



2020

TOP DISRUPTORS IN HEALTHCARE

PRZEGLĄD INNOWACYJNYCH START-UPÓW MEDYCZNYCH W POLSCE

TWÓRCY I PATRONATY

TWÓRCY RAPORTU



PATRONATY HONOROWE



PARTNERZY GŁÓWNI

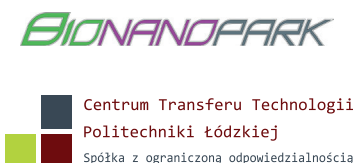


PARTNER WSPIERAJĄCY



TWÓRCY I PATRONATY

PATRONATY



INNOWACYJNY



MEDmeetsTECH



PARTNERZY MEDIALNI



Forbes

Prawo.pl



RYNEK ZDROWIA



SPIS TREŚCI

O RAPORCIE	1	MEDCOSTER – NIEFORMALNA GRUPA ROBOCZA	84
POLSKA FEDERACJA SZPITALI	2	MEDIDESH SP. Z O.O.	87
AKADEMIA BIOMED PFR	3	MG GROUP SA	89
ASTRAZENECA PHARMA POLAND	4	MEDISHIFT SP. Z O.O.	92
PZU ZDROWIE	5	MEDIWELL SP. Z O.O.	94
PROF. MACIEJ BANACH	6	MEDTUBE SP. Z O.O.	96
DLACZEGO POWSTAŁ <i>TOP DISRUPTORS IN HEALTHCARE</i>	7	MEDVC.EU SP. Z O.O.	98
– PRZEGLĄD START-UPÓW MEDYCZNYCH W POLSCE		MICROSCOPEIT SP. Z O.O.	101
PRZEGLĄD INNOWACYJNYCH START-UPÓW MEDYCZNYCH W POLSCE	13	MOLECULE.ONE SP. Z O.O.	103
3CLICKS SP. Z O.O.	14	MSKAID SP. Z O.O.	105
ACELLMED SP. Z O.O.	16	MEDICAL SIMULATION TECHNOLOGIES SP. Z O.O.	107
AETHER BIOMEDICAL	18	NESTMEDIC/PREGNABIT SA	109
AIDA DIAGNOSTIC SP. Z O.O.	20	OGEN SA	111
AIOCARE SP. Z O.O.	22	PAENTRA SP. Z O.O.	113
AISENS SP. Z O.O.	24	PELVIFLY SP. Z O.O.	115
AKRIMTECH SP. Z O.O.	26	PIKTOREX SP. Z O.O.	117
APPICARE SP. Z O.O.	28	POLTREG SA	119
AURERO SP. Z O.O.	31	PROKINETIC SP. Z O.O.	121
BIOLUMO SP. Z O.O.	33	PROTEO SPÓŁKA CYWILNA	123
BIOTTS SA	35	RADPOINT SP. Z O.O.	125
BRAINSCAN SP. Z O.O.	38	REMMEDVR SP. Z O.O.	127
CANCERCENTER.AI SP. Z O.O.	40	RINGSMED SP. Z O.O.	129
CARDIOMATICS SP. Z O.O.	42	RSQ TECHNOLOGIES LLC	131
CI COPERNICO-HEALTH SP. Z O.O.	44	SAVENTIC HEALTH SP. Z O.O.	133
EXOS SP. Z O.O.	46	SDS OPTIC SA	135
GDZIEPOLEK SP. Z O.O.	48	SENSDX SA	137
GENEME SP. Z O.O.	50	SENSORIUMLAB SP. Z O.O.	139
GENOMTEC SA	52	SMARTCARE.NETWORK SP. Z O.O.	141
GLUCOACTIVE SP. Z O.O.	54	SMARTMEDICS SP. Z O.O.	143
GLUKANMED SP. Z O.O.	56	STETHOME SP. Z O.O.	145
HEART SENSE SP. Z O.O.	58	SUPERWNUK	147
HELFIO SP. Z O.O.	60	SYGNIS SP. Z O.O.	149
HELPING HAND POWERED BY ADDICTIONS.AI,	62	TELEMEDICO SP. Z O.O.	151
JEDNOOSOBOWA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA		UNITDOSEONE SP. Z O.O.	153
HIGO SP. Z O.O.	65	UPACJENTA SP. Z O.O.	155
HOMEDOCTOR SP. Z O.O.	67	USECRYPT SA	157
IC SOLUTIONS SP. Z O.O.	69	VR TIERONE SPÓŁKA JAWNA	159
ICAST MEDICAL SP. Z O.O.	72	WEZWIJ DOKTORA – P2 MED SP. Z O.O.	161
INCISION GROUP B.V. SP. Z O.O.	74	ZAUFANEKLINIKI.PL SP. Z O.O.	163
INTELLISEQ SP. Z O.O.	76	ZDROWEGENY.PL SP. Z O.O.	165
JAKSZCZEPIC.PL – NIEFORMALNA GRUPA ROBOCZA	78	WSPARCIE MERYTORYCZNE	167
JUTRO MEDICAL SP. Z O.O.	80	SKŁAD I DRUK	167
LAPARO SP. Z O.O.	82	O TWÓRCACH RAPORTU	168
		KONTAKT	170



O RAPORCIE

Szanowni Państwo,

w imieniu Polskiej Federacji Szpitali oraz Stowarzyszenia Młodzi Menedżerowie Medycyny, jak również naszych Partnerów i Patronów mamy przyjemność zaprezentować Państwu I edycję raportu TOP DISRUPTORS IN HEALTHCARE. Raport stanowi wynik ponadpółrocznych prac zespołu ekspertów, którzy podjęli się trudnego zadania – próby zebrania i ustrukturyzowania wiedzy na temat różnych inicjatyw na rynku start-upów medycznych w Polsce.

O tym, jak ważna i pożyteczna jest to praca, świadczy ogromne wsparcie udzielone twórcom raportu zarówno przez przedstawicieli strony publicznej, organizacji branżowych, dużych przedsiębiorców, jak i przedstawicieli samych start-upów, którzy licznie odpowiedzieli na naszą propozycję zaprezentowania się w raporcie.

Raport jest inicjatywą realizowaną pod patronatem honorowym Ministerstwa Zdrowia, Narodowego Centrum Badań i Rozwoju, Agencji Badań Medycznych, Polskiego Funduszu Rozwoju oraz pod patronatem kilkunastu innych organizacji rządowych i pozarządowych.

Szczególne podziękowania kierujemy do partnerów komercyjnych będących czołowymi podmiotami wspierającymi środowisko innowacji w sektorze medycznym i współpracującymi ze start-upami, czyli do AstraZeneca Pharma Poland i PZU Zdrowie (partnerzy główni), oraz do Medicover Polska Sp. z o.o. (partner wspierający), a także do wszystkich start-upów, które nawiązały współpracę z naszym zespołem – bez Państwa ten raport by nie powstał.

Mamy nadzieję, że raport pozwoli na zwiększenie wiedzy o innowacyjnych rozwiązaniach dostępnych na rynku i pomoże w nawiązaniu współpracy pomiędzy start-upami i podmiotami leczniczymi, a także między start-upami i inwestorami.

Zapraszamy do lektury!

Ligia Kornowska
dyrektor zarządzająca
Polskiej Federacji Szpitali,
prezes Młodych Menedżerów Medycyny

Wojciech Sierocki
wiceprezes
Młodych Menedżerów Medycyny

Piotr Najbuk
project manager
Młodych Menedżerów Medycyny

„Ochrona zdrowia jest motorem innowacji” to przesłanie z 43 Światowego Kongresu Szpitali zorganizowanego przez *International Hospital Federation* w Muscat (Oman) w listopadzie 2019 r. Nasz sektor gospodarki, a szczególnie szpitalnictwo, może pochwalić się licznymi nowoczesnymi rozwiązaniami, zarówno technicznymi, jak i organizacyjnymi. To właśnie nauki medyczne i nauki o zdrowiu w połączeniu z postępowymi technologiami oraz efektywnym zarządzaniem są prawdziwą kopalnią innowacji w obecnych czasach. Inspiracją oraz lokomotywą postępu w sektorze ochrony zdrowia są projekty powszechnie znane jako start-upy, które w formie spolszczonej można określać jako tzw. młode biznesy. Wśród młodych biznesów znajdują się projekty z dyscyplin typowo medycznych, ale przede wszystkim – projekty interdyscyplinarne, łączące za pomocą technik informatycznych rozwiązania organizacyjne, zarządcze, technologiczne z procedurami diagnostycznymi, leczniczymi czy prognostycznymi.

Polska jest jednym z liderów regionu Europy Środkowej w obszarze start-upów medycznych, co ma związek m.in. z dynamicznym wzrostem gospodarczym, dużym zapotrzebowaniem na nowe projekty, ambitnym i dobrze wykształconym społeczeństwem oraz owocną współpracą międzynarodową. Nasz kraj zawdzięcza pozycję lidera w szczególności imponującej aktywności ludzi, przeważnie młodych, których śmiało można nazwać liderami innowacji oraz pionierami postępu w ochronie zdrowia. Ta w sumie niewielka grupa, tworząca wspierające się sieci networkingowe, także przy wykorzystaniu nowoczesnych kanałów komunikacji, nie dość, że sama realizuje projekty młodego biznesu, to także inicjuje, pomaga oraz promuje inne start-upy, tworząc niejako ekosystem młodego biznesu medycznego na skalę krajową oraz międzynarodową.

Mam zaszczyt zaprosić Państwa do lektury raportu o polskich start-upach medycznych przygotowanego przez właśnie taką grupę liderów skupionych wokół zespołu Młodych Menedżerów Medycyny (MMM) działającego przy Polskiej Federacji Szpitali (PFSz), któremu przewodniczy Ligia Kornowska. Zespół ten zrzesza dynamicznych ludzi, którzy pomimo młodego wieku posiadają zarówno kierunkowe wykształcenie (medycyna, zarządzanie, marketing, IT, prawo itd.), praktyczną wiedzę, jak i doświadczenie w realizacji odważnych projektów spełniających definicję start-upu. Co najważniejsze, jest to grupa, której nie brakuje pomysłów, odwagi i motywacji, a której obce jest pojęcie beznadziejności, roszczeniowości czy tzw. wypalenia zawodowego. Raport o polskich start-upach medycznych powstał z inicjatywy liderów zespołu MMM przy PFSz, wśród których, obok przewodniczącej Ligii Kornowskiej, pragnę wymienić Piotra Najbuka oraz Urszulę Szybowicz. Jest to najprawdopodobniej pierwsze tak kompleksowe i obszerne opracowanie tematu. W raporcie znajduje się opis ponad 70 arcyciekawych młodych biznesów medycznych, które przedstawiamy Państwu w celu informacyjnym, inwestycyjnym, networkingowym, marketingowym, popularyzacyjnym, edukacyjnym itd., zmierzając do promocji i wspierania polskich start-upów sektora ochrony zdrowia na forum krajowym i międzynarodowym. Ze swojej strony pragnę dodać, że współpraca z zespołem MMM, a szczególnie z jego liderami, jest dla mnie powodem do osobistej satysfakcji. Patronat nad zespołem MMM, którego udziela PFSz oraz ja osobiście, przynosi kolejne owoce, tym razem w postaci niniejszego, rewelacyjnego raportu, do którego lektury mocno Państwa zachęcam. Cieszę się, że mogłem przyczynić się do powstania tej ważnej dla ochrony zdrowia publikacji.

prof. Jarosław J. Fedorowski, MD, PhD, MBA, FACP, FESC

prezes Polskiej Federacji Szpitali

gubernator i członek Prezydium Europejskiej Federacji Szpitali i Ochrony Zdrowia HOPE
przewodniczący Rady Naukowej „Menedżera Zdrowia”

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 wynikający z potrzeb starzejącego się społeczeństwa oraz zastrzyk funduszy *venture*, który właśnie pojawia się na rynku za sprawą spółki PFR Ventures.

Jedną z barier rozwoju sektora, co jasno wynika z raportu, jest niski współczynnik korzystania z zewnętrznego finansowania. Większość start-upów wciąż sięga głównie po własne środki do rozwoju biznesu – zaledwie 24,3% respondentów badania skorzystało z polskiego finansowania *venture capital*. Obrazuje to dużą przestrzeń do działania dla krajowych funduszy VC i prognozuje zwiększoną aktywność w zakresie poszukiwania atrakcyjnych projektów.

Główną zaletą podjęcia współpracy z doświadczonym inwestorem jest większy kapitał na start, który spółka może uzyskać. Równie cennymi i wartościowymi elementami takiej kooperacji są doradztwo biznesowe i możliwość skalowania, co w konsekwencji 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 2019 r. uruchomiliśmy pierwszy program edukacyjny dla spółek z branży farmaceutycznej i medycznej – **Akademia BioMed PFR**. Dzięki temu rozwinęliśmy kompetencje biznesowe wybranych spółek, pomogliśmy im nawiązać branżowe kontakty zarówno w Polsce, jak i w Wielkiej Brytanii oraz połączyliśmy spółki z potencjalnymi inwestorami. W programie **Mentorów PFR** zaangażowaliśmy dodatkowych ekspertów z branży medycznej, którzy swoim doświadczeniem i wiedzą pomagają start-upom w dalszym rozwoju. Kolejne programy i spotkania eksperckie dla branży będą się pojawiać w 2020 r. w ramach stałej oferty PFR.

W celu 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 załóżkowej po ekspansję zagraniczną. W 2018 r. zostały podpisane pierwsze umowy z funduszami, a już w I kwartale 2019 r. te pieniądze zaczęły trafiać do start-upów. Innowacyjne spółki z obszaru medycyny mogą liczyć na finansowanie pochodzące od zespołów, które zaangażowały się w uruchamianie przez nas projekt Akademii BioMed PFR. Są to: Biomedin, Arkley Brinc, Montis Capital, Augere Venture i Aper Ventures. W zależności od funduszu kwota inwestycji może wynieść od 1 do 20 mln zł. Spodziewamy się zatem, że w przyszłym roku udział zewnętrznego finansowania w tzw. medtechu wzrośnie. A z nim urosną polskie spółki!

Magda Gajownik-de Vries

lider programu edukacyjnego, Akademia BioMed PFR

AstraZeneca Pharma Poland: nasza wizja rozwoju start-upów medycznych

AstraZeneca to jedna z największych firm farmaceutycznych na świecie, która dostarcza nowoczesne leki na najpoważniejsze choroby stanowiące wyzwanie dla współczesnej medycyny. W Polsce firma jest obecna od ponad 20 lat.

AstraZeneca Pharma Poland – Narodowy Czempion i filar polskiego środowiska innowacji

Nasza firma od początku istnienia nieustannie kładzie duży nacisk na rozwój. Kluczowe znaczenie ma działalność badawczo-rozwojowa, ponieważ badania kliniczne są istotnym filarem innowacyjności AstraZeneca. W 2011 r. firma utworzyła w Warszawie globalne Centrum Operacyjne Badań Klinicznych jako pierwsze w tej części Europy i obecnie jedno z sześciu na świecie. Jesteśmy jednym z kluczowych pomiotów w Polsce wytwarzającym wartość dodaną w obszarze biotechnologii – w Polsce zatrudniamy aktualnie ponad 1000 wysoko wykwalifikowanych pracowników.

Postęp naukowy i technologiczny naszej firmy nie byłby możliwy bez współpracy ze środowiskami akademickimi, organizacjami pożytku publicznego, stowarzyszeniami pacjentów, a także z innowacyjnymi start-upami medycznymi. Właśnie dlatego wsparliśmy inicjatywę stworzenia raportu i w dalszym ciągu będziemy wspierać polskie start-upy nie tylko w ekspansji na rynku polskim, lecz także za granicą.

Uważamy, że rozwój gospodarki opartej na wiedzy w ramach sektora biotechnologicznego w Polsce, obok wzmacniania współpracy między podmiotami komercyjnymi, może być przyspieszony poprzez stworzenie **specjalnego organu koordynującego** będącego podmiotem publicznym odpowiedzialnym za rozwój branży *life sciences* w Polsce. Podmiot ten we współpracy z kluczowymi interesariuszami systemu powinien wypracować strategię rozwoju branży *life sciences*, która naszym zdaniem powinna zawierać w szczególności następujące elementy:



- **promowanie jakościowego podejścia do badań naukowych** – powinniśmy stawiać na jakość, nie ilość (czyli więcej warta jest jedna publikacja w czasopiśmie z IF 20 niż 10 publikacji w czasopismach z IF 2);



- **stworzenie wydziałów *translational medicine*** – komórek specjalizujących się w „konwersji” ważnej publikacji naukowej w projekt o potencjalnie komercyjnym (pomysł → produkt);



- **zwiększenie kompetencji personelu działów transferu technologii** – powinni je zasilać ludzie, którzy mają certyfikaty europejskiej agencji transferu technologii i mieć jasne cele ilościowe;



- **promowanie w społeczeństwie wzorców dotyczących innowacyjności i przedsiębiorczości (*role model*)** – strona publiczna powinna na wszystkich kluczowych konferencjach branżowych wspierać polskich czempionów, których należy rozumieć jako podmioty, które wytwarzają w Polsce wartość dodaną w obszarze *life sciences*. Te podmioty i stojący za nimi wizjonerzy oraz doświadczenie powinny stanowić motor akceleracji polskiej sceny start-upowej (podobnie jak miało to miejsce w przypadku Adama Małysza czy CD Project);



- **stworzenie środowiska wsparcia dla start-upów** – start-upowcy to zwykle naukowcy, którzy chcą pójść za ciosem, ale często nie mają właściwych kompetencji menedżerskich czy przygotowania biznesowego. Powinni mieć pulę mentorów lub wsparcie w rekrutacji odpowiednich osób do rad nadzorczych ich spółek;



- **stworzenie organizacji branżowej *life sciences*** – jej głównym zadaniem powinno być wyszukiwanie potencjalnych partnerów strategicznych wśród Big Pharma, firm technologicznych czy IT;



- **wprowadzenie narzędzi promujących i premiujących firmy *life sciences*** wytwarzające realną wartość dodaną w Polsce, w tym również przy wykorzystaniu mechanizmów dotyczących refundacji produktów leczniczych i wyrobów medycznych.

W AstraZeneca wierzymy, że Polska może zająć ważne miejsce w globalnym łańcuchu wartości w branży *life sciences*. Chcemy być częścią tego sukcesu. Sukces Polski to sukces AstraZeneca.

Jarek Oleszczuk

prezes Zarządu Astra Zeneca Pharma Poland

PZU Zdrowie – start-up, który znalazł się w czołówce polskich operatorów medycznych

PZU Zdrowie to jedna z najszybciej rozwijających się spółek medycznych w Polsce. W ciągu ostatnich kilku lat z firmy formatu start-upu dołączyła do grona liderów prywatnej opieki medycznej na rodzimym rynku. Aby zapewnić pacjentom szybki dostęp do usług oraz wysokie standardy obsługi, buduje nowoczesne centra medyczne oraz pozyskuje lokalnych świadczeniodawców o wysokiej renomie.

Obecnie PZU Zdrowie ma ponad 130 własnych i 2200 partnerskich placówek medycznych w blisko 600 miastach w Polsce. Dodatkowo współpracuje z kilkudziesięcioma szpitalami i ponad połową aptek w kraju. Zapewnia pomoc prawie 2000 lekarzy przeszło 50 specjalizacji. Spółka dynamicznie powiększa swoją sieć, budując nowoczesne centra medyczne o wielospecjalistycznym profilu. Tylko w tym roku otworzyła placówki w Warszawie, Krakowie, Poznaniu, Gdańsku, Wrocławiu i Radomiu. W lutym 2020 r. otworzy kolejne centrum medyczne w Warszawie, gdzie zaprezentuje innowacyjne rozwiązania, w tym także polskich start-upów.

Współpraca ze start-upami

Dynamiczny rozwój sprawił, że PZU Zdrowie chętnie podejmuje współpracę ze start-upami świadczącymi rozwiązania medyczne w zakresie:

- wdrażania usług odpowiadających na zmieniające się potrzeby klientów indywidualnych oraz przedsiębiorstw, np. telemedycyna,
- dotarcia do nowych segmentów rynku i budowania relacji z klientem,
- gotowych rozwiązań dla diagnostyki i prewencji,
- implementacji technologii z rodziny sztucznej inteligencji ułatwiającej pracę lekarzom – wywiady medyczne, analiza symptomów.

Nowoczesne narzędzia

PZU Zdrowie wykorzystuje różne rozwiązania technologiczne w ramach współpracy ze start-upami. Jednym z nich jest **Symptom checker** dostarczany przez polską firmę medyczno-technologiczną Infermedica. Narzędzie pomaga pacjentom wybrać właściwego specjalistę na podstawie dolegliwości. Dzięki odpowiedziom na pytania dotyczące objawów system szacuje prawdopodobieństwo jednostek chorobowych, dzięki czemu kieruje użytkownika do odpowiedniego lekarza i skraca czas postawienia trafnej diagnozy. **Symptom checker** to rozwiązanie przygotowane specjalnie dla PZU Zdrowie, które wspomaga pracę infolinii medycznej i jest dostępne dla pacjentów na portalu **MojePZU**. Swoje zastosowanie znalazło także w niedawno uruchomionej przez PZU Zdrowie **Wirtualnej Przychodni**, która umożliwia przejście pełnego procesu medycznego bez wychodzenia z domu (kupno wizyty telemedycznej u wskazanego lekarza, odebranie zleceń i/lub e-recepty oraz złożenie dyspozycji zamówienia leków do późniejszego odbioru w dogodnie zlokalizowanej aptece). W przyszłości operator planuje rozbudować funkcjonalność **Symptom checker** o możliwość zdalnego przesyłania wyników z jednoczesnym zapisaniem się na wizytę oraz rekomendacją co do konieczności przeprowadzenia badań laboratoryjnych przed konsultacją u specjalisty.

Wizją PZU Zdrowie jest wyznaczanie standardów opieki zdrowotnej. Chcemy, aby nasze usługi odpowiadały na potrzeby pacjentów, dlatego cały czas śledzimy innowacyjne rozwiązania. Z najbardziej zaawansowanymi start-upami prowadzimy pilotaże lub wdrażamy ich pomysły. Moją ambicją jest nawiązać współpracę z licznymi przedsiębiorstwami i wspólnie odmieniać rynek opieki zdrowotnej w Polsce – powiedziała Julita Czyżewska, Prezes PZU Zdrowie.

Wszyscy zdajemy sobie sprawę, jak trudnym przedsięwzięciem jest budowanie od podstaw własnego biznesu. Tym bardziej należy doceniać polskie start-upy, które w ostatnich latach licznie pojawiły się na naszym rynku medycznym. Na świecie nie brakuje przykładów, gdzie szeroko rozumiana opieka medyczna wspierana jest najnowocześniejszymi rozwiązaniami, dając realne szanse na coraz lepszą opiekę nad pacjentem. Niestety w Polsce jest wciąż wiele do zrobienia, zbyt często mówimy o innowacjach, wciąż za mało innowacji jest dostępnych na rynku, by docelowo lepiej diagnozować i leczyć naszych pacjentów czy też skuteczniej zarządzać jednostkami systemu ochrony zdrowia.

Do prawidłowego funkcjonowania start-upów medycznych niezbędna jest optymalna i skuteczna współpraca z rynkiem medycznym – rozumianym jako instytucje rządowe, personel medyczny, środowisko biznesu, oraz – co najważniejsze – pacjenci. Aby nawiązać taką współpracę, niezbędne jest rzetelne źródło wiedzy na temat funkcjonujących na polskim rynku start-upów medycznych i innowacyjnych rozwiązań, które proponują. Odpowiedzią jest niniejszy raport, stanowiący rzetelne kompendium wiedzy. To właśnie taki raport może skutecznie wspomóc marketing proponowanych działań innowacyjnych, to właśnie Polska Federacja Szpitali i Think-Tank „Innowacje dla Zdrowia”, instytucje, które mam przyjemność reprezentować, mogą realnie przyspieszyć wprowadzenie innowacji medycznych w Polsce, a niniejsze podsumowanie to pierwszy ważny krok, by skutecznie to zrealizować.

Think-Tank „Innowacje dla Zdrowia” to wielowymiarowy ośrodek analityczny, który zrzesza 6 czołowych polskich instytutów naukowo-badawczych, a także prawie 50 menedżerów, przedsiębiorców reprezentujących największe firmy medyczne i farmaceutyczne, wydawnictwa oraz kancelarie prawne działające na polskim rynku ochrony zdrowia. Powołałem go do życia, wiedząc, że tylko połączenie specjalistycznej wiedzy środowisk naukowych z doświadczeniami przedsiębiorców może stać się motorem działań mających na celu wdrażanie innowacyjnych technologii w systemie ochrony zdrowia w Polsce. Dzisiaj nie mam wątpliwości, że był to właściwy krok, ale zdaję sobie również sprawę, jak dużo jest jeszcze do zrobienia, by dorównać najbardziej innowacyjnym krajom świata według ostatniego raportu *Global Innovation Index 2019*, takim jak Stany Zjednoczone, Szwajcaria, Szwecja czy Izrael.

Jako *think tank* oferujemy więc nie tylko możliwości tworzenia wspólnych start-upów, projektowania nowych badań i pozyskiwania środków na innowacje, ale także sieć kontaktów pomocną w znalezieniu zaufanych partnerów biznesowych, jakże ważną dla wchodzących na rynek przedsiębiorstw. W rynku polskich start-upów tkwi ogromny, trudny do oszacowania potencjał, dlatego nie mam wątpliwości, że musimy wspierać tak ważne inicjatywy, jak niniejszy raport.

Pamiętajmy, że łączy nas jeden wspólny cel – zdrowie pacjentów.

prof. dr hab. Maciej Banach

dyrektor Instytutu Centrum Zdrowia Matki Polki
prezes Fundacji Think-Tank „Innowacje dla Zdrowia”
członek Rady Naczelnej Polskiej Federacji Szpitali

DLACZEGO POWSTAŁ *TOP DISRUPTORS IN HEALTHCARE*

– PRZEGLĄD START-UPÓW MEDYCZNYCH W POLSCE

Punktem wyjścia do prac nad raportem było przeświadczenie wynikające z doświadczeń autorów oraz innych ekspertów branżowych o istnieniu dużej luki informacyjnej w obszarze innowacji w ochronie zdrowia, w szczególności na linii start-upy – start-upy oraz start-upy – potencjalni inwestorzy lub klienci. Luka ta powoduje, że pozyskanie odpowiedzi na tak podstawowe pytania, jak:

- jakie są nowe interesujące rozwiązania w sektorze medycznym i jaki jest ich poziom zaawansowania,
 - kto i w jaki sposób może skorzystać z tych rozwiązań,
 - jaki jest poziom dojrzałości start-upów,
 - jakie są potrzeby start-upów i wyzwania przed nimi stojące,
 - jak dany start-up wypada na tle innych inicjatyw,
- jest niezwykle trudne i czasochłonne. Mamy nadzieję, że raport wpisze się również w trendy widoczne w „świecie po Theranosie¹”, zgodnie z którymi inwestorzy i partnerzy biznesowi start-upów oczekują większej liczby rzetelnych informacji przed podjęciem współpracy.

Celem raportu jest wspieranie ekosystemu innowacji w ochronie zdrowia, w tym nawiązywanie efektywnej współpracy między start-upami a innymi podmiotami. Służyć temu ma identyfikacja najbardziej obiecujących start-upów na polskim rynku ochrony zdrowia, uzyskanie kluczowych informacji o tych podmiotach i przedstawienie tych informacji w ustrukturyzowany, spójny sposób potencjalnym odbiorcom, do których w szczególności należą:

- potencjalni inwestorzy, instytucje otoczenia biznesu,
- podmioty wykonujące działalność leczniczą lub podmioty z branży farmaceutycznej zainteresowane wdrożeniem rozwiązań oferowanych przez start-upy,
- osoby wykonujące zawody medyczne,
- przedstawiciele strony publicznej zainteresowani wspieraniem rozwoju innowacji w zdrowiu, jak również wdrażaniem innowacji w praktyce klinicznej oraz w organizacji udzielania świadczeń,
- konsumenci/pacjenci.

¹Theranos to start-up z Doliny Krzemowej, który w szczytowym okresie w 2014 r. był wyceniany na 9 mld USD, a który zakończył działalność w 2018 r. w związku z licznymi nadużyciami i wprowadzeniem w błąd inwestorów regulatora rynku i opinii publicznej. Upadek spółki doprowadził do licznych dyskusji na temat dobrych praktyk w zakresie inwestycji w nowe przedsięwzięcia w obszarze *life sciences*, z naciskiem na dostęp do informacji i odpowiedniej analizy informacji, por.: Hu C, Ramsey L. The rise and fall of Theranos, the blood-testing startup that went from a rising star in Silicon Valley to facing fraud charges [ang.]. *businessinsider.com*, 8.09.2008 [dostęp 16.12.2019].

Metodyka prac nad raportem

Jakie start-upy prezentujemy w raporcie

Pojęcie start-upu jest nieostre. Przyjęliśmy zatem, że za start-up będziemy uznawać te inicjatywy, których przedstawiciele sami uznają się za start-up. Do grona potencjalnych *top innovators in healthcare* opisanych w ramach raportu zaliczyliśmy te start-upy, które planują oferowanie lub oferują:

- usługi skierowane do podmiotów wykonujących działalność leczniczą,
- usługi wspierające procesy medyczne lub administracyjne, a które to procesy wspierają udzielanie świadczeń,
- usługi skierowane do pacjentów związane z działalnością leczniczą,
- usługi dla firm farmaceutycznych i B+R związane z procesami regulowanymi przepisami prawa farmaceutycznego lub medycznego albo procesami B+R.

Ankieta

Raport został stworzony na podstawie informacji zebranych za pomocą wystandaryzowanego narzędzia ankietowego wypracowanego przy współpracy z ekspertami branżowymi. Zestaw pytań do ankiety opracowano w taki sposób, aby można było zgromadzić najbardziej istotne informacje o start-upach biorących udział w raporcie, dotyczące tworzonego rozwiązania, potrzeb, problemów, zespołu, finansowania itp.

W ankiecie wydzielono następujące sekcje:

- **informacje ogólne dotyczące start-upu** – dane teleadresowe, forma prawna i stopień dojrzałości, podstawowe informacje o rozwiązaniu i założycielach,
- **informacje o rozwiązaniu** – to kluczowa sekcja zawierająca pytania o szczegółowy opis rozwiązania, o to, czy to rozwiązanie wymaga certyfikacji CE jako wyrób medyczny, jak również o pozycję konkurencyjną start-upu na rynku,
- **finanse** – w tej sekcji pytaliśmy o źródła finansowania start-upu, oczekiwania co do pozyskania finansowania, jak również o podstawowe dane finansowe pozwalające z jednej strony na kierunkowe ustalenie stopnia dojrzałości prowadzonego biznesu, z drugiej – możliwą wycenę start-upu,

DLACZEGO POWSTAŁ TOP DISRUPTORS IN HEALTHCARE

– PRZEGLĄD START-UPÓW MEDYCZNYCH W POLSCE

- **ekspansja zagraniczna** – doświadczenia, zwłaszcza z branży medycznej, wskazują, że polski rynek może być zbyt mały, a elementem niezbędnym do osiągnięcia sukcesu i wyskalowania działalności jest ekspansja zagraniczna, dlatego w tej sekcji zapytaliśmy o planowane i realizowane kierunki takiej ekspansji.

Gromadzenie i obróbka danych

Autorzy na podstawie ogólnie dostępnych źródeł oraz informacji udostępnionych przez niektórych partnerów raportu, a także na podstawie zgłoszeń samych start-upów przygotowali listę ok. 300 polskich podmiotów. Następnie zespół redakcyjny podjął próbę kontaktu ze start-upami w celu wstępnej weryfikacji profilu ich działalności, a na koniec – po ustaleniu profilu działalności – próbę zaproszenia start-upów do współpracy.

Przedstawiciele zainteresowanych start-upów otrzymali link do narzędzia ankietowego i następnie samodzielnie wypełniali ankietę. Wątpliwości przy wypełnianiu ankiety były wyjaśniane na bieżąco poprzez bezpośredni kontakt zespołu redakcyjnego z przedstawicielami start-upu.

Zbieranie danych w ramach ankiet odbywało się między wrześniem a grudniem 2019 r., przy czym 90% ankiet zostało wypełnionych między 1 listopada a 16 grudnia 2019 r. W dalszej kolejności wyniki ankiet zostały poddane przez zespół redakcyjny ocenie i uzupełnieniu (w porozumieniu z przedstawicielami start-upów) pod kątem:

- kompletności,
- zrozumiałości użytych twierdzeń,
- ortograficznym i stylistycznym.

Zastrzeżenie

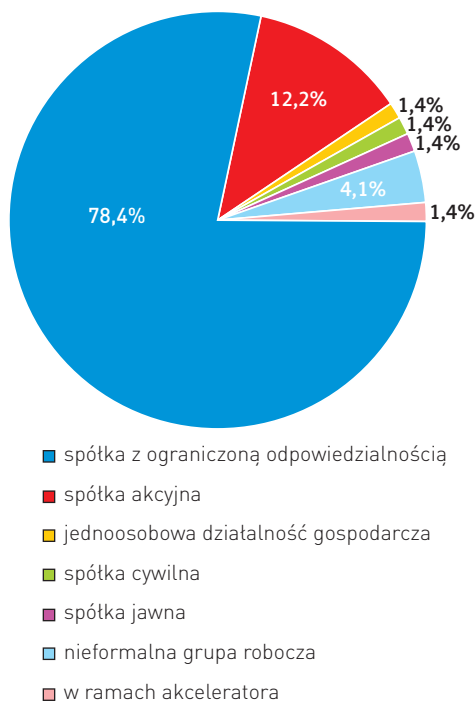
Zespół redakcyjny nie dokonywał analizy merytorycznej danych przedstawionych przez start-upy, w szczególności nie weryfikował danych z danymi dostępnymi publicznie, w tym w rejestrach publicznych, jak również nie weryfikował twierdzeń, których weryfikacja wymagałaby wiedzy eksperckiej np. w zakresie zasadności uzyskania certyfikacji CE lub otoczenia konkurencyjnego czy potencjalnych odbiorców.

Raport w liczbach

- **ok. 300** – liczba zidentyfikowanych start-upów, z którymi członkowie zespołu redakcyjnego podjęli próbę kontaktu,
- **ok. 180** – liczba dni pracy nad raportem,
- **8** – liczba członków zespołu redakcyjnego (autorów),
- **74** – liczba start-upów, które wypełniły ankietę i znalazły się w raporcie,
- **4** – liczba patronatów przedstawicieli strony publicznej,
- **3** – liczba partnerów komercyjnych – liderów współpracy ze start-upami w Polsce,
- **27** – liczba pozostałych patronatów.

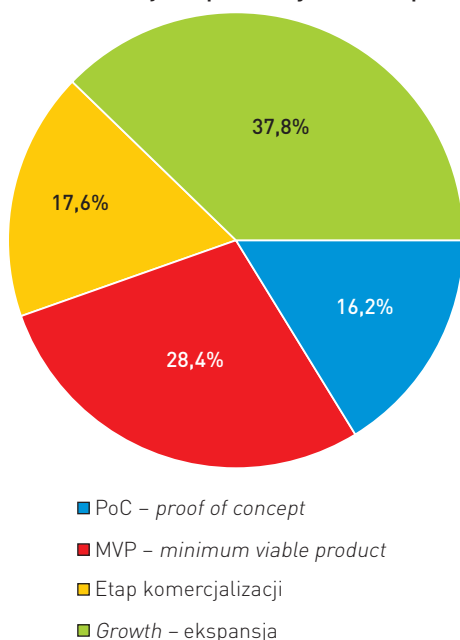
Wybrane statystyki na podstawie wyników uzyskanych z ankiet

Forma prawna start-upu



Zdecydowana większość start-upów biorących udział w ankiecie, bo aż 78,4%, działa w charakterze spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, 12,2% to spółki akcyjne, 4,1% działalności to nieformalne grupy robocze, następnie 1,4% działa w formie spółki cywilnej, 1,4% w formie spółki jawnej, 1,4% jako jednoosobowa działalność gospodarcza i 1,4% w ramach akceleratora.

Aktualny etap rozwoju start-upu



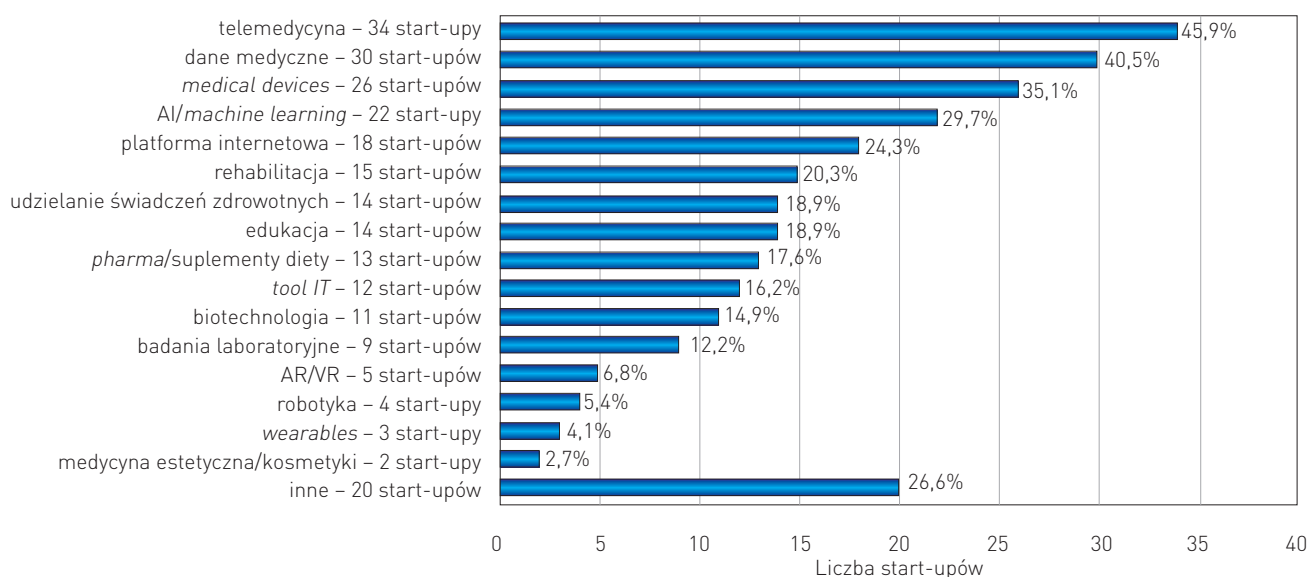
Ponad 1/3 respondentów, bo aż 37,8%, jest na etapie ekspansji – są to stabilne start-upy, które pracują obecnie nad pozyskaniem kolejnych klientów i dalszym rozwojem produktu. Na przeciwnym biegunie, czyli na etapie PoC, tj. stworzenia produktu, który nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów, jest 16,2% start-upów. Firm trochę bardziej zaawansowanych, posiadających gotowy produkt, jest 28,4%, natomiast tych na etapie komercjalizacji – 17,6%.

Obszary działania start-upu

Wykres u dołu strony pokazuje obszary działania start-upów – respondenci mogli wybrać kilka różnych obszarów, które ich zdaniem najlepiej charakteryzują działalność firmy. Zdecydowanie najwięcej start-upów, bo aż 45,9%, posiada rozwiązania telemedyczne. Telemedycyna to bardzo pojemne pojęcie, które może obejmować wykorzystywanie wyrobów medycznych i prawie zawsze wiąże się z przetwarzaniem danych medycznych, dlatego nie dziwi również wysoki udział wyrobów medycznych – 35,1%, i danych medycznych – 40,5%. Warto zwrócić uwagę, że obecnie wiele start-upów zajmuje się sztuczną inteligencją (29,7%), co dodatkowo wyjaśnia znaczny udział obszaru danych medycznych w odpowiedziach respondentów – dostęp do danych medycznych jest niezbędny na etapie rozwoju i walidacji algorytmów, jak również stosowania ich w praktyce. Zaskakujące jest to, że mimo dużego udziału danych medycznych w odpowiedziach start-upów, żaden z respondentów nie zajmuje się technologią *blockchain*, która obecnie znajduje szerokie zastosowanie w innych sektorach gospodarki, gdzie ważne jest zapewnienie rozliczalności i niezaprzeczalności danych.

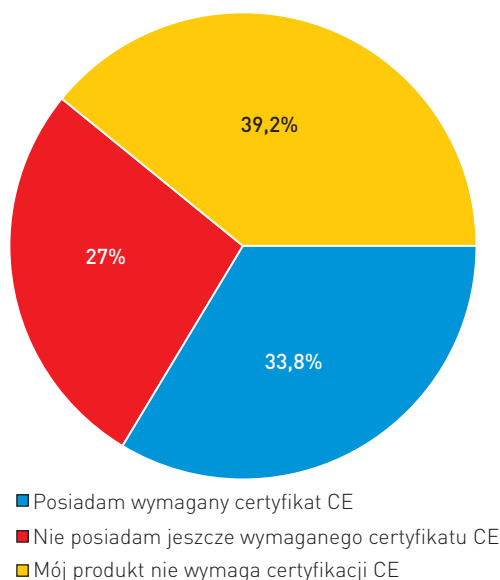
Rozwiązania innowacyjne a certyfikat CE

Zarówno aplikacje, jak i urządzenia tworzone przez start-upy w zależności od ich funkcjonalności mogą zo-



DLACZEGO POWSTAŁ TOP DISRUPTORS IN HEALTHCARE

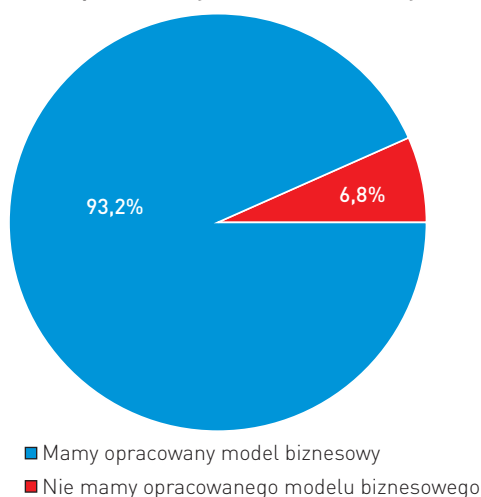
– PRZEGLĄD START-UPÓW MEDYCZNYCH W POLSCE



stać uznane za wyroby medyczne i przed wprowadzeniem do obrotu spełnić wymogi wynikające z przepisów prawa, czego potwierdzeniem jest posiadanie certyfikatu CE, dlatego też uzyskanie tego certyfikatu jest często ważnym kamieniem milowym w rozwoju produktu.

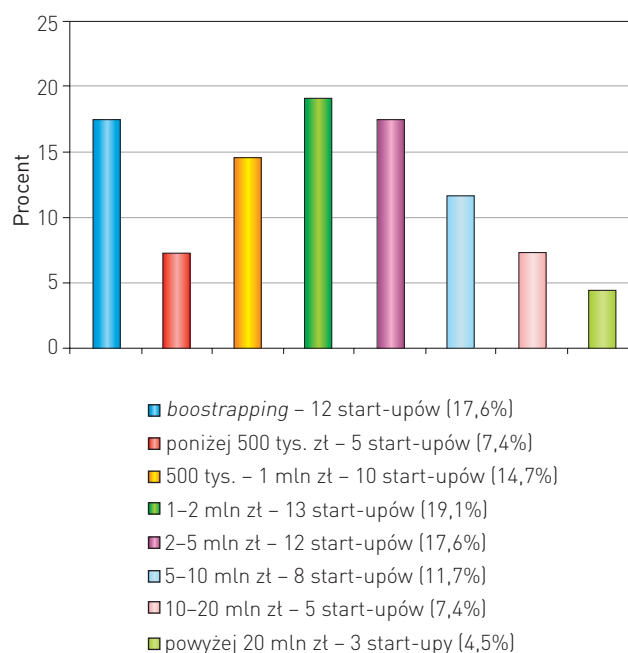
Mniej więcej 1/3 start-upów biorących udział w ankiecie posiada certyfikat CE dla swojego rozwiązania, 27% rozwiązań nie posiada jeszcze certyfikacji CE, mimo że może być wymagany, a 39,2% deklaruje, że certyfikacja nie jest wymagana. Dane te mogą świadczyć o wysokim poziomie dojrzałości produktów start-upów.

Opracowany model biznesowy



Zdecydowana większość start-upów, bo aż 93,2%, deklaruje, że ma opracowany model biznesowy dla swojego rozwiązania. Ta odpowiedź staje się jeszcze bardziej interesująca, jeśli zestawimy ją ze statystykami dotyczącymi etapów rozwoju start-upów – prawie połowa z nich jeszcze nie weszła w etap komercjalizacji produktu.

Poziom finansowania



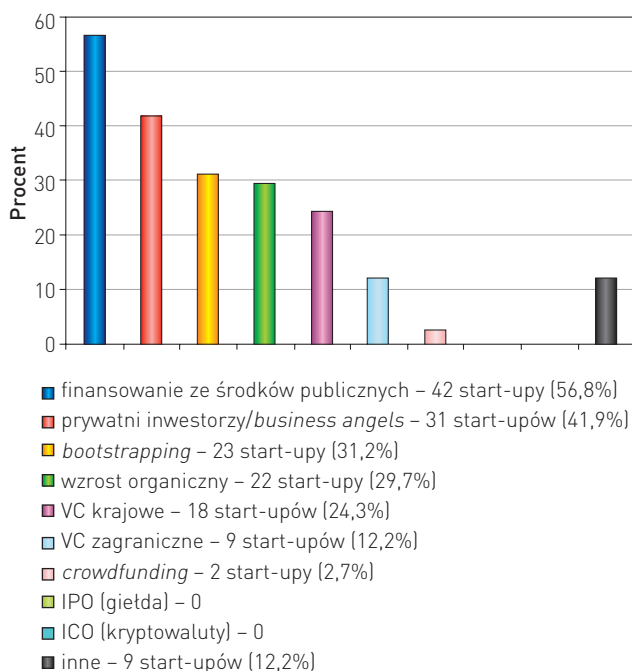
Z 74 start-upów 68 wskazało jednoznacznie poziom swojego finansowania i to ta liczba została uwzględniona jako 100% na powyższym wykresie.

Poziom finansowania start-upu opierający się na zbieraniu funduszy własnych i rygorystycznym podejściu do kosztów oraz zarządzania płynnością cechuje 17,6% respondentów. Ponad połowa start-upów ma fundusze do 2 mln zł, w tym 7,4% do 500 tys. zł, 14,7% między 500 tys. a 1 mln zł, a 19,1% między 1 mln a 2 mln zł. Nieco ponad 1/4 respondentów określa swój poziom finansowania na 2–10 mln zł. Ponad 10% cieszy się finansowaniem na poziomie powyżej 10 mln zł.

Cieszy fakt, że aż 16 firm spośród naszych respondentów może pochwalić się finansowaniem powyżej 5 mln zł, a ponad 60% finansowaniem powyżej 1 mln zł – istotne kwoty finansowania korespondują z dużym poziomem dojrzałości start-upów oraz dają szansę na konkurowanie na rynkach międzynarodowych. Świadczą też

o kapitałochłonności start-upów medycznych – aby wprowadzić produkt na rynek, potrzebne są znaczne środki na rozwój produktu, certyfikację i niezbędne badania.

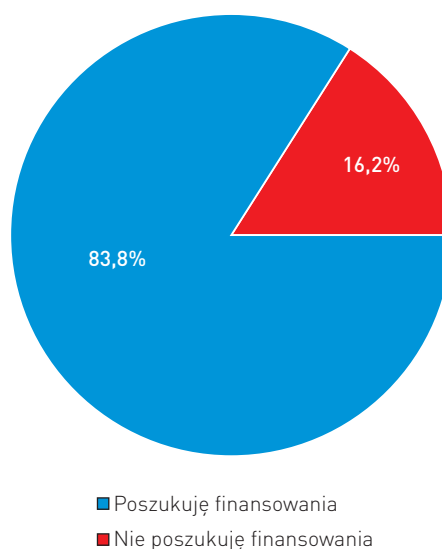
Źródła finansowania



Na polskim rynku niewątpliwie króluje finansowanie publiczne, z którego korzysta 56,8% respondentów. Stosunkowo aktywni w sferze start-upów medycznych są również aniołowie biznesu, z których wsparcia korzysta 41,9% ankietowanych firm. Może to być spowodowane percepcją możliwego dużego wpływu na ważne społecznie i globalnie kwestie, które adresują badane start-upy (*impact investing*). Prawie 1/3 start-upów finansuje się sama – reinwestując zyski, co może być oznaką znakomitej kondycji finansowej tych przedsiębiorstw lub przeciwnie: niskiej skalowalności biznesu czy niedostępności innych źródeł finansowania. W porównaniu z innymi branżami, stosunkowo niewiele firm finansuje się ze środków własnych (*bootstrapping*) – takie finansowanie zadeklarowało jedynie 31,2% respondentów. Może to być spowodowane większymi potrzebami kapitałowymi start-upów medycznych, które często przekraczają możliwości finansowe founderów. Nieustannie dziwi niski poziom finansowania dostarczanego przez krajowe fundusze VC – posiadaniem

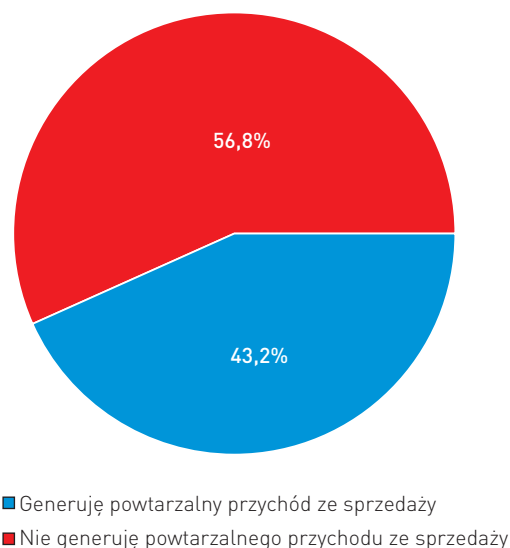
takiego inwestora może się pochwalić jedynie ok. 1/4 start-upów. Nie ma żadnego start-upu, który korzystałby z finansowania zebranego w postaci IPO.

Poszukiwanie finansowania



Zdecydowana większość start-upów, bo 83,8%, poszukuje dodatkowych źródeł finansowania. Kwoty te oscylują od 500 tys. zł do 40 mln zł.

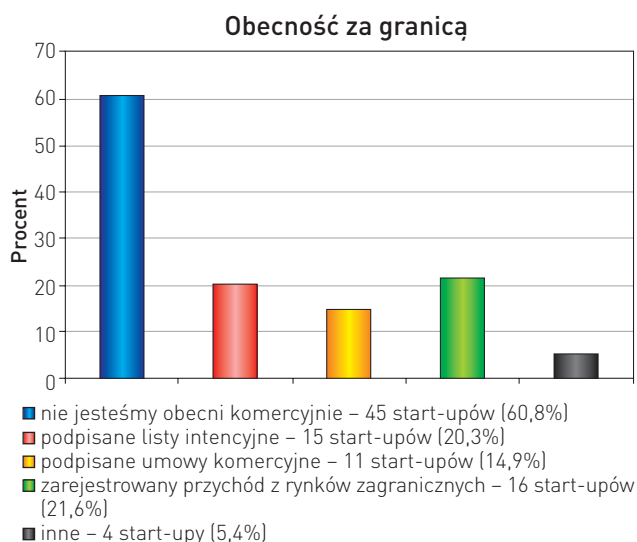
Powtarzalny przychód ze sprzedaży



Spośród respondentów 43,2% generuje powtarzalny przychód ze sprzedaży, co mniej więcej odpowiada liczbie start-upów, które są na etapie komercjalizacji bądź dalszego wzrostu (55,4%).

DLACZEGO POWSTAŁ *TOP DISRUPTORS* *IN HEALTHCARE*

– PRZEGLĄD START-UPÓW MEDYCZNYCH W POLSCE



W tym pytaniu ankietowani mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź.

Większość start-upów znajdujących się w ankiecie deklaruje zainteresowanie ekspansją na rynki zagraniczne oraz podejmuje w tym kierunku aktywne działania. Polski rynek może nie być wystarczający dla start-upów medycznych i – jak pokazują wyniki badania – polskie start-upy zdają sobie z tego sprawę. Obecnie jednak aż 60,8% respondentów nie jest obecna komercyjnie na rynkach poza Polską. Cieszy fakt, że zarejestrowany przychód ze sprzedaży na rynkach zagranicznych posiada już nieco ponad 1/5 start-upów. Spośród organizacji 20,3% ma podpisane listy intencyjne z partnerami zagranicznymi, a 14,9% podpisane umowy komercyjne.

PRZEGLĄD INNOWACYJNYCH START-UPÓW MEDYCZNYCH W POLSCE

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety, medical devices, AI/machine learning, dane medyczne, tool IT – samodzielna aplikacja IT

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Aplikacje mobilne dla lekarzy wspierające proces diagnostyczny i terapeutyczny, na przykład ThromBOX (prewencja udaru w migotaniu przedsionków), CRCbox (rak jelita grubego), SMbox (poświęcone stwardnieniu rozsianemu), REUbox (dla reumatologii).

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klient: firmy farmaceutyczne i sprzętowe. Użytkownik: lekarz, pielęgniarka, przedstawiciel medyczny.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Aplikacje są realnie przydatne lekarzom, konstruowane według ich potrzeb. Jednocześnie są proste w obsłudze, a wiedza w nich zawarta jest usystematyzowana, pozwala odnaleźć potrzebną informację szybko, będąc w gabinecie czy przy łóżku pacjenta.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Produkt kupują firmy. Licencja roczna lub dwuletnia. W ramach licencji firma ma możliwość prezentowania swoich produktów w aplikacji. Dotyczy to także leków na receptę, gdyż dostęp do aplikacji jest zamknięty tylko dla lekarzy. Końcowym użytkownikiem jest lekarz.



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

2–5 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Liczba aktywnych użytkowników, liczba sponsorów, przychód.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Prezentacja oferty na konferencjach w Afryce i UAE. Spotkania z klientami z tych krajów oraz z Niemiec. Internacjonalizacja również poprzez przeszczepianie rozwiązań w ramach jednej firmy (sponsora) z polskiego rynku na inne rynki.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane listy intencyjne.

ACELLMED SP. Z O.O.

www.acellmed.pl

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

PoC (*proof of concept*), czyli wersja produktu, która pokazuje jego wykonalność. Nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety, badania laboratoryjne, biotechnologia, edukacja, medycyna spersonalizowana dla pacjentów onkologicznych, testowanie leków onkologicznych (testy kardiotoxycności i neurotoxycności) i organy na chipach.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Testowanie leków onkologicznych (testy kardiotoxycności i neurotoxycności) i organy na chipach – innowacyjne usługi oparte na technologii iPSC, rozwijanie technologii iPSC w kontekście jej zastosowania do badania kardiotoxycności i neurotoxycności substancji:

- a) linie komórkowe do prowadzenia badań (przygotowane w modelu 2D oraz 3D),
- b) linie komórkowe o określonym fenotypie (w modelu 2D oraz 3D) – z zastosowaniem iPSC pochodzących od chorych pacjentów,
- c) platforma do badania kardiotoxycności substancji na podstawie modelu komórkowego (kardiomiocyty); testy te będą polegać m.in. na: określeniu żywotności i cytotoxycności substancji, ocenie poziomu wapnia, oznaczeniu biomarkerów określających zmiany fenotypu kardiomiocytów, ilościowej ocenie ekspresji genów;
- d) organy na chipach z wykorzystaniem reprogramowanych komórek iPSC,
- e) tworzenie banku komórek od zdrowych osób i osób z konkretnymi chorobami (tworzenie linii komórkowych, które będą mogły być wykorzystywane do testowania leków i oceny skutków ubocznych leków czy nowych związków/cząstek).

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientami są firmy farmaceutyczne, firmy biotechnologiczne, jednostki badawczo-rozwojowe oraz uczelnie, firmy z branży *life science* oraz docelowo kliniki onkologiczne (spersonalizowane testy dla pacjentów) – medycyna spersonalizowana.



Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Na tle nielicznej konkurencji wyróżnia nas innowacyjność – wprowadzona usługa badania kardiotoxyczności i neurotoksyczności na podstawie komórek pozyskiwanych w technologii iPSC, również z wykorzystaniem innowacyjnych rozwiązań hodowli komórkowych 3D, tzw. *organs-on-chips*. Według naszej najlepszej wiedzy obecnie nie istnieją firmy oferujące badania kardiotoxyczności i neurotoksyczności na modelu organów na chipie – jesteśmy jedynym przedsiębiorstwem oferującym takie rozwiązanie.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model biznesowy zakłada wykonywanie komercyjnych testów kardiotoxyczności i neurotoksyczności na podstawie przygotowanych serii produktów opracowanych zgodnie z potrzebami klientów (kustomizacja produktów), co pozwoli na zachowanie odpowiedniej jakości oferowanych innowacyjnych produktów. Produkcja nie zostanie rozproszona, nie zakłada się outsourcingu.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

500 tys. – 1 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Jesteśmy na etapie tworzenia rozwiązania i produktu.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planowana jest ekspansja zagraniczna na rynki USA, Kanady i Europy Zachodniej. Pierwsze komercyjne usługi będą oferowane od 2021 r.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

AETHER BIOMEDICAL

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



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

PoC (*proof of concept*) – wersja produktu, która pokazuje jego wykonalność. Nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, *medical devices*, *AI/machine learning*, dane medyczne, robotyka.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Bioniczna proteza dłoni dla osób po amputacji kończyn górnych.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientem jest centrum protetyczne, a użytkownikiem pacjent po amputacji kończyny.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Większość protez można podzielić na dwie grupy. Grupa pierwsza to tanie protezy, które charakteryzują się bardzo ograniczoną funkcjonalnością. Grupa druga to protezy bardzo drogie, które choć są wydajne, poprzez swoją cenę nie są dostępne dla dużej liczby osób. Nasz produkt łączy w sobie przystępną cenę bez utraty jakości, dzięki czemu wypełniamy lukę istniejącą na rynku.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Nasz model biznesowy to B2B2C. Produkujemy bioniczne protezy dłoni, które sprzedajemy do centrów protetycznych, które z kolei produkują leje protezowe indywidualnie dla każdego pacjenta z racji tego, iż każdy pacjent ma różny stopień amputacji, zapewniają szkolenia z użytkowania naszej protezy i sprzedają klientowi końcowemu.



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

2–5 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), VC krajowe.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Po wejściu produktu na rynek – sprzedaż.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję na rynki krajów rozwijających się z pierwszą wersją produktu, a z kolejną w III/IV kwartale 2020 r. na rynek amerykański i europejski.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane listy intencyjne, podpisane umowy komercyjne (np. dystrybucyjne).

AIDA DIAGNOSTIC SP. Z O.O.

<http://aidadx.io>



AIDA
Diagnostics

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Badania laboratoryjne, AI/*machine learning*, dane medyczne, *tool IT* – samodzielna aplikacja IT.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Nasz system składa się z dwóch głównych elementów: 1) AIDA Engine – system szybkiego zarządzania bazami danych z wynikami laboratoryjnymi, 2) AIDA Blood – nakładka wyposażona w system sieci neuronowych i algorytmów genetycznych, która wspiera lekarza, informując o potrzebie przetoczenia krwi (lub pytając o stan kliniczny pacjenta, jeśli istnieje podejrzenie, że przetoczenie może być konieczne).

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym płacącym klientem jest szpital, a użytkownikiem produktu lekarz, który opiekuje się pacjentami mogącymi wymagać przetoczenia.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

1. Skupienie na optymalizacji jednego produktu pozwala nam odnieść dużo lepsze efekty oszczędności niż konkurencji.
2. Nasza spółka jest tworzona przez lekarzy, więc wszystko, co robimy, robimy z myślą o bezpieczeństwie pacjentów i komforcie pracy użytkowników naszego systemu.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Zainteresowanym szpitalom oferujemy przygotowanie darmowego audytu oceniającego, jakie oszczędności można wygenerować w danej jednostce w krwiolecznictwie. Następnie ustalamy miesięczną opłatę w wysokości 50% zaoszczędzonej kwoty, dzięki czemu szpital zarabia na współpracy z nami.



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

500 tys. – 1 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), VC krajowe.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Dopiero rozpoczynamy komercjalizację produktu, ale to, co nas zadowala, to duże zainteresowanie darmowym audytem w jednostkach, co wróży dobrą konwersję na klientów.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję w kierunku Indii dzięki zaprzyjaźnionym kontaktom, podobnie w kierunku Azji, na rynek amerykański chcemy wejść dzięki spółce, którą planujemy uruchomić w Stanach w 2021 r.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płaćących klientów.

W jakich obszarach działa wasz start-up?

Medical devices, dane medyczne.



INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

AioCare, system do monitorowania, diagnostyki pacjentów z chorobami układu oddechowego (astma, przewlekła obturacyjna choroba płuc).

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Pacjent, lekarz, placówka medyczna.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Spełniamy wysokie normy ERS/ATS, czego konkurencja nie robi, mamy urządzenie oparte na nowatorskiej metodzie pomiarowej, opatentowanej, dającej wysoką dokładność, nie ma potrzeby kalibracji.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

B2C – pacjent po rekomendacji lekarza, płatność za urządzenie plus subskrypcja. Lekarz – płatność za urządzenie plus subskrypcja za usługi dodatkowe wewnątrz aplikacji: badania kliniczne oraz panel online do obsługi badań.



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

5–10 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

VC krajowe, VC zagraniczne.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję na rynki UK, DE, US.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane listy intencyjne, podpisane umowy komercyjne (np. dystrybucyjne).

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płacących klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, telemedycyna, *medical devices*, *AI/machine learning*, platforma internetowa (*marketplace*).

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Orthyo.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Szpital z oddziałem rehabilitacyjnym, prywatna klinika rehabilitacyjna, indywidualne praktyki fizjoterapeutów. Użytkownikami są fizjoterapeuci oraz pacjenci.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Orthyo pozwala na kompleksową obsługę pacjentów zarówno podczas diagnostyki, jak i telerehabilitacji oraz zapewnia obiektywne pomiary podczas trwania terapii (monitoring postępów).

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Nie.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

B2B – sprzedaż zestawu startowego Orthyo Pro do kliniki.

B2B2C – wynajem zestawu Orthyo Home dla pacjentów poprzez sieć partnerskich klinik.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

2–5 mln zł.



Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*, VC krajowe, VC zagraniczne.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie. Wskaźnikiem będzie liczba nowych klientów mierzona co miesiąc.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję poprzez udział w kilku imprezach branżowych w 2020 r. oraz poszukiwanie dystrybutorów na rynkach docelowych – Europy Zachodniej, Azji i USA.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

PoC (*proof of concept*) – wersja produktu, która pokazuje jego wykonalność. Nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Medical devices, udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy, medycyna estetyczna/kosmetyki.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Bioreaktor do ciągłej hodowli komórek macierzystych.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klienci to przede wszystkim kliniki transplantologii, centra naukowo-badawcze, centra medycyny estetycznej i regeneracyjnej oraz lekarze specjaliści prowadzący prywatne gabinety. Użytkownik to bezpośrednio lekarz specjalista zajmujący się terapiami z wykorzystaniem komórek macierzystych.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Zastosowanie nowego typu materiału do budowy wkładu oraz nowego układu przepływu pożywki. Zastosowanie rozwiązania umożliwiającego pobór metabolitów w celu kontrolowania procesu namnażania. Możliwość skalowania hodowli – możliwość zastosowania wkładów o mniejszej powierzchni hodowli niż powierzchnia standardowa (2,8 m²). Możliwość kontroli dwóch parametrów hodowli: temperatury i pH.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Spółka Akrimtech sprzedaje bioreaktor do wysokowydajnej, ciągłej hodowli komórek macierzystych. Spółka Akrimtech będzie stosować upusty cenowe w przypadku oddawania zużytych wkładów w wysokości 40% od ceny podstawowej. Wybrany model sprzedaży pociągnie za sobą powstanie kosztów związanych z prowizją od sprzedanych produktów.



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

500 tys. – 1 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Najważniejszym wskaźnikiem jest liczba sprzedanych bioreaktorów wraz z wymiennymi wkładami.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Chcielibyśmy od 2022 r. móc wejść z naszym produktem na rynki zagraniczne poprzez uczestnictwo w imprezach branżowych, aktywne poszukiwanie odbiorców oraz promocję naszych rozwiązań na międzynarodowych konferencjach i targach.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, dane medyczne.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

HospiCare prezentuje wszystkie informacje o pacjencie w jednym miejscu, online, 24 godziny/7 dni w tygodniu. Usprawnia komunikację pomiędzy wszystkimi osobami zaangażowanymi w leczenie i opiekę. Skraca czas reakcji i zwiększa bezpieczeństwo. Pomaga oszczędzać koszty dojazdów i czas lekarzy – tak cenne w organizacjach hospicyjnych, które tylko w części są dotowane przez NFZ. Umożliwia zdalny monitoring stanu pacjenta i przypomina o podawanych lekach.

Każda z funkcjonalności aplikacji jest rozwiązaniem/odповідzią na realne trudności opieki nad dzieckiem hospicyjnym. W tworzeniu i testowaniu aplikacji wspomagają nas rodzice innych chorych oraz lekarze i pielęgniarki. Wszystko to gwarantuje, że HospiCare jest narzędziem maksymalnie efektywnym i odpowiada na realne potrzeby.

Trzy najważniejsze korzyści dla hospicjów: wzrost bezpieczeństwa małych pacjentów, oszczędność pieniędzy i czasu na dojazdy do pacjentów, wygoda i usprawnienie komunikacji, bezpieczeństwo danych i możliwość ich analizy w celu usprawniania terapii.

Aby odpowiedzialnie wdrożyć i utrzymać HospiCare jako projekt społeczny, tworzymy na podstawie zdobytego doświadczenia OncoWay – projekt komercyjny dedykowany pacjentom onkologicznym i ich lekarzom oraz terapeutom.

OncoWay to mobilny system online dla pacjentów onkologicznych. Rynkiem przyszłościowym są aktywne kobiety w wieku 25–55 lat chore na nowotwory złośliwe w Polsce. Drugim odbiorcą systemu są lekarze onkolodzy, którzy mogą zdalnie monitorować stan i samopoczucie pacjenta, co znacząco wpływa na jego stan fizyczny i psychiczny oraz przedłuża życie. Kolejną grupą są kliniki onkologiczne, w których system usprawni pracę zespołu medycznego i umożliwi monitorowanie pacjentów wypisanych do domu. Projekt może też wspierać instytucje naukowo-badawcze, które będą analizować unikalne, anonimowe, niezależne dane pacjentów, by optymalizować skuteczność terapii. Jest także interesujący dla spółek ubezpieczeniowych, które mogą dodawać takie narzędzie do swoich pakietów medycznych.



Naszymi klientami mogą być także podmioty medyczne, które na zasadzie outsourcingu chcą zaoferować takie narzędzie swoim klientom.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Model biznesowy przewiduje zarówno sprzedaż B2B, jak i B2C. W modelu B2B za usługę płaci szpital, klinika, hospicjum, oferując aplikację pacjentom i lekarzom. W modelu B2C dostęp do aplikacji wykupuje pacjent i może jej używać sam – jako dziennika choroby lub udostępniać do podglądu lub edycji lekarzom, terapeutom, opiekunom itp.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Nasze narzędzie odgrywa rolę osobistego dziennika choroby, który zawsze można mieć w kieszeni. Pozwala na gromadzenie pełnej i kompletnej dokumentacji medycznej pacjenta, bo tylko pacjent ma wszystkie dokumenty i pełną wiedzę o wykonywanych terapiach, różnych miejscach konsultacji, wszystkich wynikach badań, samopoczuciu, przyjmowanych lekach i suplementach, parametrach życiowych itp. Podobne narzędzia istnieją, ale są związane z konkretnymi placówkami i wynikami dotyczącymi tylko terapii wykonanych w danej placówce/klinice, a nasza jest głównie w rękach pacjenta, który jest dla nas w centrum uwagi. Mając pełną wiedzę o swoim ciele, terapiach, pacjent decyduje i zarządza swoją chorobą i podmiotami oraz ludźmi, którzy go w tym wspierają. Aplikacja bowiem ułatwia zdalny kontakt z lekarzem czy terapeutą, który, mając do dyspozycji pełne dane o historii choroby i realizowanych terapiach, może odpowiedzialnie podjąć decyzję o zdalnej konsultacji. Nasze narzędzia to także nieoceniona pomoc w komunikacji pomiędzy wszystkimi uczestnikami procesu terapeutycznego oraz wsparcie dla opiekunów pacjenta.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Końcowym użytkownikiem jest zawsze przewlekle chory pacjent. W przypadku HospiCare także zespół medyczny hospicjum. Z założenia jest to projekt społeczny wspierający niedofinansowane placówki dziecięcych hospicjów domowych. Aby go utrzymać, wdrażamy OncoWay – aplikację dla pacjentów onkologicznych, w którym przewidujemy opłaty abonamentowe (miesięczne/kwartalne i roczne) płacone zależnie od modelu przez kliniki i szpitale lub pacjentów. Dodatkowy dochód może być pozyskiwany z promocji m.in. od firm farmaceutycznych lub producentów, np. sprzętu medycznego, oraz od firm ubezpieczeniowych.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Poniżej 500 tys. zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/business angels, crowdfunding, nasza fundacja „Zostaw Swój Ślad”, która zbiera środki na wsparcie projektu.



APPICARE SP. Z O.O.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie mamy dotąd przychodów ani użytkowników. Zakładamy samofinansowanie się projektu przy około 19 tys. statych użytkowników abonamentowych.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

W pierwszej kolejności planujemy wdrożenie aplikacji, zwłaszcza w modelu B2C, na rynki europejskie ze względu na podobne regulacje. Ten model nie wymaga od nas na pierwszym etapie partnerstw z podmiotami medycznymi – wystarczy umieścić aplikację do pobrania dla pacjentów. W kolejnych etapach zakładamy współpracę B2B. Mamy doradców z Europy Zachodniej (Holandia, Szwajcaria, Wielka Brytania), którzy potwierdzają potrzebę podobnego rozwiązania na tamtejszych rynkach.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety, telemedycyna, dane medyczne, platforma internetowa (*marketplace*), udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy, *tool IT* – samodzielna aplikacja IT.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Aurero to platforma e-zdrowia umożliwiająca kompleksowe zarządzanie podmiotami medycznymi oraz ośrodkami badań klinicznych. Dzięki niej praca jest wydajna i komfortowa. Procesy „zaszyte” w Aurero pomagają w codziennej pracy i przekładają się bezpośrednio na większe przychody, niższe koszty i lepsze opinie pacjentów.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Lekarze (jednoosobowe gabinety lekarskie), szeroko pojęte podmioty świadczące usługi zdrowotne (przychodnie, szpitale) oraz ośrodki prowadzące badania kliniczne.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Wdrożenie naszego rozwiązania skraca czas obsługi pacjentów o ponad 40%, umożliwia kompleksową zdalną kontrolę nad firmą oraz zmniejsza koszty prowadzenia badań klinicznych o 30%. Jako jedyni na świecie prowadzimy zdalne wizyty monitorujące w badaniach klinicznych, a jako jedyni w Polsce obsługujemy w pełni zautomatyzowane procesy obsługi pacjentów, wliczając w to integrację z dostawcami płatności kartowych.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Końcowym użytkownikiem rozwiązania jest podmiot leczniczy. Działamy w modelu subskrypcyjnym.

AURERO SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

500 tys. – 1 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Prywatni inwestorzy/*business angels*, własne – *founder*.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Liczba użytkowników naszego systemu rośnie o ponad 40% w stosunku do poprzedniego miesiąca.

Wyprzedzamy założony plan budżetowo-operacyjny i na tym się koncentrujemy.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

W 2020 r. planujemy ekspansję zagraniczną do 7 krajów europejskich, gdzie mamy wypracowane ścieżki i kontakty biznesowe oraz zaplanowane wdrożenia w konkretnych jednostkach.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

BIOLUMO SP. Z O.O.

<https://www.biolumo.eu/>



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

PoC (*proof of concept*) – wersja produktu, która pokazuje jego wykonalność. Nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Medical devices, biotechnologia, dane medyczne, edukacja.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Tworzymy urządzenie dedykowane pracownikom podstawowej opieki zdrowotnej (lekarze rodzinni, pediatrzy, interniści), dzięki któremu będą mogli przeprowadzić celowaną terapię antybiotykową w przypadku infekcji układu moczowego i górnych dróg oddechowych w ciągu 6 godzin od pobrania próbki i umieszczenia w urządzeniu.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Decyzję zakupową podejmuje właściciel placówki, użytkownikiem jest lekarz bądź pielęgniarka.

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

Urządzenie jest automatyczne, proste w obsłudze i nie jest drogie w wytworzeniu w porównaniu z innymi podobnymi rozwiązaniami na rynku.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Urządzenie jest dedykowane prywatnej służbie zdrowia. Kierujemy nasz produkt zarówno do placówek w Polsce, jak i za granicą. Rozwiązanie składa się z dwóch części urządzenia, w którym przeprowadzany jest pomiar, oraz z płytki, która służy do wykrycia, jaki antybiotyk będzie najskuteczniejszy. Urządzenie będzie sprzedawane w formie subskrypcji. W tym modelu firma zarabia na sprzedaży płytek. Końcowym użytkownikiem jest pacjent przechodzący bakteryjną infekcję gardła bądź układu moczowego.

BIOLUMO SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Poniżej 500 tys.

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, prywatni inwestorzy/*business angels*

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Wraz z zakończeniem badań walidacyjnych. Naszym następnym krokiem jest ekspansja na rynki zagraniczne. Korzystając z organizacji rządowych, takich jak PAIH, prywatnych dystrybutorów oraz własnych kontaktów.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.



BIOTTS SA

<https://biotts.com/>

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety, biotechnologia, medycyna estetyczna/kosmetyki.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Biotts S.A. jest polską firmą biotechnologiczną, która opracowuje autorskie formuły leków z zakresu onkologii, dermatologii i chorób autoimmunologicznych. Zespół technologów Biotts opracował zastrzeżoną technologię uzyskiwania uniwersalnego transdermalnego systemu terapeutycznego MTC-Y.

Dzięki unikalnym właściwościom systemu można kilkakrotnie zwiększyć biodostępność substancji czynnych, umożliwiając penetrację substancji czynnych przez bariery skórne do kilku centymetrów, docierając do tkanek miękkich i kości.

Unikalny przezskórny system MTC-Y można łatwo zmodyfikować, aby osiągnąć ukierunkowane działanie w zmienionych patologicznie tkankach. Zwiększając biodostępność substancji, można zmniejszyć dawkę terapeutyczną, zachowując pierwotny efekt, a jednocześnie zmniejszając skutki uboczne. Unikalny transdermalny system Biotts umożliwia transport od jednej do kilku substancji aktywnych, dzięki czemu możliwe jest zaprojektowanie leków wieloskładnikowych. Dzięki prostym modyfikacjom systemu możliwe jest również zaprojektowanie leków o zmodyfikowanym profilu uwalniania substancji leczniczej.

Unikalny przezskórny system MTC-Y można łatwo modyfikować, aby osiągnąć ukierunkowane działanie w zmienionych patologicznie tkankach.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Użytkownikami naszych technologii są firmy farmaceutyczne, biotechnologiczne, kosmetyczne oraz producenci leków i suplementów diety.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Biotts jest pierwszą firmą biotechnologiczną w Europie Środkowej, która stworzyła zastrzeżone preparaty i formuły leków oparte na ekstraktach naturalnego pochodzenia i zastrzeżonych nośnikach substancji czynnych, które zwiększają ich biodostępność. Opatentowane nośniki substancji czynnych mogą być również stosowane jako system transportu powszechnie stosowanych leków onkologicznych, przeciwzapalnych i przeciwbólowych, zwiększając ich docelowe działanie, zmniejszając dawkę leku i radykalnie minimalizując skutki uboczne terapii.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model I: sprzedaż licencji technologii oraz dedykowanego patentu partnerowi biznesowemu na konkretny obszar medyczny. Model II: sprzedaż technologii lub kandydatów na leki Biotts. Model III: rozwój autorskich kandydatów na leki i technologii wspólnie z partnerem biznesowym, z którym dzielone będą koszty i przychody.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

2–5 mln zł

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*, VC krajowe

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie. Obecnie przychody generowane są głównie z usług B+R. Rozpoczęliśmy sprzedaż głównych technologii od sierpnia 2019 r.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Okolo 300 tys. zł rocznie. Spółka od III kwartału 2019 r. dopiero zaczęła sprzedaż i poszukiwanie partnerów biznesowych zainteresowanych zakupem licencji lub przeprowadzeniem fazy PoC.



EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Dzięki unikatowym technologiom Biotts jest w stanie szybko i łatwo wdrażać autorskie technologie do różnych obszarów terapeutycznych bez konieczności modyfikacji linii produkcyjnych. Leki obecnie aplikowane w formie tabletek i zastrzyków jesteśmy w stanie podawać za pomocą plastrów i maści. Połączenie technologii Biotts z istniejącymi na rynku rozwiązaniami, recepturami lub substancjami czynnymi tworzy unikatową i niepowtarzalną jakość, która będzie chroniona chmurą patentową, zabezpieczając produkty naszych partnerów. Biotts planuje rozszerzać działania internacjonalizacji poprzez podejmowanie współpracy w ramach programów PoC (*proof of concept*) z globalnymi firmami farmaceutycznymi.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane listy intencyjne.

BRAINSCAN SP. Z O.O.

<https://brainscan.ai/>



**BRAIN
SCAN**

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, AI/*machine learning*, dane medyczne, radiologia.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Wykorzystujemy uczenie maszynowe, aby poprawić czas i wydajność interpretacji badań TK mózgu, zapewniając radiologom system wspomagania decyzji oparty na sztucznej inteligencji. Pamiętajmy, że wczesna diagnoza ratuje życie, a obecnie w Europie interpretacje radiologiczne zajmują około 2 tygodni – niestety, to często zbyt długo.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym płaćącym klientem jest szpital/firma teleradiologiczna, a użytkownikiem produktu lekarz radiolog.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

SaaS, wyliczony na podstawie oszczędności osiągniętych przez szpital dzięki wykorzystaniu Brainscan.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

2–5 mln zł.



Jakie macie źródła finansowania?

BootstraPping, granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Wskaźnikiem wzrostu jest dla nas liczba pozyskanych danych, którą w ostatnim czasie podwoiliśmy, oraz liczba firm, które deklarują chęć korzystania z oprogramowania, która również się podwoiła.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

W 2020 r. planujemy pierwsze wdrożenia w Europie przez sieć dystrybutorów i integrację z jednym z największych producentów sprzętu TK na świecie.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

CANCERCENTER.AI SP. Z O.O.

cancercenter.ai



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, AI/*machine learning*.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Platforma webowa wraz z przeglądarką plików MRI i histopatologią wraz z zaimplementowanymi algorytmami AI/ML wspierającymi diagnostykę nowotworową. Docelowo platforma do zasięgania drugiej opinii w onkologii.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientem jest dyrektor zarządzający jednostką (szpitalem, zakładami histopatologii, radiologii), użytkownikiem obecnie są lekarze histopatolodzy i radiolodzy, docelowo też pacjenci.

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

Fokus na onkologię – raka prostaty.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Zakłady histopatologiczne kupują PathCama jako alternatywę dla skanerów. W pakiecie dostają Pathoviewera. Za moduły AI dopłacają. Model subskrypcyjny.



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Bootstrapping.

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Liczba kolejnych zakładów/szpitali rośnie o jeden miesięcznie.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Prowadzimy rozmowy o ekspansji. Jesteśmy w trakcie zaawansowanych rozmów z partnerem z Indii. Ma zostać powołana spółka w USA i Europie (Francji).

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie jesteśmy obecni komercyjnie. Podpisane listy intencyjne.

CARDIOMATICS SP. Z O.O.

www.cardiomatics.com



Cardiomatics

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, AI/machine learning.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Cardiomatics to narzędzie oparte na AI wspierające diagnostykę kardiologiczną. Lekarze przez dedykowaną platformę przesyłają sygnały EKG dowolnej długości, które są analizowane przez zaawansowane algorytmy, a w wyniku powstaje raport, który jest wykorzystywany do diagnostyki.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klient – zarząd kliniki, przychodni, producent urządzeń do rejestracji sygnałów EKG. Użytkownik – lekarz, pielęgniarka, technik lub inny personel medyczny.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Analiza jest w pełni automatyczna i bardzo szybka. Użytkownik może przysyłać sygnały z różnych urządzeń, brak konieczności instalowania dodatkowego oprogramowania na własnym komputerze.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model subskrypcyjny (per urządzenie na miesiąc) oraz *pay per use* (za każdy wygenerowany raport).



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

2–5 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), VC krajowe.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

MRR (rośnie 15% miesięcznie).

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Ekspansja na rynki DACH jest w trakcie realizacji. Będziemy brać również udział w 5 targach i konferencjach w USA i Europie w 2020 r.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane umowy komercyjne (np. dystrybucyjne) oraz zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, badania laboratoryjne, biotechnologia, AI/*machine learning*, dane medyczne, platforma internetowa (*marketplace*), udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy, *tool IT* – samodzielna aplikacja IT.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Jesteśmy na etapie przygotowywania produktu, roboczo przez nas nazywanego wirtualną ortezą, która ma na celu dotrzeć do trzech grup pacjentów:

1. Dzieci. Zgodnie z raportem Instytutu Matki i Dziecka 90% dzieci ma wady postawy, które w przyszłości będą przekładać się na poważne problemy wad postawy. Opracowaliśmy system, który pozwala na rehabilitację i gimnastykę korekcyjną, którą dzieci będą w stanie wykonywać samodzielnie; system powstaje w największej mierze przy współpracy z Instytutem Matki Polki w Łodzi pod czujnym okiem dr. Marcina Machnia. Dzięki sieciom neuronowym jesteśmy w stanie śledzić ruchy dzieci wykonujących zadane ćwiczenia w domu – do ćwiczeń wykorzystujemy grywalizację, co czyni ćwiczenia bardziej atrakcyjnymi dla dziecka. Dzieci pracują na bazie gotowych, przygotowanych przez naszych specjalistów protokołów rehabilitacyjnych. Zgodnie z naszymi badaniami po pół roku pracy z naszym systemem wskazane u dzieci wady ulegają znacznej poprawie, co prowadzi do ustąpienia wady.
2. Pacjenci dorośli. W przypadku pacjentów dorosłych dostrzegliśmy duży problem w diagnozowaniu i klasyfikowaniu schorzeń wskutek subiektywnej oceny lekarza. Chcielibyśmy, aby nasze urządzenie najpierw stało się urządzeniem wspomagającym diagnozę, a później wspomagало proces zdrowienia. Dążymy do funkcjonalności holtera określającego skalę schorzenia/wady.
3. Pacjenci pozabiegowi. Dalsze wspomaganie diagnostyki, śledzenie postępów zdrowienia (czy pacjent stosuje się do zleconych ćwiczeń i zaleceń lekarza). Pacjent ma możliwość prowadzenia wskazanej rehabilitacji pod nadzorem lekarza i rehabilitanta. Zgodnie z naszymi badaniami pacjenci pracujący pod okiem sieci neuronowych i sztucznej inteligencji szybciej i z mniejszymi powikłaniami wracają do sprawności i zdrowia.
4. Pacjenci sportowi. Osoby uprawiające sport wykonują znaczną liczbę ruchów niezgodnych z naszą anatomią, prowadzących do urazów. Praca z naszym systemem daje możliwość wglądu w raport informujący o stanie przeciążeń i wspomagający w doborze ćwiczeń, które niwelują powstałe lub potencjalne urazy i mikrourazy. Nasz system będzie automatycznie podpowiadać zbiór zapisanych ćwiczeń pozwalających na uniknięcie wad.



Dodatkowo badamy ogólne obciążenie organizmu (współpraca z UW i prof. Robertem Mateckim i jego autorski algorytm ActiViti).

Nasza firma tworzy dodatkowo system, który dzięki współpracy z Instytutem Matki Polki będzie w stanie śledzić rozwój dziecka. Śledzenie ruchów dziecka pozwoli nam na wychwycenie ewentualnych problemów neurologicznych i ruchowych już w pierwszym miesiącu życia. Specjalnie skonstruowane przez nas urządzenia umożliwią kontrolowanie wagi dziecka, jednocześnie określając poprawność wskazanych punktów nacisku.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Szpital oraz pacjent z powyższych kategorii.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Nie ma podobnego rozwiązania na rynku.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model subskrypcyjny dla klubów sportowych, szpitali, placówek rehabilitacyjnych, indywidualnych pacjentów.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

2–5 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Środki własne.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Rozpoczęcie sprzedaży planowane na luty 2020 r.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Tak, wrzesień 2020 r.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju

PoC (*proof of concept*) – wersja produktu, która pokazuje jego wykonalność. Nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Dane medyczne.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Platforma internetowa do zarządzania organizacją pracującą z danymi medycznymi oraz usługi konsultingowe.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Organizacje oferujące usługi medyczne wspomagane produktami cyfrowymi, użytkownicy to zarząd organizacji, osoby dedykowane do bezpieczeństwa oraz inni pracownicy.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Produkt dedykowany jest dla zespołów pracujących w trybie zdalnym, rozsądna cena.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Subskrypcja za dostęp do platformy.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Bootstrapping.



Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Zaczynamy na rynku w USA, chcielibyśmy wejść na rynek polski.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie jesteśmy obecni komercyjnie, aktywne zainteresowanie klientów (produkty IT z branży *healthtech*).

GDZIEPOLEK SP. Z O.O.

www.gdziepolek.pl



gdzie po lek
sprawdź dostępność i cenę leku

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety, platforma internetowa (*marketplace*), edukacja, farmakoterapia – ułatwianie dostępu do leków deficytowych lub potrzebnych pilnie, od ręki.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

GdziePoLek to portal, którego głównym zadaniem jest pomaganie pacjentom w znalezieniu i zarezerwowaniu potrzebnego leku w aptece stacjonarnej, dostępnego od ręki, czyli bez konieczności czekania na zamówienie z hurtowni. Z drugiej strony dostarcza technologię aptekom typu *marketplace*, dzięki którym mogą być odnalezione przez pacjentów szukających leków w pierwszej kolejności w Internecie.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Główną grupą klientów są apteki, ale również producenci farmaceutyczni i hurtownie (reklama produktów skierowana do pacjentów bądź aptek). Użytkownikiem jest pacjent szukający leku.

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

Jesteśmy jedynym niezależnym (tj. od producentów systemów aptecznych, sieci aptek czy hurtowni) rozwiązaniem, otwartym na wszystkie apteki bez względu na używany system bądź przynależność do jakiejś sieci czy grupy zakupowej. Nasza technologia uznawana jest przez apteki za lepszą i bardziej intuicyjną. Publikujemy wysokiej jakości treści, z których te o tematyce medycznej tworzone są przez sprawdzonych farmaceutów i innych specjalistów, natomiast te, które analizują istotne dla branży dane, są preferowanym przez dziennikarzy (ale też przez rząd) źródłem wiedzy o najnowszych zmianach (np. ostatnio kryzys lekowy).

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.



Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Naszym głównym klientem są apteki, które w zamian za udostępnioną technologię i strumień pacjentów ponoszą stałą opłatę abonamentową (zazwyczaj miesięczną). W przypadku reklam produktów rozliczenia są per kampania. Końcowym użytkownikiem rozwiązania jest pacjent, który nie ponosi opłat za używanie serwisu.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Prywatni inwestorzy/*business angels*.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Tak, mamy dwa wskaźniki wzrostu: liczba wizyt miesięcznie (obecnie prawie 800 tys., rok temu 450 tys.) oraz liczba zintegrowanych aptek (obecnie ok. 1000 punktów, rok temu ok. 600).

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Uruchomiliśmy już niemiecką spółkę oraz wersję beta portalu na inderapothke.de. Pracujemy nad drugą rundą finansowania, aby kontynuować ekspansję na rynek niemiecki (wymaga m.in. zatrudnienia 1–2 osób na miejscu).

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Tak, mamy podpisane listy intencyjne.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płacących klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, badania laboratoryjne, dane medyczne, udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Wykonanie badania genetycznego na ryzyka lub predyspozycje.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszymi klientami są osoby indywidualne, firmy, jak również placówki ochrony zdrowia.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Szybszy czas realizacji badania. Usługa wykonywana we własnych laboratoriach, bez podwykonawców. Walidacja wewnętrzna testów zgodnie z ISO. Dostosowanie testów i zaleceń do polskiego rynku. Oprawa merytoryczna pisana prostym, zrozumiałym językiem. Model biznesowy zakładający współpracę B2B.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model biznesowy zakłada sprzedaż internetową dla klientów indywidualnych, współpracę B2B ze spersonalizowanym panelem obsługi klienta, jak również propagowanie świadomości o badaniach genetycznych i zwiększenie ich dostępności poprzez program informacyjny we współpracy z aptekami.



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Poniżej 500 tys. zł

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów)

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Tak, jesteśmy widocznymi w coraz większej liczbie miejsc, a na razie koncentrujemy się na zwiększeniu rozpoznawalności marki.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Ekspansję planujemy na 2020 r. Chcemy rozpocząć ją od przetłumaczenia strony i raportów oraz pojawienia się w serwisach sprzedażowych typu eBay, Amazon.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Medical devices, badania laboratoryjne, biotechnologia, udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Genomtec ID to podręczne, innowacyjne urządzenie diagnostyczne oparte na amplifikacji i detekcji specyficznych fragmentów DNA i RNA.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Placówki medyczne (sektor prywatny i publiczny). Użytkownikami produktu mogą być zarówno lekarze, jak i osoby nieposiadające doświadczenia laboratoryjnego.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Genomtec ID będzie wyróżniać się znacznie wyższą od rozwiązań PCR czułością oznaczeń (ponad 95% dzięki namnażaniu większej ilości materiału), wyższą specyficznością testów (ponad 97%) oraz niskim kosztem testów i urządzenia dzięki wykorzystaniu amplifikacji izotermalnej (INAAT). Inne zalety systemu to możliwość badania w czasie rzeczywistym, brak konieczności izolacji DNA/RNA przez wykwalifikowany personel, a także użycie chipu do badań predyspozycji genetycznych oraz wczesnej diagnostyki onkologicznej. Dodatkowe zalety rozwiązania to wysoka odporność na inhibitory, długa data przydatności do użycia oraz odporność testów na przechowywanie w wysokich temperaturach (dzięki liofilizacji składników reakcji LAMP).

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.



Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model biznesowy przyjęty przez Genomtec zakłada szybką internacjonalizację sprzedaży docelowych produktów, począwszy od największych rynków badań molekularnych chorób zakaźnych w Europie, tj. Niemcy, Wielka Brytania, Włochy, Francja (a w dalszej kolejności rynki Europy Środkowo-Wschodniej oraz rynek USA, Australii, Kanady, Japonii). Zakłada się, że w 5-letnim okresie prognozy ok. 67% produktów będzie sprzedawanych na rynkach zagranicznych, a pozostałe 33% na rynku polskim. Wstępnie uwzględniamy wyłonienie na poszczególnych rynkach zagranicznych regionalnych dystrybutorów. Usługi consultingowe zostaną powierzone wyspecjalizowanej firmie.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

5 – 100 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Sprzedaż produktów rozpocznie się w 2022 r. w Polsce, a kilka miesięcy później nastąpi ekspansja na rynki innych krajów europejskich. W pierwszej kolejności będą to największe rynki badań molekularnych chorób zakaźnych w Europie: Niemcy, Wielka Brytania, Włochy, Francja.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie jesteśmy obecni komercyjnie. Podpisane listy intencyjne.

GLUCOACTIVE SP. Z O.O.

<http://gluco-active.com/>



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, *medical devices*, *wearables* – nie wyroby medyczne.

INFORMACJE OGÓLNE

Co jest waszym produktem/usługą?

Pracujemy nad rozwiązaniem globalnego problemu bezbolesnego monitorowania przebiegu leczenia cukrzycy. W przyszłym roku jako pierwsi na świecie wprowadzimy na rynek całkowicie bezinwazyjny glukometr – bez nakłuwania palca – przeznaczone do celów diagnostycznych, profilaktycznych, użyteczny w procesie leczenia i kontrolowania cukrzycy oraz do zastosowań sportowych. Planujemy wyprodukować dwa typy urządzeń – stacjonarne, przeznaczone dla placówek medycznych, sportowych i aptek, oraz przenośne urządzenie *wearable* dla użytkowników końcowych. Nad projektem pracuje kilkunastu specjalistów z dziedziny spektrofotometrii, optoelektroniki, mikroelektroniki, medycyny oraz biznesu.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Grupy docelowe B2C: pacjenci chorzy na cukrzycę, sportowcy amatorzy, ludzie dbający o zdrowy styl życia. Grupy docelowe B2B: prywatne placówki medyczne polskie (5%), prywatne placówki medyczne zagraniczne (95%), firmy ubezpieczeniowe, wypożyczalnia sprzętu medycznego, sklepy medyczne, apteki, dystrybutorzy sprzętu medycznego i elektroniki użytkowej.

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

Obecnie wciąż nie ma w sprzedaży na świecie całkowicie bezinwazyjnego glukometru. Wyróżniamy rozwiązania inwazyjne i półinwazyjne (np. Freestyle Libre). Przewaga konkurencyjna: bezinwazyjny, bezbolesny pomiar, wyniki pomiarów w chmurze, dokładny i szybki pomiar, wielozadaniowy smartwatch, rozwiązanie telemedyczne, innowacyjność technologii.



Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

B2B2C – sprzedaż: placówki medyczne, firmy ubezpieczeniowe, sklepy medyczne, apteki, leasingodawcy sprzętu medycznego. B2B2C – leasing (+ licencjonowanie oprogramowania). B2B2C – oficjalna dystrybucja (kraje Europy Zachodniej, USA, Azja, Ameryka Łacińska). B2C – sprzedaż (online): klienci indywidualni.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

500 tys. – 1 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), VC krajowe.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Miesięcznie odzywa się do nas od kilkudziesięciu do kilkuset cukrzyków zainteresowanych zakupem urządzenia. Takie osoby deklarują też chęć udziału w testach użytkowych, przeprowadzamy również wywiady focusowe pod kątem funkcjonalności.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy sprzedaż na rynku europejskim, amerykańskim i azjatyckim. Jest zainteresowanie wdrożeniem produktu ze strony korporacji zagranicznych, takich jak Bose, Maruban, Roche, BNP Paribas, Dr Max i Decathlon.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Mamy podpisane listy intencyjne.

GLUKANMED SP. Z O.O.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

PoC (*proof of concept*) – wersja produktu, która pokazuje jego wykonalność, ale nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Obecnie pracujemy nad wytworzeniem i implementacją plastrów z beta-glukanem produkowanym z owsa.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym klientem są osoby, które rozpoczęły proces diagnostyczny w kierunku czerniaka skóry, oraz osoby z ustalonym rozpoznaniem.

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

Obecnie nie ma na rynku firmy zajmującej się wykorzystaniem beta-glukanu pod kątem nowotworów.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Nasz produkt jest przeznaczony dla osób w trakcie diagnostyki czerniaka skóry oraz dla osób z ustalonym rozpoznaniem. Będzie można go kupić w aptece. Jedno opakowanie produktu będzie zawierać 4 plastry. Liczba zużytych plastrów zależy od długości procesu diagnostycznego oraz leczenia.



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Brak.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Tak, 2 lata po zakończeniu tworzenia prototypu.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

HEART SENSE SP. Z O.O.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

PoC (*proof of concept*) – wersja produktu, która pokazuje jego wykonalność, ale nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów.

W jakich obszarach działa wasz start-up?

Medical devices.



INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Opracowujemy urządzenie do zastosowania w kardiologii. Heart Sense jest sondą, która będzie odczytywała sygnał elektrokardiograficzny bezpośrednio z powierzchni bijącego serca. Nasza sonda będzie poprawiała wyniki operacji pomostowania tętnic wieńcowych.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientem są szpitale, a użytkownikami lekarze.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Nowy pomysł. Koncepcja wyszła od lekarzy. Tania produkcja.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Po rejestracji urządzenia chcemy zainteresować cztery duże koncerny medyczne zakupem lub licencjonowaniem technologii. Koncern, który przejmie naszą technologię, zyska przewagę rynkową nad pozostałymi trzema. Nasz produkt może bowiem stanowić *upgrade* czterech konkurujących ze sobą wyrobów.



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), VC krajowe.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Wyrób jest od razu kierowany do producenta o zasięgu globalnym. Oferty będą przedstawiane w sposób bezpośredni oraz na spotkaniach branżowych.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, badania laboratoryjne, AI/*machine learning*, dane medyczne, platforma internetowa (*marketplace*).

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Platforma zdrowotna dla użytkowników/pacjentów, która pozwoli na otrzymanie wstępnej diagnozy, a następnie przedstawienie potencjalnej drogi leczenia. Pacjent będzie mógł dbać o kartę zdrowia zarówno swoją, jak i podopiecznych, kontrolować podstawowe parametry, kontaktować się z innymi użytkownikami o podobnych problemach zdrowotnych oraz rezerwować wizyty do lekarzy.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Płacącym jest zarówno lekarz, jak i użytkownik.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Nasz system będzie najbardziej innowacyjną platformą na rynku, pozwoli hipotetycznie zdiagnozować użytkownika, bazując na jego badaniach krwi, problemach zdrowotnych oraz objawach. Następnie zaproponuje potencjalny sposób leczenia i lekarzy.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Produkt będzie sprzedawany lekarzom. Użytkownicy będą płacić za analizator wyników badań + liczne partnerstwa.



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

500 tys. – 1 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, prywatni inwestorzy/business angels.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Wzrost użytkowników.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję zagraniczną od 2021 r., kiedy to zakończymy system diagnozowania wstępnego. Na początku będziemy musieli się zapoznać z regulacjami danego kraju i założyć odpowiednie przedstawicielstwo. Na początku skupimy się głównie na Europie.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

HELPING HAND POWERED BY ADDICTIONS.AI

JEDNOSOBOWA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA

www.hh24.pl



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*), wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu).



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, AI/*machine learning*, dane medyczne, platforma internetowa (*marketplace*), *digital therapeutics*.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Helping Hand to zintegrowany ekosystem łączący aplikację mobilną oraz platformę terapeutyczną, pozwalający osobom uzależnionym poddać się terapii i korzystać ze wsparcia online, a terapeutom oferować zdalne leczenie i optymalizować terapię uzależnień. Nasz projekt redefiniuje na nowo opiekę medyczną w obszarze terapii oraz wsparcia psychologicznego/psychiatrycznego, stawiając na digitalizację i ułatwienie pacjentom i ich lekarzom dostępu do dokumentacji medycznej na urządzeniach mobilnych. Ekosystem wykorzystuje sztuczną inteligencję (AI), aby zaoferować użytkownikom wstępną diagnozę, rekomendacje dalszych działań, w razie potrzeby – wskazanie specjalisty, ale przede wszystkim, by przewidzieć nawrót, czyli moment złamania abstynencji.

Helping Hand to w 100% polski projekt, opracowany przez polskich inżynierów. Wykorzystując technologię teleinformatyczną z elementami sztucznej inteligencji, pomagamy rozwiązywać problem uzależnień, a w szczególności jednej z najczęstszych form – uzależnienia od alkoholu, na które cierpi ok. 240 mln osób na świecie (4,9% dorosłej populacji).

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Na podstawie przedstawionej powyżej charakterystyki grupy docelowej można stwierdzić, że opracowywana technologia odpowie na potrzeby rynku i spotka się z dużym popytem ze względu na swoją kompleksowość, dostosowanie do potrzeb terapeutów, jak również atrakcyjność cenową w stosunku do liczby proponowanych



funkcjonalności. Biorąc pod uwagę badania rynku i potrzeb klientów (źródło: raport Brainlab Sp. z o.o. Sp. k. przygotowany na zlecenie Marcina Brysiaka, 2018 r.), szacuje się, że popyt na opracowywane rozwiązanie wyniesie 2800 sztuk systemu w ciągu 5 lat od daty zakończenia projektu, co da możliwość wsparcia ok. 50% przewidywanej liczby terapeutów w momencie rozpoczęcia wdrożenia projektu. W 2016 r. łączna liczba osób uzależnionych, którym udzielono konsultacji, wyniosła 129 069. Szacując poziom sprzedaży w pierwszym roku na poziomie 300 sztuk (< 1%) rynku, zaplanowano stopniowy wzrost do 1000 sztuk w piątym roku wdrożenia, co obejmie 1% rynku pacjentów. Dane oszacowano na podstawie analizy rynku, zainteresowania potencjalnych odbiorców oraz liczby osób uzależnionych korzystających z internetowych form walki z chorobą. Liczbę gabinetów, które oferują terapie i kuracje odwykowe dla osób uzależnionych, szacuje się dziś na 10–15 tys. Z tej puli tylko 5–7 tys. to zakłady opieki zdrowotnej i prywatne gabinety lekarskie zarejestrowane przez lekarzy psychiatrów i specjalistów z certyfikatami. Znaczna część pozostałych to firmy kliniki, które zatrudniają lekarzy i specjalistów terapeutów z certyfikatami. Zawężając analizę tylko do ww. grup odbiorców, dla których zrobiona została analiza, tylko w kraju jest ok. 5,5 tys. terapeutów potencjalnie zainteresowanych zakupem oferowanego rozwiązania.

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

Innowacyjność: stworzenie największego w Europie systemu wsparcia online pacjentów uzależnionych od alkoholu, a w kolejnych latach także pacjentów z innymi uzależnieniami; stworzenie skutecznego, innowacyjnego narzędzia do predykcji nawrotu choroby alkoholowej, pierwszego na świecie opartego na algorytmach sztucznej inteligencji; budowa największego w Europie BIG DATA o różnorodnych predyktorach nawrotu.

Uwzględnienie potrzeb zdrowotnych, społecznych i ekonomicznych: wsparcie milionów osób uzależnionych od alkoholu i ich rodzin, zmniejszenie zachorowalności na choroby odalkoholowe, jednej z głównych przyczyn przedwczesnej umieralności ludności na świecie, w szczególności w Europie Środkowo-Wschodniej, zmniejszenie ogromnych ekonomicznych kosztów picia alkoholu (w Polsce ok. 40 mld zł, w Europie ok. 100 mld euro), zmniejszenie nierówności zdrowotnych w Europie, a w krajach dotkniętych epidemią alkoholizmu nierówności społecznych wynikających z tej epidemii.

Korzyści terapeutyczne: permanentne wsparcie pacjenta w terapii alkoholowej, skrócenie czasu oczekiwania na rozpoczęcie i kontynuowanie terapii, zwiększenie dostępu do terapeutów i terapii alkoholowej, zwiększenie skuteczności tradycyjnej terapii alkoholowej, zmniejszenie kosztów leczenia choroby alkoholowej, ergonomizacja oraz poprawa jakości i kontroli pracy terapeuty.

Obecnie nie ma na rynku rozwiązania, które w kompleksowy i zaawansowany sposób wspierałoby pracę terapeutów w leczeniu uzależnień i prewencji nawrotu rozumianego jako złamanie abstynencji, dlatego właśnie nasza aplikacja jest produktem bezkonkurencyjnym w skali europejskiej.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Marketplace terapeutyczny (procent prowizji za każdą zrealizowaną sesję terapeutyczną wideo oraz czat), model B2B4C, czyli SaaS dla gabinetów terapeutycznych oraz w przyszłości public, a więc kontrakt z NFZ, czyli tak jak obecnie rozliczają się stacjonarne placówki terapeutyczne.

HELPING HAND POWERED BY ADDICTIONS.AI, JEDNOSOBOWA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

5–10 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Nie.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Wzrost liczby terapeutów w bazie – obecnie mamy ich ok. 360, przyrost danych użytkowników, by jeszcze lepiej szkolić algorytm AI – obecnie mamy ich ok. 1 mln.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

2021 r. poprzez zebranie rundy A.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

HIGO SP. Z O.O.

www.higosense.com



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, *medical devices*, AI/*machine learning*.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Telemedyczny produkt składający się z urządzenia medycznego, aplikacji mobilnej i platformy telemedycznej, który umożliwia przeprowadzenie podstawowego badania fizykalnego i otrzymanie diagnozy bez konieczności wychodzenia z domu.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Działamy w modelu B2B2C. Naszym klientem są dostawcy prywatnej opieki zdrowotnej oraz ubezpieczyciele, a użytkownikami pacjenci w swoich domach.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Kompleksowość usługi *end-to-end* oraz elastyczność biznesowa (możliwość integracji).

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Podstawą naszego biznesu jest model subskrypcyjny, w ramach którego klient końcowy (rodzice dzieci, dorośli, seniorzy – ogółem pacjenci) otrzymuje urządzenie medyczne wraz z aplikacją mobilną oraz dostęp do diagnostyki w zakresie podstawowej opieki zdrowotnej za pomocą rozwiązań telemedycznych. Naszym partnerem biznesowym są dostawcy prywatnej opieki zdrowotnej i ubezpieczyciele, którzy są zainteresowani wdrażaniem produktów i usług telemedycznych w swoim biznesie.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

5–10 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Nie.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję w III kwartale 2020 r. na wybranych rynkach Europy Zachodniej i Skandynawii.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

HOMEDOCTOR SP. Z O.O.

<https://homedoctor.pl/>



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Wizyta domowa oraz porada lekarska (telemedyczna).

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Placówka medyczna jako franczyza usługi oraz klient B2C i B2B.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Czas realizacji, jedna platforma ogólnopolska.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Współpraca z placówkami medycznymi oraz realizacja wizyt dla pacjentów komercyjnych.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Prywatni inwestorzy/*business angels*, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).



HOMEDOCTOR SP. Z O.O.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Wzrost zrealizowanych wizyt rok do roku.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Tak.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

IC SOLUTIONS SP. Z O.O.

<https://icsolutions.pl>



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Zarządzanie dokumentacją medyczną.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Flagowym produktem firmy IC Solutions jest IC Pen, tj. platforma digitalizacji danych, która może zbierać dane nanoszone przez różne interfejsy – dokumenty wypełniane długopisem cyfrowym na papierze, stylusem na tablecie lub podpisane na urządzeniu typu Wacom. Każdy z tych sposobów pozwala zestawiać oraz uwierzytelniać złożone na umowach podpisy, ponieważ zbierane są podpisy biometryczne.

W każdym momencie możemy zmienić sposób podpisywania dokumentów – zmiana długopisu cyfrowego na stylus lub Wacom przebiega bez straty czasu czy dodatkowych kosztów. W tym aspekcie nasze rozwiązanie jest unikalne w skali globalnej.

System IC PEN, wykorzystując m.in. długopisy cyfrowe, umożliwia jednocześnie powstawanie wersji papierowej dokumentów i ich elektronicznych odpowiedników. Dokumenty wypełnione długopisem cyfrowym są natychmiast dostępne jako skan i przeanalizowane w komputerze. System digitalizacji danych IC Pen sprawia, że naturalna czynność pisania na kartce papieru za pomocą długopisu cyfrowego pozwala na jednocześnie archiwizowanie danych w komputerze. IC Pen umożliwia zarówno tworzenie dokumentów, wypełnianie ich, jak i analizowanie w ramach rozbudowanego modułu analitycznego. IC Pen stanowi odpowiedź na wiele współczesnych problemów instytucji, w których występuje obieg dokumentów, m.in. służby zdrowia czy administracji publicznej. System gwarantuje oszczędność czasu dzięki możliwości całkowitego wyłączenia etapu skanowania lub wpisywania danych do komputera, co w kompleksowy sposób rozwiązuje problem informatyzacji szpitali i wprowadzenia elektronicznej dokumentacji medycznej, kluczowego projektu Ministerstwa. Niepotrzebne stają się papierowe archiwa, nie odbierając tym samym możliwości autoryzacji dokumentów w sposób naturalny, zrozumiały i przyjazny. Dzięki nam proces obiegu dokumentów może być błyskawiczny, co daje naszym klientom wymierne korzyści finansowe. IC Pen charakteryzuje się innowacyjnością produktową. Nie dotyczy ona jednak samego długopisu jako urządzenia (produkowanego przez firmę Neo Smartpen), a algorytmów kodowania kartki kropkami, jak i jej odczytywania przez długopis.

IC SOLUTIONS SP. Z O.O.

Oprogramowanie to jest w pełni autorskie i stanowi o innowacyjności projektu. Opracowane algorytmy są unikalne w skali świata i umożliwiły powstanie systemu cechującego się uniwersalnością oraz znajdującego zastosowanie w różnorodnych branżach, takich jak: medycyna, finanse i ubezpieczenia, energetyka, logistyka i transport, ośrodki badawcze i wiele innych. Jest to możliwe m.in. dzięki kompatybilności systemu zarówno z długopisem cyfrowym, jak i urządzeniami mobilnymi.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym klientem jest szpital/jednostka medyczna/instytucja, a użytkownikiem systemu – personel szpitala/pracownicy organizacji oraz pacjenci/klienci (np. podpisujący oświadczenie woli/zgodę na leczenie).

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Nasze rozwiązanie odpowiada na realne potrzeby odbiorcy, np. personelu medycznego, który przede wszystkim chce się skupić na kontakcie z pacjentem, a nie marnować czas na klikanie w komputerze lub na tablecie (szczególnie osoby starsze, wykluczone cyfrowo; niewygodne w użyciu tablety są wycofywane), również skanowanie dokumentów stanowi dodatkową czynność; brak elastycznego podejścia do odbiorcy i dostosowania technologii do jego możliwości i rzeczywistych potrzeb; brak znajomości procesów (rozwiązania oderwane od rzeczywistości i sprawdzonych zwyczajów pracowników).

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Nasz model jest uzależniony od rynku, na którym rozwiązanie jest sprzedawane. W publicznych jednostkach medycznych oferujemy jednorazową płatność za sprzęt i bezterminową licencję na system.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

2–5 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*, VC krajowe.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.



Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Zdecydowanie wykazujemy wzrost – z jednej strony jest on widoczny w wysokości przychodów (2018/2019 prognoza – przewidujemy wzrost przychodów o 30%, wcześniej co roku ok. 100% wzrostu), jak i we wzroście liczby klientów (dodatkowych 20 dużych klientów rozpoczęło korzystanie z IC Pen w 2019 r.). Wzrost definiujemy też przez liczbę dokumentów wypełnionych za pomocą naszego rozwiązania – obecnie system IC Pen obsługuje ok 200 tys. dokumentów miesięcznie.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Tak, planujemy ekspansję zagraniczną – podejmujemy już kroki w tym kierunku. W 2019 r. wzięliśmy udział w projekcie Go To Brand, dzięki czemu uczestniczyliśmy w 10 targach i konferencjach na świecie.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.

ICAST MEDICAL SP. Z O.O.

www.icast.pl



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płaćących klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, *medical devices*.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Innowacyjne alternatywy do usztywnień gipsowych – #smartgips.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym płaćącym klientem jest szpital, jednostka medyczna, apteka, sklep medyczny, lekarz lub pacjent, a użytkownikami produktu – lekarz ortopeda, chirurg, diabetolog, flebolog, anestezjolog i ich pacjenci.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Zastosowanie naszych koncepcji skraca znacząco czas leczenia pacjenta w stosunku do obecnie stosowanych metod i procedur medycznych.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Naszym płaćącym klientem jest szpital, jednostka medyczna, apteka, sklep medyczny, lekarz lub pacjent, a użytkownikami produktu – lekarz ortopeda, chirurg, diabetolog, flebolog, anestezjolog i ich pacjenci.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Bootstrapping.



Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Nie.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Tak, wykazujemy wzrost sprzedaży rok do roku, a także wzrost liczby klientów.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Chcemy się skupić na reformie rynku medycznego w Polsce. Na tym etapie nie planujemy ekspansji na rynki zagraniczne.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INCISION GROUP B.V. SP. Z O.O.

www.incision.care

incision
sharing surgical skills

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Platforma internetowa (*marketplace*), edukacja, *3D based e-learning*.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Platforma e-learningowa w technologii 2D/3D/VR.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientem jest szpital, klinika, uniwersytet medyczny. Użytkownikiem jest specjalista chirurg, kierownik specjalizacji, stażysta, rezydent, student.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Jest to jedyna na świecie platforma e-learningowa z akredytacją Royal College of Surgeons of England posiadająca rekomendacje europejskich towarzystw chirurgicznych.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Prosty i sprawdzony model rocznej subskrypcji zamawianej przez podmioty rynku ochrony zdrowia. Użytkownikiem końcowym jest kierownik specjalizacji, rezydent, ordynator oddziału/kierownik kliniki, pielęgniarka operacyjna, naczelna pielęgniarka.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Informacja poufna.



Jakie macie źródła finansowania?

Informacja poufna.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Nie.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Liczba aktywnych użytkowników platformy, liczba odnowionych kontraktów rocznych.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Incision Academy jest obecna na wszystkich kontynentach. Zaplanowana jest ekspansja na kraje regionu CEE z szeregiem działań i aktywności o charakterze marketingowym i operacyjnym.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Mamy zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.

INTELISEQ SP. Z O.O.

<http://www.intelliseq.pl/>



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety, badania laboratoryjne, biotechnologia, dane medyczne, *tool IT* – samodzielna aplikacja IT.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

System informatyczny służący do przetwarzania odczytów genomu ludzkiego, który szybko i precyzyjnie analizuje dane genetyczne oraz generuje raporty wynikowe. Modularność systemu umożliwia jego szerokie zastosowanie w diagnostyce molekularnej, personalizacji leczenia oraz genomice konsumenckiej. Produkt odpowiada na zapotrzebowanie rynkowe poprzez rozwiązanie problemów związanych z: przeciążeniem dużą ilością danych pochodzących z odczytów genomu, analizą regionów DNA o wysokiej zmienności między ludźmi, brakiem przystosowania ścieżek analitycznych danych z NGS do standardów klinicznych, trudności w kompleksowej prezentacji wyników sekwencjonowania genomu.

Produkty i usługi przygotowane na bazie systemu są dostosowane do działania zarówno w modelu B2B, jak i B2C. Tworzone automatycznie raporty genetyczne mogą być dedykowane dla specjalisty (np. lekarza, diagnosty laboratoryjnego) lub bezpośrednio dla odbiorcy końcowego.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym klientem może być szpital, laboratorium, firma farmaceutyczna, producent żywności, natomiast użytkownikiem – diagnosta laboratoryjny, lekarz genetyk, specjalista ds. badań i rozwoju, bioinformatyk, farmakolog.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Zalety naszego rozwiązania w porównaniu z konkurencją to: 1) duża szybkość działania – osiągnięta dzięki automatyzacji i optymalizacji procesów analizy, 2) elastyczność – modułowe i łatwe w obsłudze ścieżki analityczne, gotowe do integracji z systemami typu LIMS czy EHR, 3) wiarygodność wynikająca z pełnej



zgodności z aktualnymi standardami technologicznymi, precyzyjnej kontroli wersji oraz pełnej powtarzalności procesów, 4) walidacja kliniczna – zgodność z najnowszymi międzynarodowymi standardami poprzez wykorzystanie certyfikowanych algorytmów oraz narzędzi kontroli jakości, 5) optymalna dla klienta strategia sprzedaży – oparta na modelu licencjonowania oprogramowania lub model SaaS.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model biznesowy zakłada sprzedaż produktów na zasadzie licencji lub w modelu SaaS (B2B). Szczegółowe branże, do których kierujemy nasze rozwiązanie, to: medycyna precyzyjna (diagnostyka), genomika konsumencka, usługi badawczo-rozwojowe, producenci oprogramowania medycznego. Niniejsze przedsięwzięcie biznesowe jest skalowalne. Planujemy, że naszym głównym źródłem przychodów będzie sprzedaż produktu firmom farmaceutycznym, klinikom i szpitalom oraz właścicielom konsumenckich platform genomicznych.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

5–10 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), VC krajowe, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Tak, wykazujemy roczny wzrost przychodów i to jest obecnie nasz główny wskaźnik sukcesu.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Ekspansję zagraniczną na rynek amerykański zaczęliśmy w 2016 r. podczas realizacji projektu GO_GLOBAL finansowanego przez NCBR. Ta strategia znalazła zastosowanie w nawiązywaniu współpracy z pierwszą na świecie platformą dystrybucji danych genetycznych. Od tego czasu stale współpracujemy z kilkoma partnerami w Stanach Zjednoczonych. Dodatkowo w tym roku (2019) rozpoczynamy program GO_TO_BRAND finansowany przez PARP, w ramach którego będziemy wystawcami na międzynarodowych wydarzeniach branżowych. W sumie mamy zamiar szukać klientów na 11 wydarzeniach, w tym na 5 odbywających się w USA.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.

JAKSZCZEPIC.PL – NIEFORMALNA GRUPA ROBOCZA)

jakszczepic.pl



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety, udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy, *tool IT* – samodzielna aplikacja IT.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Aplikacja oszczędzająca czas lekarzy rodzinnych i pediatrów oraz zwiększająca liczbę poprawnie zaszczepionych dzieci, która pozwala generować indywidualne kalendarze szczepień dla dzieci zgodne z najnowszymi wytycznymi oraz zaleceniami ekspertów w mniej niż minutę.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym użytkownikiem jest lekarz rodzinny lub pediatra. Płacącym klientem jest ten sam lekarz, rodzic, w imieniu którego zlecana jest usługa, lub jednostka zatrudniająca lekarza.

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

W porównaniu z tradycyjnym, ręcznym tworzeniem indywidualnych kalendarzy szczepień umożliwiamy ich tworzenie także nieprzeszkolonym lekarzom oraz pozwalamy zaoszczędzić czas specjalistów.

W porównaniu z konkurencją w USA, umożliwiamy wybór szerszej gamy szczepień, a dodatkowo zapewniamy dodatkowe funkcje eksportu naszych terminarzy szczepień, m.in. do kalendarza Google i innych kalendarzy.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.



Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Bazowa wersja aplikacji będzie zawsze darmowa. Dochody generowane będą z dwóch źródeł. Po pierwsze, w najbliższym czasie planujemy wprowadzenie funkcji premium, takich jak kalendarze szczepień dla dzieci przedwcześnie urodzonych oraz generowanie terminarzy szczepień z dziedziny medycyny podróży. Obowiązywać tu będą zarówno płatności jednorazowe, jak i subskrypcje. Po drugie, stworzone przez nas rozwiązania są uniwersalne i po dostosowaniu do lokalnych uwarunkowań i wytycznych mogą być implementowane w pozostałych państwach europejskich. Chcielibyśmy sprzedawać nasze narzędzia jednostkom rządowym innych krajów europejskich, dzięki czemu mogłyby one zapewnić lekarzom pracującym na ich terenie dostęp do naszych rozwiązań.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Bootstrapping

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Nie.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Głównym wskaźnikiem jest dla nas liczba użytkowników aplikacji. W listopadzie 2019 r. odnotowaliśmy 1400 unikalnych użytkowników aplikacji (950 w październiku, 430 we wrześniu).

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję zagraniczną w przyszłym roku. W tym celu zamierzamy nawiązać kontakty z lokalnymi organizacjami rządowymi zajmującymi się nadzorem nad procesem szczepień.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

JUTRO MEDICAL SP. Z O.O.

www.jutromedical.com



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

PoC (*proof of concept*) – wersja produktu, która pokazuje jego wykonalność, ale nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Przychodnia podstawowej opieki zdrowotnej oparta na technologii.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Płacącym klientem jest przychodnia POZ lub NFZ. Użytkownikiem jest lekarz POZ oraz pacjent.

Co wyróżnia Was na tle konkurencji?

Jesteśmy w stanie podwoić produktywność lekarza POZ i dzięki temu dać mu więcej czasu na opiekę nad pacjentem/wyeliminować kolejki.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model jest hybrydowy. Polega na prowadzeniu własnego POZ-u i utrzymywaniu się ze stawki kapitałowej (publiczna opieka zdrowotna) lub udostępnianiu technologii istniejącym graczom na rynku w modelu subskrypcyjnym.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Bootstrapping.



Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Nie.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie jesteśmy jeszcze na etapie pozyskiwania użytkowników.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Nie planujemy ekspansji zagranicznej w ciągu najbliższych 2 lat.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

LAPARO SP. Z O.O.

www.laparo.pl



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Medical devices, AR/VR, edukacja.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Symulatory medyczne – trenażery laparoskopowe dla studentów medycyny, lekarzy rezydentów oraz chirurgów dla doskonalenia umiejętności zabiegów laparoskopowych.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Uczelnie medyczne, szpitale, oddziały szpitalne, klienci indywidualni – chirurdzy, lekarze rezydenci, studenci.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Nowatorskie rozwiązania wprowadzające nową jakość do treningu medycznego oraz konkurencyjna cena.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwiąże wasz model biznesowy.

Jednorazowa sprzedaż + możliwość dokupowania wymiennych akcesoriów.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

0,5–1 mln zł. Inwestycja załóżkowa, obecnie finansujemy się samodzielnie.

Jakie macie źródła finansowania?

VC krajowe oraz wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).



Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Nie.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Tak. Kluczowymi wskaźnikami są wielkość przychodów, EBITDA, liczba sprzedanych urządzeń na poszczególnych rynkach w danej kategorii produktowej.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Pracujemy nad tym, rok 2020 powinien być kluczowy.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Tak, zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.

MEDCOSTER – NIEFORMALNA GRUPA ROBOCZA

www.medcoster.pl (strona w opracowaniu)



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

PoC (*proof of concept*) – wersja produktu, która pokazuje jego wykonalność, ale nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Dane medyczne, edukacja, *tool IT* – samodzielna aplikacja IT.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Naszym produktem jest aplikacja webowa MedCoster wspierająca podmioty ochrony zdrowia w łatwej i szybkiej implementacji przepisów rozporządzenia Ministra Zdrowia z 2019 r. w sprawie zaleceń dotyczących standardu rachunku kosztów u świadczeniodawców. Szacuje się, że wdrożenie w podmiotach ochrony zdrowia nowych przepisów, wymagających ingerencji w funkcjonujące systemy informatyczne, może zamykać się w budżetach od kilkudziesięciu do kilkuset tysięcy złotych. Dodatkową przeszkodą jest długi czas projektu wdrożeniowego wynikający z dużej liczby zmian w istniejących systemach informatycznych (a rozporządzenie wchodzi w życie 1 stycznia 2020 r.), a także ograniczone możliwości przerobowe dostawców systemów informatycznych. Wdrożenie wytycznych rozporządzenia w MedCoster, przy wykorzystaniu wzorcowych słowników, nie wymaga zmian w module finansowo-księgowym czy kadrowo-płacowym, co daje bardzo dużą oszczędność czasu i środków finansowych. Co więcej, aplikacja daje użytkownikom możliwość samodzielnego dostosowania rachunku kosztów i niezależność wynikającą z braku konieczności modyfikacji istniejących w podmiocie systemów informatycznych. MedCoster ułatwi pracę pracownikom działu księgowości oraz działu analiz i controllingu w zakresie implementacji przepisów rozporządzenia.

Korzyści MedCoster: 1) wdrożenie nowego standardu rachunków kosztów już od stycznia 2020 r., 2) dostosowanie do nowych wymogów jest możliwe w krótkim czasie i bez dodatkowego angażowania służb IT, 3) implementacja nowych wymogów bez konieczności zwiększania zatrudnienia w dziale księgowości lub analiz, 4) raportowanie każdego etapu alokacji kosztów, 5) oszczędność czasu i środków finansowych, 6) przygotowanie do zastosowania przepisów nowego (drugiego) rozporządzenia, będącego obecnie w opracowaniu.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy.



Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Z treści oceny skutków regulacji wynika, że liczba podmiotów, na które oddziałuje rozporządzenie, wyniesie 7465 jednostek. Decyzję o zakupie podejmuje ostatecznie dyrektor podmiotu, na którym ciąży obowiązek wdrożenia nowego standardu rachunku kosztów. Inicjatorami oraz użytkownikami są zastępcy dyrektora ds. finansowych, pracownicy działów księgowości oraz analiz, controllingu i planowania.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Bardzo niski koszt (miesięczny koszt subskrypcji 1690 zł) i krótki czas wdrożenia w aplikacji MedCoster (jest to możliwe nawet w kilka dni) przepisów rozporządzenia vs budżety firm informatycznych (od kilkudziesięciu do kilkuset tysięcy złotych) oraz czas trwania projektów informatycznych (od kilku miesięcy do nawet kilkunastu miesięcy). Warto podkreślić jest również nasze kilkunastoletnie doświadczenie zarówno w rozwoju narzędzi informatycznych wspierających zaawansowane rachunki kosztów, jak i we wdrażaniu bardzo złożonych rachunków kosztów w różnych branżach vs brak takich doświadczeń u konsultantów firm informatycznych obsługujących świadczeniodawców.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Klientami są podmioty, które podlegają rozporządzeniu dotyczącemu standardu rachunku kosztów u świadczeniodawców. Z treści oceny skutków regulacji „Projekt rozporządzenia Ministra Zdrowia w sprawie zaleceń dotyczących standardu rachunku kosztów u świadczeniodawców” wynika, że rozporządzenie obowiązuje 7465 podmiotów sektora ochrony zdrowia. Opracowywana aplikacja będzie dostępna przez przeglądarkę internetową bez konieczności wykonywania lokalnej instalacji na serwerach świadczeniodawcy. Opłata jest za comiesięczną subskrypcję, dającą dostęp do aplikacji oraz do stale aktualizowanej bazy wiedzy wspierającej użytkowników końcowych w samodzielnej wdrażaniu i utrzymywaniu nowego standardu rachunku kosztów. Końcowymi użytkownikami są zastępcy dyrektora ds. finansowych, pracownicy działu księgowości oraz działu analiz, controllingu i planowania.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Bootstrapping.

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.



MEDCOSTER – NIEFORMALNA GRUPA ROBOCZA

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Wskaźnikiem sukcesu będzie osiągnięcie 100 aktywnych użytkowników w ciągu pierwszych 6 miesięcy.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Przywołane rozporządzenie ma zastosowanie jedynie w Polsce, obecnie nie planujemy ekspansji zagranicznej.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

MEDIDESK SP. Z O.O.

www.medidesk.pl

medidesk⁷

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Tool IT – samodzielna aplikacja IT, kompleksowa aplikacja do obsługi zgłoszeń pacjentów.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Flagowy produkt spółki to aplikacja Medidesk. Rozwiązanie to zostało wprowadzone na polski rynek w lutym 2017 r. i wdrożone już w ponad 100 podmiotach leczniczych w całej Polsce. Model biznesowy projektu opiera się na stałych comiesięcznych opłatach abonamentowych w tzw. modelu SaaS. Głównym przedmiotem działalności spółki jest sprzedaż i wdrażanie autorskiej aplikacji stworzonej z myślą o placówkach leczniczych, która usprawnia ich codzienną pracę, wspiera budowanie wizerunku i większego ruchu klientów. Aplikacja poprawia efektywność prowadzonych działań marketingowych, a przede wszystkim zwiększa jej przychody. Aplikacja Medidesk jest oprogramowaniem świadczonym w modelu SaaS i jest dostępna z każdego urządzenia typu smartfon, komputer, tablet. Przeznaczona dla konkretnej grupy odbiorców (podmioty lecznicze) w kanale B2B. Dodatkowo dzięki pełnej integracji poprzez API, webserwisy, styk CTI (technologia SOAP i Rest) umożliwia przetwarzanie danych w ramach chmury obliczeniowej.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym klientem może być dowolna placówka lecznicza posiadająca rejestrację telefoniczną. Użytkownikami są osoby z rejestracji obsługujące zgłoszenia pacjentów oraz menedżerowie i właściciele obserwujący statystyki i wskaźniki biznesowe.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Przewaga aplikacji Medidesk nad konkurencją: 1. Aplikacja Medidesk została zaprojektowana po konsultacjach z menedżerami i pracownikami rejestracji placówek leczniczych. Jej ciągły rozwój w głównej mierze opiera się na stałych rozmowach i spotkaniach z użytkownikami korzystającymi z aplikacji na co dzień. Aplikacje konkurencyjne to rozwiązania dla wszystkich, które nie wyróżniają się zbyt dedykowanymi rozwiązaniami dla branży medycznej. 2. Medidesk jest narzędziem, które polepsza pracę rejestracji i przynosi realne korzyści finansowe w placówce. Te działania są oparte m.in. na systematycznych audytach pracy rejestracji, audytach

MEDIDESK SP. Z O.O.

nagrań rozmów oraz szkoleniach pracowników. Takie holistyczne podejście do podmiotów leczniczych wyróżnia aplikację na tle konkurencji, która skupia się wyłącznie na wdrażaniu samych rozwiązań informatycznych.

3. Rozwiązania konkurencyjne to systemy głównie dla call center i recepcji, aplikacja Medidesk udostępnia szereg funkcjonalności dla menedżerów podmiotów leczniczych niezależnie od miejsca, w którym ów menedżer się znajduje. 4. Medidesk jest zintegrowany z wieloma kanałami komunikacyjnymi, tj. strona WWW, formularze interaktywne, systemy VOIP, oraz z innymi dowolnymi dostawcami usług interaktywnych. Dużą przewagą aplikacji Medidesk jest jego elastyczne podejście i możliwość integracji za pomocą dowolnych technologii interaktywnych. Własne rozwiązania API pozwalają dość szybko zaimplementować i zintegrować się z dowolnym systemem i rozwiązaniem. Aplikacje konkurencyjne są dość ograniczone w tzw. swobodnym integrowaniu się. 5. W odróżnieniu od konkurencji w ramach wdrożenia aplikacji Medidesk wprowadzany jest indywidualny ekosystem marketingowy, monitorowany jest ruch reklamowy z różnych źródeł, m.in. Facebooka, kampanie adwords, plakaty, ulotki, artykuły sponsorowane. Dzięki ogromnej wiedzy marketingowej nabytej w ramach agencji Media Health wszelkie istotne parametry efektywności marketingowej są mierzone w czasie rzeczywistym. Konkurencyjne aplikacje nie stosują tego typu rozwiązań.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Medidesk kupują kliniki, szpitale, placówki lecznicze w modelu subskrypcyjnym wraz z jednorazową opłatą wdrożeniową.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

2–5 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Miesięczny przychód odnawialny (MRR).

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Od I kwartału 2020 r. planujemy ekspansję akceleryjną na rynkach Wielkiej Brytanii i Irlandii.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płaćących klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, telemedycyna, dane medyczne.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Spółka MG Group SA jest właścicielem Platformy Telemedycznej Mediguard – wielofunkcyjnego systemu pozwalającego na wielostronną komunikację i transmisję wyników badań od pacjenta do lekarza lub innego administratora. Posiada wiele innowacyjnych funkcjonalności, w tym analizę danych, które automatycznie przekazują komunikaty, alerty dla pacjenta lub lekarza. Badania wykonywane są za pomocą przenośnych urządzeń diagnostycznych (ciśnieniomierz, glukometr, waga, termometr, EKG, KTG, spirometr, analizatory moczu i krwi oraz wiele innych) i automatycznie wysyłane na elektroniczną kartę pacjenta w placówce medycznej lub innym dowolnym miejscu. System umożliwia zdalne kontrolowanie stanu zdrowia, interpretowanie wyników badań (w normie, poza normą – wysyłane alerty), przekazywanie informacji zwrotnej o stanie zdrowia. Historia wyników badań zgromadzonych na platformie jest udostępniana pacjentowi w aplikacji mobilnej na smartfon lub tablet oraz lekarzowi poprzez komputer z zainstalowaną przeglądarką internetową. Dzięki temu istnieje prosty i ciągły dostęp do wyników przeprowadzonych badań. Poza tym lekarz może szybko dokonać analizy danych, skontaktować się z pacjentem (poprzez SMS, chat, moduł wideo), a następnie podjąć decyzję o ewentualnym leczeniu.

Badania, które dotychczas można było wykonywać jedynie w placówce medycznej, pacjent może obecnie samodzielnie wykonywać w dowolnym miejscu. Wyniki za pomocą aplikacji mobilnej Atencare automatycznie zostają przesyłane do Platformy Mediguard, która dodatkowo może być zintegrowana z systemem szpitalnym lub oprogramowaniem danej placówki.

Dostępna jest również walizka telemedyczna zawierająca zestaw dowolnie wybranych urządzeń oraz tablet z aplikacją telemedyczną Atencare. Walizka wykorzystywana jest w zakładach pracy do monitorowania stanu zdrowia pracowników lub przez pielęgniarki środowiskowe, które mogą w domu pacjenta przeprowadzić dostępne badania. Obecnie na rynku polskim nie ma podobnego kompleksowego rozwiązania.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym głównym odbiorcą (płatnikiem) są szpitale, przychodnie oraz inne placówki medyczne, natomiast użytkownikami końcowymi są lekarze oraz pacjenci tych jednostek.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Obecnie na rynku polskim nie ma podobnego kompleksowego rozwiązania. W zakresie nowych technologii prowadzono wiele projektów badawczych zajmujących się nowoczesnymi technikami telekomunikacyjnymi w odniesieniu do grupowania i zbierania danych medycznych, jednak nie ma wypracowanych standardów opieki zdalnej – prewencji pierwotnej i wtórnej. Uruchamiane projekty do tej pory nie odegrały swojej roli – były to badania obliczone na dużą skalę i firmowane przez duże instytucje, niekoniecznie kierowane do statystycznego pacjenta indywidualnego.

Obecnie dostępne aplikacje mobilne do monitoringu poszczególnych parametrów zdrowia są jedynie elektronicznymi dziennikami bez przetwarzania i analizy danych, które mogłyby automatycznie przekazywać komunikaty, alerty dla pacjenta lub lekarza. Poza tym każdy badany parametr, jak np. stężenie glukozy, wartości ciśnienia, temperatury, wagi czy nawet EKG, wymaga osobnych aplikacji, co jest bardzo uciążliwe w codziennym użytkowaniu. Dodatkowo wykorzystywane aplikacje z modułem telekonferencji są niewystarczające do stawiania diagnozy lub poprawy stanu zdrowia pacjentów. Poza tym większość aplikacji, które pojawiły się na rynku, nie została zaakceptowana przez różnego rodzaju departamenty odpowiedzialne za obszar zdrowia i opiekę społeczną. Platforma Mediguard jako rozwiązanie telemedyczne działa w szpitalach i jest chwalone przez użytkowników.

Zastosowania Platformy Telemedycznej są bardzo szerokie, a konfiguracja i urządzenia współpracujące dobierane do potrzeb konkretnego zespołu lekarzy i pacjentów. Celem spółki jest zapewnienie komfortowych warunków dostępu do usług medycznych dla pacjentów na każdym etapie profilaktyki, leczenia i opieki. Jednocześnie mechanizmy udostępniane przez platformę optymalizują pracę lekarzy oraz pozwalają na wiarygodne informowanie osób bliskich o stanie zdrowia i historii choroby pacjenta, czego nie oferują konkurencyjne rozwiązania.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Nasz produkt w postaci kompleksowego rozwiązania telemedycznego (system centralny – Platforma Mediguard) obecnie nabywany jest przez jednostki medyczne (szpitale, przychodnie itp.). Najbardziej wpływowym interesariuszem z punktu widzenia podejmowania decyzji przy wdrażaniu nowych rozwiązań w procesie leczenia jest kierownictwo szpitala oraz lekarze specjaliści. Są oni tym samym nabywcą tego rozwiązania.

Beneficjentami rozwiązania zdalnego monitoringu i opieki zdrowotnej są zarówno osoby zdrowe, jak i pacjenci leczący się na różnego rodzaju schorzenia (którzy szybciej otrzymują pomoc), lekarze (którzy mogą diagnozować i leczyć większą liczbę pacjentów), osoby świadczące usługi okotomedyczne (pielęgniarki), właściciele oraz podmioty zarządzające placówkami medycznymi. Model biznesowy opiera się na sprzedaży rozwiązania w ramach opłaty jednorazowej oraz na opłacie miesięcznej – uzależnione jest to od potrzeby i możliwości odbiorcy.



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

W długofalowej strategii wartość spółki będzie budować liczba użytkowników naszej platformy. W ostatnim roku wzrosła ona bardzo znacząco, natomiast ilość przeprowadzanych badań zwiększyła się prawie dwukrotnie. Dodatkowo miarą sukcesu jest integracja z nowymi systemami oraz urządzeniami.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję poprzez rozpoczęcie współpracy z partnerami oraz dystrybutorami na rynkach docelowych, szczególnie Europy Zachodniej. Obecnie planowany jest udział na targach medycznych ARAB HEALTH w Dubaju.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

MEDISHIFT

AKTUALNIE DZIAŁAMY W RAMACH AKCELERATORA EDULAB,
OD STYCZNIA PRZECHODZIMY W FORMĘ SP. Z O.O.

www.medishift.pl



MEDISHIFT

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Platforma internetowa (*marketplace*), rekrutacja w medycynie.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Serwis matchujący lekarzy z podmiotami medycznymi.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym klientem jest podmiot medyczny, a użytkownikiem lekarz.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Automatyzujemy proces rekrutacji w branży medycznej, bazując na algorytmie matchującym kryteria zadane przez lekarza oraz placówkę medyczną.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Nasz produkt kupuje placówka medyczna, płatność jest za pakiet. Użytkownikiem końcowym jest zarówno dział HR placówki medycznej, jak i lekarz.



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Poniżej 500 tys. zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Notujemy wzrost rejestracji zarówno placówek, jak i lekarzy, aktualnie skupiamy się na lekarzach.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję na Europę Zachodnią w 2021 r.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

MEDIWELL SP. Z O.O.

www.mediwell.pl



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, dane medyczne.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Produktem spółki jest Szpitalny Kiosk Telemedyczny MediWell jako stacjonarne urządzenie diagnostyczne przeznaczone do wykonywania badań przez pacjentów samodzielnie lub z asystą personelu medycznego. Posiada zintegrowaną grupę aparatów medycznych dających spójną, automatyczną informację zwrotną o stanie zdrowia – urządzenie umożliwia przeprowadzenie jednocześnie szeregu badań, np. poziom ciśnienia, EKG serca, natlenienie organizmu itp.

Wykonanie badań jest bardzo proste, a przewodnikiem procesu badania jest aplikacja wyświetlana na monitorze wbudowanym w zabudowę kiosku. Zainstalowana aplikacja z funkcją automatycznej transmisji danych z aparatów diagnostycznych, po analizie pobranych danych, wskazuje odchylenia od przyjętych norm. Za pośrednictwem aplikacji następuje predykcja zagrożeń zdrowotnych oraz jest możliwość pozyskania wyników badań w formie raportów, przesyłanych na wskazany numer telefonu w formie SMS lub adres e-mail.

Dodatkowo integracja MediWell z systemami szpitalnymi umożliwia lekarzom dostęp do wyników badań przeprowadzonych w kiosku przez jego pacjentów i na dodatkową analizę.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientami biznesowymi będą głównie jednostki medyczne, natomiast końcowymi odbiorcami rozwiązania będą lekarze i ich pacjenci.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Obecnie na polskim rynku nie ma podobnego kompleksowego rozwiązania, które pozwalałoby na kompleksowość przeprowadzenia badań w jednym miejscu, przy użyciu wbudowanych urządzeń, bezobsługowo oraz dawałoby informację zwrotną w formie raportu. Podobne projekty pozwalają jedynie na samodzielne przeprowadzenie badań, a następnie skonsultowanie wyników z lekarzem. Urządzenia nie są zintegrowane ani połączone w ramach kiosku (zestaw oddzielnych, indywidualnych aparatów pomiarowych, za pomocą



MEDISHIFT

AKTUALNIE DZIAŁAMY W RAMACH AKCELERATORA EDULAB,
OD STYCZNIA PRZECHODZIMY W FORMĘ SP. Z O.O.

których pacjent wykonuje badania podczas konsultacji]. Ponadto nie posiadają systemu gromadzącego wyniki badań.

W MediWell proces badania jest w pełni zautomatyzowany z dostępną aplikacją mobilną do gromadzenia i analizy danych dzięki transmisji danych do dedykowanej platformy. W związku z tym, że nie jest wymagany czynnik ludzki (proces jest w pełni automatyczny), nie jest generowany koszt zmienny procesu badania. Ważnym wyróżnikiem jest również integracja MediWell z systemami placówek medycznych, a dzięki temu lekarz ma dostęp do wyników badań przeprowadzonych w kiosku przez pacjentów.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Końcowym użytkownikiem rozwiązania są zarówno osoby zdrowe, jak i pacjenci leczący się na różnego rodzaju schorzenia. Dostęp do zgromadzonych danych dzięki integracji z systemami jednostek medycznych mają lekarze, osoby świadczące usługi okołomedyczne (np. pielęgniarki), jak i właściciele oraz podmioty zarządzające placówkami medycznymi.

Działalność biznesowa oparta jest na sprzedaży placówkom medycznym kiosku w jednorazowej transakcji z dodatkową opłatą utrzymaniową lub w modelu abonamentu miesięcznego. Badanie wykonywane przez pacjenta może być bezpłatne lub płatne. W kiosku MediWell mogą być umieszczane treści marketingowe (sprzedaż dodatkowych usług prozdrowotnych), które mogą być dodatkowym źródłem dochodów oraz instrumentem do edukowania społeczeństwa w zakresie dbania o zdrowie.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Prywatni inwestorzy/*business angels*.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Wskaźnikiem sukcesu będzie liczba sprzedanych urządzeń (docelowo sieć kiosków dających swobodny dostęp pacjentom do badań) oraz liczba użytkowników korzystających z kiosku.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Obecnie będziemy się skupiać na rynku lokalnym.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

MEDTUBE SP. Z O.O.

www.medtube.net/www.medtube.pl/www.medtube.fr/
www.medtube.es/<http://de.medtube.net>



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, platforma internetowa (*marketplace*), edukacja, MedEdTech.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Aplikacja e-learning, platforma społecznościowa (dostęp do 200 tys. użytkowników na świecie), produkcja wideo (z OR, wirtualne studio), usługi reklamowe i marketingowe, *product placement*, narzędzia do edukacji medycznej profesjonalistów.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientem jest biznes medyczny (*pharma*, *medical devices*, ubezpieczyciele), a także instytucje edukacyjne (uczelnie, towarzystwa medyczne), a użytkownikiem jest lekarz (+ pozostali profesjonaliści, np. student medycyny, analityk medyczny, rehabilitant, technik, pielęgniarka itd.).

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Zasięg globalny, baza użytkowników, baza dostępnych treści, szybkość reakcji, jakość *versus* cena (*value for money*), kreatywność, znajomość potrzeb klienta, rozwiązania A-Z.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Dostarczanie rozwiązań i narzędzi dla społeczności profesjonalistów przy wykorzystaniu środków biznesu medycznego, który interesuje dostęp do tej grupy użytkowników (B2B2C).



FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/business angels, środki własne (reinwestowane zyski).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

+20% regularnego przyrostu użytkowników.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Jedenaście ważnych imprez/konferencji medycznych w 2020 r. na całym świecie (np. Dubai, Barcelona, Cleveland, Miami, Amsterdam, Londyn, Toronto, Indie).

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane listy intencyjne, zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, telemedycyna, edukacja.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Podstawowym produktem firmy jest medVC, interaktywna platforma zdalnej współpracy medycznej umożliwiająca komunikację audio-wideo w czasie rzeczywistym pomiędzy salami operacyjnymi, salami konferencyjnymi i gabinetami lekarskimi. medVC umożliwia przesyłanie wielu równoległych strumieni wideo w wysokiej rozdzielczości pochodzących z kamer, mikroskopów, endoskopów i innych urządzeń obrazowania medycznego. Ponadto medVC oferuje zbiór narzędzi ułatwiających zdalną współpracę profesjonalistów medycznych, takich jak zatrzymywanie strumienia wideo, oznaczanie dowolnych fragmentów obrazu, zapisywanie klatek obrazu do repozytorium medycznego czy zdalne sterowanie oprogramowaniem medycznym uruchomionym na podłączonych do systemu komputerach (np. przeglądarkami obrazów DICOM). medVC jest również kompatybilne ze stereoskopowymi strumieniami wideo pochodzącymi z robotów operacyjnych i endoskopów 3D.

Terminal medVC składa się ze specjalistycznego sprzętu komputerowego wysokiej wydajności, dedykowanych kart przechwytywania wideo oraz ekranu dotykowego umożliwiającego ergonomiczne sterowanie. Oprogramowanie medVC umożliwia kodowanie do dwóch strumieni wysokiej rozdzielczości przez każdy terminal i jednoczesne wyświetlanie do 15 zdalnych strumieni. medVC jest rozwiązaniem umożliwiającym pozyskiwanie obrazu wideo z różnych urządzeń medycznych znajdujących się na salach operacyjnych, takich jak kamery medyczne, mikroskopy, endoskopy. Dzięki temu system medVC może pozyskiwać obraz medyczny z takich urządzeń, jak: Storz, Olympus, Medrobotics, Trumpf Medical, ConMed i inne. Podstawowe przeznaczenie systemu medVC to, w ogólności, zdalna współpraca lekarzy oraz edukacja medyczna.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.



Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszymi klientami są szpitale, aktualnie w szczególności szpitale kliniczne i uniwersyteckie, a użytkownikiem są lekarze prowadzący zabiegi chirurgiczne z dowolnej specjalizacji.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Platforma medVC posiada szereg innowacyjnych funkcjonalności stanowiących o jej przewadze nad produktami konkurencji. Głównymi konkurentami są producenci sprzętu wideokonferencyjnego, jak Cisco lub Polycom. W tej chwili nie porównujemy się z firmami dostarczającymi rozwiązania lekarz-pacjent, tylko z firmami posiadającymi rozwiązania lekarz-lekarz. Rozwiązania lekarz-pacjent, ze względu na brak odpowiedniego sprzętu u pacjenta, nie mogą dostarczyć jakości obrazu, która jest podstawową cechą systemu medVC. Poniższe porównanie pokazuje różnice między medVC a innymi systemami lekarz-lekarz: 1) medVC obsługuje się w prosty sposób za pomocą ekranu dotykowego, tak jak smartfon; 2) współpracujący lekarze mają możliwość zatrzymania dowolnego obrazu wideo oraz za pomocą ekranu dotykowego rysowania i zaznaczania obszarów na obrazie; 3) stop-klatki obrazu wideo mogą być przekazywane do systemów dokumentacji medycznej lub składowane na szeregu urządzeń zewnętrznych; 4) system umożliwia również integrację z komputerami prezentującymi zdjęcia obrazowania medycznego w formacie DICOM oraz zdalne sterowanie tymi komputerami, dowolnemu lekarzowi uczestniczącemu w sesji; 5) medVC pozwala na pozyskiwanie i wyświetlanie obrazu stereoskopowego (3D) pochodzącego z najnowszych endoskopów 3D oraz z robotów operacyjnych, np. da Vinci. medVC posiada system konwersji sygnałów 3D, umożliwiając pozyskanie sygnału 3D ze źródła w dowolnym formacie; 6) medVC dysponuje również serwerem Multi-Point Control Unit (MCU) umożliwiającym połączenie więcej niż dwóch terminali medVC w jednej sesji wideokonferencyjnej, czyniąc możliwą współpracę między kilkoma szpitalami jednocześnie.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Klienci: dyrektor podmiotu leczniczego, rektor uniwersytetu medycznego, dyrektor centrum szkoleniowego, firmy ubezpieczeniowe – prywatne. Użytkownicy: lekarze, pacjenci.

Aktualnie firma prowadzi sprzedaż bezpośrednią, biorąc na siebie wyszukiwanie klienta, prezentację systemu, opracowanie planu wdrożenia, wdrożenie i utrzymanie. Ze względu na to, że każdy szpital posiada różne wyposażenie oraz różne wymagania scenariuszowe i infrastrukturalne, każde wdrożenie medVC jest przygotowywane indywidualnie. Firma posiada również agentów (w tej chwili podpisujemy umowy z dwoma we Francji), którzy są związani ze środowiskiem medycznym i propagowaniem rozwiązań telemedycznych.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Rozwinęliśmy firmę, korzystając z funduszy unijnych, wyników prac projektów badawczych i własnych pieniędzy. Poziom finansowania osiągnięty z tych źródeł to około 4,6 mln zł. Nie posiadamy aktualnie inwestora, ale jednym z udziałowców jest nasz inkubator, NETICTECH SA. Struktura udziałów: Piotr Pawałowski – 26%, NETICTECH SA – 23%, Sergiusz Zieliński – 20%, Piotr Szymaniak – 18%, Wojciech Kapsa – 13%.

MEDVC.EU SP. Z O.O.

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Głównym wskaźnikiem sukcesu jest EBITDA, która wzrosła w 2019 r. o około 40% w porównaniu z 2018 r.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Jesteśmy już obecni na rynkach Europy Zachodniej i planujemy ekspansję na rynki USA, Azji i Afryki. Wystawiamy się na targach branżowych, takich jak Medica w Dusseldorfie czy ArabHealth w Dubaju. Wystawiamy się też na kongresach medycznych, takich jak UEG Week, EAES Congress. Braliśmy też udział w spotkaniu Lake Nona Impac Forum na Florydzie w USA.

Czy jesteście aktualnie obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane umowy komercyjne (np. dystrybucyjne), zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.

MICROSCOPEIT SP. Z O.O.

www.microscopeit.com



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

AI/machine learning, AR/VR, dane medyczne, robotyka.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Usługi wykonania algorytmów AI na bazie danych medycznych (w szczególności danych obrazowych). Usługi wykonania modeli VR. Usługi programistyczne w projektach robotycznych w medycynie. Platforma do przeglądania i analizy slajdów histopatologicznych z wykorzystaniem algorytmów AI do wykrywania raka.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Szef zespołu R&D, szef start-upu medycznego.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Mamy bardzo wysokiej jakości zespół programistów o doświadczeniu naukowym.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Sprzedaż usług wykonania aplikacji i algorytmów AI.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Bootstrapping.



MICROSCOPEIT SP. Z O.O.

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), klienci.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Wzrost przychodów – ok. 20–30% rok do roku.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Naszymi głównymi klientami są firmy zagraniczne.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.

MOLECULE.ONE SP. Z O.O.

<https://molecule.one>



Molecule.one

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

SRP (*sales ready product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety, biotechnologia, AI/machine learning.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

System, który przyczynia się do szybszego wprowadzania leków na rynek dzięki przyspieszeniu procesu *drug-discovery* poprzez generowanie pełnego przepisu na stworzenie molekuly. Dedykowany dla firm zajmujących się syntezą organiczną, takich jak firmy farmaceutyczne.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Firmy farmaceutyczne i chemiczne. Decyzja jest podejmowana przez dział zakupów po rekomendacji chemików.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Jako pierwsi wykorzystujemy potencjał AI i danych publicznych. Nasz system jest ok. 100 razy szybszy niż rozwiązania konkurencji, a co najważniejsze – potrafi generować wyniki dla nowych, nigdy wcześniej niesyntezowanych związków chemicznych.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model dzieli się na dwa podstawowe strumienie. Saas – płatne za każde zakupione stanowisko. Enterprise – kierowane głównie do wielkich firm, jak Bayer, Merck etc. Umożliwia nam instalację systemu w infrastrukturze klienta i integrację z jego danymi wewnętrznymi.

MOLECULE.ONE SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł

Jakie macie źródła finansowania?

Prywatni inwestorzy/*business angels*, VC zagraniczne

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy od początku. Większość klientów znajduje się poza granicami Polski. Celujemy w USA, kraje Europy Zachodniej, jak Niemcy, Szwajcaria i cały region DACH. Azja i Indie również są potencjalnym kierunkiem.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie jesteśmy obecni komercyjnie. Rozmawiamy ze sporą liczbą firm, ale z uwagi na start komercyjny produktu trochę ponad miesiąc temu jeszcze nie mamy klientów.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, AI/*machine learning*, dane medyczne, udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy, edukacja, radiologia ortopedyczna.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Asystent sztucznej inteligencji częściowo automatyzujący pracę radiologa w diagnostyce ortopedycznej.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Decyzję zakupową podejmują szpitale, placówki medyczne zatrudniające radiologów i/lub ortopedów (np. dyrektorzy). Naszym użytkownikiem są lekarze radiolodzy oraz ortopedzi.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Obecnie nie ma na świecie oprogramowania wykorzystującego AI w ocenie posturografii, ocenie palucha koślawego oraz w planowaniu przedoperacyjnym osteotomii kolana, palucha oraz protez kolana.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Nie.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Będziemy licencjonować nasze rozwiązanie placówkom medycznym, tak aby mogli z niego korzystać zatrudnieni w nich lekarze radiolodzy i ortopedzi.

MSKAID SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Jesteśmy w fazie inkubacji przed oceną formalną i uzyskaniem dofinansowania na poziomie 1 mln zł. Aplikujemy o dalszy rozwój prac naukowo-badawczych – kwota rzędu 4–5 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Obecnie wychodzimy z MVP na rynek, odbywamy rozmowy z placówkami medycznymi, lekarzami, poszerzamy zakres zainteresowania naszym produktem (osób obserwujących).

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Za 3–5 lat. Najbliższe 2–3 lata chcemy dopracować produkt, by odpowiadał potrzebom klientów oraz był dopasowany do rynku. Jeżeli uzyskamy funkcjonujące oprogramowanie przetestowane na rynku polskim oraz uzyskamy certyfikat medyczny, skierujemy nasze oprogramowanie za granicę. Przede wszystkim do USA.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

MEDICAL SIMULATION TECHNOLOGIES SP. Z O.O.

www.mstech.eu

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Dane medyczne, edukacja, symulacja medyczna.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Pierwszym flagowym produktem spółki, który został opracowany i wdrożony, jest symulator echokardiografii przezprzetykowej (TEE). Jest to urządzenie, które pozwala szkolić i doskonalić wiedzę i umiejętności kardiologów oraz innych specjalistów wykonujących to badanie. Opracowane rozwiązanie stanowi również punkt wyjścia do dalszego rozwoju firmy w zakresie symulatorów dedykowanych do nauki interwencji mikroinwazyjnych wykonywanych pod kontrolą echokardiografii przezprzetykowej. Symulatory rozwijane przez MST są oparte na danych realnych pacjentów pozyskiwanych z tomografii komputerowej (CT).

Symulatory medyczne w obszarze serca przeznaczone są do prowadzenia szkoleń i warsztatów zarówno dla lekarzy specjalistów, lekarzy w trakcie specjalizacji, jak i studentów medycyny, którzy nieinwazyjnie mogą szlifować swoje umiejętności diagnostyczne w przedmiotowym zakresie.

Podstawową misją firmy MST jest potrzeba wsparcia lekarzy specjalistów w pogłębianiu umiejętności i wprawy w zakresie wykonywania badań i interwencji kardiologicznych. Nasze motto brzmi: *Doctor, don't let your patient be your training model!*

Z doświadczeń zdobytych podczas szkoleń organizowanych dla lekarzy wynika, że kilka godzin spędzonych przy symulatorze Mr TEE-moody (symulator TEE produkcji MST) zapewnia skokowy wzrost efektywności w przeprowadzaniu badania i odpowiada doświadczeniu, które zdobywa się po wykonaniu kilkudziesięciu prawdziwych badań.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym płacącym klientem jest szpital, uniwersytet medyczny, centrum symulacji medycznej, firma farmaceutyczna, firma med-tech. Użytkownikiem jest lekarz specjalista w trakcie specjalizacji w obszarze kardiologii, kardiologii inwazyjnej, kardiochirurgii, ewentualnie inni specjaliści wykonujący badanie TEE.

MEDICAL SIMULATION TECHNOLOGIES SP. Z O.O.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Symulatory rozwijane przez MST są oparte na danych realnych pacjentów pozyskiwanych z tomografii komputerowej (CT). Jesteśmy jedyną na świecie firmą, która zapewnia tak wysoki poziom realistycznego odwzorowania badania TEE z prawdziwymi detalami anatomicznymi. Dzięki temu możliwe jest wykorzystanie tej platformy obrazowania do symulacji zabiegów na bijącym ludzkim sercu.

Przewagą konkurencyjną firmy buduje także połączenie lekkiego i mobilnego hardware'u z wysokospecjalistyczną bazą danych licznych patologii serca, która jest i będzie stale rozwijana dzięki współpracy z najlepszymi ośrodkami medycznymi na całym świecie.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model biznesowy spółki oparty jest na 3 głównych kategoriach: 1) sprzedaż systemów do symulacji medycznej (*hardware* plus licencja na *software*) – TEE oraz mikroinwazyjne operacje serca; 2) licencja na oprogramowanie, *up-grade* systemu, nowe modele serca z patologiami na potrzeby wykorzystania w symulatorach medycznych, nowe użyteczności systemu (moduł warsztatowy, egzaminacyjny etc.); 3) prace B+R na zlecenie klientów zewnętrznych (głównie firmy med-tech wprowadzające na rynek nowe narzędzia do mikroinwazyjnych operacji serca – dedykowane symulatory). Dodatkowym źródłem dochodu dla spółki jest najem systemów symulacji TEE na potrzeby szkoleń/warsztatów dla lekarzy specjalistów w Polsce.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Bootstrapping.

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Liczba klientów, EBITDA.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Jesteśmy globalni od samego początku. Większość przychodów to eksport.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane umowy komercyjne (np. dystrybucyjne), zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.

NESTMEDIC/PREGNABIT SA

www.pregnabit.com

NESTMEDIC

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, *medical devices*.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Mobilne KTG – urządzenie + usługa interpretacji zapisów KTG.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientem jest szpital, lekarz/położna, a użytkownikiem kobiety w ciąży.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Jest to mobilne KTG do użytku domowego 24 godziny/7 dni w tygodniu, mające dokładnie takie same funkcje jak stacjonarne KTG.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Produkt kupuje lekarz/położna – płatność za urządzenie + usługę w abonamencie. Końcowym użytkownikiem jest pacjentka, która rozlicza się z lekarzem.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

2–5 mln zł.

NESTMEDIC/PREGNABIT SA

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Głównym wskaźnikiem jest liczba wykonanych badań, liczba pacjentek i lekarzy. Widoczny jest wzrost w 2019 r. w porównaniu z 2018 r.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Bierzemy udział w międzynarodowych targach, poszukujemy dystrybutorów – Europa, USA, Afryka.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane listy intencyjne, podpisane umowy komercyjne (np. dystrybucyjne).

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety, rehabilitacja, telemedycyna, dane medyczne, platforma internetowa (*marketplace*), udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy, edukacja, usługi dietetyczne, genetyka.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Obecnie naszym głównym produktem jest Indywidualny Raport Genetyczny, który zawiera opis predyspozycji genetycznych klienta na podstawie interpretacji 162 polimorfizmów w obszarach diety, sportu, zdrowia, metabolizmu leków i urody. Obecnie pracujemy również nad poszerzeniem naszej oferty o diagnostyczne testy genetyczne w obszarach onkologii czy też kardiologii, jak również spersonalizowane suplementy diety.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

W dużej części naszym klientem jest również użytkownik produktu (produkt kierowany jest obecnie przede wszystkim do klientów indywidualnych). Często jednak zdarza się, że klienci kupują raport genetyczny również dla swojej rodziny, np. partnerów czy dzieci. Model, nad którym obecnie pracujemy, jest skierowany także do klienta korporacyjnego.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Nasz obecny produkt wyróżnia się na tle konkurencji w kilku aspektach. Przede wszystkim jest to wyjątkowo szeroki zakres analizy w stosunku do przystępnej ceny. Przy zachowaniu konkurencyjnej ceny produktu nasz raport zawiera opis ponad 50 predyspozycji w stosunku do zazwyczaj kilku u konkurentów. Dodatkowo w procesie analizy pozyskiwanych jest znacznie więcej surowych danych (ponad 600 tys. rekordów) w stosunku do 1–13 u konkurencji. Bardzo ważnym punktem jest również wysoki stopień zautomatyzowania procesu dostarczania interpretacji za pomocą naszej autorskiej platformy, jak i wysokiej wygody dla użytkownika

końcowego, który może zamówić zestaw do pobrania próbki DNA pod dowolny adres i następnie zwrócić go w dowolnym momencie za pomocą darmowego kuriera zwrotnego.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Obecnie nasz model biznesowy opiera się na jednorazowej płatności. W przyszłości chcemy jednak wprowadzić szereg opcji oraz dodatkowych usług, które będą mogły być również sprzedawane w modelu subskrypcyjnym, np. suplementy przygotowane z uwzględnieniem predyspozycji, rozbudowa raportów o nowe predyspozycje. Końcowym użytkownikiem jest zazwyczaj klient indywidualny, który kupuje dla siebie usługę wykonania raportu predyspozycji genetycznych. Zdarzają się również sytuacje, w których jeden klient zamawia kilka raportów, np. dla każdego z członków swojej rodziny.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Prywatni inwestorzy/*business angels*, *crowdfunding*, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Obecnie koncentrujemy się na zwiększaniu liczby osób, które wykonały nasz raport. Szacujemy, że do końca 2019 r. przekroczymy próg 1500 dostarczonych raportów.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

W 2020 r. planujemy ekspansję zagraniczną, która będzie się opierała na przygotowaniu produktów oraz sklepu internetowego w innych wersjach językowych, a także podjęciu działań promocyjnych online.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

PAENTRA SP. Z.O.O

www.paentra.com

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

PoC (*proof of concept*) – wersja produktu, która pokazuje jego wykonalność. Nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

AI/machine learning, dane medyczne, edukacja, tool IT – samodzielna aplikacja IT.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Aplikacja mobilna i webowa, której zadaniem jest optymalizacja zlecanej przez lekarza farmakoterapii. System analizuje farmaceutyki pod kątem obecnych interakcji oraz proponuje ewentualną alternatywną metodę leczenia na podstawie danych pacjenta.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientem podejmującym decyzję zakupową jest szpital, przychodnia, placówka medyczna (w szczególności o charakterze internistycznym – POZ) oraz klient indywidualny. Użytkownikiem są lekarze.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Nasz program/aplikacja oprócz wykrywania samych interakcji proponuje lekarzowi alternatywny lek, dostosowany do parametrów pacjenta. Większość dostępnych na rynku rozwiązań ogranicza swoje działania do samego wykrywania i wyświetlania informacji o interakcjach.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Klient docelowy: szpital, przychodnia, placówka świadcząca usługi medyczne, klient indywidualny. Plan sprzedażowy: usługa będzie dostępna w modelu freemium, w celu rozpowszechnienia platformy i pozyskania niezbędnych danych weryfikujących klinicznie nasz produkt. Po uzyskaniu odpowiedniej liczby użytkowników oraz wiarygodności rynkowej firma rozpocznie sprzedaż w modelu B2B, na zasadzie udostępniania API oraz implementacji systemu w placówkach medycznych. Użytkownik końcowy: lekarz.



PAENTRA SP. Z.O.O

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Bootstrapping.

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, wygrana pieniężna w konkursach.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Aktualnie nie planujemy ekspansji zagranicznej.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, telemedycyna, *wearables* – nie wyroby medyczne.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Trening mięśni dna miednicy – rehabilitacja po ciąży i porodzie – prowadzony zdalnie, w warunkach domowych, ale pod opieką specjalisty medycznego.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym klientem jest zarówno użytkownik końcowy – kobieta mająca problem z dysfunkcjami dna miednicy, jak i specjalista (fizjoterapeuta) prowadzący prywatną praktykę.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Tylko PelviFly ma system teleopieki. Pozostałe rozwiązania ograniczają się do sprzedaży urządzenia. My na bazie doświadczeń wypracowaliśmy model ulokowania urządzenia jako narzędzia w rękach specjalistów do prowadzenia zdalnej terapii.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Płatność jednorazowa za urządzenie i później abonamenty miesięczne w różnej wysokości, w zależności od poziomu usługi (ćwiczenia podstawowe wsparte algorytmami lub ze wsparciem człowieka).

PELVIFLY SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Prywatni inwestorzy/*business angels*.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

250 tys. zł przychodów w 2018 r. W 2019 r. planujemy osiągnąć przychody na poziomie 400 tys. zł.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Mamy już dystrybutora w UK, prowadzimy pilotaż w Austrii i Włoszech, negocjujemy współpracę w Niemczech i Szwajcarii.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane umowy komercyjne (np. dystrybucyjne).

PIKTOREX SP. Z O.O.

www.piktorex.pl



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety, telemedycyna, *medical devices*, platforma internetowa (*marketplace*), udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy, edukacja, *tool IT* – samodzielna aplikacja IT.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Badania, leki, leki.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Korzystają apteki, firmy, lekarze, inni.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Duża rzesza odbiorców w branży.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

500 tys. – 1 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).



PIKTOREX SP. Z O.O.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Liczba użytkowników.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Działamy już w Grecji.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane listy intencyjne, podpisane umowy komercyjne (np. dystrybucyjne).

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety, biotechnologia.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Leczenie chorób autoimmunologicznych terapią komórkową TREG.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klient: szpital. Użytkownik: lekarz diabetolog, neurolog, reumatolog.

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

Zaawansowanie kliniczne oraz wyniki II fazy badania.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Rejestracja leku w EMA (Europejska Agencja Leków) i FDA (Agencja ds. Żywności i Leków).

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

10–20 mln zł.



POLTREG SA

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*, VC krajowe.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Tak, głównym wskaźnikiem jest cena akcji.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję zagraniczną poprzez sublicencje.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

PROKINETIC SP. Z O.O.

www.prokinetic.pl



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płaćących klientów.

W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, *medical devices*.



INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Innowacyjny system do rehabilitacji ruchowej (ISRR), nazwa handlowa Balancer System (<https://youtu.be/jlqBX3edXQU>).

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientami są instytucje medyczne – szpitale, domy opieki, centra rehabilitacji, sanatoria, gabinety rehabilitacji, kluby seniora, centra fitness dla seniorów. Użytkownikiem jest fizjoterapeuta.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Nasze urządzenie jako jedyne na rynku pozwala uwolnić rękę pacjenta podczas rehabilitacji. Obecnie w Polsce i Europie do rehabilitacji przeciwupadkowej używane są barierki, laski, balkoniki, które angażują rękę pacjenta i nie pozwalają na rozpoczęcie pełnej, funkcjonalnej rehabilitacji w krótkim czasie, bezpiecznie dla pacjenta, terapeuty i instytucji. Nasze urządzenie to pierwszy tego rodzaju produkt, który pozwala pacjentom ortopedycznym uwolnić się od lęku przed upadkiem i urazem, a jednocześnie pozwala wykonywać zaawansowane ćwiczenia.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Nasz produkt jest kupowany przez instytucje medyczne. Płatność jest jednorazowa, ale umożliwiamy również płatność w ratach lub leasingu (mamy podpisaną umowę z bankiem pozwalającą naszym klientom ubiegać się o leasing na preferencyjnych warunkach). Cena urządzenia jest natomiast na tyle przystępna, że większość klientów kupuje je za gotówkę lub płaci w 3 ratach.

PROKINETIC SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Start-up nie był dofinansowywany – opiera się na środkach założycieli oraz finansuje się z przychodów.

Jakie macie źródła finansowania?

Wzrost organiczny – finansowanie z przychodów.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Wzrost sprzedaży w tym roku o 20%. Obecnie w fazie rozwojowej liczba aktywnych, zadowolonych użytkowników jest dla nas podstawowym wskaźnikiem wzrostu.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

W najbliższym czasie planujemy działania na rynku ZEA i Niemiec.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

PROTEO SPÓŁKA CYWILNA

www.proteo.com.pl

PROTEO

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, *medical devices*, protetyka kończyn dolnych.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Proteza kończyny dolnej i związane z nią usługi – wymiana elementów i serwis.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Jednym z płatników jest NFZ (posiadamy kontrakt z NFZ od 2018 r.), jednak pokrywa on tylko część kosztów protezy. Resztę środków finansowych przekazuje pacjent (środki prywatne, PFRON, MOPS, fundacje, raty itp.). Użytkownikiem protezy jest osoba prywatna (pacjent po amputacji).

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

Jesteśmy jedyną firmą w Polsce, która całkowicie wdrożyła technologię druku 3D, modelowania komputerowego oraz skanu 3D do protetyki kończyn dolnych. Dzięki temu najważniejszy element protezy, czyli lej protezowy, może być bardziej komfortowy i funkcjonalny dla pacjenta, co przyspiesza rehabilitację. Jeśli chodzi o skalę globalną, to jesteśmy jedną z 3 takich placówek, które robią to w komercyjny sposób, nie korzystając ze starych konwencjonalnych metod (odlewy gipsowe). Prawdopodobnie jednak jako jedyni mamy podpisaną umowę z lokalnym funduszem zdrowia, przez co jest to dostępne dla każdego, nawet dla mniej zamożnych pacjentów.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

PROTEO (SPÓŁKA CYWILNA)

Opisz zwiąże wasz model biznesowy.

System jest oparty na refundacji i dodatkowych dofinansowaniach z PFRON oraz ze środków własnych pacjenta. Pracujemy nad optymalizacją tego modelu.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Otrzymaliśmy pożyczkę JEREMIE2 w kwocie 70 tys. zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Łódzka Agencja Rozwoju Regionalnego – JEREMIE2.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Tak, główny wskaźnik – przychód. Wykonujemy coraz droższe protezy w przeliczeniu na jednostkę. W 2018 r. przychód wyniósł ponad 500 tys. zł brutto, w 2019 r. wyniesie ponad 700 tys. zł brutto.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Skalowanie usługi wykonania protezy kończyny dolnej na inne kraje po opracowaniu odpowiedniego systemu (np. w ramach projektu B+R).

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płaćcych klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, AI/machine learning, dane medyczne, platforma internetowa (marketplace), tool IT – samodzielna aplikacja IT, systemy dziedziczne w radiologii (RIS, PACS, VNA, enterprise imaging).

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Zaawansowana platforma SaaS dla radiologii, teleradiologii i telekonsultacji.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Radiologia, teleradiologia: podmioty lecznicze świadczące usługi z zakresu radiologii i diagnostyki obrazowej (sieci diagnostyczne, szpitale, poradnie specjalistyczne), indywidualni specjaliści (USG, RTG), stomatolodzy, weterynarze, pacjenci. Telekonsultacje: lekarze specjaliści (różne specjalności), publiczne/niepubliczne ośrodki zdrowia (szpitale z SOR, instytuty onkologiczne, oddziały zabiegowe).

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Model SaaS, łatwość kreowania nowych usług B2B i B2C, wykorzystanie chmury obliczeniowej, wartość dodana dostarczana przez AI, kompleksowość rozwiązania, łatwość integracji, niskie koszty wdrożenia, skalowalność.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model SaaS, trzy plany abonamentowe dostosowane do segmentów klientów. Płatności w modelu miesięcznym bądź rocznym. W ramach jednej opłaty abonamentowej: dostęp do funkcjonalności systemu, niezbędny sprzęt, wsparcie, aktualizacje, wdrożenie, integracja. Możliwość rozszerzenia licencji zgodnie z potrzebami klienta.

RADPOINT SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

10–20 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie. Firma przygotowuje się obecnie do fazy szerokiej komercjalizacji.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

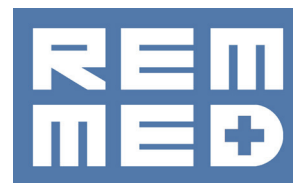
Pozyskanie lokalnych dystrybutorów zarówno sprzętu radiologicznego, jak i lokalnych dostawców i integratorów systemów medycznych (HIS).

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

REMMEDVR SP. Z O.O.

www.remmed.vision



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płaćących klientów.

W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, telemedycyna, *medical devices*, *AI/machine learning*, AR/VR, usługi diagnostyczne.



INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Telemedyczna platforma do zdalnych usług rehabilitacyjnych i diagnostycznych w VR. Na zestaw terapeutyczny składa się: oprogramowanie – zestaw angażujących ćwiczeń wzrokowych w formie gier terapeutycznych w VR, panel sterowania do zdalnego monitorowania, kontroli postępów i regulacji terapii, oraz sprzęt – pierwszy i jedyny na świecie, certyfikowany medycznie *headset* VR, wyposażony w *eye-tracking*, *6DOF hand-tracking*. Dzięki rozwiązaniu RemmedVR rodzice nie muszą dojeżdżać do gabinetu kilka razy w tygodniu, lekarze – po raz pierwszy w historii – mogą prowadzić domową terapię na podstawie obiektywnych danych, a młodzi pacjenci mogą grać we wciągające gry zamiast wykonywać niezrozumiałe ćwiczenia.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym klientem są ośrodki badania i rehabilitacji wzroku (szpitale, kliniki). Użytkownikiem produktu jest okulista, optometrysta, ortoptysta, terapeuta wzroku, a odbiorcą usługi – pacjent z zaburzeniami widzenia (zez i niedowidzenie).

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Przewaga usługi RemmedVR nad konkurencją: możliwość w pełni zdalnego leczenia wad wzroku, udostępnienie całego programu terapeutycznego do użytku domowego pod pełną kontrolą terapeuty, certyfikacja całego rozwiązania (sprzętu i oprogramowania), brak kosztów początkowych, które należy pokryć z góry – kliniki/terapeuci płaćą tylko wtedy, gdy pacjent korzysta z terapii, kliniki nie ponoszą żadnych kosztów implementacji rozwiązania RemmedVR dzięki rozliczeniu abonamentowemu za każdą sesję, pacjenci korzystający z terapii codziennie w domu wyleczą się 2–4 razy szybciej, niż stosując terapię stacjonarną w klinice 1–2 razy w tygodniu, terapia jest średnio 2 razy tańsza niż standardowa terapia wzroku i 4 razy tańsza

REMMEDEV SP. Z O.O.

niż terapia Vivid Vision, terapeuci obsługują zdalnie 4–6 razy więcej pacjentów niż stacjonarnie, zwiększając tym samym przychody.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Udostępniamy nasze rozwiązanie w modelu SaaS/HaaS. Kliniki nie muszą kupować od nas ani sprzętu, ani oprogramowania. Rozliczamy się jedynie za 15-minutową sesję terapeutyczną. W cenę wliczone jest wypożyczenie sprzętu, aktualizacje oprogramowania, ubezpieczenie, serwisowanie i szkolenie personelu. Pacjent może zarówno stosować terapię w klinice, jak i wypożyczyć sprzęt z oprogramowaniem do domu i wykonywać terapię pod pełnym zdalnym nadzorem terapeuty.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

10–20 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), VC krajowe, VC zagraniczne, prywatni inwestorzy/*business angels*, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Aktualnie najważniejszymi wskaźnikami są dla nas: liczba klinik korzystających z naszego rozwiązania oraz liczba pacjentów korzystających z terapii RemmedVR (rośnie ok. +50% miesięcznie).

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Obecnie, wraz z profesorem Rameshem S Ve z Manipal Academy of Higher Education, prowadzimy intensywne przygotowania w zakresie wprowadzenia usług RemmedVR na rynek indyjski i inne rynki azjatyckie.

W zakresie dalszego wprowadzania naszego rozwiązania na rynek europejski planujemy współpracować – poprzez naszych specjalistów do spraw sprzedaży – z lokalnymi dystrybutorami, którzy mają znacznie większe możliwości operacyjne i networkingowe, co pozwoli na sprawną i usystematyzowaną współpracę.

Indie i UK: otwarcie biur handlowych, lokalni partnerzy badawczy, edukacyjni i komercyjni (sieci szpitali okulistycznych, dystrybutorzy sprzętu okulistycznego, prywatne kliniki terapii wzroku).

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane listy intencyjne, podpisane umowy komercyjne (np. dystrybucyjne), zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.

RINGSMED SP. Z O.O.

www.ringsmed.pl (strona w trakcie budowy)



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

PoC (*proof of concept*) – wersja produktu, która pokazuje jego wykonalność, ale nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Opaska telemedyczna – certyfikowane urządzenie.

SOR (szpitalny oddział ratunkowy) – umożliwia triażowanie pacjentów, a także ma zastosowanie w warunkach domowych u pacjentów podlegających opiece telemedycznej. Opracowany produkt będzie stanowił uzupełnienie dla wprowadzanego/postulowanego przez Ministerstwo Zdrowia kolejowego systemu TOPSOR (zgodnie z rozporządzeniem Ministra Zdrowia z dnia 27 czerwca 2019 r. w sprawie szpitalnego oddziału ratunkowego) w zakresie: segregacji medycznej – pacjent otrzymuje numerek, a w ciągu maksymalnie kilkunastu minut także opaskę z kolorem określającym, jak pilny jest jego przypadek, dzięki czemu będzie informowany o przewidywanym czasie oczekiwania na wizytę w gabinecie lekarskim za pośrednictwem wyświetlaczy znajdujących się w poczekalni, a lekarze będą weryfikować ich stan i ewentualnie zmieniać ich triaż co określony interwał czasowy.

Ocena głównych parametrów życiowych pacjenta. Ciągły zapis w systemie szpitalnym zbieranych parametrów. W przypadku załamywania się stanu pacjenta możliwość podjęcia natychmiastowej interwencji przez lekarza/ratownika, docelowo możliwość wykorzystywania opaski również na oddziale szpitalnym – dla pacjentów tego wymagających.

DOM – produkt będzie przeznaczony dla pacjentów z niewydolnością serca (ok. 2 mln osób w Polsce), którzy powinni korzystać z regularnych konsultacji z lekarzem specjalistą. Obecnie pacjenci z niewydolnością serca (przy ciężkiej niewydolności serca – frakcja wyrzutowa poniżej 30% – urządzenia wszczepialne, populacja ok. 300 tys. pacjentów). Potencjalna grupa docelowa dla „opaski DOM” to 1,7 mln osób.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientami są: pacjenci, szpitale, Ministerstwo Zdrowia, NFZ, prywatne placówki medyczne, takie jak LUX MED itp.

RINGSMED SP. Z O.O.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Na tle nielicznej konkurencji wyróżnia nas innowacyjność.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model biznesowy zakłada przygotowanie niewielkich serii produktów opracowanych zgodnie z potrzebami klientów (kastomizacja produktów), co pozwoli na zachowanie odpowiedniej jakości oferowanych innowacyjnych produktów. Produkcja będzie realizowana u regionalnego dostawcy, z którym wspólnie realizujemy przedsięwzięcie.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

500 tys. – 1 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Jesteśmy na etapie tworzenia rozwiązania i produktu.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planowana jest ekspansja zagraniczna od 2024 r. na rynku Europy oraz w późniejszym terminie po otrzymaniu stosownych pozwoleń w USA.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

RSQ TECHNOLOGIES LLC

www.rsqtechnologies.com



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płaćących klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, *medical devices*, biotechnologia, *AI/machine learning*, AR/VR, dane medyczne, platforma internetowa (*marketplace*), *wearables* – nie wyroby medyczne, elektroniczna dokumentacja medyczna (EMR), zarządzanie kliniką (CIS), w ciągu najbliższego roku zarządzanie szpitalem (HIS).

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Opieka zdrowotna 2.0. Nasz system jest nowoczesną platformą, która realnie pozwala na wdrażanie inteligentnych rozwiązań opieki zdrowotnej. Z jednej strony skracamy czas wizyt, dając korzyści operacyjne, z drugiej pozwalamy medykom korzystać z wysokości ich EMR z inteligentnych urządzeń i sztucznej inteligencji. Najbardziej dumni jesteśmy z faktu, że wprowadzenie wysokiej jakości dokumentacji medycznej zajmuje medykom mniej niż 3 minuty na wizytę – badania rynkowe wykonane przez Harvard wykazują, że średnio na każde 15 minut z pacjentem lekarz kolejne 30 minut wprowadza dokumentację. Skracamy ten czas 10-krotnie. Wiemy to dzięki naszej bazie 2000 użytkowników RSQ Physio i dedykowanego wdrożenia naszego rozwiązania do Rehasport Clinic – jednej z 50 najlepszych sieci ortopedycznych na świecie z certyfikatem FIFA Center of Medical Excellence.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Chmurowe produkty: fizjoterapeuci w RSQ Physio (2000+), kliniki w RSQ Clinic (400+). Dedykowane wdrożenia: Rehasport Clinic – wspieramy całą sieć kilkuset lekarzy i fizjoterapeutów jednego z największych graczy ortopedycznych polskiej opieki zdrowotnej.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Jakość, przyjazność, praca w społeczności – identyfikujemy się z naszymi użytkownikami i dla nich żyjemy. Poza prostymi metrykami, jak skracanie czasu wizyt, możemy się pochwalić pozytywnym wizerunkiem genialnej młodej firmy, która szanuje ludzi, dla których pracuje. Jeśli ktoś zna rynek polskiej opieki zdrowotnej (albo światowej), ten wie, że takich firm jest bardzo niewiele. Główni gracze co rusz pokazują, jak bardzo nie obchodzi

RSQ TECHNOLOGIES LLC

ich osoba dostarczająca zdrowie. Szanujemy i kochamy ludzi, którzy z nami pracują i korzystają z naszych produktów, i pracujemy z misją, by pomagać im pomagać swoim podopiecznym. Widzimy, że jest to nasza absolutnie unikalna i najwartościowsza cecha. Jak unikatowa, pokazują dane z Harvard – drugą przyczyną wypalenia zawodowego jest dokumentacja medyczna. Ta przyczyna znajduje się pomiędzy starzeniem się a biurokracją. Co drugi lekarz/lekarka mierzy się z wypaleniem w swoim życiu i mamy dane, że dotychczasowe oprogramowanie wprowadzone w latach 90. zabija ludzi, którzy mają nam pomagać. Rozpoczęliśmy RSQ, by medycy mogli z uśmiechem patrzeć na system, z którym spędzają sporą część swojego dnia.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Nasz produkt chmurowy jest obecnie bezpłatny i taki pozostanie przez najbliższe kilka miesięcy, później rozpocznie się model subskrypcyjny. Nasz produkt *on premise* jest sprzedawany licencyjnie, dochodzi koszt wdrożenia, a na koniec miesięczne utrzymanie w infrastrukturze klienta. Wiedząc, że medycy chcą tylko, żeby wszystko funkcjonowało sprawnie, oferujemy też usługę IT Support obejmującą bieżące wsparcie użytkowników, zarządzanie infrastrukturą IT, obsługę PACS, Active Directory itd. Jesteśmy w pełnym spektrum firmą pomagającą w IT medycznym.

FINANSE

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Tak, wykazujemy wzrost.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Już ją rozpoczęliśmy. Pierwsza osoba już pracuje w San Diego. Mamy także listy intencyjne z Indii od inwestora, który chce, żebyśmy przetłumaczyli system na tamtejszy rynek. Prowadzimy również rozmowy z kilkoma firmami z USA oraz z Ministerstwem Zdrowia w Katarze.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane listy intencyjne.

SAVENTIC HEALTH SP. Z O.O.

www.saventic.com



SAVENTIC

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Badania laboratoryjne, AI/*machine learning*, dane medyczne, udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Tworzymy algorytmy sztucznej inteligencji, eksperckie, w celu wczesnej diagnostyki i monitoringu pacjentów z chorobami onkologicznymi oraz chorobami rzadkimi. Danymi wejściowymi do algorytmów są pełne dane medyczne, takie jak: wyniki badań laboratoryjnych, informacje opisowe z badań obrazowych, informacje z wywiadu przedmiotowego oraz podmiotowego, przyjmowane leki czy rozpoznania.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym klientem są pacjenci, przychodnie, ubezpieczyciele lub firmy prowadzące badania kliniczne.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Metodyka pozyskiwania danych medycznych oraz skuteczność algorytmów.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model biznesowy różni się w zależności od finalnego klienta. W największym stopniu będzie oparty na modelu *freemium* oraz *pay-per-use* (*pay per feedback*) i/lub *success fee* od korzyści finansowych.

SAVENTIC HEALTH SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Bootstrapping.

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów), granty komercyjne, prywatni inwestorzy/business angels.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nasz start-up ma kilka miesięcy, więc jest za wcześnie na takie analizy.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Tak, planujemy ekspansję zagraniczną. Będzie to najprawdopodobniej IV kwartał 2020 r. i chcemy pozyskiwać partnerów bezpośrednio z sektora ochrony zdrowia. Jesteśmy już częściowo obecni na największych konferencjach/targach na świecie i robimy rozeznanie rynków. Pod koniec 2020 r. powinniśmy już aktywnie się prezentować i szukać klientów za granicą.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Medical devices, biotechnologia.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

inPROBE – mikrosonda do diagnostyki nowotworów piersi.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Płacącym klientem będzie szpital onkologiczny, a użytkownikiem chirurg onkolog lub radiolog albo diagnosta (w zależności od specyfiki danego kraju).

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Badanie *in vivo* i rezultaty w czasie rzeczywistym. Brak konieczności przeprowadzania biopsji. Wyniki w 15–20 minut. Wysoka czułość badania. Badanie bez fragmentowania guza – wystarczy zbliżyć się do guza pod kontrolą USG. Obiektywne wyniki z wartością liczbową. Lepszy dobrostan pacjenta – brak oczekiwania na wynik, możliwe natychmiastowe zastosowanie celowanego leczenia.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model biznesowy zakłada 4 obszary: 1) przychody z samego urządzenia medycznego: dystrybutorzy B2B i partnerzy strategiczni, sprzedaż urządzeń i części zamiennych rusza w 2021 lub 2022 r., 2) współpraca z Big Pharma: skalowanie i współtwórcy korowej technologii, licencja i tantiemy ze współtworzonych technologii, 3) współpraca z medycznymi korporacjami technologicznymi: skalowanie i współtwórcy korowych technologii (np. endoskopia), licencja i tantiemy ze współtworzonych technologii, 4) M&A: współpraca z innowacyjnymi start-upami i projektami naukowymi z regionu CEE, budowanie mocnego zespołu R&D dla innych projektów.



SDS OPTIC SA

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Powyżej 20 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*, VC krajowe.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Na obecnym etapie wskaźnikiem sukcesu jest realizacja projektu R&D zgodnie z harmonogramem i pozytywne wyniki badań klinicznych.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję zagraniczną po zakończeniu badań klinicznych i uzyskaniu certyfikacji CE oraz dopuszczenia przez EMA/FDA.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane listy intencyjne.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płacących klientów.

W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, *medical devices*, diagnostyka.



INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Szybkie, ultraczułe i proste w obsłudze narzędzie diagnostyczne.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym klientem jest lekarz pierwszego kontaktu, szpital, przychodnia, a użytkownikiem – pacjent.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Nasze urządzenie jest tak precyzyjne jak obecnie najczulsze na rynku i uznawane za złoty standard urządzenia *real-time* PCR, a jednocześnie tak niedrogie i proste w obsłudze, jak testy kasetkowe (które z kolei są mało precyzyjne).

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Końcowym użytkownikiem jest pacjent. My sprzedajemy produkt na rynek profesjonalny – do kliniki, lekarzy pierwszego kontaktu, szpitali. Nasz model opiera się na tzw. modelu *razor-razorblade*, tzn. udostępniamy czynnik i sprzedajemy jednorazowe czujniki.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Powyżej 20 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), inwestorzy branżowi.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Obecnie mamy pilotażowe wdrożenie, trudno więc mówić o wzroście.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję zagraniczną w kolejnym sezonie grypowym. Chcemy skupić się najpierw na rynkach europejskich, potem azjatyckich i USA. Poszukujemy partnerów branżowych, którzy pomogą nam utożyć modele sprzedaży na poszczególnych rynkach.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

SENSORIUMLAB SP. Z O.O.

www.sensoriumlab.com



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

PoC (*proof of concept*) – wersja produktu, która pokazuje jego wykonalność, ale nie spełnia jeszcze podstawowych wymagań klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, *medical devices*.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

System telemedyczny do diagnostyki wysięku optucowego u pacjentów ambulatoryjnych.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klient – płatnik za usługi medyczne, użytkownik – pacjent.

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

Zastosowanie naszego systemu umożliwia prowadzenie diagnostyki i monitorowanie obecności wysięku optucowego w warunkach domowych przez pacjentów (nie jest wymagana obecność lekarza). Pozwala to na skrócenie czasu hospitalizacji, zmniejszenie liczby wizyt w gabinetach lekarskich po hospitalizacji oraz zmniejszenie liczby przyjęć szpitalnych w trybie nagłym z powodu wysięku optucowego.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Będziemy sprzedawać usługę monitorowania pacjentów, płatną miesięcznie wspólnie przez pacjenta i płatnika za usługi medyczne.

SENSORIUMLAB SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

500 tys. – 1 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie mamy sprzedaży.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy od 2021 r., najpierw Unia Europejska, później USA.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

System monitorowania niemowląt i małych dzieci z wykorzystaniem urządzeń mobilnych składający się z: 1) pulsoksymetru mocowanego na stopę, 2) termometru mocowanego na ramię, 3) stacji bazowej zbierającej dane z urządzeń z możliwością integracji z systemami szpitalnymi, 4) aplikacji na telefon z systemem Android zbierającej dane z urządzeń – aplikacja umożliwia ustawienie progowych parametrów, po których przekroczeniu aplikacja uruchamia alarm (np. wzrost temperatury powyżej danej wartości).

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Szpitalne oraz klienci indywidualni.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Na podobnej zasadzie do naszego rozwiązania działają urządzenia ubieralne, ale umieszczane na śpioszkach, np. Mimo Onesie, MONBWHITE1, MonBaby, lub pod pieluszką, np. Snooza. Rozwiązania te jednak umożliwiają monitorowanie tylko jednego dziecka na smartfonie. Podobnie wygląda sytuacja w przypadku sensorów pulsu i saturacji, które umieszcza się na kończynach dolnych dzieci, np. Fisher-Price Sproutling Smart Sleep Wearable Baby Monitor. Bardziej zaawansowanym systemem jest Owlet Sock – Smart Sock 2 Baby Monitor, który pozwala na monitorowanie oddechu i pulsu za pomocą sensora umieszczonego w tekstronicznej skarpecie. System ten posiada również stację bazową, jednakże pracującą wyłącznie w trybie Bluetooth, bez możliwości podłączenia do zewnętrznych systemów i oferującą relatywnie mały zasięg monitorowania w porównaniu z technologią wi-fi.

SMARTCARE.NETWORK SP. Z O.O.

Nasze rozwiązanie zapewnia kompleksowy nadzór nad dzieckiem w zakresie monitorowania temperatury oraz oddechu i natlenienia krwi. Aplikacja na telefonie pozwala na jednoczesne monitorowanie do 8 urządzeń (4 dzieci). Dzięki zastosowaniu stacji bazowej można monitorować jednocześnie do 16 urządzeń (8 dzieci). Dodatkowo posiadamy aplikację serwerową, która umożliwia podłączenie nieograniczonej liczby stacji bazowych – umożliwia to jednoczesne monitorowanie nieograniczonej liczby dzieci.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Nie.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Poniżej 500 tys. zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Nie.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Liczba użytkowników jest naszą główną metryką wzrostu.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Tak, planujemy nawiązać współpracę z zagranicznymi partnerami.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane listy intencyjne.

SMARTMEDICS SP. Z O.O.

www.smartmedics.pl



Smart Medics

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, telemedycyna, *medical devices*, *AI/machine learning*, dane medyczne.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Innowacyjny system SmartMedics – produkt firmy to zestaw 18-odprowadzeniowego Patcha EKG zintegrowanego z bezprzewodowym modułem EKG i dedykowaną aplikacją mobilną. Unikalny Patch zawiera w sobie wszystkie niezbędne do wykonania EKG elektrody, co stanowi znaczące ułatwienie przy wykonywaniu jednego z najbardziej podstawowych i powszechnie stosowanych badań medycznych. Produkt SmartMedics wyróżnia kilka unikalnych funkcjonalności: całkowity brak kabli, transparentność dla promieni rentgenowskich, a także wysoka rozciągliwość, co sprawia, że jest to produkt unikalny w skali globalnej. System elektrod SmartMedics docelowo może być także wykorzystywany do realizacji badań Holtera czy prób wysiłkowych (*cardiac stress test*). Dodatkowo, w przyszłości system będzie zintegrowany z mobilną aplikacją, dzięki której możliwe będzie stałe monitorowanie wyników zdrowotnych oraz np. konsultacje z lekarzem online. System ma także możliwości zastosowania w rozwiązaniach dla pacjentów przechodzących rehabilitację oraz telerehabilitację kardiologiczną.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszymi płaćącymi klientami są szpitale, oddziały ratunkowe, ubezpieczyciele, firmy farmaceutyczne oraz firmy branżowe. Użytkownikami produktu są pacjenci, personel medyczny oraz osoby prowadzące badania kliniczne.

SMARTMEDICS SP. Z.O.O

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

Patch SmartMedics to rewolucja z perspektywy pacjenta. Po pierwsze, brak kabli znacząco zwiększy komfort badania EKG, a także sprawi, że elektrody nie będą się przesuwać, bo będą umieszczone w jednym Patchu. Pozwoli to zarówno na komfortowe wykonanie badania EKG w szpitalu, jak i codzienną aktywność np. przy badaniu Holtera lub telerehabilitacji kardiologicznej. To znacząca przewaga nad istniejącą konkurencją. Po drugie, technologia firmy SmartMedics nie powoduje żadnych podrażnień skóry i jest całkowicie bezpieczna dla pacjenta, co jest szczególnie istotne przy noszeniu elektrody przez dłuższy czas, np. 24 godziny. Technologia przygotowana przez SmartMedics pozwala także znacząco zmniejszyć ryzyko zakażenia pacjenta podczas pobytu w szpitalu. Wynika to z faktu, że patch SmartMedics jest bezprzewodowy, tymczasem tradycyjne EKG wykorzystuje wiele kabli, które są nośnikiem bakterii, często powodujących szpitalne zakażenia krzyżowe. Co szczególnie istotne w kontekście produktu SmartMedics, aż 20% ataków serca nie jest możliwych do wykrycia przy wykorzystaniu tradycyjnego 12-odprowadzeniowego EKG. Zastosowanie na szeroką skalę systemu opartego na 18-odprowadzeniowym EKG znacząco ułatwi procedurę badania i w konsekwencji przyczyni się do zwiększenia wykrywalności potencjalnych zawałów serca. Do tej pory na rynku nie istnieją podobne rozwiązania, które umożliwiłyby jednoczesny zapis wszystkich 18 odprawień.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Nie.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

5–10 mln zł

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), VC zagraniczne

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Nie dotyczy.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję zagraniczną w ciągu kolejnych 6 miesięcy.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

W trakcie podpisywania umowy z dwoma partnerami strategicznymi w USA.

STETHOME SP. Z O.O.

StethoMe.com



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płaćących klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna, *medical devices*, *AI/machine learning*, dane medyczne.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

StethoMe® to firma skoncentrowana na rozwoju sztucznej inteligencji w sektorze ochrony zdrowia oraz telemedycynie. Tworzymy unikalny system do osłuchiwania płuc i serca. Naszym produktem jest elektroniczny stetoskop współpracujący z dedykowaną aplikacją oraz specjalnie zaprojektowanymi algorytmami AI – StethoMe® AI. Za pomocą StethoMe® można osłuchać pacjenta o każdej porze, zarówno w warunkach domowych, jak i w każdym innym dogodnym miejscu, w tym w placówce ochrony zdrowia, a nagrania przestać do lekarza w celu dalszego procedowania, postawienia diagnozy bądź wydania zaleceń. Algorytmy StethoMe® AI (wykrywające nieprawidłowości w układzie oddechowym dzieci) i stetoskop posiadają certyfikat medyczny (CE 2274) kategorii 2a przyznawany urządzeniom medycznym. To pierwsza taka certyfikacja na świecie.

Aktualnie rozwijamy algorytmy AI wykrywające nieprawidłowości w układzie oddechowym u dorosłych oraz algorytmy AI dla chorób sercowo-naczyniowych. Algorytmy AI automatycznie wykrywają patologiczne dźwięki z dokładnością wyższą niż lekarska, co pozwala na zwiększenie skuteczności diagnostycznej.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Płaćącymi klientami są firmy telemedyczne, jednostki kliniczne, firmy ubezpieczeniowe i technologiczne, a także publiczne organizacje i podmioty. Użytkownikiem produktu jest zarówno pacjent, jak i lekarz (np. pulmonolog/pediatra/POZ).

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Dzięki algorytmom AI i ich skuteczności jesteśmy w stanie wesprzeć lekarzy w diagnozie. Algorytmy StethoMe® AI są o 29% skuteczniejsze niż pulmonolodzy w wykrywaniu dźwięków patologicznych

STETHOME SP. Z O.O.

spowodowanych infekcjami płuc, astmą, POChP itp. Co więcej, StethoMe® AI są o 49% bardziej dokładne niż lekarze podstawowej opieki zdrowotnej w wykrywaniu patologicznych szmerów serca.

Dzięki systemowi weryfikacji jakości badanie stetoskopem można wykonać samodzielnie w domu tak samo precyzyjnie jak lekarz. Dwoma podstawowymi funkcjonalnościami systemu jest kontrola hałasu oraz kontrola jakości nagrań. W przypadku pierwszej StethoMe® informuje o zbyt dużym hałasie w pomieszczeniu, przerywając nagranie do momentu ustania zakłócenia. Natomiast kontrola jakości nagrań opiera się na algorytmach sztucznej inteligencji, które weryfikują poprawność wykonania badania.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Współpracujemy w modelu B2B2C głównie z partnerami europejskimi, w ramach projektów pilotażowych oraz integracji technologii. Naszymi partnerami są firmy telemedyczne, jednostki kliniczne, firmy ubezpieczeniowe i technologiczne, a także publiczne organizacje i podmioty. Produkt dostępny jest w dwóch modelach sprzedaży – StethoMe® *as a service* i *pay per use*.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

10–20 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*, VC krajowe, VC zagraniczne.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Liczba zintegrowanych partnerów rośnie o kilkanaście firm miesięcznie i jest to obecnie wskaźnik, na którym najbardziej się koncentrujemy.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Koncentrujemy się głównie na rynkach zagranicznych – europejskich. Planujemy ekspansję poprzez udziały w wybranych imprezach branżowych (minimum jeden event w miesiącu) oraz poprzez bezpośredni kontakt i spotkania z partnerami z Europy Zachodniej.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.

SUPERWNUK

<http://superwnuk.pl/>



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

MVP (*minimum viable product*) – wersja produktu, która ma wystarczające funkcjonalności, aby spełnić oczekiwania pierwszych klientów i zapewnić feedback dla dalszego rozwoju produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Platforma internetowa (*marketplace*), usługi senioralne.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Superwnuk to interfejs służący do umawiania i zarządzania usługami dla seniorów. Superwnuk łączy usługobiorców (seniorów i ich rodziny) z usługodawcami (indywidualnymi opiekunami, firmami i instytucjami, które świadczą usługi na rzecz seniorów). Celem jest umożliwienie łatwego i bezpiecznego znajdowania, umawiania i zarządzania opieką dla seniorów. Superwnuk składa się z: platformy internetowej, aplikacji mobilnej na Androida oraz iOS. Z perspektywy seniora Superwnuk to prosta platforma internetowa umożliwiająca dostęp do szerokiego zakresu opieki i dedykowanych usług. Dla rodziny seniora Superwnuk to narzędzie umożliwiające zamawianie usług oraz bieżącą kontrolę nad ich wykonaniem. Usługodawcy dzięki Superwnuk otrzymują narzędzie ułatwiające dotarcie do nowych klientów oraz zarządzanie swoją ofertą usługową.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym klientem są osoby starsze oraz ich rodziny. Użytkownikiem są usługobiorcy (seniorzy + ich rodziny) oraz usługodawcy: indywidualni opiekunowie, firmy i instytucje świadczące usługi dla seniorów.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Inteligentne algorytmy dopasowujące usługi. Łatwiejszy kontakt z usługodawcami (aplikacja mobilna). Weryfikacja usługodawców + kontrola bezpieczeństwa przez aplikację. Płatności mobilne. Usługi „szybkie”, bez wcześniejszego planowania (np. w ciągu godziny). Nie tylko opieka – rozwijamy także inne usługi nieopiekuńcze dla seniorów (np. organizacja czasu wolnego).

SUPERWNUK

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Model B2B oraz B2C. Głównym źródłem przychodów firmy jest prowizja pobierana od wartości każdej usługi umówionej za pośrednictwem platformy. Początkowo planujemy prowizję na poziomie 5%, żeby nie wpłynąć znacząco na koszt usług. Chcemy, żeby Superwnuk dzięki niskiej marży w pierwszym okresie działalności możliwie szybko uzyskał krytyczny dla funkcjonowania platformy poziom użytkowników. Zakładamy, że po pierwszym okresie funkcjonowania dostosujemy prowizję do sytuacji na rynku. Na dłuższą metę planujemy wprowadzenie subskrypcji za dostęp do platformy. Chętnie skorzystalibyśmy ze wsparcia w zakresie dopracowania modelu biznesowego.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Bootstrapping

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Platforma nie jest jeszcze dostępna komercyjnie. Po uruchomieniu głównym wskaźnikiem będzie liczba aktywnych użytkowników oraz wartość umówionych usług.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Ekspansję zagraniczną planujemy dopiero po wprowadzeniu usługi na polskim rynku.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

SYGNIS SP. Z O.O.

<https://sygnis.pl/bio>

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Medical devices, biotechnologia, edukacja.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Specjalistyczne rozwiązania laboratoryjne.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym płacącym klientem jest uczelnia, a użytkownikiem naukowiec.

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

Nasze rozwiązania są konkurencyjne cenowo. Jako jedyni w Polsce nie tylko dostarczamy urządzenia, oferujemy szkolenia i doradzamy na każdym etapie wdrożeń nowych technologii, lecz także prowadzimy własne prace badawczo-rozwojowe na potrzeby własne i we współpracy z partnerami, np. Fundacją Badań i Rozwoju Nauki.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Nie.

SYGNIS SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Nie.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Wykazujemy wzrost. Wskaźnikiem są przychody, które z miesiąca na miesiąc rosną, a także liczba użytkowników, którzy korzystają z naszych rozwiązań.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Prowadzimy ekspansję przez oferowanie naszych usług bezpośrednio w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.

TELEMEDICO SP. Z O.O.

telemedi.co



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Telemedycyna.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Platforma telemedyczna.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientami – firmy ubezpieczeniowe, szpitale, przychodnie. Korzystają lekarze i pacjenci.

Co wyróżnia was na tle konkurencji? W czym jesteście istotnie lepsi od innych podobnych lub obecnie używanych rozwiązań na rynku?

Mamy kilkadziesiąt sprawdzonych wdrożeń B2B; dyżury lekarskie 24/7; 1 godzina na konsultację z lekarzem pierwszego kontaktu.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Płatność za technologię lub płatność za konsultację.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

5–10 mln zł.



TELEMEDICO SP. Z O.O.

Jakie macie źródła finansowania?

VC krajowe, VC zagraniczne, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Nie.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Wzrost liczby konsultacji.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Siedem krajów, lokalni country managerowie.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.

UNITDOSEONE SP. Z O.O.

www.unitdoseone.com

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płaćących klientów.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Pharma/suplementy diety, robotyka.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Automatyczna apteka szpitalna, która redukuje pomyłki lekowe o 99,99% i likwiduje kradzieże leków.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Dyrektor szpitala, kierownik apteki.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Modułowe rozwiązanie, które pozwala nam sprzedawać usługę do każdego szpitala, podczas gdy nasi konkurenci sprzedają tylko do największych – ogranicza ich technologia.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Wynajem, sprzedaż bezpośrednia lub przy pomocy dystrybutorów.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

5–10 mln zł.



UNITDOSEONE SP. Z O.O.

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Tak. Głównym wskaźnikiem jest zysk.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Podpisaliśmy już pierwszy kontrakt w USA.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Mamy podpisane umowy komercyjne (np. dystrybucyjne).

UPACJENTA SP. Z O.O.

Upacjenta.pl



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, telemedycyna, badania laboratoryjne, *AI/machine learning*, dane medyczne, platforma internetowa (*marketplace*), udzielanie świadczeń zdrowotnych (profilaktyka, diagnostyka, leczenie) jako podmiot leczniczy.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Platforma internetowa, która umożliwia zamówienie usług medycznych prosto do domu. W tym momencie świadczymy głównie domowe badania laboratoryjne oraz konsultacje wyników badań. Niedługo przez naszą platformę będzie można zamówić do domu wizytę lekarską oraz fizjoterapię. Działamy operacyjnie w 20 największych miastach w Polsce.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Pacjenci, *fee for service* oraz firmy (profilaktyczne akcje badań w biurze).

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Dostarczamy usługi medyczne wysokiej jakości do domu pacjenta w nowoczesny sposób, poprzez zamówienie internetowe. Inne firmy z branży nie realizują tych usług w tak skalowalny i łatwy dla pacjenta sposób.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Fee for service – pacjenci lub firmy.

UPACJENTA SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

2–5 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), prywatni inwestorzy/*business angels*, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Nie.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Liczba zrealizowanych usług oraz przychód firmy. Ten wskaźnik wyniósł 6 razy więcej, porównując rok 2018 z rokiem 2019.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Tak, poprzez przyglądanie się różnym rynkom i partnerstwa z firmami z Polski istniejącymi na innych rynkach.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

USECRYPT SA

<https://usecrypt.com>



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Dane medyczne, *tool IT* – samodzielna aplikacja IT.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Posiadamy dwie aplikacje: UseCrypt Safe – do szyfrowania plików medycznych i szyfrowanej chmury wraz z możliwością wysłania bezpiecznych maili, zgodnie z RODO, a także UseCrypt Messenger – do szyfrowanej komunikacji.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszymi klientami są firmy o różnym profilu działalności, szpitale, w których z rozwiązania korzysta personel biaty i administracja.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Technologia HVKM – unikalna na skalę światową technologia podziału prywatnego klucza asymetrycznego RSA.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Istnieje kilka możliwości nabycia produktu – subskrypcja miesięczna bądź też płatność jednorazowa, w zależności od upodobań klienta.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Powyżej 20 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Prywatni inwestorzy/*business angels*, VC krajowe, VC zagraniczne, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Wskaźnikiem sukcesu jest dla nas liczba aktywnych użytkowników.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Planujemy ekspansję poprzez poszukiwanie dystrybutorów na rynkach zagranicznych – Europa Zachodnia, USA.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Podpisane umowy komercyjne (np. dystrybucyjne), zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego.

VR TIERONE SPÓŁKA JAWNA

www.vrtierone.com



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Etap komercjalizacji – mamy pierwszych płaćących klientów.

W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, *medical devices*, dane medyczne.



INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Kompletne rozwiązanie terapeutyczne (*software* i *hardware*) wspierające rehabilitację pacjentów po udarze mózgu, z chorobami sercowo-naczyniowymi oraz dotkniętych depresją i stanami lękowymi.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Tak.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Nasi klienci to szpitale, domy opieki, prywatne kliniki oraz psychoterapeuci. Użytkownikami zaś są odpowiednio rehabilitanci, fizjoterapeuci, psycholodzy i psychoterapeuci.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Zastosowanie naszego rozwiązania u określonej grupy pacjentów obniża poziom lęku o 28% oraz poziom depresji o 37% w porównaniu z pacjentami niestosującymi VR TierOne.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

W większości opieramy się na płatności jednorazowej, ale stosujemy także model mieszany, czyli część wpłaty przy zakupie, część w systemie ratalnym.

VR TIERONE SPÓŁKA JAWNA

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

2–5 mln zł

Jakie macie źródła finansowania?

Granty (NCBiR, PARP, PFR, dotacje UE itp.), wzrost organiczny (finansowanie z przychodów)

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Nie.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Ze względu na początek komercjalizacji produktu jedynym wskaźnikiem jest rezerwacja wszystkich urządzeń prototypowych – 5 szt.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Rozpoczynamy ekspansję na rynek niemiecki, jesteśmy w trakcie negocjowania umowy z kancelarią prawną z Niemiec. Kolejny krok to analogiczna umowa z kancelarią brytyjską. Równolegle rozpoczynamy współpracę z WCTT w zakresie poszukiwań partnerów w Europie, ale także na rynkach nieco odleglejszych. Podobny kierunek obraliśmy, rozpoczynając rozmowy z PAIH.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

WEZWIJ DOKTORA – P2 MED SP. Z O.O.

Wezwijdoktora.pl



INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Rehabilitacja, telemedycyna, platforma internetowa (*marketplace*), udzielanie świadczeń zdrowotnych jako podmiot leczniczy.

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Wizyta domowa oraz platforma internetowa.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientem jest zarówno klient indywidualny – pacjent, lekarz oraz placówka medyczna, firma ubezpieczeniowa. Produkt kupuje pacjent, lekarz, firma ubezpieczeniowa, klinika – jesteśmy zarówno właścicielem platformy, jak i podmiotem leczniczym. Gdy klientem jest pacjent, dokonuje on płatności jednorazowej, w dalszym rozwoju subskrybuje miesięczny pakiet usług. Gdy klientem jest lekarz, dostarczamy mu pacjentów, zapewniamy kontakt z pacjentem, obowiązuje wtedy umowa, a Wezwijdoktora.pl pobiera prowizję za usługę. Gdy klientem jest placówka lub firma ubezpieczeniowa, jesteśmy kontrahentem, podwykonawcą usług – wizyt domowych. Użytkownikiem usługi jest więc jednocześnie pacjent oraz lekarz.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Marka, którą stworzyliśmy, jest rozpoznawalna wśród klientów oraz polecana przez lekarzy. Dostosowaliśmy nasz produkt do polskiego rynku, nie odtwarzamy ścieżek firm działających na rynku rosyjskim czy amerykańskim. Posiadamy wiele opcji umów i wariantów współpracy z lekarzami, które pozwalają nam w pełni wykorzystać czas pracy call center oraz dyżurów lekarzy.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

WEZWIJ DOKTORA – P2 MED SP. Z O.O.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Produkt kupuje pacjent, lekarz, firma ubezpieczeniowa, klinika – jesteśmy zarówno właścicielem platformy, jak i podmiotem leczniczym. Gdy klientem jest pacjent, dokonuje on płatności jednorazowej, w dalszym rozwoju subskrybuje miesięczny pakiet usług. Gdy klientem jest lekarz, dostarczamy mu pacjentów, zapewniamy kontakt z pacjentem – obowiązuje wtedy umowa, a Wezwijdoktora.pl pobiera prowizję za usługę. Gdy klientem jest placówka lub firma ubezpieczeniowa, jesteśmy kontrahentem, podwykonawcą usług – wizyt domowych. Użytkownikiem usługi jest więc jednocześnie pacjent oraz lekarz.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

Bootstrapping

Jakie macie źródła finansowania?

Bootstrapping, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów), inkubator przedsiębiorczości, wsparcie w wynajmowaniu biura

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Tak. Zwiększa się liczba lekarzy, z którymi współpracujemy, w każdym roku planujemy podpisywanie nowych umów. Zwiększa się również liczba pacjentów, jednakże wzrost jest zależny od sezonu infekcyjnego, dlatego porównujemy ze sobą te same miesiące poszczególnych lat.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Bierzemy pod uwagę taką ewentualność, być może poprzez współpracę z inną podobną firmą.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.

ZAUFANEKLINIKI.PL SP. Z O.O.

ZaufaneKliniki.pl



ZAUFANE KLINIKI
Zarezerwuj swój zabieg

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Platforma internetowa (*marketplace*).

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Usługa rejestracji online na zabiegi i usługi medyczne poprzez naszą platformę internetową.

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy./Nie jest wymagany.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Naszym płacącym klientem jest placówka medyczna, a użytkownikiem usługi jest osoba prywatna poszukująca kliniki, w której mogłaby wykonać interesujący ją zabieg medyczny.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Wyróżniamy się unikalnym sposobem obsługi pacjentów, opartym na procesach budujących skuteczność i relacyjność.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Placówki medyczne płacą nam prowizję od umówionych i zrealizowanych usług medycznych. Średnia prowizji to 10% od zrealizowanego zabiegu medycznego. Użytkownikiem jest osoba poszukująca kliniki, w której mogłaby wykonać interesujący ją zabieg medyczny.

ZAUFANEKLINIKI.PL SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł.

Jakie macie źródła finansowania?

Prywatni inwestorzy/*business angels*, VC zagraniczne, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów).

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Tak.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Tak. Liczba zrealizowanych zabiegów medycznych oraz EBITDA.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

Jesteśmy w trakcie ekspansji na rynek UK i DE.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Zarejestrowany przychód z rynku zagranicznego, mamy uruchomioną angielską i niemiecką wersję platformy.

ZDROWEGENY.PL SP. Z O.O.

<https://zdrowegeny.pl/>

INFORMACJE OGÓLNE

Wskaż aktualny etap rozwoju.

Growth (ekspansja) – pracujemy nad pozyskaniem nowych klientów i dalszym rozwojem produktu.



W jakich obszarach działa wasz start-up?

Platforma internetowa (*marketplace*).

INFORMACJE O ROZWIĄZANIU

Co jest waszym produktem/usługą?

Marketplace dla badań diagnostycznych online. Platforma zapewnia realizację wyspecjalizowanych badań diagnostycznych w placówkach partnerskich (ponad 500 punktów pobrań w całej Polsce).

Czy produkt/usługa ma certyfikat CE?

Nie dotyczy.

Kto jest waszym klientem (podejmuje decyzję zakupową)? Kto jest waszym użytkownikiem (korzysta z produktu)?

Klientami platformy są użytkownicy indywidualni, którzy poszukują informacji o badaniach diagnostycznych w internecie. Klienci w przystępny sposób otrzymują wiedzę specjalistyczną dotyczącą badań, mogą dokonać zakupu badań online oraz zrealizować je w sieci punktów pobrań lub wysyłkowo.

Co wyróżnia was na tle konkurencji?

Możliwość wykorzystania wiedzy konsultantów Zdrowegeny do podjęcia decyzji o wykonaniu odpowiedniego badania. Prosty sposób realizacji badania online. Możliwość skonsultowania specjalistycznych badań z lekarzem lub diagnostą laboratoryjnym.

Czy macie już opracowany model biznesowy?

Tak.

Opisz zwięźle wasz model biznesowy.

Klientami Zdrowegeny są osoby, które aktywnie poszukują informacji o badaniach diagnostycznych oraz mają możliwość realizacji płatności online za badanie. Badania są realizowane przez partnerskie laboratoria diagnostyczne z wykorzystaniem infrastruktury online Zdrowegeny.

ZDROWEGENY.PL SP. Z O.O.

FINANSE

Jaki jest obecnie poziom finansowania waszego start-upu?

1–2 mln zł

Jakie macie źródła finansowania?

Prywatni inwestorzy/*business angels*, VC krajowe, wzrost organiczny (finansowanie z przychodów), inwestor strategiczny.

Czy poszukujecie obecnie finansowania?

Nie.

Czy generujecie powtarzalny przychód ze sprzedaży głównego produktu/usługi firmy?

Tak.

Czy wykazujecie wzrost? Co jest dla was głównym wskaźnikiem sukcesu?

Zdrowegeny generują kolejny rok z rzędu dynamiczny wzrost przychodów i w 2019 r. osiągną sprzedaż na poziomie ok. 5 mln zł. Wzrost 2017/2018 to ok. 2,7 razy, 2018/2019 to ok. 1,9 razy. Spółka jest obecnie rentowna na poziomie EBITDA.

EKSPANSJA ZAGRANICZNA

Czy i od kiedy planujecie ekspansję zagraniczną? W jaki sposób?

W przyszłym roku spółka planuje ekspansję zagraniczną w wybranych krajach w Europie.

Czy jesteście obecni na rynkach zagranicznych komercyjnie?

Nie.



WSPARCIE MERYTORYCZNE



360 Degrees powstało w 2012 r., rozpoczynając od projektowania dedykowanych rozwiązań mikroelektronicznych i magnetycznych systemów przechowywania multimedialnych. Podążając za tropem innowacji oraz stawiając czoła dzisiejszym wyzwaniom, firma rozszerzyła zakres świadczonych usług o konsulting biznesowy, co szybko stało się główną osią działalności 360 Degrees.

Oferujemy pomoc interdyscyplinarnego zespołu specjalistów mającego wieloletnie doświadczenie w zakresie działalności biznesowej i doradczej. Obecnie firma dysponuje specjalistami w wielu dziedzinach, m.in. kryptografii i bezpieczeństwa komputerowego. Oferujemy również pomoc ekspertów z zakresu ochrony danych osobowych i własności intelektualnej oraz elektroniki i biometrii. Dzięki różnorodności kompetencji, zainteresowań oraz doświadczenia każdy członek zespołu wnosi do projektu część siebie i wspólne działanie pomaga osiągnąć cel. Firma posiada kompetencje w zakresie opracowywania analiz otoczenia biznesowego oraz przeprowadzania audytów aktualnej sytuacji przedsiębiorstwa, w tym modelu biznesowego i strategii rozwoju. Wielokrotnie przeprowadzaliśmy swoich klientów przez proces budowania i egzekucji strategii przedsiębiorstwa, a także asystowaliśmy w pozyskiwaniu finansowania zewnętrznego. Jesteśmy w stanie profesjonalnie pomóc start-upom oraz firmom z sektora MŚP odnieść sukces, realizując projekty badawczo-rozwojowe (B+R) w skali lokalnej, ogólnopolskiej oraz międzynarodowej. Naszym celem jest wspieranie biznesu i rozwiązywanie trudności związanych z zarządzaniem przedsiębiorstwem oraz kontakcie z klientami.

Jesteśmy młodym i ambitnym zespołem, który problemy zamienia na wyzwania. Patrzymy na świat z każdej możliwej perspektywy i zauważamy to, co umyka innym. Do każdego projektu podchodzimy w pełni profesjonalnie. Naszym priorytetem jest, aby oferowane rozwiązania były opłacalne oraz dopasowane do indywidualnych potrzeb klienta. Angażujemy się w wybrane projekty, w wyniku których na rynku może się pojawić nowa jakość, nowy produkt, innowacja.

SKŁAD I DRUK

Termedia Wydawnictwa Medyczne i Specjalistyczne
ul. Kleeberga 2, 61-615 Poznań

tel./faks: +48 61 822 77 81

termedia@termedia.pl

<http://www.termedia.pl>

O TWÓRCACH RAPORTU



Ligia Kornowska – lekarz, dyrektor zarządzająca Polskiej Federacji Szpitali, największej organizacji szpitali w Polsce. Pomysłodawczyni, założycielka i prezes stowarzyszenia Młodzi Menedżerowie Medycyny, wyróżniona na liście Forbesa „25 under 25” w kategorii „Biznes”. Alumn Fundacji im. Leśtawy A. Pagi. Była prezes pierwszego podmiotu leczniczego oferującego innowacyjną telemedyczną usługę 24/7 dla kobiet w ciąży. Prelegentka i moderator najważniejszych konferencji o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym związanych z sektorem ochrony zdrowia.

Wojciech Sierocki – wiceprezes stowarzyszenia Młodzi Menedżerowie Medycyny, założyciel stowarzyszenia Leczymy z Misją, założyciel i prezes spółki telemedycznej w Kenii – eMedica Limited. Jeden z finalistów konkursu Forbesa „25 under 25” w 2018 r. Interesuje się nowymi technologiami, zwłaszcza w kontekście adresowania problemów krajów rozwijających się. Student VI roku kierunku lekarskiego w Poznaniu.

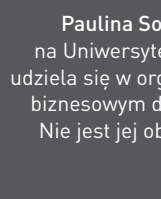


Piotr Najbuk – lekarz, prawnik, ekonomista, wieloletni członek zespołu prawa medycznego i nowych technologii wiodącej polskiej kancelarii, obecnie dyrektor ds. *public policy* i *government affairs* w innowacyjnej globalnej firmie farmaceutycznej. Ekspert w dziedzinie *public policy*, pracował nad regulacjami dotyczącymi m.in. rynku telemedycznego, *cloud computing*, danych medycznych, udzielania świadczeń onkologicznych. Jeden ze współtwórców fundacji Telemedyczna Grupa Robocza, współzałożyciel i pierwszy wiceprezes Polskiej Izby Systemów Bezzałogowych, pomysłodawca i lider koalicji AI w zdrowiu oraz kodeksu branżowego RODO dla sektora medycznego. Laureat nagrody specjalnej konkursu „Rising Stars – Prawnicy Jutra 2017” dla najlepszych polskich prawników młodego pokolenia. Jest również członkiem stowarzyszenia Młodzi Menedżerowie Medycyny przy Polskiej Federacji Szpitali i alumnem Fundacji im. Leśtawy A. Pagi.

Agata Kruczyk-Gonciarz – prawnik specjalizująca się w sektorze *life sciences*. Aplikantka radcowska. Doradza przy wdrażaniu innowacji na rynek ochrony zdrowia. Przygotowywała strategie regulacyjne dotyczące wdrażania w tym sektorze innowacji obejmujących obszary: telemedycyny, *cloud computing*, sztucznej inteligencji, pilotażowych ścieżek i opieki nad pacjentami, *big data analytics*. Jest członkiem stowarzyszenia Młodzi Menedżerowie Medycyny przy Polskiej Federacji Szpitali i alumnem Fundacji im. Leśtawy A. Pagi.



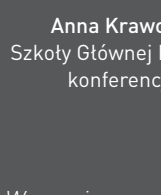
Urszula Szybowicz – *project manager* Polskiej Federacji Szpitali, wiceprzewodnicząca stowarzyszenia Młodych Menedżerów Medycyny, organizator licznych konferencji z zakresu zarządzania w ochronie zdrowia, w tym m.in. największej konferencji dotyczącej RODO w sektorze medycznym, kierownik organizacyjny Instytutu Zdrowia Publicznego i Spraw Społecznych, absolwentka kierunku zdrowie publiczne i zarządzanie w opiece zdrowotnej Uniwersytetu Medycznego w Poznaniu. Z powodzeniem wdraża najnowocześniejsze systemy do zabezpieczeń danych medycznych w podmiotach leczniczych. Uczestniczy w wielu projektach dotyczących innowacji na rynku ochrony zdrowia, rozwiązań chmurowych i innych rozwiązań IT, a także w projektach regulacji prawnych dla sektora ochrony zdrowia.



Paulina Sobieraj – absolwentka *Bachelor Studies in Finance*, obecnie studiuje *Master of Business Management* na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu. Stażystka Compliance Academy w Credit Suisse, gdzie dodatkowo udziela się w organizowaniu akcji charytatywnych. Na co dzień pracuje w 360 Degrees, gdzie zajmuje się doradztwem biznesowym dla przedsiębiorców, pozyskiwaniem funduszy zewnętrznych oraz dbaniem o dobre relacje z klientem. Nie jest jej obce podróżowanie z plecakiem, łapanie autostopu przez połowę Europy czy spanie pod gołym niebem.



Jan Niziński – jeden z finalistów konkursu Forbesa „25 under 25”. Współzałożyciel stowarzyszenia Leczymy z Misją. Interesuje się zdrowiem publicznym oraz nowymi technologiami w medycynie. Prowadzi badania naukowe, które z sukcesami prezentuje na konferencjach największych europejskich towarzystw naukowych (ESC, ESH). Jest laureatem licznych stypendiów oraz grantów naukowych, m.in. MNiSW. Obecnie rozwija start-up medyczny dedykowany seniorom i ich rodzinom. W wolnych chwilach student V roku kierunku lekarskiego w Poznaniu.



Anna Krawczyk – studentka II roku kierunku lekarskiego na Warszawskim Uniwersytecie Medycznym oraz I roku Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Interesuje się zdrowiem publicznym i debatami oksfordzkimi. Organizatorka konferencji TEDxWUM. Aktorka *Teatru Magicznego* działającego pod patronatem Fundacji Ronalda McDonalda. Wolontariuszka Międzynarodowego Stowarzyszenia Studentów Medycyny – IFMSA.



Wsparcie organizacyjne i merytoryczne: Jarosław J. Fedorowski

Kontakt:
Ligia Kornowska
+48 690 875 075
ligia.kornowska@pfsz.org