



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia

METODOLOGÍA PARA LA APLICACIÓN DEL MARKETING EN ORGANIZACIONES DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO. CASO DE ESTUDIO MEGACEN.

**CARLOS RODRIGUEZ
BENITEZ**

ODALIS I. MORENO OLIVA

MEGACEN. Centro de Información y Gestión
Tecnológica. Santiago de Cuba.

Bogotá, 14 y 15 de Agosto de
2008



Contenido.

1. Introducción.
2. Objetivo del trabajo.
3. Marketing-innovación como fuente de ideas creativas.
4. Marketing de la innovación.
5. Metodología.
6. Aplicación.
7. Principales resultados.
8. Conclusiones.



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



INTRODUCCIÓN.



- # Para insertarse de forma eficiente en los mercados (globales o locales) en un entorno globalizado de constantes cambios:
 - # Adoptar la filosofía de marketing y,
 - # Utilizar sus herramientas para lograr crecimiento económico que brinde mayores y mejores estándares de calidad de vida y plena satisfacción de las necesidades de la sociedad.



2008

Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



- ✦ Marketing: **Esfuerzo de intercambio** centrado en el mercado, orientado al consumidor y dirigido a generar satisfacción en los clientes como llave para satisfacer los objetivos de la organización.
- ✦ La función del marketing en la economía es la de organizar el intercambio voluntario y competitivo de manera que asegure un encuentro eficiente entre la oferta y la demanda de productos y servicios.



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



- Las estrategias de desarrollo basadas en el lanzamiento de nuevos o mejorados productos y servicios son herramientas indispensables para alcanzar el éxito, sobre todo en un entorno de constantes cambios. Estas decisiones son de suma importancia para la supervivencia y es una responsabilidad de todas las áreas de la organización.



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



OBJETIVO DEL TRABAJO.



- ✦ Exponer la metodología general que se diseñó para la aplicación del marketing en organizaciones de investigación y desarrollo, así como a centros de interfase, aplicado a MEGACEN, Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba.



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



MARKETING-INNOVACIÓN COMO FUENTE DE IDEAS CREATIVAS.



- ✦ 1960: Theodore Levitt publica “La Miopía del Marketing”, base del proceso marketing-innovación.
- ✦ Marketing: Satisfacer las necesidades del cliente mediante el producto y procesos relacionados con su creación, entrega y consumo final.
- ✦ Lo más importante: Investigar los deseos de los clientes.
- ✦ Toda empresa comienza con los clientes y sus necesidades. (No con una patente, materia prima o la habilidad para vender)



2008

Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



MARKETING DE LA INNOVACIÓN.



- ✦ Particulariza los conceptos comunes del marketing en los procesos de innovación. Desarrolla la filosofía del marketing alrededor de los procesos de innovación desde el establecimiento de un clima favorable para el surgimiento de nuevas ideas y la satisfacción de las necesidades de los clientes como una meta incuestionable para el control de los resultados de la innovación.



2008

Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



METODOLOGÍA.



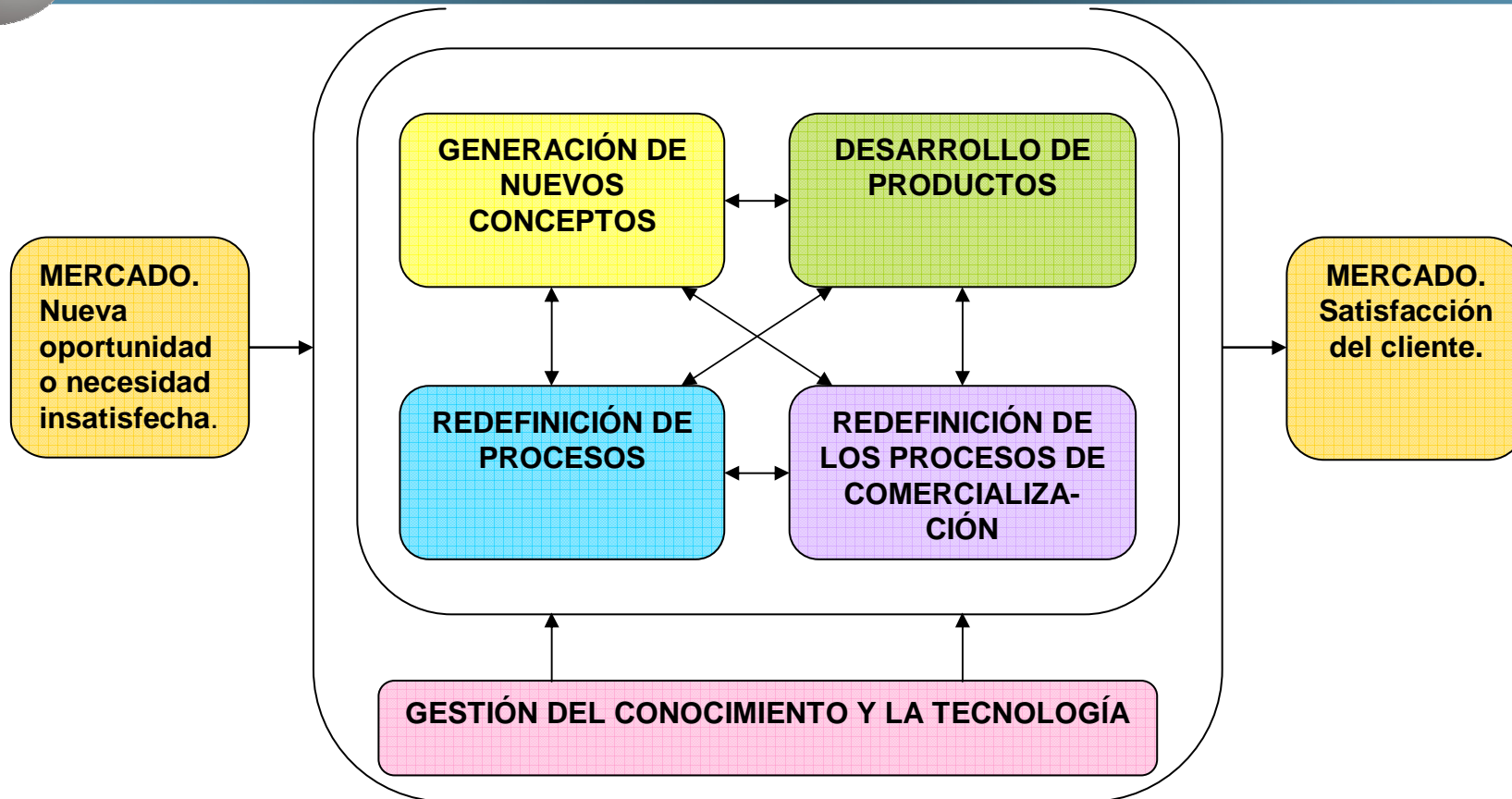
- ✦ Integra los elementos necesarios para una aplicación efectiva del marketing en organizaciones de I+D con el objetivo fundamental de minimizar las barreras entre estas organizaciones y las empresas, para lograr mayor efectividad en la transferencia de tecnología y conocimiento hacia el sector empresarial.



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



Modelo de innovación basado en procesos.



✦ Comprende el desarrollo de los siguientes elementos:

1. Aplicación de Guía Metodológica para la evaluación de la innovación y el marketing en la organización.

Evaluación de la actividad de innovación y marketing en las organizaciones. Se emplea un instrumento diseñado al efecto por la autora.



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



2. Diseño de una "Caja de Herramientas".

Herramientas o prácticas que podrán (y deberán) ser adaptadas por cada empresa para adecuar a sus propios propósitos y situaciones y podrán utilizarse independientemente o en distintas combinaciones.



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



3. Programa de Formación.

Formación empresarial enfocada fundamentalmente a la gestión del marketing y de la innovación mediante actividades teórico-prácticas: Técnicas y métodos de investigación comercial, Marketing, Gestión de la Innovación y Tecnología, Trabajo en equipo y solución de problemas, Gestión de Proyectos, Gestión de Calidad ...



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



4. Aplicación y control de los resultados.



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



APLICACIÓN. MEGACEN. DIAGNÓSTICO.



- ✦ **Innovación.** No orientación al desarrollo de nuevos o mejorados productos o servicios. Falta de una filosofía para desarrollar el trabajo en equipo. Inadecuada gestión del conocimiento y la tecnología. Inexistente cultura de la Innovación.
- ✦ **Marketing:** El centro contaba con un área dedicada a la actividad de comercialización enfocada solamente a las ventas de los servicios sin contar con una estrategia definida. No se conocía la influencia de los factores externos e internos del mercado.



2008

Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



PRINCIPALES RESULTADOS.



- ✦ Matriz de prioridades de las variables de marketing para centros de I+D y de interfase.
- ✦ Preparación de especialistas y directivos.



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



- ✦ Diseño e Implementación de:
 - ✦ Planeación estratégica del centro.
 - ✦ Plan de marketing de innovación y tecnología.
 - ✦ Estrategia de comunicación.
 - ✦ Dirección Integrada de Proyectos (DIP).
 - ✦ Sistema de Gestión de Calidad.
 - ✦ Sistema de Relaciones con los Clientes (CRM).
 - ✦ Estrategia de Colaboración Internacional.



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



- ⊕ Acciones para acercar el trabajo de marketing entre centros de I+D y las empresas.
- ⊕ Implantación de una filosofía de acción válida en toda la organización al servicio de los clientes.
- ⊕ Incremento de los servicios prestados a las principales ramas de desarrollo del territorio.
- ⊕ Incremento del número de nuevos o mejorados productos o servicios.
- ⊕ Incremento de la competitividad.



2008

I Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



CONCLUSIONES.



- ✦ En centros de I+D la utilización del marketing de la innovación y tecnología (implementado en un plan) es fundamental en la medida que garantiza una orientación estratégica para la organización, de la misma forma, el objetivo es transformar a todos los miembros de la organización en actores activos, elevando la competitividad de la organización.
- ✦ La aplicación en organizaciones de I+D resulta de considerable valor, como ha quedado demostrado por los resultados obtenidos en MEGACEN.



2008

Congreso Internacional de Gestión
Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia



2008

Congreso Internacional de Gestión Tecnológica e Innovación

Agosto 14 y 15 de 2008
Bogotá DC. - Colombia

MSc. Lic. Odalis I. Moreno Oliva.

E-mail:

oimo@megacen.ciges.inf.cu

+53 22 652876