

UNIVERSIDAD TECNICA DE COMERCIO



¡Formando Líderes!

DIRECCION ACADEMICA

Departamento de Investigación Científica

POLÍTICA INSTITUCIONAL DE INNOVACIÓN

Junio de 2024

I.	Introducción.....	1-3
II.	Marco Legal de la Política de Innovación.....	4-11
III.	Objetivos de la Política de Innovación.....	12
IV.	Principios de la Política de Innovación.....	13
V.	Ámbito de la Política de Innovación.....	14
VI.	Lineamientos de Innovación.....	14-17
VII.	Estrategias de Innovación.....	17-19
VIII.	Evaluación y Seguimiento.....	20
IX.	Publicación y Difusión de la Política.....	20
X.	Disposiciones Finales.....	20
XI.	Aprobación.....	21

I. INTRODUCCIÓN

La Universidad Técnica de Comercio (UTC) en el marco de la “Ley 1176; Ley de Reformas y Adición a la Ley N°. 89, Ley de Autonomía de las Instituciones de Educación Superior y de Reformas a la Ley N°. 582, Ley General de Educación”, reconoce el contexto local, nacional, regional e internacional del ámbito académico actual y las necesidades de la comunidad estudiantil, personal docente y administrativo de la UTC, que tienen como principal responsabilidad la formación integral y ética (docencia, investigación y extensión social) de los nuevos profesionales de las diferentes carreras, que conforman las áreas del conocimiento al servicio de la persona, la familia, la comunidad y la internacionalización en que convivimos.

La Universidad Técnica de Comercio (UTC) asume la definición de **la Real Academia Española** “la innovación es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado”. Por su parte, **El Manual de Oslo**, guía de referencia internacional para la gestión de estadísticas de innovación creado por la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) y Eurostat, también propone su propia definición. Según el manual, se describe la **innovación como un producto o proceso nuevo o mejorado** que se ha puesto a disposición de usuarios potenciales. En otras palabras, la innovación es el acto de crear, modificar o introducir actualizaciones en un producto, proceso o servicio, con el fin de generar valor.

Para el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación (CNEA) la Investigación comprende los procesos y actividades organizadas, mediante los cuales se generan nuevos conocimientos en el campo disciplinar (investigación pura) o la aplicación de conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada). Se valora la existencia y pertinencias de políticas institucionales de investigación, los recursos, organización y capacidad instalada, los resultados (producto, efecto e impactos) de los procesos desarrollados, y los vínculos con la docencia y la extensión. (Adaptado de Ander Egg, 1995 y CNEA, 2019b) (Glosario de Educación de Nicaragua, 3ra. Edición, Noviembre de 2020, CNEA)

En tanto, la Innovación es un producto o proceso nuevo o mejorado (o una combinación de estos) que difiere significativamente de los productos o los procesos anteriores y que ha sido puesto a disposición de usuarios potenciales (producto) o puesto en uso por la unidad (proceso). (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD), 2018.(Glosario de Educación de Nicaragua, 3ra. Edición, Noviembre de 2020, CNEA)

El Departamento de Investigación tiene como fin el desarrollo de los objetivos de la universidad en lo que respecta a la investigación en las diferentes áreas del conocimiento, así mismo la creación, actualización y mejora continua de las políticas y las líneas de investigación, que permitan que la funcionalidad de la Innovación, el emprendimiento, la extensión social y la internacionalización universitaria, de acuerdo a las estrategias institucionales de la Universidad Técnica de Comercio (UTC), para dar respuesta a las necesidades sociales, culturales, económicas y de desarrollo sustentable para el país.

La Política Institucional de Innovación fomenta la realización de reglamentos, normativas, procedimientos, actividades específicas y transversales, que permitan el desarrollo y la mejora continua de los procesos académicos universitarios.

La Innovación forma parte de la responsabilidad y el compromiso de la UTC, desde sus autoridades, docentes, trabajadores administrativos y estudiantes, quienes en están llamados a impulsar procesos de Investigación e Innovación a todos los niveles académicos, mediante acciones, actividades y tareas que generen resultados de impacto y contribuyan al desarrollo de nuestro país.

La Innovación juega un rol de primer orden en la implementación del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026, que contiene políticas, estrategias y acciones transformadoras que ratifican la ruta de crecimiento económico, la defensa y restitución de los derechos de las familias nicaragüenses, con reducción de la pobreza y las desigualdades.

Este modelo integrador, de consenso con todos los sectores, organizaciones y movimientos socio-productivos del país, tiene como finalidad la supervivencia y realización de las familias nicaragüenses, mediante transformaciones estructurales para superar la exclusión y liberar el potencial de desarrollo humano de los pobres.

Aquí hay que tomar muy en cuenta los planes municipales, comunales y regionales para el desarrollo local o regional a través de la aplicación de las diferentes disciplinas de las ciencias.

Por ello, considerando su éxito y para fortalecer el proceso democrático en el país, la Asamblea Nacional decidió institucionalizar este modelo y elevarlo al estamento jurídico superior de la nación: La Constitución Política de la República; en los artículos 98 y 101. Ha sido por el esfuerzo conjunto del Gobierno, los Gobiernos Locales, Trabajadores, Empresarios, Productores, Maestros, Campesinos, Jóvenes, Mujeres, Estudiantes y Movimientos sociales, que hemos alcanzado grandes transformaciones en el país.

La Universidad Técnica de Comercio (UTC) ha priorizado a los actores y protagonistas de su quehacer académico y de extensión social a los propietarios de las pequeñas y medianas empresas, así como a los que trabajan por cuenta propia como su sector meta.

Una de las estrategias utilizadas por el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN), para fomentar la producción y el comercio, que no podemos obviar, son las ferias en todo territorio nacional, habiéndose realizado 32,552 entre 2007-2020. – Se continuó promoviendo el desarrollo de las MIPYMES, con capacitaciones a 79,336 protagonistas en temas de gestión empresarial, imagen del negocio, buenas prácticas productivas, transporte y embalaje de los productos, aprovechamiento y procesamiento de materias primas, normalización y estandarización de procesos, registro de marca, entre otros. – En 2019 se formuló la "Estrategia Nacional de Economía Creativa con el Protagonismo de las Mayorías", y en 2020 se formuló el "Programa Nacional Nicaragua Creativa", como instrumentos guía para el impulso de la economía creativa complementaria a la economía convencional, lo que traerá beneficios importantes para las familias y el país.

II. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL DE LA POLITICA DE INNOVACION

1. Ley 1176; Ley de Reformas y Adición a la Ley N°. 89, Ley de Autonomía de las Instituciones de Educación Superior y de Reformas a la Ley N°. 582, Ley General de Educación. Constitución Nacional de la República de Nicaragua.
2. Ley No. 704 – Ley Creadora del Sistema Nacional para el Aseguramiento de la Calidad de la Educación y reguladora del Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación – CNEA.
3. Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026.
4. Plan Nacional de Educación Universitaria 2023-2026.
5. Programa Nacional Nicaragua Creativa
6. Estrategia Nacional de Economía Creativa
7. Marco Estratégico Educación Superior Nicaragüense – CNU 2022-2030.:

7.1 Líneas de Investigación Consejo Nacional de Universidades

- Desarrollar procesos de investigación e innovación inter y transdisciplinario incorporando las principales líneas de desarrollo del país: Agroindustria, Recursos Humanos (biodiversidad terrestre y marina, suelos, agua y bosques), Gestión integral de Riesgo, Cambio Climático, Biomedicina, Energía Renovable, Biotecnología, entre otras, que aporten a la toma de decisiones para la resolución de problemas nacionales en coherencia con nuestro modelo. Se debe trabajar de forma sistemática en la consolidación de la Red de Investigadores.
- Poner a disposición de los distintos sectores y protagonistas los resultados de las investigaciones a los diversos sectores, mediante el incremento en cantidad y calidad publicaciones en diferentes formatos y medios a nivel nacional e internacional.

6.2 Líneas de Investigación de la UTC

- Marketing Digital
- Diseño de Sistemas de Información
- Registros Contables de Pequeñas Unidades Económicas y Comerciales
- Aplicaciones Digitales en Sistemas de Información
- Análisis Financiero en Micros y pequeñas Empresas
- Gestión y Administración de Funciones y Procesos de My pymes

7.3 Líneas de Investigación de las Carreras de UTC

7.3.1 Contabilidad Pública y Finanzas:

NIIF completas y sus interpretaciones

Información Financiera de las microempresas

Impacto de la informalidad y mercados emergentes en la información financiera

Incidencia del cumplimiento de las NIIF en la competitividad empresarial

Propuestas de interpretación y adecuación de las NIIF al contexto nicaragüense

Las NIIF y el desarrollo de las ciencias contables.

Las NIIF y el desarrollo profesional del Contador

Contabilidad de Gestión, Contabilidad Social; Contabilidad Ambiental; Contabilidad Sectorial, Contabilidad Internacional, Peritaje Contable; Historia de la Contabilidad, Educación Contable; Investigación Contable, Filosofía de la Contabilidad. Contabilidad para Pymes. Cultura de Paz y consenso social

Normas Internacionales de Auditoría (NIA)

Análisis y evaluación de riesgos en la auditoría

El rol de la auditoría en la transparencia y la calidad de la gestión de las organizaciones y en la transparencia de su información financiera

La auditoría y las políticas anti corruptivas.

Simplificación del proceso y procedimientos de auditoría para pequeñas y medianas entidades públicas y privadas

Contabilidad Gubernamental; Auditoría Gubernamental; Finanzas Públicas; Presupuesto del Sector Público.

Control Interno, Auditoría Financiera, Auditoría Integral, Auditoría Interna, Auditoría de tecnologías de Información, Auditoría del Sector Financiero; Auditorías Especiales, Auditoría Forense, Auditoría en Tecnología de la información

Gestión de microfinanzas

Finanzas corporativas y gestión de PYMES y MYPES

Impacto de la tributación en las finanzas empresariales

Tributación regional y municipal

Planeamiento de gestión estratégica de la tributación empresarial

Código Tributario; Impuesto a la Renta; Impuesto General a las Ventas; Impuestos Directos e Indirectos, Tributación Aplicada y Sectorial; Política Fiscal y Tributaria; Efectos de la Tributación en la Información; Auditoría Tributaria; Tributación Internacional; Análisis Económico de los Tributos. Regímenes tributarios en el contexto de las Pymes

Mercados de Capitales y Entidades Financieras; Teoría Financiera; Estudio y Aplicación de Herramientas Financieras, Valorización Financiera; Instrumentos Financieros; Finanzas Corporativas; Proyectos de Inversión, finanzas en la Pymes, Fraude y lavado de dinero.

Gestión financiera con Enfoque de Género e Inclusión Social.

Análisis y gestión de costos de producción de bienes y servicios en un entorno competitivo y exigente

Análisis de la incidencia de los costos financieros, tributarios y sociales en la sostenibilidad institucional y empresarial

7.3.2 Administración de Empresas:

Factores de desarrollo empresarial

Formalización de las micro y pequeñas empresas

Competitividad empresarial

Creatividad e innovación empresarial

Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental de las empresas, Ética Profesional en los negocios. Código de Ética Profesional, Efectividad en las Organizaciones. Planeamiento Estratégico. Prospectiva Estratégica Administrativa. Desarrollo de las PYMES. Promoción de la Cultura de la Innovación. Liderazgo, Motivación y Comunicación. Administración de la Calidad Total. Desarrollo Organizacional. Estrategias de Desarrollo del Potencial Humano. Clima y Cultura Organizacional. Capital y Talento Humano. Negociación, Resolución y Manejo de Conflictos. Sistemas de Gestión y Tecnología en Pequeñas y Medianas Empresas. La Innovación: clave para el desarrollo empresarial y regional

Gobierno Corporativo; Gestión Empresarial, Riesgos Empresariales. Cultura de Paz y consenso social

Cambio Tecnológico y Reestructuración Empresarial.

Investigación de Gestión Empresarial.

Gestión de microfinanzas

Finanzas corporativas

Métodos de valuación de negocios en mercado de capitales emergentes

Análisis de mercados financieros y riesgos

Liderazgo, motivación y comunicación

Estrategias de selección, capacitación y retención de personal, coaching, etc.

Comportamiento de desarrollo organizacional

Gestión del personal por competencias

Gestión Empresarial con Enfoque de Género e Inclusión Social. Las TIC y su impacto en la economía de los Negocios.

7.3.3 Mercadeo y Publicidad:

Comercio electrónico

Investigación de mercados

Investigaciones de la conducta del consumidor

Estrategias de mercadeo

Marketing y desarrollo de la oferta de bienes y servicios exportables.

Diseño de políticas para la promoción de la oferta exportable.

Gestión de la calidad para la exportación. Sistema de Investigación de Mercados. Aplicaciones en el Sector de Servicios. Sistemas de Evaluación y Selección de Nuevos Proyectos y Productos. Sistemas para las Estrategias de Distribución y Dirección Comercial de la Empresa Detallista. Procesos de Innovación. Sistemas para la modelización en los procesos de innovación. El Mix de la Comunicaciones Corporativa.

Precios de Transferencia, Política Financiera y fiscal en el Comercio internacional; Valorización Comercial en el Comercio Internacional; Importaciones y Exportaciones en el Comercio Internacional; Financiamiento Internacional; Gestión de los Negocios Internacionales. Gestión mercadeo con Enfoque de Género e Inclusión Social. Cultura de Paz y consenso social.

Gestión de Marketing en la Empresa. La Investigación de Mercado. Orientación al Mercado y Competitividad de la Empresa. La marca en la Estrategia de Marketing de las Empresas. Comportamiento del Consumidor. Política de Negocios y Economía de Empresas. Estrategia Social y Económica de los Consumidores. Segmentación y Posicionamiento. Marketing Global. Modelos de Planes de Marketing. Implementación de Estrategias. Sistema de Information de Marketing.

La investigación de la Imagen de Marca de Productos y Servicios. Oportunidades Comerciales. Dinámica Industrial y cambio estratégico. Determinación del mercado objetivo. Posicionamiento. Estrategias de marketing para nuevos mercados y en crecimiento. Estrategias para mercados maduros y en declive.. Relaciones internacionales. Competitividad e Internacionalización de la Empresa. Estrategias de Distribución Comercial. Economía Internacional e Integración Económica. La Organización de la Actividad Exterior de la Empresa. Presencia en los Mercados Exteriores. Plan de Marketing Internacional. Informe Final y Resultados de una Investigación. Estrategias de Marketing Internacional. Control en la Economía Globalizada. Gestión de Cooperación Internacional. La Internacionalización de los Grupos Estratégicos de Empresas de Distribución Comercial. El proceso de globalización de la economía mundial.

7.3.4 Carreras Tecnológicas

Desarrollo de Sistemas Económicos – Financieros

Desarrollo de Sistemas Agro-Industriales y de Recursos Naturales

Diseño de sistemas de Automatización para reingeniería de proceso.

Promoción y desarrollo de las TIC

Desarrollo Web y Multimedia para las organizaciones Productivas y de Servicio con énfasis en la educación y salud.

Implementaciones didácticas en el campo de la energía y la eficiencia energética.

Investigación de herramientas de Hardware que faciliten la automatización de procesos.

Tendencias a diseños gráficos asistidos por computadoras

Implementación por medio de Lot (Internet de las cosas).

Gestión de los sistemas de redes para Diseño y Admón. de servicios de comunicación.

Uso y administración de los gestores de base de datos para el almacenamiento de información y la toma de decisiones

Creación e innovación de aplicaciones informáticas para uso web y multimedia

Capacidad de implementar metodologías para el desarrollo de aplicaciones y sistemas en las TIC.

Evaluar la complejidad computacional y aplicar estrategias algorítmicas para la resolución de un problema.

7.4 Programa de Economía Creativa del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN)

En el 2020 se alcanzaron los siguientes logros: – Acompañamiento para el fortalecimiento de conocimientos empresariales y capacidades para promocionar y comercializar productos con 11,003 protagonistas de pequeños negocios y emprendimientos y 39,516 familias capacitadas y acompañadas para promover emprendimientos creativos de la economía familiar. – Se atendieron 16,591 Jóvenes en espacios de creatividad, innovación y emprendimiento. – Se capacitaron 5,521 asesores pedagógicos y maestros populares en “Cursos de Aprender para Emprender y Prosperar”, en temas relacionados con inducción a la microempresa. – Se capacitaron 21,676 jóvenes y adultos de Primaria y Secundaria en el “Curso para el trabajo y el emprendimiento”, a través del módulo de inducción a la microempresa. – Se realizaron 68 eventos de entretenimiento y promoción a la

innovación, creatividad y emprendimiento. – Se promovieron 64 Proyectos creativos, innovadores y de emprendimiento y 281 familias fueron capitalizadas para el desarrollo de Emprendimientos Creativos. – Se capacitaron 1,441 protagonistas, autoridades locales y técnicos municipales, sobre el Modelo de Economía Creativa y Emprendedora. – Se avanzó en la mejora de servicios en línea y atención directa a los protagonistas de pequeños negocios en los territorios.

Se consolidó el derecho de propiedad intelectual a 99,097 empresarios, artistas e inventores, mediante registro en la Oficina Nacional de Derechos de Autor/MIFIC. – Se formalizaron 23,345 nuevas empresas nacionales y extranjeras, por medio de la Ventanilla Única de Inversiones (VUI); logrando reducir costos, tiempos y número de trámites previos a la exportación e importación por parte de las empresas.

7. Plan Estratégico de la Universidad Técnica de Comercio 2023-2025.
8. Normativa institucional de extensión Social de la UTC
9. Normativa institucional de internacionalización de la UTC
10. Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS.
11. Sistema Regional de Investigación y Posgrado SIRCIP-CSUCA.
12. Política Regional de Internacionalización SIESCA-CSUCA.
- 16 Clasificación Internacional Normalizada de la Educación – CINE 2013.
- 17 Directrices para la recopilación, notificación y uso de datos sobre la Innovación, Manual OSLO, 2018.
- 18 Ley 312, Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos.
- 19 Reglamento a la Ley 312. Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos.
- 20 Ley 380, Ley de Marcas y otros Signos Distintivos
- 21 Reglamento a la Ley 380, Ley de Marcas y otros Signos Distintivos
- 22 Ley de Reforma y Adiciones a la Ley N°. 380, Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, Ley N°. 1024
- 23 Ley 354, Ley de Patentes de Invención, Modelos de Utilidad y Diseños Industriales
- 24 Ley de Reforma y Adiciones a la Ley N°. 354, Ley de Patentes de Invención, Modelos de Utilidad y Diseños Industriales, Ley N°. 1025.

25 Reglamento de la Ley de Patentes de Invención, Modelo de Utilidad y Diseños Industriales, Decreto ejecutivo No. 88-2001.

III.OBJETIVOS DE LA POLITICA DE INNOVACION

OBJETIVO GENERAL

Integrar la innovación en la cultura universitaria de la UTC, para el fomento de la colaboración entre la academia, persona, familia y la comunidad, para contribuir con la erradicación de la pobreza y el desarrollo humano sostenible.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear un marco regulatorio de los procesos de innovación que permita su integración en los diseños curriculares de la UTC.
- Orientar la implementación de la innovación en los procesos pedagógicos y metodológicos de la UTC.
- Facilitar la articulación de la innovación con los procesos docentes, investigativos y de extensión universitaria.
- Promover la aplicación de nuevas tecnologías como Inteligencia Artificial, ciber seguridad y otros, en los procesos de innovación.
- Fomentar la gestión con empresas y sectores productivos, promoviendo la innovación, a través de proyectos investigativos conjuntos, convenios de pasantías para estudiantes y oportunidades de empleo para los graduados.
- Brindar reconocimiento de participación a estudiantes destacados en eventos de investigación, creatividad e innovación en actividades internas y externas de la Universidad.
- Asegurar la gestión y protección de la propiedad intelectual generada en la UTC a través de los proyectos de investigación e innovación.
- Implementar mecanismos de evaluación para medir el impacto económico, social y cultural del país, de las iniciativas de innovación, permitiendo ajustes y mejoras continuas en la política universitaria.

IV.PRINCIPIOS DE LA POLITICA DE INNOVACION

4.1 Principios asociados al objeto.

- Definir con claridad la esencia de la UTC y de la organización contraparte respecto a lo que se es y se hace (**misión**) y lo que se quiere lograr (**visión**).
- Plantear una **estrategia general** del proceso de innovación a implementar.

4.2 Principios asociados al sujeto.

- Disponer de las **aptitudes** (conocimientos, métodos y sistemas) y las **actitudes necesarias** (habilidades blandas como dedicación, empatía, trabajo en equipo, entre otros).
- Contar con un **equipo multidisciplinar y con un liderazgo claro** que guíe los diferentes procesos que se llevarán a cabo dentro de la organización.
- Concertación de alianzas interinstitucionales y territoriales.

a. Principios de método.

- La innovación **debe plantearse como un proceso**.
- Se debe definir y gestionar tanto las fuentes de innovación, como el conocimiento existente en el mercado y la competencia.

La gestión de un proyecto de innovación debe tomar en cuenta las tareas, el calendario de plazos y los recursos que se van a necesitar.

4.4 Principios de salida.

- La idea de innovación debe ser útil o deseable para un cliente real o potencial. **No se puede innovar si no existe un destinatario y/o protagonista en el sector acorde con una demanda potencial.**
- La idea debe materializarse y conseguir su propósito. Caso contrario, no habrá existido innovación.

V. AMBITOS DE LA POLITICA DE INNOVACION

La Política Institucional de Innovación, será aplicada por la comunidad universitaria, en todas las Áreas de Conocimiento que ofrece la Universidad y tendrá aplicación en los territorios donde se implementen los programas de investigación e innovación universitaria.

La innovación debe ser parte del currículo y por tanto de los planes y programas de estudio de la Universidad Técnica de Comercio, para el logro de la integración de la docencia, investigación, extensión, innovación y el emprendimiento.

VI. LINEAMIENTOS DE INNOVACION

Las líneas de investigación deben responder a la problemática económica, social y productiva del país y a partir de sus productos y resultados se generarán los procesos de innovación que se susciten y requieran en los contextos particulares de cada empresa, entes económicos y sociales a nivel de territorio y del país.

En consecuencia, hay que fortalecer trabajo investigativo universitario, para continuar generando innovaciones de procesos, servicios, productos y tecnología. (Marco Estratégico de la Educación Superior 2022-2030)

Desarrollar procesos de innovación e investigación inter y transdisciplinarios incorporando las principales líneas de desarrollo del país: agroindustria, recursos

naturales, gestión de riesgo, cambio climático contenidas en el Marco Estratégico de la Educación Superior 2022-2030.

La UTC debe garantizar la aplicación de metodologías pedagógicas innovadoras que integren tecnologías digitales, promoviendo el uso de plataformas de aprendizaje en línea, recursos multimedia y herramientas colaborativas, en correspondencia con el Plan Nacional de la Educación Universitaria. (Compendio Normativo del Subsistema de Educación Superior Nicaragüense)

Retomar los principales elementos que plantea el Marco Estratégico de la Educación Superior 2022-2030 tales como: El Horizonte de la Educación Superior Nicaragüense y los Lineamientos Estratégicos de la Educación Superior Nicaragüense, así como los Principales Logros en la Lucha contra la Pobreza (Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza 2022-2026)

La Universidad Técnica de Comercio (UTC) comprometida con la formación integral de sus profesionales a nivel superior, pretende incorporar la cultura de Innovación a través de las áreas académicas y líneas estratégicas de sus coordinaciones académicas.

La Universidad Técnica de Comercio (UTC), define a continuación cada una de sus lineamientos de innovación:

- 1. Integrar en el currículo académico la innovación, para el desarrollo de una cultura innovadora, que permita la gestión del conocimiento, la pertinencia social y mejora sostenida en la calidad de la formación de nuestros profesionales, mediante la vinculación de la universidad con las instituciones de gobierno, alcaldías, empresas, PYMES y emprendimientos a cargo de personas cuentapropistas, familias y comunidades a través de:**
 - a. La promoción y aplicación de la investigación e innovación en los procesos de formación universitaria, para la consecución y el desarrollo de las áreas y líneas estratégicas de la UTC.

- b. **La implementación de planes y programas de estudio, en sus diversas modalidades, así como en sus actividades de índole extracurricular.**
- c. El intercambio de experiencias innovadoras a nivel interno y externo de la UTC con instituciones gubernamentales, empresas y universidades, a nivel local, municipal y departamental.
- d. Disposición de talento humano, infraestructura, equipamiento tecnológico, para el desarrollo de proyectos de investigación e innovación, en beneficio de los emprendimientos a cargo de los protagonistas en los territorios, entes económicos, Pymes e iniciativas de pequeños negocios a cargo de cuentapropistas.
- e. La divulgación, socialización y el intercambio de experiencias innovadoras y emprendimientos que acompaña la universidad, a nivel de los territorios y las comunidades.

2. Orientar los procesos de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la generación de productos y procesos innovadores, de acuerdo a las necesidades sociales, a través de:

- a. Suscripción de convenios interinstitucionales entre la Universidad, empresas y otros actores de la economía nacional, para el fomento de la transferencia de innovaciones.
- b. Garantía de la propiedad intelectual de los resultados de los procesos de la investigación e innovación, así como la gestión de acompañamiento para la suscripción de marcas y patentes.
- c. Creación de programas de incubación de proyectos de investigación e innovación vinculados al currículo de las carreras de la UTC, con potencial de aplicación práctica y demanda social.
- d. Generación y gestión de procesos de transferencia de tecnologías para el desarrollo de bienes tangibles e intangibles con valor social.

3. Fomento de experiencias innovadoras, que estimulen el espíritu creativo de la comunidad universitaria en los procesos de enseñanza-aprendizaje de grado y posgrado, a través de:

- a. La promoción de la integración de diferentes disciplinas académicas en proyectos y cursos para abordar problemas complejos desde diversas perspectivas innovadoras, potencializando la creatividad.
- b. La implementación de metodologías de aprendizaje práctico que involucren a los estudiantes en proyectos reales de Pymes, simulaciones y casos prácticos que estimulen la aplicación de conocimientos en contextos del mundo real.
- c. La integración de mecanismos para desarrollar habilidades blandas, como el pensamiento crítico, la resolución de problemas, la comunicación efectiva y el trabajo en equipo, en todos los niveles de formación académica.
- d. La adopción de criterios de evaluación que valoren el conocimiento teórico - práctica, a través de procesos creativos e innovadores en proyectos y situaciones reales de las Pymes.
- e. El fomento de la colaboración entre estudiantes, profesores y miembros de la comunidad universitaria, creando un entorno donde se comparten ideas, conocimientos y recursos para impulsar la innovación.

VII. ESTRATEGIAS DE INNOVACION

La estrategia de innovación se define como la piedra angular de las organizaciones con visión de futuro, guiándolas en el aprovechamiento de la creatividad para navegar por el panorama cambiante de su industria. Elaborada con precisión, sirve de hoja de ruta dinámica, orquestando la fusión de recursos, capacidades y colaboraciones externas para dar a luz ideas revolucionarias. Esta brújula estratégica no es un mero plan; es un catalizador para la evolución continua y la ventaja competitiva. En esencia, una estrategia de innovación eficaz implica una evaluación y selección meticulosas de los proyectos, estableciendo un delicado equilibrio entre los beneficios a corto plazo y la visión a largo plazo.

Componentes claves de una Estrategia de Innovación

1. **Visión:** La estrategia comienza con una visión clara que define el estado futuro deseado de la innovación dentro de la organización. Establece los objetivos y metas de la innovación, como el desarrollo de productos rompedores, la entrada en nuevos mercados, la mejora de la eficiencia operativa o la mejora de la experiencia del cliente.
2. **Alineación con la estrategia empresarial:** La estrategia de innovación debe estar estrechamente alineada con la estrategia empresarial general de la organización. Debe complementar y apoyar los objetivos y prioridades estratégicos más amplios de la organización. La estrategia de innovación garantiza que los esfuerzos de innovación se dirijan a áreas que creen ventajas estratégicas y contribuyan al éxito a largo plazo de la organización.
3. **Gestión de la cartera de innovación:** Una estrategia de innovación implica disponer de una cartera de iniciativas de innovación. Define los criterios para seleccionar y priorizar los proyectos, equilibrar los objetivos a corto y largo plazo y asignar recursos a los distintos tipos de innovación (por ejemplo, incremental, disruptiva, sostenible). La estrategia proporciona un marco para evaluar y gestionar toda la cartera con el fin de maximizar el impacto innovador de la organización.
4. **Asignación de recursos:** Un componente importante de una estrategia de innovación es la asignación de recursos. Determina la asignación de talento humano, recursos económicos, financieros, infraestructura y equipamiento tecnológico, para apoyar las iniciativas de innovación.
5. **Cultura de la innovación y liderazgo:** La creación de una cultura de la innovación es crucial para el éxito de la innovación. La estrategia esboza los valores, comportamientos y prácticas necesarios para fomentar una cultura de la innovación dentro de la organización. Fomenta una mentalidad de experimentación, asunción de riesgos y aprendizaje continuo. El liderazgo desempeña un papel fundamental a la hora de impulsar y apoyar el programa

de innovación, modelar los comportamientos deseados y crear un entorno que fomente y recompense la innovación.

6. **Colaboración y asociaciones:** La colaboración y las asociaciones pueden acelerar la innovación aprovechando la experiencia, los recursos y las redes externas. La estrategia de innovación incluye planteamientos de colaboración con empresas emergentes, instituciones de investigación, actores económicos y otras partes interesadas. Define mecanismos de innovación abierta, empresas conjuntas, alianzas estratégicas o adquisición de empresas innovadoras.
7. **Estrategia de Propiedad Intelectual (PI):** La protección de la propiedad intelectual es una consideración importante en una estrategia de innovación. Establece el enfoque de la organización para identificar, proteger y gestionar los activos de propiedad intelectual resultantes de las actividades de innovación. La estrategia aborda los mecanismos apropiados para patentar y registrar derechos de autor, suscribir marcas o mantener secretos comerciales para asegurar la ventaja competitiva de la organización.
8. **Métricas y evaluación:** La estrategia de innovación define indicadores clave de rendimiento (KPI) y métricas para medir y seguir el progreso y el impacto de las iniciativas de innovación. Establece un sistema para evaluar la eficacia, eficiencia y efectividad de los esfuerzos de innovación, supervisar el éxito de los proyectos y tomar decisiones basadas en datos. La evaluación periódica y los circuitos de retroalimentación permiten mejorar continuamente la estrategia de innovación y su ejecución.

VIII. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

Para analizar el impacto de los lineamientos estratégicos establecidos en esta Política de innovación, se realizará el seguimiento y evaluación de los indicadores para cada acción y actividad que se realice, en base al plan de trabajo establecido por el Departamento de investigación e innovación. Esto se deberá realizar de forma continua para conocer la pertinencia y la importancia de una cultura innovadora a nivel nacional, regional e internacional.

El Departamento de investigación en conjunto con las demás áreas sustantivas y de apoyo de la UTC, serán los encargados de llevar a efecto las estrategias, reglamentos, normativas y procesos, con el objetivo de garantizar que la Innovación esté acorde con las necesidades de la sociedad nicaragüense.

La Política Institucional de Innovación es de obligatorio cumplimiento en todas las Áreas del Conocimiento y coordinaciones específicas de la UTC. El Departamento de investigación propondrá modificaciones o actualizaciones a la misma cuando lo considere necesario, para tal efecto deberá justificar ante la rectoría y la dirección académica las causas y el alcance de la modificación. Una vez autorizada la modificación será difundida a toda la Comunidad Universitaria.

IX. PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA POLÍTICA

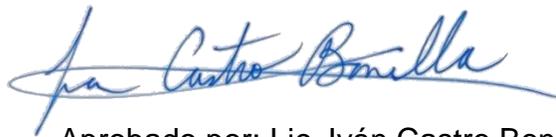
Una vez aprobada oficialmente esta Política Institucional de Innovación será publicada por los diferentes medios de comunicación internos de la institución y estará disponible en la página web de la UTC.

X. DISPOSICIONES FINALES

Corresponde al Departamento de Investigación, dar seguimiento y evaluar el desarrollo de las actividades derivadas de la implementación de la Política de Institucional de innovación. Así también informar al Consejo Universitario sobre el estado de cumplimiento y resultado de los planes de innovación.

XI. APROBACIÓN

En fe de lo anterior se autoriza la presente Política de Innovación de la razón social Universidad Técnica de Comercio (UTC), consta de 11 acápites , en si el documento de **Políticas de Innovación** reúne los requisitos orientados por el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación (CNEA), su finalidad es mejorar el quehacer educativo, el mismo fue revisado y ratificado por el Consejo Superior Universitario, el 26 de junio del 2024 y entra en vigencia a partir de su aprobación.



Aprobado por: Lic. Iván Castro Bonilla

Rector

Universidad Técnica de Comercio (UTC)

