



O inquérito CIS constituiu-se como o principal levantamento sobre Inovação nas empresas na Europa e realiza-se obrigatoriamente em todos os Estados Membros da UE, segundo as orientações metodológicas do EUROSTAT.

O CIS 2010 - Inquérito Comunitário à Inovação 2010 recolhe informação sobre inovação nas empresas para os anos 2008, 2009 e 2010.

Uma **inovação** corresponde à introdução pela empresa de um produto, processo, método organizacional ou método de *marketing*, novo ou significativamente melhorado. Uma inovação não precisa de ser originalmente desenvolvida pela empresa, basta que se constitua como uma novidade para a mesma.

As empresas inquiridas fazem parte de uma amostra seleccionada de forma aleatória, onde cada empresa é representativa de empresas com a mesma actividade económica, classe de dimensão (número de empregados) e região.

### Confidencialidade/Segredo Estatístico

Todos os dados pessoais recolhidos no âmbito do presente inquérito serão exclusivamente utilizados para fins estatísticos, garantindo-se que o seu tratamento será efectuado de acordo com o previsto no nº 2 do art. 9º da Lei da Protecção dos Dados Pessoais (Lei nº67/98, de 26 de Outubro), nomeadamente no que respeita ao anonimato dos mesmos.

### Obrigatoriedade de Resposta

O CIS 2010 é um Instrumento de notação do Sistema Estatístico Nacional (Lei n.º 22/2008 de 13 de Maio) de resposta obrigatória, registado no Instituto Nacional de Estatística (INE) sob o nº 10008 válido até 31 de Dezembro de 2011.

Aconselhamos uma leitura prévia de todo o questionário antes do seu preenchimento.

#### ATENÇÃO:

- ▶ RESPONDA A TODAS AS QUESTÕES! (EXCEPTO QUANDO EXISTAM INSTRUÇÕES EM CONTRÁRIO)
- ▶ CONTABILIZE O TEMPO QUE LEVA A RESPONDER AO QUESTIONÁRIO!

#### Pessoa responsável pela resposta:

(Recomenda-se a nomeação de alguém ligado à Gestão de Topo da empresa, ou que mantendo-se na sua esfera de actuação, possua autonomia e autoridade suficientes para interpor e recolher informação junto a vários sectores/áreas funcionais da empresa)

Nome: \_\_\_\_\_ Apelido: \_\_\_\_\_

Função na empresa: \_\_\_\_\_

Telemóvel: \_\_\_\_\_ Telefone (directo): \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_

## A. Apresentação da empresa

### 1. Informação geral da empresa

Nome da Empresa: \_\_\_\_\_

Número de Identificação de Pessoa Colectiva (NIPC):

Actividade principal CAE:     Descrição da CAE: \_\_\_\_\_  
(Decreto -Lei n.º 381/2007 - Rev. 3)

Morada: \_\_\_\_\_

Código Postal:     -

Designação Postal: \_\_\_\_\_ Município: \_\_\_\_\_

Telemóvel: \_\_\_\_\_ Telefone: \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_

Website www: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_

**Grupo de empresas:** conjunto de duas ou mais empresas reconhecidas legalmente, com um proprietário comum.

- Cada empresa do grupo pode servir diferentes mercados geográficos (como acontece com as subsidiárias a nível nacional ou regional), ou pode servir diferentes mercados de produtos.
- A sede social é parte integrante do grupo.

#### 1.1 Em 2010, a empresa fez parte de um grupo de empresas?

Sim  Em que país se localiza a sede do grupo? \_\_\_\_\_

Nome do grupo: \_\_\_\_\_

Não

SE A SUA EMPRESA FAZ PARTE DE UM GRUPO DE EMPRESAS: RESPONDA ÀS PERGUNTAS SEGUINTES  
APENAS PARA A EMPRESA QUE REPRESENTA EM PORTUGAL

#### 1.2 Indique quais os mercados geográficos dos bens ou serviços vendidos pela empresa, durante o período de 2008 a 2010:

	Sim	Não
A. Mercado Local/regional, em Portugal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Mercado Nacional (em Portugal, para além do local/regional)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Outros Países da União Europeia (UE), países da EFTA ou países candidatos à UE <sup>1</sup>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Outros países	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.2.1 De entre os mercados geográficos indicados, indique qual o que teve mais peso no volume de negócios da empresa durante o período de 2008 a 2010? (Escolha a letra correspondente)

<sup>1</sup> Inclui os seguintes países: Alemanha, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, Croácia, Dinamarca, Eslováquia, Eslovénia, Espanha, Estónia, Finlândia, França, Grécia, Hungria, Islândia, Itália, Irlanda, Letónia, Liechtenstein, Lituânia, Luxemburgo, Macedónia, Malta, Noruega, Países Baixos, Polónia, Reino Unido, República Checa, Roménia, Suécia, Suíça e Turquia

## B. Inovação de Produto (bens/serviços)

### 2. Inovação de produto (bens/serviços)

**Inovação de produto** corresponde à introdução no mercado de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que diz respeito às suas capacidades ou potencialidades iniciais, facilidade de utilização, componentes ou subsistemas.

- A introdução de um produto novo ou significativamente melhorado não necessita de ser novidade no sector de actividade ou no mercado, mas deverá ser novidade em relação aos bens e/ou serviços já comercializados pela empresa.
- Não é relevante se a inovação foi originalmente desenvolvida pela empresa, pode ter sido desenvolvida originalmente por terceiros.

Um **Bem** corresponde normalmente a um objecto tangível como por exemplo um *smartphone*, mobiliário ou *software* empacotado, música, filmes e *software* descarregáveis pela internet.

Um **Serviço** é normalmente intangível, como o retalho, seguros, cursos educacionais, viagens, consultoria, etc.

#### 2.1 Durante o período de 2008 a 2010, a empresa introduziu:

	Sim	Não
<b>Bens</b> novos ou significativamente melhorados? <i>(Exclua a simples revenda de bens novos adquiridos a outras empresas e mudanças de natureza exclusivamente estética)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Serviços</b> novos ou significativamente melhorados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu “Não” em ambas as questões, passe para a questão 3.1, caso contrário passe para a questão 2.2

#### 2.2 Quem desenvolveu essas inovações de produto (bens e/ou serviços)?

Seleccione todas as que se aplicam

	Bens	Serviços
A <u>empresa</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A empresa <u>em cooperação</u> com outras empresas ou instituições*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A empresa, adaptando ou modificando bens ou serviços desenvolvidos originalmente por outras empresas ou instituições*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Outras</u> empresas ou instituições*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

\* Inclua outras empresas ou empresas pertencentes ao grupo e, tais como subsidiárias, empresas irmãs ou sede social, etc. Instituições inclui Universidades, institutos de investigação, Instituições Privadas Sem Fins Lucrativos (IPSFL) etc.

#### 2.3 Algum dos produtos (bens e/ou serviços) novos ou significativamente melhorados, introduzidos pela empresa durante o período de 2008 a 2010, foi:

	Sim	Não
<b>Novo para o mercado da empresa?</b> Se a empresa <u>introduziu</u> algum produto (bem e/ou serviço) novo ou significativamente melhorado no seu mercado <u>antes dos seus concorrentes directos</u> ( <i>podendo o produto existir já noutros mercados</i> ).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Novo apenas para a empresa?</b> Se a empresa introduziu algum produto (bem e/ou serviço) novo ou significativamente melhorado apenas para a empresa, apesar de poder já existir no seu mercado, disponibilizado pelos seus concorrentes directos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.4 Tendo em conta as definições anteriores, estime a percentagem do volume de negócios <sup>1</sup> do ano de 2010, resultante de:

- Introdução, entre 2008 e 2010 de produtos (bens e/ou serviços) novos ou significativamente melhorados
 

<b>Novos para o mercado da empresa</b>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
<b>Novos apenas para a empresa</b>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
  
  - Produtos (bens e/ou serviços) **não modificados ou só marginalmente modificados** durante o período de 2008 a 2010 (*inclua a revenda de novos bens ou serviços adquiridos a outras empresas*)
 

	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
--	---
- Total do Volume de Negócios em 2010      100%

2.5 Algum dos produtos (bens e/ou serviços) novos ou significativamente melhorados, introduzidos pela empresa durante o período de três anos entre 2008 e 2010, foi:

	Sim	Não	Não Sei
Novo para o mercado de Portugal?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novo para o mercado Europeu?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novo para o mercado mundial?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<sup>1</sup> Para instituições de crédito: juros recebidos e receitas similares; para serviços de seguros: Prémios brutos emitidos

## C. Inovação de processo

### 3. Inovação de processo

**Inovação de processo** corresponde à implementação pela empresa de um processo de produção, de um método de distribuição ou de uma actividade de apoio aos seus bens ou serviços, novos ou significativamente melhorados.

- A implementação de um processo novo ou significativamente melhorado não necessita de ser novidade para o seu mercado, mas deverá sê-lo para a empresa.
- Não é relevante se a inovação foi originalmente desenvolvida pela empresa.

EXCLUA INOVAÇÕES DE ÍNDOLE PURAMENTE ORGANIZACIONAL QUE SERÃO TRATADAS NUM MÓDULO PRÓPRIO

#### 3.1 Durante o período de 2008 a 2010, a empresa implementou:

	Sim	Não
Métodos de <b>fabrico ou produção</b> (de bens ou serviços) novos ou significativamente melhorados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Métodos de <b>logística, entrega ou distribuição</b> dos factores produtivos ( <i>inputs</i> ) ou produtos finais (bens e/ou serviços) novos ou significativamente melhorados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Actividades de apoio</b> aos processos da empresa novas ou significativamente melhoradas ( <i>por exemplo, novos sistemas de manutenção, de contabilidade ou informática</i> )?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu “Não” em todas as opções, passe para a questão 4.1, caso contrário passe para a questão 3.2.

#### 3.2 Quem desenvolveu essas inovações de processo?

- Seleccione todas as que se aplicam
- A empresa
  - A empresa em cooperação com outras empresas ou instituições\*
  - A empresa, adaptando ou modificando processos desenvolvidos originalmente por outras empresas ou instituições\*
  - Outras empresas ou instituições\*

\* Inclua outras empresas ou empresas pertencentes ao grupo e, tais como subsidiárias, empresas irmãs ou sede social, etc. Instituições inclui Universidades, institutos de investigação, Instituições Privadas Sem Fins Lucrativos (IPSFL) etc

#### 3.3 Algumas das inovações de processo implementadas entre 2008 e 2010 foram novas para o mercado da empresa?

- Sim
- Não
- Não sabe

---

## D. Actividades de inovação

---

### 4. Actividades em curso ou abandonadas de inovação de produto e processo

As actividades de inovação incluem a aquisição de maquinaria, equipamento, *software* e licenças, trabalhos de engenharia e desenvolvimento, design industrial, formação, *marketing* e I&D (Investigação e Desenvolvimento), quando realizadas especificamente para desenvolver e/ou implementar uma inovação de produto e/ou de processo.

- Inclua sempre as actividades de I&D (ainda que não estejam directamente relacionadas com a introdução de uma inovação).

#### 4.1 Durante o período de 2008 a 2010, a empresa desenvolveu actividades de inovação que não resultaram em introdução de inovações (de produto e /ou de processo):

	Sim	Não
Por terem sido <b>abandonadas</b> ou interrompidas antes da sua conclusão?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Por <b>estarem ainda a decorrer</b> (não concluídas até ao final de 2010)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se a empresa não teve Inovação de Produto, não teve Inovação de Processo, nem teve Actividades de Inovação em curso ou abandonadas durante o período de 2008 a 2010 (respondeu “Não” a todas as opções das questões 2.1, 3.1 e 4.1), passe para a questão 8.1, caso contrário passe para a questão 5.1.

## 5. Actividades e despesa de inovação com inovação de produto e processo

### 5.1 Durante o período de 2008 a 2010, a empresa desenvolveu alguma das seguintes actividades de inovação?

		Sim	Não
<b>Actividades de I&amp;D realizadas dentro da empresa</b> (I&D intramuros)	Trabalho criativo realizado dentro da empresa com o objectivo de aumentar o conhecimento e as capacidades internas ( <i>stock</i> de conhecimento) com vista ao desenvolvimento de produtos (bens/serviços) ou processos novos ou significativamente melhorados. <i>(Inclui o desenvolvimento de software dentro da empresa quando se enquadre neste âmbito)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Se Sim, a empresa realizou actividades de I&amp;D entre 2008 e 2010, de forma:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Contínua</b> <i>(se a empresa teve pessoal permanente em actividades de I&amp;D dentro da empresa)</i> <input type="checkbox"/></li> <li>▪ <b>Ocasional</b> <i>(se a empresa realizou actividades de I&amp;D apenas quando necessário)</i> <input type="checkbox"/></li> </ul>			
<b>Aquisição externa de I&amp;D</b> (I&D Extramuros)	Aquisição de serviços de I&D, como definidos acima, mas executados por outras empresas (incluindo outras empresas do grupo) ou por instituições de I&D públicas ou privadas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Aquisição de maquinaria, equipamento e software</b>	Aquisição de maquinaria avançada, equipamento, <i>hardware</i> e <i>software</i> específico para produzir bens ou serviços ou implementar processos novos ou significativamente melhorados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Aquisição de outros conhecimentos externos</b>	Compra ou licenciamento dos direitos de patentes e/ou invenções não patenteadas, "know-how" e outras formas de conhecimento, a outras empresas ou instituições para desenvolver produtos e processos novos ou significativamente melhorados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Formação para actividades de inovação</b>	Formação interna ou externa do pessoal da empresa com vista ao desenvolvimento e/ou à introdução de produtos ou processos novos ou significativamente melhorados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Introdução das inovações no mercado</b>	Actividades de lançamento no mercado de bens ou serviços novos ou significativamente melhorados, incluindo estudos de mercado e campanhas publicitárias de lançamento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Design</b>	Actividades para desenhar, melhorar ou mudar a forma ou aparência de produtos ou serviços novos ou significativamente melhorados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Outras</b>	Outras acções/procedimentos implicados na introdução de produtos ou processos novos ou significativamente melhorados, tais como estudos de viabilidade, testes, desenvolvimento rotineiro de <i>software</i> , engenharia industrial, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**5.2 Tendo em conta a resposta anterior, estime a despesa da empresa com as seguintes actividades de inovação, apenas para o ano 2010, (incluir custos com pessoal e relacionados):**

*Os arredondamentos devem ser feitos por excesso quando os cêntimos forem iguais ou superiores a 50 e por defeito quando forem inferiores*

**Euros**

**Actividades de I&D realizadas dentro da empresa (I&D intramuros)**

*Incluir despesas de capital em edifícios e equipamentos específicos para I&D.*

€   .     .     ,00

**Aquisição externa de I&D (I&D Extramuros)**

€   .     .     ,00

**Aquisição de maquinaria, equipamento e *software***

*Excluir despesas em equipamento específico para I&D.*

€   .     .     ,00

**Aquisição de outros conhecimentos externos**

€   .     .     ,00

**Despesa total**

(Somatório das quatro categorias da despesa)

€   .     .     ,00

**5.3 Durante o período de 2008 a 2010, a empresa recebeu algum apoio financeiro público (incluindo incentivos/benefícios fiscais, subsídios, empréstimos bonificados ou garantias bancárias) para actividades de inovação, provenientes da:**

EXCLUIR I&D E OUTRAS ACTIVIDADES DE INOVAÇÃO EXECUTADAS POR CONTRATO EXCLUSIVAMENTE PARA O SECTOR PÚBLICO

	Sim	Não
<b>Administração Local ou Regional?</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Administração Central?</b> <i>(inclui Agências ou Ministérios, através dos programas do governo)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>União Europeia (UE)?</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se sim, indique se a empresa participou no 7º Programa Quadro da UE para Investigação e Desenvolvimento Técnico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Sim**      **Não**

**5.3.1 Recebeu outro tipo de apoio financeiro público para a inovação?**

Indique as respectivas fontes (descreva) \_\_\_\_\_

## E. Fontes de Informação, Cooperação e objectivos para a inovação

### 6. Fontes de informação e cooperação para as actividades de inovação de produto e processo

#### 6.1 Qual a importância das seguintes fontes de informação para as actividades de inovação da empresa, durante o período de 2008 a 2010?

(Identifique as fontes de informação que estiveram na origem de novos projectos de inovação ou que contribuíram para a conclusão de projectos de inovação em curso)

MARQUE "IRRELEVANTE" APENAS SE NÃO OBTIVE QUALQUER INFORMAÇÃO A PARTIR DA FONTE EM CAUSA!

	Fontes de informação	Importância			
		Alta	Média	Baixa	Irrelevante
<b>Fontes Internas</b>	Dentro da própria empresa ou do grupo a que esta pertence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Fornecedores de equipamento, materiais, componentes ou <i>Software</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fontes do mercado</b>	Clientes ou consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Concorrentes ou outras empresas do mesmo sector de actividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Consultores, laboratórios ou instituições privadas de I&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fontes institucionais</b>	Universidades ou outras instituições do ensino superior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Laboratórios do Estado ou outros organismos públicos com actividades de I&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Outras fontes</b>	Conferências, feiras, exposições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Revistas científicas e publicações técnicas/profissionais/comerciais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Associações profissionais ou empresariais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu "Irrelevante" em todas as opções da questão 6.1, responda à questão seguinte, caso contrário passe para a questão 6.2.

6.1.1 Indique uma fonte de informação que considere importante e classifique-a: \_\_\_\_\_

Importância		
Alta	Média	Baixa
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**6.2 Durante o período de 2008 a 2010, a empresa cooperou no âmbito das actividades de inovação com outras empresas ou instituições?**

Sim

Não  ► Passe para a questão 7.1

**Cooperação para a inovação:** participação activa em projectos de inovação com outras empresas ou instituições não comerciais.

- A cooperação não implica que ambos os parceiros retirem benefícios comerciais.
- A simples contratação ao exterior, sem qualquer participação activa da empresa, não é considerada cooperação.

**6.3 Indique qual o tipo de parceiro com quem a empresa cooperou e qual a sua localização** (escolha todos os que se aplicam):

Tipo de parceiro de cooperação	Portugal	Outros países da Europa <sup>1</sup>	Estados Unidos da América	China / Índia	Outros países
A. Outras empresas do mesmo grupo (responder a esta alínea se tiver respondido Sim à pergunta 1.1.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Fornecedores de equipamento, materiais, componentes ou <i>Software</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Clientes ou consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Concorrentes ou outras empresas do mesmo sector de actividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. Consultores, laboratórios ou instituições privadas de I&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. Universidades ou outras instituições do ensino superior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G. Laboratórios do Estado ou outros organismos públicos com actividades de I&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6.4 Qual o tipo de parceiro de cooperação mais importante para as actividades de inovação da empresa?**  
(Escolha a letra correspondente)

<sup>1</sup> Inclui os seguintes países da UE, EFTA ou candidatos à UE: Alemanha, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, Croácia, Dinamarca, Eslováquia, Eslovénia, Espanha, Estónia, Finlândia, França, Grécia, Hungria, Islândia, Itália, Irlanda, Letónia, Liechtenstein, Lituânia, Luxemburgo, Macedónia, Malta, Noruega, Países Baixos, Polónia, Reino Unido, República Checa, Roménia, Suécia, Suíça e Turquia

## 7. Objectivos da inovação

7.1 Qual a importância de cada um dos seguintes **objectivos** para as inovações de produto (bens e/ou serviços) ou de processo, introduzidas pela empresa durante o período de 2008 a 2010?

SE A EMPRESA INTRODUZIU MAIS QUE UMA INOVAÇÃO DE PRODUTO OU PROCESSO, FAÇA UMA AVALIAÇÃO GENÉRICA DOS OBJECTIVOS APRESENTADOS.

Objectivos	Importância			
	Alta	Média	Baixa	Irrelevante
Alargar a gama de produtos (bens e/ou serviços)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Substituir produtos ou processos desactualizados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entrar em novos mercados ou aumentar a quota de mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a qualidade dos produtos (bens e/ou serviços)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a flexibilidade na produção (de bens e/ou serviços)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumentar a capacidade de produção (de bens e/ou serviços)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir os custos do trabalho por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir o material e a energia usados por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir o impacto ambiental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a saúde e a segurança do pessoal ao serviço	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu “Irrelevante” em todas as opções da questão 7.1, responda à questão seguinte, caso contrário passe para a questão 8.1.

	Importância			
	Alta	Média	Baixa	
7.1.1 Indique um objectivo que considere relevante e classifique -o: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

## F. Factores que dificultaram as actividades de inovação (obstáculos à inovação)


8.1 Durante o período de 2008 a 2010, qual o grau de importância dos seguintes factores para impedir as actividades ou projectos de inovação da empresa ou para influenciar a decisão de não inovar?

		Importância			
		Alta	Média	Baixa	Irrelevante
<b>Factores económicos</b>	Insuficiência de capitais próprios ou do grupo a que pertence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de financiamento de fontes externas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Custos com a inovação demasiado elevados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Factores de conhecimento</b>	Falta de pessoal qualificado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de informação sobre tecnologia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de informação sobre os mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Dificuldade em encontrar parceiros para cooperação em projectos de inovação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Factores de mercado</b>	Mercado dominado por empresas estabelecidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Incerteza na procura/mercado para os bens ou serviços novos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Razões para não Inovar</b>	Desnecessário por já existirem inovações anteriores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Desnecessário pela inexistência de procura/mercado para inovações	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu “Irrelevante” em todas as opções da questão 8.1, responda à questão seguinte, caso contrário passe para a questão 9.1.

8.1.1 Indique um obstáculo que considere relevante e classifique -o:

\_\_\_\_\_

Importância			
Alta	Média	Baixa	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

## G. Inovação organizacional

### 9. Inovação organizacional

**Inovação organizacional** corresponde à introdução de um novo método organizacional nas práticas de negócio (*incluindo gestão do conhecimento*), na organização do local de trabalho ou nas relações externas da empresa.

- Deverá ser um método organizacional nunca utilizado anteriormente na empresa.
- Deverá ser o resultado de decisões estratégicas da gestão da empresa.
- Exclua fusões ou aquisições, mesmo que tenham ocorrido pela primeira vez.

#### 9.1 Durante o período de 2008 a 2010, a empresa introduziu:

	Sim	Não
Novas práticas de negócio na <b>organização dos procedimentos</b> ( <i>por exemplo, na gestão da cadeia de fornecedores, na reengenharia de negócios, na gestão do conhecimento, "lean production", na gestão da qualidade, etc.</i> )?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novos métodos de <b>organização das responsabilidades e da tomada de decisão</b> ( <i>por exemplo, primeira utilização de novos sistemas de responsabilização dos trabalhadores, de trabalho em equipa, descentralização, integração ou desintegração de serviços, sistemas de formação, etc.</i> )?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novos métodos de <b>organização das relações externas</b> com outras empresas ou instituições públicas ( <i>por exemplo, primeira utilização de alianças, parcerias, "outsourcing" ou subcontratação, etc.</i> )?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se responde "NÃO" em todas as opções passe para a questão 10.1, caso contrário passe para a questão 9.2.

#### 9.2 Qual a importância de cada um dos seguintes **objectivos** para as inovações organizacionais introduzidas pela empresa durante o período de 2008 a 2010?

SE A EMPRESA INTRODUZIU MAIS QUE UMA INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL, FAÇA UMA AVALIAÇÃO GENÉRICA DOS OBJECTIVOS APRESENTADOS

	Importância			
	Alta	Média	Baixa	Irrelevante
Reduzir o tempo de resposta às necessidades dos clientes ou dos fornecedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a capacidade de desenvolvimento de novos produtos ou processos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a qualidade dos produtos (bens e/ou serviços)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir custos por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a comunicação ou a partilha de informação dentro da empresa ou com outras empresas / instituições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu "Irrelevante" em todas as opções da questão 9.2, responda à questão seguinte, caso contrário passe para a questão 10.1.

	Importância			
	Alta	Média	Baixa	
9.2.1 Indique um objectivo que considere relevante e classifique -o quanto à importância para as inovações organizacionais na empresa:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

## H. Inovação de *marketing*

### 10. Inovação de *marketing*

**Inovação de *marketing*** corresponde à implementação de um novo conceito ou estratégia de *marketing* que difere significativamente dos existentes ou utilizados anteriormente pela empresa.

- Requer alterações significativas no aspecto / estética ou na embalagem, na colocação /distribuição, na promoção ou nas políticas de preço dos produtos.
- Exclui alterações sazonais, regulares ou outras alterações de rotina nos métodos de *marketing*.

#### 10.1 Durante o período de 2008 a 2010, a empresa introduziu:

	Sim	Não
Mudanças significativas no <b>aspecto / estética</b> ou na <b>embalagem</b> dos produtos (bens e/ou serviços)? <i>Excluir as mudanças que alteram as características funcionais ou de utilização dos produtos - estas são inovações de produto.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novas técnicas ou meios de comunicação ( <i>Media</i> ) para a <b>promoção</b> de bens ou serviços ( <i>por exemplo, utilização pela primeira vez de uma nova forma de publicidade, nova imagem da marca, introdução de cartões de fidelidade, etc.</i> )?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novos métodos de <b>distribuição</b> /colocação de produtos (bens e/ou serviços) ou novos canais de vendas ( <i>por exemplo, utilização pela primeira vez de um sistema de franchising ou distribuição de licenças, vendas directas, venda exclusiva a retalho, novas formas de apresentação de um produto, etc.</i> )?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novas <b>políticas de preço</b> para os produtos ( <i>por exemplo, utilização pela primeira vez da variável preço para determinar a procura, sistema de descontos, etc</i> )?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu “NÃO” em todas as opções, passe para a questão 11.1, caso contrário passe para a questão 10.2.

#### 10.2 Qual a importância de cada um dos seguintes objectivos para as inovações de *marketing* introduzidas pela empresa durante o período de 2008 a 2010?

SE A EMPRESA INTRODUZIU MAIS QUE UMA INOVAÇÃO DE *MARKETING*, FAÇA UMA AVALIAÇÃO GENÉRICA DOS OBJECTIVOS APRESENTADOS

	Importância			
	Alta	Média	Baixa	Irrelevante
Aumentar ou manter a quota de mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Introduzir produtos em novos grupos de clientes/consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Introduzir produtos em novos mercados geográficos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu “Irrelevante” em todas as opções da questão 10.2, responda à questão seguinte, caso contrário passe para a questão 11.1.

	Importância			
	Alta	Média	Baixa	
10.2.1 Indique um objectivo que considere relevante e classifique -o quanto à importância para as inovações de <i>marketing</i> na empresa: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

## I. Criatividade e Competências

### 11. Criatividade e Competências

#### 11.1 Durante o período de 2008 a 2010, a empresa contratou indivíduos com as seguintes competências, ou subcontratou serviços a terceiros para obter essas competências?

Selecione ambos “Disponíveis na própria empresa” e “Subcontratadas a terceiros” em caso de relevância

	Disponíveis na própria empresa	Subcontratadas a terceiros *	Não utilizadas/ Irrelevantes
Artes gráficas/ <i>layout</i> /publicidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Design de objectos ou serviços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Multimédia (combinação de áudio, gráfico, texto, fotografia, animação, vídeo, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Web design	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desenvolvimento de <i>software</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estudos de mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Engenharia/Ciências Aplicadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Matemática/Estatística/Manutenção de bases de dados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

\* Incluir *freelancers*, consultores, outras empresas independentes, outras empresas do grupo, etc.

#### 11.2 Durante o período de 2008 a 2010, a empresa utilizou algum dos seguintes métodos para estimular novas ideias ou criatividade entre os empregados? Se a resposta for afirmativa, indicar se o método utilizado foi bem sucedido em termos de produção de novas ideias ou aumento de criatividade:

	Utilizado e:			Não Utilizado
	Com sucesso	Sem sucesso	Não sabe se teve sucesso	
Sessões de <i>brainstorming</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Criação de grupos de trabalho multidisciplinares ou multifuncionais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rotação de empregados para outros departamentos ou para outras empresas do grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incentivos financeiros para empregados desenvolverem novas ideias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incentivos não-financeiros para empregados desenvolverem novas ideias, tais como tempo livre, reconhecimento, trabalho mais interessante, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formação de empregados para aprenderem a desenvolver novas ideias ou criatividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**Tempo despendido na realização do questionário**

**Estime quanto tempo demorou a completar este questionário.**

*(Deverá incluir o tempo despendido com a recolha de informação necessária para responder ao questionário)*

Minutos

---

**Observações**

---

---

---

---

---

---

---

O Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (GPEARI-MCTES) agradece a colaboração.