

## Tema: Innovación

Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2014

### Contenido

1. Justificación .....	4
2. Definición del Problema:.....	5
3. Objetivos.....	6
3.1. Objetivo General: .....	6
3.2. Objetivos Específicos:.....	6
4. Innovación .....	7
5. Innovación en Costa Rica.....	9
6. La innovación en el contexto empresarial. Historia y perspectivas.....	9
7. Tipos de innovación.....	11
7.1. Innovación según su naturaleza.....	11
7.2. Innovación según el grado de novedad .....	12
7.3. Innovación según el objeto .....	12
7.4. Innovación según el impacto de la innovación (Determinada por la relación con la situación anterior de las necesidades de la sociedad) .....	13
7.5. Innovación de apoyo e innovación disruptiva.....	13
8. Metodología .....	14
9. Análisis de resultados y conclusiones .....	16
10. Conclusiones.....	29
11. Recomendaciones.....	30
12. Bibliografía .....	31
<b>Ilustración 1 Género.....</b>	<b>16</b>
<b>Ilustración 2 Rangos de edad de los encuestados .....</b>	<b>17</b>
<b>Ilustración 3 Estudios actualmente de los encuestados .....</b>	<b>18</b>
<b>Ilustración 4 Grafico Edad versus Estudios actuales .....</b>	<b>18</b>
<b>Ilustración 5 Nivel de estudios de los encuestados.....</b>	<b>19</b>
<b>Ilustración 6 Gráfico Grado académico versus períodos estudiados .....</b>	<b>20</b>

*Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

2014

<b>Ilustración 7 Opinión de los encuestados sobre Ulacit.....</b>	<b>21</b>
<b>Ilustración 8 Ser innovador permite competir.....</b>	<b>23</b>
Ilustración 9 Opinión de los estudiantes de los diferentes grados académicos sobre si el ser innovador le permite competir .....	24
<b>Ilustración 10 Opinión sobre los profesores de la ULACIT .....</b>	<b>25</b>
<b>Ilustración 11 Opinión sobre la Formación académica brindada por la ULACIT... ..</b>	<b>26</b>
Ilustración 12 opinión sobre la formación académica la ULACIT de acuerdo al rango de edades y grados académicos.....	27
Ilustración 13 Competencias que deben de ser adquiridas para ser competidor .....	28

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

*2014*

**Resumen:** Innovar no es sólo hacer cosas diferentes sino hacerlas mejores y mantener los cambios hasta tanto se haya podido consolidar la nueva cultura que los cambios conllevan necesariamente. Este proyecto trata de algunos dilemas que están presentes en la innovación de las prácticas docentes en la universidad.

Promover la innovación en los estudiantes se ha convertido en una exigencia institucional sometida a muchas presiones y no pocas contradicciones. Se investiga si la ULACIT ha estado promoviendo la innovación en el transcurso de los años en sus estudiantes para que estos sean más competitivos a la hora de conseguir un empleo. Por último, la investigación concluye con sus respectivas recomendaciones y por ende con las conclusiones de la encuesta realizada a los estudiantes de la ULACIT.

**Abstract:** Innovación is not only to do different things, but to do better things. And to keep the changes until the consolidation of the new culture with the changes necessarily accompany. This Project deals some dilemmas which are present in the innovation of the teaching methods in the university.

Promoting innovation in students has become an institutional requirement subject to many pressures and not a few contradictions. Investigates whether the ULACIT has been promoting innovation in the course of the years in their students so that they become more competitive as well when finding a job. Finally the research concludes with their recommendations and therefore the findings of the survey of students ULACIT.

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

2014

### **1. Justificación**

Ante las nuevas demandas de un mundo dinámico, globalizado e innovador surge la necesidad de formar individuos capaces de enfrentar los retos que la sociedad presenta día a día, es decir, hombres y mujeres con una formación integral, provistos de competencias, conocimientos, actitudes y valores que les permitan incorporarse eficientemente al mundo dinámico en el que viven. Aun cuando existe una gran variedad de instituciones sociales interesadas en contribuir a esta formación, es la escuela la que tiene mayor responsabilidad de darle al individuo las herramientas necesarias para el logro de su potencial humano. Ante este reto, es menester contar con un sistema de educación media superior y de calidad que esté orientado a satisfacer las necesidades del desarrollo social, científico, tecnológico, económico, cultural y humano del país, para que sea promotor de las innovaciones pertinentes y se encuentre abierto al cambio de los entornos institucionales.

La preocupación por mejorar la calidad y eficiencia de las instituciones de educación superior ha sido constante entre las organizaciones internacionales. La UNESCO, en la “Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción” en su “Marco de Acción Prioritaria para el Cambio y el desarrollo de la Educación Superior” (1998) establece la necesidad de modificar el proceso de aprendizaje en la educación superior. “En un mundo en rápida mutación, se percibe la necesidad de una nueva visión y un nuevo modelo de enseñanza superior, que debería estar centrado en el estudiante, lo cual exige, en la mayor parte de los países, reformas profundas y una política de ampliación del acceso” (UNESCO, 1998). La misma organización declara que entre las diversas responsabilidades del profesor se encuentra la de “proporcionar, cuando proceda, orientación y consejo, cursos de recuperación, formación para el estudio y otras formas de apoyo a los estudiantes, comprendidas las medidas para mejorar sus condiciones de vida.” (UNESCO, 1998)

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

*2014*

Sin duda, la Orientación Educativa adquiere un papel de vital importancia ya que propicia, a través de diversos programas, el desarrollo de las potencialidades humanas de los educandos, a través de tres ejes de acción: el intelectual, el psicoafectivo y el socioeconómico (Estrada, 2000). No solamente los jóvenes recién egresados de la enseñanza secundaria, quienes desean recibir una educación de nivel superior, son los que precisan de orientación educativa. Además, hay una serie de otros grupos que por necesidad o preferencia reclaman ese derecho, como los profesionales egresados que buscan ampliar o mejorar sus conocimientos y destrezas; personas que desean o requieren cambiar de ocupación; funcionarios y trabajadores que buscan acreditar y certificar su experiencia laboral; adultos mayores dispuestos a cultivar una disciplina o a adquirir competencias para una actividad y organizaciones interesadas en obtener servicios docentes en función de sus propios programas de capacitación. Las denominadas clientelas de la educación superior se están-multiplicando y diversificando y esto crea una demanda cualitativamente distinta que presiona sobre el sistema y las instituciones.

### **2. Definición del Problema:**

¿Promueve la ULACIT la innovación en sus estudiantes para competir en un ambiente laboral tan exigente?

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

*2014*

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo General:**

Conocer si la ULACIT promueve la innovación en sus estudiantes para poder competir en un ambiente laboral tan exigente.

#### **3.2. Objetivos Específicos:**

- i. Analizar qué piensan estudiantes de la ULACIT sobre el desarrollo de la innovación en sus carreras.
- ii. Describir la situación actual en la ULACIT.
- iii. Determinar las competencias de aprendizaje del alumnado por el paso de la universidad para ser innovador.

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

2014

### **4. Innovación**

El proceso de innovación, puede ser abordado en diferentes formas, por ejemplo, puede concebirse como la actividad racional dirigida hacia una meta, o como un proceso de ensayo y error, resultado de la suma acumulativa de ciertas modificaciones del proceso de producción, pequeña y en gran medida accidentales. (Elster, J. 1990)

Existen numerosas definiciones acerca del término innovación y a su vez también existen muchos aportes teóricos en torno a este término, algunos de ellos se mencionarán a continuación:

Schumpeter (1934) definió innovación en un sentido general y tuvo en cuenta diferentes casos de cambio para ser considerados como una innovación. Estos son: la introducción en el mercado de un nuevo bien o una nueva clase de bienes; el uso de una nueva fuente de materias primas (ambas innovación en producto); la incorporación de un nuevo método de producción no experimentado en determinado sector o una nueva manera de tratar comercialmente un nuevo producto (innovación de proceso), o la llamada innovación de mercado que consiste en la apertura de un nuevo mercado en un país o la implantación de una nueva estructura de mercado.

Según Freeman (1974) la innovación es el proceso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema. Innovación en un sentido económico consiste en la consolidación de un nuevo producto, proceso o sistema mejorado.

“La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores; el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente el empresario innovador ve al cambio como norma saludable. No necesariamente lleva el cambio el mismo, pero busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad.” (Drucker P. , 2001)

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

*2014*

Hoy las empresas que no innovan no pueden evitar el envejecimiento y la declinación, Drucker (1988) menciona en su libro "La innovación y el empresario innovador" que una empresa para ser capaz de innovar debe de ser capaz de dar libertad a su mejor gente para afrontar los desafíos de la innovación, así como también debe ser capaz de dedicar recursos financieros a la innovación. (Soto Morales, 2013)

Interesante saber que la innovación puede estar presente en cualquier sector, pero es característica del sector empresarial. Drucker (1988) expresa en su libro La innovación y el empresario innovador "El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero (y esto es lo que define al empresariado innovador) busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad".

### **¿Por qué es importante la innovación?**

"La innovación es el elemento clave que explica la competitividad." (Escorsa, 1997, p. 19) Innovación y competitividad van de la mano, pero no necesariamente una existe sin la otra. Además, la innovación está ligada a todos los niveles de competitividad de la pirámide y se puede aplicar en cualquiera de éstos. Ahora bien, se puede ser competitivo sin ser innovador con sólo mantener sistemas de mejora continua, pero los procesos de mejora no llegan a ser suficientes cuando el mercado se encuentra saturado, cuando la demanda es alta y cuando existen necesidades que los productos o servicios existentes no logran solventar. En este punto, la innovación se convierte en un proceso fundamental para alcanzar la competitividad, debido a que los esfuerzos por mejorar han alcanzado su límite y ya no son suficientes para seguir adelante.

Pero hay que entender que la innovación, por sí sola, no garantiza necesariamente, que se alcance la competitividad. Se deben establecer metodologías y estrategias

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

2014

definidas para poder innovar. Realizar un estudio frío de los factores que intervienen en el proceso para la innovación y de las oportunidades existentes en los diferentes escenarios, siempre serán herramientas elementales.

La innovación es como una lámpara, así que no podemos introducirnos en una profunda caverna oscura si no sabemos si nuestra lámpara será lo suficientemente potente para iluminar todo el panorama. Si no se planea adecuadamente la innovación puede conducir a un fracaso, por tanto debe evaluarse el riesgo que la innovación conlleva.

### **5. Innovación en Costa Rica**

En Costa Rica cada vez más se ha motivado a que las empresas innoven como una forma de competir el mercado nacional e internacional según (Soto Morales, 2013) de acuerdo al Índice Global de innovación 2013, el país se encuentra en el número 39 y así como líder a nivel interamericano en innovación.

### **6. La innovación en el contexto empresarial. Historia y perspectivas**

Durante la época de la posguerra, la historia de las empresas se caracterizó por desarrollar un nuevo modelo de negocios basado en la creación de necesidades para el hogar. Ya no innovaban sólo los científicos de investigación en sus pequeños laboratorios. Ahora innovaban quienes observaban el mercado y el comportamiento de los consumidores. Comenzó también la era de la segmentación de los mercados y los gerentes de marca fueron complementando paulatinamente el trabajo de los científicos.

Así, de la década de los cincuenta hasta la década de los ochenta, el marketing y la publicidad fueron los terrenos predilectos para la innovación en las empresas. (Parra: 2006, 27)

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

*2014*

La mayoría de lo que ocurre en las innovaciones exitosas no es la feliz ocurrencia de una iluminación ciega o interna, sino más bien, la cuidadosa implementación de una espectacular pero sistemática disciplina administrativa. En el corazón de esa disciplina se encuentra el conocimiento de hacia dónde buscar oportunidades para innovar y cómo identificarlas. El término innovación, no se refiere al tamaño o edad de una empresa, sino a una clase de actividad. En el centro de esa actividad está la innovación: un esfuerzo por crear de manera decidida y enfocada, el cambio en el potencial social o económico de las organizaciones. (Drucker P. , 2001)

Hoy no basta con producir bienes ni crear marcas: las culturas de las empresas tienen que ser hoy lo suficientemente innovadoras como para generar experiencias, crear relaciones y diseñar servicios para que sus consumidores se sientan únicos. Hoy en día los consumidores y clientes están tan bien informados y demandan tanto de una determinada marca que es necesario producir cosas adicionales y diferenciarse claramente de su competencia a través de los servicios, las relaciones y las experiencias que se brinde a los consumidores. (Parra: 2000, p. 32)

Un ejemplo de empresa exitosa con cultura innovadora es Google. En esa empresa se creó una cultura y una comunidad de práctica desde el principio que se concentró en asegurar que ellos mismos mantendrían una innovación permanente. La cultura en Google tiene muchos elementos que están muy insertos en asegurar que están creando una cultura de la innovación, lo más importante: los empleados viven de forma abierta y lo hacen en voz alta, hablan acerca de todo y hay gran cantidad de perspectivas diferentes. (Cerril: 2007, video) Esa ha sido una de las claves para alcanzar el éxito en tan corto tiempo. Una cultura empresarial donde los empleados no

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

*2014*

tienen miedo a hablar y por el contrario son abiertos a todos los temas que conciernen a la actividad laboral, es una cultura generadora de valor.

### **7. Tipos de innovación**

Según Pascale (2005) hoy las empresas incorporan la innovación de diversas formas, para obtener una mayor calidad en sus productos o servicios, disminuir costes, ofrecer una mayor gama de productos o servicios, o ser más rápidas en la introducción en el mercado. Cualquiera que sea el caso, su única exigencia es la de implantar el cambio dentro de la organización. Existen diferentes clasificaciones que se le dan a la innovación, entre las principales podemos mencionar las siguientes:

#### **7.1. Innovación según su naturaleza**

- “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”. Esta 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 financieros”. (Pascale, 2005)

## **7.2. Innovación según el grado de novedad**

- “Innovación incremental”. Se trata de pequeños cambios dirigidos a incrementar la funcionalidad y las prestaciones de la empresa que, si bien aisladamente son poco significativas, cuando se suceden continuamente de forma acumulativa pueden constituir una base permanente de progreso. Así, se observa cómo el crecimiento y el éxito experimentado por las empresas de automoción en los últimos tiempos responde, en gran parte, a programas a largo plazo caracterizados por una sistemática y continua mejora en el diseño de productos y procesos”.
- Innovación radical. Implica una ruptura con lo ya establecido. Son innovaciones que crean nuevos productos o procesos que no pueden entenderse como una evolución natural de los ya existentes. Aunque no se distribuyen uniformemente en el tiempo como las innovaciones incrementales, si surgen con cierta frecuencia. Se trata de situaciones en las que la utilización de un principio científico nuevo provoca la ruptura real con las tecnologías anteriores, un ejemplo puede ser la máquina de vapor o el microprocesador”. (Sieber, Valor, & Porta, 2006)

## **7.3. Innovación según el objeto**

- Producto. Fabricación y comercialización de nuevos productos o mejores versiones de productos existentes, ya sea mediante tecnologías nuevas

(microprocesadores, videocasetes, etc.) o mediante nuevas utilizaciones de tecnologías existentes (walkman, agenda electrónica, etc.)”.

- “Proceso. Instalación de nuevos procesos de producción para mejorar la productividad o racionalizar la fabricación, ya sea para la fabricación de productos nuevos o para la fabricación más eficiente de productos existentes (como por ejemplo, la nueva técnica de litografía para fabricación de memorias RAM)”. (Grupo GETEC, 2008)

#### **7.4. Innovación según el impacto de la innovación (Determinada por la relación con la situación anterior de las necesidades de la sociedad)**

- “Incremental. Se parte del conocimiento adquirido y de la identificación de sus problemas. Se suele buscar una mejor eficiencia en el uso de materiales y una mejor calidad de acabados a precios reducidos”.
- “Radical. Se desarrolla a partir de resultados de investigación. Su éxito comercial (condición para que puedan considerarse realmente innovaciones) depende de muchos factores pero uno es básico: responder a necesidades insatisfechas del ser humano en un momento histórico determinado que son repentinamente aceptadas por la mayoría. Por ejemplo, un transistor frente a válvula de vacío”.(Grupo GETEC 2007)

#### **7.5. Innovación de apoyo e innovación disruptiva**

Por otro lado, según Santos (2006) existen dos tipos de innovación, la innovación de apoyo y la innovación disruptiva. Las de apoyo se caracterizan por la mejora continua del funcionamiento de un producto o proceso y generalmente las adoptan empresas dominantes de la industria. Por otro lado, las disruptivas son

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

*2014*

aquellas que interrumpen o redefinen la trayectoria del funcionamiento del producto o servicio, las empresas dominantes tienen dificultades para adoptar este tipo de innovación.

Santos (2006) menciona que todas las empresas que escuchan lo que sus clientes quieren, desarrollan innovaciones de apoyo, estas hacen que sus productos mejoren dependiendo de las opiniones que los clientes han valorado. Este tipo de innovación es la que toma un producto y lo mejora, y son importantes para el crecimiento de una empresa.

### **8. Metodología**

Este tipo de investigación es descriptiva porque se “identifica las características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación<sup>1</sup>”.

Los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. La mayoría de las veces se utiliza el muestreo para la recolección de información, y la información obtenida es sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico.

La investigación es de tipo cualitativa, considerando que el proceso metodológico a seguir se ha organizado de la siguiente manera:

**Población:** La población de estudio está delimitada por los estudiantes de la ULACIT de los diferentes grados académicos del año 2014.

---

<sup>1</sup> Méndez A. Carlos E. (2003). Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Mc Graw Hill Bogotá. Pág. 133

*Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

*2014*

**Muestra:** Se utilizara una muestra no probabilístico de tipo intencional. Este tipo de muestreo se caracteriza por que el investigador selecciona los elementos que a él le parecen representativos o típicos de la población, por lo que depende del criterio del investigador.

Para la muestra lo constituyen 80 clientes que ayudarán para la investigación.

### **8.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

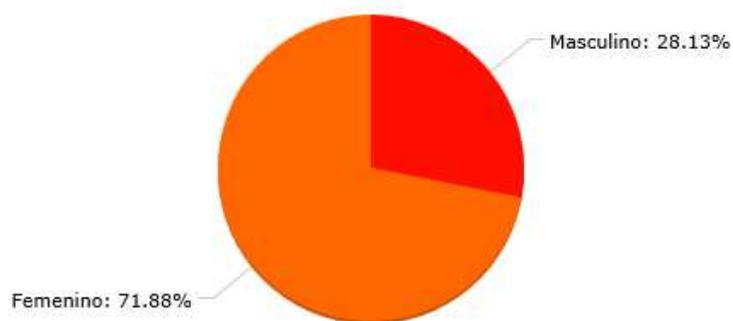
**Encuesta:** Utilizaremos esta técnica para obtener información de tipo diagnóstica.

Formato de encuesta: se diseñará la encuesta respetando la formalidad respectiva, con preguntas formuladas de acuerdo al objetivo que se pretende lograr.

## **9. Análisis de resultados y conclusiones**

Con el fin de lograr los objetivos planteados al inicio de esta investigación, se recopilaron datos demográficos de los encuestados, entre los cuales se preguntó el rango de edad y género.

El tamaño de la muestra fue de 64 encuestados, de los cuales 18 fueron masculinos y 46 femenino.



***Ilustración 1 Género***

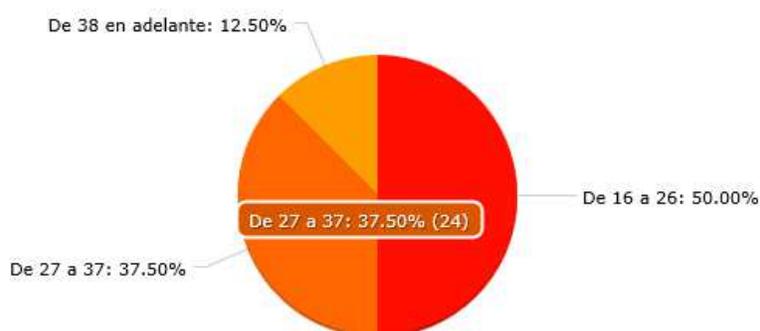
***Edad, estudios actuales***

## Tema: Innovación

Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2014

Entre la población encuestada la mayor parte tienen entre 16 a 26 años, seguidos por un 37.5% en el rango de 27 a 37, con un 12.5% siendo mayor de 38 años en adelante.



**Ilustración 2 Rangos de edad de los encuestados**

De los encuestados el 1.68% estudian en un técnico, un 48.4% un bachillerato, seguido de un 31.3% una licenciatura y un 18.8% una maestría.

Tema: Innovación

Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2014

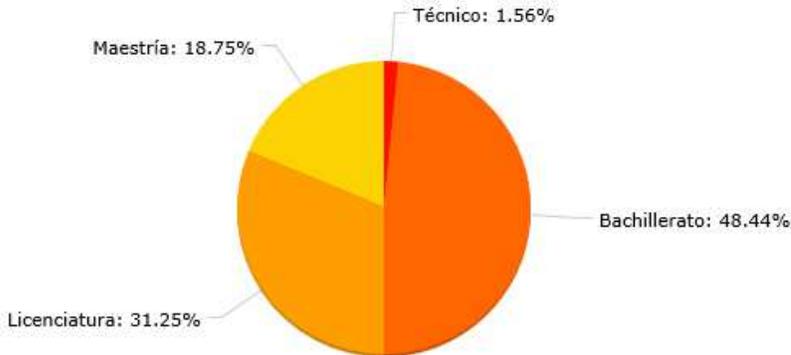


Ilustración 3 Estudios actualmente de los encuestados

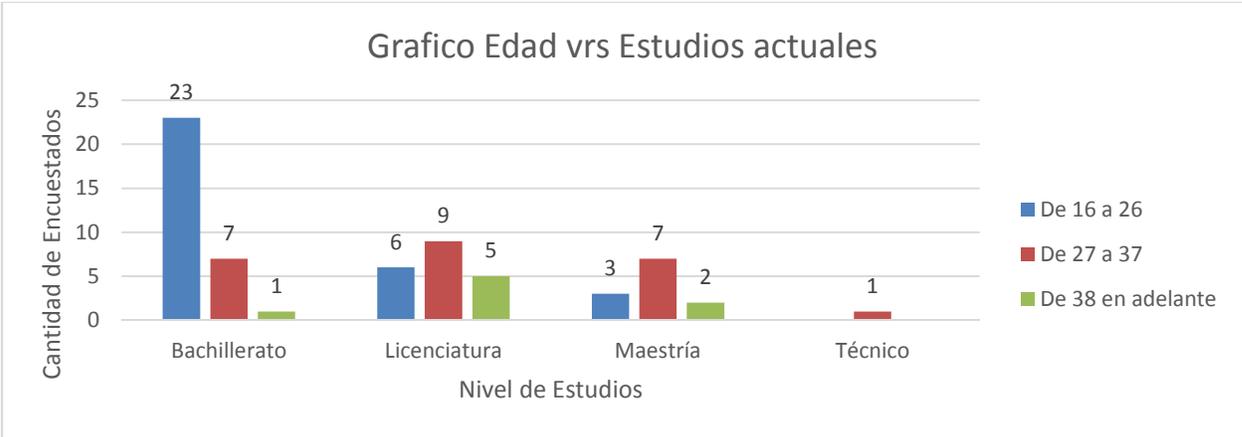


Ilustración 4 Gráfico Edad versus Estudios actuales

## Tema: Innovación

Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2014

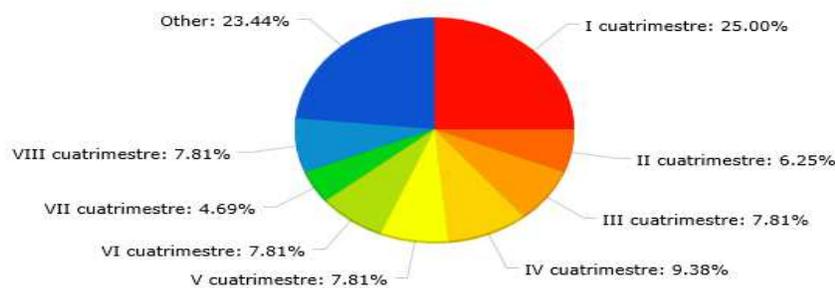
Realizando un análisis de información cruzada se observa que los estudiantes entre 16 a 26 años la mayor parte se encuentran cursando un bachillerato.

En licenciatura fueron los de edad entre 27 a 37 años con muy poca diferencia entre los demás rangos de edad.

En maestría también se observa que la mayoría de los encuestados se encuentra entre 27 a 37 años. Y por último, sólo una persona estudia en un técnico con edad entre 27 a 37 años.

### Nivel de estudios

De la misma manera se le preguntó a la población acerca en qué nivel de sus estudios se encontraba. Al concentrar las respuestas se pudo observar lo siguiente:



**Ilustración 5 Nivel de estudios de los encuestados**

Otros corresponde a: estudios que son por trimestres, en proyectos de graduación, y último cuatrimestre.

## Tema: Innovación

Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2014

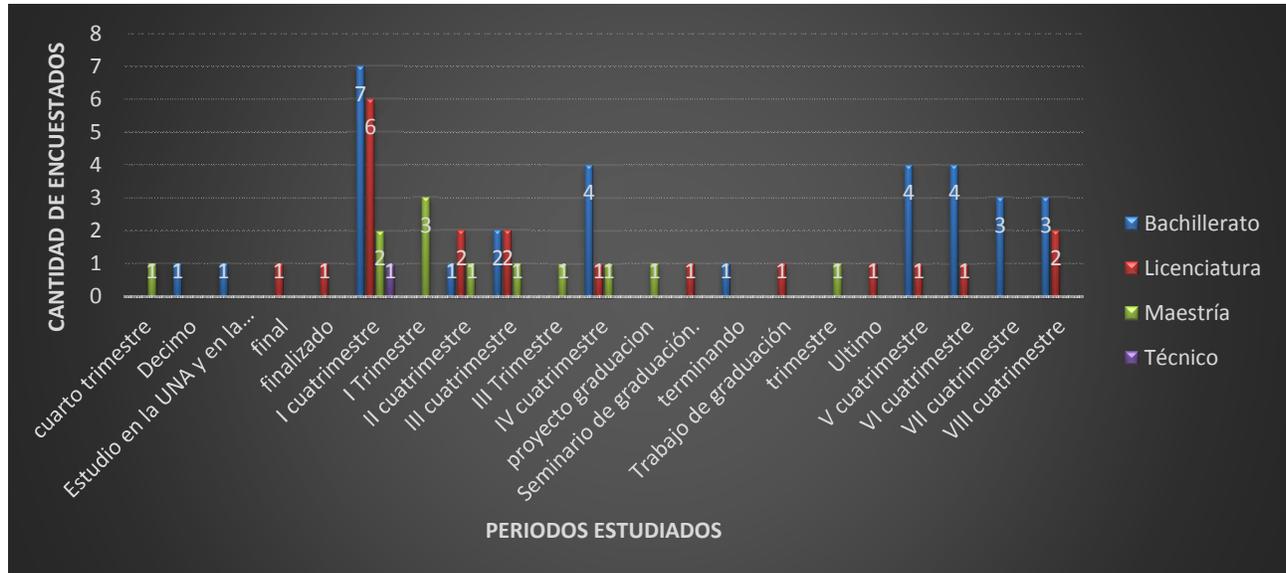


Ilustración 6 Grafico Grado académico versus períodos estudiados

Parte de los encuestados están en su I cuatrimestre de universidad, 7 son de nivel de bachillerato, 6 de licenciatura.

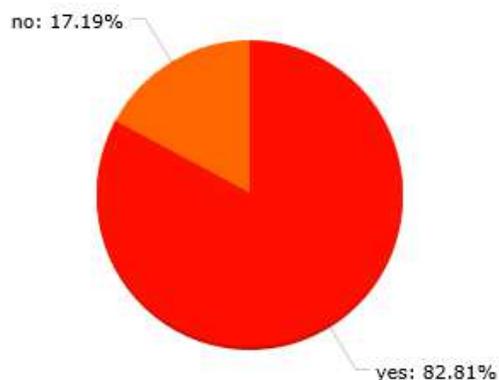
### ¿La ULACIT es innovadora?

Se les preguntó si consideraban si la ULACIT es una universidad innovadora a lo que el 82.8% contestó que Sí, el otro 17.2% cree que No.

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

*2014*



***Ilustración 7 Opinión de los encuestados sobre ULACIT***

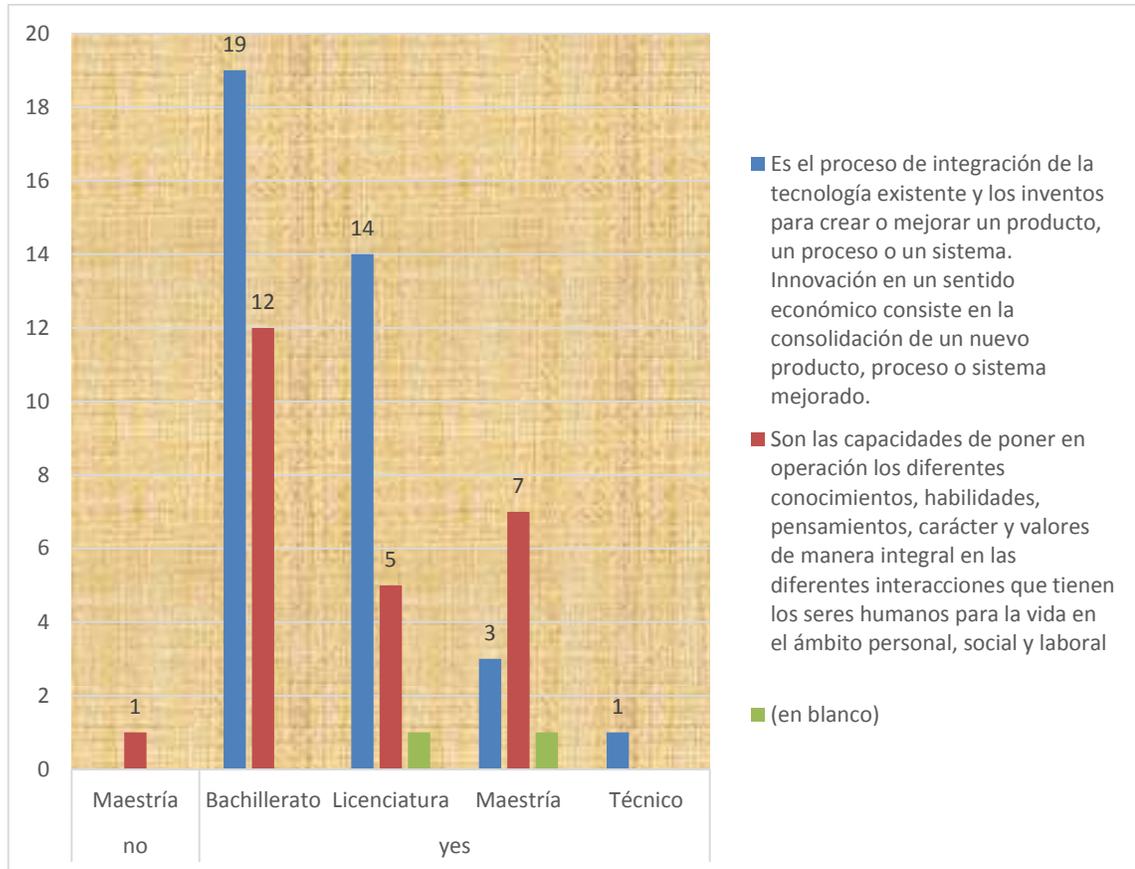
### **Definición sobre innovación**

Para saber más acerca de los conocimientos que tenían, se preguntó a la población acerca del significado de la innovación, se incluyeron dos significados en donde sólo uno corresponde a lo que significa innovación, de los cuales el 59.7% acertó la definición correcta mientras tanto el otro 40.3% no.

## Tema: Innovación

Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2014

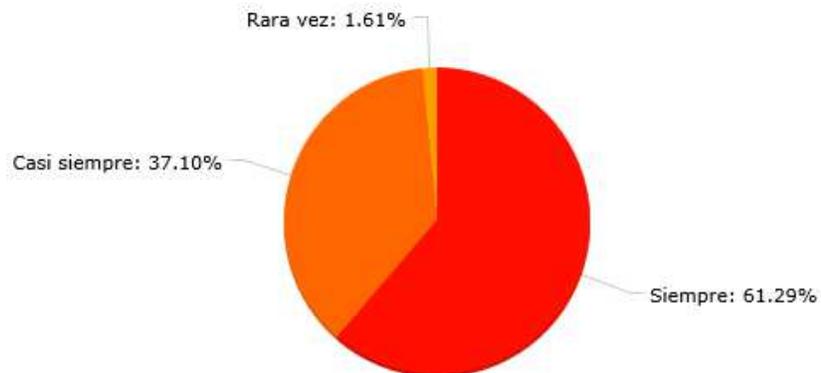


Podemos apreciar en este gráfico que son los alumnos de bachillerato que tienen bien definido el concepto de innovación, a como hay otro grupo que estudian bachillerato que no están muy claro en su significado.

A nivel de licenciatura pasa lo mismo. Y el más preocupante es que nivel de maestría contestaron que sí saben qué es innovación y son los que mayormente contestaron mal el concepto de innovación. Además, la única persona que contestó que no sabía qué era innovación y colocó mal la definición de innovación, es también del grado de maestría.

### ¿Ser innovador le permite competir en el ambiente laboral?

Podemos ver en estas gráficas cómo es el comportamiento de los estudiantes de los diferentes grados con respecto a la opinión sobre si el ser innovador le permite ser competitivo. Dentro de las principales podemos constatar que los de bachillerato, licenciatura, maestría y técnico, responde a que siempre abarcando un 61.29%, un 37.1% “Casi siempre”, y por último un 1.6% dijo que “Rara vez”, por lo cual nadie contestó Casi nunca y Nunca quedando esas dos opciones en un 0.0%



**Ilustración 8 Ser innovador permite competir**

## Tema: Innovación

Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2014

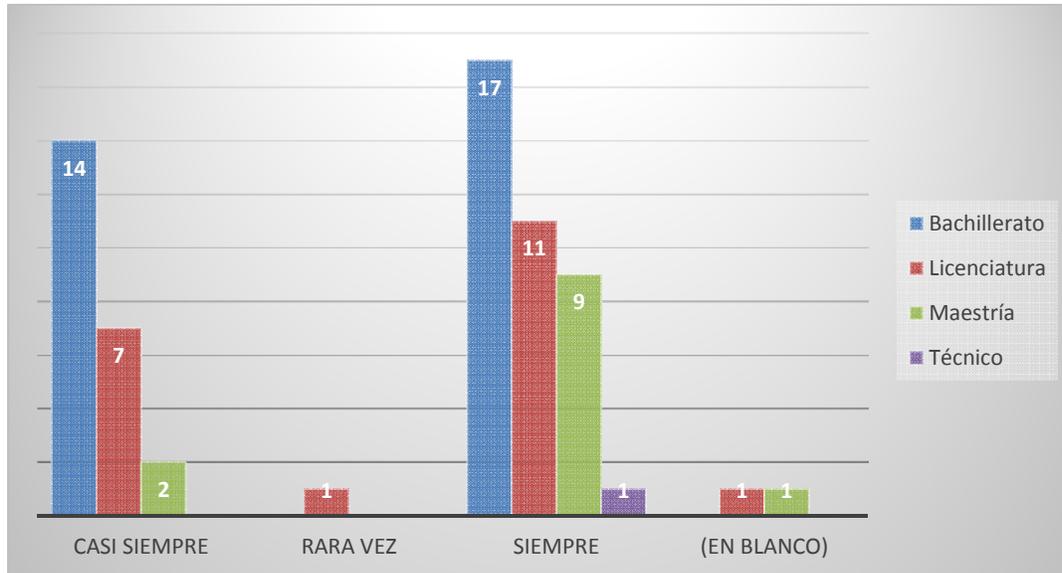


Ilustración 9 Opinión de los estudiantes de los diferentes grados académicos sobre si el ser innovador le permite competir

### Personal docente innovador

Se les preguntó, si la ULACIT contrata personal docente innovador y si este a la vez lo transmiten, de los cuales el 54.8% dijo que sí y el otro 45.2% dijo que no. De los cuales, las mujeres son las que más creen que no se contrata profesores innovadores.

Tema: Innovación

Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2014

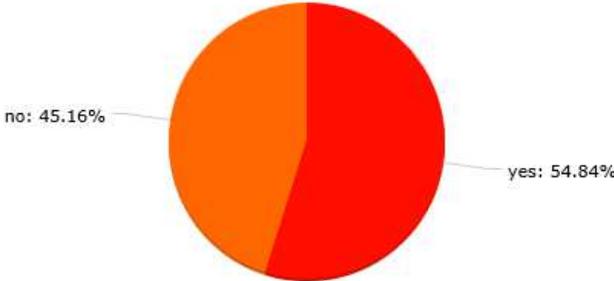


Ilustración 10 Opinión sobre los profesores de la ULACIT

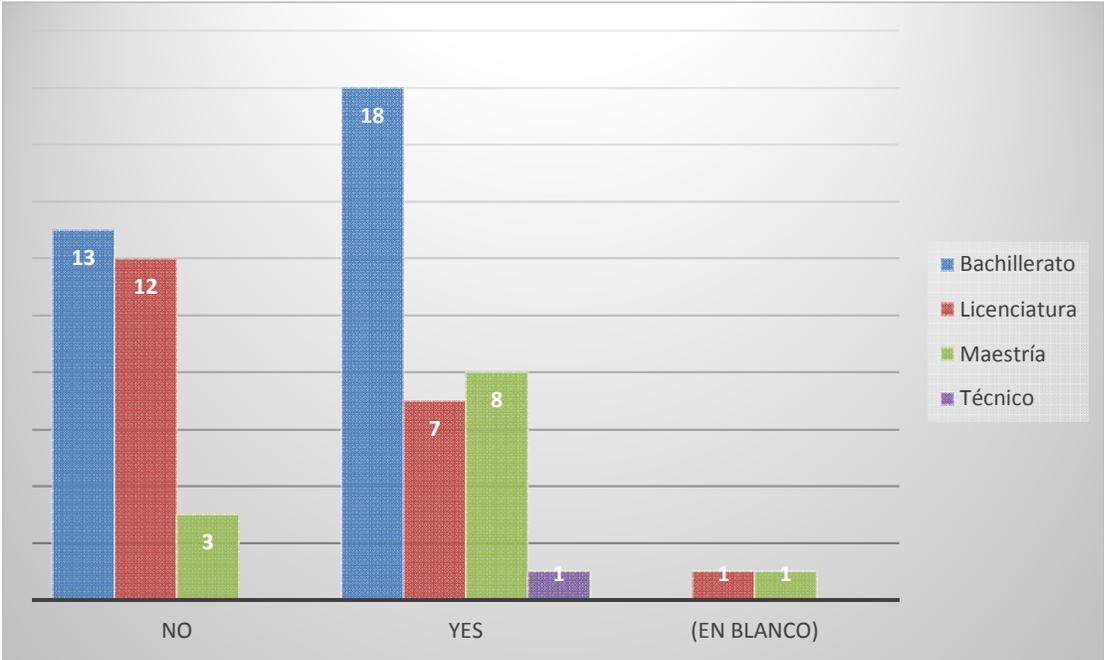


Ilustración 11 Relación entre estudiantes de los diferentes grados académicos que respondieron

### **Formación académica de la ULACIT**

Por otra parte se consultó si la formación académica brindada por la ULACIT hace a los estudiantes innovadores para poder competir en un ambiente laboral tan exigente, a lo que un 6.5% respondió “Demasiado”, un 32.3% “Mucho”, 45.2% “Lo suficiente”, un 14.5% “Poco”, y por último un 1.6% “Para Nada”.



*Ilustración 12 Opinión sobre la Formación académica brindada por la ULACIT*

## Tema: Innovación

Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2014

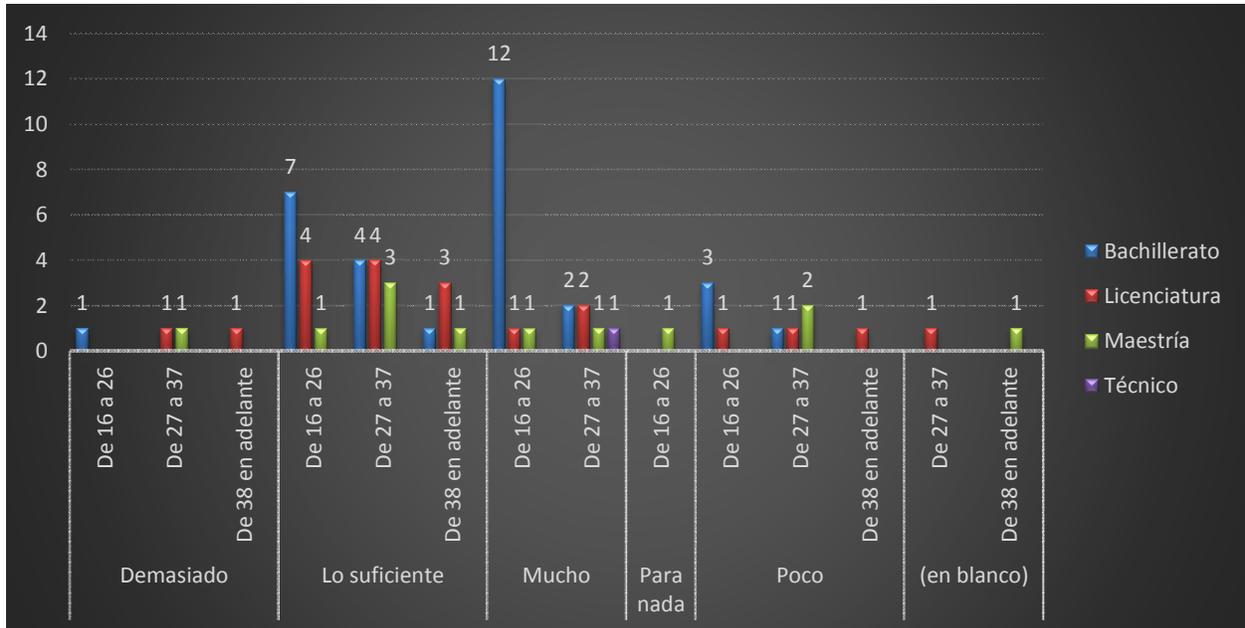


Ilustración 13 opinión sobre la formación académica la ULACIT de acuerdo al rango de edades y grados académicos.

Nos muestra la opinión de los diferentes estudiantes de los grados académicos y con su rango de edad, sobre si la formación académica brindada por la ULACIT los hace innovadores para poder competir en un ambiente laboral tan exigente.

### Competencias que deben ser adquiridas para ser innovadores

Y finalmente se incluyó una lista sobre cuales competencias deben ser adquiridos como estudiante para ser innovadores, a continuación sus respuestas:

Tema: Innovación

Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2014

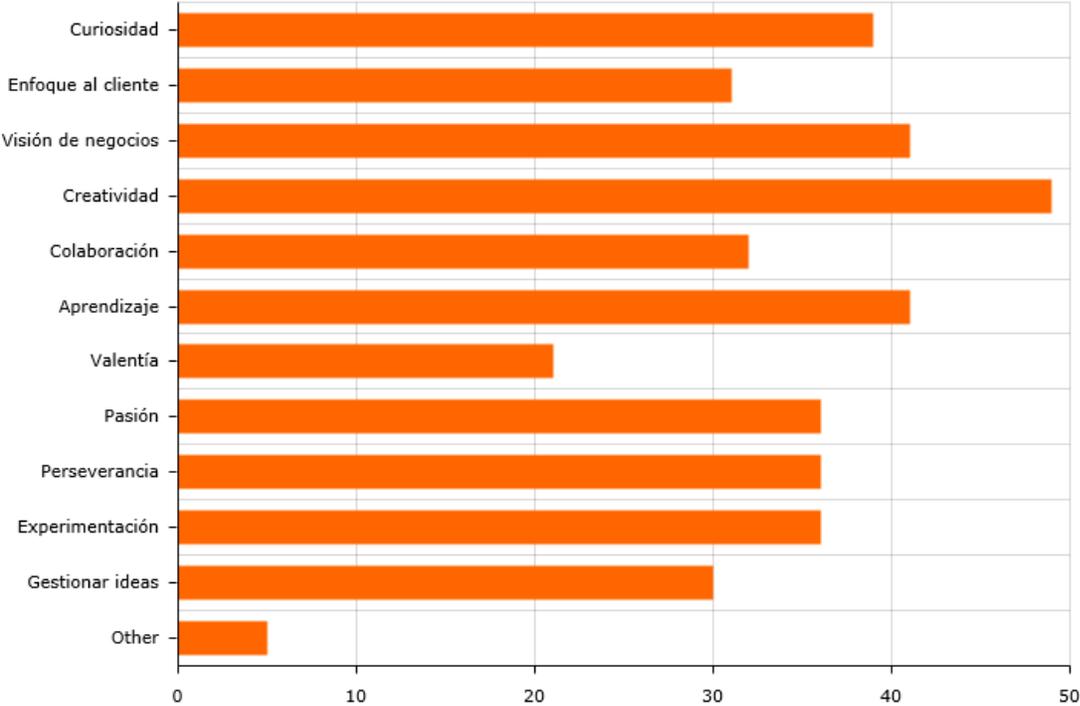


Ilustración 14 Competencias que deben de ser adquiridas para ser competidor

Se puede observar que los estudiantes creen que una de las principales competencias que deben ser adquiridos para llegar a ser innovador es la creatividad.

## **10. Conclusiones**

1. Hay un gran número de estudiantes que no están muy seguros sobre el significado de la innovación a pesar de que la mayor parte de los encuestados dijo que sí conocían el término de innovación, aún así lo confunden con el término de competencia. Algo preocupante es que a nivel de maestría los que respondieron que sí sabían el significado de innovación, todos seleccionaron mal la definición.
2. El estudiante encuestado tiene muy claro que al estudiante que es innovador siempre va poder competir en el ámbito laboral.
3. Un dato muy interesante es que los estudiantes de la ULACIT (aunque no todos) con una diferencia de un 9.6% creen que no se contrata profesores innovadores.
4. Los estudiantes sí creen que la formación académica brindada por la universidad los hace innovadores pero no como el estudiante quisiera sino, sólo lo suficiente para poder competir. En esta investigación se hubiera deseado que el estudiante pudiera decir que demasiado.
5. Los encuestados tienen bien claro que la creatividad es la competencia que más deberían de adquirir los estudiantes para poder innovar y así competir de una excelente manera.
6. Podemos concluir que en General la ULACIT promueve la innovación en sus estudiantes para permitirle competir laboralmente.

## **11. Recomendaciones**

Entre recomendaciones que se han plan plantado para esta investigación son las siguientes:

1. Reforzar los programas de las carreras con proyectos de innovación a realizar durante el período de estudios del estudiante, esto con el fin de que los estudiantes puedan ser más creativos que puedan investigar, desarrollar e implementar proyectos de innovadores y que los mismos estudiantes puedan sentir que el estudiar en la ULACIT son totalmente diferentes a los demás universidades y así las empresas puedan llegar a pensar que son más competitivos que otros.
2. Poner dentro de las preguntas del cuestionario CEPA, alguna referente si el profesor es innovador y de acuerdo a las respuestas apoyar al profesor dándole talleres sobre innovación, también reunirlos con los profesores que sí fueron calificados como innovadores y que estos presenten como lo han hecho.
3. Realizar talleres tipo sellos verdes, que especialistas hablen sobre el significado de innovación y como desarrollar esa cualidad para poder ser competitivos. Los cuales pueden participar tanto estudiantes como los profesores.

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

2014

### **12. Bibliografía**

Allison, K. (2005). *Secrets from the innovation Room: How to create High-Voltage ideas That make money win Business, and outwit the competition*. United States: McGraw-Hill.

Drucker, P. (1985). *La innovación y el empresario innovador: La practica y los principios*. Barcelona: Norma.

Drucker, P. (2001). *La esencia de la administración moderna*. Mexico: Prentice Hall.

Estrada, S. (2000). *Innovacion y creacion*. España: McGraw Hill.

Ivacevich, J. M., Lorenzi, P., Skinner, S., & Crosby, P. (1997). *Gestion Calidad y Competitividad*. España: McGraw-Hill Interamericana.

Santos, J. A. (2006). *El Retcambio. Un contrajuego de posibilidades*. España: Plesto.

Sieber, S., Valor, J., & Porta, V. (2006). *Los sistemas de informacion en la empresa actual. Aspectos estratégicos y alternativas tácticas*. Mexico: McGraw-Hill.

Soto Morales, E. (1 de Julio de 2013). *www.elfinancierocr.com*. Obtenido de El Financiero: [http://www.elfinancierocr.com/negocios/innovacion-Insead-WIPO-Indice\\_Global\\_de\\_Innovacion\\_0\\_328167182.html](http://www.elfinancierocr.com/negocios/innovacion-Insead-WIPO-Indice_Global_de_Innovacion_0_328167182.html)

## **Anexos**

### **Anexo 1. Encuesta realizada a los estudiantes de la ULACIT**

#### **Encuesta**

1. ¿Cuál es su categoría de edad?
  - a. De 16 a 26
  - b. De 27 a 37
  - c. De 38 en adelante
  
2. ¿Qué estudia actualmente?
  - a. Técnico
  - b. Bachillerato
  - c. Licenciatura
  - d. Maestría
  
3. ¿En qué cuatrimestre de su carrera se encuentra?
  - a. I cuatrimestre
  - b. II cuatrimestre
  - c. III cuatrimestre
  - d. IV cuatrimestre
  - e. V cuatrimestre
  - f. VI cuatrimestre
  - g. VII cuatrimestre
  - h. VIII cuatrimestre
  - i. Otro(especifique)
  
4. Indique su sexo
  - a. Masculino
  - b. Femenino
  
5. ¿Cree que la ULACIT es una universidad innovadora?

## *Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

2014

- a. Sí
  - b. No
6. ¿Conoce que significa innovación?
- a. Sí
  - b. No
7. ¿Cuál cree usted que es la definición de innovación?
- a. Es el proceso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema. Innovación en un sentido económico consiste en la consolidación de un nuevo producto, proceso o sistema mejorado.
  - b. Son las capacidades de poner en operación los diferentes conocimientos, habilidades, pensamientos, carácter y valores de manera integral en las diferentes interacciones que tienen los seres humanos para la vida en el ámbito personal, social y laboral
8. ¿El ser innovador le permite competir en el ambiente laboral?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Rara vez
  - d. Casi nunca
  - e. Nunca
9. ¿Cree que la ULACIT contrata personal docente innovador y que estos a su vez puedan transmitirlo a los estudiantes?
- a. Sí
  - b. No
10. ¿Cree que la formación académica brindada por la ULACIT hace al estudiante innovador para competir en un ambiente laboral tan exigente?
- a. Demasiado
  - b. Mucho Lo suficiente
  - c. Poco
  - d. Para nada

*Tema: Innovación*

*Josué Neil Quirós, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología*

*2014*

11. ¿Cuál(es) competencias deben ser adquiridos como estudiante universitario para ser innovadores?
- a. Curiosidad
  - b. Enfoque al cliente
  - c. Visión de negocios
  - d. Creatividad
  - e. Colaboración
  - f. Aprendizaje
  - g. Valentía
  - h. Pasión
  - i. Perseverancia
  - j. Experimentación
  - k. Gestionar ideas
- Otro (especifique):