

GUÍA · OCTUBRE DE 2026 · UP STUDIOS

MARKETING PARA EMPRESAS DE ROBÓTICA, IOT E IA

Cómo compran las empresas industriales y tecnológicas, qué marketing funciona en deep tech B2B, qué hacen las marcas que lo hacen bien y qué protocolos no se pueden saltar.

1 • CÓMO COMPRA UNA EMPRESA INDUSTRIAL O TECNOLÓGICA

Dato	Qué significa para tu marketing
11,3 meses de ciclo medio y 11 personas en el comité de compra (6sense 2024) 	No se vende a «el dueño»: se vende a CTO, jefe de planta, compras, dirección financiera y a veces seguridad. Cada uno necesita una pieza distinta (demo para el técnico, ROI para el financiero, caso para dirección).
Contactan con ventas con el 70 % del recorrido hecho; el 81 % ya tiene proveedor favorito 	El contenido hace el trabajo comercial invisible. Si no apareces mientras investigan, no entras en la lista.
Solo el 17 % del tiempo de compra se pasa con proveedores (~5 % con cada uno) (Gartner) 	El 83 % restante se lo pasan leyendo, preguntando a colegas y viendo vídeos. Ahí es donde compite el marketing.
El 61 % prefiere comprar sin comercial y el 73 % evita a proveedores que prospectan sin relevancia (Gartner 2025) 	El email en frío genérico quema la marca. Prospección sí, pero con un motivo concreto por empresa.
En hardware industrial el paso decisivo suele ser el piloto o prueba de concepto 	El objetivo del marketing no es "vender un robot": es conseguir pilotos . Las demos y las visitas a planta o a un showroom son el producto de marketing.

Las tres audiencias de una empresa deep tech

Audiencia	Qué busca	Qué contenido le llega
Clientes (industria, logística, sanidad, sector público)	Que funcione, que se amortice, que no les pare la línea	Demos reales, casos con cifra, visitas, comparativas, ROI
Inversores y financiadores (VC, CDTI, ENISA, UE)	Tracción, equipo, tesis de mercado	Hitos, prensa, premios, presencia del fundador
Talento (ingenieros escasos)	Proyectos interesantes, cultura técnica	Detrás de las cámaras, retos técnicos, equipo

Fuentes: demandgenreport.com/industry-news/80-of-b2b-buyers-initiate-first-contact-once-theyre-70-through-their-buying-journey/48394 · mediafly.com/?p=1623 · gartner.com/en/newsroom/press-releases/2025-06-25-gartner-sales-survey-finds-61-percent-of-b2b-buyers-prefer-a-rep-free-buying-experience. Ciclo y nº de decisores específicos de robótica/IoT: [FALTA], las cifras son de B2B general.

2 • LAS CINCO VARIABLES QUE DEFINEN TU MARKETING

Antes de decidir canales, sitúa tu empresa en estas cinco variables. La combinación dice qué palancas priorizar .

Variable	Opciones	Qué cambia en el marketing
Fase	Pre-seed/seed · Serie A+ · Pyme consolidada · Filial que entra en un país	Seed: fundador en LinkedIn + primeros pilotos. Serie A+: equipo de marketing, ABM, ferias. Pyme consolidada: sacar a la luz lo que ya tiene (casos, años, proyectos). Filial que entra : localizar, red local, prueba social del país de origen traducida.

Modelo	Hardware/producto · Software/SaaS · Servicios de ingeniería/I+D a medida	Hardware: demo visual, showroom, ferias. SaaS: prueba gratuita, SEO, webinars. Servicios a medida: confianza en las personas → marca del experto, casos y método explicado.
Cliente	Industria · Logística · Sanidad · Energía · Sector público	Cada sector tiene sus ferias, su vocabulario y su normativa. El sector público exige licitaciones y referencias.
Objetivo nº 1	Leads/pilotos · Ronda · Talento · Partners/integradores · Subvenciones	Define el KPI. Nunca visualizaciones como objetivo: reuniones cualificadas, pilotos, solicitudes de demo, candidatos.
Madurez de marca	Nada · Web-tarjeta · Activos sin sistema · Sistema funcionando	Muchas empresas de ingeniería están en «web-tarjeta»: diseño limpio, sin casos, sin redes enlazadas. Es la situación donde más rápido se nota el trabajo.

3 • QUÉ DA RESULTADOS (Y EN QUÉ ORDEN)

Palanca	Evidencia	Cómo se hace bien en este sector
Vídeo demo "en el mundo real"	CMI 2025: el vídeo es el formato nº 1 para el 58 % v	30-60 s, vertical y horizontal, resultado visible en los 3 primeros segundos, se entiende sin sonido. El robot o el sensor trabajando en una planta real, no un render.
Casos de cliente con una cifra	2.º formato, 53 % v	Problema → solución → número (horas, €, % de paradas). Uno al mes. Permiso escrito del cliente o anonimizado ("fabricante de componentes de automoción, 120 empleados").
Fundador/experto en LinkedIn	Edelman-LinkedIn: el 73 % confía más en el contenido de criterio; el 86 % invitaría a concursar a quien lo hace bien v	2-3 publicaciones por semana: lo que ve en planta, errores, medidas, opinión sobre el sector. En B2B industrial LinkedIn es el canal principal; Instagram y TikTok, secundarios (talento, marca).
Contenido técnico descargable	Whitepapers 45 % v	Guía práctica ("Cómo conectar una máquina de 20 años sin cambiarla"), checklist de AI Act o CRA para pymes. Sirve de excusa para pedir el contacto.
Ferias y eventos	[FALTA] dato de eficacia	No ir solo a estar: convertir cada feria en 3-4 piezas (antes, durante, después) y en reuniones agendadas antes de ir.
ABM (marketing dirigido a cuentas)	[FALTA]	Lista de 30-50 empresas objetivo, contenido y mensajes por empresa, contacto con varios del comité.
PR técnico y local	[FALTA]	Notas en medios del sector y del ecosistema (CZFB, BeTeve, ACCIÓN).
SEO/GEO técnico	[FALTA]	Páginas por problema y sector, en español, que respondan lo que se busca o se pregunta a ChatGPT ("integrador cobots paletizado Barcelona").

LO QUE DICE LA REGLA 95-5

En un momento dado solo ~5 % de tus clientes potenciales está comprando. Si solo haces campañas de venta hablas al 5 %; la presencia constante es lo que te pone en la lista cuando el otro 95 % entre en el mercado v .

Errores típicos de las empresas de ingeniería

- Hablar de características (protocolos, chips, lenguajes) y no de resultados de negocio. Es habitual ver webs que enumeran C/C++, FPGA, RISC-V, MODBUS... y no dicen cuánto ahorraron a quién.
- Confundir la arquitectura con la propuesta de valor.
- Web-tarjeta: sin casos, sin caras, sin forma de pedir algo que no sea "envía un email".
- Esperar a tener "algo perfecto" para enseñar. En este sector los prototipos y los fallos bien contados generan confianza.
- Medir likes. Lo que importa: demos pedidas, reuniones, pilotos.

Fuentes: contentmarketinginstitute.com/research/b2b-research · edelman.com (2024 Edelman-LinkedIn B2B Thought Leadership Impact Report) · marketingweek.com/peter-weinberg-jon-lombardo-95-5-rule · contently.com/2024/04/11/focusing-your-b2b-tech-marketi

4 • CASOS DE MARCAS QUE LO HACEN BIEN

Boston Dynamics • el producto con personalidad

Qué venden: robots (Spot, Atlas, Stretch) a industria, energía y seguridad, pero su marca habla al gran público.

Pieza emblemática: "Do You Love Me" (2020), más de 30 M de visualizaciones [v](#). Su giro a una imagen "amable" se atribuye a Michael Perry, que venía de DJI [v](#).

Beat a beat [i](#): 0-3 s, un robot que se mueve con ritmo (no se espera de una máquina) → canción Motown reconocible como hilo → robots como grupo de baile, coreografía que escala → cierre sin rótulo de venta. Sello: plano fijo o travelling suave, sin voz ni texto, la música como único hilo. ~3 min.

Para una pyme: enseñar la máquina haciendo algo que sorprende, sin jerga y con un ritmo reconocible.

Unitree • el precio como gancho

Qué venden: humanoides y cuadrúpedos baratos para investigación, educación y eventos.

Pieza: lanzamiento del R1 a 39.999 yuanes (~5.900 \$), vídeo de 1 min con volteretas y carrera, lema "Born for Sports" [v](#). El H1 bailó en la Gala de Primavera de 2025 (2.800 M de visualizaciones); en la de 2026 las búsquedas de robots en JD.com subieron más del 300 % en dos horas, y una empresa de alquiler pasó de 1-2 consultas al día a 10-20 grupos, con un 20-30 % de reservas [v](#).

Para una pyme: una cifra que rompe lo esperado (precio, tiempo de instalación, % de ahorro) en el titular, y un escaparate externo multiplica.

Figure AI • el fundador como medio

Qué venden: humanoides para logística y fábricas. Serie C de más de 1.000 M\$ a 39.000 M\$ (2025) [v](#).

Cómo: Brett Adcock publica en X demos sin cortes e hitos casi semanales; la prensa lo amplifica [i](#). Seguidores y vistas: [FALTA].

Para una pyme: el fundador cuenta el avance de la semana con el vídeo en bruto. Coste casi cero.

Anduril • tesis y enemigo

Qué venden: sistemas de defensa autónomos. Manifiesto de 33 páginas "Rebooting the Arsenal of Democracy"; valoración de 14.000 M\$ (2024) a ~61.000 M\$ (2026) [v](#).

Cómo: fundador carismático (Palmer Luckey), causa clara, enemigo identificable (los grandes contratistas) [i](#).

Para una pyme: un manifiesto de una página. Por ejemplo, una consultora técnica pequeña frente a las grandes: «*tu pyme no necesita un presupuesto enorme, necesita el socio adecuado*».

NVIDIA • la keynote como serie

GTC 2026: más de 30.000 asistentes de 190 países y emisión gratuita sin registro [v](#). Un portavoz con uniforme reconocible (la chaqueta de cuero de Jensen Huang) convierte el producto en relato de época [i](#). **Para una pyme:** un activo distintivo constante (prenda, frase, plano de apertura): lo que Jenni Romaniuk llama activos distintivos de marca.

Formlabs • casos de cliente como sistema

Impresoras 3D; más de 250 M\$ de ingresos en 2025, rentables, más de 50.000 clientes, NPS 60 ✓. Tienen un puesto de contenido técnico dedicado a entrevistar clientes y publicar casos escritos y en vídeo ✓. **Para una pyme:** el caso de cliente no es una pieza suelta, es un proceso mensual.

Hugging Face • la comunidad hace el marketing

Plataforma abierta de modelos de IA; valoración de 4.500 M\$ en 2023, más de 2,4 M de modelos ✓. Cada modelo publicado por un tercero es un anuncio ✗. **Para una pyme:** publicar algo útil y abierto (una librería, una guía, un dataset) que otros usen y citen.

Physical Intelligence • la prueba como contenido

Modelos fundacionales para robots; 600 M\$ a 5.600 M\$ de valoración (nov. 2025) ✓. Vídeos de tareas cotidianas (doblar ropa) en el blog técnico como prueba de capacidad ✗.

Casos españoles

PAL Robotics (Barcelona): humanoides y robots de servicio desde 2004, robots en más de 30 países ✓. Estrategia apoyada en la comunidad académica (TIAGo con ROS, adoptado y citado por laboratorios) ✗. Marketing y redes: [FALTA].

Multiverse Computing (Donostia): Serie B de 189 M€ (2025) con un mensaje de una cifra: comprime modelos de IA "hasta un 95 %" ✓. Cualquier directivo lo entiende.

Qilimanjaro (Barcelona): piloto con el Hospital del Mar que subió un 27 % las cirugías semanales ✓. La cifra del cliente es el mensaje.

Wallbox (Barcelona), aviso: marca fuerte, un millón de cargadores, pero pasó de ~3.000 M€ de valor (2021) a ~300 M€ (2023) y despidió a ~300 personas ✓. La marca no sustituye al negocio.

Fundadores técnicos en LinkedIn

David Reger (NEURA Robotics, Alemania): Serie C de hasta 1.400 M\$ (2026) y acuñó la etiqueta "cognitive robotics" ✓; poner nombre propio a una categoría es posicionamiento puro. Hay que revisar a mano sus publicaciones y las de Ralf Gulde (Sereact) para sacar formatos: [FALTA].

Los 8 patrones que se repiten

#	Patrón	Quién	Cómo aplicarlo en una pyme de I+D
1	Demo que se entiende sin sonido	Boston Dynamics, Unitree	Un cobot paletizando en 20 s; una máquina antigua que «habla» con el móvil.
2	Una cifra como titular	Unitree, Multiverse	«Conectamos una prensa de 1998 en X días sin cambiarla» (con la cifra real del cliente)
3	El fundador como medio	Figure, Anduril, NVIDIA	El fundador o el ingeniero jefe, con su experiencia como argumento
4	Tesis con enemigo	Anduril	"La transformación digital no es para grandes empresas"
5	Pruebas frecuentes	Figure, Physical Intelligence	Un avance por semana del proyecto en curso (con permiso)
6	Casos con número	Formlabs, Qilimanjaro	Convertir los proyectos ya hechos en casos publicados
7	Comunidad y algo abierto	Hugging Face, PAL	Guía abierta "Conectar maquinaria antigua: MODBUS, RS485, CAN"

Fuentes: poynter.org (2021) · en.wikipedia.org/wiki/Boston_Dynamics · interestingengineering.com (Unitree R1) · sixthtone.com/news/1016848 · finance.yahoo.com (Figure, Anduril) · ocbj.com · nvidia.com/en-us/gtc/keynote · fabbaloo.com · formlabs.com/blog/2024-year-in-review · etcentric.org · news.bloomberglaw.com · thequantuminsider.com · ecosistemastartup.com · es.ara.cat · crunchbase.com/person/david-reger

5 • PROTOCOLOS: LO QUE NO SE PUEDE SALTAR

Tema	Regla	Cómo aplicarlo
Patentes y divulgación	Cualquier divulgación pública antes de pedir la patente destruye la novedad, incluso venderlo a un cliente sin obligación de secreto. El periodo de gracia (6 meses) solo cubre abusos evidentes o ferias oficialmente reconocidas (CPE art. 54-55) 	Antes de grabar: "¿hay algo en este plano pendiente de patente?". Lista de lo que no sale en cámara (placas, código, esquemas, pantallas).
NDA y confidencialidad de clientes	Los proyectos de I+D suelen estar bajo NDA. Un NDA previo mantiene la confidencialidad 	Firmar NDA con la agencia antes de la primera reunión de trabajo. Cada caso de cliente con permiso escrito o anonimizado. Logos de clientes solo con permiso.
Proyectos con fondos UE (Horizon Europe)	Emblema UE, declaración de financiación y el descargo "Funded by the European Union. Views and opinions..." en las comunicaciones; avisar al organismo antes de acciones de gran impacto; incumplir puede reducir la subvención 	Revisar qué proyectos tienen fondos públicos y añadir el bloque de emblemas a la plantilla.
Next Generation / PRTR	Emblema "Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU" junto al logo del Plan, sin modificar y al menos igual de visible 	Igual. CDTI, ENISA y equivalentes italianos (PNRR): depende de la convocatoria [FALTA].
AI Act	Art. 50 de transparencia aplicable desde 2-8-2026; marcado técnico de contenido generado hasta 2-12-2026; sistemas de alto riesgo (Anexo III) 2-12-2027; productos (Anexo I) 2-8-2028; multas de hasta 15 M€ o el 3 % (tras el Reglamento Ómnibus 2026/1744) 	Aviso visible si se usa voz, persona o escena generada con IA. Los claims de "IA" deben ser ciertos y no prometer lo que el sistema no hace.
Cyber Resilience Act	Notificación de vulnerabilidades explotadas desde 11-9-2026; aplicación plena 11-12-2027 para productos con elementos digitales (IoT, hardware conectado) 	Además de una obligación, es un tema de contenido («Qué tiene que hacer tu máquina conectada antes de 2027»).
Reglamento de Máquinas 2023/1230	Obligatorio desde 20-1-2027; incluye ciberseguridad e IA que afecten a la seguridad (marcado CE) 	Igual que el CRA: oportunidad para publicar una guía técnica.
Claims técnicos	Toda cifra de rendimiento, ahorro o precisión tiene que poder demostrarse 	Ningún número sin fuente del cliente.
Grabar en planta	Derecho a la propia imagen (LO 1/1982); consentimiento de cada persona que sale. Normas de seguridad de la planta 	Consentimiento escrito por persona; EPIs en plano (un vídeo sin casco en zona de casco es un problema para el cliente).

Flujo de aprobación de contenido (estándar en el sector)

Guion → revisión técnica (ingeniero responsable: ¿es correcto? ¿hay algo confidencial?) → **revisión de negocio** (fundador: ¿cuadra con el mensaje?) → **revisión del cliente final** si sale un caso o su planta → **publicación**. En B2C no existe; aquí alarga los plazos 1-2 semanas. **Hay que preverlo desde el principio** en el calendario de contenido.

Fuentes: epo.org/en/legal/epc-1973/2006/a54.html y [a55.html](https://epo.org/en/legal/epc-1973/2006/a55.html) · rea.ec.europa.eu/communicating-about-your-eu-funded-project_en · [digital.gob.es \(Obligaciones_comunicacion_PRTR.pdf\)](https://digital.gob.es/Obligaciones_comunicacion_PRTR.pdf) · cooley.com (2026-08-03 EU AI Act transparency) · economistjurist.es/?p=250513 · e-cija.com (Cyber Resilience Act) · blog.cadfem.net (CE marking 2027). RGPD en IoT y publicidad engañosa B2B: [FALTA] revisión legal.

6 • CÓMO ES UN PROYECTO DE CONSULTORÍA DE MARKETING B2B

Fase	Duración	Qué se hace	Entregable
1. Discovery	1 reunión	Entender negocio, objetivos, ventas actuales, quién compra, qué se puede enseñar	Resumen + propuesta de diagnóstico
2. Diagnóstico / auditoría	2-3 semanas	Entrevistas al fundador, al equipo comercial y a 2-3 clientes; auditoría de web, LinkedIn, competencia; inventario de proyectos publicables	Informe de diagnóstico
3. Estrategia	1-2 semanas	Cliente ideal y comité de compra, posicionamiento, mensajes por decisor, canales, KPI	Documento de estrategia + plan de 90 días
4. Puesta en marcha	4-8 semanas	Primeros casos, perfil del fundador, ajustes de web, primera demo, protocolo de aprobación	Activos listos y publicados
5. Ejecución y medición	Mensual	Contenido, LinkedIn, eventos, informe mensual	Informe mensual

Precios de referencia: retainers de 2.500-3.500 \$/mes para pymes y de 7.000-15.000 \$/mes en B2B internacional (blogs de agencias, no datos de España) [v](#). Precios en euros para consultoría a pymes tecnológicas en España: [FALTA].

KPI que se presentan a una empresa de este tipo

- **Negocio:** reuniones cualificadas, demos o visitas pedidas, pilotos iniciados, oportunidades abiertas (y su valor).
- **Intermedios:** visitas a la página de casos, descargas de guías, mensajes directos en LinkedIn de perfiles objetivo, crecimiento de seguidores *del sector* (no totales).
- **Contenido:** retención y compartidos, pero en un segundo plano.

7 • CALENDARIO DE ESCAPARATES 2026-2027

Evento	Fecha	Lugar
BNEW (premios a startups del CZFB, en DFactory)	5-7 oct. 2026	Barcelona
IOT Solutions World Congress + Smart City Expo	3-5 nov. 2026	Fira Gran Via, Barcelona
MWC + 4YFN 2027 (premios 4YFN27 hasta el 26 oct.)	1-4 mar. 2027	Barcelona
Advanced Factories	31 mar.-2 abr. 2027 (web oficial; un agregador da otra fecha)	Barcelona
Hannover Messe 2027	5-8 abr. 2027	Hannover
Automatica 2027	22-25 jun. 2027	Múnich

Fuentes: cronicaglobal.es/espagnol.com (BNEW) · build-up.ec.europa.eu (Smart City Expo 2026) · gsma.com (MWC 2027) · ecosistemastartup.com (4YFN27) · advancedfactories.com · hannover.de · automatica-munich.com. Confirmar fechas en la web oficial antes de comprarlas.

¿LO APLICAMOS A TU EMPRESA?

En UP Studios ayudamos a empresas tecnológicas a convertir lo que hacen en contenido que se entiende en tres segundos y en casos que venden: consultoría de marketing, producción de vídeo y sistemas de IA para equipos de marketing.

weareupstudios.com/contacto · info@weareupstudios.com