

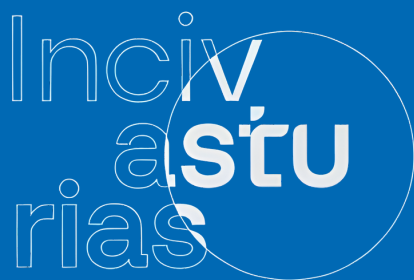
Vender en el sector privado: estrategias de acceso a hospitales y clínicas privadas, corporaciones, y cliente particular

PONENTE

MÍRIAM RODRÍGUEZ, CEO EN SAVANA



Agencia de Ciencia, Competitividad Empresarial
e Innovación del Principado de Asturias



23 DE OCTUBRE DE 10.30 A 13.00H
EN EL VIVERO
CIENCIAS DE LA SALUD DE OVIEDO

Participa:



Cofinancia:



Cofinanciado por
la Unión Europea



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos
Europeos



Fundación INCYDE

Colabora:



OVIEDO^{ES}
PROMOCIÓN ECONÓMICA



Programa

Objetivo: Facilitar a las startups del sector salud conocimientos prácticos y estrategias efectivas para acceder y negociar con hospitales privados, aseguradoras, grandes corporaciones y clientes particulares, potenciando su comercialización y escalabilidad.

Bloque 1

Acceso a clínicas y hospitales privados: cómo se toman las decisiones de compra, qué criterios pesan más allá de la innovación, cómo identificar al sponsor interno adecuado y cómo construir credibilidad clínica, económica y operativa para que una solución pueda avanzar de piloto a adopción real.

- Diferencias con el sector público: criterios de compra, plazos y procesos de decisión.
- Cómo crear confianza y credibilidad en un entorno con menos burocracia pero alta exigencia.
- Casos prácticos de startups que han logrado acuerdos con hospitales privados.

Bloque 2

Aseguradoras y redes de salud: cómo evaluar si una solución encaja con sus prioridades de eficiencia, calidad, prevención o experiencia del paciente; qué modelos de colaboración son más viables; y cómo presentar evidencia clínica, impacto económico y capacidad de integración para avanzar de un piloto a un acuerdo marco.

- Modelos de negocio y puntos de entrada para soluciones digitales, diagnósticas y terapéuticas.
- Estrategias de partnership: desde pilotos hasta acuerdos marco.
- El papel de la eficiencia y la evidencia clínica en la negociación.

Programa

Bloque 3

Grandes corporaciones: pharma, medtech y healthtech como socios, clientes o compradores potenciales. Qué buscan realmente en una startup, cómo prepararse para procesos de scouting, pilotos, due diligence y corporate venture, y cómo negociar colaboraciones que protejan la propiedad intelectual, la posición estratégica y la capacidad de escalar.

- Opciones de colaboración
 - Co-desarrollo, licenciamiento y programas de innovación abierta.
 - Plataformas de corporate venture capital.
 - Cómo funcionan los procesos de scouting e integración de innovación en grandes empresas.
- Claves de la negociación y escalabilidad
 - Qué buscan las grandes corporaciones en una startup.
 - Preparación para auditorías, due diligence y pilotos corporativos.
 - Cómo proteger la propiedad intelectual y negociar acuerdos win-win.

Bloque 4

Cliente particular en salud: cuándo tiene sentido una estrategia directa al paciente o consumidor, qué barreras de confianza, regulación, adquisición y recurrencia deben anticiparse, y cómo decidir si el canal B2C debe ser el eje del modelo o un complemento a estrategias B2B y B2B2C.