

Oportunidad de Negocio

Cómo empezar a desarrollar una idea

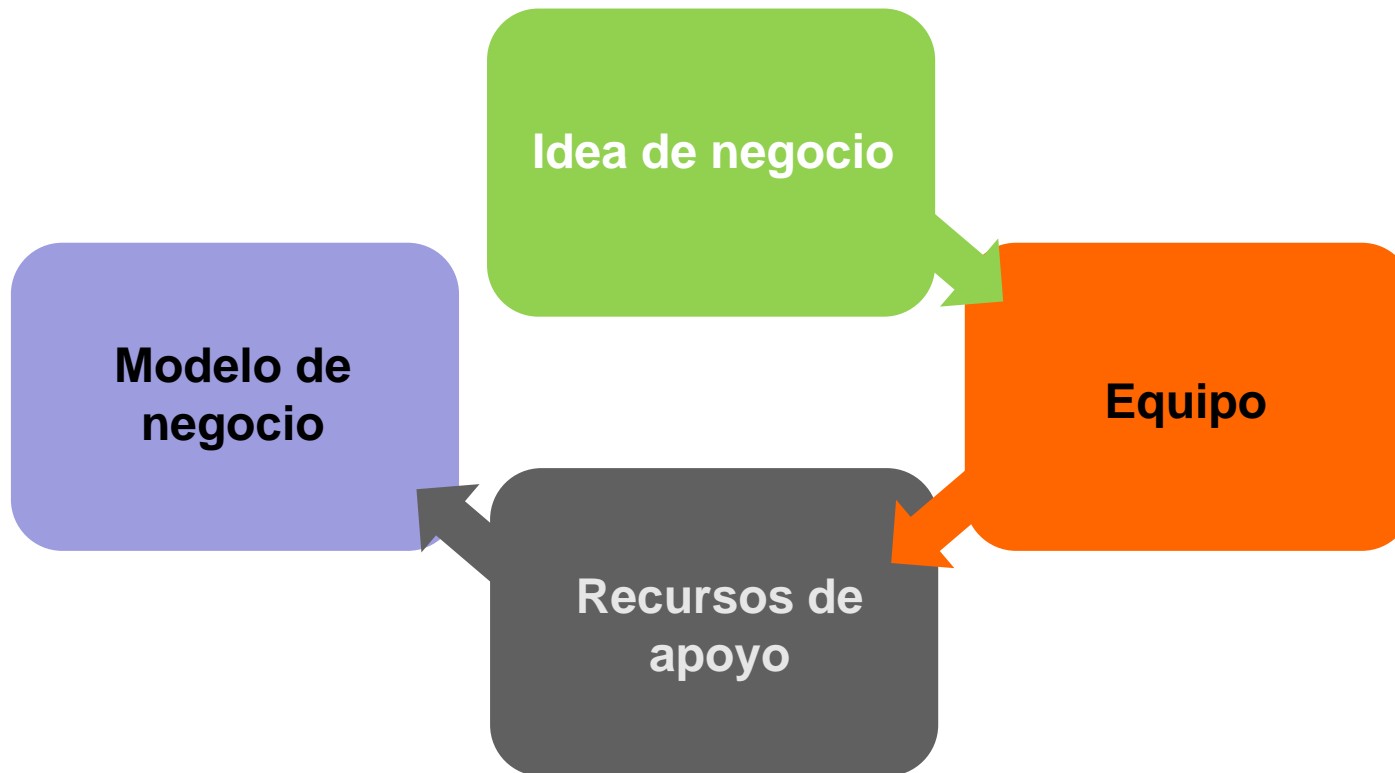
Arístides Senra Díaz

Madrid, 29 de febrero de 2012

¿Qué vamos a hacer?
Objetivos del Seminario

- Reconocer una oportunidad de negocio
- Aprender a estructurar una idea
- Determinar los conceptos clave
- Aprender a interactuar con el entorno

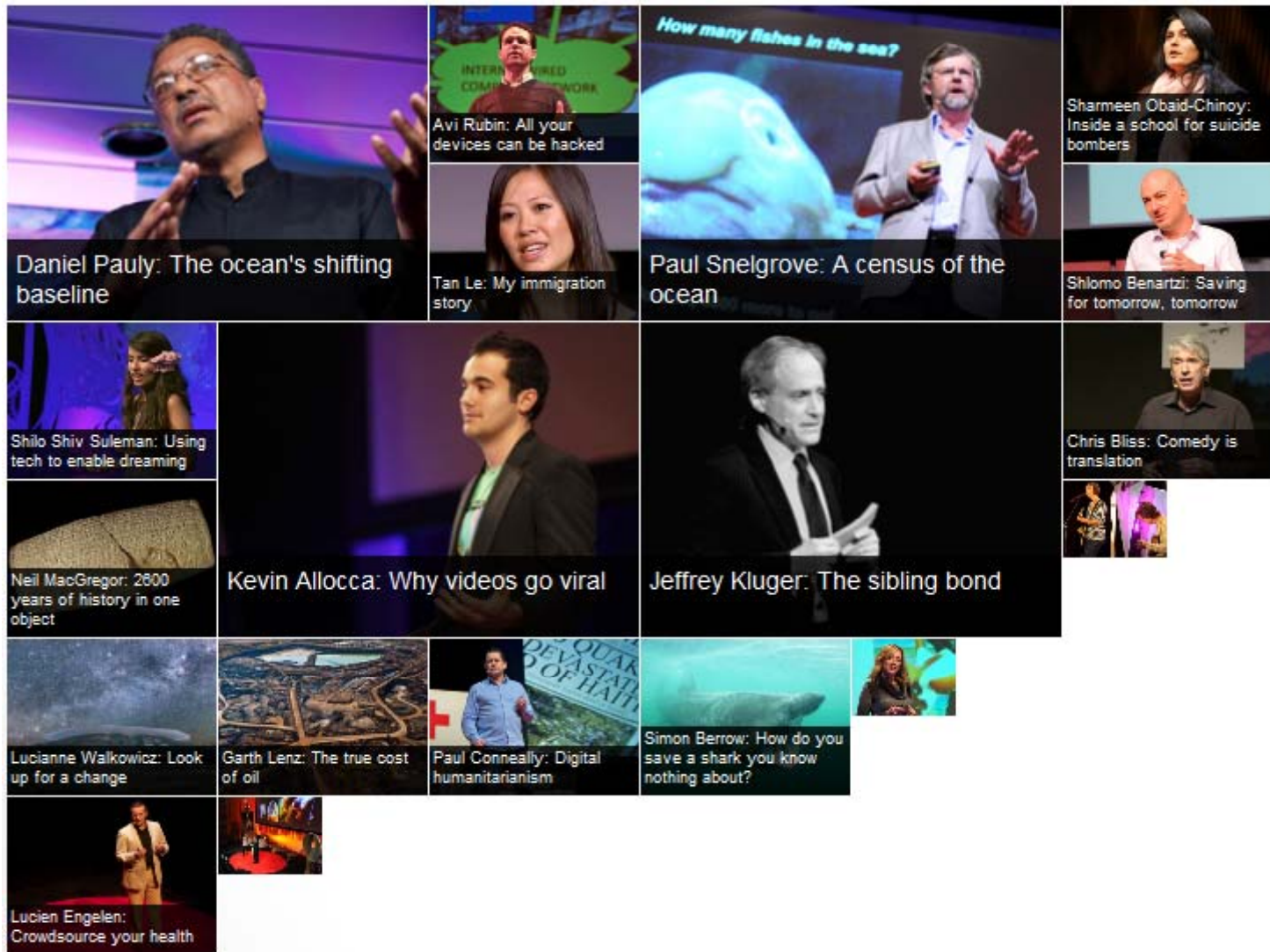
Cómo determinar si una idea es buena 4 factores iniciales a tener en cuenta



Cómo determinar si una idea es buena

Conclusiones

- No es tan relevante lo que ofrecemos
- Es mucho más relevante lo que necesita el otro
- ~~Las personas son el activo más importante~~
- Las personas ADECUADAS son el activo más importante
- Demostrar es la clave de la credibilidad
- El modelo tiene que convencer primero a los promotores



- Todo gira en torno a charlas de 18 minutos
- De las más variadas temáticas: Salud, psicología, tecnología, diseño...
- Las mejores se cuelgan en la red: Hay 1.000 TED Talks con más de 600M de visitas
- El registro por asistente es de 7.500 USD pero se puede ver desde casa por 995 USD
- El proyecto fue ideado por el arquitecto Richard Saul Wurman, convencido de la necesidad de divulgar ideas y conocimientos que a menudo quedan estancadas en el sector en el que nacen sin alcanzar a otros

El MMAR – Motivación Mejorar Accionar y Reflejar

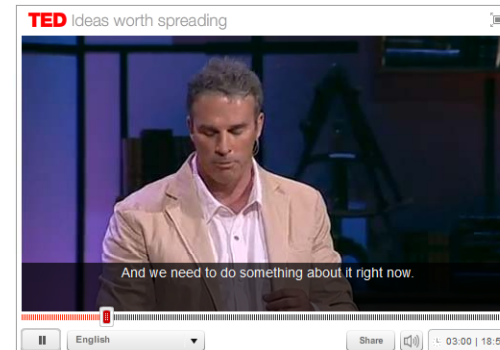
Using TED.com talks as a platform for teaching English and taking action



Home About The Process

eduardo reew,lewis pug the north polo

Posted on October 10, 2011 by edu gonzalez corteone



Agenda

3 conceptos clave en un plan de negocio

Marketing como punto de partida para la venta

Innovación y creación de empresas

Agenda

1

3 conceptos clave en un plan de negocio

Marketing como punto de partida para la venta

Innovación y creación de empresas

3 conceptos clave en un plan de negocio

Clientes

- No importa qué ofreces sino lo que necesita el otro
- Usuarios vs clientes. ¿Quién es el cliente?
- ¿Qué es el potencial de mercado?
- ¿Cuánto serás capaz de ingresar? Define tu cuota
- ¿Quién toma la decisión de compra?
- Determina cómo conseguirás tu primer cliente

3 conceptos clave en un plan de negocio

Competidores

- No cometas el gran error
- Cuántos hay y cuáles son sus puntos fuertes
- ¿Compites contra algún gigante?
- Determina las debilidades de tus competidores
- Localiza un nicho de mercado
- Hazte fuerte

3 conceptos clave en un plan de negocio

Ventajas competitivas

- ¿Por qué eres diferente?
- Determina tus fuentes de ventajas competitivas
- ¿Tienes alguna? ¿Podrás mantenerla en el tiempo?
- Levanta barreras a la entrada
- Prevé posibles amenazas



- Análisis del modelo de negocio de IM
- ¿Qué define a sus competidores?
- ¿Quiénes son exactamente?

3 conceptos clave en un plan de negocio

Conclusiones

- Qué hace atractiva una idea a un inversor
- Alto margen
- Sector en crecimiento
- Ventaja competitiva “injusta”

Agenda

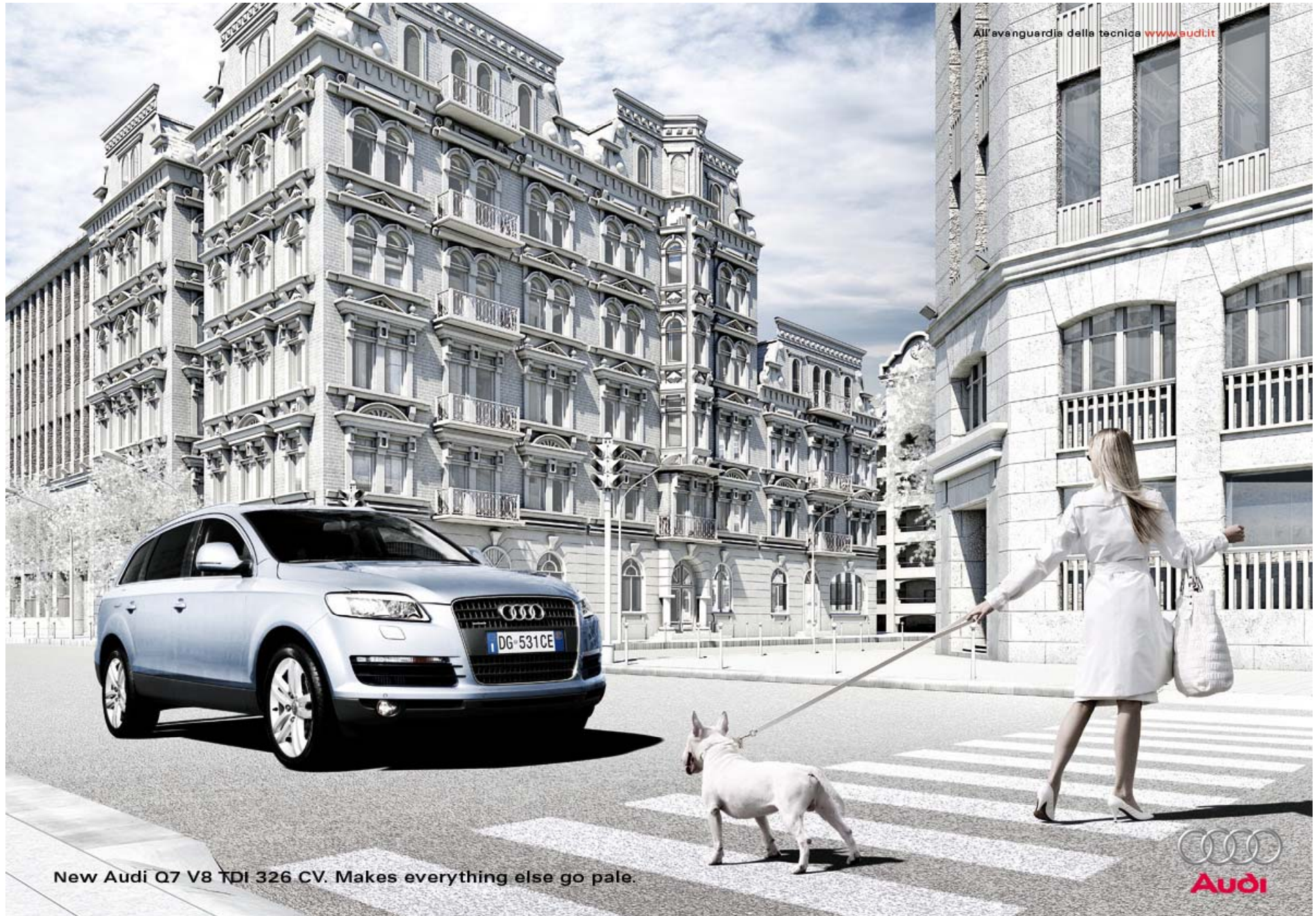
3 conceptos clave en un plan de negocio

2

Marketing como punto de partida para la venta

Innovación y creación de empresas

All'avanguardia della tecnica www.audi.it



New Audi Q7 V8 TDI 326 CV. Makes everything else go pale.





L'ORÉAL®
PARIS

SUPERIOR
Preference®
FADE-DEFYING
COLOR & SHINE SYSTEM

Scarlett's fade-defying haircolor shade #10NB

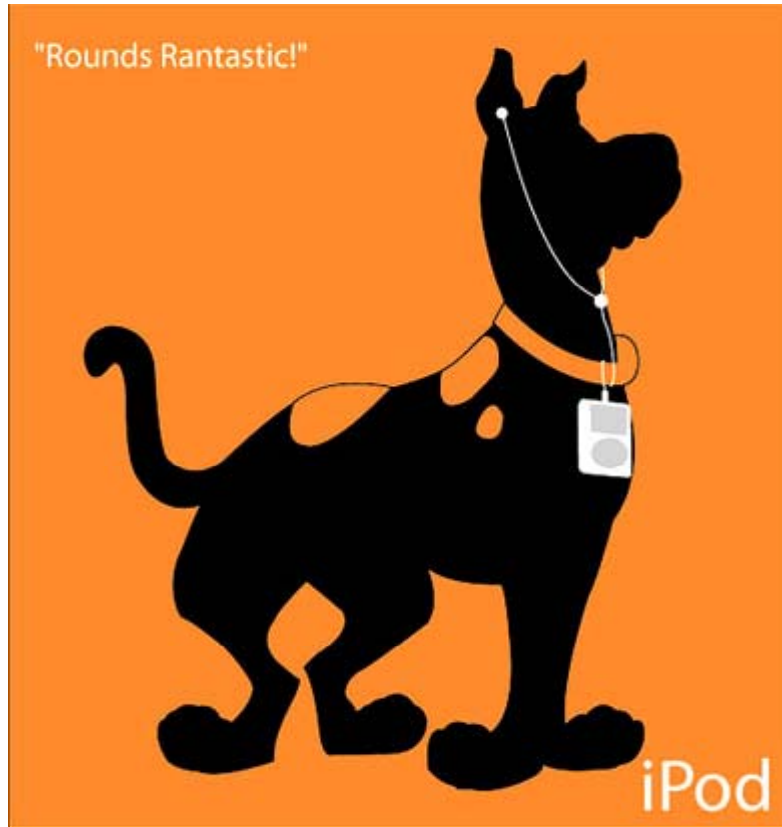
The Season Of **BLONDE** Never Fades

© 2007 L'Oréal USA, Inc.
www.lorealparis.com

It's a whole new world.



iPod



Marketing Orientación al cliente

- Investigar necesidades
- Detectar oportunidades
- Aportar valor

Marketing

Investigar necesidades

- Define tu cliente: qué necesidades tiene
- Investiga, infórmate
- Pregunta

Marketing

Detectar oportunidades

- Determina el potencial de mercado
- Segmenta tus clientes objetivo
- ¿Quién cubre esto ahora mismo?

Marketing

Aportar valor

- En qué mejora tu producto o servicio lo existente
- ¿Tienes alguna ventaja competitiva?
- ¿Cómo las comunicarás?

Marketing

Comunicación en un minuto: elevator pitch

- Elige la situación (realista)
- 1´
- 5´´ vitales
- Plantea un objetivo
- Piensa bien que vas a decir
- No pierdas el tiempo
- Antes de hablar ponte el piel del otro
- Lanza mensajes claros
- Muéstrate interesado
- Haz buenas preguntas



Agenda

3 conceptos clave en un plan de negocio

Marketing como punto de partida para la

2

Innovación y creación de empresas

Innovación y creación de empresas

Qué es innovación

- Innovación vs Invención

Innovación y creación de empresas

Qué es innovación

- Estrategia: Detección de un problema y de posibles oportunidades, “los dispositivos de música mp3 apestaban”
- Ingenio: Una solución que aporte valor para cubrir ese problema
- Creatividad: Crear un concepto, un paquete de diseño brillante, “la historia del nombre, los auriculares blancos”
- Evolución: escalabilidad e internacionalización, nano, shuffle, touch
- Potencial de mercado: márgenes y crecimiento del sector, “las acciones de Apple se incrementaron en más de un 2.000%”

Innovación y creación de empresas

Qué es innovación

- Algunas herramientas en la UPM

actúaupm

IX
ACTÚA

IX
COMPETICIÓN DE CREACIÓN
DE EMPRESAS UPM

Más de 40.000€ en premios | Ya somos más de 100 empresas UPM

Plazo de inscripción hasta el 12/03/2012
Más información: www.upm.es/actuaupm



CAMPUS
DE EXCELENCIA
INTERNACIONAL



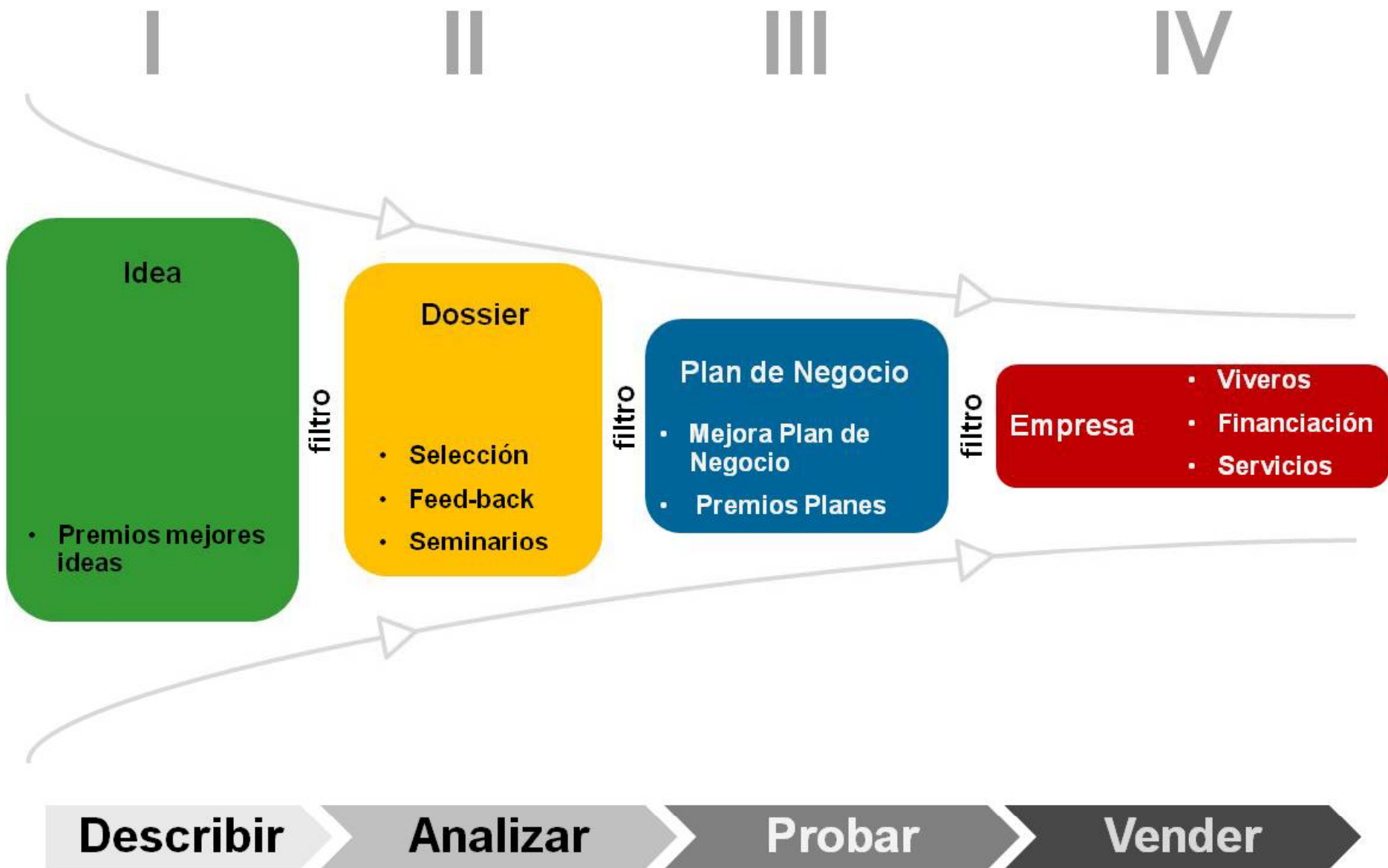
Patrocinadores:

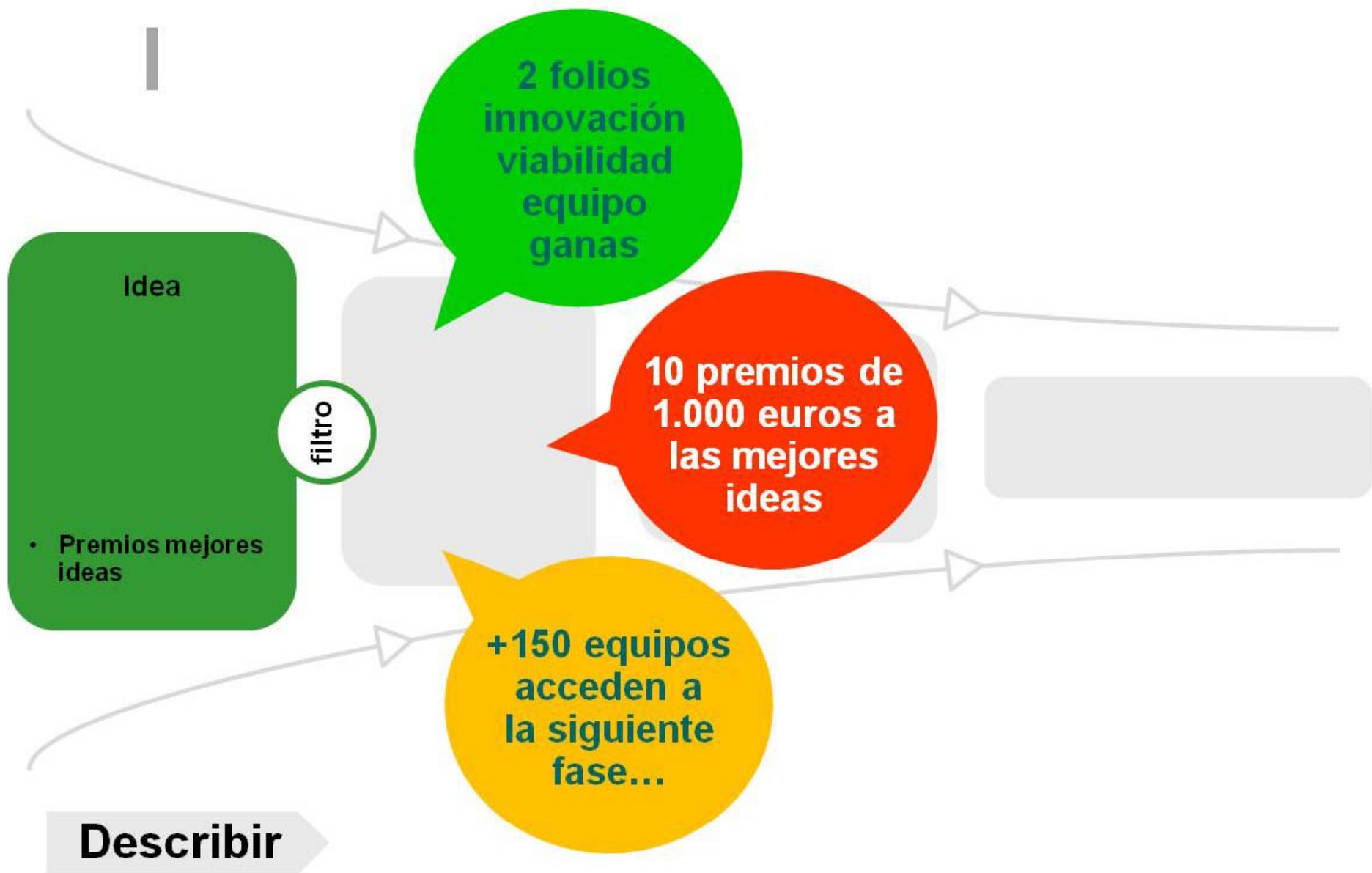


Colaboran:

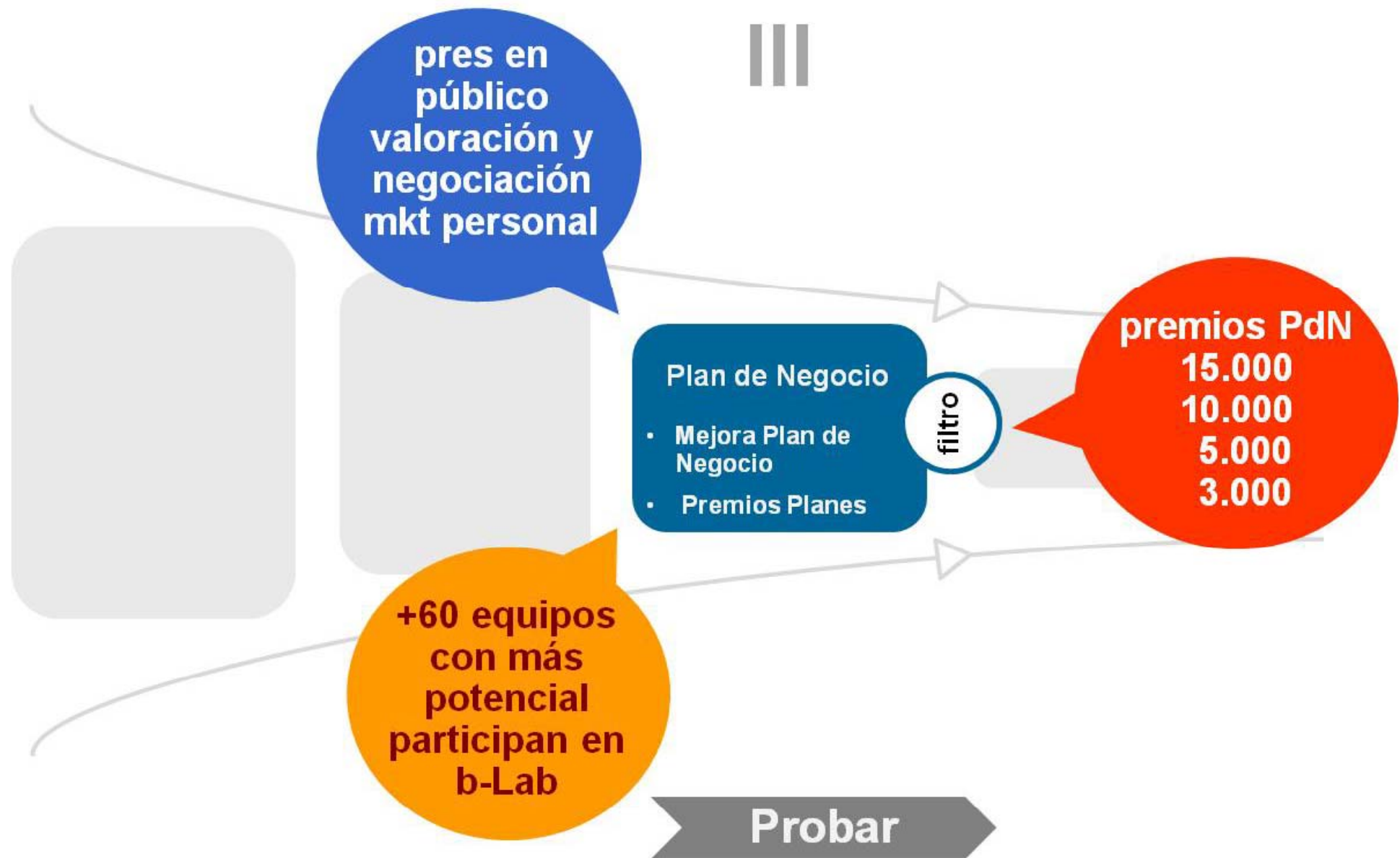


© DISEÑO GRÁFICO DE LA UPM

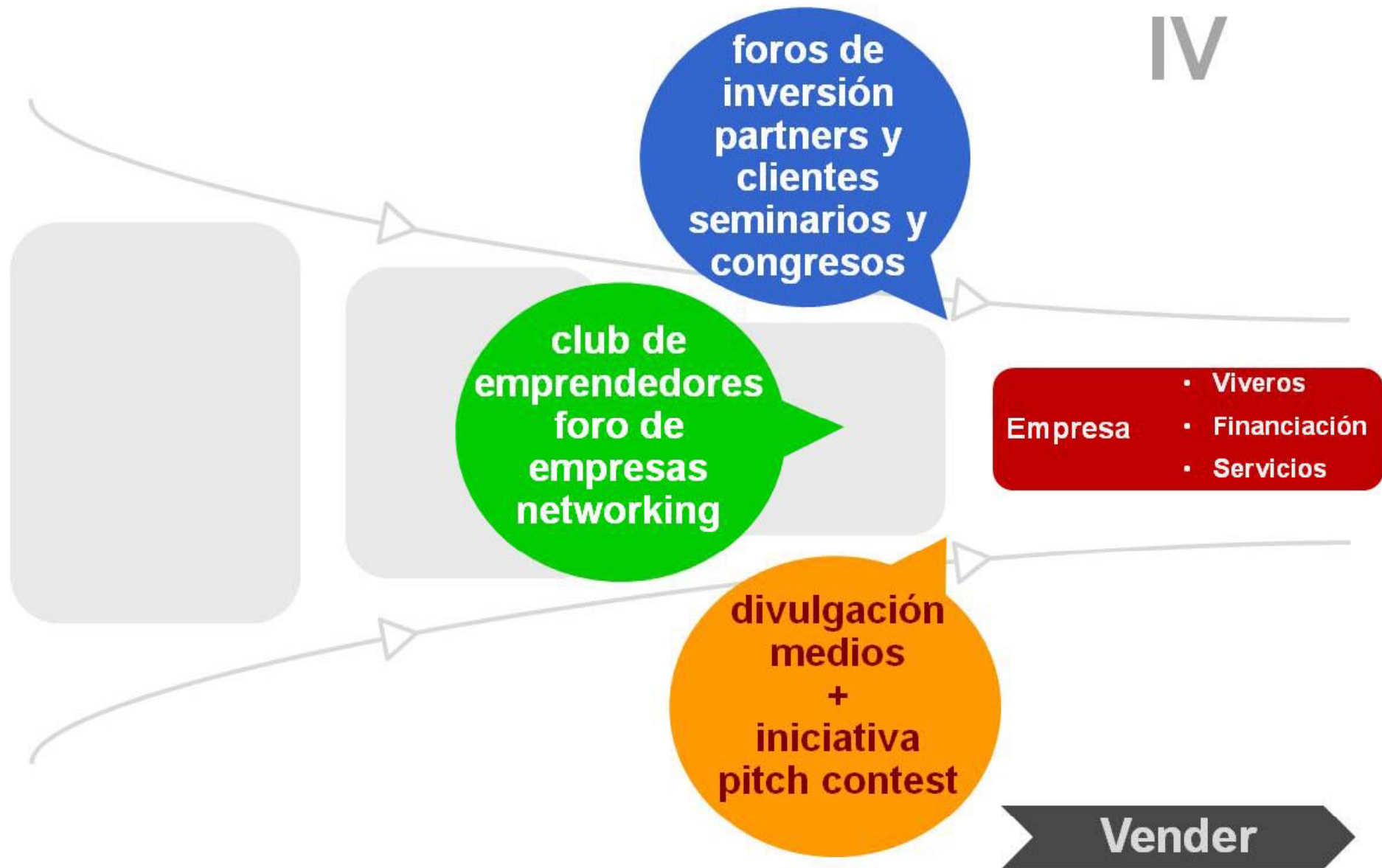








IV



premios jornadas y seminarios inversores
 comercialización de tecnologías start-ups **12 partners**
112 empresas + 550 proyectos asesorados
 campus de excelencia conferencias
 inversores actúaupm spin-offs innovación
 actúaupm creación de empresas inversores
 campus de excelencia comercialización de tecnologías
 premios conferencias + 550 proyectos asesorados
1.333 ideas reconocimiento **23M** premios
 inversores **inversión**
 start-ups spin-offs creación de empresas
 conferencias **220 planes** innovación
 start-ups **de negocio** spin-offs premios
 premios innovación campus de excelencia

Sponsor
platino



accenture
Alto rendimiento. Hecho realidad.

Sponsor
oro



FDI
INTERNET & MOBILE



sage

Sponsor
plata



InvestBAN^{BETA}
Red de Inversores y Business Angels



SAVIOR
VENTURE CAPITAL



Microsoft



**ROUSAUD
COSTAS
DURAN SLP**

Colaboran



**iE
IN**



Emprendedores



AXON CAPITAL



Global Incubator
Escuela de Negocios de Politécnica de Madrid



Tige^{POLITÉCNICA}



satelec
Foro de Empleo y Tecnología
de la ETGIT UPM



INDUFORUM 12



**FUTURE VEHICLES
AND ENTREPRENEURS**



**BEST
MADRID**

hasta el 12 de marzo

www.upm.es/actuaupm

Referencias y bibliografía

- *Technology Entrepreneurship Education, theory to practice*. Jerome S. Engel, David Charron. Univ. Berkeley.
- *New Venture Creation*. Jeffry A. Timmons, Stephen Spinelli. Ed. McGraw Hill.
- *The Four Step to the Epiphany. Successful Strategies for products that wins*. Steven Gary Blank.
- *Open Innovation*. Henry Chesbrough. HBS Press.
- *Managing Intellectual Capital*. David J. Teece. Oxford University Press.
- *El Plan de Marketing en la práctica*. José María Sainz de Vicuña. Editorial ESIC
- *Los 10 Pecados Capitales del Marketing*. Philip Kotler. Gestión 2000
- *Análisis Económico-financiero de las decisiones de gestión empresarial*. José de Jaime Eslava. Editorial ESIC
- *Finanzas para emprendedores, todo lo que necesitas saber para encontrar financiación y convertir tu idea en un negocio*. Antonio Manzanera. Editorial Deusto.
- *Total Leadership*. Stewart Friedman. Harvard Business Press
- *Estrategia Competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. Michael E. Porter. Editorial Continental.
- *Dirección de Marketing*. Philip Kotler. Pearson Educación.
- *Generación de modelos de negocio*. Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. Ediciones Deusto.
- *Los 10 Mandamientos para la Dirección de Personas*. Shimon L. Dolan, Irene Martín, Eduardo Soto. Gestión 2000
- *Liderando la Revolución*. Gary Hamel. Ediciones Gestión 2000

Otras Referencias:

- Seminarios Plan de Negocio. Carlos Casanueva Nárdiz. Wharton Business School, ETSI Industriales UPM

Más información:

- <http://actuaupm.blogspot.com>

Contacto

Arístides Senra Díaz

aristides.senra@upm.es

<http://es.linkedin.com/in/aristidessenra>