



# Marketing tecnológico



# Objetivo

Convertir la necesidad del cliente en ingresos mediante una propuesta de valor.



## ¿Cómo se logra?

Influyendo en el proceso de compra.



— ¿CÓMO SE APLICA AL AMBITO TECNOLÓGICO?



## Oferta



## Demanda



**Emprendedores.**  
**Inventores.**  
**Centros de Investigación.**

Modelo de negocio  
 Estrategia de PI  
 Plan de comercialización  
 Valoración económica  
 Negociación y acuerdos

**Empresas.**  
**Comunidades.**  
**Organizaciones.**

Scouting tecnológico  
 Establecimiento de acuerdos  
 Acompañamiento e  
 implementación



# Mercado tecnológico

— ¿CÓMO SE LLEGA AL MERCADO?





# Importancia de un modelo de negocio

Es la forma como una organización crea, proporciona y capta valor.



## Empresa

- Actividades clave.
- Alianzas clave.
- Recursos clave.
- Estructura de costos.

## Propuesta de valor



## Mercado

- Segmentos de clientes.
- Relación con los clientes.
- Canales de comunicación y distribución.
- Fuente de ingresos.



El producto o servicio de la organización debe suplir las necesidades del cliente de una manera diferencial a cómo lo hace la competencia.

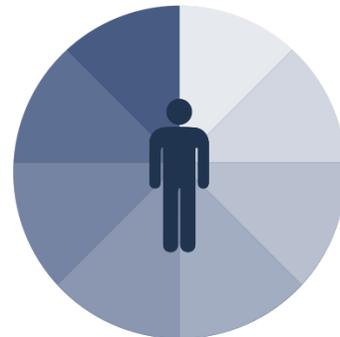
## Empresa



- Productos y servicios
- Generadores de alegría
- Alivio de preocupaciones



## Cliente



- Tareas y necesidades
- Beneficios
- Preocupaciones

# Propuesta de valor

— ¿CÓMO SE CONECTA LA PROPUESTA DE VALOR  
CON EL SEGMENTO DE CLIENTES?



# Insight

Comprensión de las necesidades reales expresadas y no expresadas por el cliente.



- ¿Por qué piensa lo que piensa?
- ¿Por qué se comporta como se comporta?
- ¿Por qué siente lo que siente?



## Investigador

Distribución de los recursos.

Omitir necesidades del mercado.

Proyectos de corto plazo.

Tecnologías en etapa inicial, poca implementación.

No se desarrolla producto mínimo viable.



**Alta  
mortalidad  
de  
proyectos  
de I+D+i**

## Mercado

Mantener o aumentar margen de utilidad.

Aumentar ingresos, reducir costos.

Lanzar nuevos productos/ servicios.

Identificar nuevas oportunidades/servicios.

Buscan crecer y vender más.

# Retos del marketing tecnológico

Investigadores y mercado tienen lenguajes y enfoques distintos. Ese contraste genera barreras para transferencia de tecnologías.





# Gracias por su atención!

Esta presentación fue una elaboración propia del CATI UMNG con base en el webinar sobre Marketing tecnológico brindado por Minciencias en 2020.\*

Si requieren más información sobre Marketing tecnológico pueden agendar una asesoría escribiendo a los correos:

[paula.ruiz@unimilitar.edu.co](mailto:paula.ruiz@unimilitar.edu.co)

[diana.martinezr.unimilitar.edu.co](mailto:diana.martinezr.unimilitar.edu.co)

