



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

*Odalis I. Moreno Oliva*

*Máster Dirección de Empresas. Universidad de Oriente. Realiza doctorado en Economía aplicada en el área de marketing. MEGACEN, Centro de Información y Gestión Tecnológica. Santiago de Cuba, Cuba. oimo@megacen.ciges.inf.cu*

### **Resumen**

La economía mundial se caracteriza actualmente por una alta competitividad, se desenvuelve en un entorno de constantes cambios y un acelerado desarrollo científico técnico. En este contexto conocer el mercado permite proyectar soluciones para el buen desarrollo de las empresas. Así, el marketing debe ser entendido como un sistema de pensamiento, un conjunto de creencias, valores, opiniones y actitudes respecto al modo más correcto de enfocar la actividad de intercambio entre una organización y su entorno. Es tanto una filosofía como una técnica. El marketing de la 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. De tal forma que cubre todo el desarrollo de la innovación, desde las características de las personas y equipos, hasta el éxito de la innovación en el mercado. Uno de los problemas que se presentan hoy en día consiste en adaptar estos conceptos fundamentalmente para organizaciones que realizan actividades de investigación y desarrollo. El trabajo tiene como objetivo fundamental exponer la metodología general que se diseñó para la aplicación del marketing de la innovación en organizaciones de investigación y desarrollo así como a centros de interfase, aplicado específicamente al Centro de Información y Gestión Tecnológica. Su aplicación resultó de considerable valor, como ha quedado demostrado por los resultados obtenidos. En centros de investigación y desarrollo, la utilización del marketing de la innovación es fundamental pues garantiza una orientación estratégica para la organización y el objetivo es transformar a todos sus miembros en actores activos de la misma, elevando su competitividad.

*Palabras Clave: Innovación, Creatividad, Marketing, Marketing de la innovación.*

*Key Words: Innovation, Creativity, Marketing, Marketing of innovation.*