



Encuesta de Innovación en Empresas
Período de referencia 2017-2018

Instructivo del Informante

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS

Marzo / 2019

Departamento de Estadísticas Económicas
Subdepartamento de Estadísticas de Ciencia y Tecnología
Subdirección de Operaciones

Encuesta de Innovación en Empresas, período de referencia 2017-2018 – Instructivo del
Informante

Instituto Nacional de Estadísticas.

Marzo / 2019.

1. INTRODUCCIÓN	4
2. ANTECEDENTES GENERALES	7
3. INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO DEL FORMULARIO.....	9
3.1 MÓDULO 1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.	9
3.2 MÓDULO 2. VENTAS, EXPORTACIONES Y EMPLEO TOTAL.....	9
3.3 MÓDULO 3. INNOVACIÓN DE PRODUCTO (BIENES Y SERVICIOS)	10
3.4 MÓDULO 4. INNOVACIÓN DE PROCESO	11
3.5 MÓDULO 5. EFECTOS DE LA INNOVACIÓN (DE PRODUCTOS Y PROCESOS).....	12
3.6 MÓDULO 6. INNOVACIÓN SOCIAL	12
3.7 MÓDULO 7. ACTIVIDADES INNOVATIVAS Y GASTO PARA LA INNOVACIÓN.....	14
3.8 MÓDULO 8. FUENTES DE INFORMACIÓN Y COOPERACIÓN EN ACTIVIDADES INNOVATIVAS	17
3.9 MÓDULO 9. RECURSOS HUMANOS Y UNIDAD FORMAL	18
3.10 MÓDULO 10. FINANCIAMIENTO PÚBLICO PARA LA INNOVACIÓN.....	18
3.11 MÓDULO 11. OBSTÁCULOS A LA INNOVACIÓN.....	19
3.12 MÓDULO 12. DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....	19
3.13 MÓDULO 13. PERSPECTIVAS DE INNOVACIONES FUTURAS.....	19
3.14 MÓDULO 14. OBSERVACIONES Y DATOS DEL INFORMANTE.....	19
4. GLOSARIO.....	20
5. CITAS BIBLIOGRÁFICAS	22

ILUSTRACIÓN

ILUSTRACIÓN 1. INGRESO FORMULARIO WEB	7
---	---

TABLAS

TABLA 1. INNOVACIÓN DE PRODUCTO.	10
TABLA 2. INNOVACIÓN DE PROCESO.....	12
TABLA 3. INNOVACIÓN SOCIAL.....	13

1. INTRODUCCIÓN

La encuesta de “Innovación en Empresas” tiene como propósito principal recopilar información de todos los sectores económicos y sociales de Chile¹, conociendo qué tipos de innovación realizan las empresas, captar los esfuerzos que hacen las instituciones y los obstáculos que se les presentan al intentar implantarla. Los períodos a analizar en la encuesta son los años 2017 y 2018 respectivamente.

El concepto de innovación se refiere a la introducción de un bien o servicio (o combinación de ambos) nuevo o mejorado, que se diferencia significativamente de los anteriores bienes o servicios de la empresa, y que ya ha sido introducido al mercado o puesto a disposición de los potenciales usuarios².

De acuerdo a lo observado en estudios anteriores, la innovación puede ser “nueva para el mercado” o “nueva para la empresa”. La Empresa que indique haber realizado una innovación “nueva para el mercado”, se entiende que habrá lanzado por primera vez esta innovación en su empresa y frente a sus competidores a nivel nacional.

El siguiente instructivo lo orientará a distinguir los tres tipos de innovación considerados para efectos de este estudio:

- Innovación de producto.
- Innovación de proceso.
- Innovación social.

La encuesta está dirigida a un cargo gerencial (gerencia general, producción, operaciones, entre otros) con el apoyo del encargado de finanzas o por el encargado del departamento de contabilidad de la empresa, o el contador externo si se trata de razones sociales más pequeñas.

¹ Al proyecto se le asigna una muestra que representa por región distintas actividades económicas, esta se sub divide a todos los analistas del equipo.

² Definición adaptada de: OECD (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation, 4^o edición, OECD Publishing, París, Párr. 3.9.

Con sus respuestas contribuye a la generación de estadísticas a nivel nacional, información de suma importancia para la adecuada caracterización del país en materia de innovación, permite el levantamiento de datos que constituyen evidencia objetiva para la formulación de políticas públicas esenciales para el desarrollo de Chile. Además, dar cumplimiento a la obligación establecida en la ley 17.374, en los siguientes artículos.

Artículo 20: “Todas las personas naturales o jurídicas chilenas y los residentes o transeúntes están obligadas a suministrar los datos, antecedentes o informaciones de carácter estadísticos que el Instituto Nacional de Estadísticas le solicite.”

Artículo 22: “las personas a que se refiere el artículo 20, de esta ley, que se negasen a suministrar los datos estadísticos que le fuesen solicitado, o que falsearen o alteraren, se les aplicará una multa. La aplicación y pago de la multa no exime al infractor de cumplir con la obligación correspondiente.

El Instituto Nacional de Estadísticas, por su parte, cumplirá con los artículos 29 y 30 de la misma ley indica:

Artículo 29: “el Instituto Nacional de Estadísticas, los organismos fiscales, semifiscales y Empresa del Estado, y cada uno de sus respectivos funcionarios, no podrán divulgar los hechos que se refieren a personas o entidades determinadas que hayan tomado conocimientos en el desempeño de sus actividades”

El estricto mantenimiento de estas reservas constituye el “secreto estadístico”. Su infracción hará incurrir en el delito previsto y penado por el artículo 247 del Código Penal, debiendo en todo caso aplicarse pena corporal.

Artículo 30: “los datos estadísticos no podrán ser publicado o difundidos con referencia expresa a las personas o entidades a quienes directa o indirectamente se refieran, si mediare prohibición del o los afectados” (extracto de la ley orgánica 17.374 de creación del Instituto Nacional de Estadísticas, publicada el 10/12/1970).



Es de suma importancia destacar, que la totalidad de la información generada por la encuesta de Innovación, se encontrará disponible al público en general en la página web del Ministerio de Economía y Fomento, manteniendo siempre en reserva la identidad de las fuentes de información.

Agradecemos su colaboración.

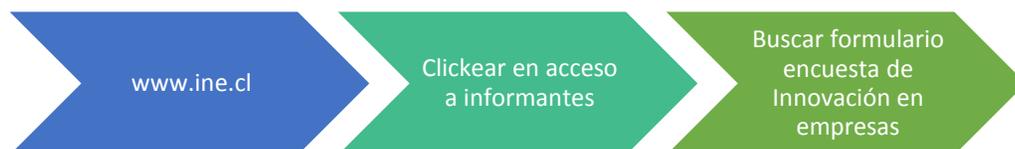
2. ANTECEDENTES GENERALES

La finalidad principal del formulario es determinar los tipos de innovación que desarrollan las empresas, captar los esfuerzos están realizando a favor de la innovación y los obstáculos que se les presentan al aplicarlas.

En general la innovación está asociada a la creación de valor, a través de la introducción de un *nuevo o significativamente mejorado producto o proceso*. Como veremos más adelante, en el caso de las invocaciones de proceso, en esta oportunidad incluye por ejemplo, un nuevo método de marketing, un nuevo método de comercialización y/o de un nuevo método organizativo, en prácticas internas de las empresas, la organización del lugar de trabajo y el personal o de las relaciones exteriores, y se incorpora también en esta oportunidad la innovación social. Se ha observado en casos de estudios anteriores, que existe una relación entre innovación y la búsqueda de soluciones para problemas y desafíos de la comunidad.

Este instructivo tiene como objetivo facilitar el correcto llenado de la encuesta, de esta forma, lograr mayor precisión en el vaciado de la información, y la posterior validación de la misma. Cabe señalar, que la encuesta puede ser contestada a través de internet³. Para ello debe ingresar a nuestra página web <http://www.ine.cl>, siguiendo la secuencia indicada en la figura 1.

Ilustración 1. Ingreso formulario web



Fuente: INE. Equipo Innovación 2019

³ Además, el formulario puede ser respondido en papel, o por medio de un formulario Excel que pondremos a su disposición en caso de que lo requiera, pero sugerimos que sea a través del sitio web.



Una vez encontrada la encuesta en el sitio, deberá realizar los siguientes pasos:

- 1) Pinchar en formulario en línea.
- 2) Digitar el número de rol⁴.
- 3) Digitar la contraseña que encontrará en carta adjunta

Los datos de acceso también pueden ser solicitados al analista (identificado en la etiqueta de la encuesta) telefónicamente. Por esta razón es fundamental que conserve la información enviada en papel, por lo menos hasta que finalice el proceso.

Con relación a los analistas de la encuesta, ellos cumplen tres funciones esenciales. La primera, es confirmar directorio (verificar dirección y datos de contacto del informante), utilizando bases de datos institucionales, procurando llamar a su oficina o domicilio para asegurar, en primera instancia, que llegue la encuesta en papel. Sin embargo, los analistas están autorizados a reenviar la encuesta por otros medios, como correo electrónico, siendo igualmente válido, o dictar los datos de acceso por vía telefónica.

La segunda función, consiste en actuar de soporte para orientar el llenado la encuesta, desde problemas con el formulario web, envió de formularios alternativos como formato Excel, y dar solución a dudas respecto a los conceptos de innovación, sentido de preguntas, etc. Se recomienda a los informantes llamar apenas tengan la oportunidad y no esperar a que hayan expirado los tiempos regulares para responder la encuesta⁵.

Finalmente, en caso que las empresas, organizaciones, instituciones, personas naturales o jurídicas, se nieguen a responder la encuesta, es deber de los analistas, informar el carácter obligatorio de la consulta, establecido en la Ley 17.350, advertir la existencia de multas por no cumplimiento y

⁴ El número de rol es un identificador que le asigna el INE, este es distinto del RUT de su empresa.

⁵ Recuerde que el tiempo es un recurso valioso para todos, y para que el ejercicio de la encuesta se dé expedito, necesitamos que ambas partes se coordinen (analistas y razones sociales).



comunicar que el pago de multas no exime al informante de la responsabilidad de entregar la información solicitada antes del cierre del proceso⁶.

NOTA: SI TIENE ALGUNA DUDA EN RELACIÓN AL LLENADO DE LA ENCUESTA, EL EQUIPO DE PROFESIONALES DE INE ESTARÁ ATENTO A ASESORAR, ORIENTAR Y RESPONDER TODAS SUS CONSULTAS.

3. INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO DEL FORMULARIO

3.1 Módulo 1. Identificación de la empresa.

En este módulo deberá registrar los datos generales del RUT encuestado tales como: razón social, nombre de fantasía, dirección postal vigente, teléfono, correo electrónico, forma de propiedad, tipo de organización jurídica, si la empresa pertenece a un grupo empresarial (holding, filial, etc.), la descripción de su giro, (que hace su empresa) y el año de inicio de actividades en el SII.

3.2 Módulo 2. Ventas, exportaciones y empleo total

En este módulo deberá señalar los ingresos por venta y por exportaciones en relación a los dos años consultados (2017-2018) (Si usted no exporta, deje las casillas con cero, es posible que aparezca una ventana emergente que le dé la opción de indicar que usted no exporta), y el promedio anual del personal según nivel de educación (ambos años):

En este módulo deberá detallar, según corresponda, lo siguiente:

- **Ventas:** indicar las ventas realizadas por la empresa en el período de referencia (2017 y 2018) en *miles de pesos chilenos*, en caso de llevar contabilidad en dólares utilice tipo de cambio indicado en la encuesta.
- **Exportaciones:** indicar el monto correspondiente a las exportaciones del período de referencia (2017 y 2018) en *miles de pesos chilenos*, en caso de llevar contabilidad en dólares utilice el tipo de cambio indicado en la encuesta.
- **Empleo total:** indicar el *promedio anual* de trabajadores con los que cuenta la empresa. Este término incluye tanto a los trabajadores dependientes (contrato definido o indefinido) y a los

⁶ Cabe destacar que empresas con término de giro o en quiebra no deberán participar del proceso. Si dicho estado no aparece reflejado en el sitio del SII, usted deberá acreditar con documentación dicho estado.



no dependientes (honorarios y subcontratados). La cifra debe ser sin decimales, es decir, en caso de ser necesario, aproxime.

3.3 Módulo 3. Innovación de producto (bienes y servicios)

En este módulo deberá señalar si la empresa ha realizado innovación de producto. Este tipo de innovación se refiere a 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. No incluye cambios rutinarios, simples reemplazo de capital, modificaciones estéticas menores, etc.

A continuación, en la tabla nº1, se señala ejemplos de innovación de producto y los que no corresponderían según el concepto.

Tabla 1. Innovación de producto.

Innovación de bienes	No es innovación de producto
<ul style="list-style-type: none">• Productos con un consumo de energía significativamente reducido.• Nuevos medicamentos más efectivos y con menores efectos colaterales.• Utilización de tejidos transpirables en el sector de la confección, que mejoran los rendimientos del producto.	<ul style="list-style-type: none">• Las modificaciones o mejoras menores a los bienes o servicios.• Las mejoras de los procedimientos habituales o rutinarios.• Los cambios estacionales regulares (tales como los de las prendas de vestir).• Una adaptación a las necesidades de un cliente específico, que no presenta características significativamente diferentes de los productos fabricados para otros clientes.• Los cambios en el diseño que no modifican la función, la utilización prevista o las características técnicas de un bien o de un servicio.
Innovación de Servicios <ul style="list-style-type: none">• Servicios vía internet tales como banca digital o sistemas de pago de facturas.• Introducción de tarjetas inteligentes de usos múltiples.• Creación de portales web en internet, donde se ofrecen a los clientes de forma gratuita	

nuevos servicios, por ejemplo, información de productos y distintos servicios de atención.	• La simple reventa de nuevos bienes o servicios adquiridos a otras empresas.
--	---

Fuente: INE. Equipo Innovación 2019.

No es necesario que el producto sea nuevo en el mercado para catalogarlo como innovación, es decir, no necesariamente debe crear un nuevo mercado en el contexto nacional. La característica principal es que el producto se distinga sustancialmente de lo fabricado anteriormente por la empresa, aunque exista en el mercado local. Por lo tanto, se admite como innovación si el producto es nuevo para su mercado, o nuevo sólo para la empresa.

Cabe destacar que para efectos de esta encuesta, debe contestar sólo una alternativa. O es nueva para su mercado o nueva para la empresa, pero no ambas. Para ello, y en el caso de que existan empresas que presenten más de una innovación, debe contestar pensando en aquella que resulte ser la más significativa para la empresa.

3.4 Módulo 4. Innovación de proceso

En el módulo cuatro, debe señalar si la empresa ha realizado innovación de proceso. Este tipo de innovación consiste en la implementación de un nuevo o significativamente mejorado proceso de producción, método de distribución o actividad de soporte para los bienes y servicios. Esto implica cambios significativos en las técnicas, los equipos y/o los programas informáticos. Un proceso es considerado 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.

A continuación, en la tabla nº2 se señala ejemplos de Innovación de Proceso, y por otra parte, los que no corresponderían según la conceptualización utilizada para efectos de esta encuesta.

Tabla 2. Innovación de Proceso

Innovación de proceso	No es innovación de proceso
<ul style="list-style-type: none"> • Introducción de nuevos equipos automatizados en una cadena de fabricación. • Equipos de test mejorado para monitorear la producción. • Introducción de un nuevo sistema de reservas en una agencia de viajes. • Desarrollo de nuevas técnicas de gestión de proyectos en una empresa de consultoría. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los cambios simples o las mejoras menores en los procesos. • Un aumento de la capacidad de producción o de servicio por la incorporación de sistemas de fabricación o sistemas logísticos que son similares a los ya en uso.

Fuente: INE. Equipo Innovación 2019.

Las innovaciones de proceso pueden tener como objeto disminuir los costos unitarios de producción o distribución, mejorar la calidad, o producir o distribuir nuevos productos o sensiblemente mejorados.

3.5 Módulo 5. Efectos de la Innovación (de productos y procesos)

El módulo cinco tiene como objeto dimensionar los efectos de las decisiones estratégicas emprendidas por la empresa, que pueden asociarse con innovaciones de productos (bienes y servicios) y de procesos, e indicar la importancia de los efectos que producen la innovación de productos y procesos.

3.6 Módulo 6. Innovación social

En este módulo debe señalar si la empresa ha realizado innovación social, definida como un proceso de 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.



A continuación, en la tabla nº3 se señalan ejemplos de innovación social y los que no corresponderían según la conceptualización utilizada para efectos de esta encuesta.

Tabla 3. Innovación Social

Educación	No es Innovación social
Implementación de celulares con conexión a internet en zonas rurales.	Las mejoras en los tiempos de espera en los consultorios públicos.
Creación de salas educativas tecnológicas que ofrezcan diversos contenidos educativos.	La creación de parques y plazas (áreas verdes públicas).
Laboral	La compra de mayores basureros para un barrio.
Empresa vitivinícola que transforma a sus trabajadores en microempresarios compartiendo con ellos su plataforma de negocios.	
Incorporación de personas con necesidades especiales a la dotación de personal de algunas empresas.	
Comunicación	
Creación e implementación de WhatsApp el cual ha cambiado la forma de comunicarse entre las personas.	
Creación de una nueva aplicación para celulares que permite solicitar un taxi y saber los datos de ubicación del mismo.	
Comunidad	
Creación de un proyecto de una multitienda para reforestar la Patagonia.	

Fuente: INE. Equipo Innovación 2019.

3.7 Módulo 7. Actividades innovativas y gasto para la innovación.

Las actividades innovativas son todas las actividades desarrolladas por la empresa que tienen como objetivo o han resultado en una o más innovaciones, más allá de que se hayan logrado introducir en el mercado o no. No todas estas actividades son innovadoras en sí mismas, pero si son necesarias para la introducción de innovaciones.

Se incluyen también en este ámbito las actividades de investigación y desarrollo (I+D), entendidas como el trabajo científico y técnico desarrollado para aumentar el volumen de conocimiento en la empresa para la creación de nuevas aplicaciones. Estas actividades no necesariamente están ligadas al desarrollo de innovación.

En la pregunta nº 7.1 por ejemplo, se consulta acerca de las actividades innovativas, que son todas las actividades desarrolladas por la empresa que tienen como objetivo o han resultado en una o más innovaciones, más allá de que se hayan logrado introducir en el mercado o no.

Se incluyen las actividades de investigación y desarrollo definidas como el trabajo científico y técnico desarrollado para aumentar el volumen de conocimiento en la empresa para la creación de nuevas aplicaciones. Esta actividad no necesariamente está ligada al desarrollo de innovación.

- **Investigación y Desarrollo (I+D)**

Comprende el trabajo creativo llevado a cabo de forma sistemática para incrementar el volumen de conocimientos, incluido el conocimiento del hombre, la cultura y la sociedad y el uso de esos conocimientos para crear nuevas aplicaciones.

Una empresa posee un departamento o laboratorio de I+D si en el organigrama puede identificar una unidad donde se lleve a cabo, en forma rutinaria, acciones orientadas a la creación o al mejoramiento de productos y procesos.

Se pueden presentar algunas de las siguientes situaciones:

- **La I+D realizada dentro de la empresa (Intramuro) para la innovación**, se refiere las actividades de I+D realizadas dentro de la empresa para uso propio o de terceros.
- **La I+D subcontratada (fuera de la empresa)**, se refiere a las actividades de I+D subcontratada a otras empresas u otras organizaciones de investigación públicas o privadas.
- **Adquisición de Maquinarias, Equipos, Software y edificios**. La empresa adquiere maquinaria, equipos y/o software sólo si realizó desembolsos de recursos financieros para comprar maquinaria, equipos, software y edificios que se requiere para introducir las innovaciones de producto y proceso, durante el período de referencia 2017-2018. Se excluye la adquisición de bienes de capital incluida en las actividades de I+D internas.
- **Adquisición de Conocimientos Externos (patentes, licencias, know how)**. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) define como patente al derecho exclusivo concedido a una invención, es decir, un producto o procedimiento que aporta, en general, una nueva manera de hacer algo o una nueva solución técnica a un problema. La misma institución indica que el titular de la patente puede dar su permiso, o licencia, a terceros para utilizar la invención en base a términos establecidos de común acuerdo. Asimismo, puede vender el derecho sobre la invención (cambio de titular).
 - Se entiende por "saber hacer" (know how) al conocimiento tácito o informal, que puede requerir decodificaciones o reinterpretaciones para que un tercero lo pueda comprender.
 - La empresa adquiere conocimientos externos si realizó desembolsos de recursos financieros para utilizar patentes, invenciones no patentadas, marcas comerciales, licencias o contratos de saber hacer (know how) y otras formas de conocimiento provenientes de otras empresas e instituciones (como universidades e instituciones de investigación gubernamentales, que no dependen de I+D), durante el período de referencia 2017-2018.

- **Capacitación para la Innovación.** Una empresa desarrolló capacitación para la innovación cuando reconoce haber entrenado a sus empleados en aspectos necesarios para la implementación de un producto, servicio o proceso nuevo o mejorado durante el período indicado en el formulario.

Los aspectos de la capacitación pueden ser específicos al proceso productivo o administrativo y/o contener conocimientos técnicos novedosos para los capacitados.

- **Introducción de Innovaciones al Mercado.** La preparación del mercado con el fin de comercializar innovaciones de producto incluye los estudios de mercado, los test de mercados y la publicidad en torno al lanzamiento de bienes y servicios nuevos, o significativamente mejorados. Los preparativos para las innovaciones de marketing pueden vincularse con el desarrollo y con la introducción de los 4 tipos de marketing que se distinguen habitualmente en el mundo de las empresas; la preparación para la introducción de nuevos métodos de comercialización, en el diseño o en el envasado de producto, en los métodos de tarificación, en la colocación del producto y en su promoción. En cuanto a la introducción en el mercado de una innovación organizacional incluye las actividades emprendidas para la planificación y la introducción de nuevos métodos de organización.
- **Diseño.** Las actividades de diseño se refieren a la forma y aspecto de los productos, y no a sus especificaciones técnicas u otras características funcionales o de utilización. Incluyen a todas aquellas actividades destinadas al desarrollo e introducción de innovaciones de producto y proceso.
- **Instalación y puesta a punto de nuevos equipos para la innovación** (puesta en marcha de la producción).
- **Otras actividades.** Entre los preparativos dedicados a las innovaciones de producto y proceso se incluyen las actividades implicadas en el desarrollo y la introducción de innovaciones de producto y proceso que no se incluyen en I+D.

Se encuentran entre ellas las actividades de desarrollo que, o bien se excluyen parcialmente de I+D (el diseño industrial, la ingeniería y puesta a punto, y los ensayos de producción), o bien son excluidas completamente (como el trabajo vinculado a las patentes y licencias, el comienzo de la producción y las pruebas). Así como las actividades de desarrollo de las innovaciones de producto o proceso que no responden al criterio de novedad mencionado en la definición de I+D (es decir que son nuevos para la empresa, pero no para el mercado). La empresa desarrolló otras actividades innovativas sólo si realizó desembolsos de recursos financieros para llevar a cabo estas actividades.

3.8 Módulo 8. Fuentes de Información y Cooperación en Actividades Innovativas

Las actividades de innovación de un producto y proceso dependen en parte, de la diversidad y estructura de sus vínculos con las fuentes de información, el conocimiento, las tecnologías, las prácticas empresariales, los recursos humanos y los recursos financieros. Los vínculos actúan como fuente de conocimiento y tecnología para las actividades innovativas de una empresa, abarcando desde las fuentes pasivas de información hasta los proveedores de conocimiento y tecnología. En la encuesta este tema se divide en dos secciones principales:

8.1 En esta pregunta debe señalar las fuentes de Información y cooperación utilizadas en su empresa y su nivel de importancia.

- **Las fuentes internas** de información se relacionan con ideas provenientes desde el interior de la empresa.
 - Por su parte, las **fuentes de mercado** se relacionan con ideas provenientes de agentes que interactúan con la empresa en diferentes dimensiones (como proveedores, clientes, competidores u otras empresas del mismo sector o Consultores, laboratorios comerciales, o institutos privados de I+D).
 - Las **fuentes institucionales** se relacionan con las ideas provenientes de agentes cuya actividad principal es la generación, difusión y transferencia de conocimiento (Universidades, Institutos de Investigación o del Gobierno).

- Finalmente, **otras fuentes** de información se refieren a otras instancias como: conferencias, ferias, seminarios, exposiciones, revistas científicas, publicaciones técnicas, publicaciones comerciales, asociaciones a nivel profesional e industrial, internet.

8.2 En esta pregunta debe señalar las acciones de Cooperación realizadas por la empresa.

La cooperación en innovación implica una participación activa en proyectos de innovación conjunta con otras instituciones. La cooperación en innovación permite a las empresas acceder a conocimientos y tecnologías que serían incapaces de utilizar por sí mismas. Aporta también un importante potencial de sinergias, ya que permite el aprendizaje mutuo entre los socios.

La cooperación se diferencia de las fuentes de información de libre acceso y de la adquisición de conocimiento y tecnología, en que todos los participantes toman parte activa en el trabajo. Por ejemplo, puede existir cooperación horizontal que puede llevarse a cabo entre empresas que fabrican productos diferentes, pero muy complementarios, como una nueva máquina, herramienta, gestionada por computador y los programas informáticos necesarios para supervisar y controlar.

3.9 Módulo 9. Recursos humanos y unidad formal

En este módulo se debe señalar el promedio anual de trabajadores para el año 2018 al interior de la empresa, que realizan innovación y si existen departamentos establecidos formalmente, en cada una de las áreas consultadas.

3.10 Módulo 10. Financiamiento público para la innovación

En este módulo se debe señalar aquellos subsidios, créditos (de origen estatal) o beneficios tributarios para financiar sus actividades de innovación, si solicitó apoyo y montos asociados.

3.11 Módulo 11. Obstáculos a la innovación

En este Módulo se debe indicar la influencia de los obstáculos que ha tenido la empresa para aplicar innovación, tales como factores de costo, factores vinculados al conocimiento, factores de mercado y otros factores.

3.12 Módulo 12. Derecho de propiedad intelectual

En este módulo se debe indicar los métodos de protección formal que solicitó para proteger las innovaciones.

La propiedad intelectual constituye un derecho para el titular que se ejerce sobre las creaciones de la mente: invenciones, símbolos, modelos de negocios, entre otras. En general se divide la propiedad intelectual en dos grandes áreas: la propiedad industrial (patentes, marcas, dibujos, modelos industriales, entre otros) y derechos de autor (novelas, obras musicales, películas, entre otras).

Existen bases de datos que contienen información de propiedad intelectual y sistemas de búsqueda en línea de dicha información. Una empresa ha emprendido una búsqueda de patentes o utiliza servicios informativos o bibliotecas si ha consultado o encargado consultar las bases de datos de patentes, ya sea en forma directa (presencial) o a través de buscadores en línea.

3.13 Módulo 13. Perspectivas de innovaciones futuras

El fin de este módulo es conocer si la empresa tiene pensado en los próximos dos años realizar algún tipo de innovación en proceso, producto o social.

3.14 Módulo 14. Observaciones y datos del informante

Para nuestra institución es de suma importancia conocer su opinión y generar un valor agregado a la función del analista, de este modo mejorar las estadísticas.

El llenado completo de los datos del informante permite al analista tener el contacto certero en caso de consultas o dudas.

4. GLOSARIO

- **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.
- **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 variedad de producción de la empresa.
- **Innovación social:** Se entiende como innovación social al desarrollo original 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.
- **Actividades Innovativas:** Se define como actividades innovativas a todas las operaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que: 1) conducen a la introducción de innovación, 2) a pesar de que no se haya concretado la innovación, las actividades innovativas fueron efectuadas durante el período de referencia.

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 software 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 uno de dichos caracteres por lo menos, o considerarse como una unidad, habida cuenta de su aptitud a propagarse sin alteración.

5. CITAS BIBLIOGRÁFICAS

- OECD (2015), Frascati Manual 2015: Guidelines for collecting and reporting data on Research and Experimental development, OECD Publishing, París.
- OECD (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation, 4º edición, OECD Publishing, París.