




PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

Taller 3: Entendiendo el Mercado de tu Innovación y su Potencial

Aplica Ciencia

Carlos González Burgos
Jefe de Innovaciones Tecnológicas
Dirección de Transferencia y Desarrollo UC
cegonzab@uc.cl

1

“ (...) en el fondo **son historias**, historias que explican **cómo funcionan las empresas**. Un buen modelo de negocios da respuesta a las viejísimas preguntas de Peter Drucker: **¿Quién es el cliente?** y **¿Qué es lo que el cliente valora?** Además, responde a las preguntas básicas que todo gerente debe hacerse: **¿Cómo ganamos dinero en este negocio?** (...) ”

(Magretta, 2002)

2

Why Business Models Matter

away for free would solve that problem. Second, Bronner needed to get the books to students at a cost that wouldn't eat up his profits. So he made a clever proposal to the dean of Boston University's housing department: Bronner would assemble the coupon books and deliver them in bulk to the housing department, and the department could distribute them free to every dorm on campus. This would make the department look good in the eyes of the students, a notoriously tough crowd to please. The dean agreed.

Now Bronner could make an even more interesting proposal to neighborhood business owners. If they agreed to pay a small fee to appear in the new book, their coupons would be seen by all 14,000 residents of BU's dorms. Bronner's idea took off. Before long, he had extended the concept to other campuses, then to downtown office buildings. Eastern Exclusives, his first company, was born. His innovation wasn't the coupon book but his business

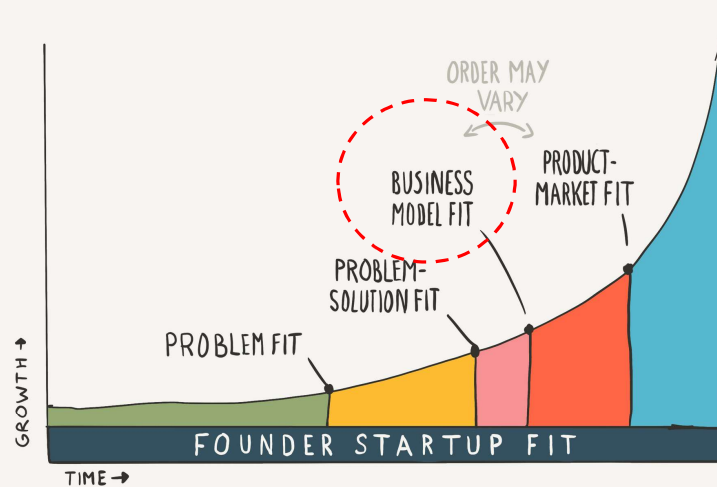
tions that go into it. Once an enterprise starts operating, the underlying assumptions of its model—about both motivations and economics—are subjected to continuous testing in the marketplace. And success often hinges on management's ability to tweak, or even overhaul, the model on the fly. When EuroDisney opened its Paris theme park in 1992, it borrowed the business model that had worked so well in Disney's U.S. parks. Europeans, the company thought, would spend roughly the same amount of time and money per visit as Americans did on food, rides, and souvenirs.

Each of Disney's assumptions about the revenue side of the business turned out to be wrong. Europeans did not, for example, graze all day long at the park's various restaurants the way Americans did. Instead, they all expected to be seated at precisely the same lunch or dinner hour, which overloaded the facilities and created long lines of frustrated patrons. Because of those miscalculations, EuroDisney was something of a dis-

Business modeling is the managerial equivalent of the scientific method—you start with a hypothesis, which you then test in action and revise when necessary.

(HBR, May 2002)

3



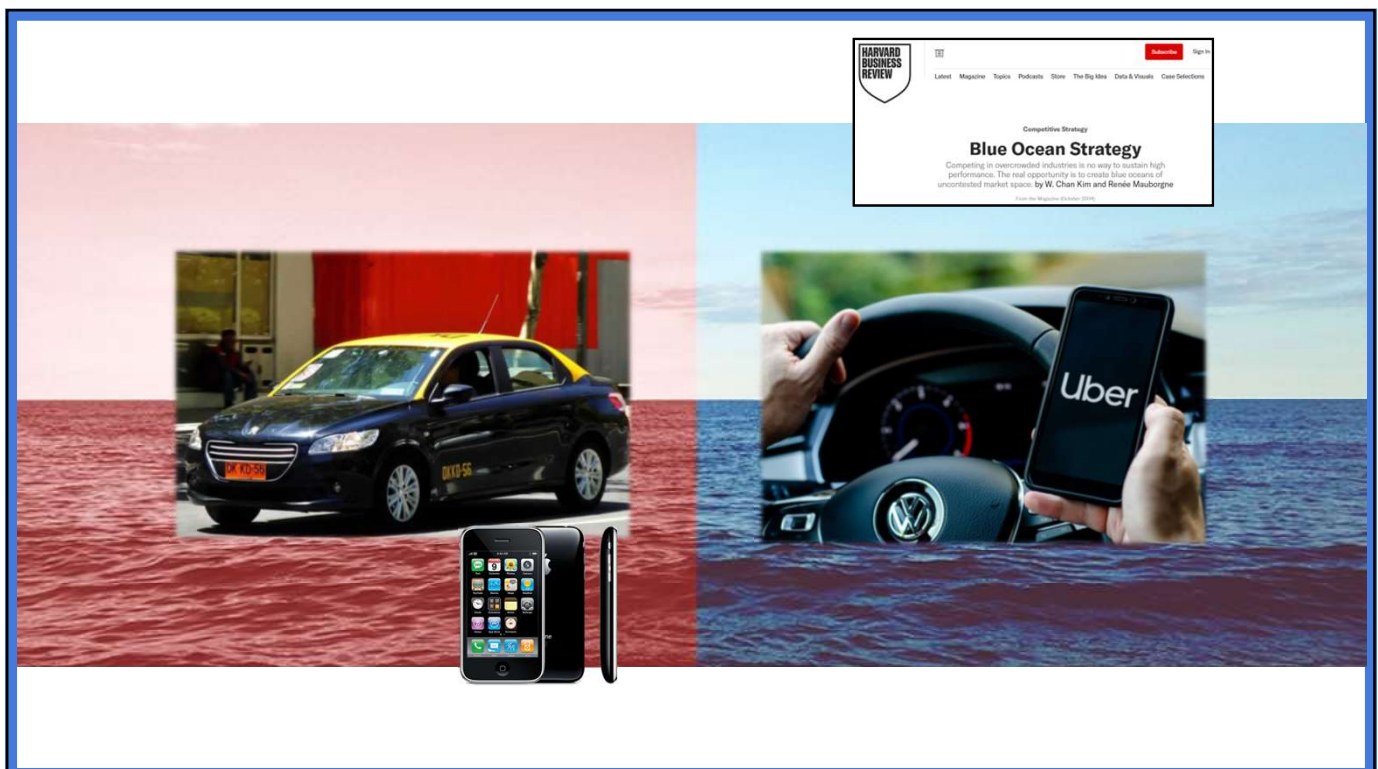
(Coelen, 2021)

DIRECCIÓN DE TRANSFERENCIA Y DESARROLLO

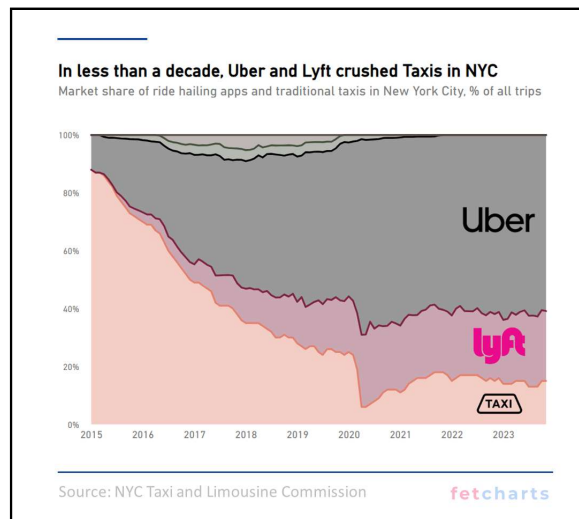
4



5



6



DIRECCIÓN DE TRANSFERENCIA Y DESARROLLO

7



(Girotra and Netessine 2021)



(Willemstein, van der Valk and Meus 2021)



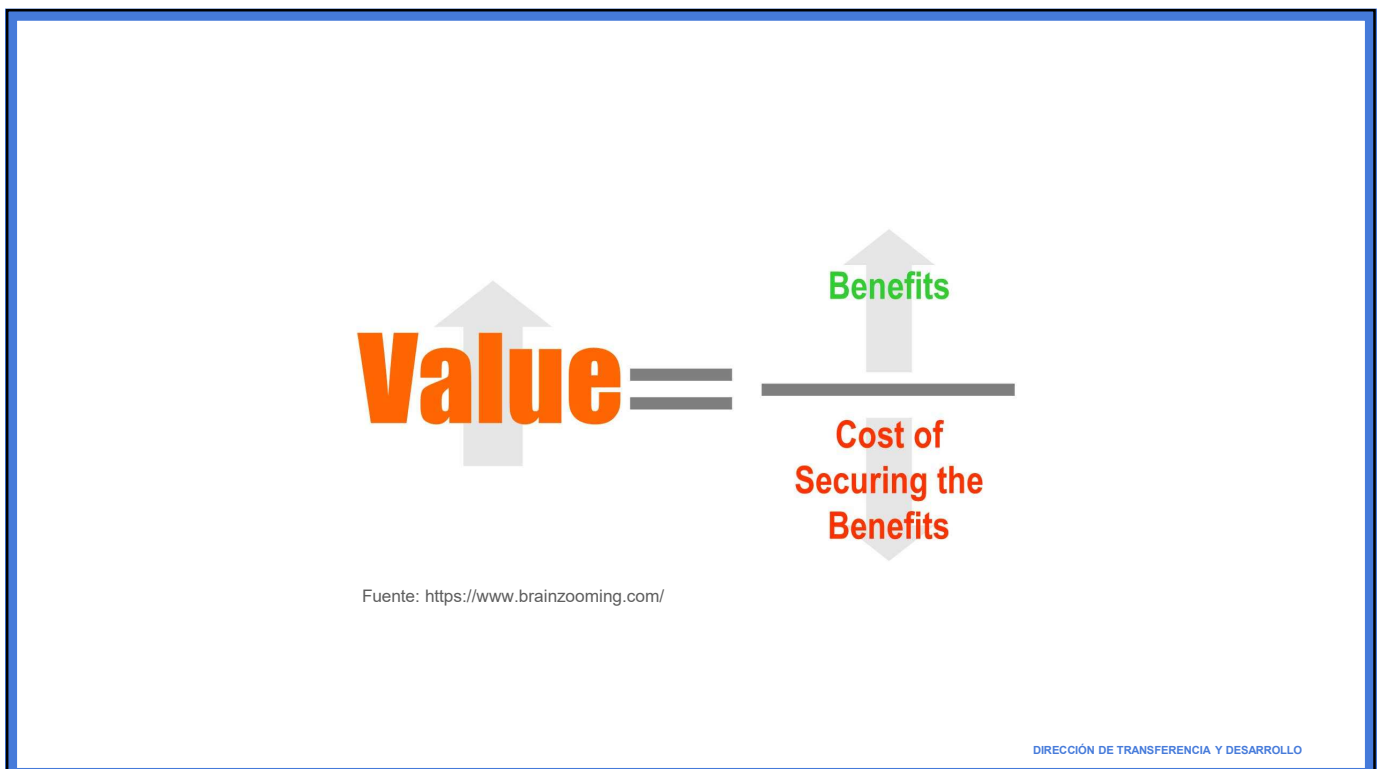
(Randhawa, Wilden and Gudergan 2021)

DIRECCIÓN DE TRANSFERENCIA Y DESARROLLO

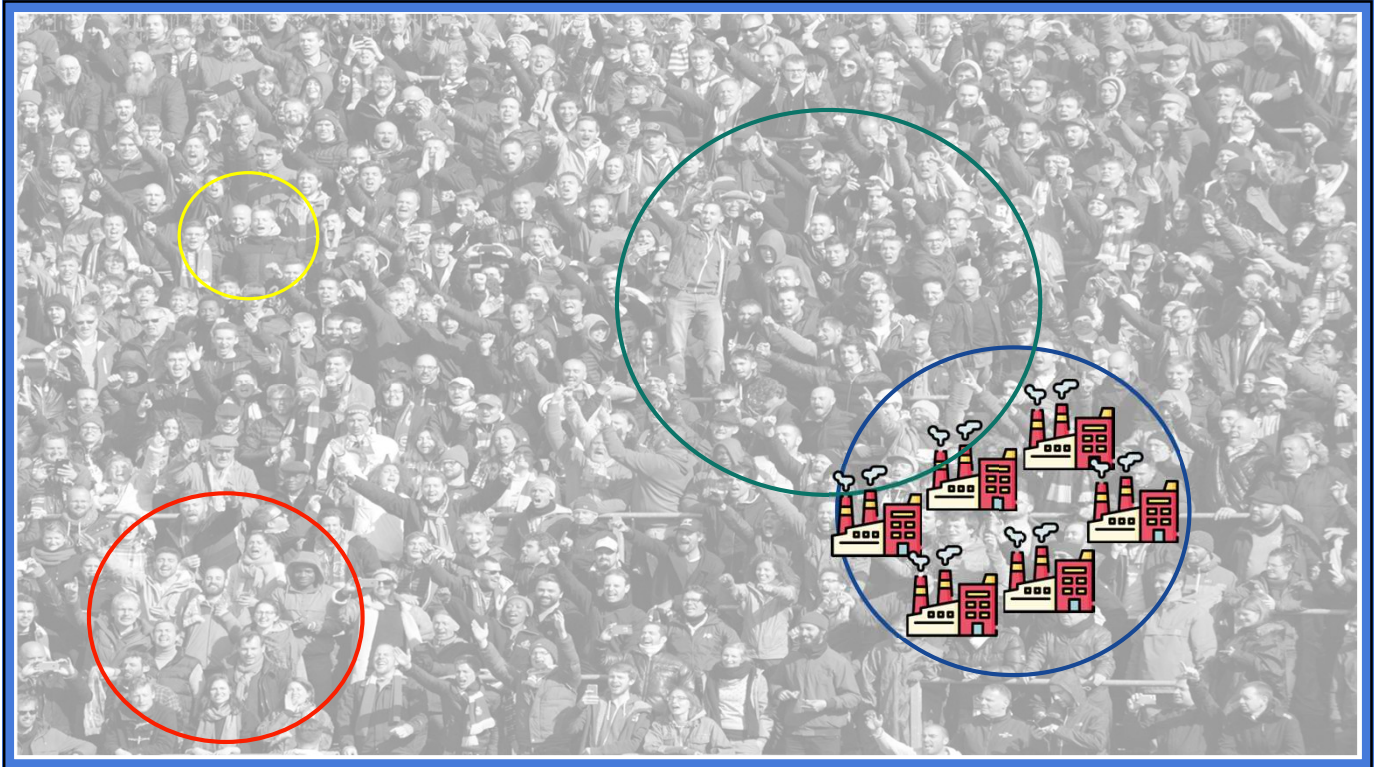
8



9



10



11

“

Stakeholder theory proposes that companies produce externalities that affect several parties (...). For instance, stakeholders can be suppliers, partners or customers, as well as governmental entities.

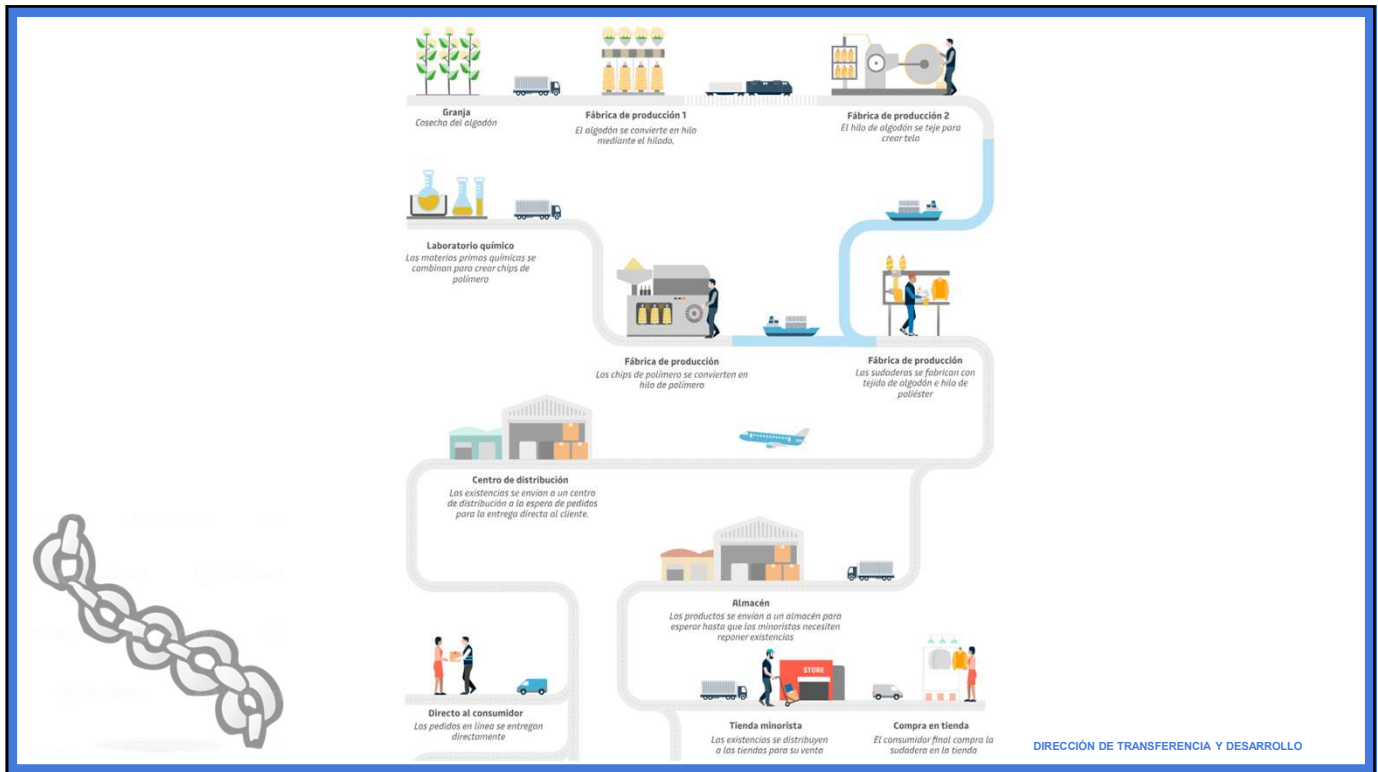
(de Camargo et al., 2018)

”

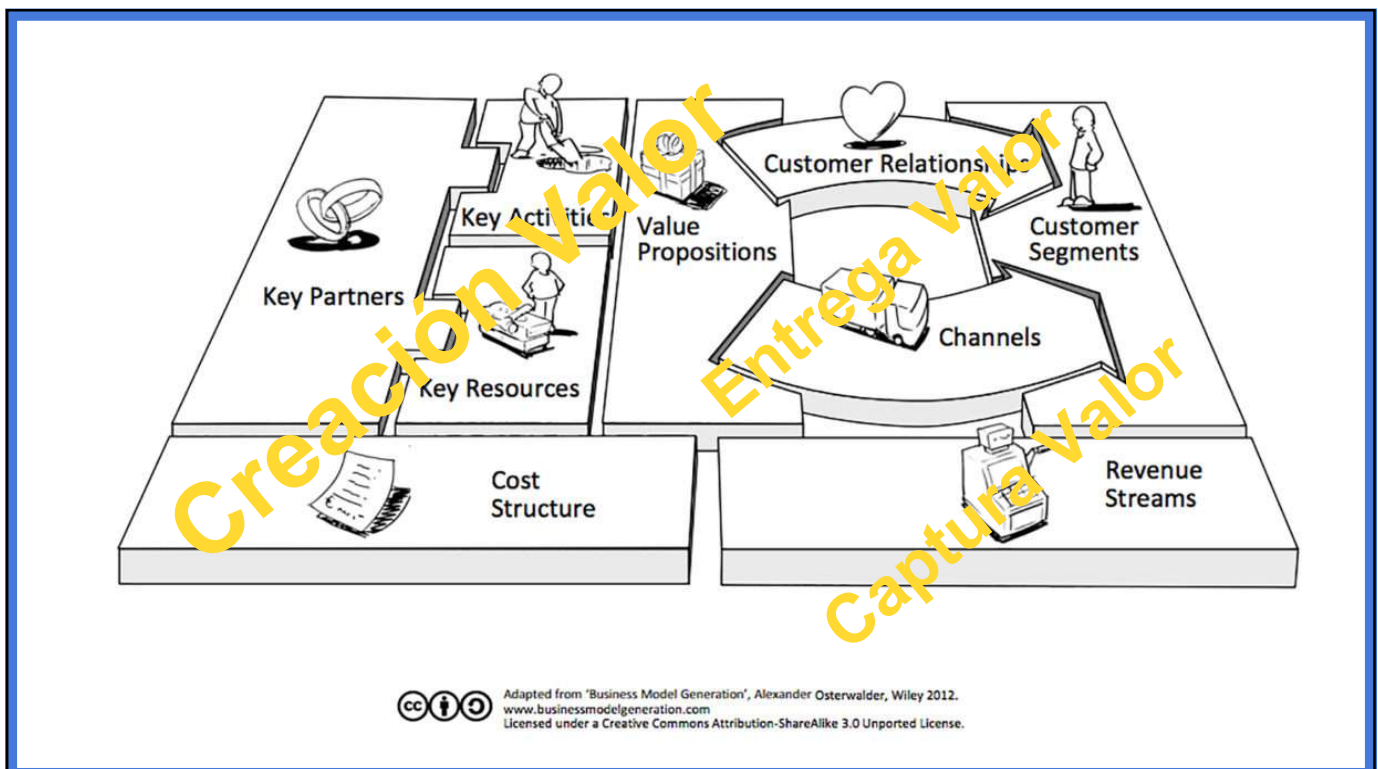


DIRECCIÓN DE TRANSFERENCIA Y DESARROLLO

12



13

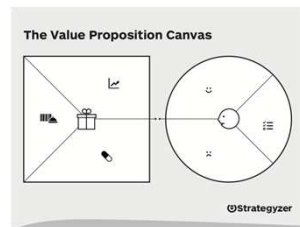


14

Propuesta de valor

*El producto o servicio **ayuda a** segmento de clientes/usuarios*

“ **que quieren/buscan/necesitan/tienen** *la oportunidad/desafío/problema*
a través de *qué hace el producto o servicio para acortar la brecha y, además,*
qué hace el producto o servicio distinto a otras soluciones disponibles. ”



15

PROPUESTA DE VALOR



Test diagnóstico

10 años de investigación científica



Cambiando el mundo con ThyroidPrint

Un nuevo test diagnóstico que nace después de 10 años de investigación científica con tecnología con los más altos estándares de calidad. **ThyroidPrint** resuelve la incertidumbre diagnóstica de pacientes con nódulos tiroideos indeterminados, siendo capaz de evitar cirugías innecesarias en un 88% de los casos.

Hernán González, MD, PhD.

altos estándares de calidad
 (validación en EEUU)

evitar cirugías innecesarias



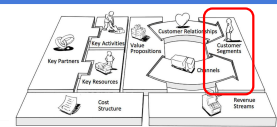
Possible outcomes

- 1. Malignant 10%
- 2. Benign 70%
- 3. Indeterminate 20%

Fuente: <https://thyroidprint.com/>

16

SEGMENTO DE CLIENTES



¿Tienes un nódulo en la tiroides?

ThyroidPrint es la respuesta



Fuente: <https://thyroidprint.com/>

DIRECCIÓN DE TRANSFERENCIA Y DESARROLLO

17

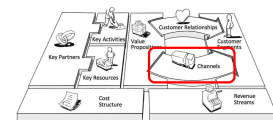
CANALES

CANALES DE PROMOCIÓN



<https://digitalmarketing.temple.edu/forklyft/product/marketing-channels/>

CANALES DE VENTA



<https://www.klozers.com/channel-planning-in-sales-management/>

18

CANALES

Me quiero hacer el test [¿ Que necesito ?](#)

Elija el país de preferencia para comprar tu examen

ThyroidPrint es el único examen que permite evitar cirugías innecesarias a la tiroides , puedes cotizar y comprar tu examen eligiendo tu país de origen.

Cotizar Test | Quote Price Test

Nombre completo / Full Name*

Chile

Telefono / Phone *

E-mail*

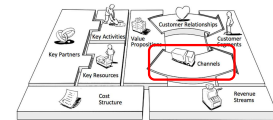
Comentarios / Comments

☐ No soy un robot 

Enviar / Send

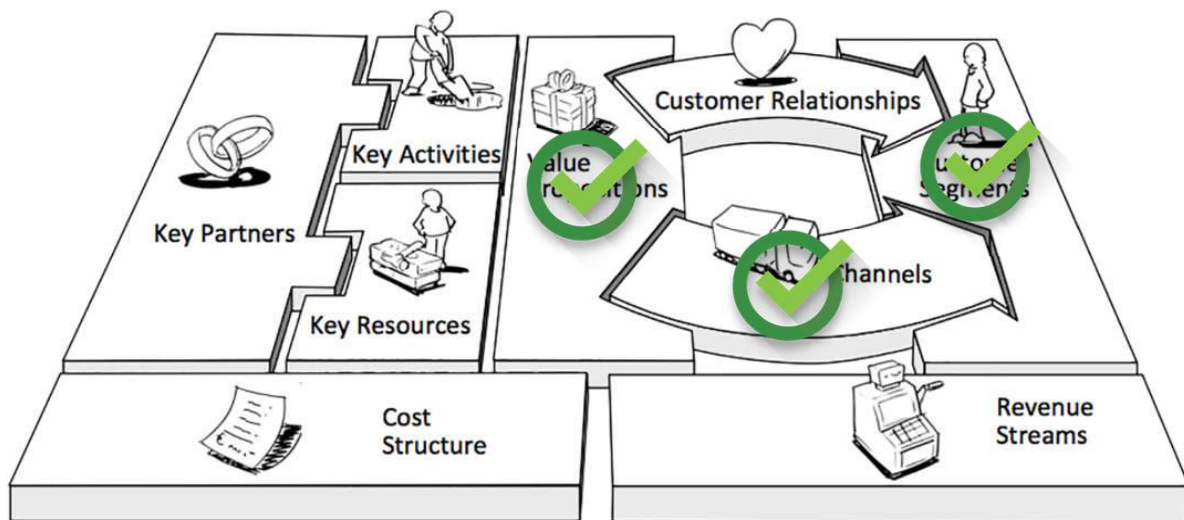
Chile	Argentina	Brasil
Portugal 61, Piso 1, Santiago +56232320084 +56966770494 fmenaj@geneprodx.com Laboratorio Central GeneProDX  N° 1821095	TCba Centro de Diagnóstico 4860-1000 Opción 4 Whatsapp 11.2262.7777 informes@lacba.com.ar	Alta Diagnósticos (11) 3003 - 5554 Whatsapp: (11) 99974 - 5554 Fale Conosco   

**PATENT
PROTECTED**



Fuente: <https://thyroidprint.com/>

19



Adapted from "Business Model Generation", Alexander Osterwalder, Wiley 2012.
www.businessmodelgeneration.com

Licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License.

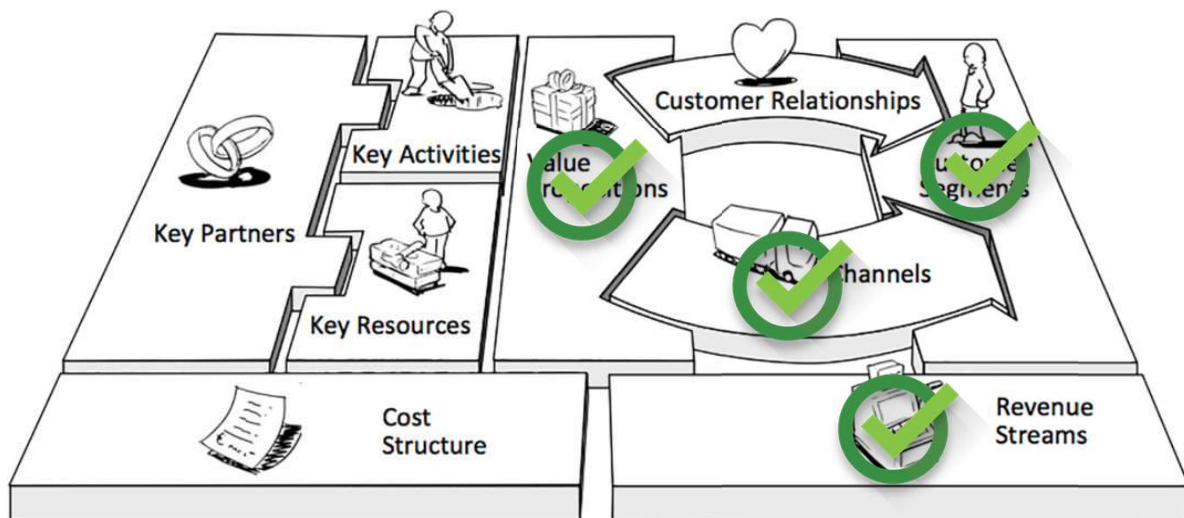
20

FUENTES DE INGRESO (directas)



DIRECCIÓN DE TRANSFERENCIA Y DESARROLLO

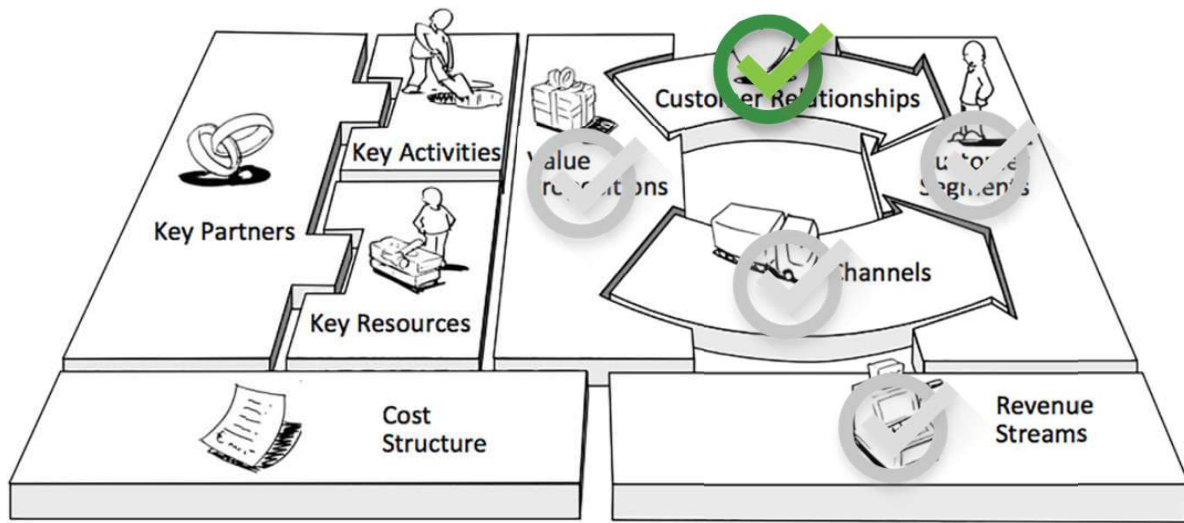
21



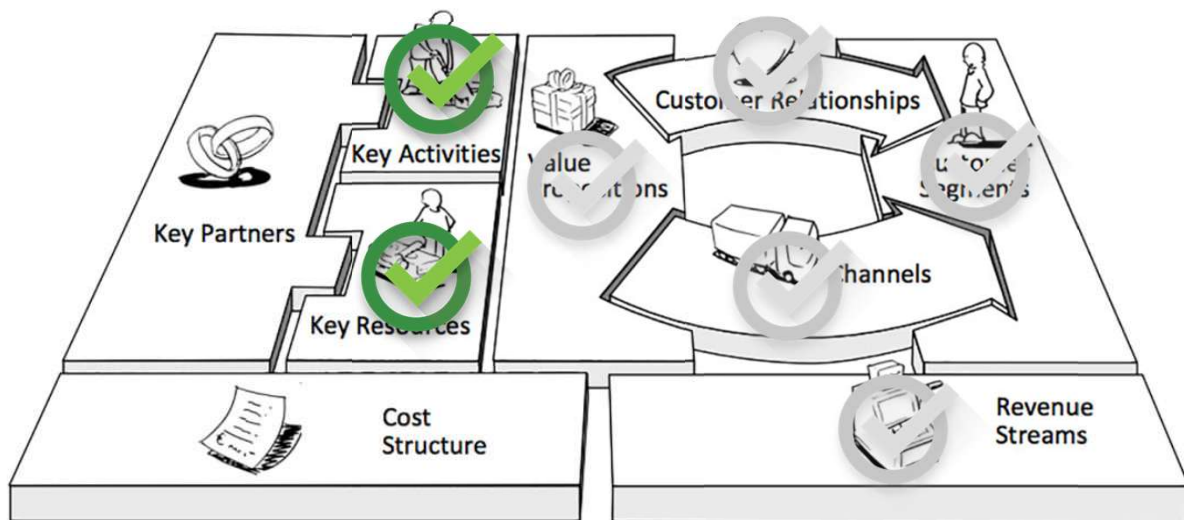
Adapted from "Business Model Generation", Alexander Osterwalder, Wiley 2012.
www.businessmodelgeneration.com

Licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License.

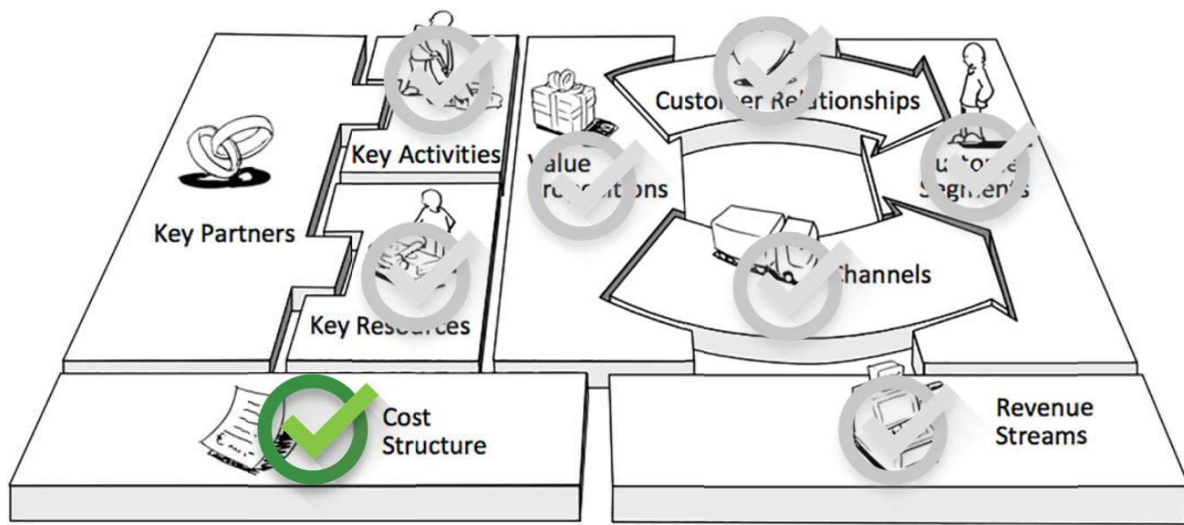
22



23

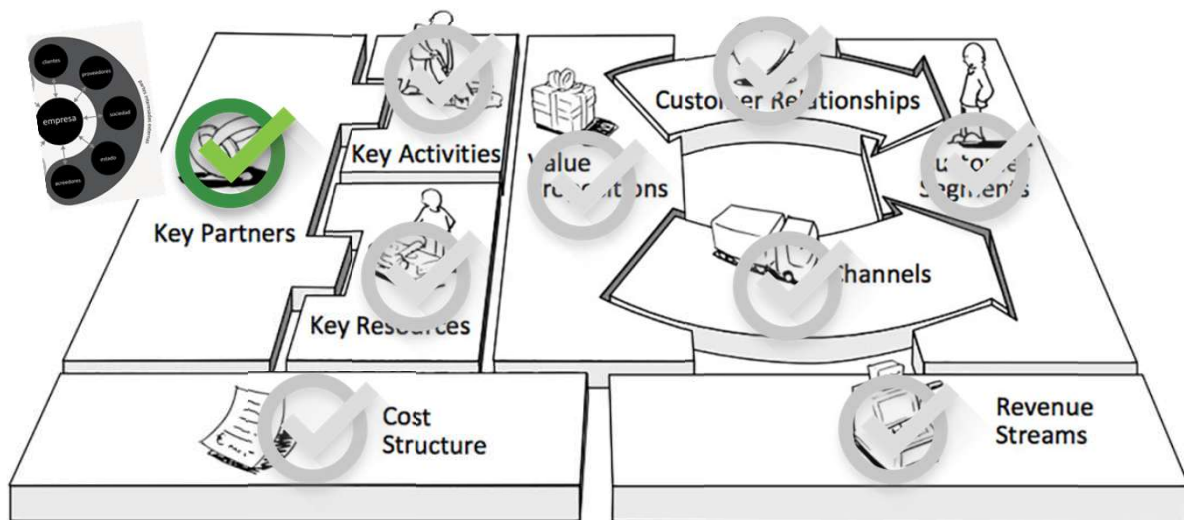


24



Adapted from 'Business Model Generation', Alexander Osterwalder, Wiley 2012.
www.businessmodelgeneration.com
 Licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License.

25



Adapted from 'Business Model Generation', Alexander Osterwalder, Wiley 2012.
www.businessmodelgeneration.com
 Licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License.

26

Gobierno de Chile

2. Estrategia de desarrollo y de transferencia tecnológica y estimación del impacto económico y social.

A partir de la descripción de la solución entregada en la sección 1.5 de este formulario proceda a completar la siguiente información.

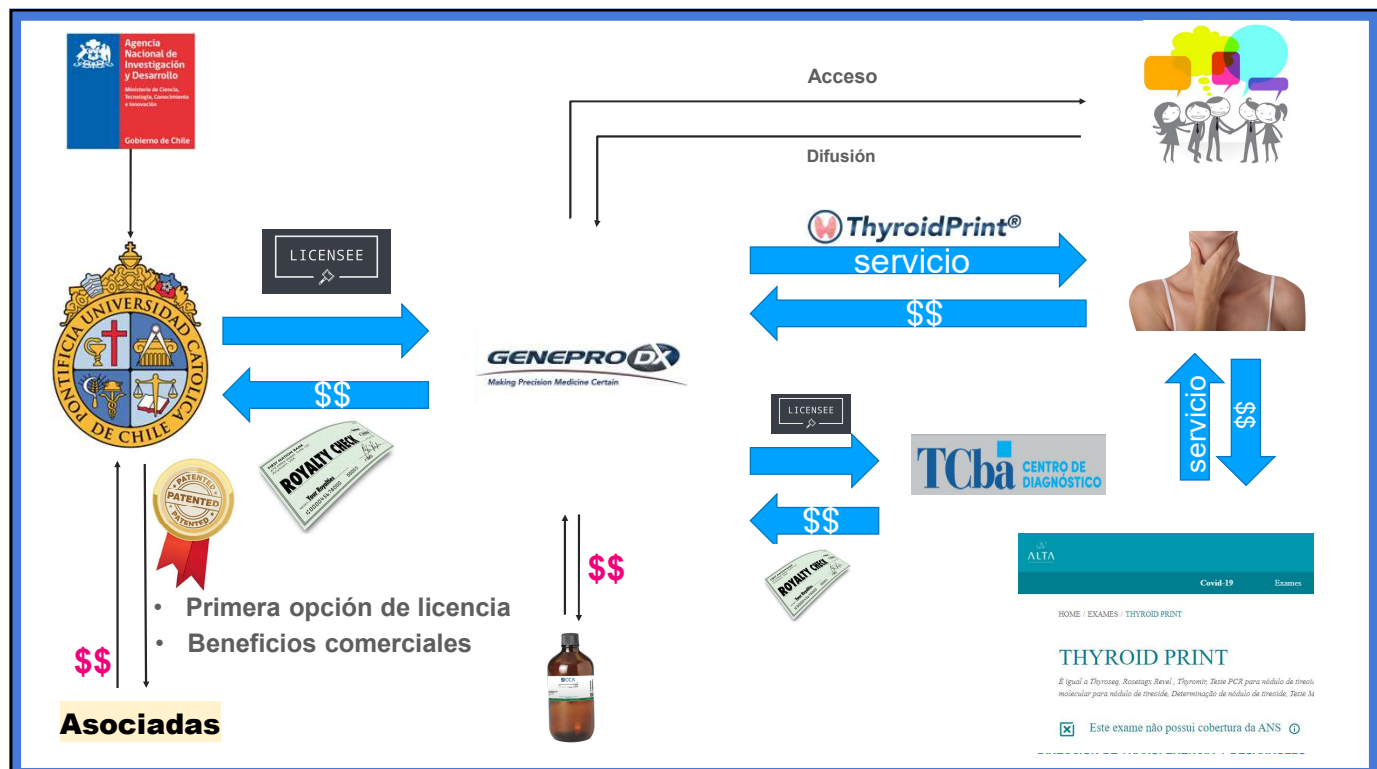
2.1 Producto, proceso y/o servicio a desarrollar.

2.5 Estrategia de desarrollo y negocio o masificación

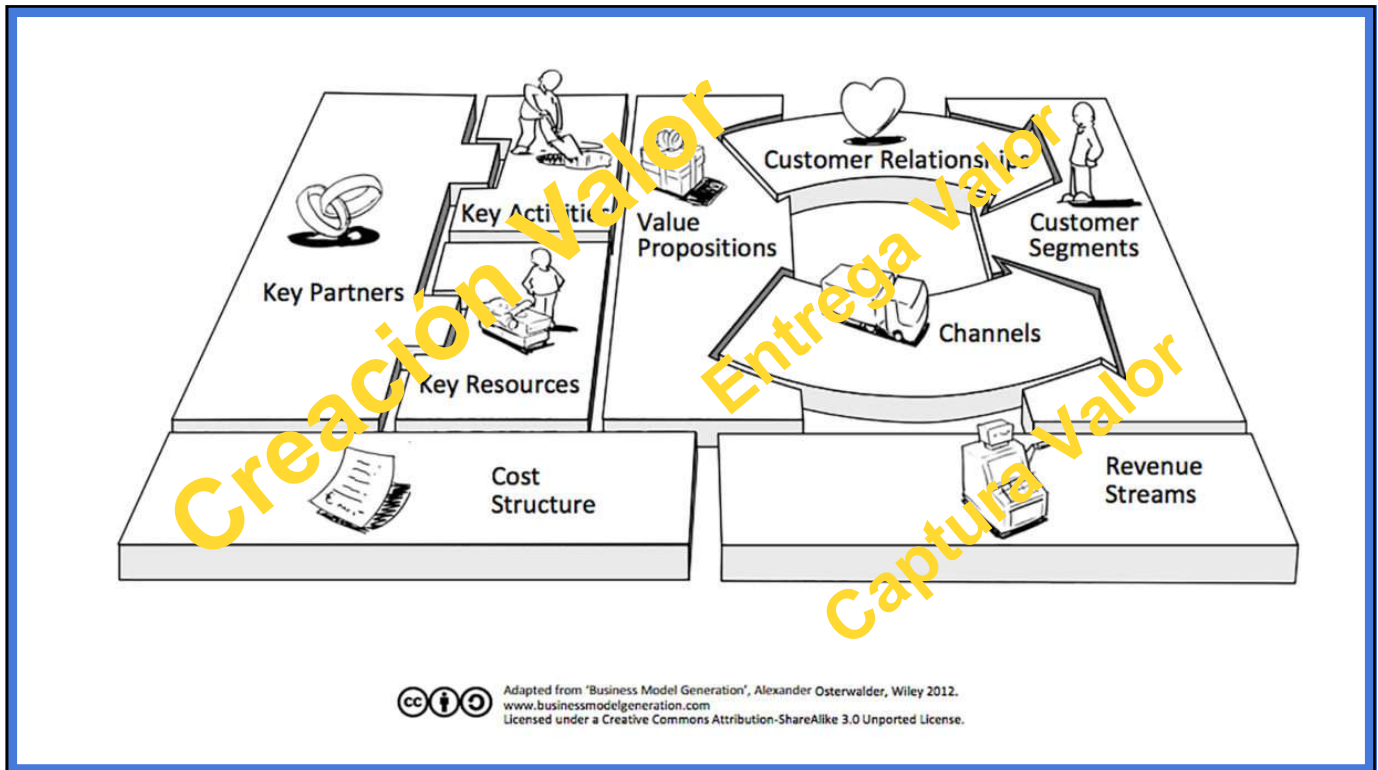
Describa la estrategia para completar el desarrollo del producto, proceso y/o servicio final (considerando que se requerirán etapas futuras identificadas en el punto 2.3 para completar el proceso de I+D), identificando el rol de las entidades asociadas, colaboradoras (en caso de tenerlas) y de otros socios relevantes en este proceso y actores esenciales para lograr la transferencia tecnológica. Además, incluya en este análisis las etapas de transferencia, producción, distribución y comercialización, o apropiación y prestación de servicios, proyectando quienes actuarían como proveedores y/o distribuidores o quienes se harían cargo de la masificación de productos, procesos y/o servicios de bien público. Incorpore los usuarios y beneficiarios finales y establezca las relaciones básicas entre todos los actores.

De ser necesario, puede incluir un diagrama que represente la estrategia de desarrollo y negocio o masificación.

27



28



29



30

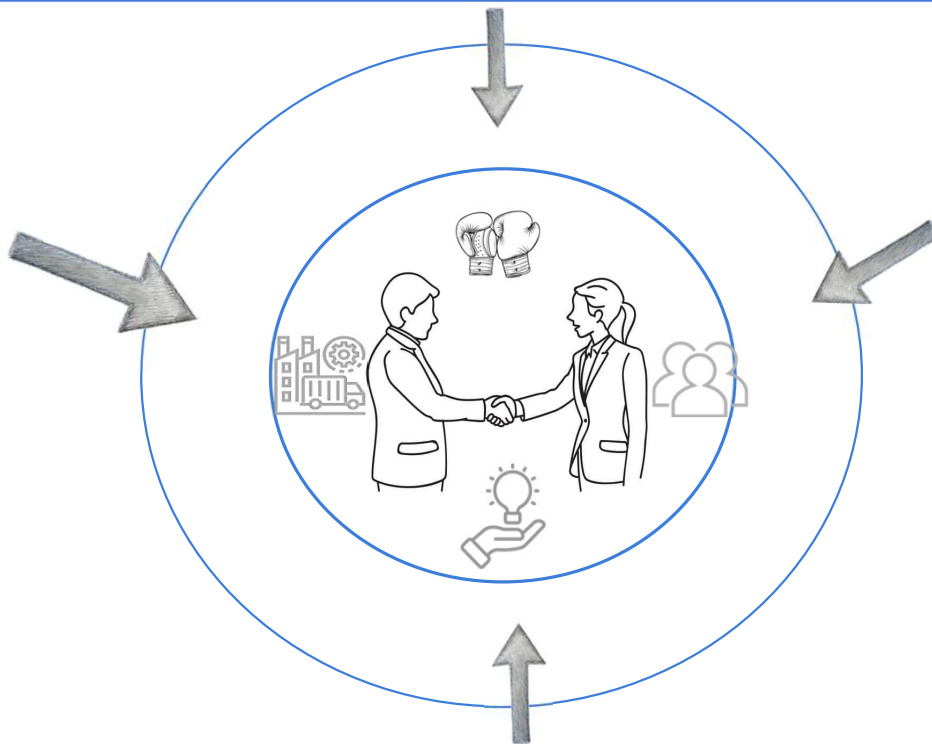
“ Un mercado es un **grupo de compradores y vendedores de un bien o servicio en particular**. Los compradores son el grupo que determina la demanda del producto y los vendedores son el grupo que determina la oferta de dicho producto. ”

Mankiw, N. Gregory. *Principios de economía*, Sexta edición. 2012

“ Los conceptos de intercambio y relación llevan al concepto de mercado. Desde la perspectiva del marketing, un mercado **es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio**. Estos compradores comparten una necesidad o deseo particular que puede ser satisfecho a través de relaciones de intercambio ”

Kotler, P y Armstrong, G. *Fundamentos de marketing*. Decimoprimer edición. 2013

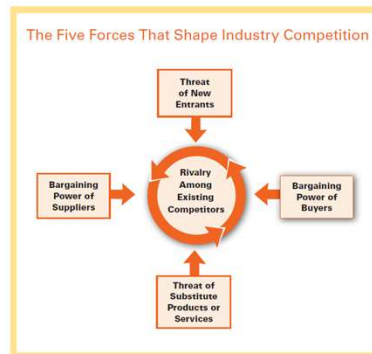
31



32

Modelo de las 5 Fuerzas

(Michael E. Porter, 1979)



(Porter, 2008)

33

Análisis de la competencia

DIRECTOS

: Similar producto y/o servicio



INDIRECTOS

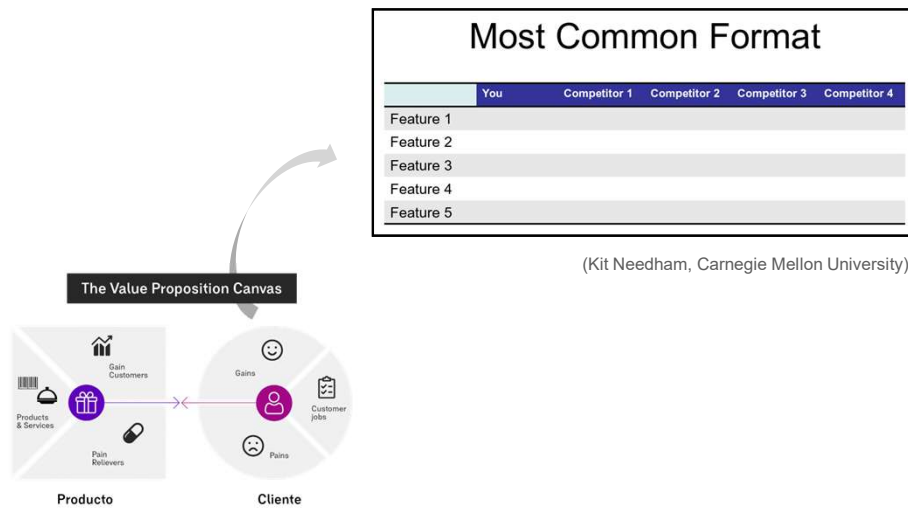
: Solucionan el mismo problema para el mismo segmento de consumidores, con un producto o servicio diferente



DIRECCIÓN DE TRANSFERENCIA Y DESARROLLO

34

Análisis de la competencia



35

Análisis PEST(EL)

(Francis J. Aguilar, 1967)

ANALYSIS OF THE
MARKET INFLUENCES

PESTEL

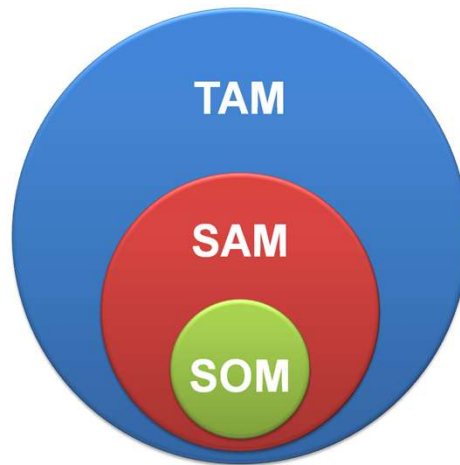


Management and Strategy Institute
MSICertified.com

<https://www.msicertified.com/>

36

Tamaño de Mercado: TAM, SAM, SOM



37

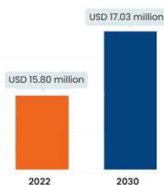
Tamaño de Mercado: Ejemplo Glucómetros

TAM: Total Addressable Market

Global Glucometer Market

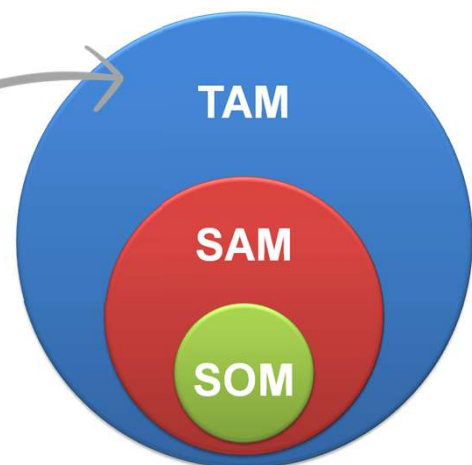
Market Size in USD Billion

CAGR : 9.90%



<https://www.databridgemarketresearch.com/>

Forecast Period	2023 –2030
Market Size (Base Year)	USD 15.80 million
Market Size (Forecast Year)	USD 17.03 million
CAGR	9.90 %
Major Markets Players	• Thermo Fisher Scientific Inc. • Promega Corporation • Agilent Technologies Inc. • Bio-Rad Laboratories Inc. • QIAGEN • Merck KGaA



38

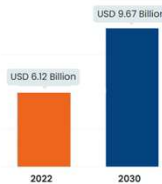
Tamaño de Mercado: Ejemplo Glucómetros

SAM: Serviceable Available Market

Europe Diabetes Care Devices Market

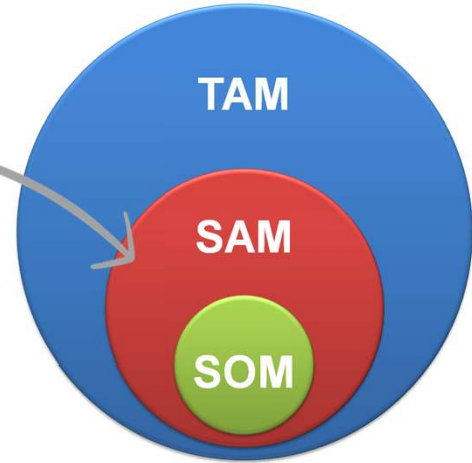
Market Size in USD Billion

CAGR : 5.88%



Forecast Period	2023 - 2030
Market Size (Base Year)	USD 6.12 Billion
Market Size (Forecast Year)	USD 9.67 Billion
CAGR	5.88 %
Major Markets Players	- Abbott - PHC Holdings Corporation - WellDoc - Sanofi - Dexcom

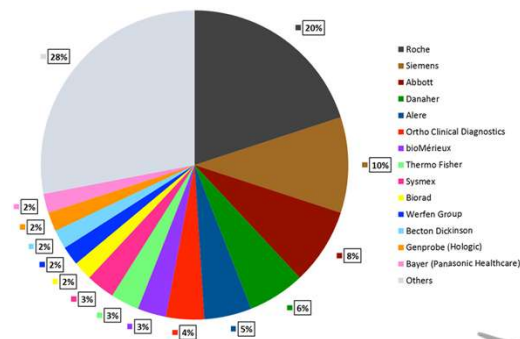
<https://www.databridgemarketresearch.com/>



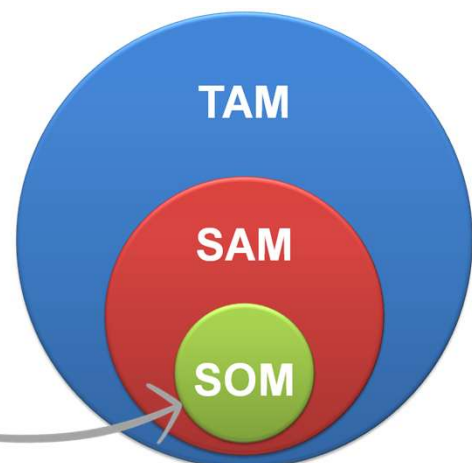
39

Tamaño de Mercado: Ejemplo Glucómetros

SOM: Serviceable Obtainable Market



- ✓ Capacidad de producción
- ✓ Expectativa de crecimiento



Sachdeva S, Davis RW and Saha AK (2021). *Microfluidic Point-of-Care Testing: Commercial Landscape and Future Directions*. Front. Bioeng. Biotechnol. 8:602659. doi: 10.3389/fbioe.2020.602659

40

Market Size for Pemphigus

Prevalence of Pemphigus (x 100,000)

Region	Prevalence (x 100,000)
USA	5.7
Europe	6.5
Japan	19.2
Other	21.0

Pemphigus Patients

- Europe: 61%
- Japan/Other: 20%
- USA: 19%

Patients with Pemphigus

Region	Patients (x 100,000)
United States	18,810
Europe	29,320
East Asia	118,080

Addressable Market

Region	Addressable Market (x 100,000)
Europe	18,810
Japan/Other	49,200
USA	8,200

Share of Market

Region	Share of Market (%)
Europe	38.4%
Japan/Other	32.4%
USA	30.4%

A BLOCKBUSTER DRUG CANDIDATE FOR DEVASTATING RARE SKIN DISEASES

Scinal Immunotherapeutics Ltd

<https://www.youtube.com/watch?v=X-0mT-eBJ6g>

41

Pricing and Revenues for PC111

Several pricing approaches have been developed with the advice of external consultants

- Pemphigus**
 - PC111 price for 2nd line/3rd line patients
 - USA: different premiums over Rituximab
 - ROW (EUR, EAST ASIA): different percentages of USA\$
 - Potential Peak Revenues: 490 M\$ [range: 300 - 1,150 M\$]
- SJS/TEN**
 - PC111 price for 1st line patients
 - USA: different prices for a potential life-saving drug
 - ROW (EUR, EAST ASIA): different percentages of USA\$
 - Potential Peak Revenues: 520 M\$ [range: 350 - 1,270 M\$]

A BLOCKBUSTER DRUG CANDIDATE FOR DEVASTATING RARE SKIN DISEASES

Scinal Immunotherapeutics Ltd

<https://www.youtube.com/watch?v=X-0mT-eBJ6g>

42

Chapter

How Much Does the External CEO Matter in University Spin-Off?

January 2014

DOI: [10.4018/978-1-4666-4530-1.ch002](https://doi.org/10.4018/978-1-4666-4530-1.ch002)

In book: Strategic Approaches for Human Capital Management and Development in a Turbulent Economy

Patricia Ordóñez de Pablos · Robert D. Tennyson · Anna M. Szopa · Tadeusz Marek

“The source data is gathered from observations, semi-structured interviews, commercial databases, as well as publicly available data. **The results show that external Chair Executive Officers (CEO) positively influence the process of creation and management of university spin-offs.**”

(Ordóñez, 2014)



The Role of a Strong Team in Attracting Venture Capital Investment

Zion Venture Partners (Pty) Ltd
1227 seguidores

16 de septiembre de 2024



DIRECCIÓN DE TRANSFERENCIA Y DESARROLLO

43

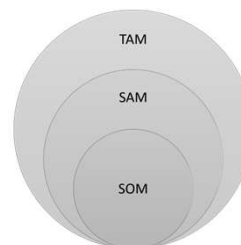
Evaluación del Mercado: Ejemplo nueva insulina inyectable

Análisis Cualitativo

- Segmento de clientes/usuarios
(la demanda)
- Competidores directos / indirectos
(la oferta)
(Armar una tabla comparativa)
- Proveedores/Intermediarios relevantes
- PESTEL

Análisis Cuantitativo

- TAM – SAM – SOM



44

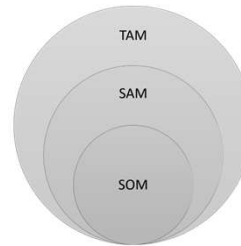
EJERCICIO PRÁCTICO: Sus proyectos

Análisis Cualitativo

- Segmento de clientes/usuarios
(*la demanda*)
- Competidores directos / indirectos
(*la oferta*)
(*Armar una tabla comparativa*)
- Proveedores/Intermediarios relevantes
- PESTEL

Análisis Cuantitativo

- TAM – SAM – SOM



45



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE



Taller 3: Entendiendo el Mercado de tu Innovación y su Potencial

Aplica Ciencia

Carlos González Burgos
 Jefe de Innovaciones Tecnológicas
 Dirección de Transferencia y Desarrollo UC
 cegonzab@uc.cl

46