2012 a 2014, ¿qué tan importante fueron los siguientes objetivos en la introducción de innovaciones de comercialización para su empresa?

	Alta	Media	Baja	No relevante
a) Aumentar o mantener la participación del mercado	a	a	a	a
b) Introducir productos a nuevos grupos de clientes	b	b	b	b
c) Introducir productos a nuevos mercados geográficos	c	c	c	c

XIII. IMPACTOS DE LAS INNOVACIONES

1. ¿Cuál fue el impacto en su organización debido a la introducción de innovaciones de producto (bien o servicios), proceso, organizacionales y de comercialización, durante el período de 2012 a 2014?

	Alta	Media	Baja	No relevante		Alta	Media	Baja	No relevante
a) Aumentó la variedad de bienes o servicios	a	a	a	a	g) Aumentó la capacidad para producir bienes servicios	g	g	g	g
b) Reemplazó los productos o procesos desactualizados	b	b	b	b	h) Redujo los costos de producción por unidad de producción	h	h	h	h
c) Ingresó a nuevos mercados	c	c	c	c	i) Redujo los costos de materiales y energía por unidad de producción	i	i	i	i
d) Incremento de la participación de mercado	d	d	d	d	j) Redujo los impactos ambientales	j	j	j	j
e) Mejoró la calidad de bienes o servicios	e	e	e	e	k) Mejoró la salud o seguridad ocupacional de sus empleados	k	k	k	k
f) Mejoró la flexibilidad para producir bienes o servicios	f	f	f	f					

XIV. TALENTO HUMANO

1. Indique el total de empleados de su empresa, en cantidad de personas físicas en el año 2014, según su nivel de formación:

Nivel de educación formal:	Cantidad de empleados				Hombres				Mujeres			
a) Doctor PhD	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Maestría	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Especialista	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) Tercer Nivel	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
e) Técnico o Tecnólogo Superior	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
f) Secundaria	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
g) Primaria	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Total de empleados	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

NOTA1: El total de empleados debe coincidir con el resultado obtenido en el literal d) de la Pregunta 9 de la Sección II.

NOTA2: Cada categoría es excluyente, por lo que si contabilizó a alguien con formación secundaria, se supone que posee primaria completa, por lo que NO debe contabilizarse las dos veces, sino sólo aquella de mayor calificación.

2. Para el año 2014, indique la composición de los empleados con estudios de postgrado y tercer nivel completos según la disciplina científica de formación:

a) Ciencias Naturales y Exactas	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
b) Ingeniería y Tecnología	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
c) Ciencias Médicas	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
d) Ciencias Agrícolas	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
e) Ciencias Sociales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
f) Humanidades	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
100%				

3. Durante el período de 2012 a 2014, ¿su empresa apoyó la formación y capacitación especializada de su personal, la cual contribuyó a la implementación de innovaciones?

	Sí	No	Personas Capacitadas		
a) Doctorado	a	a	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Maestría	b	b	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Capacitación especializada*	c	c	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Total			<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

***Capacitación especializada:** Capacitación que involucra un grado de complejidad significativo (requiere de un personal altamente especializado) y con una duración mayor o igual a 40 horas. Incluye la capacitación conducente a una certificación laboral relevante para la empresa.

XIV. TALENTO HUMANO

4. Para el año 2014, indique la cantidad promedio de empleados de su empresa que se dedican a las siguientes áreas funcionales. Así mismo, señale, para cada una de ellas, si la empresa cuenta con departamentos establecidos formalmente para llevarlas adelante, respondiendo por sí o por no:

Empleo total en:	Cantidad de personas	Departamento formal	
		SI	NO
a) Informática y Sistemas	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Investigación y Desarrollo	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Ingeniería y Diseño Industrial	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c

XV. PATENTES Y MÉTODOS DE PROTECCIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Durante el período de 2012 a 2014, ¿ha emprendido su empresa búsqueda de patentes o utiliza servicios informativos o bibliotecas sobre patentes?

Sí

No



Si respondió NO, pase a la pregunta 3.

2. Si respondió SI a la pregunta 1. ¿Hacia donde dirige su empresa la búsqueda de patentes?

- | | |
|--|-------------------------|
| a) Mantenerse al corriente de cambios tecnológicos | <input type="radio"/> a |
| b) Encontrar información específica relativa a un problema tecnológico | <input type="radio"/> b |
| c) Vigilar a los competidores | <input type="radio"/> c |
| d) Obtener información del mercado | <input type="radio"/> d |
| e) Otras razones | <input type="radio"/> e |

3. Durante el período de 2012 a 2014, indique cuáles métodos formales de propiedad intelectual utilizó la empresa y de qué forma protegió sus innovaciones:

	¿Usa?		Bien	Servicio	Proceso
	Sí	No			
a) Marca	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Patentes	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Modelo de Utilidad	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c
d) Diseño Industrial	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d
e) Derechos de autor	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e
f) Denominación de Origen	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f
g) Cláusula de confidencialidad para los empleados	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g
h) Contratos de confidencialidad con proveedores y/o clientes	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h

4. Indique los obstáculos encontrados para cada método de protección formal:

	Marca	Patente	Modelo de Utilidad	Diseño Industrial	Otros
a) Inadecuación a las necesidades de la empresa	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) Desconocimiento del método	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b
c) Costos de solicitud elevados	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> c
d) Costos asociados elevados (legales, redacción, etc.)	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d	<input type="radio"/> d
e) Complejidad técnica de la solicitud	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e	<input type="radio"/> e
f) Complejidad administrativa del proceso de solicitud	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f	<input type="radio"/> f
g) Tiempo excesivo de respuesta de autoridades	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g	<input type="radio"/> g
h) Duración excesiva del proceso de solicitud	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> h

5. Durante el período de 2012 a 2014, indique dónde poseía métodos de protección formal:

	Marca	Patente	Modelo de Utilidad	Diseño Industrial	Otros
a) En el País	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> a
b) En el exterior	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> b

