

La importancia de los planes de innovación en las empresas del Sector Comercial en Costa Rica y el desarrollo y utilización de energías limpias

Randall Salazar Lizano, Universidad Latinoamericana de Ciencias y Tecnología
2014

Resumen

El proyecto de investigación se basó en la necesidad de identificar cuáles son las empresas que tienen planes de innovación, además, que si dentro esos planes de innovación están valorados la inclusión y el desarrollo de las energías limpias. Se comenzó a realizar la elaboración de la pregunta con la que se iba a desarrollar el proyecto, así como el objetivo general y los objetivos específicos para llevar a cabo el abordado del tema propuesto. La investigación busca desarrollar y comprender la importancia de los planes de innovación en las empresas del sector comercial de Costa Rica y conocer si incluye las energías limpias.

Para poder identificar sobre este tema se desarrolló una encuesta a las empresas para conocer si utilizan planes de innovación, conocer en qué innovan, si utilizan energías limpias, el tiempo de estar en el mercado, además, saber la importancia que tiene la innovación y las energías limpias para la empresa.

Con los resultados obtenidos de la encuesta se puede conocer y dar respuesta a la pregunta de este proyecto sobre la innovación y las energías limpias. Por otra parte también se da a conocer en qué sectores innovan más las empresas, en cuáles áreas, también identificar los tipos de energías limpias que son utilizados.

Para finalizar se contará con información para saber las consideraciones que tienen las empresas sobre innovar y sobre las energías limpias.

Abstract

Palabras claves (innovación, energías, limpias, empresas, sector, comercial)

The project was based on studying if the companies of the commercial sector in Costa Rica have innovation plans, if they innovate in the use of clean energy, with the objective of knowing if they are concerned for the environment, do they consider it as an innovation, to know what their understanding is of innovation and what fields do they innovate. A question and objectives were designed to start the investigation, and a survey was also prepared to analyze the obtained information, to tabulate and make charts with it.

The results indicate that the companies know about innovation and clean energy, but they do not have defined innovation plans. The recommendation is for companies to establish innovation plans and to include clean energy.

Finally, the interest is there, they see it as a priority to innovate and the use of clean energy, the expectation is that with this investigation will contribute to companies concern about this situation.

Introducción

Las empresas de hoy compiten por permanecer en el mercado, buscando la mejora continua. El mundo globalizado en que vivimos, cada día es más fuerte y competitivo, en donde las empresas desaparecen y otras se crean, mientras unas buscan mantenerse y estar liderando el mercado.

Para que las empresas sean competitivas y se mantengan en el mercado cambiante deben de innovar y qué mejor manera que implementando planes de innovación en servicios, productos, etc.

Uno de los aspectos importantes que las empresas deben de tomar en cuenta es la parte ambiental, debido al cambio climático que se está dando en la actualidad y la contaminación que el ser humano está ocasionando. Las empresas se deben de enfocar en la eliminación de la contaminación, reducir los desechos y reciclar. Para esto se debe pensar en la utilización de energías limpias e incluirlo en un plan de innovación energética que ayude a disminuir la huella ecológica y de paso ahorrar los recursos de las empresas.

Revisión Bibliográfica

Innovación

La innovación, a manera de introducción al tema, es la capacidad de ir creando valor, interpretando y anticipándose a las necesidades de los clientes. De igual forma interactuar en una red de organizaciones o bien de grupos de trabajo. La innovación puede provenir de cualquier persona o sujeto, a fin, siempre y cuando mantenga una visión y compromiso, por lo tanto, no necesariamente se debe relacionar la innovación con inversiones millonarias y con productos radicalmente nuevos y dosificados. Es por ello que se utiliza una base más sólida sobre lo que es innovación, por ellos nos dirigimos a la Real Academia Española: la palabra innovación es la acción y efecto de innovar, o bien la creación o modificación de un producto y su introducción en un mercado (Diccionario de la Real Academia Española, 2001).

Esto nos da hincapié a un número variado de conceptos básicos en innovación, según diversos conocedores del tema: La innovación está relacionada con el crecimiento de las economías y de las empresas y en un entorno cambiante como el actual, se presenta como una herramienta fundamental para conseguir ventajas competitivas. (Luengo y Obeso, 2013).

Desde la década de los 90, nos encontramos inmersos en la sociedad del conocimiento (SAKAIYA, 1991), donde la innovación se convierte en una herramienta fundamental para la consecución de ventajas competitivas. Se entiende por sistema de innovación al conjunto de reglas y procedimientos que incrementan la adquisición, la creación y el uso del conocimiento (Chen y Dalhman, 2004).

En una sociedad como la actual, donde los cambios se suceden ininterrumpidamente, la innovación y el conocimiento se convierten en los

principales motores de la economía (VASCONCELOS et al, 2008). La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) sostiene que la innovación es el motor de crecimiento de los países desarrollados, atribuyéndole cerca del 50 por ciento del mismo (Roos y Pike, 2011). (Luengo, y Obeso, 2013)

Cabrera (2013) menciona que para Drucker la innovación no es solo producto de los cambios científico-tecnológicos, ni se restringe solo a las innovaciones tecnológicas, ni a los resultados de la investigación y desarrollo, “la innovación es una cuestión económica, no técnica”. No es un “destello de genio”, es una disciplina sistemática, organizada, rigurosa (Drucker, 2002: 93).

Tipos de Innovación

- **Innovación tecnológica:** Surge tras la utilización de la tecnología como medio para introducir un cambio en la empresa. Este tipo de innovación tradicionalmente se ha venido asociando a cambios en los aspectos más directamente relacionados con los medios de producción.
- **Innovación comercial:** Aparece como resultado del cambio de cualquiera de las diversas variables del marketing. El éxito comercial de un nuevo producto o servicio esencialmente depende de la superioridad del mismo sobre los restantes y del conocimiento del mercado y la eficacia del marketing desarrollado al efecto.
- **Innovación organizativa:** En este caso el cambio ocurre en la dirección y organización bajo la cual se desarrolla la actividad productiva y comercial de la empresa. Es un tipo de innovación que, entre otras cosas, posibilita un mayor acceso al conocimiento y un mejor aprovechamiento de

los recursos materiales y financiero. (RICYT, OEA, CYTED, COLCIENCIAS, OCYT, 2001)

Características de innovación

Durante el proceso de conocimiento de la innovación poco importa que una idea sea nueva si la unidad de adopción, aun conociendo la innovación, ni la adopta ni la rechaza.

Si la unidad de adopción considera nueva una idea, entonces la idea es innovación. Por lo tanto, las características de las innovaciones, según las perciben las unidades de adopción, modifican sus tasas de adopción. Un ejemplo de ello es: Rogers y Shoemaker (2003) que identificaron los siguientes atributos en las innovaciones (Soler, 2003):

1. Ventaja relativa: un sujeto adopta una idea superior a otra. Los adoptantes estiman que al adoptar la innovación disponen de una serie de ventajas de las que no dispondrían si no la adoptasen.
2. Compatibilidad: entre la innovación y los valores y necesidades que guían al receptor.
3. Complejidad: cuanto más compleja es una innovación, menor grado de comunicabilidad de adopción le corresponde. Los miembros de un determinado sistema entenderán algunas innovaciones con mayor facilidad que otras, que serán adoptadas con mayor lentitud o serán rechazadas.
4. Observabilidad: Rogers y Shoemaker definen este atributo como el grado de visibilidad de los resultados de una innovación para los otros.

5. Experimentabilidad: o posibilidad de la que disponen los potenciales adoptantes para experimentar la innovación de una manera restringida. Los sujetos adoptarán con mayor facilidad las ideas que puedan experimentar por partes.

Estos son los cinco atributos que Rogers y Shoemaker otorgaban a la innovación en 1971.

La innovación en Costa Rica

Según el periódico El Financiero del 09 de enero del 2014, Costa Rica se posicionó como el líder latinoamericano en innovación al hacerse con el escalón 39 entre 142 naciones estudiadas en el Índice Global de Innovación 2013.

El salto de 21 posiciones con respecto al ranking del año pasado, le permitió al país desplazar a Chile como líder regional y colarse entre los tres países que escalaron más peldaños en este listado.

La calificación global del país subió 5,2 puntos con respecto al año pasado para obtener un total de 41,5 puntos en la nueva edición del Índice.

La mejora en el ranking proviene del puntaje obtenido en la producción de conocimiento y tecnología, categorías que representan la mitad de la calificación obtenida por el país.

Entre los puntos altos en el desempeño local, está la absorción y difusión de conocimiento, rubros en los cuales Costa Rica se colocó en los peldaños 9 y 8 a nivel mundial.

"Estos subpilares son en los que Costa Rica obtiene mejor ranking y demuestra una muy buena conexión con los mercados internacionales de conocimiento", dice el estudio elaborado por la escuela internacional de administración de

empresas Insead y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO, por sus siglas en inglés).

Estos avances ayudaron a compensar el deterioro registrado en los rubros de capital humano e investigación, en el cual el país perdió once posiciones, e infraestructura.

A nivel mundial, el índice es liderado por Suiza, que repite la posición de liderazgo obtenida en el listado de 2012.

Estados Unidos avanzó cinco posiciones con respecto al año pasado y logró reingresar a la lista corta de los cinco líderes mundiales en innovación.

Entre las grandes economías emergentes, China se ubicó en la posición 35 y Brasil en la 64.

Economías utilizando 84 indicadores incluyendo la calidad de sus mejores universidades, la disponibilidad de micro financiamiento y capital de riesgo para estimar la relación entre las capacidades de innovación y resultados medibles. (Morales, 2014

3. Metodología

Pasos de la Metodología

Revisión Bibliográfica

Este punto trata de la búsqueda e investigación del tema base de proyecto, identificar los conceptos de diferentes libros y conocedores del tema, así como los tipos de innovación, saber qué es un innovador y las características de innovar. Además de conocer sobre las energías limpias.

Elección del tema a investigar

Este punto puede ser uno de los más difíciles del proyecto, porque se debe de pensar y elegir una buena opción para desarrollar, al igual que sea un trabajo que deje huella y que sirva como información para las empresas que no se atreven a innovar en este campo.

Preguntas, Objetivos y Justificación

Como primera parte se debe elaborar la pregunta, esta se hace para saber en qué forma se va a desarrollar el tema a investigar. Es limitar nuestro rango de acción en la investigación así como en dónde iniciamos y hasta dónde tenemos que llegar con el estudio.

También están los objetivos, para determinar cómo vamos a ir llevando a cabo el proyecto, por lo que nos planteamos un objetivo general que es la base de la investigación, es a dónde vamos a llegar con el proyecto. Los objetivos específicos son el paso a paso para llegar a cumplir con el objetivo general, es decir, la suma de los cumplimientos de los objetivos específicos llegan con el cumplimiento del general.

La justificación es unir el problema y los objetivos para poder explicar la razón porque se quiere realizar esta investigación y lo que se desea obtener al terminar dicho proyecto.

Desarrollo de Encuestas

El desarrollo de las encuestas es la forma en la que se obtiene la información por parte de las empresas, por medio de esta se desea averiguar si las empresas del sector comercial de Costa Rica tienen planes de innovar en energías limpias.

Para esto se realizará una serie de preguntas que nos dará la información requerida. Estas se realizarán en la página www.e-encuestas.com, de donde se enviarán a varias empresas del país para la obtención de los resultados buscados.

Se sabe que la población es muy grande, ya que incluye a todas las empresas del país, por lo que por motivo de tiempo solo se tomará en cuenta la información de aproximadamente 50 encuestas y se estima que el error no sea mayor al 5%.

Posteriormente se tabularán los resultados por medio de gráficos que nos dé los resultados de la información que buscamos, es decir, analizaremos toda la información para así poder entender más sobre la innovación por parte de las empresas del Sector Comercial de Costa Rica, además del uso de las energías limpias.

Conclusiones y recomendaciones

Como punto final a este proyecto es necesario dar a conocer cuáles fueron las conclusiones arrojadas del estudio. Es de suma importancia dar una conclusión generalizada de lo que fueron los resultados obtenidos así como también citar recomendaciones para futuros proyectos sobre la innovación y sobre la utilización de energías limpias.

Pregunta de investigación

¿Tienen las empresas del Sector Comercial en Costa Rica planes de innovación y entre esos planes el desarrollo y la utilización de energías limpias?

Objetivo General

Estudiar a las empresas del Sector Comercial en Costa Rica para saber si utilizan planes de innovación y entre sus planes el desarrollo y uso de energías limpias.

Objetivos Específicos

- Estudiar cómo innovan las empresas del Sector Comercial en Costa Rica
- Investigar cuáles son las energías limpias más utilizadas por las empresas Sector Comercial en Costa Rica.
- Determinar si las empresas del Sector Comercial en Costa Rica están anuentes en innovar en energías limpias.

Justificación

Poder identificar por medio de esta investigación si las empresas del Sector Comercial en Costa Rica tienen planes de innovación definidos y si entre esos planes está el desarrollo y uso de las energías limpias.

La innovación debe ser un objetivo de todas las empresas por buscar mejoras en todas sus áreas y departamentos. Se debe ir un paso adelante de la competencia y solo por medio de la innovación se podrá sobrevivir en mundo globalizado en donde los más aptos se quedan y los demás desaparecen.

De igual forma se debe tener conciencia sobre los problemas que se están teniendo con el cambio climático y específicamente con el calentamiento global, por lo que las empresas deben de buscar la forma de eliminar los desperdicios y las contaminaciones. Es por eso, que se debe buscar tener una armonía con el medio ambiente, dejar huella ambiental y ser carbono neutral. Por lo que este estudio también evaluará a las empresas que utilizan energías limpias como parte de un proceso de innovación.

Viabilidad

El desarrollo de esta investigación se da para poder conocer el grado de importancia que tiene para las empresas del Sector Comercial en Costa Rica la innovación y si lo utilizan en las energías limpias, además, poder identificar si cuentan con planes ya desarrollados o por desarrollar. También buscar la colaboración de este sector con este proyecto.

Limitaciones

Las limitaciones que se pueden tener en el desarrollo de este proyecto son el acceso a la información por parte de las empresas de este sector, así como el tiempo para la investigación, el cual al ser corto, puede influir en los resultados finales del proyecto.

Análisis de Resultados

Es importante conocer con el desarrollo de la presente encuesta y la recopilación de los resultados de la investigación, si las empresas del sector

comercial en Costa Rica cuentan con planes de innovación, además, si entre sus planes de innovación se incluye la utilización de energías limpias.

De esta manera se detallan a continuación los resultados de la encuesta aplicada a diferentes empresas del país, con la cual se busca obtener la respuesta a nuestra pregunta.

La primera pregunta de la encuesta trata sobre el tiempo que tienen las empresas comerciales de Costa Rica de estar en el mercado.

1- ¿Cuánto tiempo tiene la empresa en el mercado?

53 de 53 empresas respondieron esta pregunta

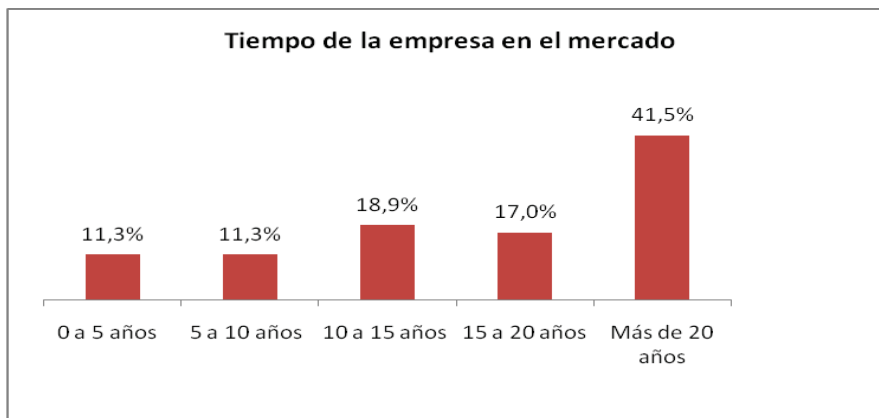


Ilustración 1: Tiempo de la empresa en el Mercado / Fuente: Investigador / Marzo 2014

En el cuadro anterior se puede analizar que las empresas en su gran mayoría ya tienen una buena cantidad de años de estar en el mercado costarricense, por lo que se puede observar que el 41,5% de las empresas encuestadas tienen 20 o más años y por el contrario las empresas que tienen entre 0 a 5 años y de 5 a 10 años obtuvieron el porcentaje menor con un 11,3%. Más adelante se buscará relacionar si es proporcional la antigüedad de las empresas con la pregunta si tienen o no planes de innovación.

En la pregunta número 2, se le consulta a las encuestadas sobre si tienen conocimiento de innovación.

2- ¿La empresa conoce sobre innovación?

52 de 53 empresas respondieron esta pregunta

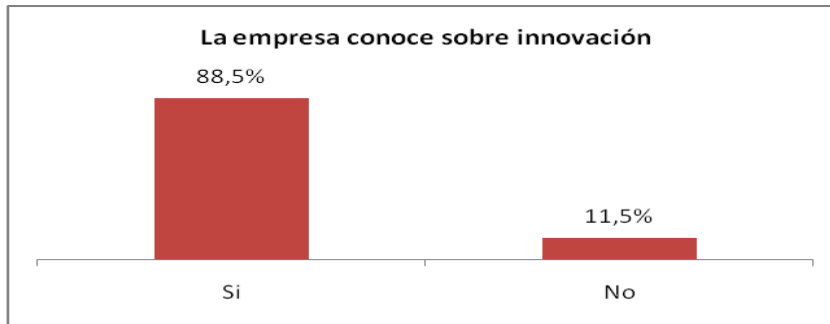


Ilustración 2: La empresa conoce sobre Innovación / Fuente: Investigador / Marzo 2014

En el gráfico anterior la información que se obtiene es muy importante para el estudio, porque el 88,5% de las empresas contestaron que sí conocen sobre innovación, es decir, que una de las partes esenciales del estudio es afirmativa, por lo que se puede avanzar positivamente con el estudio.

En la pregunta número 3, se les consulta a las empresas sobre si tienen o no conocimiento en energías limpias

3- ¿La empresa conoce sobre energías limpias?

51 de 53 empresas respondieron esta pregunta

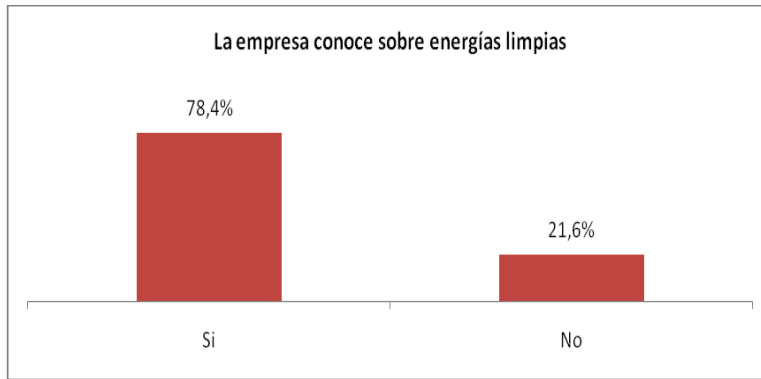


Ilustración 3: La empresa conoce sobre Energías Limpias / Fuente: Investigador / Marzo 2014

Esta información tiene mucha importancia, ya que, es parte de la columna vertebral del estudio y los resultados reflejados son muy satisfactorios, ya que, el 78,4% de las empresas encuestadas conocen sobre energías limpias.

Las respuestas a las preguntas 2 y 3 se pueden comparar entre sí, porque sus respuestas afirmativas indican que las empresas en temas como innovación y energías limpias sí tienen conocimiento y este es notable.

La pregunta número 4, se refiere a si las empresas encuestadas cuentan con un plan de innovación ya establecido. Las respuestas a estas preguntas nos servirán para seguir con el proyecto, ya que, esta es la pregunta principal de la encuesta, se tomará a las empresas que respondieron afirmativamente para seguir con el estudio, además, se va a comparar si las empresas que conocen sobre innovación lo aplican en un plan.

4- ¿Cuenta la empresa con un plan de innovación ya establecido?

53 de 53 empresas respondieron esta pregunta

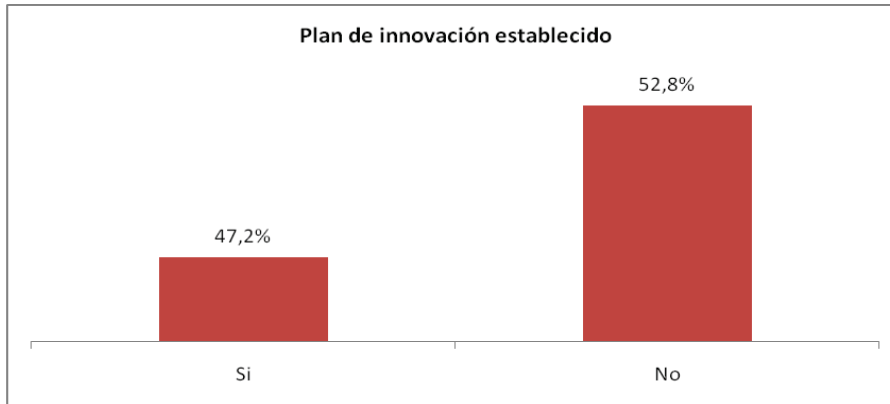


Ilustración 4: La empresa cuenta con un Plan de Innovación / Fuente: Investigador / Marzo 2014

Los resultados de esta pregunta indican que aproximadamente el 47% de las empresas encuestadas cuentan con un plan de innovación establecido, por lo que cabe destacar que en Costa Rica buscan medianamente obtener planes. Además, con las respuestas de las preguntas 2 y 4 se logra obtener información importante, ya que, menos de la mitad de las empresas que dicen conocer sobre innovación lo aplica con el establecimiento de planes.

La pregunta número 5, es sobre la prioridad que tienen las empresas en cuanto a la innovación.

5- ¿La innovación es una prioridad para la empresa?

52 de 53 empresas respondieron esta pregunta

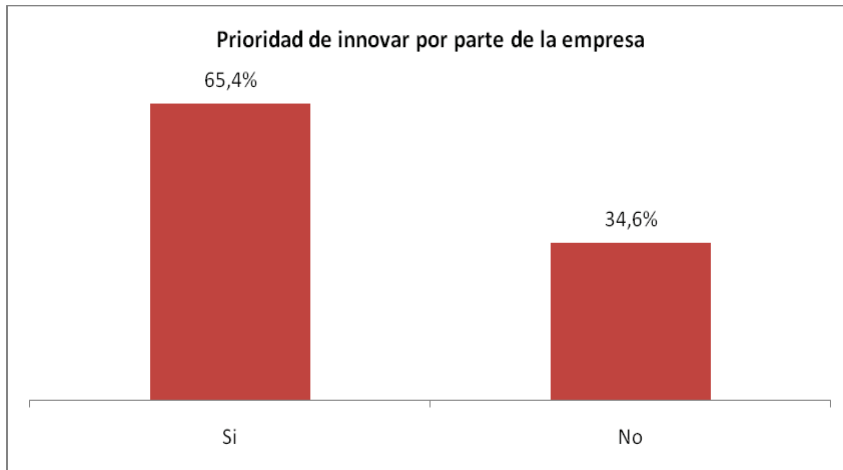


Ilustración 5: La Innovación es una Prioridad para la Empresa / Fuente: Investigador / Marzo 2014

Para las empresas comerciales encuestadas, la innovación sí es una prioridad, ya que, más del 65% lo afirma, por lo que con esta información obtenida, se puede decir que las empresas se están esforzando por innovar y que buscan una mejora en este campo.

Con estas respuestas se ve que las empresas en su mayoría sí conocen de innovación, que menos de la mitad de las encuestadas tienen planes establecidos y que más del 65% considera que innovar debe ser una prioridad.

La pregunta número 6, busca conocer cuáles son los sectores en que las empresas comerciales de Costa Rica innovan más.

6- ¿En cuales sectores innova la empresa? (puede seleccionar una o más opciones)

53 de 53 empresas respondieron esta pregunta

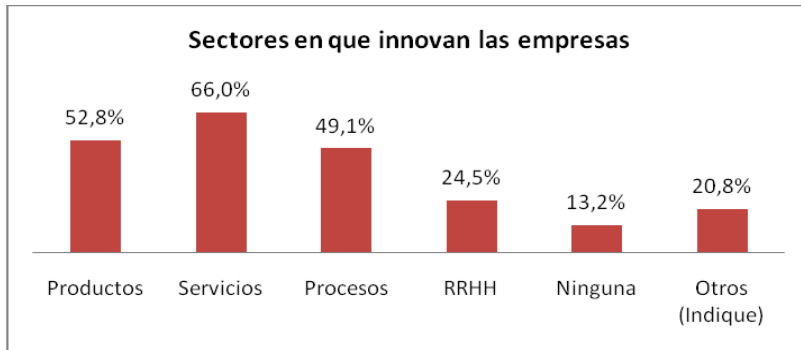


Ilustración 6: En cuales sectores Innova la Empresa/ Fuente: Investigador / Marzo 2014

De acuerdo con la información obtenida, los sectores en los que las empresas innovan más, son los de servicios, como por ejemplo, la distribución de productos, servicios hoteleros, restaurantes, servicio y atención al cliente, etc. Además, los otros sectores que andan parecido en innovación son los de productos y los de procesos. La sección de otros que es un 20,8%, las empresas respondieron en su mayoría en energías limpias y renovables y paneles solares. En la pregunta número 7, se quiere consultar a las empresas si dentro del plan de innovación se da también el área de las energías limpias.

7- ¿La innovación en la empresa se da también en energías limpias? Si la respuesta es No pasar a la pregunta 9

53 de 53 empresas respondieron esta pregunta

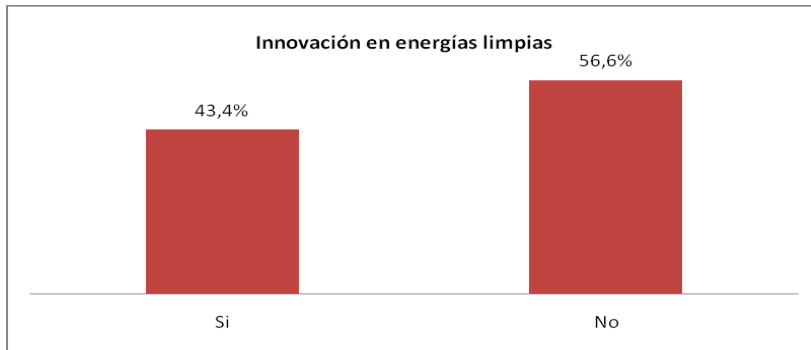


Ilustración 7: La Innovación se da en Energías Limpias/ Fuente: Investigador / Marzo 2014

Los resultados obtenidos a esta pregunta arrojan que el 43,4% de las empresas consultadas innovan en energías limpias, ya sea en diferentes campos, como lo puede ser en la utilización de paneles solares, reutilización de agua, etc. y el 56,6% no cuenta con un plan definido. Esta pregunta es importante para la investigación, ya que, la respuesta incide mucho en la raíz del estudio porque nos estamos basando en conocer sobre esta.

La pregunta número 8, trata sobre las empresas del sector comercial de Costa Rica que utilizan energías limpias. Cabe destacar que para este estudio la utilización de energías limpias es una forma de innovar, aunque la misma no se encuentre dentro de un plan establecido.

8- ¿Qué energías limpias utiliza la empresa? (puede seleccionar más d una opción)

48 de 53 empresas respondieron esta pregunta

La información obtenida a esta pregunta nos indica que las empresas que innovan en energías limpias lo hacen en un 41,66% con la utilización de los paneles solares, el 27,8% se da en la reutilización de agua y la elección de otros es un 31,25%. Entre las respuestas obtenidas de la parte otros, la gran mayoría indica que es por medio del reciclaje, utilización de bombillos led y uso de biocombustibles.

La pregunta número 9, trata sobre el sector comercial en que se encuentra la empresa encuestada.

9- ¿En qué sector comercial se encuentra la empresa?

48 de 53 empresas respondieron esta pregunta

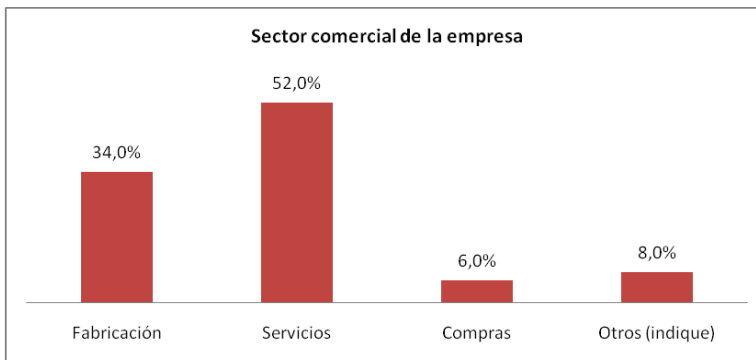


Ilustración 9: Sector Comercial en que está la Empresa / Fuente: Investigador / Marzo 2014

Los resultados obtenidos indican que la mayoría de las empresas del sector comercial se encuentra en la parte de servicios con un 52%, como segunda opción está el sector fabril con un 31,6%, la tercera opción otros, con un 8% y por último se eligió compras con un 6%. Los encuestados que eligieron la opción otros respondieron que se encontraban en los sectores hoteleros.

La pregunta 10, trata sobre la importancia de tienen los procesos de innovación para las empresas.

10- ¿Considera importante los procesos de innovación para la empresa?

52 de 53 empresas respondieron esta pregunta

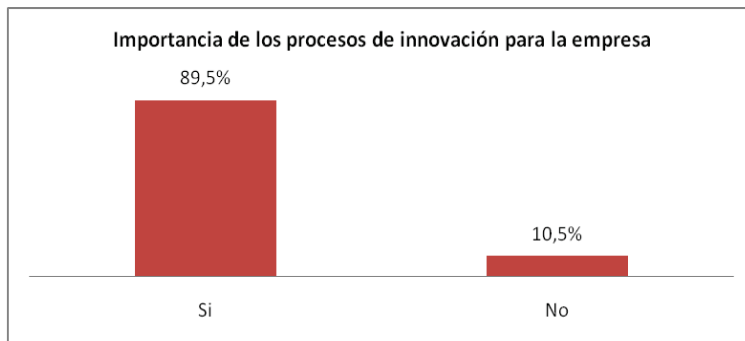


Ilustración 10: La importancia de los Procesos de Innovación / Fuente: Investigador / Marzo 2014

Los datos obtenidos de esta pregunta, nos indican que para las empresas del sector comercial en Costa Rica estos procesos de innovación son de importancia, por lo cual el porcentaje es alto con un 89,5%, por lo contrario, un 10,5% considera que no son importantes estos procesos de innovación dentro de la empresa.

11- ¿En qué procesos de innovación invertiría la empresa?

42 de 53 empresas respondieron esta pregunta

Los resultados obtenidos a esta pregunta nos indican que el 28,57% de las encuestadas invertirían en la utilización de energías limpias tales como paneles solares, reutilizar agua, uso de materiales biodegradables y reciclaje, un 23,81% en productos y fabricación, un 2,38% en tecnología y software, un 16,67% en servicios y procesos, por último un 28,57% no respondió o no lo indicó.

La pregunta número 12, consulta a las empresas sobre si invertir en energías limpias en la empresa es una forma de innovar.

12- ¿Considera que invertir en energías limpias es una forma de innovación?

53 de 53 empresas respondieron esta pregunta

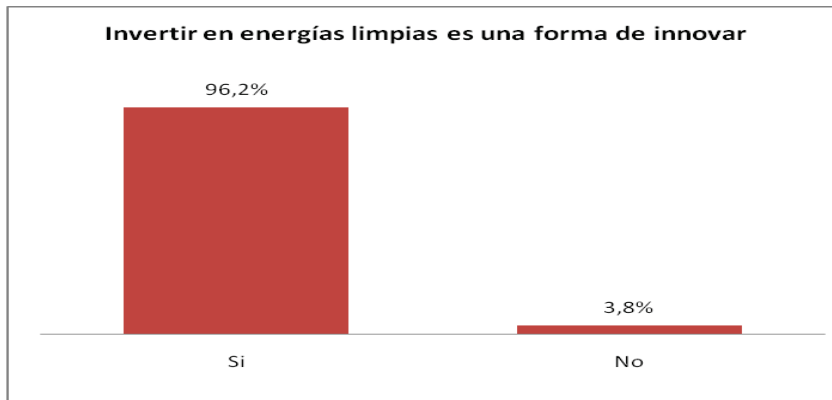


Ilustración 12: Invertir en energías limpias es una forma de innovar / Fuente: Investigador / Marzo 2014

Los resultados nos indican que para la mayoría de las empresas encuestadas la inversión en energías limpias sí es una forma de innovar, esta respuesta es más del 96%. Para las empresas que no consideran que es una forma de innovar es el 3,8%.

13- ¿Qué ventajas obtiene la empresa si innova en energías limpias?

44 de 53 empresas respondieron esta pregunta

La información obtenida a esta pregunta indica que las ventajas que pueden obtener las empresas al invertir en energías limpias son las siguientes: el 88,63% indica el ahorro energético, ahorro del agua y la disminución de los costos y con un 11,37% se indicó la credibilidad de los clientes de obtener certificaciones ambientales, normas ISO y por marketing.

Información de la encuesta

Para resumir la información obtenida de las encuestas y con respecto a la pregunta de la investigación se ve que el 47,17% de las empresas encuestadas cuentan con un plan de innovación establecido y que el 43,4% utiliza dentro del plan de innovación las energías limpias, como lo es el uso de paneles solares, reutilización de agua, reciclaje, uso de luminarias de bajo consumo, el calentamiento de agua por medio de paneles, etc.

También es importante destacar que para las empresas es importante con un 92,31% la innovación en cualquier sector en el cual les produzca beneficio, junto con el 96,23% que considera que innovación en el sector de energías limpias sí les produce beneficios tanto en ayuda en el medio ambiente como en el ahorro de costos.

Conclusiones

La investigación desarrollada presenta al tiempo como una variable que influye en los resultados obtenidos, ya que, al contar con poco tiempo se debe desarrollar con información limitada y reducida. Los resultados se desarrollaron con un total de 53 encuestas.

EL objetivo del estudio fue conocer si las empresas comerciales en Costa Rica tienen planes de innovación y si dentro de esos planes se encuentra la utilización de energías limpias. Son importantes los resultados obtenidos de esta investigación porque con ellos se podrá analizar la importancia que tienen los procesos de innovación para las empresas.

Los resultados obtenidos nos indican que las empresas que tienen planes de innovación ya establecidos, en su mayoría tienen más de 20 años de estar en el mercado y que los sectores comerciales que más lo utilizan son los de servicios y fabricación con un 52% y 34% respectivamente.

Aunque aproximadamente del 88% de las empresas encuestadas dicen conocer sobre innovación y más del 78% conoce sobre las energías limpias y renovables, únicamente el 47% dice tener planes de innovación establecidos.

Esta información nos indica que falta por parte de las empresas tomar la iniciativa, avanzar y poder desarrollar e implementar planes de innovación en los procesos en los que se desarrolla la empresa, de igual forma, es importante que innoven en los aspectos ecológicos. Utilizar energías limpias no solo beneficia a la empresa, sino que también le da credibilidad con sus clientes, enseña y educa a sus colaboradores a estar en armonía con el ambiente, a poder reciclar y evitar la contaminación. Otro aspecto que es muy importante a tomar en cuenta es la

parte económica y la parte de costos, porque algunos procesos de innovación en energías limpias requieren una inversión económica, como lo son, por ejemplo, la instalación de paneles solares para iluminación y para el calentamiento de agua, baterías de baño que no utilicen agua, luminarias de bajo consumo, etc. Pero esta inversión a mediano plazo es recuperable, ya que, al utilizarlos los recibos eléctricos y de agua disminuirían, por lo que las diferencias harán que la inversión se recupere y valga la pena.

Con esto se concluye que las empresas en Costa Rica sí tienen interés en innovar y que es una prioridad para ellas, aunque no se esté dando tanto en el área de innovación en energías limpias, sí lo ven como una prioridad a futuro.

Las empresas deben de buscar la forma de tener planes de innovación para ser competitivos en el mercado e incluir la utilización de energías limpias dentro de sus planes, para que con esto ayuden al medio ambiente, reduzcan la contaminación y busquen ser carbono neutral.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Cabrera, E. M. (2013). *Construir la Innovación*. Mexico: Siglo Veinti Uno Editores.

Luengo, María Jesús y Obeso María. (2013). El Efecto de la Triple Elice en los Resultados de Innovación. *Revista de Adminitación de Empresas* , 389.

De los Ríos Carmenado, Ignacio; *Innovación para el Desarrollo Rural. La iniciativa Leader como laboratorio de aprendizaje*. Conserjería de Economía e Innovación Tecnológica. Madrid 2002

DICCIONARIOS

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de La Real Academia Española*. Recuperado el 23 de enero de 2014, de <http://lema.rae.es/drae/?val=innovacion>: <http://lema.rae.es/drae/?val=innovacion>

INTERNET

RICYT, OEA, CYTED, COLCIENCIAS, OCYT. (2001). *Manual de Bogota (Normalización de Indicadores de Innovación en America Latina y el Caribe)*. Manual, Bogota.

Morales, E. S. (9 de enero de 2014). El Financiero. Costa Rica Lidera Innovación en Latinoamérica, págs. http://www.elfinancierocr.com/negocios/innovacion-Insead-WIPO-Indice_Global_de_Innovacion_0_328167182.html.

Anexos

Encuesta sobre innovación en las empresas comerciales en Costa Rica

1. ¿Cuánto tiempo tiene la empresa en el mercado?
 - a. 0 a 5 años
 - b. 5 a 10 años
 - c. 10 a 15 años
 - d. 15 a 20 años
 - e. Más de 20 años

2. ¿La empresa conoce sobre innovación?
 - a. Sí
 - b. No

3. ¿La empresa conoce sobre energías limpias?
 - a. Sí
 - b. No

4. ¿Cuenta la empresa con un plan de innovación ya establecido?
 - a. Sí
 - b. No

5. ¿La innovación es una prioridad para la empresa?
 - a. Sí
 - b. No

6. ¿En qué sectores innova la empresa?

- a. Productos
- b. Servicios
- c. Procesos
- d. RRHH
- e. Otros indique

7. ¿La innovación en la empresa se da también en energías limpias?

- a. Sí
- b. No

Si la respuesta es **NO** pasar a la pregunta número 9

8. ¿Qué energías limpias utiliza la empresa?

- a. Paneles solares
- b. Reutilizar agua
- c. Otros indique

9. ¿En qué sector comercial se encuentra la empresa?

- a. Fabricación
- b. Servicios
- c. compras
- d. otros

Indique_____

10. ¿Considera importante los procesos de innovación en la empresa?

- a. Sí
- b. No

11. ¿En qué procesos de innovación invertiría la empresa?

12. ¿Considera que invertir en energías limpias es un forma de innovar?

- a. Sí
- b. No

13. ¿Qué ventajas considera que obtiene la empresa si innovan con energías limpias?

GRACIAS

A QUIEN INTERESE

Yo, Vilma Isabel Sánchez Castro, Máster en Literatura Latinoamericana, Bachiller y Licenciada en Filología Española, de la Universidad de Costa Rica; con cédula de identidad 6-054-080; inscrita en el Colegio de Licenciados y Profesores, con el carné N° 003671, hago constar que he revisado el trabajo de investigación, y he corregido en él los errores encontrados en ortografía, redacción, gramática y sintaxis. El cual se intitula:

LA IMPORTANCIA DE LOS PLANES DE INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL EN COSTA RICA Y EL DESARROLLO Y UTILIZACIÓN DE ENERGÍAS LIMPIAS

RANDALL SALAZAR LIZANO

UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Se extiende la presente certificación a solicitud del interesado, en la ciudad de San José a los veintitrés días del mes de mayo de dos mil catorce.

La filóloga no se hace responsable de los cambios que se le introduzcan al trabajo posterior a su revisión.

