0.0

Comentarios (0)

Miguel Ángel López Trujillo

Madrid, España

Conferencista | Capacitador | Coach | Docente | Moderador | Panelista

País de residencia: España

Nacionalidad: España

Idiomas: Español, Francés, Inglés

Áreas de conocimiento

Crowdfunding, Fintech, Lean startup.

Descripción del perfil

Me considero un “guerrero documentado” que se enfrenta a la complejidad para convertir lo difícil en realidad y que las organizaciones alcancen la grandeza. Soy Doctor y MBA con 12+ años de experiencia internacional en desarrollo de negocio, gestión empresarial y ventas en 10 organizaciones de 4 países. Me apasionan el diseño, ejecución y crecimiento de proyectos empresariales. Para mí el fin último es generar valor para cliente, empresa y accionista. Profesionalmente soy hábil en planificación estratégica, ventas, establecimiento de procesos y alianzas, marketing, comunicación e investigación. Tengo también experiencia en operaciones, creación de equipos, capital riesgo, emprendimiento y organización de eventos. Personalmente me gusta combinar arte y negocio, y equilibrar mente, cuerpo y corazón BIOGRAFÍA Miguel (Madrid, 1971) ha vivido, trabajado e investigado en España, EEUU, G. Bretaña, Francia, Bélgica, Polonia y Suecia. Actualmente es Socio de Desarrollo de Negocio en activeS, socio en BA International Partners, consultor de negocios en la Comunidad de Madrid, y mentor de emprendedores en IE Business School (nº 3 en Europa, FT 2017). También es coach de negocios para varias organizaciones, entre ellas la Comisión Europea. Anteriormente fue Director de Partnerships en la empresa fintech SeQura, Director Iberia&LatAm en la empresa fintech Kontomatik (Polonia-Alemania), Director en España de Fundedbyme (Suecia), 3er crowdfunding de Europa, COO de EBAN – Asociación Europea de Business Angels (Bruselas), Director de la aceleradora Crecer+ en Orkestra – Instituto Vasco de Competitividad, y profesor de emprendimiento en el Executive MBA de Deusto Business School (Bilbao). Antes de 2008 Miguel gestionó el departamento de Spinoffs de la red universitaria RedOTRI de transferencia de tecnología, y profesor en la Universidad de Alcalá y en Texas State University. Miguel tiene 4 títulos académicos: Doctor Europeo en Historia, MBA, MA, y Licenciado en Geografía e Historia.

Conferencias, Cursos o Talleres

“Get the Client” ¿Cómo multiplicar las ventas de productos y servicios innovadores con ingeniería de precio y eficiencia comercial?

Flexible

Público: Empresas tecnológicas en crecimiento con prototipos, que quieren ver si van a comercializar Enfoque: Estratégico multidisciplinar centrado en las áreas comercial, pricing y finanzas comerciales (control del margen bruto) Objetivo: Partimos de un hecho: el 70% de las empresas innovadoras y en crecimiento mueren a sus 3 primeros años de existencia, algo evitable. Intentaremos introducir consistencia en los procesos comerciales y de pricing y conectarlos con técnicas de control del margen bruto. La formación del ingeniero integra de manera “natural” la excelencia en los procesos de producción pero está más alejada de los procesos comerciales y de gestión, que, a menudo, es considerado una cosa “de contables”. Sin embargo aplicar técnicas de rigor e ingeniería de procesos a las fases comerciales garantiza un “break even” más bajo y la escalabilidad del negocio. En un entorno híper-competitivo, la aplicación de estas técnicas a las decisiones de pricing pueden suponer la supervivencia o el fracaso del proyecto. Por otro lado, demostrar la consistencia de estos procesos facilita levantar capital y encontrar socios estratégicos. Contenido: Para ello realizaremos una introducción al modelo “Get the client!”, orientado a conseguir clientes internos y externos. El modelo se despliega sobre tres ejes: 1. Diseño del producto con visión cliente y visión competencia desde el primer momento. El mejor consultor es quién va a comprar el producto y del canal que va a venderlo. Hacer oídos sordos a estos target puede suponer un importante quebranto en horas de trabajo y dinero perdido. 2. Formalizar el modelo comercial con un doble objetivo: maximizar el impacto comercial y minimizar el esfuerzo y plazos de lanzamiento. Encajaremos el modelo comercial con un proceso de retroalimentación del mercado en tiempo real, en vez imaginar qué piensa el cliente (normalmente nos equivocaremos). 3. Explicitar un modelo de margen bruto que asegure rentabilidad comercial respetando los imperativos del mercado: un precio competitivo y la posibilidad de sobrevivir a una guerra de precios. Se trata salir rápidamente de los “números rojos” y de asegurar rentabilidad en un escenario de crecimiento realista. El

empresario Miguel García-Cesto y el Dr. Miguel A. López son los co-creadores de "Get the Client", un método de marketing operativo que multiplica las ventas con ingeniería de precios y eficiencia comercial.

Experiencias

Business Development Partner

activeS

2019 - Actual

Partner

BA International Partners

2013 - Actual

Business Coach and Trainer

Fundación Madri+d

2013 - Actual

Business Coach and Trainer. Profesor de Maestría.

Universidad de Salamanca

2018 - Actual

Profesor y Coach de Negocios

DoinGlobal

2015 - Actual

Business Coach and Mentor

IE Business School

2013 - Actual

Sales and Partnerships Manager

Sequra

2018 - 2019

Country Manager Spain & LatAm

Kontomatik

2015 - 2018

Country Manager Spain

Kontomatik

2013 - 2015

COO

EBAN - European Business Angel Network

2010 - 2012

Director Aceleradora Crecer+

Orkestra. Instituto Vasco de Competitividad

2009 - 2011

Profesor de Executive MBA. Business Coach

Deusto Business School

2009 - 2011

Estudios

MBA

Universidad de Salamanca

2006

Doctor Europeo en Historia

Universidad de Alcalá

2004

Master in American History

Texas State University

1998

Licenciado en Geografía e Historia

Universidad de Alcalá

1994

Libros

Patrimonio. La lucha por los bienes culturales españoles (1500-1939)

Los españoles tenemos la fortuna de poseer uno de los patrimonios culturales más ricos y diversos de la tierra. Sin embargo, la historia que hay detrás de tan monumental conservación es aún poco conocida y menos apreciada. Este libro trata de subsanar esa injusticia. Es cierto que en España no surgió el concepto moderno de patrimonio. Es igualmente cierto que su protección distó mucho de ser ejemplar. Aun así, las andanzas de nuestros bienes históricos y de quienes lucharon por conservarlos son ricas experiencias humanas que esperan ser valoradas como se merecen. Para ello se desgranan en estas páginas unos hechos poco estudiados, pero sin duda apasionantes. Se verá, por ejemplo, cómo se trataban los bienes culturales antes de que los llamáramos patrimonio, cómo ya en el siglo xvi se trasladaban claustros góticos piedra a piedra para evitar que desaparecieran y cómo en el siglo xix se derribaban ermitas barrocas para reemplazarlas por estaciones telegráficas. Pioneros del patrimonio como Ambrosio de Morales y Antonio Ponz ocuparán su lugar, y los intelectuales del romanticismo nos contarán cómo plagiaban a los franceses. Comprenderemos a profesionales vanguardistas como Jeroni Martorell, y asistiremos, por último, a la gesta inaudita de nuestra última guerra civil, en la que nacionales, pero sobre todo republicanos, arriesgaron sus vidas por rescatar monumentos. Muchos sostienen que la pobreza y la desidia han conservado más que las buenas intenciones. Pese a ello, entre 1500 y 1939

emergió en España una conciencia y una administración para proteger el patrimonio histórico del que hoy, afortunadamente, disfrutamos. Esta es su historia.

Artículos

¿Cómo enamorar a un Business Angel?

https://www.eleconomista.es/pais_vasco/noticias/3239832/07/11/ooyala.com/Como-enamorar-a-un-Business-Angel.html

'Miguel Ángel, jamás invertiré en una empresa española'

https://www.eleconomista.es/pais_vasco/noticias/4807477/05/13/Jamas-invertire-en-una-empresa-espanola.html

¿Están justificadas las exenciones fiscales a business angels?

https://www.eleconomista.es/pais_vasco/noticias/4033436/06/12/www.parsec.media/Estan-justificadas-las-exenciones-fiscales-a-business-angels.html

Financiar emprendedores y vertebrar España

https://www.eleconomista.es/noticias/noticias/4357768/10/12/Financiar-emprendedores-y-vertebrar-Espana.html

Marchando una de ley de emprendedores

https://www.eleconomista.es/opinion-blogs/noticias/3581919/12/11/Marchando-una-de-ley-de-emprendedores-.html

¿Sale rentable ser 'business angel'?

https://www.eleconomista.es/noticias/noticias/3813104/03/12/Pero-sale-de-verdad-rentable-ser-business-angel.html

Perfil en Mentes a la Carta

https://mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/miguel-%C3%81ngel-lopez