



Memoria - 2do. Etapa

Capacitación en la Metodología Innovaempresa/GIOM para la Gestión de la Innovación Aplicada en NICARAGUA

Llevado a cabo en Managua Nicaragua, del 21 al 23 de noviembre del 2012
en la Universidad Centroamericana UCA

1. INTRODUCCIÓN

En los países centroamericanos (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua) se ha dado un consenso creciente sobre la importancia de la ciencia, la tecnología y la innovación para alcanzar un mayor desarrollo económico y social de largo plazo. También se ha observado una tendencia generalizada a reconocer el papel central del Estado y las políticas públicas en el fortalecimiento de las capacidades tecnológicas para usar, adaptar, modificar y crear conocimientos tecnológicos.

Los países centroamericanos tienen una estructura productiva similar y sus sistemas nacionales de innovación comparten fortalezas y debilidades comunes. El fortalecimiento de las capacidades nacionales, a través de la colaboración regional y proyectos transfronterizos comunes, permitirá contar con sistemas nacionales más robustos y transitar hacia un sistema regional (transnacional) de innovación.

El objetivo central del proyecto de cooperación técnica en la región es fortalecer las capacidades de las organizaciones locales y su personal, para el diseño de políticas nacionales y regionales relacionadas con la construcción de un sistema regional de innovación.

Actualmente en Nicaragua, a través del Consejo Nicaragüense de Ciencia y Tecnología (CONICYT), se ha iniciado un proceso de adopción de prácticas regionales centroamericanas para promover la ciencia, la tecnología y la innovación en el país.

CONICYT ha establecido como prioridad la transferencia de la metodología Innovaempresa, instrumentada con éxito en Guatemala, con el objetivo de mejorar las capacidades de gestión de la innovación aplicada en los sectores privado y académico del país.

Hasta el momento en Nicaragua no existe una masa crítica de gestores de innovación que brinden servicios a las empresas, lo cual constituye una gran limitante para las empresas que quieren identificar potencialidades y oportunidades de innovar.

InnovaEmpresa es un programa de apoyo a la internacionalización de empresas y de gestión de la innovación, en los cuales se capacita a consultores y a empresas en la aplicación de metodologías e instrumentos para mejorar su capacidad de internacionalización basado en innovación y con el objetivo de aumentar el valor agregado de empresas u organizaciones que la apliquen. GIOM (Gestión de la Innovación Orientada al Mercado) del programa SEPT de la Universidad de Leipzig en Alemania, que propone una visión revolucionaria de la innovación, cambiando el enfoque del concepto clásico de innovación orientada al producto a través de la tecnología, al concepto de innovación orientada al mercado. Este nuevo concepto permite que comprenda la innovación desde el punto de vista de los consumidores.

Basados en lo anterior, el proceso de capacitación desarrollo en Nicaragua, combinó ambos programas potenciando aún más los beneficio para las empresas y consultores participantes.

2. Objetivos

Transferir a Nicaragua las buenas prácticas desarrolladas en Guatemala para formar Promotores en Gestión de la Innovación para PYMEs a través talleres de capacitación en la Metodología Innovaempresa, y del seguimiento a la práctica de elaboración de planes de gestión de la innovación en empresas.

3. Contenidos

En la 2da. etapa de capacitación vivencial se abordaron los temas distribuidos en 1 día y medio de participación con el desarrollo de 3 (IV, V y VI) módulos para la selección del producto ganador y definición del Plan de Seguimiento, como seguimiento a las 3 módulos (I; II y III) presentados en la primera etapa. Posterior se tuvo 1 día y medio para la presentación de 15 Planes de Innovación por parte de los 19 participantes, previo a otorgárseles la certificación como Gestores de Innovación de Nicaragua.

MÓDULO IV

- Retroalimentación proceso de la Primera Fase – Aplicación de Herramientas de Diagnóstico, Generación de Ideas, Definición de Estrategia de Innovación

Técnicas para la prueba de conceptos

- La Cadena de Valor
- Aplicación y análisis herramienta BCG
- Aplicación y Análisis Atractividad y Competitividad

MÓDULO V

“Análisis del Portafolio de Productos y los conductores de valor económico”

Desarrollo y Selección de conceptos

Coordinación con participantes para la preparación de Planes de Innovación a presentar en el primer Grupo

MÓDULO VI

“Capacidad de la gestión de la innovación y diseño del plan de innovación”

Desarrollo del Concepto Ganador

- El proceso de diseño
- El Marketing Mix
- Pruebas a menor escala

Implementación

- Aspectos que se deben considerar antes del lanzamiento
- de nuevos productos o servicios
- La lista de chequeo
- Plan de marketing
- Presupuesto
- Métodos de lanzamiento
- Introducción del nuevo producto o servicio

Conclusiones del programa

- Reflexión y Evaluación del proceso

PRESENTACIÓN DEL PORTAFOLIO DE INNOVACIÓN

Presentación en plenaria de planes de innovación

Clausura del Proceso por parte de CONICYT, con la participación de la Vice Presidencia de la República y representantes de la MTI, GIZ, CEPAL/ONU

4. Participantes de la Capacitación, Certificados como Gestores de Innovación en Nicaragua

No.	EMPRESA	No.	EMPRESA
1	Laboratorio Galo Consultor: Oscar Muñoz Salinas	2	Centro de Biología Molecular - CBM Consultora: Ana Carolina Centeno Castiblanco
			

No.	EMPRESA	No.	EMPRESA
3	Manufacturas Químicas y Servicios, S.A. (MAQUINSA) Consultor: Yamil Ángel Kuant López	4	Creative Empresario: Edzel Joiner González Consultora: María Magdalena Cerda Parrales
			
5	Cereales Doña Zeneida Consultora: Juddy López Ortegarey	6	Distribuidora Industrial Agropecuaria, S.A. Empresario: Guillermo Baca Vaughan Consultor: Fredy Cárdenas Zúñiga
			
7	Industria Alimenticia Doña Tina Consultora: Gloria Sánchez Altamirano	8	Lácteos Los Llanos Consultora: Brenda de los Ángeles Cisneros
			
9	FUTEC Industrial, S.A. Francisco Javier Tapia Guerrero	10	NEMUSA Wendy Carolina Rostrán Balladares
			

No.	EMPRESA	No.	EMPRESA
11	Servicios de Encomiendas Rápidas SER, S.A. Leonardo Centeno Laffarena	12	TRANS – UNICO María José Espinoza
			
13	Noél Enrique Castellón Negociaciones Comerciales S.A.	14	Maquiladora Química S.A. "MAQUISA" Freddy Soza Rodríguez Roberto José Pérez Muñoz
			
15	IKO IMAEN Yadira Verónica Bucardo Amanda Guadalupe Rodríguez López	 	

Los participantes fueron seleccionados por propuestas presentadas por las organizaciones miembros de la Mesa Técnica de Innovación de Nicaragua MTI, coordinada por CONICYT. Instituciones miembros de la MTI participantes: Proyecto UNI/FOMIN-BID de Empresas Familiares Parque Tecnológico “Julio Padilla Méndez” Universidad Nacional de Ingeniería UNI Universidad Centroamericana UCA Cámara de Industria Centro de Biología Molecular UCA UNAN-León, UNICOMER.

5. Descripción de la Metodología

A. Coaching, seguimiento virtual

- a) Durante esta fase, los participantes siguieron los lineamientos establecidos, trasladando en primera instancia la primera tarea de identificación del Producto y/o servicio a considerar para el desarrollo del Plan de Innovación. La Consultora revisó el Plan de Acción preliminar con la identificación de ideas y estrategias de innovación a considerar. Con base a esto, los participantes contaron con mayor soporte de documentos en línea, orientación precisa sobre la idea y la estrategia que se estaba definiendo y lineamientos para ir integrando el Plan de Innovación y la Presentación final, con el soporte de investigación, aplicación y análisis de las diferentes herramientas del Programa
- b) Se llevaron a cabo reuniones por skype, planteamientos de dudas y respuestas por vía telefónica, algunos participantes hicieron uso de contacto telefónico de larga distancia, con el afán de mantener el hilo conductor de seguimiento. Donde los participantes presentaron el proyecto seleccionado y plantearon dudas y se definieron tareas específicas para avanzar sobre la integración del Portafolio de Innovación a analizado en la Segunda Etapa Presencial.

B. Capacitación Presencial

- a) En esta primera etapa se precisó la elaboración de un plan de gestión de la innovación por cada empresa participante y por empresas representadas por consultores; los empresarios participantes contaron con un consultor asignado y otro grupo de consultores como representantes de una empresa.

Durante la capacitación presencial, se proporcionó instrucción sobre técnicas para la definición de conceptos. Se fortaleció el proceso con trabajos en grupo – análisis de casos y conceptos, reflexión sobre el producto y/o servicio ganador, las estrategias de implementación, donde se profundizó sobre el Marketing Mix con lineamientos magistrales y trabajo en grupo para su integración.

- b) Se definió el contenido básico de la presentación final del Plan de Innovación y coordinación de presentación, previo a su validación para la acreditación de los participantes como Gestores de Innovación.

El contenido y la metodología a detalle estuvo sujeto a la adaptación del Programa INNOVAEMPRESA desarrollado en Guatemala, con la incorporación de herramientas del Programa GIOM, lo que permitió fortalecer los módulos IV, V y VI del Programa INNOVAEMPRESA, donde se resaltó la importancia de la orientación al mercado en cada Proyecto de Innovación.

6. Desarrollo

El desarrollo de la temática establecido en la Programación para la etapa presencial en su segunda parte, estuvo fortalecida con el desarrollo de los mecanismos siguientes:

- a) Análisis de herramientas de soporte Técnicas para la selección del producto y/o servicio ganador.
- b) Análisis del proceso de implementación
 - 1. Análisis de 2 casos para ejemplificar la Estrategia de Cadena de Valor y el Marketing mix y su importancia en el Plan de Innovación.
 - 2. Importancia y análisis de herramientas BCG y Atractividad y Competitividad
- c) Reflexión del Proceso y Evaluación del Proceso
- d) Presentación de Planes de Innovación
- e) Clausura del Evento

- a) Análisis de herramientas de soporte Técnicas para la selección del producto y/o servicio ganador.
- b) Análisis del proceso de implementación
 1. Análisis de 2 casos para ejemplificar la Estrategia de Cadena de Valor y el Marketing Mix y su importancia en el Plan de Innovación.
 2. Importancia y análisis de herramientas BCG y Atractividad y Competitividad



Durante la dinámica, se llevaron a cabo diferentes momentos de reflexión, mediante la utilización del método de Casos.



Como introducción al tema de la Cadena de Valor, se ejemplificó un caso de incumplimiento de normas y regulaciones legales que repercuten en gestión empresarial para el desarrollo incluso de los Planes de Innovación.

Se constató la importancia de la cadena de relaciones, coordinación y alianzas que toda empresa debe establecer para la implementación de planes de negocios, donde indudablemente se considera el Plan de Innovación.



Los participantes comprendieron su importancia, lo que hicieron de manifiesto en la reflexión posterior a los casos analizados, lo incorporaron en las presentaciones de su Plan de Innovación previo a su certificación como Gestores de Innovación en Nicaragua.

Otro momento de reflexión se dio al participar en un ejercicio para estructurar el Marketing Mix de una empresa de Tintes para cabello, que incluso ejemplificaba uno de los Planes de Innovación presentados en el proceso.



Con una dinámica de juego de naipes, cada grupo integrado por 5 participantes (3 grupos) analizaron y propusieron 96 acciones a considerar dentro de las 5P del Marketing, incluyendo indicadores de cumplimiento;

todo esto desarrollado en 45 minutos incluyendo su

presentación en plenaria. Actividad que sorprendió a los participantes, quienes se dieron cuenta que de manera participativa, inclusiva e innovadora, un equipo de trabajo puede establecer las bases de un Marketing Mix con la participación de todos los actores.



Momento de reflexión también representó el conocer el contexto para la aplicación de las herramientas BCG y Atractividad y Competitividad para la selección del producto y/o servicio ganador. Asimismo el check list para la implementación del Plan de Innovación, el que considera el Estudio Técnico, adopción tecnológica con base a las características del producto y/o servicios, el Plan de Marketing, organización y estudio financiero.



Presentación dando a conocer la posición del servicio con base al análisis de Atractividad y Competitividad y BCG

Como seguimiento a los lineamientos proporcionados en la primera fase, se continuó considerando la ruta de implementación del Plan de Innovación, el que tiene continuidad con la preparación del Plan de Negocios, que incluye el Plan de Innovación y que corresponde a lineamientos que establece el Programa GIOM, que en este caso, fortalece el seguimiento de lo establecido en el Programa Innovaempresa.

Para el efecto, se fortaleció a los participantes con por lo menos 40 herramientas adicionales a las clásicas de los Programas Innovaempresa y GIOM para que puedan incluirlas en el Plan de Negocios que garantiza la implementación y ejecución del Plan de Innovación.

Los participantes comprendieron la importancia de garantizar la continuidad de la ruta de implementación del Plan de Innovación, haciendo hincapié en la evaluación del proceso, el valor agregado del Programa, al facilitarles el acceso a mayor número de herramientas

aplicables el Plan de Innovación y su continuidad.

La plataforma en línea habilitada para su acceso durante el proceso de formación para uso de los participantes, proporcionó las presentaciones por módulo, herramientas, documentos de soporte. Como complemento se habilitó un sistema para dinamizar la participación principalmente en la fase de seguimiento, donde los participantes tuvieron la oportunidad de subir el material a ser revisado por la Consultora, solicitar citas de seguimiento y un blog para preguntas y respuestas de interés común para los participantes.

Se facilitó el uso de los materiales a los participantes, quienes en todo momento pudieron acceder a los mismos y compartir. Se dio a conocer que el Sistema e línea estará disponible para ellos hasta finales del 2012, tomando en cuenta que algunos participantes manifestaron el interés de poder acceder al mismo posterior a que terminen el proceso; con la finalidad que puedan bajar las herramientas de su interés, debido que han comprobado su funcionalidad y las ventajas de contar con una plataforma que les provee de información constante y adicional al tema de Innovación.

The screenshots display the 'Gestión de la Innovación' web platform interface. The top-left screenshot shows the 'Documentos de Soporte' (Support Documents) section, listing 17 items. The top-right screenshot shows the 'Herramientas' (Tools) section, listing 20 items. The bottom-left screenshot shows the 'Módulos' (Modules) section, listing 6 items. The bottom-right screenshot shows a navigation bar with 'Inicio', 'E-Instructions', and 'Quiénes Somos'.

Inicio	E-Instructions	Quiénes Somos	Servicios	Alianzas	Nuestros Clientes	Auditorías y Certificaciones	Innovación
	Formulación Proyectos						
search	Gestión de la Innovación				Introducción		
	Evaluación Personal On Line				Módulos		
	Seguimiento				Herramientas		
Web Services					Documentos de Soporte		



Plataforma **E-Instructions** habilitada para uso de los participantes
Valor agregado por parte de la Consultora

Sección de Seguimiento

E-Instructions / Archivos				
	Título	Descripción	Fecha	Autor
	OTROS DOCUMENTOS DE SOPORTE	Aportes de los participantes	10/21/2012	Alma Gonzalez
	OBSERVACIONES	Aquí encontrarán observaciones comunes de interés	10/25/2012	Alma Gonzalez
	SECTOR TRANSPORTE	Aquí encontrarán ejemplos de clúster, cadena del valor y producción más limpia	11/01/2012	Alma Gonzalez
	OTRAS HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS	Consulte herramientas complementarias en apoyo a la Gestión de la Innovación y la Gestión Empresarial	11/20/2012	Alma Gonzalez
	INSTRUCTIVO PARA MANEJO DE CALENDARIO Y SECCIN DE DISCUSIN.pdf	Instructivo uso Sección Calendario y Discusiones	10/21/2012	Alma Gonzalez
	CRAETIVE Magdalena Cerda Anexo 9a.pdf	Tarea N° 1	10/22/2012	María Magdalena Cerda
	INNOVA PRELIMINAR 20 OCTUBRE.doc	Empresa Artesanía	10/22/2012	Mario Sánchez
	INNOVA PRELIMINAR 20 OCTUBRE.pdf	Empresa Artesanía	10/22/2012	Mario Sánchez
	arodriquez			

c) Reflexión y Evaluación del Proceso

Se llevó a cabo un ejercicio de Reflexión y Evaluación del proceso, con el uso de la técnica de trabajo en grupo “El Café Internacional” con los resultados siguientes:

Los participantes presentaron importantes aportes, con la finalidad de potenciar el proceso:

■ Metodología, instrumentos, herramientas del curso, mejor aprovechados para los empresarios y consultores participantes del proceso de capacitación y formación como gestores de Innovación

- Método de diagnóstico y Benchmarking Improve, matriz para determinar el diagnóstico y la capacidad de innovar.
- Herramientas para fortalecer debilidades y contrarrestar amenazas, con un Plan de Acción.
- Herramientas como parte de la Inteligencia de Mercados Trademap, permite contar con información de la competencia en importación y exportación.
- El uso de las herramientas proporcionadas que permiten simplificar el trabajo y aprovechar el tiempo.
- La aplicación de herramientas prácticas y objetivas, muy visibles, de fácil manejo, versátiles y adecuadas.
- Los casos prácticos y estudio de casos.
- El uso, aplicabilidad y análisis de la Matriz BCG y de Atractividad y Competitividad.
- Uso y aplicabilidad de herramientas de soporte facilitadas para pequeñas empresas.
- Dinámica para la consideración de las 5P en el Marketing Mix.
- Claridad en el uso de las técnicas generadoras de ideas como: Tormenta de ideas, Mapa Mental.
- Conocer y aplicar la técnica de Análisis de Escenarios para concretar la Estrategia de Innovación.
- Conocimiento de la Metodología muy práctica.

■ Resultados del curso más impactantes

- Se alcanzaron todos los objetivos planteados en el curso. El proceso llevó de la mano y de una manera muy profesional.
- Se demostró las oportunidades de mejora dentro del Sector y el potencial para que el Organismo disponga de más capacitación
- Herramientas muy a tono y muy eficaces para mejorar las empresas y links para consultas.
- Se optimizó la relación con instituciones CONICYT y se conoció sobre el acceso y relación con organismos e instituciones relacionadas a la Innovación.

- Contacto para resolver problemas tecnológicos, producción, administración.
- Se concretó el Portafolio de Innovación con 15 planes de innovación de Nicaragua.
- Análisis e interpretación de casos asociados a la práctica.
- Se contó con una Guía Metodológica organizada.
- Se identificaron oportunidades de mercado.
- Interacción de grupos con profesionales de alto nivel.
- Identificar la posibilidad de llevar a un 2do. Nivel el Plan de Innovación, dentro de las oportunidades de Servicio de Desarrollo Empresarial.
- Se incorporaron nuevos servicios al mercado de Consultores.

■ **Próximos pasos para dar continuidad al proceso iniciado en la Gestión de la Innovación en la empresa y/o en el ejercicio profesional**

- Capacitarme más y motivar a empresas a penetrar al modelo de Innovación y colaborar bajo este enfoque.
- Aportar al proceso para ir mejorando el método de enseñanza aprendizaje en el tema, con la programación de más tiempo, para profundizar en la utilización de las herramientas.
- Fortalecer capacidades en la Empresa para impulsar este proceso de forma sistemática y replicar la Consultoría en otras empresas.
- Perfeccionar los planes de Innovación, encontrar y/o identificar debilidades para ser superadas.
- Continuar con el Plan de Negocio de la Innovación de la Empresa y dar seguimiento a la implementación.
- Aplicar a los fondos sobre el tema si estos están disponibles en el futuro.
- Continuar con el proceso de evaluación del Plan de Innovación.
- Desarrollo de nuevas ideas y profundizar en la metodología.
- Desarrollo de una cultura de innovación y capacidades para la Innovación
- Gestionar fondos para aplicar a empresas. Solicitar apoyo a las instituciones financieras para financiar el Plan elaborado.
- Crear red – CONICYT – Empresas – Consultores.
- Creación de alianzas estratégicas para la ejecución y continuidad de los proyectos de Innovación.
- Se espera que se promueva y financie pasantía del grupo para compartir con gestores de Guatemala y El Salvador y conocer las experiencias de esos países en las empresas.
- Formar parte de un grupo de Consultores en Innovación. Grupo de consultores en Innovación. Establecer una red de gestores de innovación.

d) Presentación de Planes de Innovación

Planes de Innovación que integran el Portafolio de Innovación de Nicaragua 2012

Se integraron 15 Planes de innovación, con la participación de 19 empresas representadas por empresarios y consultores, que bajo la metodología Innovaempresa/GIOM lograron determinar establecer la Estrategia de Innovación valor agregado y diferenciación hacia el mercado objetivo de cada producto y/o servicio seleccionado.

Los 15 Planes de Innovación integrados, constituyen el primer Portafolio de Innovación de Nicaragua.



01 IKO IMAEN

Empresaria:

Yadira Verónica Bucardo

Consultora:

Amanda Guadalupe Rodríguez López



Al igual que las otras presentaciones, identificó Estrategias de Innovación para dos tipos de productos, con la definición del valor y la diferenciación en el mercado; con el uso y aplicación de las herramientas de diagnóstico, identificación de ideas, inteligencia de mercados y determinación de los conceptos ganadores; así como el empoderamiento y la compenetración en el proceso y participación en las fases vivenciales y desegimiento on line.



Aspectos Relevantes

Nuestro principal valor que estamos trasladando al mercado es:

«El abastecimiento de productos agroquímicos **franja verde a bajo costo**, asegurando de esta manera la productividad y calidad de las cosechas, con menor contaminación a la flora, animales domésticos, fauna silvestre y la salud humana, contribuyendo de esta manera a aumentar los ingresos de nuestros clientes y mejorar sus niveles de vida»

Aspectos Relevantes – Diferenciación

- Personal especializado en las áreas de investigación, formulación y ventas (Talento Humano)
- Formulación, producción y comercializa productos agrícolas franja verde.
- Tecnología basada en la nutrición y sanidad vegetal con insumos agrícolas, para el aumento de la productividad y calidad de las cosechas
- La red de distribución de productos agrícolas franja verde a bajos costos.
- Capacitación a productores, seguimiento técnico y la elaboración de planes fitosanitarios a nuestros clientes.



02 Maquiladora

Química S.A. "MAQUISA"

Empresario: Freddy Soza Rodríguez

Consultor: Roberto José Pérez Muñoz

Las presentaciones también demostraron apropiación del proceso Innovación, dedicación e interés durante el proceso de seguimiento y definición clara del concepto de innovación, valor y diferenciación en el mercado.



03 Negociaciones Comerciales S.A.

Empresario Consultor: Noël Enrique Castellón

La participación demostró empoderamiento con el proceso, uso y aplicación de las herramientas para la determinación de la Estrategia de Innovación e identificación clara del valor y la diferenciación en el mercado, participación activa en los talleres de capacitación y el proceso de seguimiento. Comprensión y consideración de las observaciones presentadas a cada uno de los participantes certificados..

04 NEMUSA

Consultora:

Wendy Carolina Rostrán Balladares



05 FUTEC INDUSTRIAL

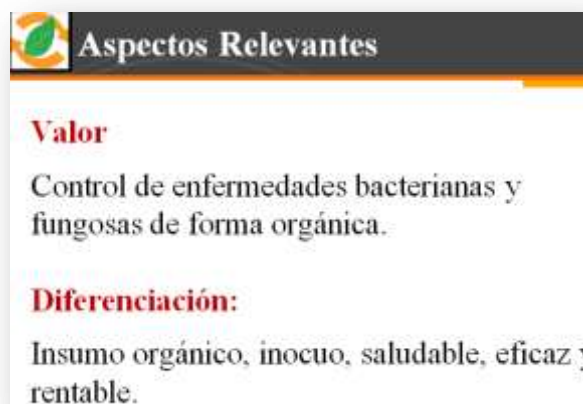
Consultor: Francisco Javier Tapia



06 DIAGROSA

Empresario: Guillermo Baca

Consultor: Freddy Cárdenas



08 MANUQUINSA

Consultor: Yamil Ángel Kuant López



Aspectos Relevantes

Valor

Presentación bolsa plástica utilizable en dispensadores.

Diferenciación:

Precio.



09 Industria Alimenticia Doña Tina

Consultora: Gloria Sánchez Altamirano



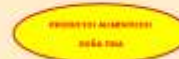
Aspectos Relevantes

Valor

Mostaza Preparada marca nacional

Diferenciación:

Precio y presentaciones.



10 SERVICIOS DE ENCOMIENDAS RÁPIDAS, S.A. (SERSA)

Consultor: Leonardo Centeno Caffarena



Aspectos Relevantes



Valor

Envíos de mejor calidad y capacidad: más seguros, oportunos, de menor costo para la empresa y de menor precio para el cliente, y con una mayor cobertura nacional; también se le ofertarán nuevos productos a clientes existentes.

Diferenciación:

Envíos más rápidos y frecuentes, con menor cobertura y seguridad, con la posibilidad de que el cliente mismo le de seguimiento y a un menor costo.

11 LABORATORIOS GALO

Consultor: Oscar Muñoz Salinas



ASPECTOS RELEVANTES

VALOR

- La imagen corporativa de la empresa
- Cobertura de un mercado cautivo.

DIFERENCIACIÓN:

Presentación de una empresa con una excelente imagen corporativa y oferta de servicios de calidad a un mercado diferenciado.

12 CEREALES DOÑA ZENEYDA

Consultora: Juddy López Ortega



Aspectos Relevantes

Valor

- Características nutricionales del producto

Diferenciación:

- Sabor tradicional, 100% libre de preservativos

13 CENTRO DE BIOLOGÍA MOLECULAR – CBM

Consultora:
Ana Carolina Centeno Castiblanco



Aspectos Relevantes

Valor

La creación de este servicio permitiría brindar a las compañías un estándar de calidad ISO que validen sus productos sin necesidad de enviarlos fuera del país. MENOR TIEMPO

Diferenciación:

Servicio a nivel nacional que permitirá la obtención de resultados en una hora mediante un método rápido de detección de patógenos que permita tomar acciones inmediatas de esterilización y control de calidad.

14 LÁCTEOS LOS LLANOS

Consultora: Brenda Cisneros



Aspectos Relevantes

Valor
Cambio en la cultura de consumo

Diferenciación:
La promoción de la denominación de origen "elaborado con leche/queso chontaleño"



15 TRANS-UNICO

Consultora: María José Espinoza



Aspectos Relevantes

Valor
Para el mercado de Servicios de Transporte, es una nueva experiencia organizativa.

Diferenciación:
La diferenciación con relación a la competencia serán los beneficios obtenidos, tanto para los transportistas miembros del consorcio, como para Unicomer:

- Creciente **eficiencia** operativa de cada eslabón de la cadena.
- Alto nivel, **relación** óptima entre los eslabones de la cadena.
- **Facilitar** premial para negociaciones y Alianzas



Estrategia de Innovación

Área	Objetivo	Acciones	Indicadores
Operativa	1. Reducir los costos operativos de cada eslabón de la cadena.	1.1. Reducir los costos de transporte y logística.	1.1.1. Reducción de costos de transporte y logística.
Comercial	2. Crear una nueva experiencia organizativa para los transportistas miembros del consorcio.	2.1. Crear una nueva experiencia organizativa para los transportistas miembros del consorcio.	2.1.1. Creación de una nueva experiencia organizativa para los transportistas miembros del consorcio.
Financiera	3. Generar una nueva experiencia organizativa para los transportistas miembros del consorcio.	3.1. Generar una nueva experiencia organizativa para los transportistas miembros del consorcio.	3.1.1. Generación de una nueva experiencia organizativa para los transportistas miembros del consorcio.

Clausura del Evento

Se procedió a realizar la clausura con la participación de la Representación de Vice Presidencia de la República Dra. Guadalupe Martínez, Secretaria Ejecutiva del CONICYT, Dr. Ramón Padilla CEPAL/ONU, MSC Alexander Rayo DESCA/GTZ, Licda. Alma Irene González Consultora CEPAL Gestión de la Innovación.

Se dio a conocer la importancia y el compromiso de los Gestores que se están certificando, las oportunidades a futuro y el apoyo que CONICYT con empresas cooperantes tienen programado para continuar fortaleciendo la Innovación en NICARAGUA.

Se hizo entrega de certificados a los Cooperantes y Consultora por el apoyo al proceso y a los 19 participantes certificados como Gestores en Innovación.



MSC Guadalupe Martínez, Secretaria Ejecutiva de CONICYT haciendo entrega de los reconocimientos al Dr. Ramón Padilla, Licda. Alma Irene González y MSC Alexander Rayo



Entrega de certificados, la imagen muestra a las acreedoras del Primer Lugar por su apropiación al proceso, excelencia en el uso, aplicación y análisis de herramientas, Plan de Innovación con claro concepto del Valor hacia el mercado y la Diferenciación, así como participación al 100% en el proceso de capacitación presencial y de seguimiento en línea. Empresaria Yadira Verónica Bucardo – Consultora Amanda Guadalupe Rodríguez López – Empresa IKO IMAGEN.

7. Seguimiento

- a) Con la finalidad de dar seguimiento a la formación de Gestores de Innovación y a la formación de Formadores de Formadores en Innovación, el proceso realizó un proceso de selección, dentro de los participantes en el primer grupo de Gestores de Innovación.
- b) Los criterios establecidos para la selección consideraron:
 - a. Capacidad y actitud para la adopción de proceso Innovación
 - b. Apropiación del proceso y puesta en práctica las herramientas facilitadas, principalmente las clásicas del Programa Innovación y GIOM
 - c. Aptitudes y actitudes que permitan la transición de conocimientos y experiencias en procesos vivenciales y de seguimiento.
- c) Dentro de 19 participantes, 15 de estos consultores, se seleccionaron 11 que podrán ser formados en una segunda etapa para la continuidad del Programa en Nicaragua. En Informe de la Consultoría se presenta la lista de los consultores seleccionados.
- d) Se propone que los procesos que se lleven a cabo para la continuidad del proceso, considere por lo menos 3 meses para la culminación exitosa del mismo, donde el tercer mes sea asignado para concluir con el Plan de Negocios que incluya el Plan de Innovación seleccionada en los primeros 2 meses.



Panorama General de los participantes durante el proceso presencial

Capacitación en la Metodología Innovaempresa/GIOM para la Gestión de la Innovación Aplicada en NICARAGUA

Llevado a cabo en Managua Nicaragua, del 21 al 23 de noviembre del 2012
en la Universidad Centroamericana UCA

Adaptación Programas InnovaEmpresa/GIOM
Licda. Alma Irene González Mazariegos
Consultora Gestión de la Innovación
Managua, Nicaragua
Segunda Etapa y Clausura

Noviembre 2012

