



ENCUESTA NACIONAL DE INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA 2012

Ficha Técnica

Lima, Junio de 2012

ENCUESTA NACIONAL DE INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA 2012

FICHA TÉCNICA

1. Nombre de la Encuesta

Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera 2012

2. Finalidad

Conocer el proceso de Innovación en el sector manufacturero nacional que permitan establecer una línea de base, siguiendo lineamientos normativos internacionales.

3. Objetivos

Objetivo general:

Obtener información estadística de las empresas manufactureras del país sobre los procesos de innovación – tanto tecnológica como organizacional - que permita el diseño, implementación y evaluación de políticas públicas orientadas a su desarrollo.

Objetivos específicos:

- Diagnosticar el comportamiento innovador de las empresas del país, sus determinantes, recursos asignados, obstáculos, resultados, impactos y características particulares.
- Brindar información relevante para el monitoreo de instrumentos y programas de fomento a la innovación que están siendo implementados en el Perú (acceso por parte de las empresas, grado de difusión, valoración, obstáculos para la postulación, etc.).
- Generar información de base para evaluar las intervenciones de política de fomento a la innovación desarrolladas en el país, determinar su relevancia, efectividad, eficiencia, impacto y sostenibilidad en el tiempo.
- Generar información que permita la elaboración de indicadores comparables con los producidos internacionalmente.

4. Características Técnicas

Cobertura geográfica

Se recopila información de los departamentos que concentran más del 90% de la actividad manufacturera en el país: Lima y la Provincia Constitucional del Callao, Arequipa, La Libertad, Ancash, Ica, Piura, Ucayali, Lambayeque, Junín y San Martín.

Cobertura sectorial

Se recopila información de todas las actividades económicas comprendidas en la Sección C Industria Manufacturera de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) Revisión 4, desde la división 10 hasta la división 33.

Cobertura temática

a) Datos generales de la empresa

Localización de la empresa:

- Ubicación geográfica.
- Ubicación sectorial
- Dirección.
- Referencia de la dirección.

Identificación de la empresa:

- Número de RUC.
- Razón social o apellidos y nombres del propietario.
- Nombre comercial de la empresa.
- Año de inicio de operaciones.
- Pagina Web.
- Correo electrónico.
- Teléfono.
- Fax.
- Actividad económica principal.
- Organización jurídica de la empresa.

Del Informante

- Apellidos y Nombres
- Cargo.
- Teléfono.
- Correo electrónico.

b) Actividades de Innovación, 2009 y 2011

- Principales actividades de Innovación realizadas por la empresa, así como los montos invertidos en dichas actividades en los años 2009 y 2011.
- Motivos por los que pusieron en práctica las actividades de Innovación en los años 2009 - 2011.

c) Financiamiento de las empresas, 2009 y 2011

- Porcentaje de los fondos de financiamiento utilizados por la empresa para la realización de actividades de Innovación.
- Conocimiento de programas o instrumentos públicos de apoyo a la Innovación.

- Instrumentos públicos de apoyo a la Innovación.

d) Recursos Humanos.

- Número promedio de personal ocupado de la empresa y último nivel de estudios alcanzado.
- Número promedio de personal ocupado en la empresa, en cantidades físicas en el año 2009.
- Cantidad promedio de trabajadores en el año 2011.

e) Resultados de la Innovación, 2009 - 2011

- Introducción al mercado de un producto (bien o servicio) nuevo o significativamente mejorado.
- Cambios en la forma de comercialización u organización.
- Descripción del informante sobre la Innovación más importante que haya realizado la empresa.

f) Impactos, 2009 - 2011

- Porcentaje del valor de las ventas en el mercado interno y de las exportaciones que haya realizado la empresa.
- Grado de importancia de los impactos de las Innovaciones realizadas.
- Protección a las innovaciones de la imitación o copia por parte de la competencia.
- Motivos por los que no protege las Innovaciones de la imitación o copia por parte de la competencia.
- Métodos de protección formal para proteger sus Innovaciones de la imitación o copia por parte de la competencia.
- Métodos de protección formal vigentes (cantidad y país o región al que corresponde).
- Obstáculos de los métodos de protección formal.
- Usos de los métodos de protección estratégica.

g) Fuentes de información, 2009 - 2011

- Grado de importancia de las fuentes de información para el desarrollo de actividades de Innovación.

h) Obstáculos, 2009 - 2011

- Grado de importancia de los factores que han obstaculizado el desarrollo de actividades de Innovación.

i) Vinculación con el sistema de innovación, 2009 - 2011

- Vínculos de la empresa con agentes en el marco de actividades de

Innovación.

- Agentes más importantes y la nacionalidad de los mismos.

j) Actividades vinculadas con la calidad

- Normas Técnicas.
- Procesos Certificados.
- Productos Certificados.

k) Información económica básica de la empresa

- Desempeño de la empresa.
- Integra algún grupo económico de empresas.
- Participación de capital en el extranjero.
- Otros locales

5. Periodo de Referencia de los temas investigados

El período de referencia es el período 2009 – 2011 para todas las variables cualitativas y el año 2011 para las variables cuantitativas.

6. Diseño Muestral

Población objetivo

La población objetivo está conformada por las empresas manufactureras localizadas en el territorio nacional.

Unidad estadística

La unidad de investigación estadística es la empresa.

Marco muestral

El marco utilizado está compuesto por 7 603 empresas manufactureras que provienen del Directorio Central de Empresas y Establecimientos que usa diferentes fuentes de información como el IV Censo Nacional Económico 2008, Directorio del Sistema de Registro de Empresas de la EEA y el Padrón de Contribuyentes de la Sunat.

Se consideró a las grandes, medianas y pequeñas empresas de la actividad manufacturera, a su vez se tuvo en cuenta a los departamentos que en conjunto representan más del 90% de la actividad.

Tipo de muestreo

La muestra es probabilística, estratificada, unietápica e independiente en cada estrato.

El estrato forzoso es auto representado, cada empresa de este estrato tiene una probabilidad igual a 1.0 de ser incluida en la muestra. En el estrato no forzoso (muestral), se aplica el muestreo aleatorio simple con selección independiente.

Las empresas fueron seleccionadas mediante un procedimiento sistemático simple al azar con arranque aleatorio.

Tamaño de muestra

La muestra de Innovación es una submuestra de la muestra de Manufactura de la Encuesta Económica Anual 2012 (3171 empresas). El tamaño de la muestra de la Encuesta de Innovación en la Industria Manufacturera 2012 es de 1 220 empresas.

El estrato forzoso estuvo conformado por 460 empresas que dada su importancia para el estudio debe ser investigado en forma exhaustiva.

El estrato no forzoso (muestral), estuvo conformado por 645 empresas cuyo cálculo se ha determinado mediante un muestreo aleatorio simple con un margen de error del 6 %, una tasa de no respuesta esperada del 20 % y un nivel de confianza del 95 %.

Estrato	Total
Forzoso	466
No forzoso	754
Total	1 220

Nivel de inferencia

La inferencia es a nivel nacional a 2 dígitos de la CIIU.

7. Operación de Campo

Periodo de Ejecución

La operación de campo se ejecutará en 45 días, entre el mes de setiembre y octubre de 2012.

Distribución del formulario

- Distribución y entrevista directa

Recepción del formulario

- Recepción directa

8. Productos Obtenidos

- Base de datos
- Indicadores