

ENZO ZAMBONI

Jornadas de Marketing Tecnológico de instituciones de I+D

13 y 14 de octubre de 2016

FCE - UNL



DIAGRAMMA S.A.
BIOTECNOLOGIA



Vinculación Sistema Científico Tecnológico

Reflexiones Tecnológicas

Tips Tecnológicos



Diagramma S.A. es una compañía biotecnológica localizada en Santa Fe, Argentina

Dedicada al desarrollo, manufactura y comercialización de productos de fermentación de bacterias lácticas.

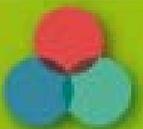
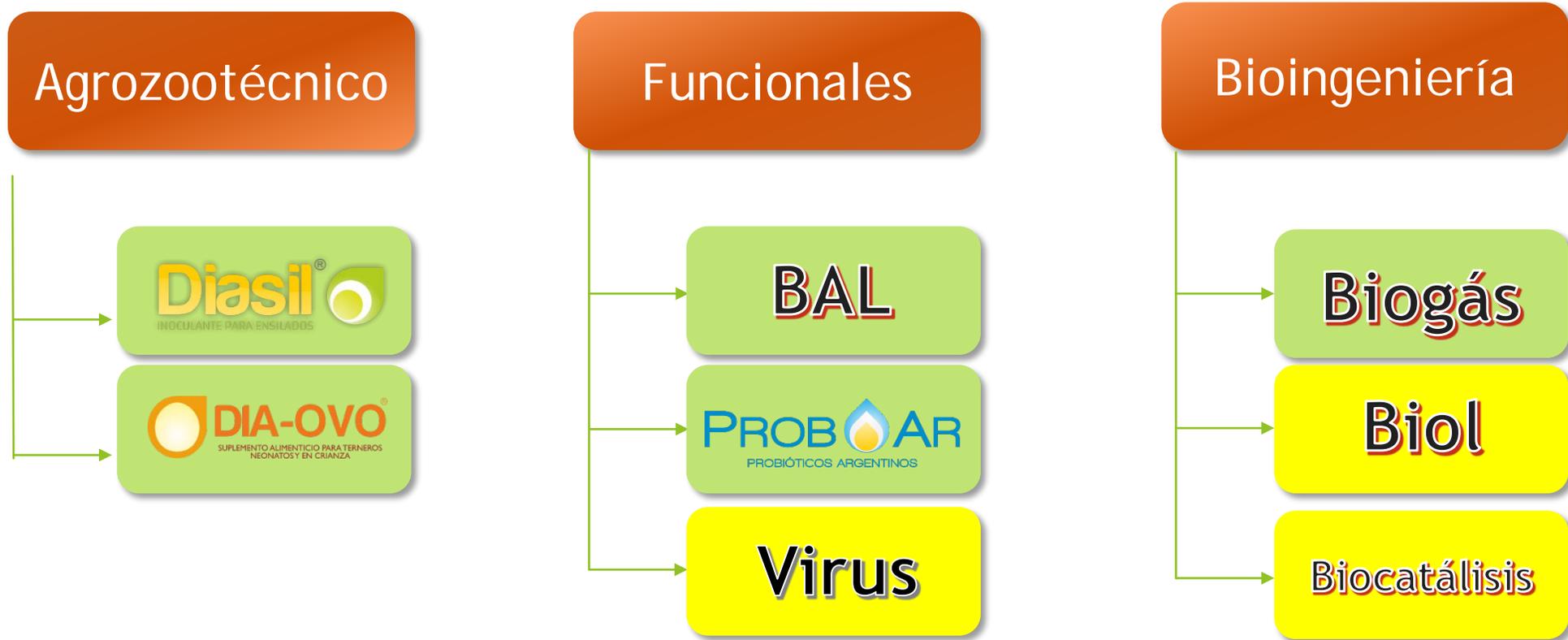
Productos innovadores en tres sectores:

- Agrozootécnico
- Alimentos e Ingredientes funcionales
- Bioingeniería



SECTORES

Productos desarrollados y vinculados con el sistema científico tecnológico





Diasil[®]
INOCULANTE PARA ENSILADOS

En colaboración con:
INLAIN - INTA
FCA - UNC



DIA-OVO[®]
SUPLEMENTO ALIMENTICIO PARA TERNEROS
NEONATOS Y EN CRIANZA

En colaboración con:
FCV - UNL



En colaboración con CETRI - INLAIN - FIQ/UNL - Lab. Mic. Molecular Facultad Med. UNR

BAL

- Cultivos para elaboración de quesos y yogures
- Cultivos cárnicos

PROB^{AR}

PROBIÓTICOS ARGENTINOS

- Cultivos probióticos para uso humano y animal

Virus

- En desarrollo



Biogás

Desarrollo y diseño de DIAGRAMMA S.A.



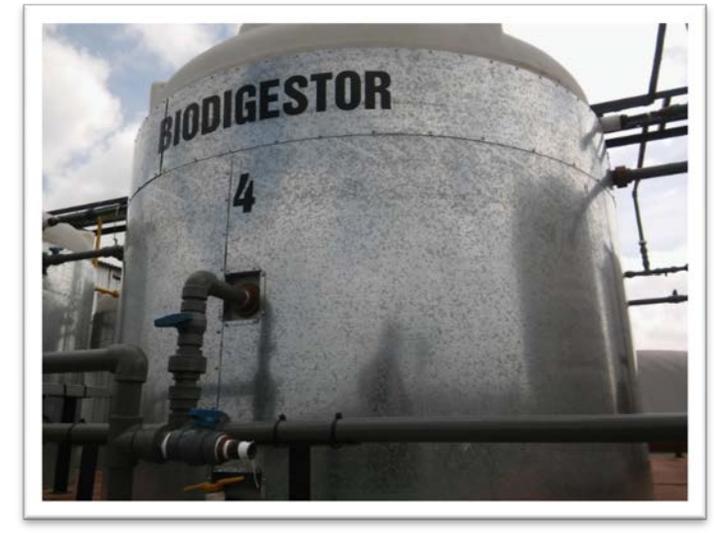
Crédito Energía Verde Banco
Municipal de Rosario

Biocatálisis

Futuros convenios con Sistema Científico Tecnológico



Biol



REFLEXIONES TECNOLÓGICAS

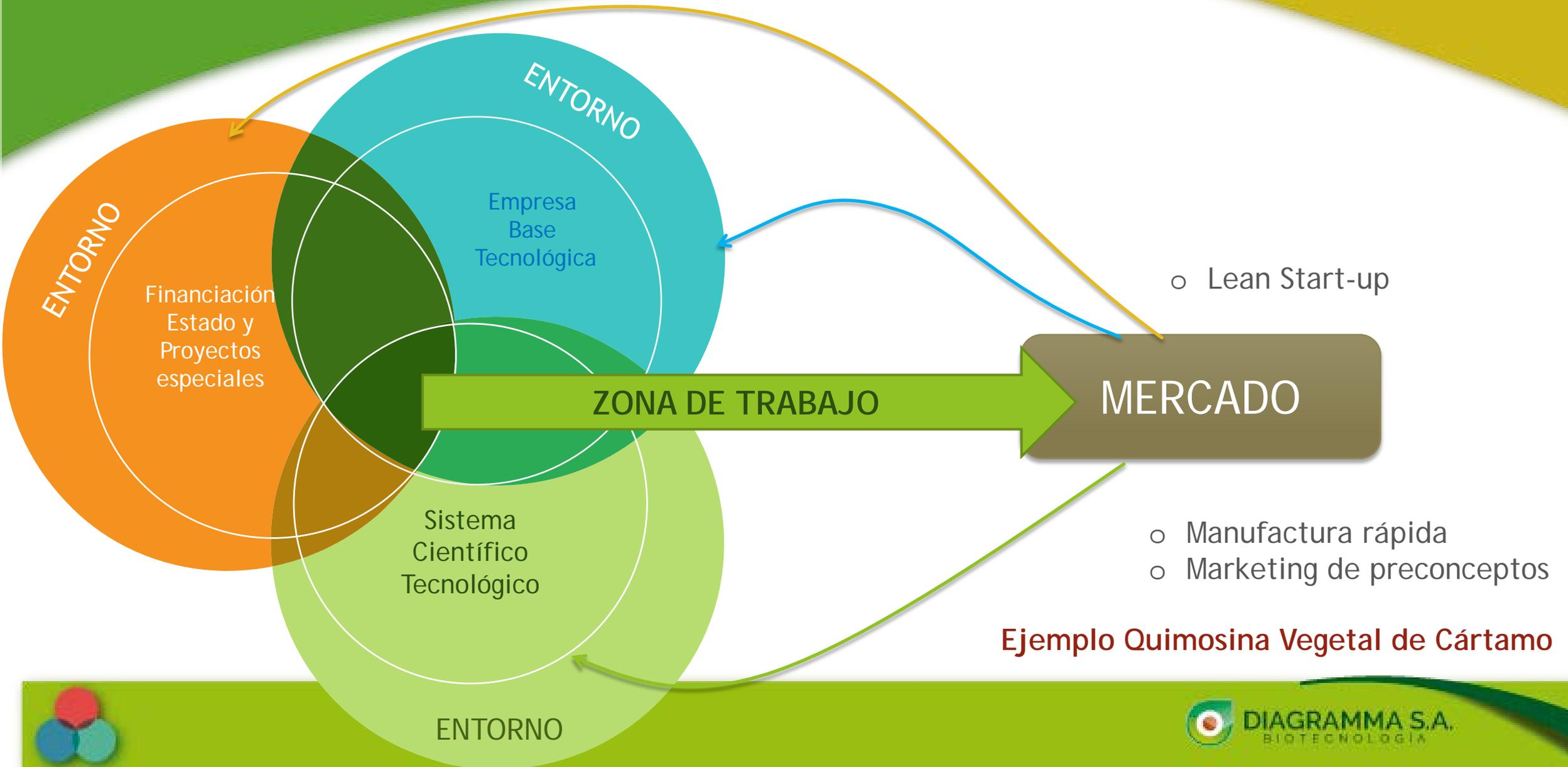
Como aportes a la Gestión y
Marketing Tecnológico

- Interlocutor Válido (IV)
- Desarrollo del Producto (DP)
- Vigilancia Tecnológica (VT) y Creación de Ventajas Competitivas (VC)
- Riesgo Tecnológico (RT)
- Modelo de Difusión de Tecnología (MDT)



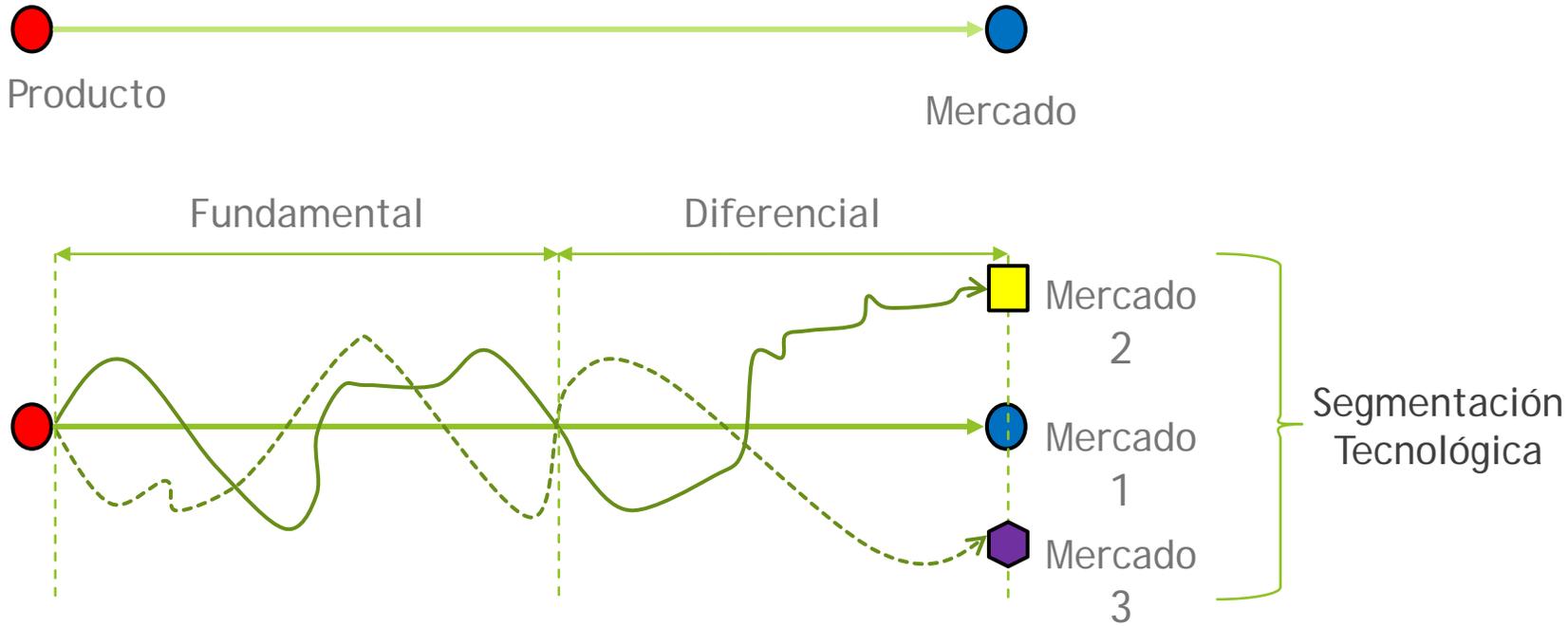
DIAGRAMMA S.A.
BIOTECNOLOGÍA

INTERLOCUTOR VÁLIDO (IV)



DESARROLLO DEL PRODUCTO (DP)

Conceptual: UNIVERSALIZAR EL PRODUCTO



4 P

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Kotler

- Líder
- Reto
- Seguidores
- Especial



DIAGRAMMA S.A.
BIOTECNOLOGIA

VIGILANCIA TECNOLÓGICA (VT) y
CREACIÓN DE VENTAJAS
COMPETITIVAS (VC)

¿Qué es una ventaja competitiva?
Algo "*sui generis*" ... por ahora...

SISTEMATIZAR EN UNA EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA (EBT)

La búsqueda de Vigilancia Tecnológica (VT) para lograr la Creación Permanente de Ventajas Competitivas (CPVC) más Adecuados Costos Totales (ACT)

Posición en el Mercado:

EBT = VT + CPVT + ACT  Liderar el Estado del Arte



RIESGO TECNOLÓGICO.

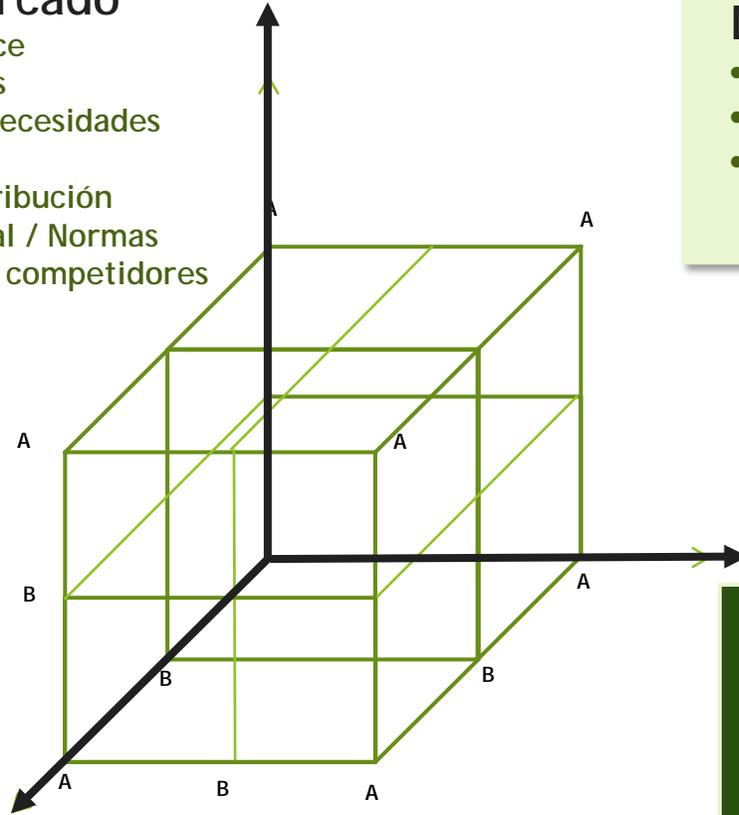
Perfil de Riesgo

Riesgo de Mercado

- Tamaño / Alcance
- Base de clientes
- Conocimiento necesidades clientes
- Canales de distribución
- Prop. Intelectual / Normas
- Reacción de los competidores

Riesgo en la Empresa

- Capacidades cercanas
- Costos
- Cambios internos
- Consumo Capital
- Retorno



Determinación de Riesgos

- 2 o 3 oportunidades tecnológicas
- Punto de vista desde la Empresa
- Desarrollo de estrategias específicas para reducir el riesgo y el tiempo de la curva de aprendizaje

Riesgo Tecnológico

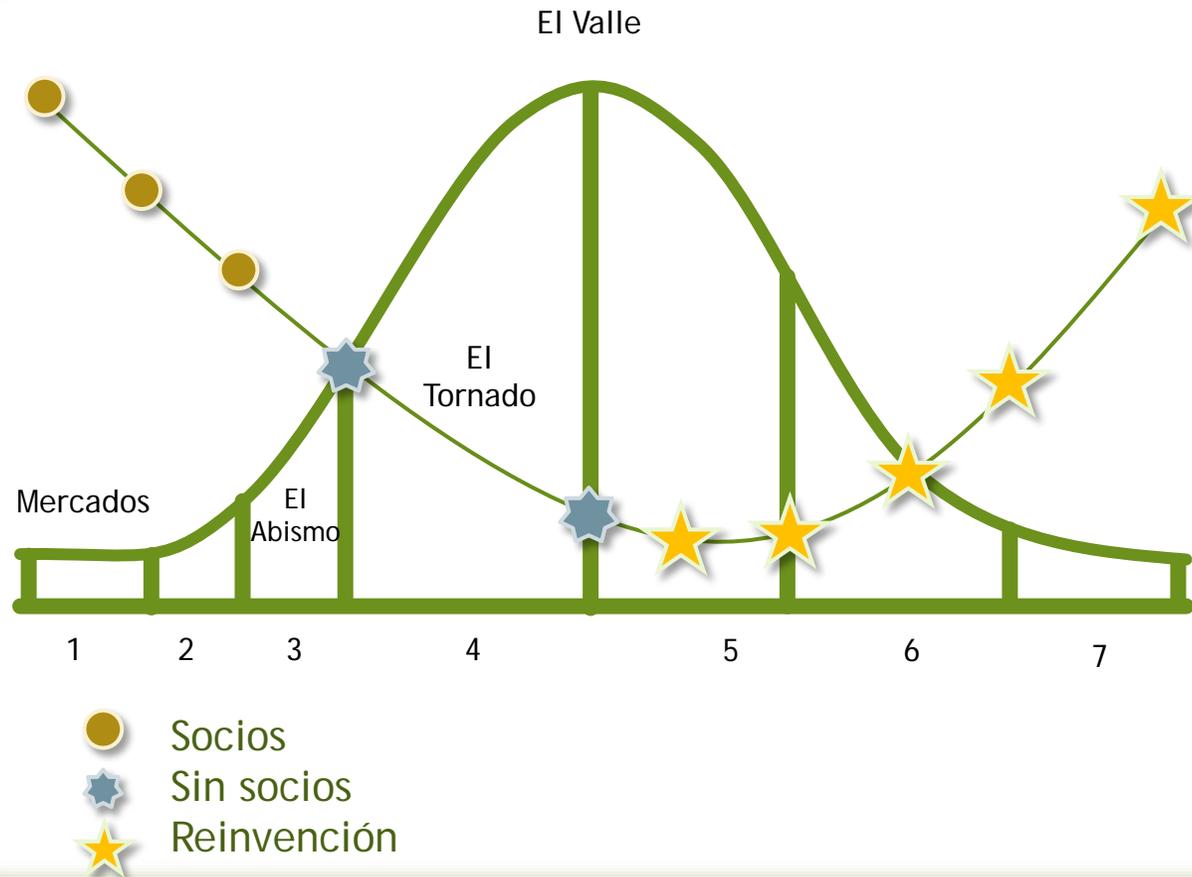
- Viabilidad tecnológica
- Incertidumbre
- Ventajas / Desventajas
- Posibilidad de fabricación

DIASIL®

- 7 años de desarrollo
- El mercado comienza a incrementarse hace 2 años
- Volumen de producto para aliviar costos y masificar el producto



MODELO DE EVOLUCIÓN DE LA TECNOLOGÍA



1. Mercado con gran excitación, los generadores y usuarios de la tecnología se sienten visionarios y entusiastas
2. Se va difundiendo y crece el mercado
3. El Abismo: algunos lo superan y otros no. Quien lo supera sobrevive
4. El Tornado: es el período en el que los mercados adoptan la innovación y llevan a la empresa a nuevos paradigmas tecnológicos y productivos
5. El Valle: se disfruta del desarrollo post-mercado, se recuperan inversiones, se generan ganancias, se transcurre.
6. Fin. Vida útil de la tecnología cae
7. Fin



MODELO DE EVOLUCIÓN DE LA TECNOLOGÍA

EL TORNADO	EL VALLE
Comprar la infraestructura de ventas	Vender al consumidor final
Commoditizar su producto principal para mayor uso	Diferenciar la commoditización del producto principal sumando nichos específicos
Distribuir a través de bajos costos y asegurarse máxima exposición	Continuar distribuyendo a través de los mismos canales pero asegurándose una comunicación más un marketing
Manejar puntos de venta y maximizar la porción de mercado	Desarrollar proposiciones de valor a partir del producto masificado
Atacar otros competidores para ganar cuotas de mercado	Competir con el producto base bajo costo y ganar mercados marginales
Posicionarse horizontalmente como un <i>jugador</i> en una estructura global	Posicionarse en nichos de mercado basados en preferencias tecnológicas propias o escenarios definidos



TIPS TECNOLÓGICOS

1. No hay un modelo unificado, hay un modelo a crear con la realidad que es muy interactivo y multifactorial
2. Importante lograr rápido tecnologías *lean*
3. Universalizar y democratizar el producto tecnológico
4. Equipo de interlocutores válidos
5. Asumir el riesgo tecnológico desde el comienzo
6. Crear ventajas competitivas permanentes y perdurables basadas en la vigilancia tecnológica
7. Reutilizar el Modelo de Difusión de la tecnología (MDT)



Muchas gracias por su atención



DIAGRAMMA S.A.
BIOTECNOLOGÍA

MISCELÁNEAS

Frases célebres del anti-marketing tecnológico

“El fonógrafo... no tiene valor comercial”

Thomas Alva Edison. Inventor del fonógrafo (1880)



“Es imposible que las máquinas que son más pesadas que el aire vuelen”

Lord Kelvin. Matemático inglés, físico y presidente de la Sociedad Real Británica (1895)

“Creo que existe un mercado mundial para unos 5 ordenadores”

Thomas J. Watson. Presidente de IBM (1943)



“No existe razón para que un individuo tenga un ordenador en su hogar”

Ken Olson. Presidente de Digital Equipment Corp. (1977)



DIAGRAMMA S.A.
BIOTECNOLOGIA

LA ESENCIA DEL GENIO

Entender que la ausencia define presencia

El único y solo paso para crear nuevas grandes cosas para el futuro es eliminar las viejas buenas cosas del pasado

Steve Jobs (2012)



GRACIAS NUEVAMENTE



DIAGRAMMA S.A.
BIOTECNOLOGIA