# Formulario de descripción de servicio

Este documento tiene por objeto presentar servicios susceptibles de ser comercializados, sirviendo además como base para la difusión a través de los medios pertinentes: página web, brochure del servicio, catálogo de productos y servicios, prensa, revistas, entre otros. Es por ello que debe exponer claramente los aspectos clave, la aplicación empresarial o industrial y las oportunidades de mercado de forma clara.

Por todo esto, es de vital importancia que los textos utilicen un lenguaje dirigido a personas no especializadas en el campo y que sean lo más promocionales posible (ej. “Brinda soluciones para…”, “Te ofrece la oportunidad de…”)

## Contacto

|  |  |
| --- | --- |
| Nombre del investigador principal |  |
| Grupo de investigación |  |
| Unidad académica |  |
| Teléfono y/o extensión |  |
| Celular |  |
| Correo electrónico |  |
| ¿El que rellena este formulario es el investigador principal? | SI ( ) NO ( ) En caso de que la respuesta sea NO también debe diligenciar los siguientes datos de contacto. |
| Nombre del responsable |  |
| Celular |  |
| Correo electrónico |  |

## Descripción del Servicio

|  |
| --- |
| Título |
| Lo más corto y comercial posible |
|  |

|  |
| --- |
| Palabras clave |
|  |

|  |
| --- |
| Áreas de aplicación |
| Aplicaciones industriales o empresariales (Ej. Salud, Alimentos, Construcción e infraestructura, Sector metalmecánico, Arquitectura, Empresa farmacéutica, Clínicas, etc.) |
|  |

|  |
| --- |
| Resumen |
| 60 palabras para describir el factor clave del servicio (Ej. “La solución estratégica para…”) |
|  |

|  |
| --- |
| Descripción, características fundamentales y resultados que ofrece |
| Describir los resultados o características de la oferta, información del contexto, resumido texto introductorio del servicio, en qué consiste, características novedosas, las soluciones que ofrece - en resumen: qué, para qué y porqué. (Ej. “Ofrece una solución rápida, fiable y con altos estándares para…”, “Permite la toma de decisiones en línea con las estrategias…” ) |
|  |

|  |
| --- |
| Equipos especializados |
| Enumerar y describir resultado del equipamiento especializado con que se cuenta para prestar el servicio. |
|  |

|  |
| --- |
| Ventajas competitivas |
| Describir las ventajas diferenciadoras con respecto a la competencia (Ej. “Mayor rapidez de identificación de soluciones…”, “Acceso a técnicas de tipificación y desarrollo de modelos de alto impacto en los procesos en la cadena de valor…”). |
|  |

|  |
| --- |
| Mercado potencial |
| Explicar a qué mercado está dirigido, porqué (alta demanda, crecimiento, alta necesidad en un sector incipiente. |
|  |
| ¿Se ha contactado alguna empresa para su explotación? Y ¿Conoce alguna que pudiera estar interesada? |
|  |

|  |
| --- |
| Plaza del mercado |
| ( ) Internacional  ( ) Nacional  ( ) Local en el sitio  ( ) Local en nuestras dependencias |

|  |
| --- |
| Empresas e instituciones de referencia |
| Enumerar empresas privadas o instituciones públicas de renombre a las que se les ha prestado el servicio |
|  |

|  |
| --- |
| Información adicional |
| Página Web: |
| Comentarios: |
| Dibujos o fotografías: |

|  |
| --- |
| Referencia comercial al Grupo de Investigación |
| En 2 párrafos de máximo 40 palabras totales, describir la experiencia, calidad y orientación. |
|  |

|  |  |
| --- | --- |
| Contacto comercial del grupo de investigación | |
| Nombre comercial del grupo |  |
| Correo electrónico |  |
| Teléfono |  |