



1. Introducción.....	3
2. Objetivos.....	3
3. A quién va dirigido.....	3
4. Metodología.....	3
5. Requisitos.....	3
6. UPM innovatech International Workshop.....	4
7. Programa.....	5
8. Profesores.....	6
9. Calendario.....	8
10. Referencias.....	9
11. Contacto.....	11

Patrocinado por la cátedra universidad-empresa Clarke, Modet & C<sup>o</sup> – UPM



**Imagen de portada y contraportada:**

Popular Science - Progress @ Jer Thorp Enlace: <https://flic.kr/p/az79hu> CC BY 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.
- Compromiso de aprovechamiento del curso.

## 6. UPM innovatech International Workshop

Los investigadores participantes en el curso tendrán la oportunidad de poder realizar una presentación de sus soluciones tecnológica en el *III UPM innovatech International Workshop*, un evento internacional a celebrar en diciembre de 2015 centrado en tecnología, inversión y oportunidades de negocio.

Los 3 proyectos tecnológicos mejor valorados por un panel de expertos externos a partir de una presentación realizada por los mismos investigadores y como conclusión del curso participarán en dicho workshop.



*Programa 2nd UPM innovatech International Workshop "Investing in high technology for Success" (co-organizado por CAIT-UPM)*

[Enlace](#)

## 7. Programa

<p><b>Módulo 1. Sesión introducción. ¿Cómo vender tu tecnología?</b></p>	<p><b>Módulo 6. Valoración económica de tecnologías</b></p>
<p>Duración: 4 horas Profesor: Arístides Senra Introducción. Planificación del curso. Saber vender tu tecnología en 1 minuto.</p>	<p>Duración: 4 horas Profesor: <i>pendiente de confirmación</i> <i>Valoración económica de tecnologías</i> <i>Fijación económica de acuerdos de licencia/venta de tecnología</i></p>
<p><b>Módulo 2. Propiedad industrial de la tecnología</b></p>	<p><b>Módulo 7. Venta de tecnología</b></p>
<p>Duración: 4 horas Profesor: Benjamín Martínez, Dolores Martínez Mecanismos de protección, fases, costes. Estrategia de PI para la comercialización. Protección de la tecnología en la UPM.</p>	<p>Duración: 8 horas Profesor: Arturo Caneda Comercialización y venta de tecnología. Análisis de clientes. Proceso y metodología de venta.</p>
<p><b>Módulo 3. Marketing y desarrollo de producto</b></p>	<p><b>Módulo 8. Negociación de acuerdos comerciales</b></p>
<p>Duración: 4 horas Profesor: <i>pendiente de confirmación</i> <i>Marketing de alta tecnología.</i> <i>Mercados tecnológicos.</i> <i>Desarrollo de producto/servicio basado en tecnología.</i></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><b>Módulo 4. Taller de vigilancia tecnológica / comercial</b></p>	<p><b>Módulo 9. Plan de comercialización UPM</b></p>
<p>Duración: 4 horas Profesor: Alberto Tejero / Iván Martínez Vigilancia, inteligencia y análisis de información. Fuentes de información.</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><b>Módulo 5. Comunicación y presentación de proyectos</b></p>	<p><b>SESIÓN FINAL. Presentación y evaluación de soluciones tecnológicas UPM</b></p>
<p>Duración: 4 horas Profesor: Javier Bernad Técnicas y habilidades comerciales. Comunicación y presentaciones eficaces.</p>	<p>Duración: 4 horas Presentación de proyectos de comercialización a panel de expertos Feed-back</p>

## 8. Profesores



**Arturo Caneda**  
**Caneda Schad Formación S.L.**  
**Profesor del Global Sales School de IBM**  
**Módulo 7: 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 2: 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.



**Arístides Senra**  
**Director de Programas de Innovación y Creación de Empresas - UPM**  
**Módulo 1: Sesión inaugural**  
**Módulo 9: 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.



**Dolores Martínez**  
**Unidad de Protección Industrial e Intelectual de la UPM**  
**Módulo 2: 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, centrando 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.



**Javier Bernad**  
**Fundador y Director de Speak & Span**  
**Módulo 5: 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 8: 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 Paris. 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.



**Alberto Tejero**  
**Área de Innovación, Comercialización y Creación de Empresas - UPM**  
**Módulo 3: Taller de vigilancia tecnológica / comercial**

Máster universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA) y Máster universitario en Seguridad Informática (MSc). Experto en Gestión y Organización de la Innovación Tecnológica, y Doctorando en Economía y Gestión de la Innovación de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales, Universidad Politécnica de Madrid (UPM). Profesor asociado de ingeniería desde el año 2010, especialista TIC-UPM desde 2002 y profesor coordinador UPM de la Escuela de Negocios CEPADE desde 2014. Como joven emprendedor fundó y dirigió una consultora tecnológica en 2003. Ha trabajado en diversas áreas del sector TIC, técnicas y de gestión, así como en innovación, tanto educativa como tecnológica.



**Iván Martínez**  
**Área de Innovación, Comercialización y Creación de Empresas - UPM**  
**Módulo 3: 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.

## 9. Calendario

**Fecha de inicio - fin:** 1 de octubre de 2015 - 29 de octubre de 2015

**Lugar:** aula B, Instituto de Ciencias de la Educación (ICE), ETSI Caminos, Canales y Puertos - UPM. c/ Profesor Aranguren, s/n, Ciudad Universitaria, Madrid.

**Horario:** 16:00h – 20:00h

**Duración:** 44 horas

### OCTUBRE – 2015

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
28	29	30	1 <b>Módulo 1</b> Sesión introducción. ¿Cómo vender tu tecnología?	2
5	6 <b>Módulo 2</b> Protección industrial de la tecnología	7	8 <b>Módulo 3</b> Marketing y desarrollo de producto	9
12	13 <b>Módulo 4</b> Taller de vigilancia tecnológica/comercial	14 <b>Módulo 5</b> Comunicación y presentación de proyectos	15 <b>Módulo 6</b> Valoración económica de tecnologías	16
19	20 <b>Módulo 7</b> Venta de tecnología (I)	21	22 <b>Módulo 7</b> Venta de tecnología (II)	23
26	27 <b>Módulo 8</b> Negociación de acuerdos comerciales	28	29 <b>Módulo 9</b> Plan de comercialización en la UPM	30

**SESIÓN FINAL** (pendiente de fecha).

Presentación de soluciones tecnológicas a panel de expertos.



## 10. Referencias

Se incluyen algunas referencias de valoraciones y comentarios recibidos de la última edición del curso por parte de los investigadores UPM que participaron.

- Para el **85%** de los investigadores UPM que participaron, la utilidad de los contenidos impartidos fue excelente o muy buena.
- Para el **96%**, el conocimiento de las materias de los profesores participantes fue excelente o muy buena.
- Para el **91%**, 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)

Conoce la opinión de investigadores de la UPM, participantes de la anterior edición de este curso:



Enlace: <https://youtu.be/UN3UrM25uLs>



*Investigadores de la UPM del III curso de comercialización de tecnologías participando en el 2nd UPM Innovatech International Workshop "Investing in high technology for success" (Diciembre '14).*



## 11. Contacto

### Programa de Comercialización de Tecnologías UPM innovatech

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](mailto:innovacion.tecnologica@upm.es)



POLITÉCNICA

"Ingeniería y Cultura"

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL



CENTRO DE APOYO A LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA



actúaUPM  
Creación de Empresas Universidad Politécnica de Madrid