

Estrategias de marketing  
aplicadas a servicios  
técnicos y resultados  
generados en instituciones  
de I+D, por UNL, UPV,  
MINCyT y CONICET



Mg. María Rosa Sanchez Rossi  
Ing. Daniel Scacchi  
SANTA FE, OCTUBRE DE 2016



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DEL LITORAL

# Objetivo de la consultoría

---



Lograr identificar estrategias de marketing aplicadas a productos y servicios tecnológicos y a resultados de las actividades de I+D para su posicionamiento y posterior comercialización por parte de instituciones y organismos que conforman el SNCTIP.



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DEL LITORAL

# Integración del Consorcio

---



- **Universidad Nacional del Litoral**

Centro para la Transferencia de los Resultados de la Investigación  
- CETRI Litoral, y  
MBA Facultad de Ciencias Económicas.

- **Universidad Politécnica de Valencia**

Centro de Apoyo a la Innovación, la Investigación y la Transferencia  
de Tecnología - CTT.



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DEL LITORAL

# Grupo consultor

---

- Daniel Scacchi
- Fernando Conesa
- Elena Canetti
- Francisca Sánchez
- María Rosa Sánchez Rossi
- Maria Fernanda Andrés
- Marcelo Grabois
- Ma. Veronica Godoy
- Simón Gonzalez
- Ma. Victoria Luque
- Ramiro Picasso
- Julio Bayona
- Claudia Nunia
- Clarisa Dipaolo
- Javier Varisco
- Estafania Staffieri
- Ma. Laura Rodriguez

- a. Carteras de productos y servicios tecnológicos existentes en el ámbito de la I+D.
- b. Las principales metodologías de screening tecnológico.
- c. Las metodologías de valuación de productos y servicios tecnológicos.
- d. Estrategias y herramientas utilizadas a nivel internacional en el Marketing Tecnológico, en particular formas de comunicación.
- e. Plataformas comerciales de Marketing Tecnológico.
- f. Experiencias, modelos, cursos, manuales de buenas prácticas y los principales actores a nivel nacional e internacional, tanto instituciones como individuos.

# Plan de actividades

---

- **Etapas I.** Elaboración del estado de situación del marketing tecnológico, a partir de información secundaria y su análisis.
- **Etapas II.** Validación por Especialistas. Generando información primaria a partir de entrevistas semiestructuradas con referentes nacionales e internacionales.
- **Etapas III.** Taller que permita discutir, reflexionar, identificar y compartir buenas prácticas a partir del aporte del conocimiento acumulado por especialistas.
- **Etapas IV.** Redacción de documentos publicables y plan a implementar por el MINCYT para el apoyo a OCTs en sus estrategias e comercialización.

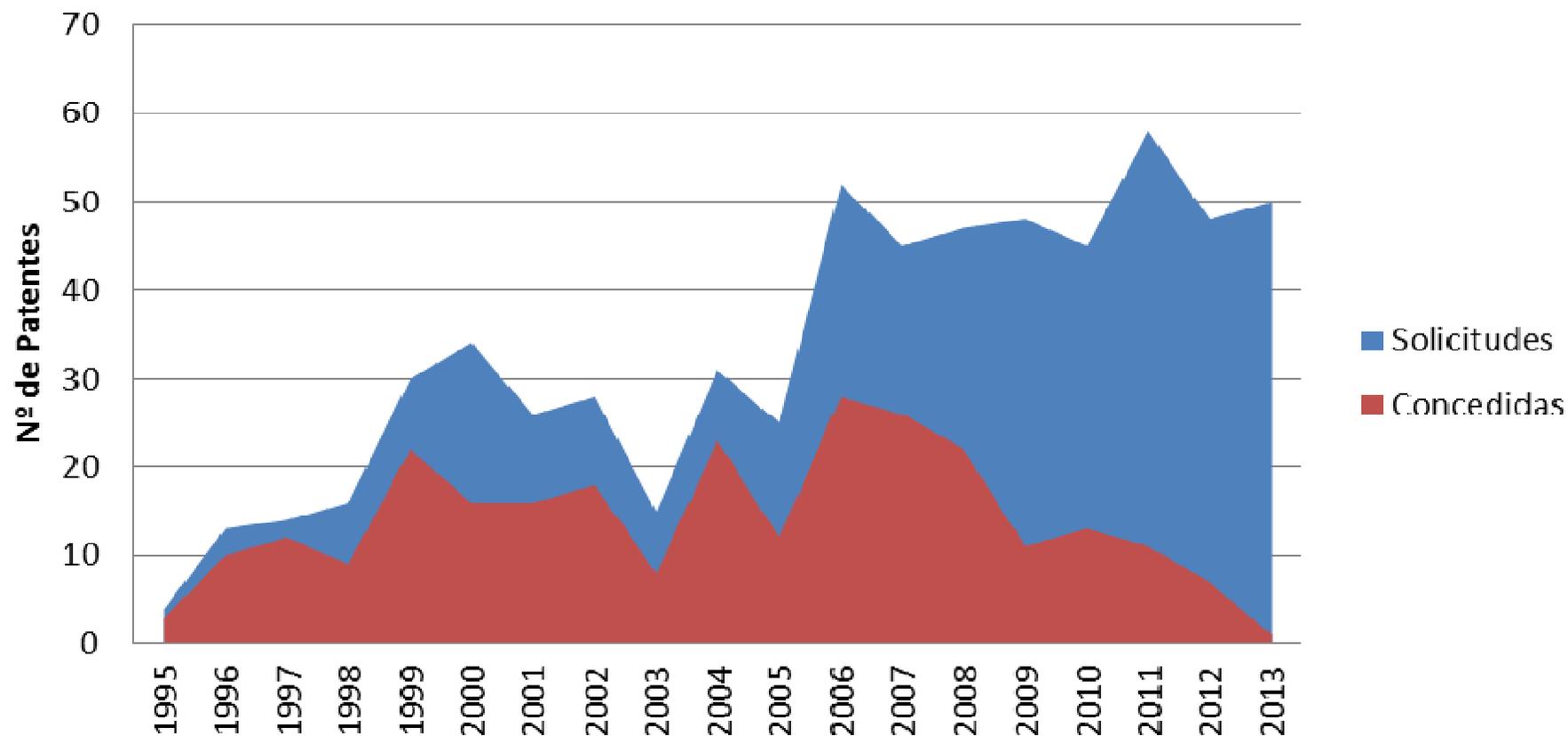
- Revisión bibliográfica (estado del arte).
- Realización de entrevistas en profundidad a referentes de la actividad a nivel internacional y nacional (personales y virtuales).
- Aplicación de una encuesta a nivel nacional para estimar un grado de desarrollo local en el tema.
- Observación de las páginas web de organismos de ciencia y tecnología argentinas.
- Organización de un taller con representantes de las principales instituciones nacionales en la temática.

# Marco Conceptual

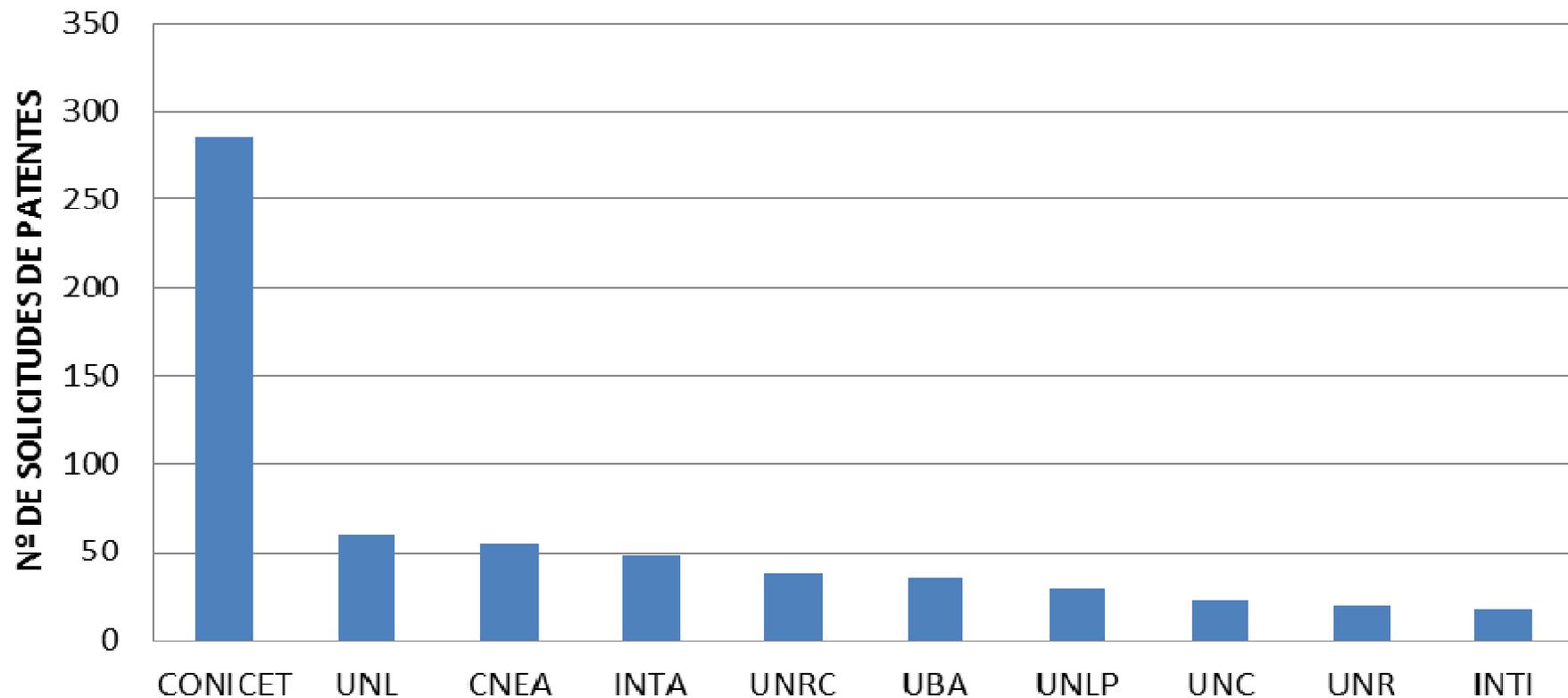
---

- Definición.
- Ámbito de aplicación.
- Reconocimiento de las variables.
- Productos: Capacidades y Resultados.

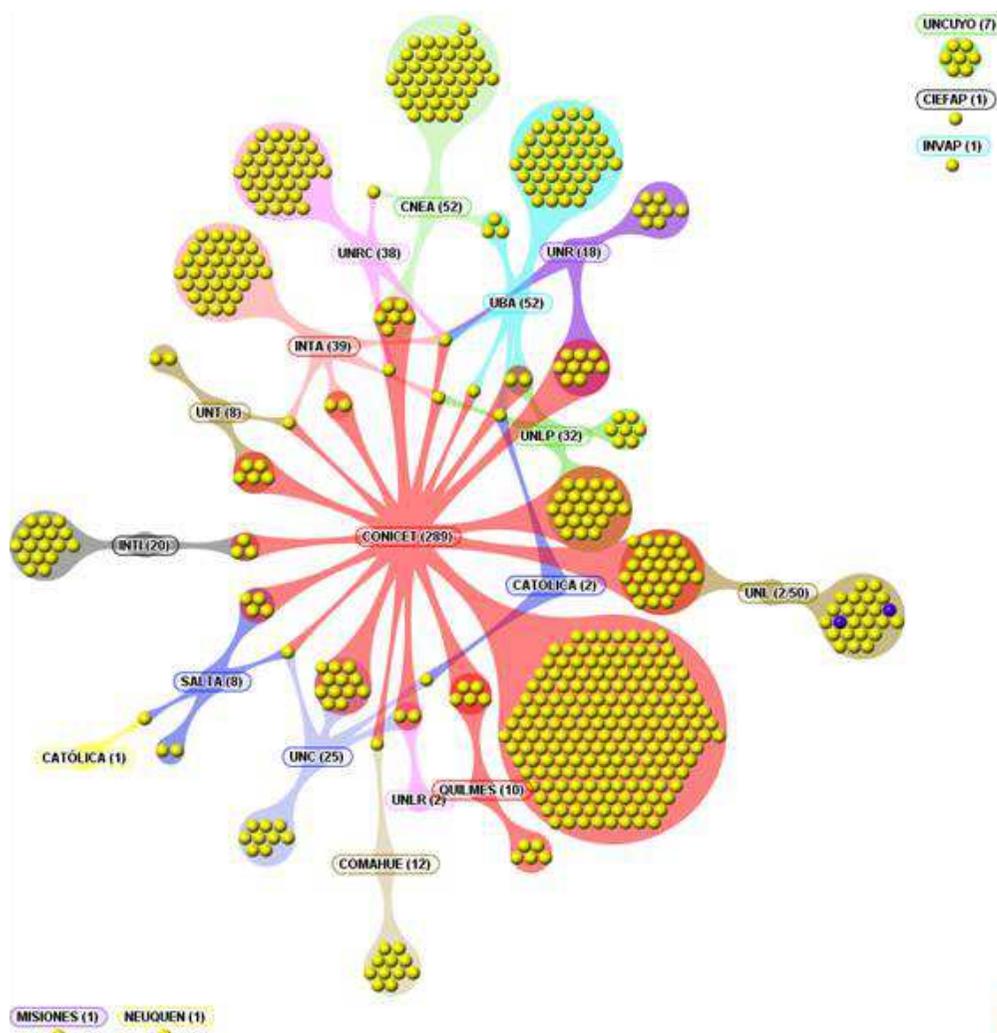
# Patentes solicitadas vs. concedidas



# Instituciones de I+D con mayor número de solicitudes de patentes argentinas



# Cotitularidad de patentes



# Derechos de Obtentor

---

De 12000 registros de variedades vegetales inscriptos en el Registro Nacional de Cultivares (RNC) y en el Registro Nacional de Propiedad de Cultivares (RNCP) a mayo 2015, el 8% corresponde a instituciones de I+D argentinas. La mayoría fueron solicitadas por empresas nacionales y extranjeras.

Del 8% correspondientes a instituciones públicas de I+D, el 75% corresponde al INTA.

# Entrevistas

---

Se entrevistaron 27 expertos internacionales, destacados gerentes de Oficinas de vinculación Tecnológica y Transferencia de Tecnología de: España, Francia, Gran Bretaña, Colombia, México, Estados Unidos, Canadá, Corea del Sur, Israel, Singapur, Australia.

Temas abordados:

- marco institucional,
- políticas de transferencia,
- screening,
- valuación,
- marketing tecnológico,
- plataformas comerciales.

# Entrevistas

---

Instituciones líderes en Marketing Tecnológico:

- Universidad de Yissum (Israel).
- Universidad de Waterloo (Canadá).
- Isis Innovation Universidad de Oxford (Inglaterra).
- Universidad de Stanford (Estados Unidos).

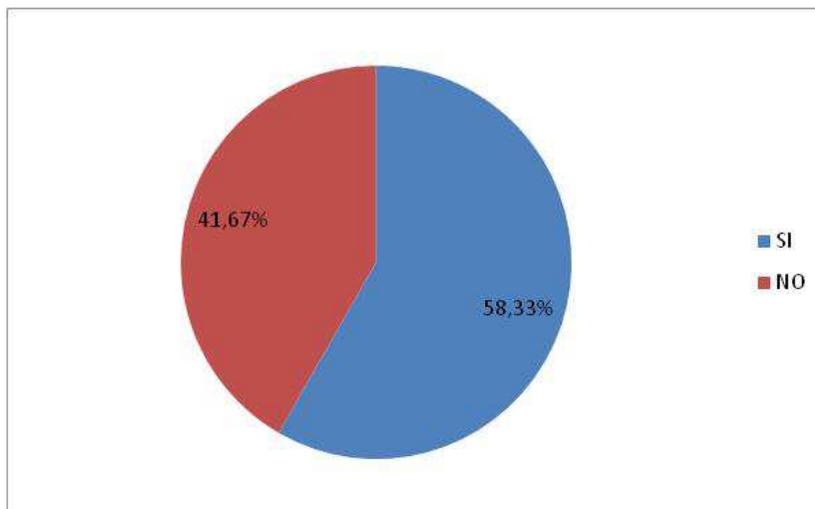
# Encuesta

De 41 universidades nacionales y tres instituciones públicas de I+D contactadas, respondieron 18:

<b>Número de profesionales afectados con dedicación exclusiva a la OVTT</b>	<b>Numero de instituciones</b>
1 a 5	6
5 a 10	6
10 a 20	3
20 a 50	2
más de 50	1

# Resultados encuestas

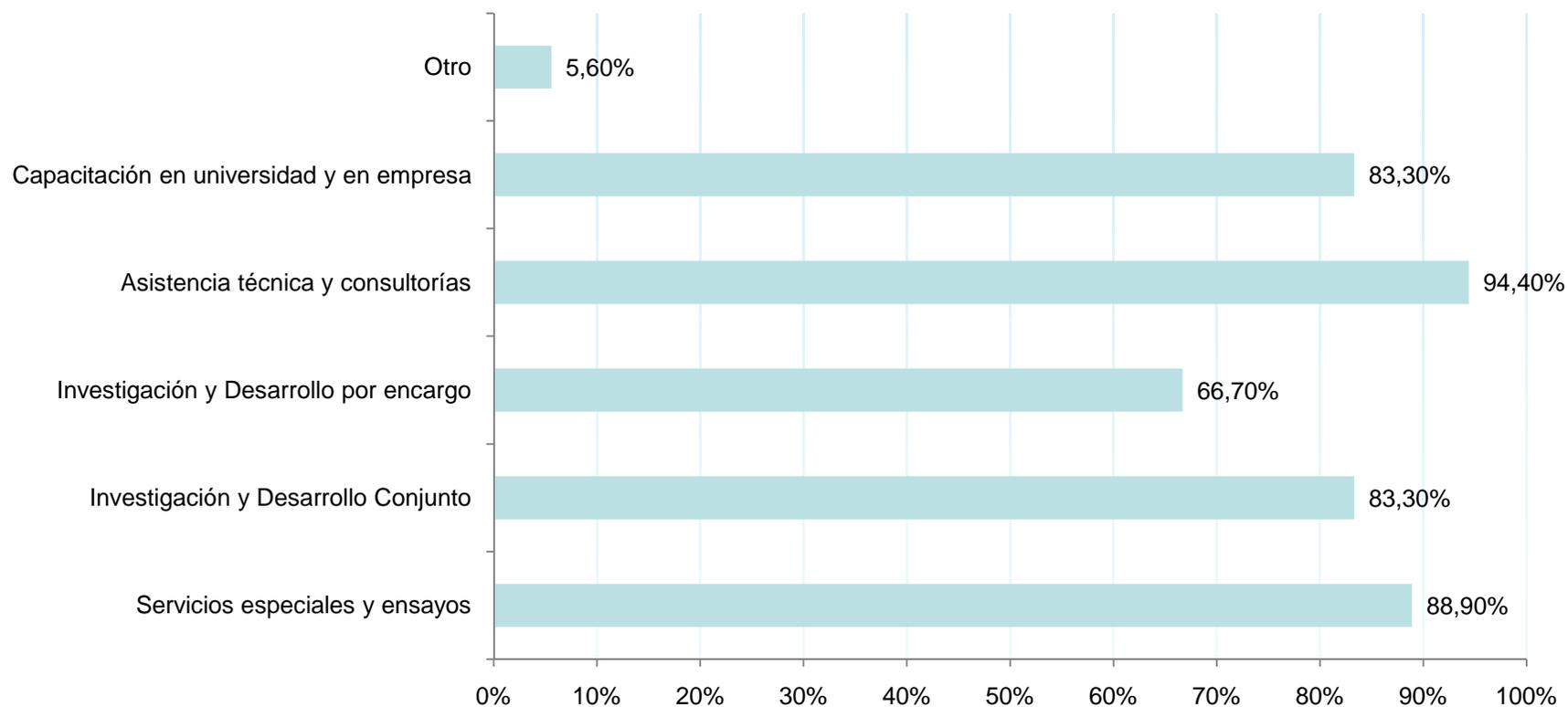
- La mitad de las OVTT encuestadas realiza reuniones con el personal de diferentes áreas del Instituto/Universidad para evaluar la información sobre el mercado/clientes.
- Sólo una de las OVTT encuestadas dispone de una metodología de identificación y aproximación a potenciales clientes.



¿Dispone de una metodología de confección de ofertas de tecnología?

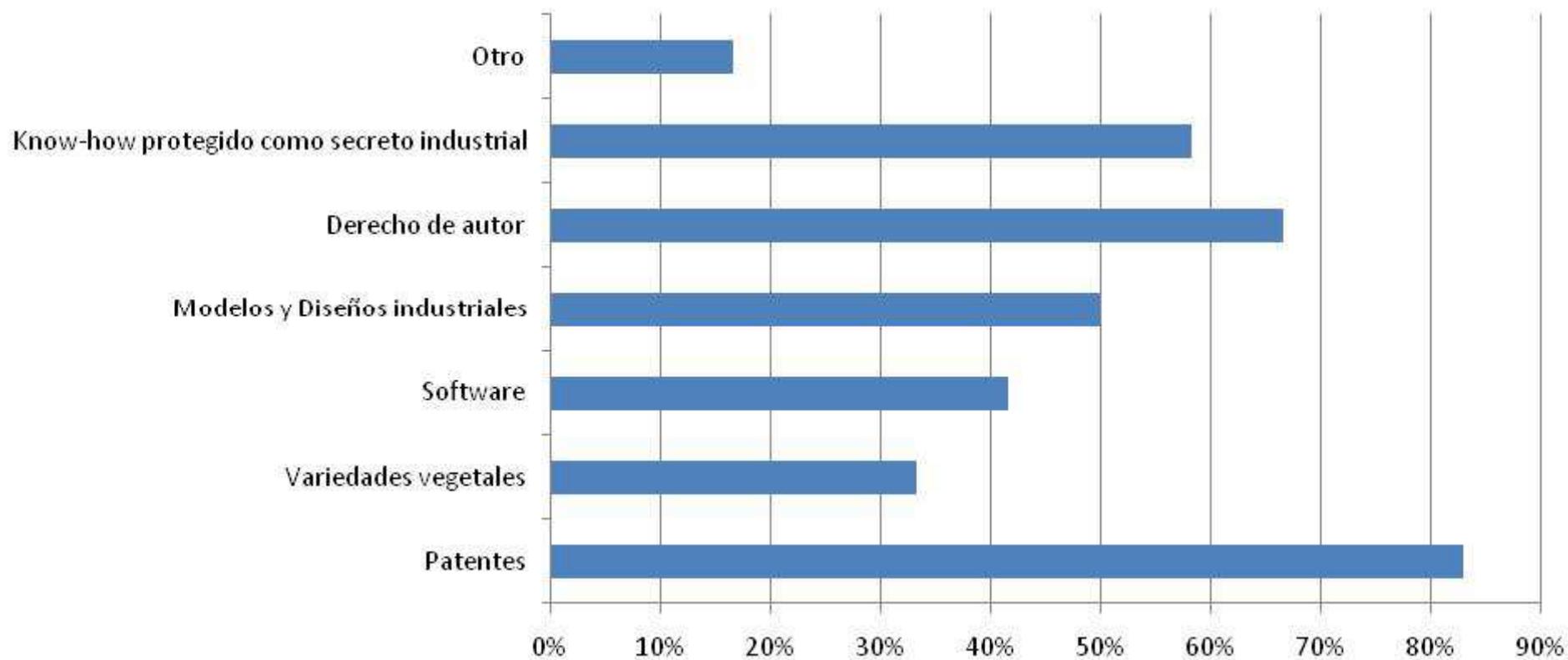
# Resultados encuestas

## Servicios que ofrecen las OVTT.



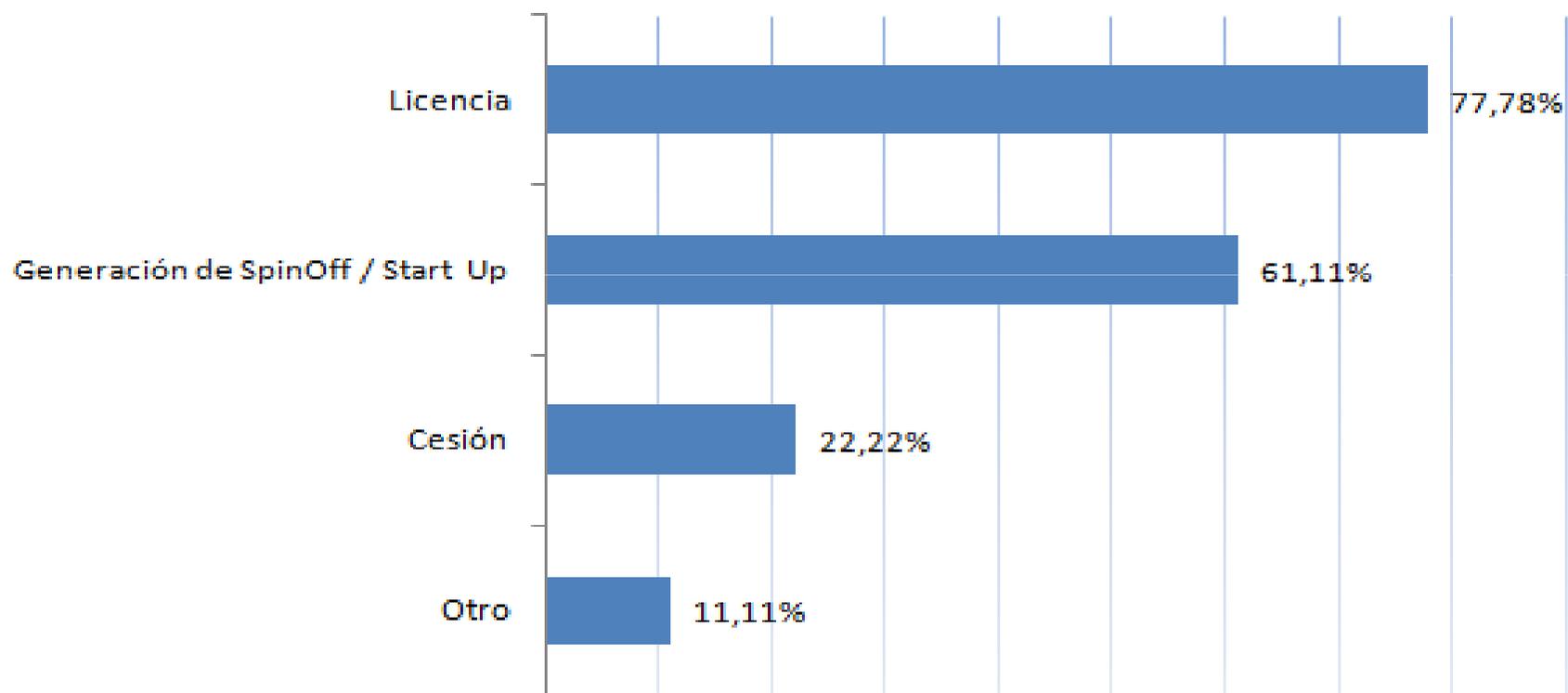
# Resultados encuestas

Portafolio de productos de las OVTT.



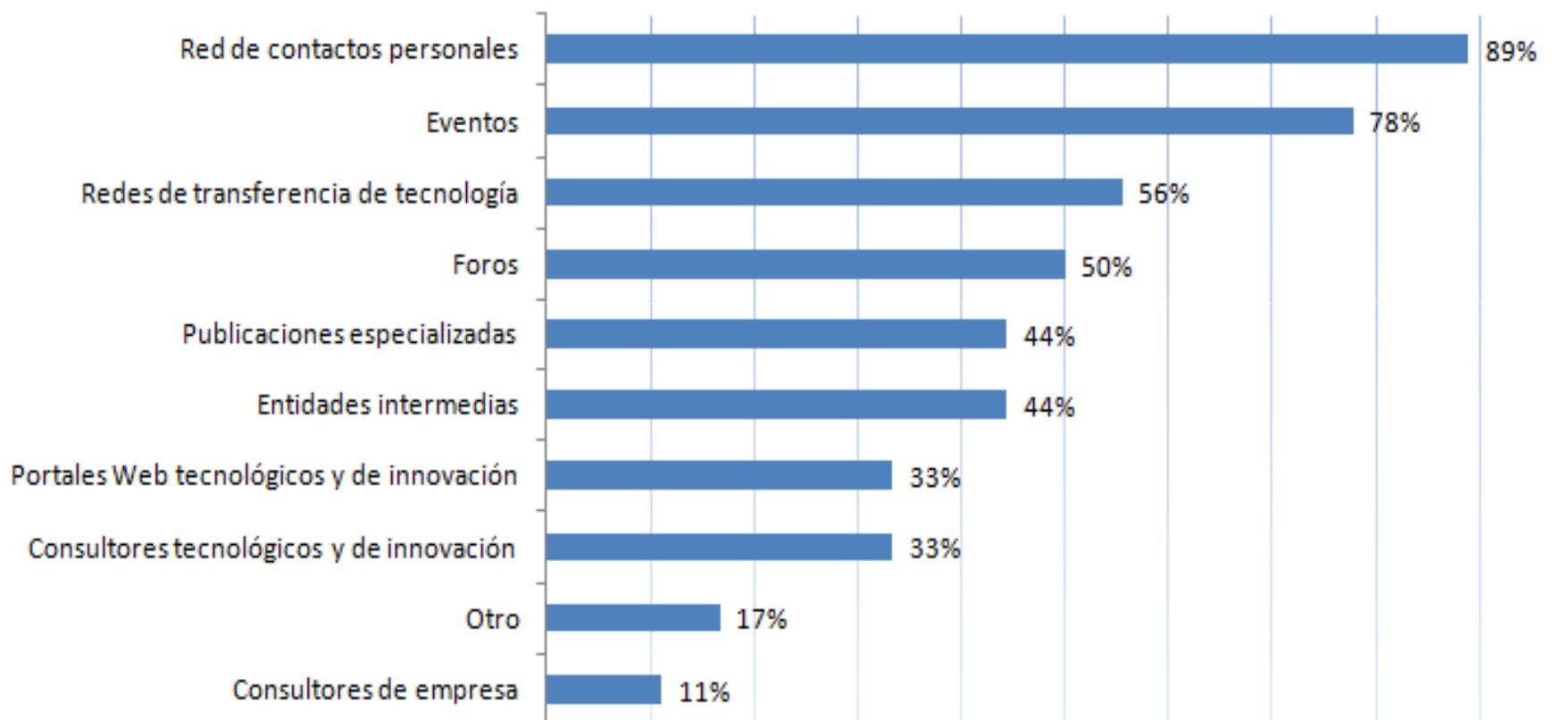
# Resultados encuestas

Mecanismos para la transferencia de resultados.



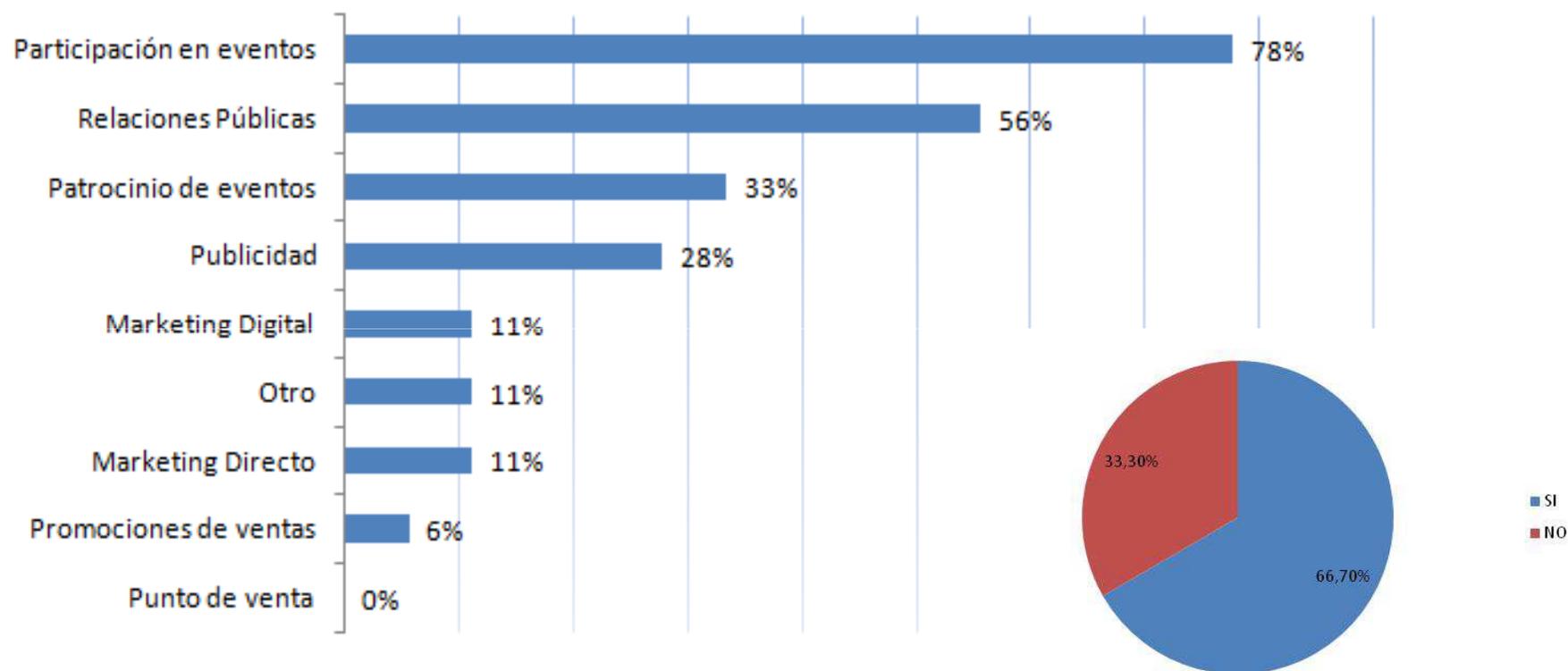
# Resultados encuestas

## Canales empleados para la difusión de tecnología y conocimiento



# Resultados encuestas

Acciones de comunicación en transferencia de tecnología y conocimiento.



# Relevamiento webs OCYT argentinas

---



- 122** Organismos de la Argentina, a saber:
- 16** Instituciones integrantes del Consejo Interinstitucional de Ciencia y Tecnología (CICYT).
- 57** Universidades Públicas Argentinas, nucleadas en el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN).
- 49** Universidades Privadas Argentinas, nucleadas en el Consejo de Rectores de Universidades Privadas (CRUP).

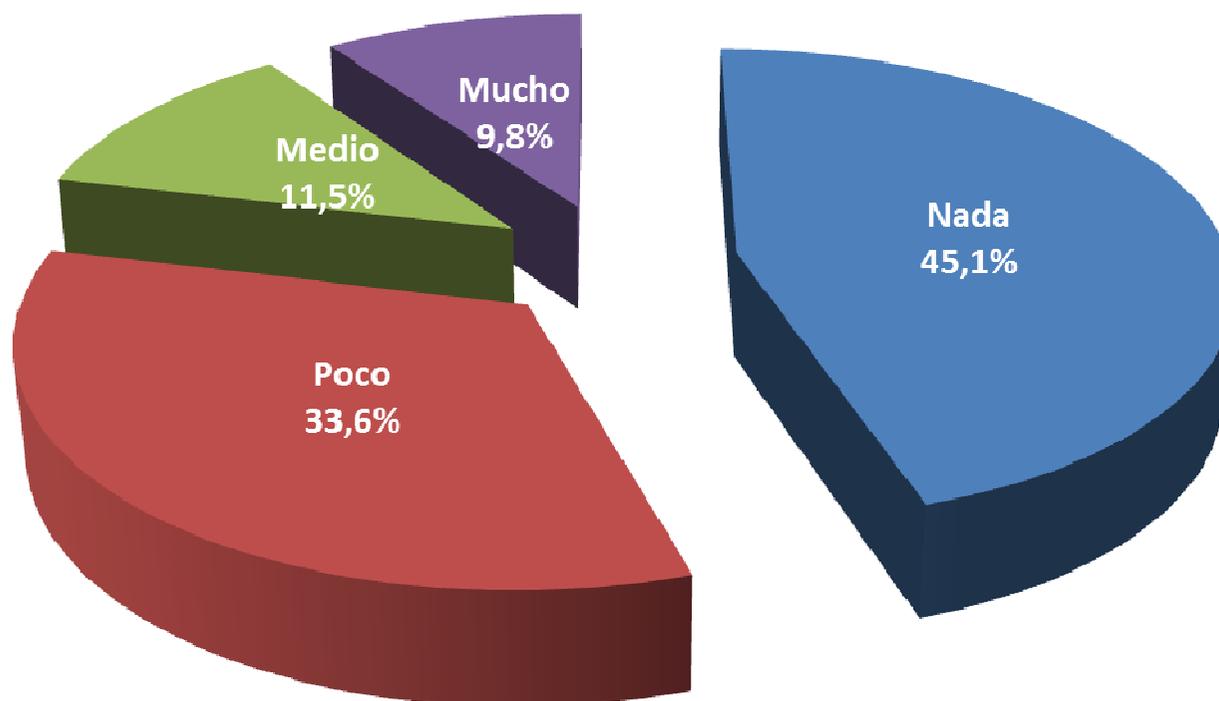


UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

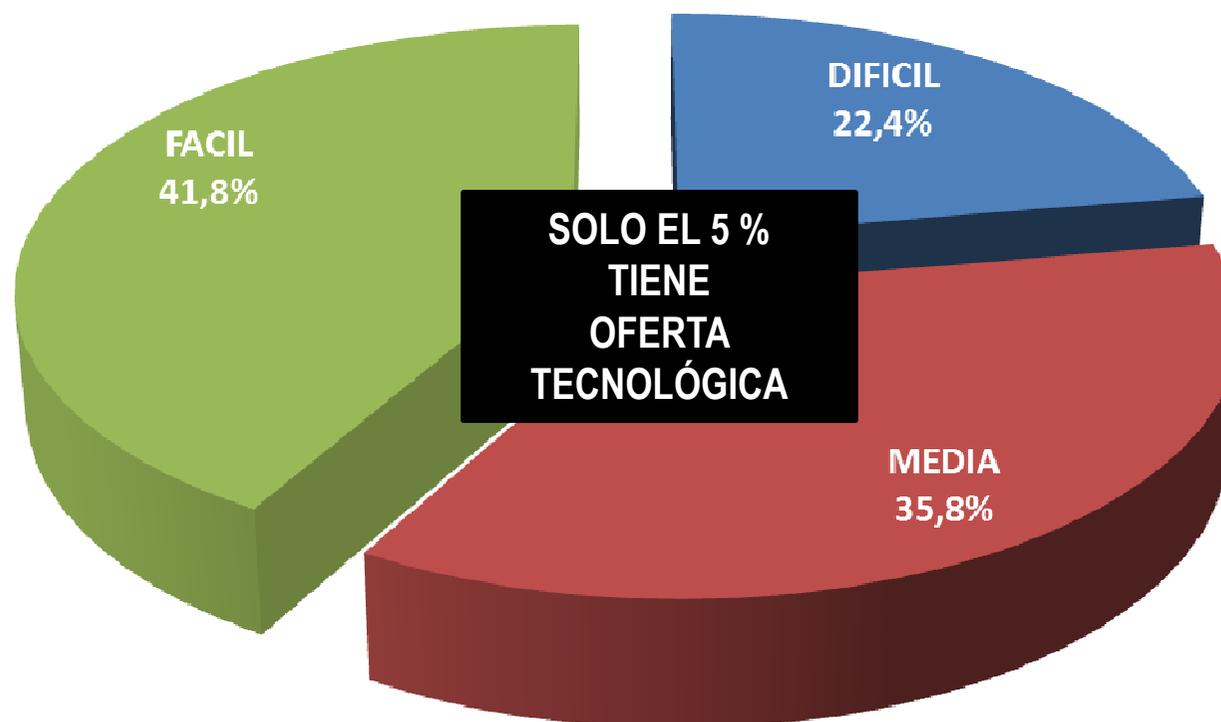


UNIVERSIDAD NACIONAL  
DEL LITORAL

# Presencia de vinculación en la página



# Accesibilidad de temática de vinculación



## Objetivos

- Presentar los avances realizados en el marco de la consultoría.
- Discutir, reflexionar, identificar y compartir buenas prácticas en la gestión de marketing de productos y servicios tecnológicos resultantes de I+D.
- Generar aportes para validar y completar las conclusiones de los documentos generados previamente y construir consensos entre actores calificados de instituciones de Argentina y del exterior.



# Taller

Lograr identificar estrategias de marketing aplicadas a productos.

Coincidencia diferenciar capacidades y resultados.

Puntos importantes para marketing externo:

- Oferta Tecnológica.
- Estudios de demandas.
- Seguimiento de graduados.
- Plan de Negocios de los proyectos a licenciar.
- Plataformas de gestión.
- Posicionamiento de marca institucional.
- Simplificación de procesos.

Puntos importantes para marketing interno:

- Sensibilización de investigadores.
- Incentivo para actividades de transferencia.
- Trabajo en conjunto CyT y Vinculación.

Acciones para OVTT que inician actividades:

- Sensibilización.
- Relevamiento de la oferta interna.
- Reconocimiento del territorio.



# Organización del trabajo

---

- Marco conceptual Marketing Tecnológico.
- Variables del Marketing en Instituciones de I+D.
- Selección y valorización de proyectos de I+D+i.
- Aplicaciones al Marketing de Capacidades.
- Aplicaciones al Marketing de Resultados.
- Relevamiento de páginas web de instituciones de I+D argentinas.

# Reflexiones Finales

---

Resultados de la experiencia como grupo de trabajo:

- CETRI.
- MBA.

Recomendaciones de la consultoría:

- Acciones y para el desarrollo del marketing tecnológico.
- Análisis de mercados.
- Oferta tecnológica.
- Páginas web de las OVTT.
- Pruebas de concepto.
- Indicadores.

**MUCHAS GRACIAS**

**Ing. Daniel Scacchi**

**Secretaría de Vinculación Tecnológica  
y Desarrollo Productivo  
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL**

[dscacchi@unl.edu.ar](mailto:dscacchi@unl.edu.ar)

Skype: Daniel.scacchi

[www.unl.edu.ar/empresa](http://www.unl.edu.ar/empresa)



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DEL LITORAL