

RAPORT
O STARTUPACH
MEDYCZNYCH
W POLSCE



MEDmeetsTECH

BIZNES, MEDYCINA, NOWE TECHNOLOGIE

ŁĄCZYMY MEDYCYNĘ, NAUKĘ I BIZNES,
BY TWORZYĆ INNOWACJE

PARTNER STRATEGICZNY RAPORTU
OPRACOWANIE METODOLOGII
BADANIA ORAZ WYNIKÓW



MEDmeetsTECH

BIZNES, MEDYCINA, NOWE TECHNOLOGIE

MEDmeetsTECH.com

MEDmeetsTECH to platforma wymiany wiedzy, doświadczeń i kontaktów między światem nauki, medycyny, biznesu i nowych technologii. Na przestrzeni ostatnich trzech lat miało miejsce siedem edycji interdyscyplinarnych wydarzeń, gromadzących lekarzy, naukowców, przedsiębiorców oraz startupowców.

Jako MEDmeetsTECH postawiliśmy sobie za cel ułatwić tworzenie i implementację innowacji w medycynie. Wierzymy, że można to osiągnąć poprzez edukację i interdyscyplinarną współpracę.

Tworzymy przestrzeń dla ekspertów medycyny, nauki, technologii i biznesu do nawiązania dialogu i wymiany doświadczeń. W czasie naszych wydarzeń rodzą się nowe projekty i budują długoterminowe relacje. Naszym priorytetem jest networking.

Podczas naszych wydarzeń można zdobyć rynkowy know-how, poznać trendy, zrozumieć perspektywę i potrzeby lekarzy oraz poznać najlepiej rokujące startupy z obszaru medtech.

Wśród wykładowców naszych konferencji znalazło wielu wybitnych naukowców, profesorów, przedsiębiorców oraz praktyków. Przy organizacji wydarzeń współpracujemy z instytucjami rządowymi, ambasadami, inwestorami, korporacjami, firmami z otoczenia biznesu, a także szeregiem partnerów medialnych wspierających nas przy promocji wydarzeń.

Projekt prowadzony jest przez współzałożycieli - Justynę Uman-Ntuk oraz Janusza Kowalskiego.

Atena Research&Consulting

Atena Research&Consulting to agencja badawczo-strategiczna, zajmująca się badaniami rynku i budowaniem strategii, specjalizująca się m.in. w branży medycznej i technologicznej. Główne obszary zainteresowań biznesowych to medycyna, farmacja, urzędnictwo medyczne oraz nowe technologie.

Rynek medyczny i farmaceutyczny to jeden z najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki, przede wszystkim dzięki nieustającemu rozwojowi wiedzy medycznej, dostępowi do nowych technologii, dużej konkurencji oraz zmianom regulacji prawnych. Środowisko medyczne jest bardzo złożone i zdecydowanie różni się od innych branż. Dlatego tak istotne jest wsparcie badawcze i strategiczne profesjonalistów, specjalizujących się w badaniach rynku medycznego oraz rozumiejących specyfikę systemu ochrony zdrowia i technologii, powstających w tym obszarze.

Atena Research&Consulting od lat realizuje najwyższej jakości badania rynku medycznego i farmaceutycznego.

Pomagamy naszym klientom w wyzwaniach biznesowych na różnych etapach rozwoju: począwszy od pomysłu na biznes, produkt, usługę, poprzez analizę potrzeb rynkowych czy dobór właściwej grupy docelowej, dostosowanie oferty do rynku, aż po opracowanie wytycznych do komunikacji i wdrożenia produktu, czy usługi.

Atena Research&Consulting to zespół wyjątkowych ludzi – kreatywnych i utalentowanych – badaczy oraz strategów. Dzięki ogromnej wiedzy o rynku i konsumencie, stosowaniu wyszukanych rozwiązań badawczych, strategicznym kompetencjom i wysokim umiejętnościom interpretacyjnym realizujemy liczne projekty badawcze i wspieramy najlepsze strategie biznesowe.

Przy projekcie po stronie Atena Research & Consulting współpracowały:



Agnieszka Brytan-Jędrzejowska

CEO, Dyrektor Zarządzający

– nadzór merytoryczny i strategiczny nad projektem i raportem



Agnieszka Sochacka

Account Manager

– project manager badania o startupach medycznych w Polsce

Startup to słowo, które nie posiada jednej definicji. W zależności od środowiska, różnie się go opisuje. Najczęściej mówi się, że jest to organizacja szukająca modelu biznesowego, która posiada rozwiązanie lub produkt mający charakter innowacyjny.

Startupy medyczne to wyodrębniona grupa, którą staraliśmy się jak najlepiej opisać w tym raporcie. Kategorię tę potraktowaliśmy szeroko – zaprosiliśmy do podzielenia się opinią startupy z różnych dziedzin medycyny, związane ze sportem, zdrowym trybem życia, odżywianiem.

Raport opisuje ponad sześćdziesiąt startupów, a także zawiera opinie ekspertów, którzy mają znaczący wpływ na medtech w Polsce. Komentarze są niezwykle istotne w kontekście tej branży ze względu na jej specyfikę i liczne regulacje prawne obejmujące tylko projekty związane ze zdrowiem. Uwzględniając ilość podmiotów z tego obszaru działających w Polsce, mamy przekonanie, że prezentujemy wiarygodny obraz dla branży startupów medycznych w Polsce.

Badając startupy, skupiliśmy się głównie na precyzyjnym określeniu profilu startupów i ich założycieli oraz określeniu dotychczasowej współpracy z kluczowymi podmiotami na rynku – przedstawicielami branży medycznej, instytucjami rządowymi oraz dużymi firmami farmaceutycznymi.

Istnieje wiele badań i raportów rynkowych dotyczących startupów z różnych branż. Poniższy dokument jako pierwszy opisuje tak szczegółowo startupy medyczne. Uważamy, że wydzielenie tej grupy było konieczne i przyczyni się do lepszego zrozumienia jej specyfiki.

Pracując ze startupami medycznymi od 2016 roku, widzimy ogromne znaczenie współpracy w rozwoju całego ekosystemu i poszczególnych projektów medtech. Mamy nadzieję, że poniższy dokument pomoże w budowaniu wzajemnego zaufania oraz zrozumienia pomiędzy startupami a lekarzami, dyrektorami odpowiedzialnymi za innowacje w korporacjach czy osobami kształtującymi politykę zdrowotną kraju.

Justyna Uman-Ntuk
Janusz Kowalski

MEDmeetsTECH



► OPIS I CELE BADANIA

02

opracowanie: Janusz Kowalski

Polskie startupy stopniowo rewolucjonizują opiekę medyczną w Polsce. Długa droga jeszcze przed nami zanim rozwiązania staną się powszechnie stosowane. Dopiero wtedy będziemy mogli mówić o prawdziwej rewolucji technologicznej. Przykładowo na ten moment refundowana jest tylko jedna procedura medyczna z wykorzystaniem rozwiązań do telemedycyny – to hybrydowa telerehabilitacja kardiologiczna. To pokazuje problemy, ale i możliwości rozwoju w tej branży.

Podczas konferencji MEDmeetsTECH prezentowało się tej pory ponad 40 startupów medtech, kolejnych kilkadziesiąt uczestniczyło w roli uczestników. Szacujemy, że w Polsce funkcjonuje ok. 150 startupów. Naturalnym celem badania, przeprowadzonego przez MEDmeetsTECH wspólnie z Atena Research & Consulting, jest zatem dalsza eksploracja startupów medycznych tak, aby w pełni poznać ich możliwości, potencjał, specjalizacje w których się poruszają. Dlatego też zdecydowaliśmy się w ankiecie zadać szereg pytań, od tych podstawowych, określających profil polskiego startupu, przez niezwykle istotny sposób finansowania, poprzez dominujący model biznesowy, aż po jeden z najważniejszych – zdefiniowanie barier rozwoju oraz możliwości współpracy z instytucjami rządowymi, korporacjami oraz organizacjami medycznymi. Taka współpraca i kooperacja może przynieść wiele korzyści dla każdej ze stron. W tym punkcie upatrujemy również szansę rozwoju i upowszechnienia technologii w medycynie. Szeroka dostępność do technologii na pewno zrewolucjonizuje opiekę medyczną w Polsce i na świecie. Jesteśmy tego pewni.

► METODOLOGIA



Badanie CAWI

Realizacja od 14.01. – 08.02.2019 r.



Próba celowa – Liderzy (właściciele, założyciele, współzałożyciele, dyrektorzy zarządzający) startupów medycznych (rozumianych jako firmy, które mają innowacyjną usługę lub technologię i poszukują swojego docelowego modelu biznesowego i możliwości rozwoju), które działają w branżach: medycyna, lifescience, sport, odżywanie, środowisko, beauty.

N = 62 / na szacowanej populacji ok. 100 startupów medycznych w Polsce

maksymalny błąd statystyczny przy 95% poziomie ufności wynosi 9%

Badanie ogólnopolskie

DYSTRYBUCJA ANKIETY:

Z uwagi na ograniczoną liczbę startupów medycznych w Polsce oraz chęć efektywnego, a jednocześnie poprawnego metodologicznie dotarcia do badanej grupy docelowej, zapraszanie respondentów do badania i dystrybucja ankiety odbywała się **etapowo i sukcesywnie** (każdy krok dystrybucji ankiety został uruchamiany po zaobserwowaniu ustania efektywności danego działania):

- 1 Kontakt mailowy i/lub telefoniczny ze wszystkimi startupami wpisującymi się w kategorię medycyna, sport, zdrowie, odżywanie, znajdującymi się w bazie startupów Fundacji Startup Poland oraz bazie startupów MEDmeetsTECH
- 2 Kontakt mailowy ze startupami z bazy uczestników konferencji MEDmeetsTECH (wszystkie edycje)
- 3 Informacja o badaniu i zaproszenie do wzięcia udziału na stronach partnerów branżowych oraz w ich mailingach i kanałach informacyjnych na facebooku, twitterze (Mam Startup, Klaster LifescienceKraków, AlfaAC, Innowacyjna Małopolska, Gdański Part Naukowo Technologiczny, Klaster Lubelska Medycyna, Huge Thing, SpeedUpGroup).
- 4 Informacja o badaniu i zaproszenie do wzięcia udziału na grupach dyskusyjnych na facebooku, które skupiają polskie środowisko startupowe, m. in: startup/itevents in Poland, rozmowy o startupach, PolishStartup Scene, OMG KRK, medycyna startup nauka nowe technologie.
- 5 Informacja o badaniu i zaproszenie do wzięcia udziału na kanałach w mediach społecznościowych MEDmeetsTECH: facebook, LinkedIn, Twitter.

► PROFIL POLSKIEGO STARTUPU

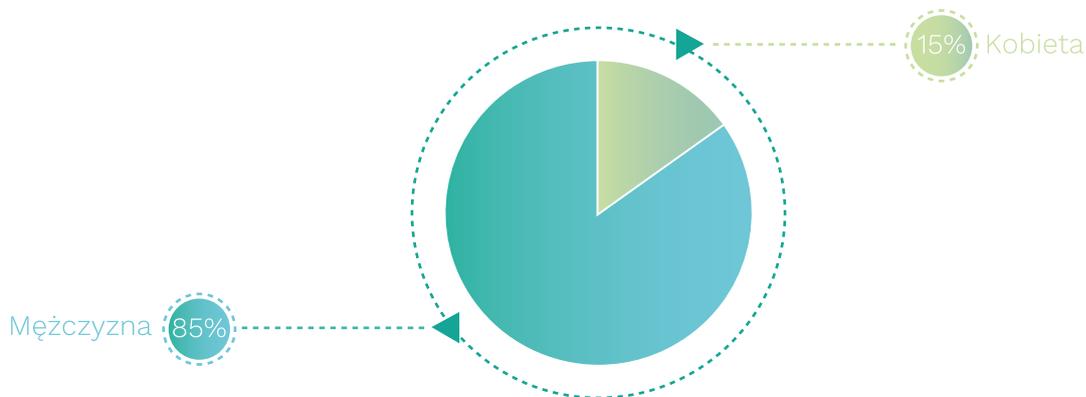
opracowanie: Janusz Kowalski

Kim jest polski startupowiec działający w obszarze medtech? Czy jego profil jest podobny do profili założycieli startupów działających w innych obszarach?

Tutaj (poniżej) znajdziecie pełen profil startupu medtech oraz informacje zarówno o modelu biznesowym, formie prawnej jak i specjalizacji medycznej.

► KTO TWORZY POLSKIE STARTUPY MEDYCZNE?

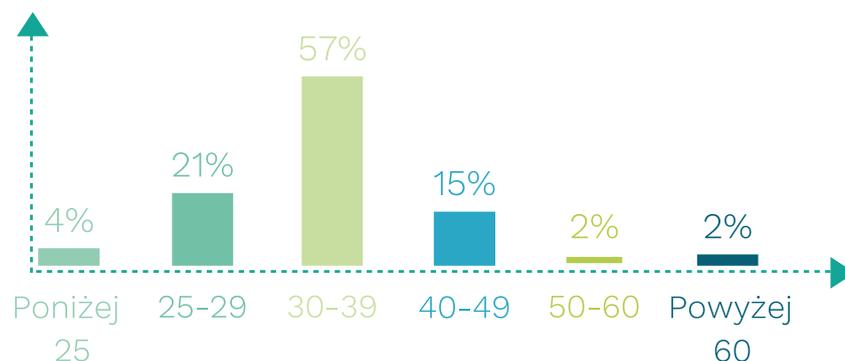
W pierwszej kolejności zapytaliśmy polskie startupy medyczne o podstawowe dane dot. jego założyciela/współzałożyciela. Zaczęliśmy od płci.



Proszę zaznaczyć swoją płeć? N=53

Przeważająca większość założycieli startupów to mężczyźni. Niestety kobiety stanowią zdecydowaną mniejszość, co wyróżnia tę specjalizację na tle założycieli wszystkich startupów w Polsce ogółem – tam wg różnych danych kobiety stanowią ok. 25% założycieli startupów. Po szybkim przeanalizowaniu jednych z najbardziej rozpoznawalnych startupów medycznych w Polsce, okazuje się jednak iż kobiety może i są mniejszością, ale założone przez nie startupy zdecydowanie wyróżniają się na tle innych. Wystarczy spojrzeć m.in. na SiDLY, Pregnabit, Braster, PelviFly.

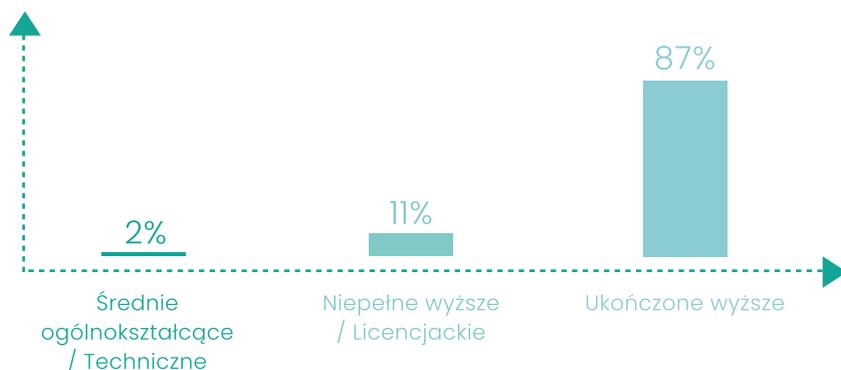
Drugą podstawową informacją dotyczącą założycieli jest ich wiek.



W jakim jest Pan/i wieku? N=53

Tutaj aż 57% założycieli startupów medycznych w Polsce jest w wieku 30–39 lat. To potwierdzenie naszej obserwacji iż startupowcy to młodzi ale doświadczeni przedsiębiorcy. Zdecydowanie nie są to studenci zaczynający swoją przygodę z biznesem. Ten stereotyp w przypadku branży medtech zdecydowanie się nie sprawdza.

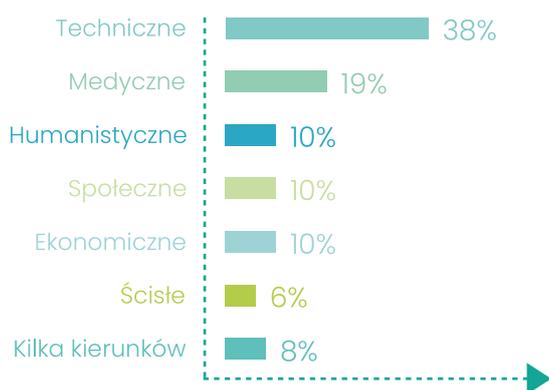
Trzecią podstawową informacją dotyczącą profilu założyciela polskiego startupu medycznego jest jego wykształcenie.



Jakie ma Pan/i wykształcenie? N=53

Jak widzimy na powyższym wykresie wyższe wykształcenie zdecydowanie dominuje wśród startupowców. Z tym punktem trudno dyskutować gdyż ten stopień wykształcenia stał się normą dla większości osób zaczynających pracę. Z drugiej strony należy pamiętać iż praca nad startupem medycznych wymaga zdecydowanie wyższego poziomu wiedzy niż w przypadku pozostałych startupów oraz ciągłej edukacji i podnoszenia swoich kwalifikacji.

Kontynuacją powyższego wątku jest kierunek ukończonych studiów.



Jakie nauki Pan/i studiował/a? N=52

Wykształcenie techniczne i medyczne stanowi 57% spośród wszystkich kierunków. MEDTECH nie jest tylko pustą nazwą startupów w tej specjalizacji. Połączenie tych dwóch kierunków wskazuje klucz do sukcesu dla startupów medycznych w Polsce.

Ostatnim piątym elementem w tej podsekcji jest doświadczenie założycieli startupów medycznych. Wyniki nie zaskoczyły nas, wręcz przeciwnie – potwierdziły nasze obserwacje.

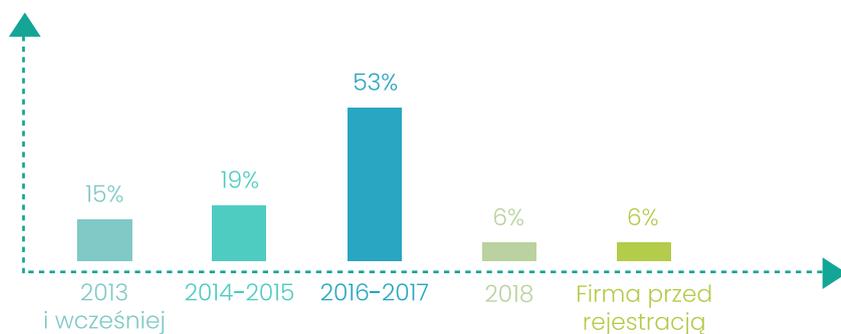


Czym przed założeniem startupu się Pan/i zajmował/a? N=53

80% założycieli startupów ma doświadczenie zawodowe z pracy w korporacji, firmie rodzinnej czy też innym przedsiębiorstwie. 15% deklaruje doświadczenie w pracy naukowej i dydaktycznej, a tylko 4% respondentów jest świeżo po studiach. Próg wejścia w specjalizację medtech jest zatem dość wysoko postawiony. Nie ma tutaj miejsca na przypadek.

► CHARAKTERYSTYKA STRUKTURALNA

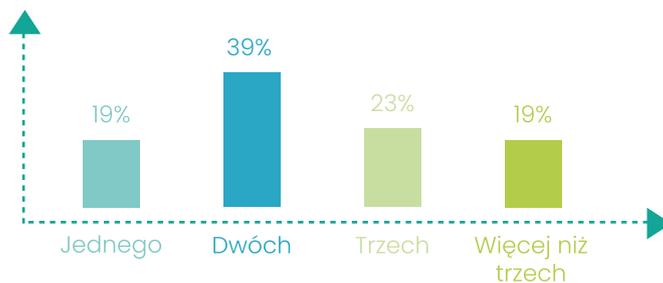
Poniższa podsekcja prezentuje startupy medyczne w Polsce pod kątem ilości założycieli, pracowników, województwa w którym dokonano rejestracji, a także roku założenia.



Kiedy zarejestrowany został Pana/i startup? N=62

Z obserwacji wynika iż zdecydowana większość startupów powstała w latach 2016-2017. To również okres powstawania projektu MEDmeetsTECH. Jedna trzecia startupów powstała przed 2016 rokiem. To dobra informacja oznaczająca iż organizacje te nadal działają i rozwijają swoje projekty. Dziwi natomiast bardzo mały odsetek startupów zarejestrowanych w ubiegłym roku. Czy nie jest to przypadkiem pierwsza oznaka jesieni dla rozwoju tej branży?

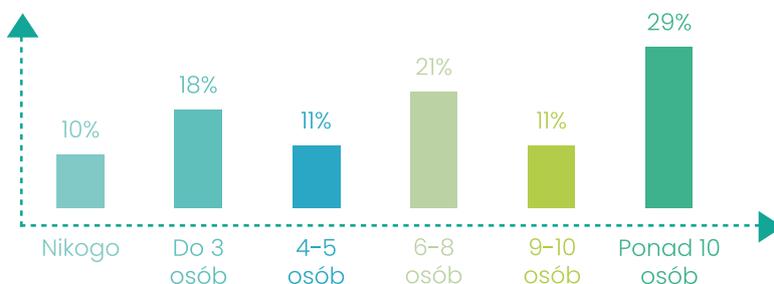
Ile założycieli liczy polski startup medyczny?



Ilu założycieli ma Pana startup? N=62

Do trzech założycieli startupu to zdecydowana większość, z których najbardziej popularny jest duet. Prowadzenie organizacji w pojedynkę bądź współpraca założycieli w gronie większym niż 3 osoby należą do mniejszości.

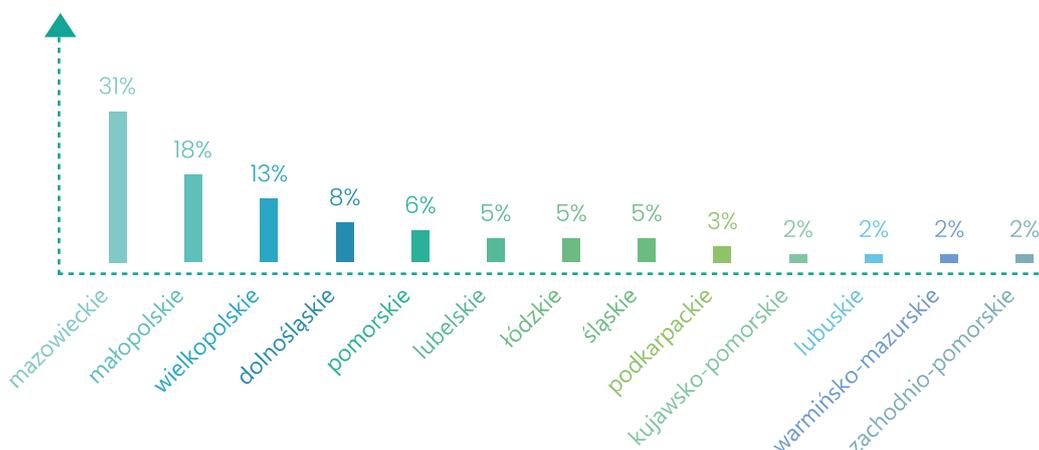
Z kolei informacje z ankiety przedstawiające ilość pracowników nie są już tak łatwe w interpretacji.



Ilu pracowników łącznie zatrudnia obecnie Pan/i startup (razem z founderami)? N=62

Rozstrzał jest dość spory, choć wyróżnia się jednak słupek z wartością 29% przyporządkowany do startupów zatrudniających ponad 10 osób. Ponad 4 osoby zatrudnia aż 73% respondowanych właścicieli startupów. To oznacza jedno - medtech to nie biznes dla samotnych wilków. Potrzeba dużego zespołu i interdyscyplinarnej wiedzy oraz współpracy. Nasze obserwacje potwierdzają iż zróżnicowany pod kątem kompetencji dobór teamu daje szansę na właściwy rozwój startupu.

Jakie województwo cieszy się natomiast największą ilością zarejestrowanych startupów?



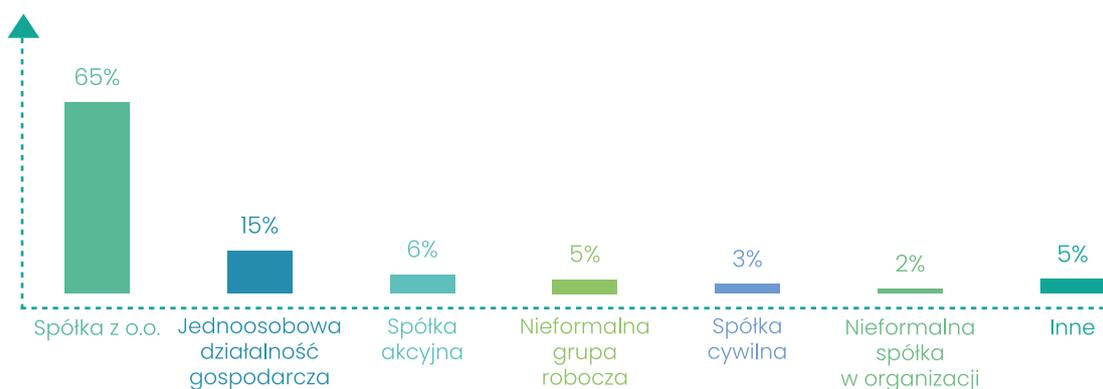
Proszę wskazać województwo, w którym zarejestrowany jest Pana/i startup? N=62

Zdecydowanie króluje województwo mazowieckie (31%). Czyżby zatem Warszawa miała najwięcej do zaoferowania przedsiębiorcom? Wysoko w rankingu wypada również województwo małopolskie (18%) oraz wielkopolskie (13%).

► CHARAKTERYSTYKA PRAWNO-BIZNESOWA

Jak zarejestrować startup? Na jaką formę prawną się zdecydować?

Wyniki z ankiety nie zaskakują. Najbardziej popularną formą, tak jak dla większości przedsiębiorstw w Polsce, jest spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Rejestrację w formie jednoosobowej działalności gospodarczej deklaruje tylko 15% respondentów.



Jaka jest forma prawna Pana/i startupu? N=62

Komentarz eksperta:



Monika Bartwicka

prawnik, Dyrektor ds. Rozwoju PMLgroup

Co jest najistotniejsze w budowaniu startupu? Pomysł. Co stwarza wiele problemów w procesie budowania startupu?

Prawo. I właśnie o tym „prawie” słów kilka...

Twórcy startupów rozważają różne formy działalności od jednoosobowej poprzez spółki cywilne na spółkach akcyjnych i komandytowych kończąc.

Oczywiście nie ma jednolitej formy prowadzenia i inicjowania działań startupowych, każda z tych form, przynajmniej w sposób teoretyczny jest dozwolona, jednak najczęściej spotykaną formą jest spółka z o.o. Dlaczego, młodzi innowatorzy wybierają taką formę prawną? Myślę, że nie sposób jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie. Startup okiem prawnika to kolaż, przenikających się obszarów prawnych. Prawa własności intelektualnej, know-how, networking działań, poruszanie się w świecie konkurencji zdarza się, że także tej nieuczciwej, to tylko kilka płaszczyzn z jakimi będzie miał do czynienia twórca startupu. Dlatego kluczowym elementem każdego startupu jest wybór właściwej formy prowadzenia.

Forma prawna startupu powinna zabezpieczać zarówno interesy prawne i gospodarcze twórcy, ale także umożliwić dobrą współpracę zarówno na gruncie partnerów biznesowych jak i rynku. W związku z tym wydają się, że popularność spółki z o.o. jako formy prawnej prowadzenia startupu jest podyktowana z jednej strony dużą ochroną współników takiej spółki, a z drugiej strony nieskomplikowanym stopniem jej rejestracji czy w końcu prowadzenia. Ryzyko biznesowe związane z prowadzeniem startupu jest duże z tego też względu istotne jest także ograniczenie odpowiedzialności współników.

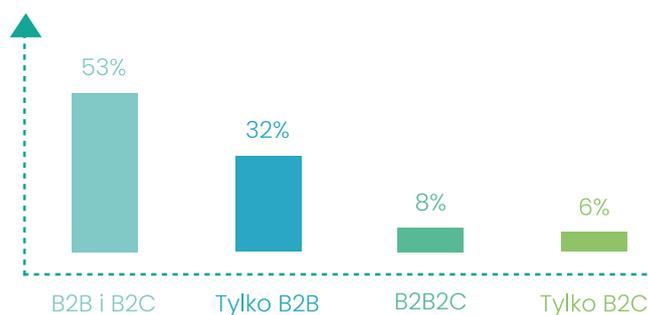
Spółka z o.o. za swoje zobowiązania odpowiada całym majątkiem spółki, wspólnicy nie odpowiadają za zobowiązania spółki, ponoszą oni ograniczoną odpowiedzialność do wysokości wkładów przez nich wniesionych, nie ma odpowiedzialności osobistej. Ważnym elementem jest także prosta forma reprezentacji czy duża dowolność w wyborze nazwy spółki, co w przypadku startupów ma duże znaczenie jako czynnik odróżniający czy nawet definiujący przedmiot działalności.

Oczywiście spółka z o.o. to nie tylko prawa wspólników, ale także szereg obowiązków wynikających choćby z obowiązków podatkowych. Jednak bilans „zysków i strat” wychodzi korzystnie na rzecz spółki z o.o. Niezależnie jednak od tego jaką formę wybierzemy, musimy dokładnie przeanalizować ryzyko związane z realizacją startupu, plany finansowe i po weryfikacji tych aspektów wybieramy najwłaściwszą formę prawną.

Do jakiego odbiorcy startupy kierują swoje rozwiązania?

Czy jest to pacjent czy też lekarz bądź szpital?

Poniższy wykres prezentuje model biznesowy startupów medycznych w Polsce.



Jaki jest główny model biznesowy Pana/i startupu? N=62

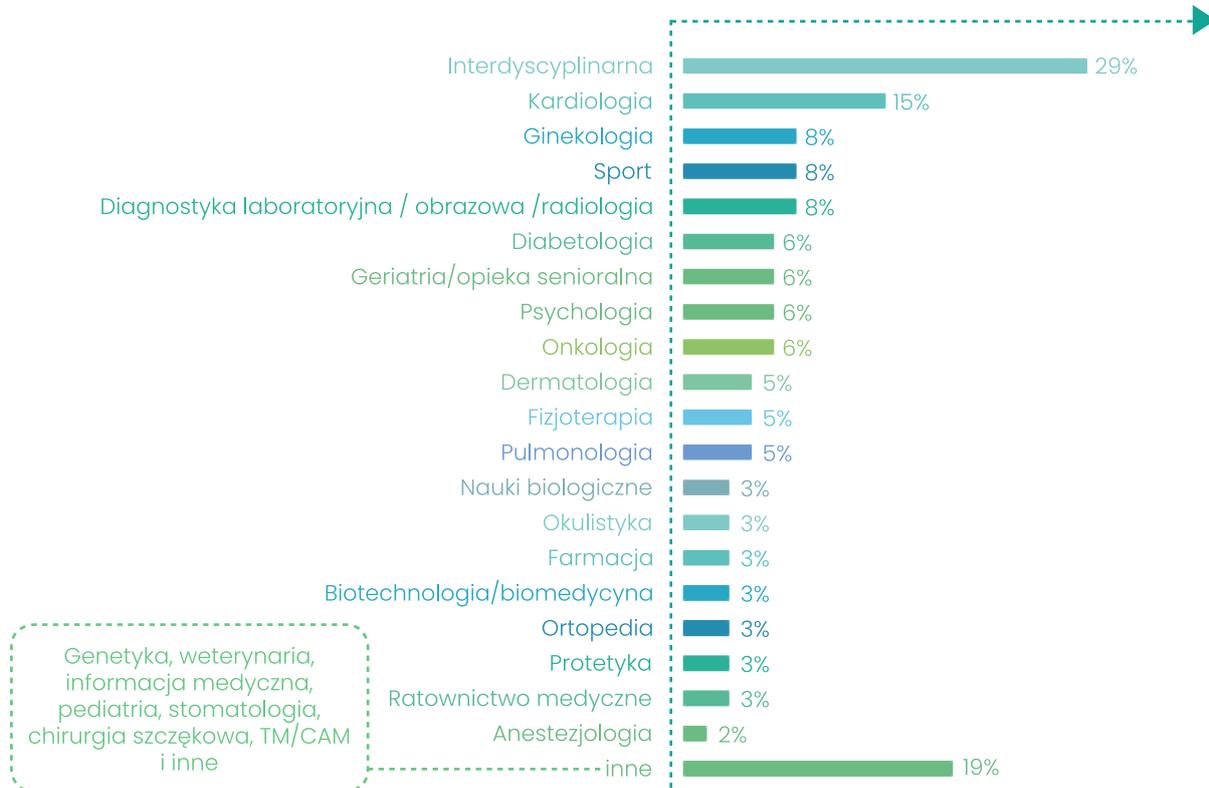
Większość respondentów deklaruje kierowanie swojej oferty zarówno do odbiorcy instytucjonalnego jak i indywidualnego. W dużej mierze model biznesowy zależy od produktu czy też usługi który oferuje startup. Znaczna część rozwiązań może być jednak kierowana do obydwu grup odbiorców. Większość startupów (53%) deklaruje taką właśnie strategię. Jedna trzecia startupów natomiast kieruje swoje rozwiązania tylko do odbiorcy instytucjonalnego. Warto zauważyć, iż rozwiązań kierowanych bezpośrednio do pacjentów jest tylko 6%. Czyżby zatem pacjenci nie chcieli indywidualnie płacić za usługi medyczne kierowane do nich? A może to wskazówka kierunku rozwoju dla startupów dopiero powstających?

► SPECJALIZACJA I OBSZAR TERAPEUTYCZNY

W jakiej specjalizacji medycznej odnajdują się współczesne startupy medycznej w Polsce? Na którą z dziedzin medycyny warto zwrócić szczególną uwagę?

Na te pytanie postaramy się odpowiedzieć zarówno poprzez prezentowane dane z badania prezentujące startupy medyczne w Polsce jak i poprzez niezwykle cenne wypowiedzi ekspertów.

Specjalizacja interdyscyplinarna (aż 29%) oraz kardiologia (15%) zdecydowanie wyróżniają się na tle innych. Szczególnie ta druga specjalizacja cechuje się niezwykle i dynamicznym rozwojem w zakresie nowoczesnych rozwiązań technologicznych. Nie dziwi zatem duże zainteresowanie nimi przez startupy medyczne w Polsce.



W jakiej specjalizacji medycznej działa Pana/i startup? (pytanie wielokrotnego wyboru), N=62

Komentarz eksperta:



dr n. med. Andrzej Cacko

p.o. Kierownika Zakładu Informatyki Medycznej i Telemedycyny
Warszawski Uniwersytet Medyczny

Choroby serca i naczyń są wiodącą przyczyną zgonów na świecie, według raportów Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) odpowiadają za 37% przedwczesnych zgonów. To więcej niż jakakolwiek inna grupa schorzeń. W Europie ten odsetek jest jeszcze większy. Nadciśnienie tętnicze, niedostateczną aktywność fizyczną, nadwagę i otyłość wymienia się wśród najważniejszych zagrożeń zdrowia w skali globu. Dosłownie na naszych oczach doszło do epidemii czynników ryzyka chorób serca!

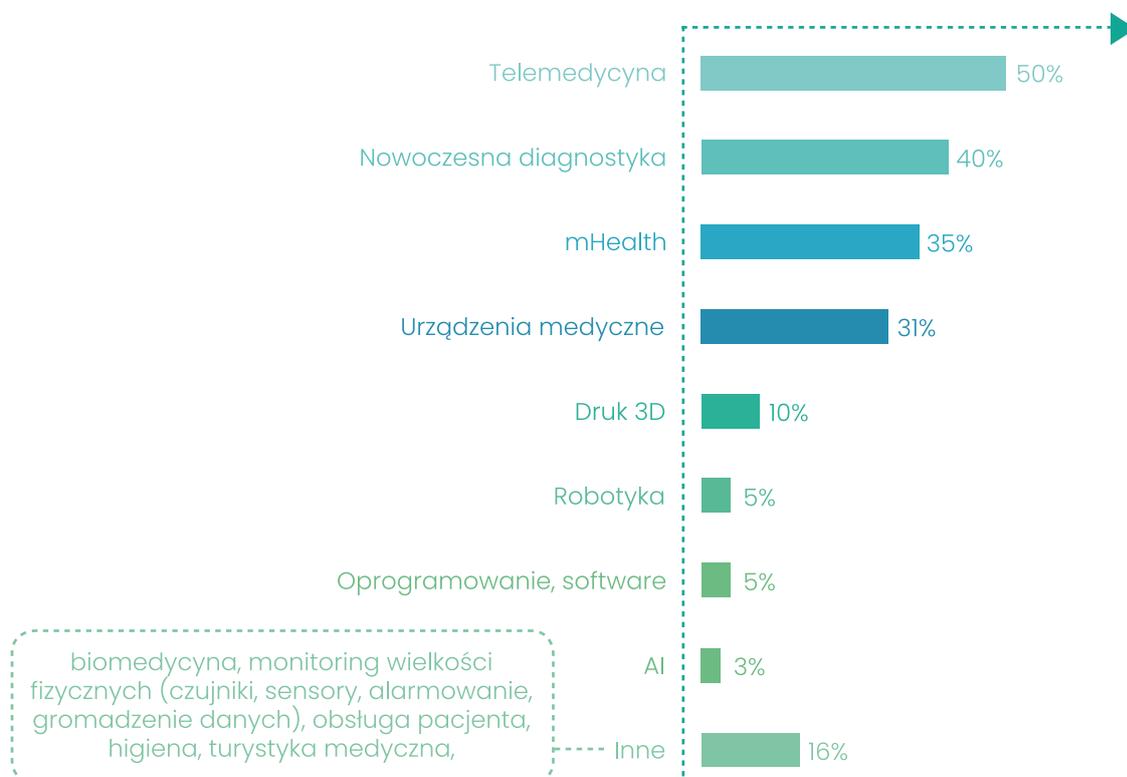
Na szczęście rośnie świadomość społeczna problemu. Szczególnie wśród młodych osób, które nie zgadzają się na styl życia i stan zdrowia pokolenia dorastającego w latach 60-tych, 70-tych czy 80-tych ubiegłego wieku.

Młodzi liderzy rynku nowych technologii dostrzegają swoją szansę w innowacjach w dziedzinie kardiologii i promocji zdrowia. To cieszy, bo rozwój nowych rozwiązań telemedycznych zdecydowanie wpisuje się w Globalny Plan Działań WHO na lata 2013-2020.

Trzeba głośno powiedzieć: kardiologia jest wdzięczną dziedziną medycyny dla startupów. Po pierwsze, jest pełna algorytmów postępowania, które stosunkowo łatwo przenieść na scenariusze, np. w aplikacjach mobilnych. To dzięki regularnie publikowanym wytycznym opisującym krok po kroku diagnostykę i leczenie chorób kardiologicznych. Po drugie, parametry opisujące pracę serca są stosunkowo łatwe do uzyskania i automatycznej weryfikacji. Są też uniwersalne, dzięki czemu nowe rozwiązania łatwiej skalować. Wreszcie środowisko kardiologów jest bardzo otwarte na nowości. W kształceniu kardiologa wiele miejsca poświęca się zagadnieniom edukacji pacjentów i problemowi non-compliance (nieprzestrzegania zaleceń przez pacjentów). Na nowe technologie patrzymy z perspektywy oczekującego na pomoc, chociażby w komunikacji lekarz-pacjent. Palma pierwszeństwa wśród specjalizacji medycznych, w których działają polskie startupy to wielka szansa na postęp w kardiologii. To też realne możliwości dla przedsiębiorców na stworzenie innowacyjnego i skalowalnego biznesu.

Jaki obszar terapeutyczny i jakie rozwiązania oferują polskie startupy medyczne?

Aż 50% respondentów deklaruje iż rozwiązania dotyczą telemedycyny. W dalszej kolejności jest nowoczesna diagnostyka (40%) oraz mHealth (35%) i urządzenia medyczne (31%). W 100% pokrywa się to zatem z zainteresowaniem tematycznym konferencji z cyklu MEDmeetsTECH. Z tymi rozwiązaniami również nasi eksperci wiążą największe nadzieje.



W jakim obszarze terapeutycznym działa Pana/i startup? (pytanie wielokrotnego wyboru), N=62

Komentarz eksperta:



Aneta Kulma

CSIOZ – Centrum Systemów Informacyjnych Ochrony Zdrowia

Dane zaprezentowane w raporcie MEDmeetsTECH potwierdzają, że polski rynek startupów medycznych, w ślad za rynkami innych krajów, podjął wyzwanie rozwoju „Digital Health”. Obecnie rynek ten ma bardzo duży potencjał, w tym w obszarach pozostających w szczególnym polu zainteresowania CSIOZ – telemedycyny i mHealth. Raport pokazuje również, że instytucje administracji publicznej mają do odrobienia lekcję w zakresie skutecznego wsparcia dalszego rozwoju startupów medycznych w Polsce, co wpisuje się w realizowaną przez Ministerstwo Zdrowia strategię cyfryzacji systemu ochrony zdrowia, a tym samym wzmocnienie roli pacjenta poprzez zapewnienie mu dostępu do informacji medycznych z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi.

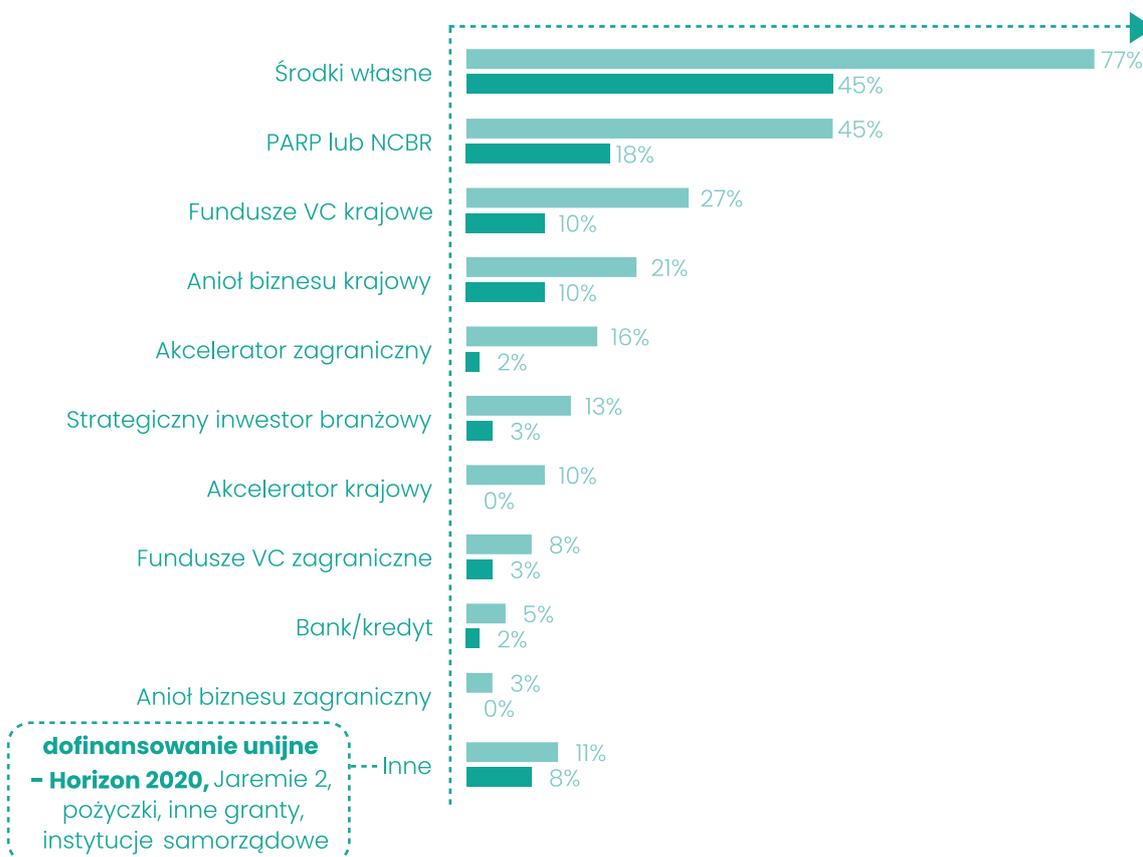
Obszarem, nad którym CSIOZ planuje pochylić się w najbliższym czasie jest opracowanie otwartego API, uwzględniającego standardy interoperacyjnej komunikacji, tak by ułatwić włączanie rozwiązań z zakresu telemedycyny i mHealth do ogólnokrajowego ekosystemu e-zdrowia. Planujemy również nawiązać bezpośredni dialog z przedstawicielami środowiska startupów medycznych, by w trybie warsztatowym móc omawiać i uzgadniać kwestie rozwoju „Digital Health” w Polsce, istotne z punktu widzenia obu stron.

opracowanie: Janusz Kowalski

Finansowanie startupów jest procesem złożonym i indywidualnym. Medtech charakteryzuje się wysokim progiem wejścia w porównaniu z innymi branżami. Trzeba być przygotowanym na spore wydatki związane w szczególności z certyfikacją wyrobu medycznego na różnych rynkach.

W miarę rozwoju startupu i zmieniających się jego potrzeb, finansowanie powinno być podzielone na etapy – rundy finansowania. Możliwości są bardzo różnorodne, choć zdecydowana większość doświadczonych przedsiębiorców sygnalizuje, iż najlepiej zacząć od zainwestowania własnych środków. Tak wynika również z przeprowadzonego przez nas badania, w którym 45% badanych wskazuje tę metodę jako wiodące źródło finansowania.

Skalując biznes nie sposób jednak nie sięgnąć po środki dostępne u inwestorów, funduszy VC, aniołów biznesu oraz innych podmiotów.



► Wszystkie źródła dofinansowania (P13)

► Wiodące źródło dofinansowania (P14)

Z jakich źródeł dofinansowania rozwoju biznesu korzystała lub korzysta Pana/i startup? (pytanie wielokrotnego wyboru), N=62; . Które źródło kapitału jest wiodące? N=62

SpeedUp Venture Capital Group to wiodąca grupa funduszy inwestujących na wczesnych etapach rozwoju firm (seed, pre-revenue i early growth). W obszarze zainteresowań grupy znajdują się firmy i przedsiębiorcy z Europy Środkowej i Wschodniej, którzy dzięki opracowanym przez siebie rozwiązaniom chcą zdobyć globalny rynek. Do tej pory fundusze z grupy zainwestowały min. w takie firmy, jak: StethoMe®, Legimi, Vitalia, RemmedVR czy IC Solutions. Jednym z funduszy należących do SpeedUp Group jest fundusz SpeedUp Bridge Alfa, w którego kręgu zainteresowań znajdują się startupy tworzące innowacje w obszarze technologii dedykowanych medycynie. Więcej informacji na temat grupy – obszarów inwestycyjnych funduszy, portfolio oraz możliwości współpracy znajduje się na stronie www.speedupgroup.com

PARTNER RAPORTU



Komentarz eksperta:



Tomasz Czaplinski
Managing Partner
SpeedUp Venture Capital Group

Rynek startupów medycznych w Polsce, w porównaniu do innych obszarów, w których działają inne młode przedsięwzięcia, jest jeszcze stosunkowo mało rozwinięty zarówno pod kątem liczby startupów działających w tym obszarze, ich stadium rozwoju, jak i ekosystemu inwestorów wspierających ten rynek. Cechą charakterystyczną rynku medycznego jest to, że wszystkie działania dążące do osiągnięcia najpierw produktu, następnie certyfikacji, a następnie dystrybucji na rynku są zdecydowanie droższe niż w przypadku innych branż. Wśród startupów dominującą większość stanowią te, których finansowanie nie przekroczyło 3 mln PLN - oznacza to, że przedsięwzięcia te znajdują się jeszcze na bardzo wczesnej fazie rozwoju. Mimo dużych perspektyw i rozwiązywania zazwyczaj znaczących problemów rynkowych - zarówno po stronie pacjentów jak i instytucji świadczących usługi medyczne lub okołomedyczne, projekty medtechowe charakteryzują się również bardzo dużą niepewnością w kontekście powodzenia biznesu. Powoduje to, że chęć podjęcia ryzyka przez osoby czy instytucje zewnętrzne, które mogłyby finansowo wesprzeć dany projekt. Powyższą tezę potwierdza struktura finansowania startupów - ponad 3/4 z nich korzystało ze środków własnych, a następnie dopiero wybierało PARP lub NCBR czy też aniołów biznesu i krajowe fundusze VC jako źródło kapitału na rozwój biznesu. Cały czas smutną niestety informacją płynącą z raportu jest to, że do tej pory udział finansowania startupów z branży medycznej przez zagranicznych inwestorów jest niemal zerowy, ale obserwując rynek oraz rozmawiając z przedstawicielami przedsięwzięć medtechowych, ta sytuacja może ulec szybko zmianie, za co bardzo mocno trzymam kciuki.



Magdalena Gajownik-de Vries

lider programu edukacyjnego
Akademia BioMed PFR

Rynek start-upów medycznych jest jednym z bardziej obiecujących sektorów dla rozwoju polskiej myśli technologicznej. Naszym zasobem są wysoko wykwalifikowane kadry, popyt na nowe technologie wynikające ze starzejącego społeczeństwa oraz zastrzyk funduszy venture, który właśnie pojawia się na rynku z udziałem spółki PFR Ventures.

Jedną z barier rozwoju sektora, która jasno wynika z raportu, jest niski współczynnik korzystania z zewnętrznego finansowania. Większość start-upów wciąż głównie sięga po własne środki do rozwoju biznesu, a zaledwie 27% respondentów badania skorzystało z finansowania Venture Capital. Obrazuje to dużą przestrzeń do działania dla funduszy VC i prognozuje zwiększoną aktywność w zakresie poszukiwania atrakcyjnych projektów.

Główną zaletą we współpracy z doświadczonym inwestorem jest większy kapitał na starcie, który spółka może uzyskać. Równie cennymi i wartościowymi elementami takiej kooperacji jest doradztwo biznesowe i możliwość skalowania, co w rezultacie przekłada się na szybsze zdobywanie przewagi nad konkurencją. Warto przy tym zwrócić uwagę na dotychczasowe portfolio rozważanego funduszu, bo to pozwoli ocenić obszar wiedzy eksperckiej oraz spektrum kontaktów, które może wnieść ze sobą inwestor.

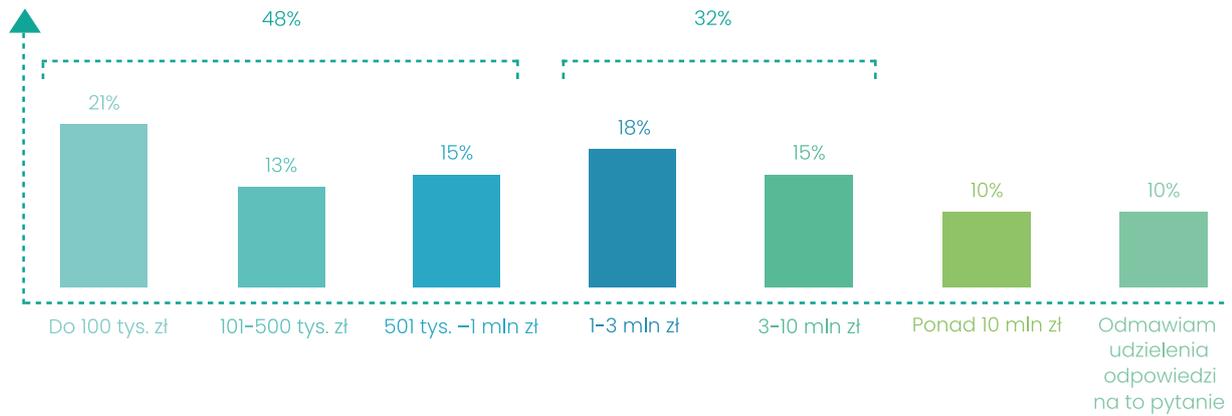
Jako Polski Fundusz Rozwoju chcemy mieć aktywny udział w rozwoju tego sektora. Prócz wsparcia kapitałowego PFR Ventures, stawiamy na edukację start-upów i zwiększenie wiedzy biznesowej.

W tym roku, wychodzimy z pierwszym programem edukacyjnym dedykowanym dla spółek z branży farmaceutycznej i medycznej – Akademia BioMed PFR. Celem programu jest doskonalenie i rozwój kompetencji biznesowych uczestników poprzez warsztaty z ekspertami, nawiązywanie branżowych kontaktów w Polsce i Wielkiej Brytanii oraz podniesienie poziomu wiedzy w zakresie możliwości finansowania kolejnych etapów rozwoju spółki. W programie mentoringowym Sieć Mentorów PFR, angażujemy ekspertów z branży biotechnologicznej, którzy swoim praktycznym doświadczeniem i wiedzą, pomogą start-upom w dalszym rozwoju.

Celem usprawnienia dostępu do kapitału, PFR Ventures na bazie środków z Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020, planuje zainwestować w fundusze VC prawie 2,5 mld zł. Te z kolei przeznaczą te środki na finansowanie start-upów na różnych etapach wzrostu – od fazy zalążkowej po ekspansję zagraniczną. W 2018 roku zostały podpisane pierwsze umowy z funduszami, a jeszcze w 1 kwartale 2019 te pieniądze zaczynają trafiać do start-upów. Innowacyjne spółki z obszaru medycyny mogą liczyć na finansowanie pochodzące od zespołów, które zaangażowały się w uruchamianie przez nas projekt Akademia BioMed PFR. Są to: Biomedin, Arkley Brinc, Montis Capital, Augere Venture, Redbreek Investment i Valuetech Growth. W zależności od funduszu, kwota inwestycji może wynieść od 1 do 20 mln PLN.

Spodziewamy się zatem, że w przyszłym roku udział zewnętrznego finansowania w tzw. MedTech'u wzrośnie. A z nim urosną polskie spółki.

Niezwykle cenne informacje można wyczytać z kolejnego wykresu prezentującego sumę finansowania startupu ze wszystkich źródeł od początku jego funkcjonowania.



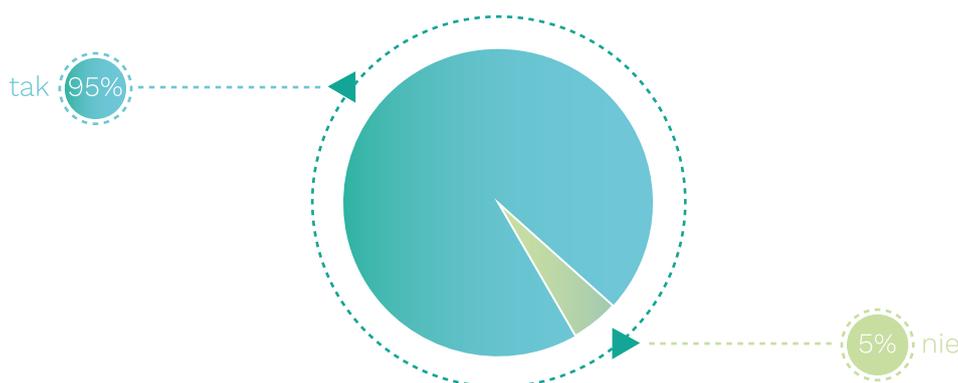
Jaka jest suma finansowania Pana/i startupu ze wszystkich źródeł od początku funkcjonowania? N=62

opracowanie: Justyna Uman-Ntuk

Poruszanie się startupu na rynku medycznym bardzo często wymaga ścisłej współpracy nie tylko z grupą docelową czyli pacjentami lub lekarzami. Instytucje rządowe, czołowe placówki medyczne oraz duże firmy farmaceutyczne mają znaczący wpływ na rynek i jego reguły. Postanowiliśmy zapytać startupy o to, czy i jak współpracują z tymi podmiotami oraz co stanowi największe problemy i wyzwania. Aby pokazać problem z kilku perspektyw, skonfrontowaliśmy otrzymane wyniki z przedstawicielami NFZ, CSIOZ, czołowych innowacyjnych firm farmaceutycznych oraz samymi lekarzami.

► KONSULTOWANIE PRODUKTU Z GRUPĄ DOCELOWĄ

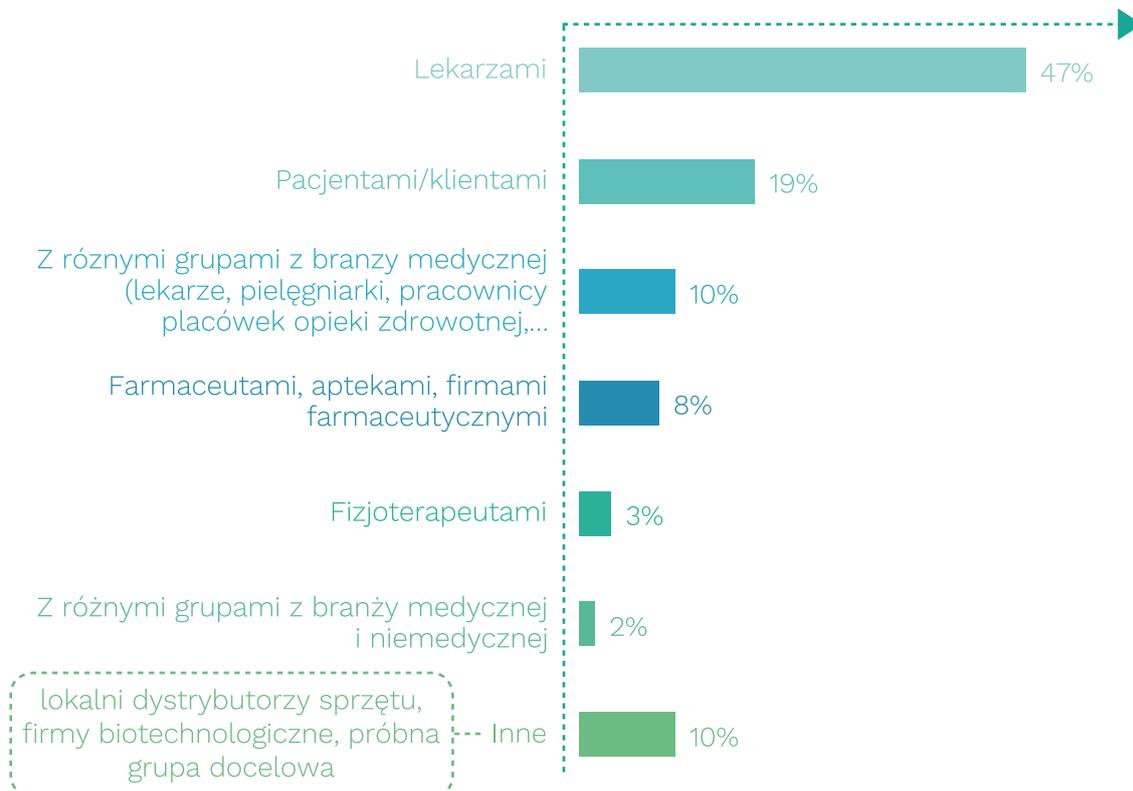
Jednym z podstawowych elementów weryfikowania konceptu biznesowego jest jego testowanie z grupą docelową. Nie dziwi więc, że zapytano o wykonanie tego kroku. Aż 95% deklaruowało, że konsultowało produkt lub usługę z jej finalnymi odbiorcami.



Czy Pana/i startup konsultował projekt/usługę, którą oferuje. np. z potencjalną grupą docelową? N=62

Co istotne, 47% ankietowanych konsultowało projekt z lekarzami i była to najczęściej wskazywana odpowiedź. Niezależnie od tego, czy produkt lub usługa jest wykorzystywana bezpośrednio przez lekarza, czy jego pacjenta, lekarz jest łącznikiem. Bardzo często produkty dedykowane pacjentom zalecane są przez lekarzy lub pacjenci konsultują ich wykorzystanie z autorytetami medycznymi.

Wśród pozostałych odpowiedzi znaleźli się: pacjenci (19% ankietowanych), różne grupy ekspertów - lekarze, pielęgniarki, inne (10%), farmaceuci, apteki, firmy farmaceutyczne (8%), fizjoterapeuci (3%).



Z kim konsultowany był projekt/usługa? N=59

Komentarz eksperta:



Anna Krysiukiewicz-Fenger

Pediatra, ordynator Oddziału Pediatrycznego w Szpitalu im. Św. Rodziny w Warszawie, właściciel firmy telemedycznej Health & More

Inicjatywy innowacji medycznych często pochodzą od środowisk branży IT lub biznesu, jednak bez stałej współpracy z lekarzami czy innymi zawodami medycznymi, proces taki w mojej ocenie jest niemożliwy. Sama wielokrotnie uczestniczyłam w takich konsultacjach opiniując projekty urządzeń mHealth czy programów telemedycznych służących różnym problemom zdrowotnych pacjentów.

W mojej opinii w każdym zespole projektowym powinny się znajdować osoby medyczne, takie które mają bezpośredni kontakt z pacjentem. Ostatecznie to na nich będzie spoczywać odpowiedzialność za leczenie czy diagnozowanie za pomocą innowacyjnych rozwiązań. Sami muszą nabrać przekonania, że narzędzia będą przede wszystkim służyły poprawie procesu leczenia, poprawią jakość opieki ale również zapewnią odpowiednie bezpieczeństwo zarówno pod względem poprawności diagnozy jak i bezpieczeństwa danych. Muszą w odpowiedni sposób przekazać pacjentowi korzyści wynikające z nowości a także zapewnić możliwość dalszej opieki drogą klasyczną w sytuacjach nieprzewidzianych, lub wymagających szybkich interwencji medycznych, takich jak konsultacja w gabinecie czy hospitalizacja. Ponieważ nadal większość środowiska lekarskiego jest dość sceptycznie nastawiona do takich rozwiązań, to właśnie lekarze czy inni pracownicy medyczni mają największą szansę promować we własnym środowisku sprawdzone na własnym gruncie rozwiązania.

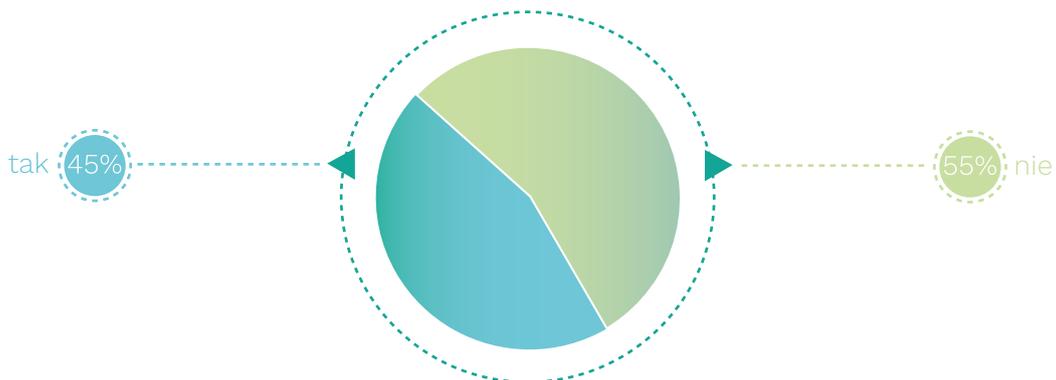
► WSPÓŁPRACA STARTUPÓW MEDYCZNYCH Z RÓŻNYMI PODMIOTAMI

Startupy nawiązują liczne relacje na rynku. Zapytani o to, czy do tej pory współpracowali z poszczególnymi podmiotami 89% deklaruowało kooperację z organizacjami medycznymi, 45% z korporacjami, a tylko 19% z instytucjami rządowymi. Powodów tak dużej różnicy może być wiele, czemu przyjrzymy się bliżej w dalszej części raportu.

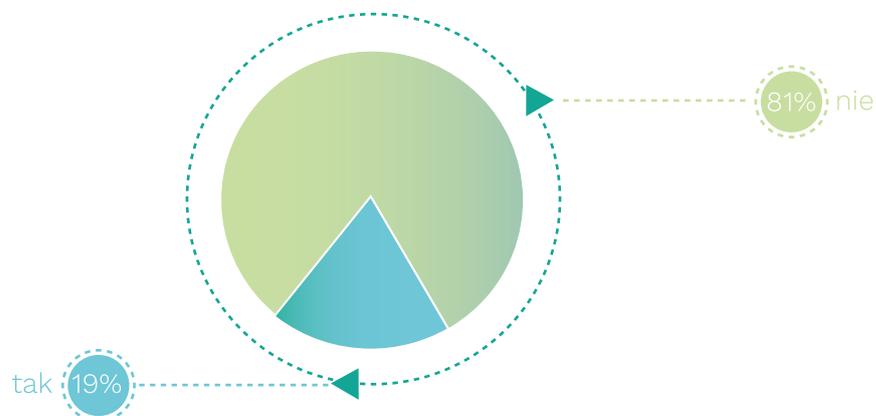
WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI MEDYCZNYMI



WSPÓŁPRACA Z KORPORACJAMI



WSPÓŁPRACA Z INSTYTUCJAMI RZĄDOWYMI

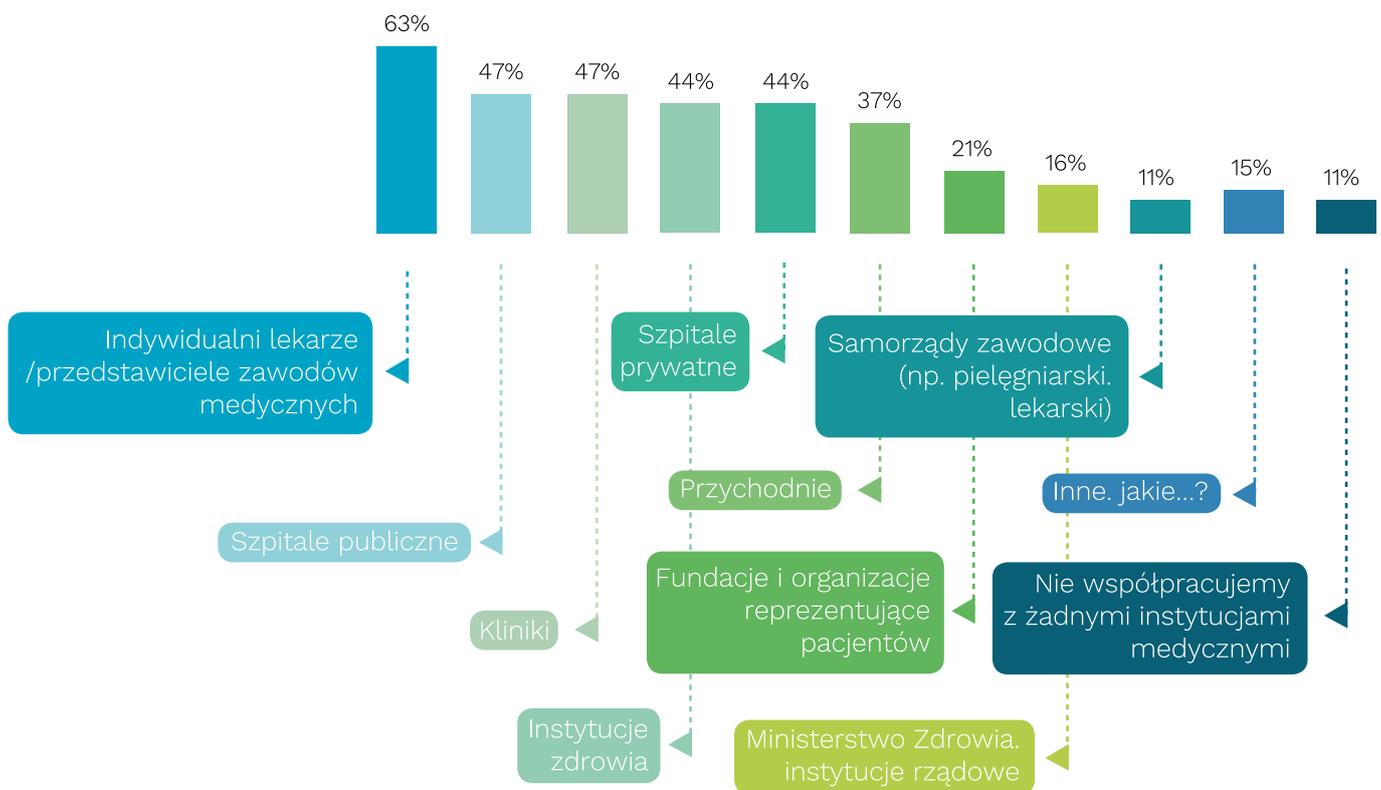


► WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI MEDYCZNYMI

Wspólne działania startupów medycznych z przedstawicielami organizacji medycznych w większości polegały na kontakcie z indywidualnymi lekarzami (aż 63% ankietowanych), szpitalami publicznymi oraz klinikami (po 47% ankietowanych), instytucjami zdrowia (np; fundacje) i szpitalami prywatnymi (po 44%). Jako kolejne wymieniane były przychodnie (37%) oraz fundacje i organizacje reprezentujące pacjentów (21%) i organizacje reprezentujące pacjentów (21%).

11% ankietowanych deklaruowało, że nie współpracuje z instytucjami medycznymi. Może to oznaczać, że startupy te mają produkty typowo lifestylowe (nie wymagające "poparcia" klasycznie rozumianej branży medycznej), nie testowały odpowiednio produktu lub nie potrafią dotrzeć do organizacji medycznych.

Otrzymane wyniki skonfrontowaliśmy z opinią przedstawiciela Polskiej Federacji Szpitali. Jedną z głównych barier udanej współpracy jest brak personelu oraz niedofinansowanie placówek medycznych. Wśród innych, zauważonych przez nas czynników, znajduje się rezerwa w stosunku do innowacji technologicznych, brak czasu na poznanie nowych technologii czy obawa przed byciem zastąpionym. W niektórych przypadkach adaptacja nowych rozwiązań jest spowolniona lub utrudniona, ze względu na inny system pracy i język komunikacji w świecie startupów oraz medycyny.



Z jakimi podmiotami/ organizacjami medycznymi współpracuje Pana/i startup?
(pytanie wielokrotnego wyboru), N=62

Komentarz eksperta:



Jarosław J. Fedorowski, prof. uniw.
Prezes Polskiej Federacji Szpitali
Gubernator i członek Prezydium Europejskiej Federacji Szpitali HOPE

Polskie szpitale są otwarte na innowacje. Pracuje w nim zarówno personel medyczny jak i administracyjny, który docenia wartość innowacji i sam uczestniczy w ich wdrażaniu, w czym przodują lekarze.

Należy także podkreślić innowacyjność menedżerów polskich szpitali, zarówno w sferze organizacyjnej, jak i infrastrukturalnej. Wykonana analiza wskazuje, że w tej sferze można współpracować z różnymi podmiotami szpitalnymi, niezależnie od ich modelu własnościowego, czy profilu.

Barierę ze strony szpitali stanowi niedostatek personelu, zarówno medycznego, jak i wspierającego oraz słabe finansowanie działalności podstawowej. Startupy mogą zwiększyć swoje szanse na dotarcie do osób decyzyjnych w szpitalach przede wszystkim przez nawiązanie współpracy z dużymi, ogólnopolskimi organizacjami pracodawców, w tym szczególnie z Polską Federacją Szpitali oraz Pracodawcami RP.



Jerzy Szewczyk
CEO
Pro-PLUS S.A.

Ważnym elementem budowania pozycji startupu i komercjalizacji wyrobu jest zbudowanie relacji z KOL i administracją centralną. Dotyczy to szczególnie rynku wyrobów medycznych, gdzie samo opracowanie technologii jest dopiero początkiem długiej i trudnej drogi wprowadzania wyrobu na rynek. Nowa technologia wiąże się najczęściej z koniecznością oceny przez AOTMiT, przekonaniem środowiska lekarskiego i zmianą sposobu ich pracy (nowa procedura), przeprowadzeniem wartościowych badań klinicznych, sporządzeniem oceny klinicznej, przekonaniem płatnika i na końcu wprowadzeniem refundacji. Trudne zadanie, bo najczęściej założyciele startupów to inżynierowie lub naukowcy, których największe kompetencje są gdzie indziej. To jest jedna z największych różnic pomiędzy Polską a Stanami. Tam startup dostaje ludzi do wykonania tego zadania. Startup ma się koncentrować na tym na czym się najlepiej zna - na rozwoju technologii. Na etapie tworzenia startupu warto pomyśleć o nawiązaniu współpracy z ludźmi którzy pomogą w tym wszystkim o czym mówię, a na etapie wyboru i poszukiwania inwestora Startup powinien szukać takich inwestorów, którzy to rozumieją i zapewnią zasoby niezbędne do zbudowania relacji i wprowadzenia nowej technologii na rynek i nie będą wymagać od tego od założycieli.

► WSPÓŁPRACA Z KORPORACJAMI

Wśród startupów, które deklarowały współpracę z korporacjami zebraliśmy informacje o charakterze tej interakcji. Przez korporacje rozumiane są duże firmy medyczne oraz farmaceutyczne.

Najbardziej powszechną formą współpracy jest wspólne tworzenie nowych rozwiązań (co-development) oraz relacja na zasadzie klienta strategicznego (w obu przypadkach 50% ankietowanych). Są to dwa najprostsze modele umożliwiające skupienie się startupu na produkcji, niż na jego dystrybucji.

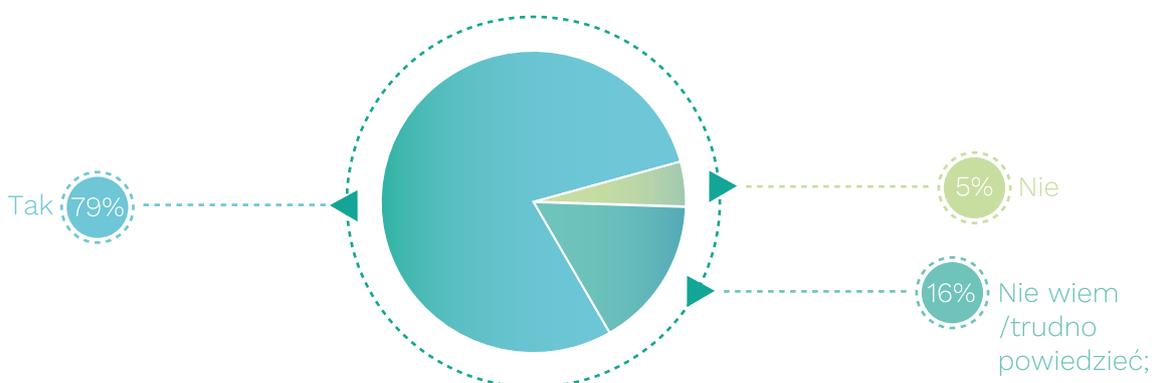
Powyższe jednak nie wyczerpują listy. Wiele startupów wskazywało na promowanie ich rozwiązań (43%) lub korzystanie z sieci dystrybucji partnera korporacyjnego (39%).

RODZAJ DOTYCHCZASOWEJ WSPÓŁPRACY



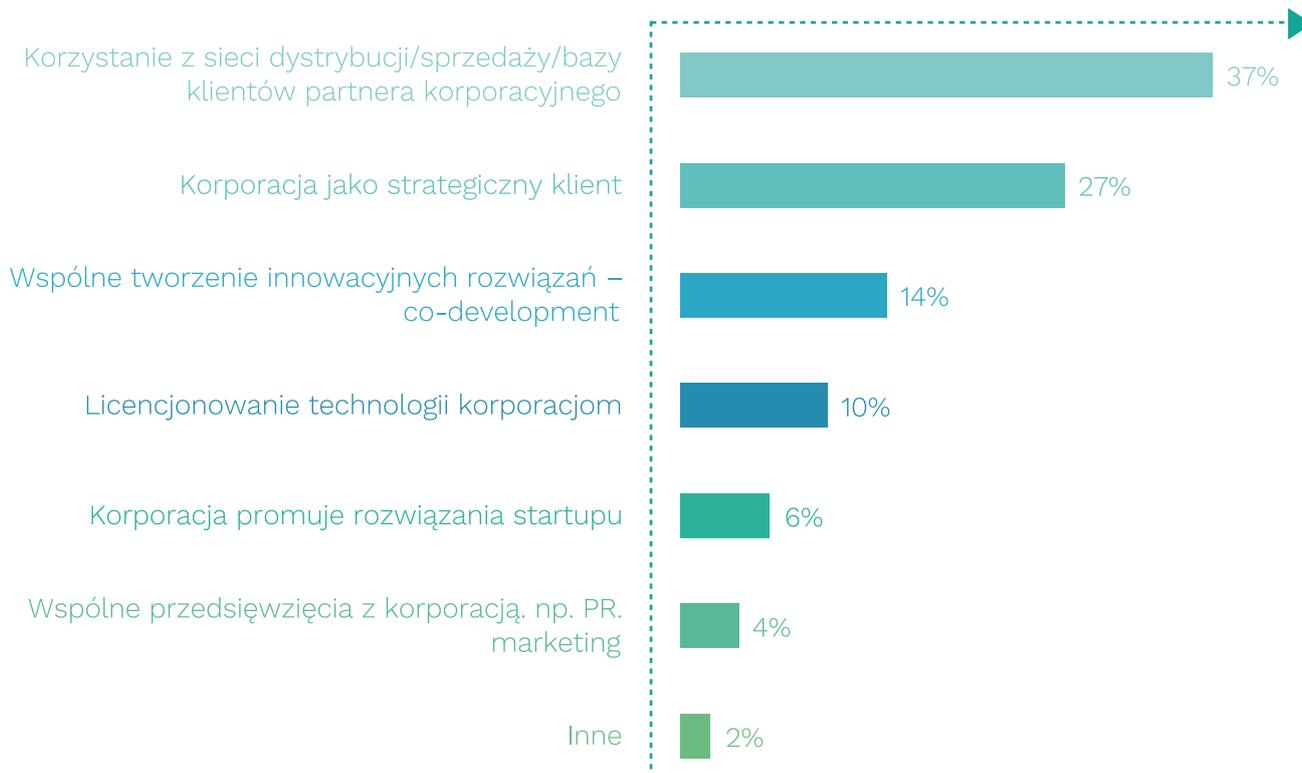
Jak współpracuje/ współpracował Pana/i startup z korporacją? (pytanie wielokrotnego wyboru), N=28

Obecnie, współpracę z korporacjami deklaruje 45% startupów, ale aż 79% z nich, chciałoby ją nawiązać. Tylko 5% wszystkich ankietowanych zdecydowanie zadeklarowało, że nie jest zainteresowanych.



Czy Pana/i startup widzi potrzebę współpracy z korporacją/dużym przedsiębiorstwem? N=62

Zapytani o preferowaną formę współpracy, w większości wyrazili zainteresowanie korzystaniem z sieci dystrybucji partnera korporacyjnego oraz posiadania korporacji jako klienta strategicznego. Odpowiedzi te nie dziwią. Powszechnie uważa się, że krajowe startupy mają wysokie kompetencje technologiczne i świetnie odnajdują się w pracy nad produktem, podczas gdy komponenta biznesowa i sprzedaż stanowi duże wyzwanie. Startupy widzą partnera korporacyjnego jako źródło klientów oraz wpływów finansowych. Inne formy współpracy – w tym promowanie produktu, działania PR i marketingowe nie są często wymieniane i pożądate.



Jak przede wszystkim chciałby Pan/i startup współpracować z korporacją/dużym przedsiębiorstwem? N=49

Interakcja na linii startup – korporacja jest bardzo trudna. W przypadku polskiego ekosystemu startupów medycznych, brakuje dobrych przykładów takiej współpracy. Bardzo często obie strony mają różne oczekiwania i potrzeby, a także sposób ich komunikowania. Sytuacje dobrze obrazują komentarze przedstawicieli dużych firm farmaceutycznych, które podjęły działania w kierunku współpracy ze startupami.

Komentarz eksperta:



Marcin Koprowski

Head of Technology Center w Globalnym Centrum Rozwiązań IT firmy Roche

W raporcie możemy zobaczyć, w jakich obszarach współpracy startupy widzą największą wartość i gdzie chciałyby rozszerzać swoje działania. Na pierwszym miejscu jest tu korzystanie z sieci dystrybucji i sprzedaży korporacji, a na kolejnych strategiczna współpraca i wspólne budowanie produktu.

Inny obraz pokazuje jednak pytanie o stan faktyczny, gdzie korzystanie z sieci dystrybucji nie jest wskazywane tak często, jak współpraca i wspólne tworzenie produktu. Może to wynikać z innych oczekiwań, jakie mają wzajemnie wobec siebie korporacje i startupy, ale także z bariery wejścia produktów medycznych na rynek, która jest wyższa niż w przypadku innych gałęzi przemysłu.

Z perspektywy korporacji i ich części zajmujących się tworzeniem nowych produktów i budowaniem wiedzy - takich jak na przykład naszego Centrum Rozwiązań IT Roche oraz Działu Badań i Rozwoju Technologii - współpraca przy badaniu nowych technologii i partnerstwo przy tworzeniu rozwiązań pilotażowych jest bardzo atrakcyjnym obszarem.

Pozwala ona na dotarcie do zespołów, które mają głęboką wiedzę na temat interesujących technologii i za sobą pierwsze doświadczenia z jej wykorzystaniem. Połączenie tych możliwości z szerokim zakresem działalności Roche oraz wiedzą i doświadczeniem naszych ekspertów daje duży potencjał obopólnej, owocnej współpracy, w tym możliwość weryfikacji założeń i wartości biznesowej proponowanych przez startupy rozwiązań.

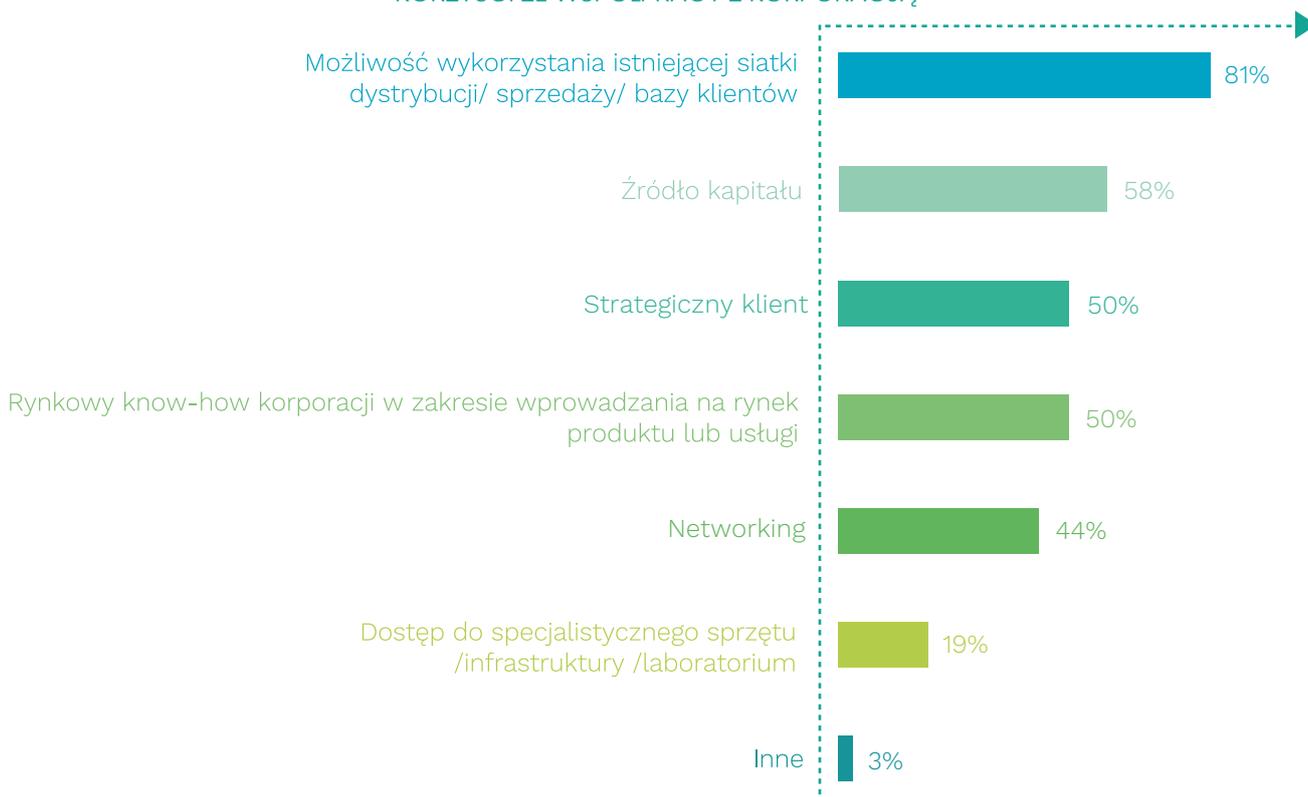
Ten właśnie cel obraliśmy przy tworzeniu Roche Startup Day, cyklicznego wydarzenia, gdzie startupy proponują swoje rozwiązania w kontekście konkretnego wyzwania w świecie medycyny. Ostatnia edycja zaowocowała nawiązaniem współpracy z kilkoma zespołami, z którymi w tej chwili ustalamy zakres prac.

► KORZYŚCI I BARIERY WE WSPÓŁPRACY Z KORPORACJAMI

Wśród korzyści ze współpracy, po raz kolejny pojawia się wykorzystanie sieci dystrybucji (81%) oraz źródło kapitału (58%) ze strony korporacji.

Tylko 19% ankietowanych wymienia dostęp do specjalistycznego sprzętu jako istotną zaletę. Ten stosunkowo niski wynik może być rezultatem łatwej dostępności wyspecjalizowanych przestrzeni technologicznych w ciągu kilku ostatnich lat. Startupy mogą korzystać z licznych parków technologicznych znajdujących się w większych ośrodkach miejskich lub przy uczelniach wyższych.

KORZYŚCI ZE WSPÓŁPRACY Z KORPORACJĄ



Jakie są zalety współpracy startupu z korporacją z Pana/i perspektywy? (pytanie wielokrotnego wyboru), N=62

Komentarz eksperta:



Mariusz Borkowski

Business Unit Manager

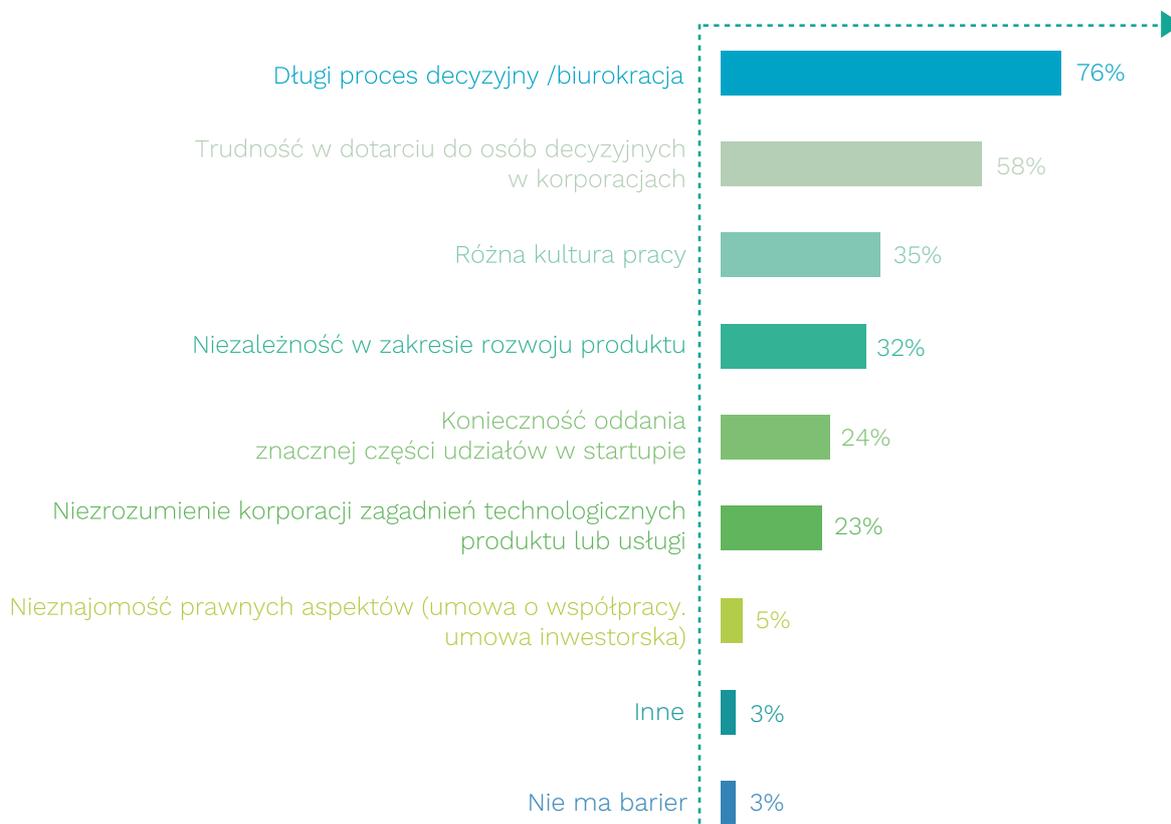
Adamed Pharma S.A.

Z ankiety wyłania się interesująca pęknięcie na rynku startupów medycznych w Polsce. Z jednej strony wyraźnie widać, że zajmują się one w dużej mierze usługami telemedycznymi, czyli tworzą własne środowisko usługowe, gdzie potrzebni są najbardziej dostawcy kapitału, z drugiej strony są bardzo zainteresowane są współpracą z korporacjami. Ale specyficznie: to korporacje mają służyć bazą klientów, być źródłem kapitału lub strategicznym klientem. Pięknie, ale to są cele, które można osiągnąć po zweryfikowaniu projektu i dłuższej, czasem kilkuletniej współpracy.

Czego zaś korporacja oczekuje od startupu? Tego, że dostarczy faktyczne rozwiązanie realnie istniejących problemów, leżące w zakresie medtech lub healthtech, które cechuje możliwie trwała przewaga konkurencyjna. Rozwiązanie to może znajdować się jeszcze w fazie koncepcyjnej, ale w takim razie musi być zaprojektowane z uwzględnieniem celów biznesowych i ewentualnej komercjalizacji. Jeśli zaś jest już gotowe, musi być opracowane tak, aby mogło być testowane wspólnie z klientami, w perspektywie zaś, by można było je swobodnie rozwijać i skalować.

Oczywiście, zawsze będą istniały bariery we współpracy przy tak rozstrzelonych oczekiwaniach startupów i korporacji czy dużych firm lokalnych, jednak wydaje mi się, że w wielu przypadkach są efektem trudności komunikacyjnych tj. korporacji ciężko jest wyjaśnić, jakie warunki musi spełnić startup i jego produkt, zaś startupowi - jaką wartość dodać dla korporacji może przynieść to, co startup oferuje. A jest to możliwe, o czym świadczą przypadki inwestowania wielu milionów USD nawet w startupy w fazie seed przez firmy sektora medycznego, w tym koncerny należące do największych na rynku farmaceutycznym.

BARIERY WSPÓŁPRACY Z KORPORACJĄ



Jakie są wyzwania/bariery współpracy startupu z korporacją z Pana/i perspektywy? (pytanie wielokrotnego wyboru), N=62

Wśród głównych czynników, utrudniających skuteczną kooperację, na pierwszy plan wyłaniają się czynniki związane z różnym systemem i kulturą pracy. Długi proces decyzyjny (76%) oraz trudność w dotarciu do osób decyzyjnych (58%) były najczęściej wymieniane. Istotne zagrożenie startupy widzą w utracie niezależności (32%) oraz powiązanej z tym konieczności oddania znaczącej części udziałów (24%).

► WSPÓŁPRACA Z INSTYTUCJAMI RZĄDOWYMI

Wśród ankietowanych, tylko 19% deklarowało dotychczasową współpracę z instytucjami rządowymi. Jest to bardzo szerokie określenie, do którego zaliczyliśmy m. in. Ministerstwo Zdrowia (MZ), Narodowy Fundusz Zdrowia (NFZ), Centrum Systemów Informacyjnych Ochrony Zdrowia (CSIOZ) oraz inne.

Wśród głównych przyczyn obecnego stanu rzeczy startupy wymieniają długi proces legislacyjny (76%), brak chęci do współpracy ze strony instytucji rządowych (61%) oraz ich brak zrozumienia technologii (50%) a także brak przekonania, że współpraca może mieć realny wpływ na zmiany legislacyjne (45%). Bariery te dostrzegają także przedstawiciele NFZ oraz CSIOZ, którzy pokazali swój punkt widzenia.

BARIERY WSPÓŁPRACY



Jakie są bariery współpracy z instytucjami rządowymi Pana/i zdaniem? (pytanie wielokrotnego wyboru), N=62

KORZYŚCI ZE WSPÓŁPRACY Z INSTYTUCJAMI RZĄDOWYMI



Jakie są korzyści ze współpracy z instytucjami rządowymi Pana/i zdaniem? (pytanie wielokrotnego wyboru), N=62

Komentarze ekspertów:



dr Adam Niedzielski

Zastępca Prezesa ds. Operacyjnych
Narodowy Fundusz Zdrowia

Raport z badania potencjału startupów medycznych w Polsce pokazuje, że jest to relatywnie młody sektor, najwięcej inicjatyw startupowych zarejestrowano w latach 2016 – 2017. Naturalną kolejną rzeczą, widoczną w prezentowanym dokumencie, jest powszechność współpracy w projektowaniu, promowaniu czy dystrybucji nowych rozwiązań w kooperacji z podmiotami / organizacjami medycznymi. Prawie połowa z przebadanych firm podejmuje współpracę z korporacjami. Natomiast współpraca z instytucjami rządowymi jest na tym tle znikoma. Aż 81% przebadanych liderów nie wskazało na żadną formę relacji z tym sektorem. Ministerstwo Zdrowia i inne instytucje rządowe znalazły się na ósmym miejscu wśród podmiotów z którymi podjęto współdziałania, z 16% udziałem w całościowym zestawieniu.

Z jednej strony firmy dostrzegają korzyści z takiej współpracy, m.in. możliwość zintegrowania z istniejącym systemem zdrowia, budowę wizerunku, wiarygodności czy wpływ na zmiany legislacyjne. Z drugiej strony wskazują na bardzo dużą barierę w postaci biurokracji, długiego procesu legislacyjnego, braku chęci współpracy ze strony instytucji rządowych, niezrozumienie technologii czy brak przekonania, że taka współpraca może mieć realny wpływ na zmiany. Szybko rozwijający się sektor startupów trafia na machinę powszechnie uważaną za biurokratyczną i wolno adaptującą się do zmieniającej się rzeczywistości. Przykłady międzynarodowe świadczą o tym, że jest to normalny proces, wzajemna współpraca jest cenna i konieczna, jednak wymaga stopniowego otwarcia i osiągnięcia większego stopnia dojrzałości, głównie po stronie przedstawicieli instytucji rządowych. Mając wspólne cele, jakimi są działania na rzecz pacjentów i dążenie do optymalizacji organizacji opieki zdrowotnej, zarówno strona instytucjonalna jak i innowatorzy wejdą w proces współpracy i wymiany wiedzy. Tym bardziej, że uzyskanie wiedzy eksperckiej na temat funkcjonowania systemu ochrony zdrowia jest konieczne zarówno w procesie projektowania nowych rozwiązań, jak i przenoszenia oraz adaptacji sprawdzonych projektów zagranicznych.

Trend wskazujący na to, że polskie startupy medyczne radzą sobie coraz lepiej jest wyraźny. Potwierdza to zarówno rosnąca ich liczba jak i nagrody w międzynarodowych konkursach. Obserwując dynamicznie rozwijający się FinTech, można twierdzić, że w ochronie zdrowia rozwiązania oferowane przez startupy również staną się znaczącym wsparciem dla polskich pacjentów.

Kolejną przesłanką konieczności wprowadzania nowych technologii są wyzwania starzejącego się społeczeństwa, braki kadr medycznych, a co za tym idzie konieczność wsparcia systemu – nie w zakresie zastąpienia lekarzy i profesjonalistów, lecz w procesie komunikacji i asyście medycznej, co pozwoli stopniowo zmieniać nawyki polskich pacjentów.

Pogłębianie współpracy wymaga zaangażowania i pojawienia się liderów zmian. Zdając sobie sprawę, że Narodowy Fundusz Zdrowia nie jest oceniany pozytywnie w kontekście innowacyjności, podjęliśmy działania zmierzające do „nowego otwarcia” i rozwoju organizacji. Efektem tego jest opracowywana nowa strategia, a wśród zadań - rozwój kompetencji we wdrażaniu innowacji w ochronie zdrowia. Wzorem swoich zagranicznych odpowiedników, NFZ będzie podejmował inicjatywy w zakresie identyfikacji, selekcji oraz wprowadzania do stosowania innowacji w ochronie zdrowia. Przedstawienie Płatnika publicznego w roli propagatora innowacji, otwartego na współpracę z różnymi interesariuszami systemu ochrony zdrowia, jest jednym z elementów budowy wizerunku nowoczesnej instytucji.

Droga do skutecznej współpracy publiczno-prywatnej jest długotrwała i wymagająca. Cieszy fakt, że pojawiają się kolejne inicjatywy, które mają angażować startupy. Zapytani o potencjalne benefity, ankietowani wymieniali najczęściej możliwość zintegrowania startupu z już istniejącą infrastrukturą systemu zdrowia. Jest to istotne szczególnie w realiach braku jednolitych standardów rynkowych dotyczących np. przechowywania dokumentacji medycznej. Mnogość obecnie dostępnych rozwiązań rynkowych opartych o inny format danych sprawia, że wiele z nich będzie niekompatybilnych, a więc praca włożona w ich rozwój zostanie zmarnowana.

58% ankietowanych wymieniła budowanie wiarygodności jako korzyść ze współpracy. Ma to znaczenie głównie w kontakcie z lekarzami czy szpitalami, którzy podejmują decyzje w oparciu o poparcie uznanych instytucji.

Aż 15% ankietowanych nie widzi żadnych korzyści ze współpracy.

► POTRZEBY STARTUPÓW MEDYCZNYCH

06

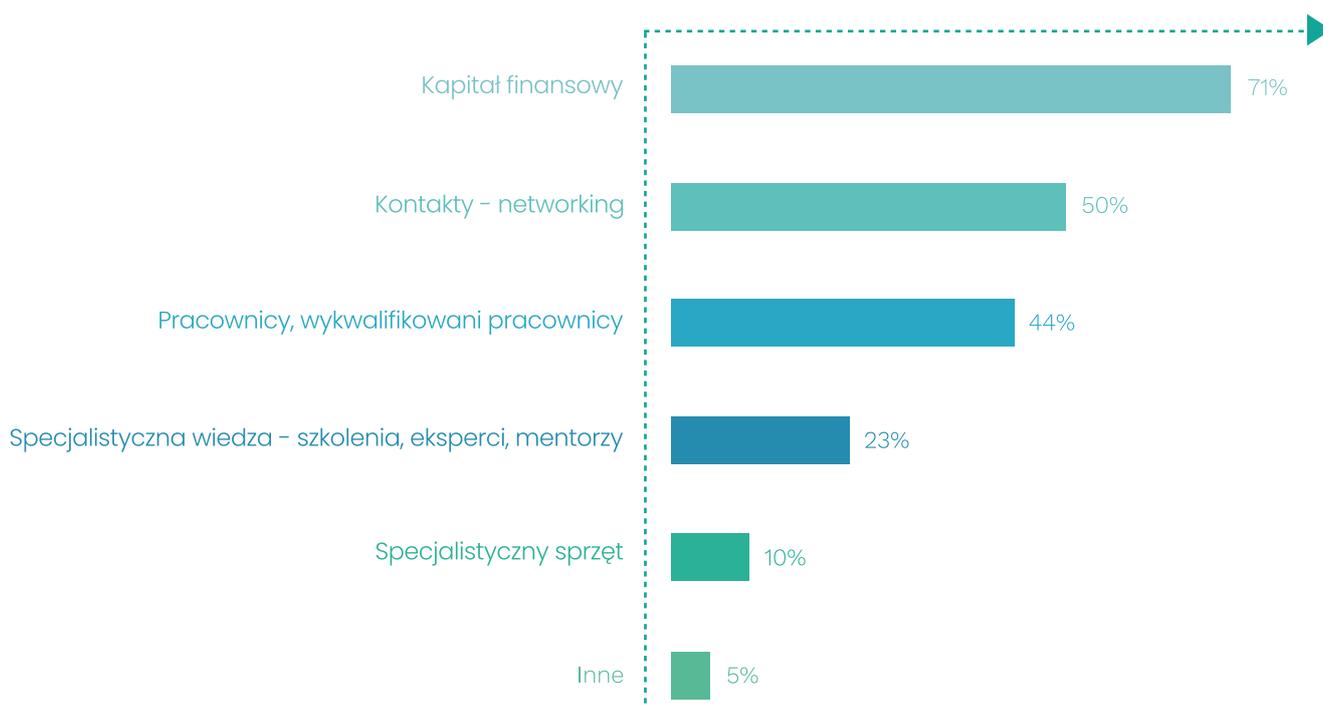
opracowanie: Justyna Uman-Ntuk

Specyfika rynku medycznego powoduje, że wymagania i sposób prowadzenia biznesu jest inny, niż w sektorze finansowym czy ubezpieczeń. Niezależnie jednak od branży, większość startupów wymienia finansowanie jako największe wyzwanie. To problem, który łatwo zmierzyć, jednakże w większości przypadków to tylko objaw, a nie przyczyna.

► CZEGO POTRZEBUJĄ STARTUPY MEDYCZNE?

Jednym z ważniejszych pytań jakie zadaliśmy startupom medycznym było wymienienie czynników, które niezbędne są do ich dalszego rozwoju. Prawie ¾ ankietowanych wymieniło kapitał finansowy, a połowa kontakt. Do innych elementów, które wskazano należą wykwalifikowani pracownicy (44%) oraz specjalistyczna wiedza (23%).

POTRZEBY NA BIEŻĄCYM ETAPIE ROZWOJU

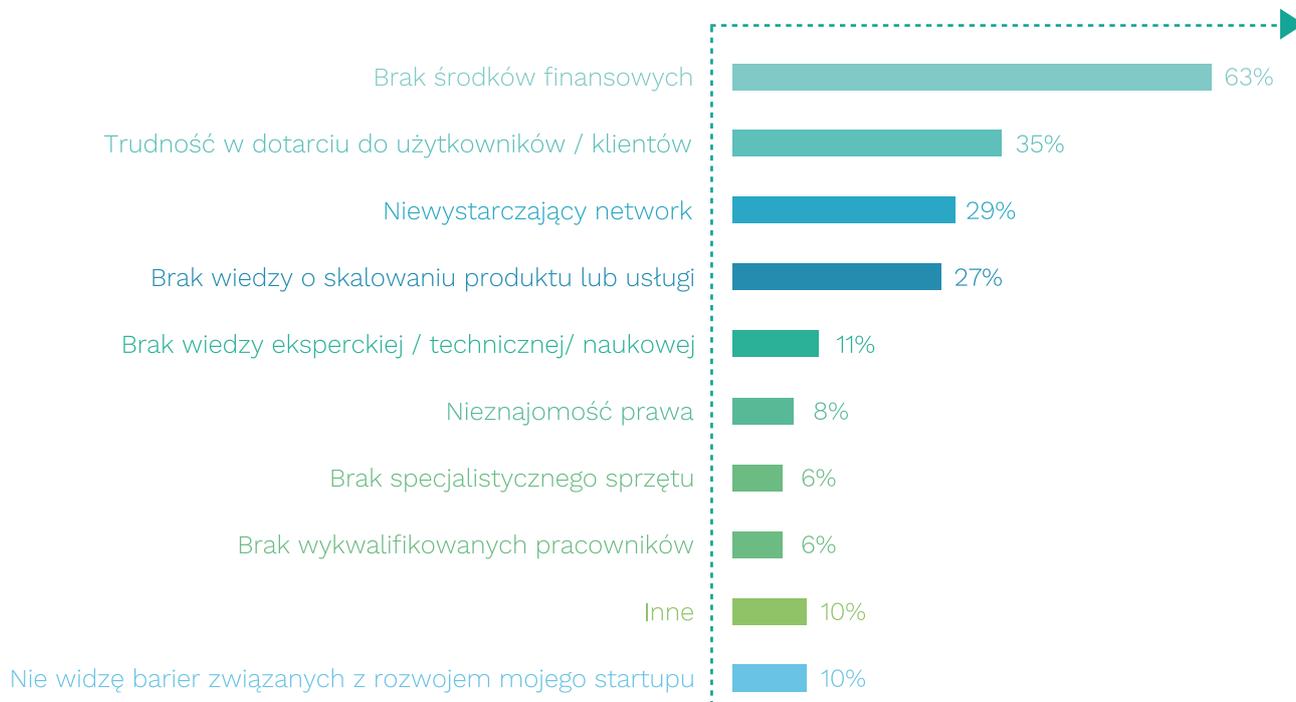


Których z wymienionych poniżej zasobów najbardziej potrzebuje Pana/i startup na bieżącym etapie rozwoju? (pytanie wielokrotnego wyboru), N=62

Środki finansowe zostały wymienione także jako największa bariera w rozwoju (63%). Na kolejnych miejscach, wskazywane o połowę rzadziej, znalazły się: trudność w dotarciu do klientów (35%), niewystarczający network (29%) oraz brak wiedzy o skalowaniu produktu lub usługi (27%).

Finansowanie pojawia się w obydwu pytaniach nie bez powodu – specyfika rynku medycznego, narzuca na innowatorów dużo więcej wymagań niż dla innych segmentów rynku. Konieczność spełnienia bardzo restrykcyjnych norm prawnych, prowadzenie badań klinicznych czy certyfikacja produktu wiążą się z ogromnymi kosztami. Posiadanie tego kapitału często jest jednak niewystarczające, gdyż potrzebna jest wiedza ekspercka.

BARIERY ROZWOJU



Co wg. Pana/i jest największą barierą rozwoju Pana/i startupu? (pytanie wielokrotnego wyboru), N=62

Podobne problemy dostrzegają eksperci.

Komentarz eksperta:



dr n. med. Łukasz Kołtowski
Warszawski Uniwersytet Medyczny

Nie dziwi mnie, że to właśnie finansowanie zostało wymienione zarówno jako największa potrzeba oraz największa bariera w rozwoju startupów medycznych. Może to się wydawać dziwne dla innych obszarów, jak IT czy nauki gdzie jest dużo łatwiej uzyskać finansowanie. W przypadku startupów medycznych widzę dwie kluczowe duże bariery. Po pierwsze, rynek medyczny rządzi się swoimi prawami. Wielu inwestorów nie rozumie do końca tej specyfiki, nie widzi w jaki sposób można uzyskać zwrot na inwestycji, dla wielu projektów brak jest prostych rozwiązań produkt – zysk. Po drugie, niestety, brakuje nam success story wśród startupów medycznych, które ośmieliłyby inwestorów i pokazały zyskowność tego segmentu rynku. To z czym boryka się wielu przedsiębiorców to dysonans między klientem, a płatnikiem. W branży np. sportowej układ jest prosty – klient jest płatnikiem. W medycynie – pacjent jest odbiorcą, a płatnikiem może być towarzystwo ubezpieczeniowe lub instytucja rządowa, co komplikuje bardzo cały model biznesowy.

Warto też zwrócić uwagę na to, że wielu startupowców, nie będących lekarzami nie ma bezpośredniego kontaktu z klientem. Testowanie pomysłu jest trudne, bo zaczynamy zabawę w głuchy telefon. Musimy wytłumaczyć produkt lekarzowi, by ten przekazuje informację pacjentowi, by lekarz finalnie dał nam feedback. Prowadzenie w takim układzie nie jest szybkie.

Bardzo istotne jest to, że startupowcy wymienili wiedzę na temat skalowania jako jedną z ważniejszych barier w rozwoju. Model biznesowy który sprawdzi się w Polsce, gdzie mamy jednego płatnika, np. NFZ jest zupełnie różny od tego, jaki konieczny jest przy wchodzeniu na rynek Niemiecki, gdzie mamy rozproszony system bazujący na wielu kasach chorych. Startupowcy medyczni tak naprawdę zaczynają od zera przy wchodzeniu na nowe rynki – co także jest trudne do wytłumaczeniu inwestorom.



Małgorzata Chynowska

Product Manager ds. Certyfikacji Wyrobów Medycznych
TUV NORD Polska

Obserwując rynek wyrobów medycznych nie można nie zauważyć dynamicznie rosnącej grupy, jaką są startupy medyczne. Choć z tradycyjnymi producentami wyrobów medycznych łączy je potrzeba płynąca z rynku oraz chęć jej zaspokojenia, to znaczna część tego co jest pomiędzy pomysłem, a wprowadzeniem wyrobu na rynek stanowi potężną różnicę.

W przypadku tradycyjnego producenta, który już posiada swoje wyroby na rynku, plan wprowadzenia wyrobu innowacyjnego nadal może stanowić wyzwanie, jednak obciążony jest mniejszym ryzykiem niż w przypadku startupu. Czynnikiem, który różnicuje owe ryzyko jest najczęściej wiedza i doświadczenie np. w zakresie legislacji i innych wymagań bezpieczeństwa związanych z wyrobami medycznymi. Zdarza się, że startupy rozpoczynając ścieżkę badawczą nie biorą pod uwagę wymagań norm dedykowanych dla wyrobów medycznych, co w konsekwencji wymusza cofnięcie się do określonych etapów prac, gdy projekt jest na znacznie bardziej zaawansowanym poziomie. Tworzenie dokumentacji zarówno badawczej jak i projektowej oraz planowanie procesów produkcyjnych nie powinno odbywać się w oderwaniu od wymagań zharmonizowanych norm, dyrektyw czy rozporządzeń.

Kolejnym czynnikiem, który podnosi ryzyko w procesie komercjalizacji wyrobu medycznego, jest nieznajomość procedur certyfikacji oraz brak wiedzy ile taki proces może trwać. W przypadku posiadania zewnętrznych źródeł finansowania, bardzo często zachodzi konieczność rozliczenia się z poszczególnych etapów prac w określonym czasie. Niestety zdarza się, że startupy zgłaszają się do jednostek notyfikowanych dość późno, zakładając, że w ciągu kilku tygodni możliwe jest przeprowadzenie procesu certyfikacji oraz wydanie certyfikatu.

Tego typu założenie bywa dość karkołomne, ponieważ nie jest brany pod uwagę faktyczny czas potrzebny na planowanie, zabezpieczenie określonych specjalistów po stronie jednostki, ocenę dokumentacji oraz zamknięcie ewentualnych niezgodności, które mogą pojawić się podczas dokonywania oceny zgodności. Dlatego też zachęcam startupy do kontaktu z jednostkami notyfikowanymi nawet na bardzo wczesnym etapie, by określić wymagane ramy czasowe. Wpisanie poszczególnych elementów współpracy z jednostką w plan projektu komercjalizacji określiłabym jako jeden z kluczowych, który pozwoli zakończyć projekt z sukcesem i wywiązać się ze zobowiązań wobec sponsorów.



Wojciech Radomski

CEO
StethoMe

Środowisko startupowe w Polsce rośnie w siłę z każdym rokiem. Wśród nich nie brakuje również start-upów medycznych, które jak każdy start-up codziennie mierzy się z pewnymi wyzwaniami. Jednym z nich, niezależnie od etapu rozwoju, jest pozyskiwanie kapitału finansowego. O środki warto już zabiegać na samym początku prac nad projektem. Tutaj należy podkreślić, że można pozyskać je nie tylko od firm typu venture capital, ale również od instytucji publicznych. W przypadku start-upów medycznych należy mieć na uwadze, że wprowadzenie na rynek produktu, czy usługi może wiązać się z dodatkowymi wymaganiami. To z kolei może wydłużyć cały proces komercjalizacji rozwiązania i zwiększyć jego koszty. Warto wziąć to pod uwagę planując budżet oraz plan rozwoju. Innym często spotykanym wyzwaniem jest niewystarczająco rozwinięta sieć networkingowa.

Nawiązanie relacji z instytucjami, firmami czy też osobami mającymi wiedzę i doświadczenie w tym samym lub podobnym obszarze, umożliwi szybszy rozwój start-upu. Z perspektywy start-upu, którego produkt jest już na bardzo zaawansowanym etapie, uważam, że istotny wpływ na jego rozwój miał udział w programach akceleryjnych i konkursach dla start-upów. To właśnie dzięki nim mieliśmy okazję poszerzyć kontakty biznesowe, spotkać się z osobami mającymi duże doświadczenie we wprowadzaniu innowacyjnych rozwiązań na rynek, a co najważniejsze uzyskać od nich wiele cennych rad i usłyszeć uwagi na temat naszego projektu, dzięki którym udało się nam spojrzeć na pewne kwestie z innej perspektywy i ostatecznie lepiej je rozwiązać.



Paweł Sieczkiewicz

CEO
Telemedico

Startup medyczny to sformułowanie pod które podciągamy również działania niewymagające certyfikacji medycznej. Nie dziwi więc korelacja podobnych barier dostrzeganych przez start-upy medyczne z tymi widzianymi w innych branżach. Ciekawi brak wyszczególnienia barier widzianych w certyfikacji medycznej, badaniach klinicznych (może to oznaczać że mało projektów medycznych rozwija projekty w tym zakresie lub ta wiedza stoi na wysokim poziomie - albo jest to schowana odpowiedź w dostępie do wiedzy specjalistycznej)

Ciekawe byłoby zestawienie postrzeganej bariery razem z informacją na ile ciężka wydaje się do przeskoczenia dla start-upu. Czy to wynika jedynie z naturalnego etapu rozwoju na którym znajduje się start-up, a kolejne kroki są łatwe do pokonania i to kwestia czasu czy to jednak bloker, który zablokował dalszy rozwój.

Jeśli chodzi o potrzeby to odniosę się do dwóch pierwszych:

1 potrzeby finansowe - zależnie od etapu rozwoju będzie to różna forma pokazywania inwestorowi „reason to believe” - etap pomysłu na projekt najłatwiej zrównoważyć przez pokazanie dotychczasowego trackrecordu zespołu (jeśli go brak, może warto poszerzyć o to zespół). Etap finansowania dla późniejszych etapów rozwoju projektów to oczywiście pokazanie jak skuteczni jesteśmy w realizowaniu dotychczasowych założeń oraz jak duża okazja rynkowa kryje się za naszym projektem po pełnym wdrożeniu

2 kontakty - potrzebujemy je po coś, w jakimś celu - bo uważamy, że są nam potrzebne dla znalezienia finansowania, lub sprzedaży albo do rekrutacji specjalistów ; moim zdaniem wszystko ujęte pod „brak kontaktów” da się jasno rozdzielić po pozostałych kategoriach i wykrzesać z tego jasne zadania, które są zależne od naszej pracy, a nie zostawiać coś w sferze niepowodzeń ze względu na „brak kontaktów”

Jeśli chodzi o bariery - odniosę się do dwóch, które mają ze sobą wiele wspólnego ale jednocześnie dzielą je zasadnicze różnice :

- ▶ 1. trudność w dotarciu do użytkowników/klientów
- ▶ 2. brak wiedzy o skalowaniu produktu lub usługi

Moim zdaniem próba dotarcia do klientów powinna odbywać się jako nieodłączny etap powstawania koncepcji produktu, jako jeden z elementów który może nam powiedzieć że na to jest rynek. Obawiam się że pod tą odpowiedź mogą kryć się również przypadki, gdzie startup dociera do potencjalnych klientów, którzy zwyczajnie nie są zainteresowani usługą. Wtedy problem jest inny - związany z product market fit, a nie z samym dotarciem w celu skalowania usługi.

PARTNER STRATEGICZNY RAPORTU



PARTNER RAPORTU



PATRONI MEDIALNI





MEDmeets**TECH**

www.MEDmeetsTECH.com