



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

O CIS 2008 - Inquérito Comunitário à Inovação 2008 recolhe informação sobre inovação nas empresas para os anos 2006, 2007 e 2008.

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 2008 é um Instrumento de notação do Sistema Estatístico Nacional (Lei 22/2008 de 13 de Maio) de resposta obrigatória, registado no Instituto Nacional de Estatística (INE) sob o nº 9907, válido até 31/12/2009.

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: _____

Em caso de dúvida utilize os contactos indicados no ofício de lançamento do questionário ou os contactos disponíveis no site do GPEARI-MCTES (www.gpeari.mctes.pt).

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: _____

1.1 A empresa faz parte de um grupo de empresas? Sim ☐ Não ☐

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.

Se respondeu “Não”, passe para a questão 1.2, caso contrário passe para a questão 1.1.1

1.1.1 Indique o nome do grupo: _____

1.1.2 A empresa é a Sede Social do Grupo?

Sim ☐ → Se Sim, indique em que país(es) se localiza(m) as outras empresas do grupo:
(escolha todos os que se aplicam)

Portugal ☐

Outros Países da União Europeia (UE), países da EFTA ou países
candidatos à UE¹ ☐

Outros países da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP)² ☐

Outros países. ☐

Não ☐ → Se Não, indique em que país se localiza a sede social do grupo:
(escolha o que se aplica)

Portugal ☐

Outro país. ☐

Qual? _____

RESPONDA ÀS PERGUNTAS SEGUINTE APENAS PARA A EMPRESA QUE REPRESENTA EM PORTUGAL

¹ 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, Romênia, Suécia, Suíça e Turquia

² Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) - Para além de Portugal, inclui os seguintes países: Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste

1.2 Indique quais os mercados geográficos dos bens ou serviços vendidos pela empresa, durante o período de 2006 a 2008:

	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 ¹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Outros países da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) ²	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. 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 2006 a 2008? (Escolha a letra correspondente) ☐

¹ 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

² Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) - Para além de Portugal, inclui os seguintes países: Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste

B. Inovação de Produto (bens e/ou serviços)

2. Inovação de produto (bens e/ou 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.

2.1 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa introduziu:

	Sim	Não
Bens 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"/>
Serviços 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)?

Selecione apenas a opção mais adequada

- Principalmente a empresa ou o grupo a que pertence. ☐
- A empresa em cooperação com outras empresas ou instituições. ☐
- Principalmente outras empresas ou instituições. ☐

2.3 Algum dos produtos (bens e/ou serviços) novos ou significativamente melhorados, introduzidos pela empresa durante o período de 2006 a 2008, foi:

	Sim	Não
Novo para o mercado da empresa?		
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> (podendo o produto existir já noutros mercados).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novo apenas para a empresa?		
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 do ano de 2008, resultante de:

- Introdução, entre 2006 e 2008 de produtos (bens e/ou serviços) novos ou significativamente melhorados
 - Novos para o mercado da empresa %
 - Novos apenas para a empresa %
 - Produtos (bens e/ou serviços) **não modificados** ou **só marginalmente modificados** durante o período de 2006 a 2008 (inclua a revenda de novos bens ou serviços adquiridos a outras empresas) %
- Total do Volume de Negócios em 2008 100%

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 2006 a 2008, a empresa implementou:

	Sim	Não
Métodos de fabrico ou produção (de bens ou serviços) novos ou significativamente melhorados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Métodos de logística, entrega ou distribuição dos factores produtivos (<i>inputs</i>) ou produtos finais (bens e/ou serviços) novos ou significativamente melhorados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividades de apoio 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?

Selecione apenas a opção mais adequada

- Principalmente a empresa ou o grupo a que pertence. ☐
- A empresa em cooperação com outras empresas ou instituições. ☐
- Principalmente outras empresas ou instituições. ☐

3.3 Algumas das inovações de processo implementadas entre 2006 e 2008 foram novas para o mercado da empresa?

- Sim ☐
- Não ☐
- Não sabe ☐

D. Actividades de Inovação

4. Actividades de Inovação (de produto e/ou processo) em curso ou abandonadas

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 2006 a 2008, a empresa desenvolveu actividades de inovação que não resultaram em introdução de inovações (de produto e /ou de processo):

	Sim	Não
Por terem sido abandonadas ou interrompidas antes da sua conclusão?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Por estarem ainda a decorrer (não concluídas até ao final de 2008)?	<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 2006 a 2008 (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 / ou processo

5.1 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa desenvolveu alguma das seguintes actividades de inovação?

		Sim	Não
Actividades de I&D realizadas dentro da empresa (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>Se Sim, a empresa realizou actividades de I&D entre 2006 e 2008, de forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contínua <i>(se a empresa teve pessoal permanente em actividades de I&D dentro da empresa)</i> <input type="checkbox"/> • Ocasional <i>(se a empresa realizou actividades de I&D apenas quando necessário)</i> <input type="checkbox"/> 			
Aquisição externa de I&D (I&D Extramuros)	Aquisição de serviços de I&D, como definidos acima, mas executados no exterior por outras empresas (incluindo outras empresas do grupo) ou por instituições de I&D públicas ou privadas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aquisição de maquinaria, equipamento e software	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"/>
Aquisição de outros conhecimentos externos	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"/>
Formação para actividades de inovação	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"/>
Introdução das inovações no mercado	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"/>
Outras	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 2008, (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 2006 a 2008, 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

Administração Local ou Regional?

Sim

☐

Não

☐

Administração Central?

☐☐

(inclui Agências ou Ministérios, através dos programas do governo)

União Europeia (UE)?

☐☐

Se sim, indique se a empresa participou no 6º ou 7º Programas Quadro da UE para I&D

☐☐

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

Sim

☐

Não

☐

Indique as respectivas fontes (descreva): _____

E. Fontes, Cooperação e objectivos para a inovação

6. Fontes de informação e cooperação para as actividades de inovação

6.1 Qual a importância das seguintes fontes de informação para as actividades de inovação da empresa, durante o período de 2006 a 2008?

(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 "NENHUMA" APENAS SE NÃO OBTIVE QUALQUER INFORMAÇÃO A PARTIR DA FONTE EM CAUSA!

Fontes de informação		Importância			
		Alta	Média	Baixa	Nenhuma
Fontes Internas	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"/>
Fontes do mercado	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"/>
Fontes institucionais	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"/>
Outras fontes	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 "Nenhuma" 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 quanto à importância para as actividades de inovação da empresa:

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

6.2 Durante o período de 2006 a 2008, 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 conjunto com outras empresas ou instituições não comerciais em actividades de inovação.

- A cooperação não implica que todos 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 ¹	Estados Unidos da América	Outros países da CPLP ²	China / Índia	Outros países
A. Outras empresas do mesmo grupo (responder a esta alínea apenas se tiver respondido Sim à pergunta 1.1.)	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<input type="checkbox"/>
C. Clientes ou consumidores	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<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"/>	<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"/>	<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"/>	<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) ☐

¹ 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

² Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) - Para além de Portugal, inclui os seguintes países: Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste

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 2006 a 2008?

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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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"/>
Melhorar a saúde e a segurança	<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 usado por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir a energia usada 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"/>
Ir ao encontro das regulamentações ambientais, de saúde e de segurança	<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 quanto à importância para as inovações de produto e/ou processo na empresa:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F. Inovação organizacional

8. 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.
- Exclui fusões ou aquisições, mesmo que tenham ocorrido pela primeira vez.

8.1 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa introduziu:

	Sim	Não
Novas práticas de negócio na organização dos procedimentos (<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 organização das responsabilidades e da tomada de decisão (<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 organização das relações externas 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 9.1, caso contrário passe para a questão 8.2.

8.2 Qual a importância de cada um dos seguintes objectivos para as inovações organizacionais introduzidas pela empresa durante o período de 2006 a 2008?

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 8.2, responda à questão seguinte, caso contrário passe para a questão 9.1.

	Importância		
	Alta	Média	Baixa
8.2.1 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"/>

G. Inovação de *marketing*

9. 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*.

9.1 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa introduziu:

	Sim	Não
Mudanças significativas no aspecto / estética ou na embalagem 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 promoção de bens ou serviços? <i>(por exemplo, utilização pela primeira vez de um suporte publicitário; nova imagem de marca; introdução de cartões de fidelização de clientes; etc.)?</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novos métodos de distribuição /colocação de produtos (bens e/ou serviços) ou novos canais de venda? <i>(por exemplo, utilização pela primeira vez de "franchising" ou licenças de distribuição; vendas directas; novos conceitos para apresentação dos produtos, etc.)?</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novas políticas de preço para os produtos? <i>(por exemplo, utilização pela primeira vez de sistemas de "pricing by demand"; de sistemas de descontos; etc.)?</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu "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 de *marketing* introduzidas pela empresa durante o período de 2006 a 2008?

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 9.2, responda à questão seguinte, caso contrário passe para a questão 10.1.

9.2.1 Indique um objectivo que considere relevante e classifique -o quanto à importância para as inovações organizacionais na empresa:

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



H. Inovação com benefícios ambientais

10. Inovação ecológica

Inovação ecológica: corresponde a um produto, processo, método, conceito ou política novo ou significativamente melhorado que gera benefícios ambientais, quando comparado com as alternativas disponíveis.

- Mudanças inovadoras que não impliquem directamente inovações de produto, processo, organizacional ou *marketing* podem também gerar inovação ecológica.
- Os benefícios ambientais podem ser o objectivo principal da inovação ou ser apenas o resultado de outros objectivos da inovação.
- Os benefícios ambientais de uma inovação podem ocorrer durante a produção de um bem / serviço, ou durante o momento da utilização pelo cliente, após a venda.

10.1 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa introduziu algum produto, processo, método, conceito ou política novo ou significativamente melhorado com algum dos seguintes benefícios ambientais?

Benefícios ambientais na empresa	Sim	Não
Redução do material usado por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução da energia usada por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução do CO ₂ produzido pela empresa (<i>considerar produção total de CO₂ da empresa</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Substituição por materiais menos poluentes ou perigosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução da poluição sonora, do ar, da água ou do solo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reciclagem de resíduos, água ou materiais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Benefícios ambientais resultantes da utilização de um produto ou serviço após a venda		
Redução do consumo de energia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução da poluição sonora, do ar, da água ou do solo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhoria da reciclagem do produto depois da sua utilização	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10.2 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa introduziu uma inovação ecológica em resposta a:

	Sim	Não
Regulamentações ambientais existentes ou encargos fiscais (impostos / taxas) sobre a poluição	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regulamentações ambientais ou impostos que espera que venham a ser introduzidas no futuro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Disponibilidade de apoios da Administração Central, subsídios ou outros incentivos financeiros para a inovação ecológica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Procura actual ou esperada de inovações ecológicas por parte dos clientes / mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adopção voluntária de códigos de conduta ou participação em acordos sectoriais para a implementação de boas práticas ambientais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10.3 A sua empresa tem procedimentos para identificar e reduzir regularmente os seus impactos ambientais? (por exemplo, preparação de auditorias ambientais, estabelecimento de objectivos para o desempenho ambiental, obtenção da certificação ISO 14001, etc.).

Sim, implementado antes de Janeiro de 2006	<input type="checkbox"/>
Sim, implementado ou significativamente melhorado depois de Janeiro de 2006	<input type="checkbox"/>
Não	<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.