

III curso de comercialización de tecnologías UPM

Contenidos

1. Introducción.....	3
2. Objetivos.....	3
3. A quién va dirigido.....	3
4. Metodología.....	3
5. Requisitos.....	3
6. Programa.....	4
7. Profesores.....	5
8. Calendario.....	8
9. Referencias.....	9
10. Contacto.....	10

Patrocinado por la cátedra universidad-empresa Clarke, Modet & C^o – UPM



CÁTEDRA PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL

Imagen de portada y contraportada:

Science World Reflection @ James Wheeler Enlace: <http://goo.gl/h75eiv> CC BY-NC-SA 2.0

1. Introducción

Este curso de formación pretende exponer de forma práctica las acciones y conocimientos básicos necesarios para afrontar un proceso de comercialización de soluciones tecnológicas desarrolladas en la universidad y que se desea transferir al mercado.

Dirigido a investigadores de los grupos y centros de I+D de la UPM, pretende también potenciar competencias en los asistentes que favorezcan tanto su relación con el sector empresarial e inversor como su orientación hacia las demandas del mercado (detección de oportunidades de negocio y análisis del potencial comercial de las tecnologías).

Un plan de comercialización, como resultado del ciclo formativo y trabajo práctico, debe concretar el verdadero potencial comercial de un resultado de I+D y definir condiciones e hitos para asegurar mayores posibilidades de éxito final de comercialización de la solución.

2. Objetivos

- Aportar conocimientos teórico-prácticos para analizar la viabilidad comercial de un resultado de I+D desarrollado en la universidad.
- Potenciar competencias genéricas de los asistentes relacionados con el plano comercial y de negocio.
- Definir un plan de comercialización básico a partir de un resultado de I+D que oriente e impulse su posible transferencia al sector productivo.

3. A quién va dirigido

Dirigido al personal investigador de los Grupos de Investigación y Centros de I+D de la UPM, con alguno de los siguientes perfiles:

- Investigadores responsables de resultados de I+D desarrollados en la universidad.
- Investigadores en formación involucrados en el desarrollo de un resultado de I+D y tutorizados por los investigadores responsables.

4. Metodología

Los módulos se estructuran en sesiones teórico-prácticas que sirven para adquirir conocimientos y competencias que permitan a los asistentes afrontar un proceso de comercialización de tecnología. El claustro de profesores para este curso ha sido seleccionado entre reconocidos expertos del ámbito empresarial, con amplia experiencia laboral y formativa. Como resultado del curso, se podrá evaluar el potencial de comercialización del resultado de I+D concreto en el que esté involucrado por su actual actividad investigadora o participación inventiva.

5. Requisitos

- Perfil investigador perteneciente a un Grupo de Investigación UPM o a un Centro de I+D UPM.
- Como base para la aplicación práctica del curso, el asistente deberá acreditar estar involucrado en el desarrollo de un resultado de I+D UPM, preferiblemente al menos en fase de prototipo de laboratorio y que servirá de base de aplicación del curso.
- Se valorará el estado de protección industrial (o potencial protección) del resultado de I+D relacionado con el asistente.

6. Programa

<p>Módulo 0. Sesión inaugural. ¿Cómo vender tu tecnología?</p> <p>Duración: 4 horas Profesor: Arístides Senra Introducción. Planificación del curso. Saber vender tu tecnología en 1 minuto.</p>	<p>Módulo V. Comunicación y presentación de proyectos</p> <p>Duración: 4 horas Profesor: Javier Bernad Técnicas y habilidades comerciales. Comunicación y presentaciones eficaces.</p>
<p>Módulo I. Propiedad industrial de la tecnología</p> <p>Duración: 4 horas Profesor: Benjamín Martínez, Ana Goicolea, Dolores Martínez Mecanismos de protección, fases, costes. Estrategia de PI para la comercialización. Protección de la tecnología en la UPM.</p>	<p>Módulo VI. Valoración económica de proyectos</p> <p>Duración: 4 horas Profesor: Antonio Manzanera Valoración económica de tecnologías Análisis de inversiones.</p>
<p>Módulo II. Marketing y desarrollo de producto</p> <p>Duración: 4 horas Profesor: Arturo Caneda Marketing de alta tecnología. Mercados tecnológicos. Desarrollo de producto/servicio basado en tecnología.</p>	<p>Módulo VII. Negociación de acuerdos comerciales</p> <p>Duración: 4 horas Profesor: Fernando García Pico Preparación y estrategias de negociación. Técnicas de negociación: propuestas, señales, intercambio de información, cierre y acuerdo.</p>
<p>Módulo III. Taller de vigilancia tecnológica / comercial</p> <p>Duración: 4 horas Profesor: Iván Martínez Vigilancia, inteligencia y análisis de información. Fuentes de información.</p>	<p>Módulo VIII. Plan de comercialización UPM</p> <p>Duración: 4 horas Profesor: Arístides Senra Conclusiones Elaboración de un plan de comercialización y ficha comercial UPM. Modelos de comercialización de tecnología UPM (licencias, spin-off...).</p>
<p>Módulo IV. Venta de tecnología</p> <p>Duración: 8 horas Profesor: Arturo Caneda Comercialización y venta de tecnología. Análisis de clientes. Proceso de venta. Metodologías de aplicación para la venta.</p>	<p>Sesión final. Presentación y evaluación de soluciones tecnológica UPM</p> <p>Duración: 4 horas Presentación pública de proyectos de comercialización Feed-back Evaluación</p>

7. Profesores



Arturo Caneda
Caneda Schad Formación S.L.
Profesor del Global Sales School de IBM
Módulo IV: Venta de tecnología

Consultor principal y fundador de Caneda Schad Formación S.L. Licenciado en Sociología por la UCM. Diplomado en metodología de formación experiencial y telecomunicaciones. Profesor de escuelas de negocio, como ESIC Marketing & Business School o ESCP – Cámara de Comercio de Paris. También es profesor de la Global Sales School de IBM (Reino Unido), escuela de ventas orientada a la comercialización de servicios tecnológicos de la empresa a nivel mundial. Tras trabajar en diferentes puestos directivos de empresas de telecomunicaciones, ha orientado su carrera durante 25 años a la formación y consultoría, siendo experto en coaching, marketing, ventas y comunicación.



Benjamín Martínez
Director de la Unidad de Inteligencia de Mercado de Clarke, Modet & Cº
Módulo I: Protección industrial de la tecnología

Licenciado en Administración y Dirección en Empresas y en Derecho con especialización de postgrado en economía de la propiedad industrial e intelectual. Actualmente, es director de la unidad de inteligencia de mercado de Clarke, Modet & Cº, coordinador del área Pública de Innovación y profesor de teoría económica de la Universidad Autónoma de Madrid. Clarke, Modet & Cº es un grupo empresarial de propiedad industrial e intelectual en países de habla hispana y portuguesa. Presta asesoramiento en todos los campos de la propiedad industrial e intelectual, desde su creación o diseño hasta su explotación y defensa.



Ana Goicolea
Unidad de Protección Industrial e Intelectual de la UPM
Módulo I: Protección industrial de la tecnología

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid y Master of Arts en Planificación Urbana por la Universidad de California, Los Angeles (UCLA), con la especialización en el área de desarrollo regional. Desde 2001 trabaja en la OTRI de la Universidad Politécnica de Madrid. En la actualidad está encargada de la gestión y comercialización de la propiedad intelectual de los resultados generados en la UPM, así como de la gestión de las Cátedras Universidad- Empresa.



Dolores Martínez
Unidad de Protección Industrial e Intelectual de la UPM
Módulo I: Protección industrial de la tecnología

Licenciada en Periodismo por la Universidad de Sevilla, completó su formación en el Centro de Altos Estudios de Información y Comunicación, CELSA, adscrito a la Sorbona, Universidad de París-IV. En 2008 se incorporó a la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE) como coordinadora de la Red de Técnicos de Transferencia de Tecnología, centrandose su actividad en la difusión y organización de encuentros empresariales sectoriales de carácter nacional e internacional. Desde 2010 forma parte de la unidad de protección de resultados de la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la UPM.



Antonio Manzanera
Director de Savior Venture Capital (SCV)
Módulo VI: Valoración económica de proyectos

Licenciado en Derecho y Ciencias Empresariales por la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE), MBA por INSEAD (Fontainebleau) y DEA en Economía por la UNED. Economista de carrera en el Banco de España y anteriormente consultor en McKinsey & Company, es Director de Savior Venture Capital, firma de servicios de capital riesgo especializada en desarrollo de negocio y asesoramiento. Ha participado en numerosos proyectos empresariales en España, colaborando para ello con entidades de capital riesgo y otras instituciones. Es profesor en distintas escuelas de negocio y un reconocido conferenciante sobre capital riesgo y emprendimiento empresarial en distintos foros y organizaciones.



Arístides Senra
Director de Programas de Innovación y Creación de Empresas - UPM
Módulo 0: Sesión inaugural
Módulo VIII: Plan de comercialización UPM

Ingeniero Industrial (2002) y MBA (2006) por la Universidad Politécnica de Madrid (UPM). En 2004 realizó un internship sobre Marketing y Ventas en empresas tecnológicas en el MIT. En la actualidad es Director de Programas de Innovación y Creación de Empresas de la Universidad Politécnica de Madrid. En el año 2004 cofundó la Competición de Creación de Empresas UPM, actúaupm. Es profesor de asignaturas máster como estrategia, marketing y oportunidad de negocio y ha participado en el lanzamiento de tres start-ups.



Javier Bernad
Fundador y Director de Speak & Span
Módulo V: Comunicación y presentación de proyectos

Licenciado en Administración de Empresas y en Derecho en ICADE, E-3. Desde 1998, imparte cursos sobre comunicación efectiva en escuelas de negocio y empresas. Es profesor asociado de *Communication Skills* en el Instituto de Empresa, y de Marketing y Publicidad en la Universidad Europea. Desde Speak & Span, imparte sesiones de entrenamiento de comunicación abiertas al público, y privadas a compañías y organizaciones. Anteriormente, fue CEO de MediaCom España, una de las mayores agencias de planificación de medios publicitarios en el mundo, y ha trabajado en Procter&Gamble, British American Tobacco y Buengiorno.



Fernando García Picó
Director General de LABCO NOÛS y consultor internacional
Módulo VII: Negociación de acuerdos comerciales

Licenciado en Derecho, por la Universidad de Oviedo, y en Economía, por la Universidad de Toulouse, ha cursado el Master en Dirección Internacional impartido por la Escuela de Negocios de la Cámara de Comercio de París. Actualmente es Director General de LABCO NOÛS, división internacional de analítica especial de Labco Diagnostics, Consejero independiente de dos sociedades en el sector biotecnológico, PBKM y ACB, y Consultor internacional IBM en la Escuela Corporativa de Venta.



Iván Martínez

**Área de Innovación,
Comercialización y Creación de
Empresas - UPM**

**Módulo III: Taller de vigilancia
tecnológica / comercial**

Ingeniero de Telecomunicación (2007) y MBA por la Universidad Politécnica de Madrid (UPM). Ha trabajado en el sector de la consultoría y desarrollo de sistemas de información en empresas como Indra y Thales para clientes del sector de telecomunicaciones, banca y AAPP. Desde 2007, trabaja en el Vicerrectorado de Investigación de la UPM en actividades de vigilancia e inteligencia tecnológica en el ámbito de las TIC, asesoramiento de proyectos de comercialización y relación con empresas.

8. Calendario

Fecha de inicio - fin: 7 de octubre de 2014 - 4 de noviembre de 2014

Lugar: Centro de Apoyo a la Innovación Tecnológica CAIT-UPM, Campus de Montegancedo UPM, Pozuelo de Alarcón (Madrid)

Horario: 17:00h – 21:00h

Duración: 40 horas

OCTUBRE – 2014

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
6	7 Módulo 0. Sesión inaugural. ¿Cómo vender tu tecnología?	8	9 Módulo I. Protección industrial de la tecnología	10
13	14 Módulo II. Marketing y desarrollo de producto	15	16 Módulo III. Taller de vigilancia tecnológica/comercial	17
20	21 Módulo IV. Venta de tecnología (I)	22 Módulo V. Comunicación y presentación de proyectos.	23 Módulo IV. Venta de tecnología (II)	24
27	28 Módulo VI. Valoración económica de proyectos tecnológicos	29	30 Módulo VII. Negociación de acuerdos comerciales	31

NOVIEMBRE – 2014

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
3	4 Módulo VIII. Plan de comercialización UPM	5	6	7

Sesión final (*pendiente de fecha*). Presentación de soluciones tecnológica a panel de expertos.

9. Referencias

Se incluyen algunas referencias de valoraciones y comentarios recibidos de las 2 anteriores ediciones del curso por parte de los investigadores UPM que participaron.

- Para el **80%** de los investigadores UPM que participaron, la utilidad de los contenidos impartidos fue excelente o muy buena.
- Para el **94%**, el conocimiento de las materias de los profesores participantes fue excelente o muy buena.
- Para el **90%**, la capacidad de transmisión de los contenidos por parte de los profesores fue igualmente excelente o muy buena.

"El curso cambió mi forma de presentar el conocimiento y tecnologías de mi grupo de investigación ante cualquier socio o cliente, enfatizando los aspectos que pueden atraer la atención de un potencial inversor. Los conocimientos presentados en el curso están muy orientados para cualquier tecnología dentro de la UPM y está muy adaptado a perfiles investigadores. Además, los profesores son auténticos expertos no sólo en sus respectivas materias sino también en comunicación y transferencia de conocimiento al oyente".

Alberto de Santos, investigador – Centro de Domótica Integral (CeDInt –UPM)

"El curso me permitió analizar las distintas soluciones que desarrollamos en la Universidad con un enfoque distinto y mucho más práctico si quieres que dichas soluciones lleguen a tener un hueco en el mercado. La duración del curso es óptima, estando dividido en distintos módulos que permiten cubrir todos los pasos necesarios para generar oportunidades de negocio a partir del conocimiento de base científica y tecnológica existente"

Nuria Sánchez, investigadora – G@TV- Aplicación de Telecomunicaciones Visuales (ETSIT –UPM)



Presentaciones comerciales de tecnologías UPM por parte de investigadores participantes en el II curso en el 1st UPM Innovatech International Workshop (Diciembre '13).

10. Contacto

Área de Innovación, Comercialización y Creación de Empresas

Centro de Apoyo a la Innovación Tecnológica (CAIT)

Universidad Politécnica de Madrid

Campus de Montegancedo UPM

28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid

Tlf: +34 91 336 4693

e-mail: innovacion.tecnologica@upm.es



POLITÉCNICA

"Ingeniamos el futuro"

CAMPUS
DE EXCELENCIA
INTERNACIONAL

CA:T

CENTRO DE APOYO A LA
INNOVACIÓN TECNOLÓGICA


innovatech
UPM INNOVATIVE RESEARCH
UNIVERSIDAD **POLITÉCNICA** DE MADRID

actúaUPM