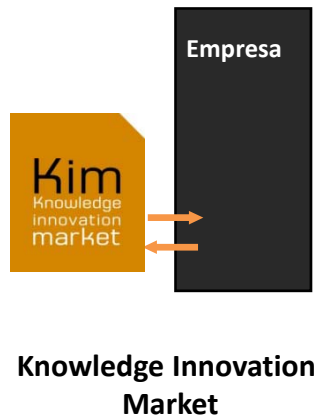


Knowledge innovation market

“Mejorar la transferencia de tecnología y valorización de los resultados de la investigación es la herramienta para aumentar la competitividad de las empresas”

*III Jornada AIN : Aplicaciones industriales de la Nanotecnología
Barcelona, 29 de mayo de 2009*

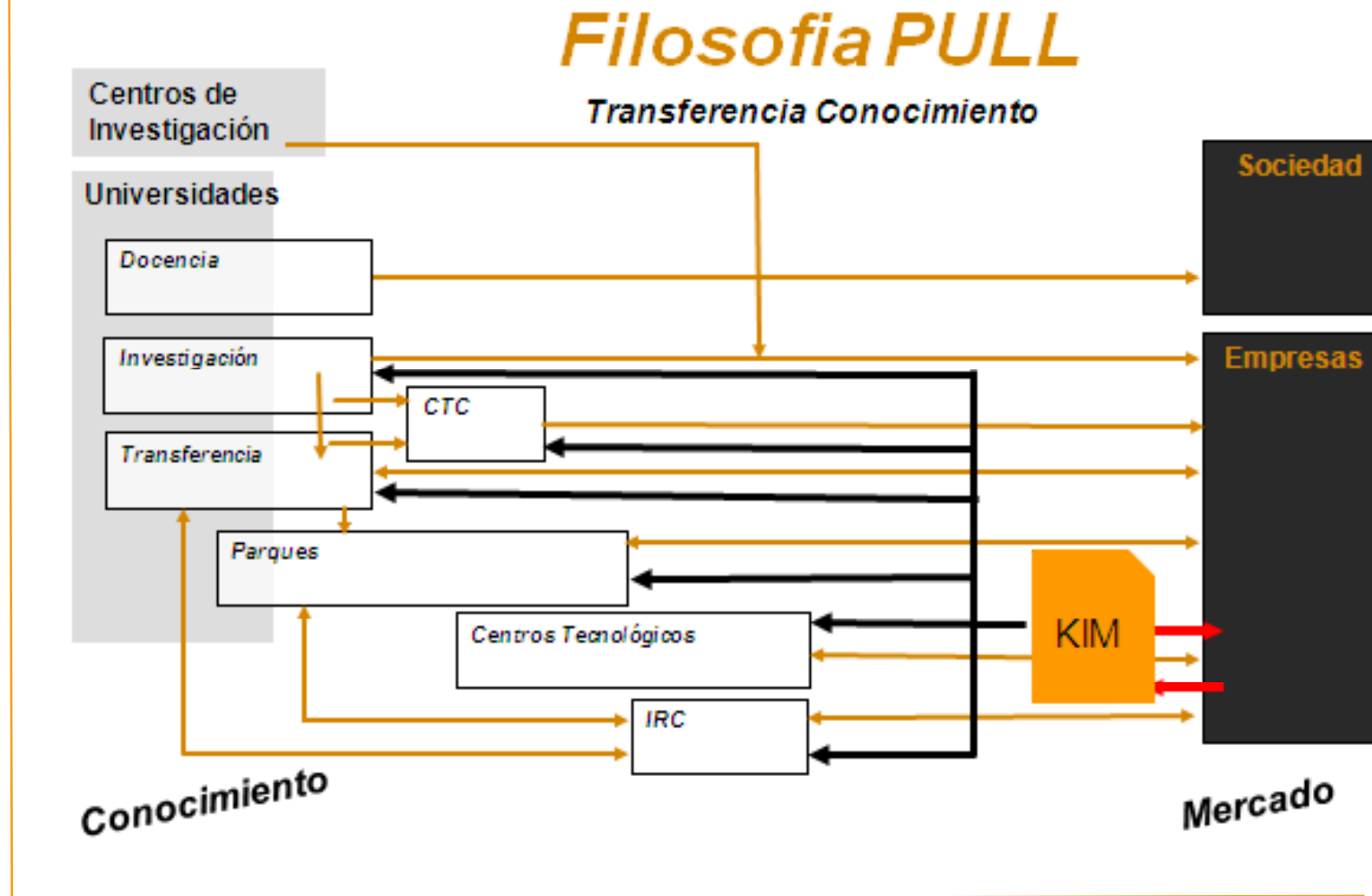
Definición del Modelo: *necesidad de adaptar los procesos de transferencia de tecnología e innovación a las necesidades del mercado*

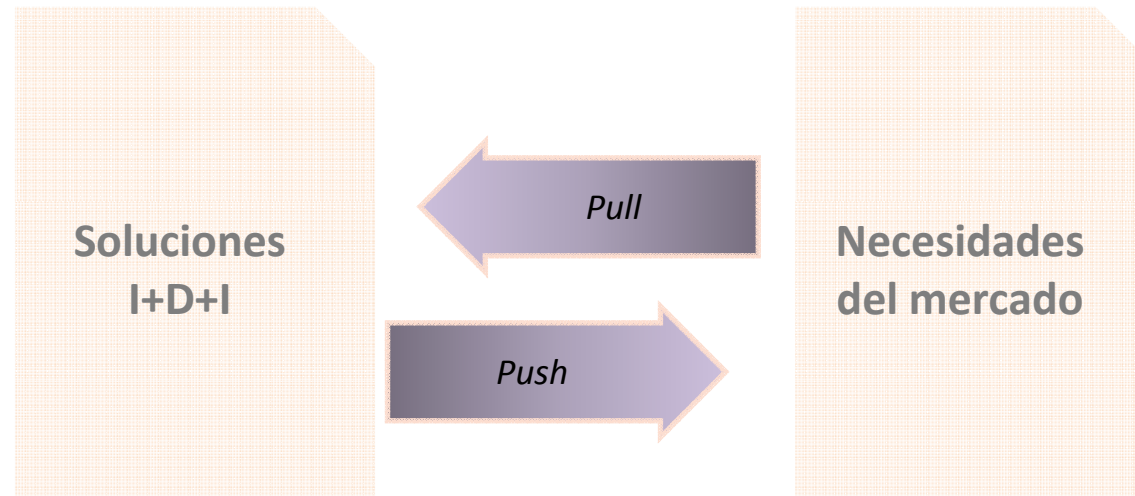


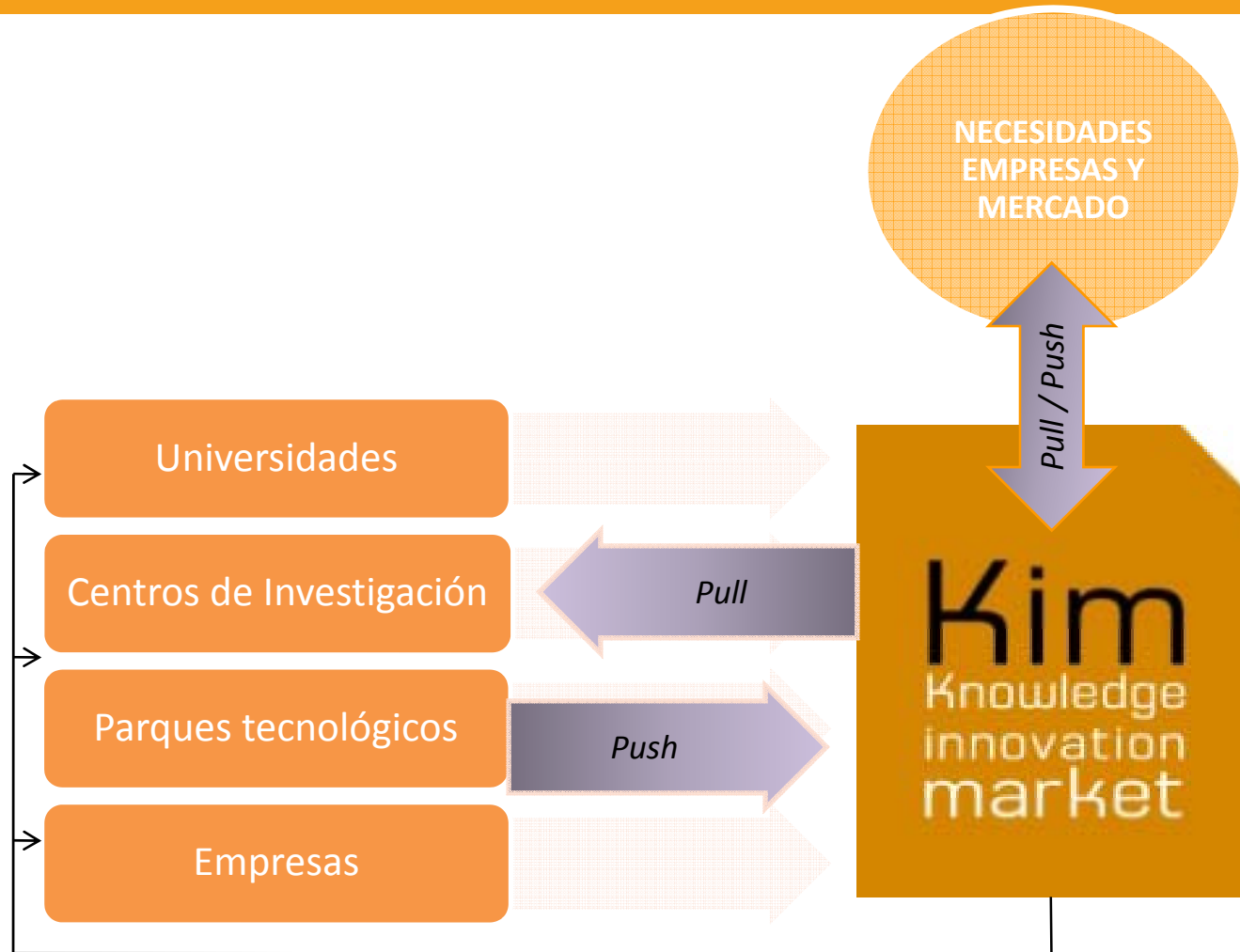
Entidad con vocación de ofrecer soluciones a las necesidades de innovación tecnológica de las **empresas y entidades**, aportando una visión global y la capacidad de interrelación con todos los **agentes del sistema de innovación**

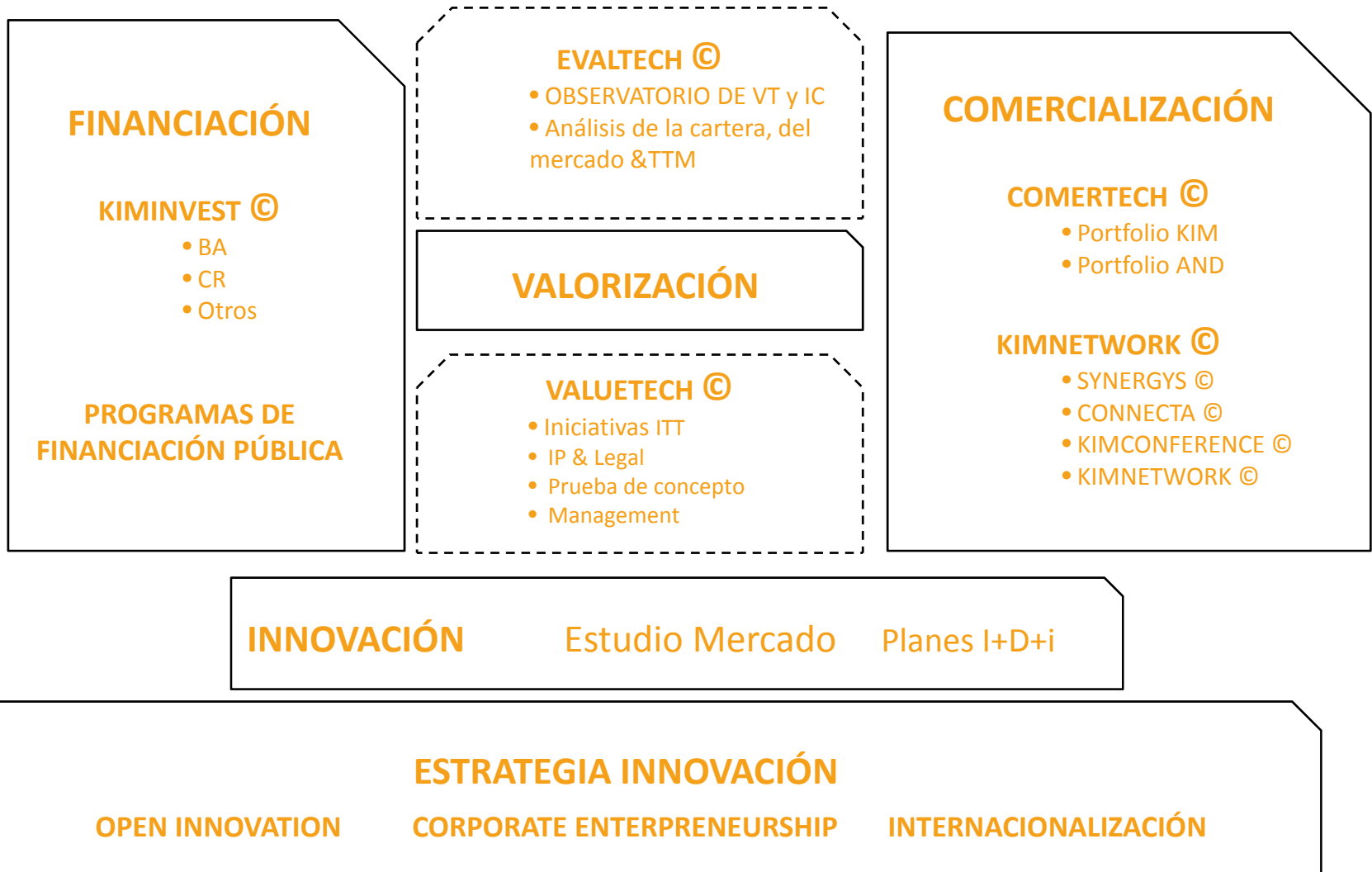
KIM nace para responder a la necesidad de competir en un mercado global aportando soluciones innovadoras a los productos y servicios de las empresas.

El KIM se orienta a la demanda y por tanto está al lado de las empresas buscando soluciones y respuestas a sus necesidades, **con el objetivo de detectar la oferta y demanda LOCAL para ponerla a disposición GLOBAL.**







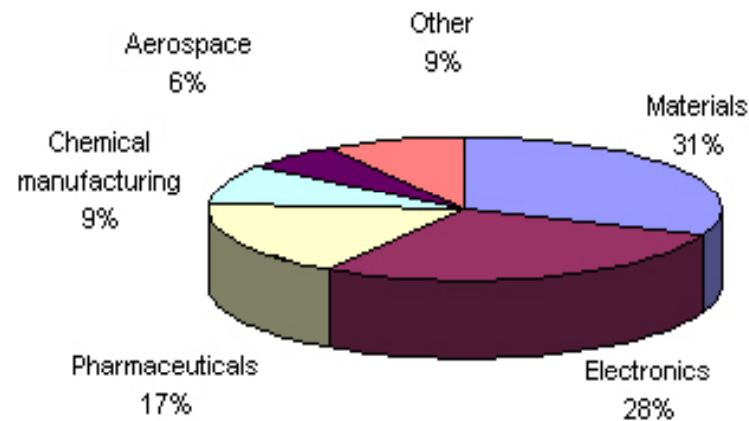


Proceso de convertir el conocimiento en productos y servicios
“reales” con proyección en el mercado

La generación de conocimiento necesita un valor añadido para conseguir un impacto económico y social más allá de los beneficios académicos y de la investigación básica habituales. La valorización tecnológica es el proceso que le proporcionará este valor añadido.

Industria emergente: Desafíos típicos de las tecnologías jóvenes

- Definición
- Crecimiento rápido:
 - las ventas de productos en general que utilizan la nanotecnología se estiman en \$2.6¹ trillones en el 2014.



Estimación del mercado de la nanotecnología, 2010 – 2015 ²

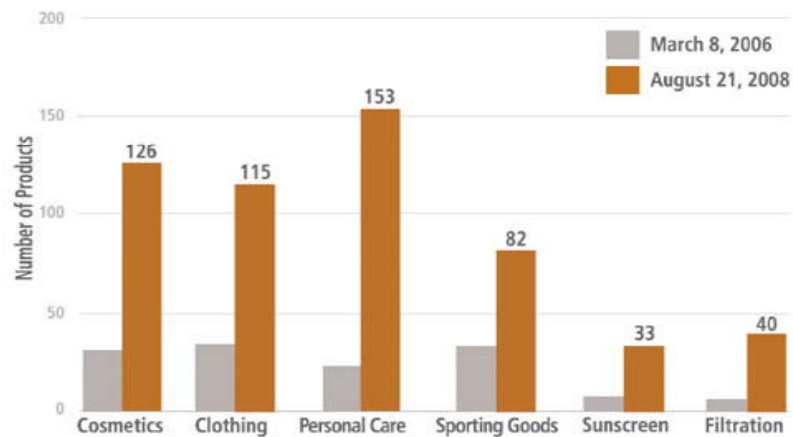
Fuentes: ¹Sizing Nanotechnology's Value Chain, Lux Research report

²National Science Foundation

Industria emergente: Desafíos típicos de las tecnologías jóvenes

➤ Crecimiento rápido:

- los productos de cuidado personal y *fitness* que incorporan nanotecnologías han cuádruplicado su presencia en el mercado entre 2006 y 2008³



- la inversión en nanotecnología continua incrementando y alcanzó los \$18.2 billones en 2008⁴

Fuentes: ³ The Project on Emerging Nanotechnologies, <http://www.nanotechproject.org/inventories/consumer/>

⁴ Nanomaterials State of the Market Q1 2009, Penny Returns

Industria emergente: Desafíos típicos de las tecnologías jóvenes

- Seguridad y riesgos asociados, impacto ambiental
 - Nuevos riesgos. Continuo incremento de la inversión en estudios de salud y seguridad ambiental de Nanotecnología.

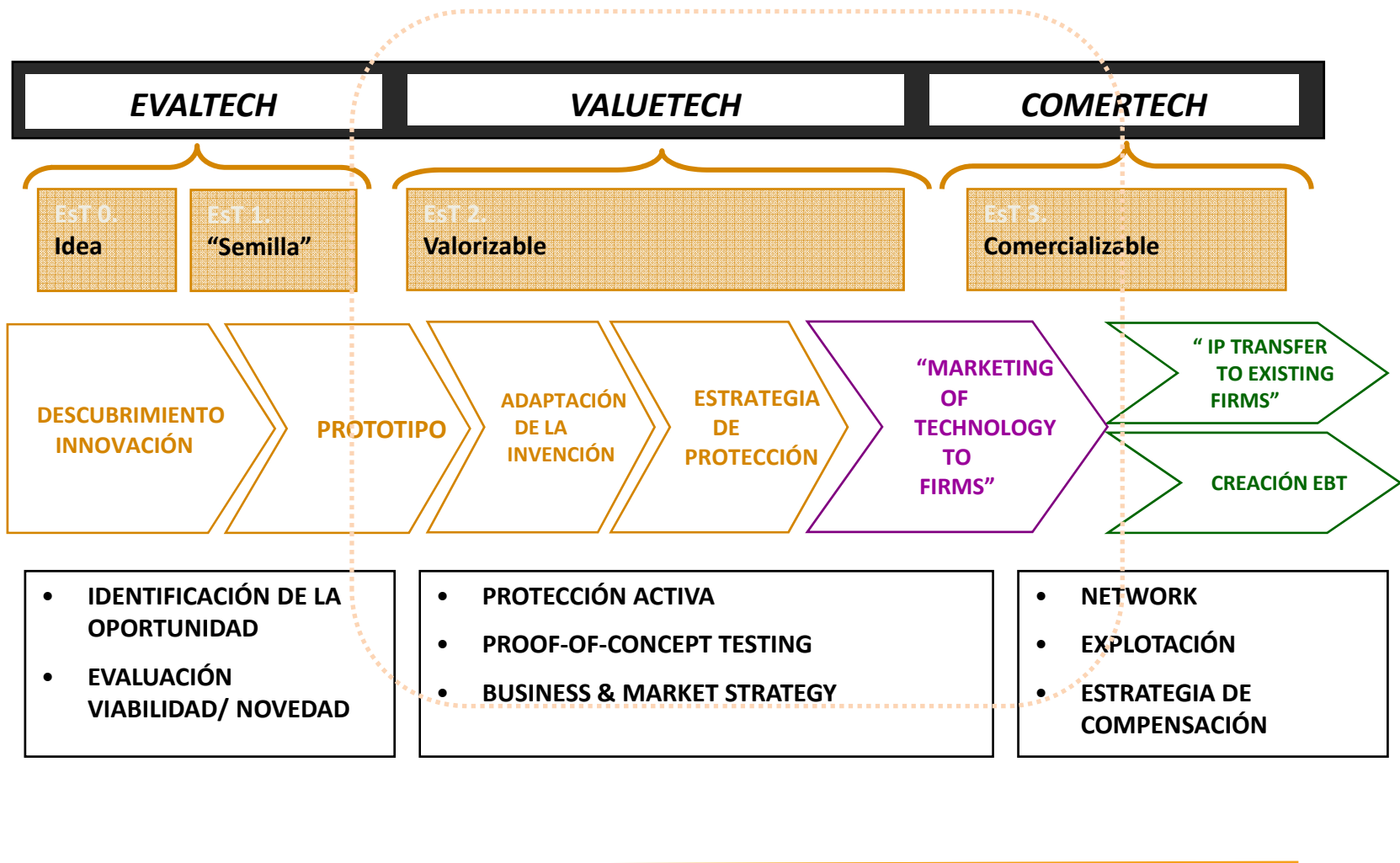
- Marco regulatorio : incierto. En evolución aunque ya existen productos en el mercado.

Compañías con productos en el mercado:

- Nanocor, división de nanotecnología de AMCOL International (plásticos)
- Nanoelectrónica:
 - Intel
 - Hewlett-Packard
 - Texas Instruments
 - IBM
 - Motorola
 - Eastman Kodak

Nanobiotecnología: Productos aprobados por la FDA

- Cosméticos (ej. Sistemas de liberación controlada de principios activos, L'Oréal, Estee Lauder)
 - Protectores solares (nanopartículas de óxido de titanio y óxido de zinc)
 - Nanomedicinas y diagnóstico:
 - Feridex, nanopartículas para MRI
 - Endorem, nanopartículas óxido ferroso
 - Rapamune (inmunosupresor, Elan Pharmaceuticals/Wyeth)
 - Abraxane, nanopartículas de albúmina – paclitaxel
- Abraxis Bioscience;** Astrazeneca; Biocon Limited; Specialised Therapeutics Australia, Pty, Ltd.; Taiho Pharmaceutical Co Ltd (Otsuka Pharmaceutical)



EVALTech Evaluación tecnológica



El potencial de la tecnología

¿Es viable esta tecnología?

- Análisis de la necesidad tecnológica
- Estudio de la competencia
- Evaluación de la tecnología (distancia al mercado)
- Estudio de viabilidad técnica i económica

➤ **Análisis de la Protección**

- La tasa de emisión de nuevas patentes de nanobiotecnología aumentó un 14% anual durante 1995-2003, pero ha disminuido alrededor del 4% en 2005. USA domina las solicitudes de patentes, seguido por Asia y Europa.⁵
- El crecimiento exponencial en las solicitudes de patentes y la protección de la propiedad intelectual (IP), conducirá inevitablemente a litigios sobre patentes de nanotecnología ya que muchas patentes se pueden solapar. Esto puede dar lugar a acuerdos de licencia cruzada entre las start-ups y las grandes farmacéuticas⁵

Fuente: ⁵ Nanotechnology, 2007. Business Insight

VALUETech Valorización tecnológica



Añadir valor a la tecnología

Añadir valor a la tecnología

- Prototipo pre-industrial (no sólo prototipo)
- Prueba de concepto orientada al mercado : la tecnología tiene que funcionar pero también tiene que tener una relación coste / eficacia positiva
- Valoración costes/riesgos del desarrollo
- Escalado industrial
- Análisis del entorno reglamentario, legal y socio-económico . Adaptación

➤ **Factores económicos**

- Añadir valor progresivamente
- Financiación pública / privada: políticas de apoyo
- Importancia del *networking* durante el proceso de valorización
- Opciones de codesarrollo: compartir riesgos y beneficios
- In-licensing

COMERTech
Comercialización
tecnológica



Comercialización tecnológica

Comercializar la tecnología

- Identificación del mercado
- Posicionamiento del producto en el mercado: ventajas y desventajas competitivas

➤ Estrategia de comercialización

- Escoger el momento adecuado: muchas tecnologías estratégicas no son licenciadas en el momento en el que realmente tienen el máximo valor
- Socios estratégicos
- Valoración real de las diferentes fórmulas de comercialización: distribución, licencia IP, contratos *know-how*
- Segmentación de mercados
- Asesoramiento

Knowledge innovation market “Technological value for the companies”



info@kimbcn.org

TEC 22® Building
Veneçuela 103, 1st floor
08019 Barcelona (Barcelona)
Phone +34 93 266 71 38
www.kimbcn.org