

PLANES DE CRECIMIENTO

Medcomtech espera llevar sus patentes a 35 países

La empresa biotecnológica prevé abrir fábricas propias a partir del próximo año en España y Estados Unidos

Verónica Sosa BARCELONA.

Creer a través de patentes propias y abrir nuevos mercados son dos de las prioridades de la compañía biotecnológica Medcomtech, especializada en la distribución de instrumental para ortopedia, traumatología y neurocirugía. A través de su filial Medcom Flow, diseña, fabrica y distribuye productos con patentes propias para el sector sanitario. El primero de ellos es una máscara laríngea con vídeo, que permite intubar y ventilar al paciente con visión directa a través de una cámara.

La empresa ya ha cerrado acuerdos para la venta de este primer desarrollo propio con cinco distribuidores, además de venderlo a través de sus filiales en España, Italia, Portugal y República Dominicana. "Este año queremos acabar con presencia en 35 países", precisa el presidente de Medcomtech, Joan Sagalés, quien añade que a finales de este año empezarán a vender su segunda patente, que se trata de una máscara laríngea con menos prestaciones, que es más económica.

Otra de sus apuestas para crecer pasa por aliarse con otras empresas. En este sentido, se encuentra en negociaciones con un fabricante para adquirir una licencia y ser su distribuidor a nivel mundial. "Estamos negociando este proyecto, todavía no tenemos nada firmado, pero esperamos que sea para 2015", explica Sagalés. En un primer momento, la empresa participada en un 60 por ciento por Medcomtech y en un 40 por ciento por el doctor Pedro Acha, espera fabricar 5.000 unidades al mes de su primera patente para vender a hospitales y a unidades de emergencia, como ambulancias y helicópteros.

500 hospitales

En los últimos tres años y hasta 2015, Medcomtech invertirá 3,5 millones de euros en desarrollos propios e I+D+i, actividad esta última que realiza a través de la sociedad Medcom Advance. Esta empresa, participada en un 25 por ciento por centros de alta tecnología y científicos y en un 75 por ciento por Medcomtech, ya cuenta con una primera patente que identifica los microorganismos de forma instantánea.

"En octubre esperamos tener un prototipo en hospitales y a finales de 2015 poder empezar a venderlo", concreta Sagalés. Este primer desarrollo se trata de una máquina



Joan Sagalés, presidente de la empresa Medcomtech. EE

En el periodo de 2012 a 2015 destinará a proyectos de I+D+i 3,5 millones

con cápsulas, que es capaz de identificar 30 posibles bacterias de las infecciones más frecuentes. A través de esta solución también es posible identificar en el aire y en el agua los virus, que previamente deben estar codificados.

"Este desarrollo tiene aplicaciones en varios ámbitos, como la sanidad, alimentación, agricultura, tratamiento de aguas y militar o seguridad nacional", apunta Sagalés. Medcomtech, que cotiza en el MAB desde el 2010, espera cerrar el año con una facturación de 22 millones

de euros con el negocio tradicional de distribución de productos del ámbito sanitario, que están presentes en más de 500 hospitales de España y Portugal.

Producción propia

El grupo, con sede en Viladecans (Barcelona), emplea 103 trabajadores y para 2015 espera abrir una fábrica en España y otra en Estados Unidos, para poner fin a la externalización de la producción que en estos momentos lleva a cabo en Taiwán.

La empresa está trabajando actualmente en 18 proyectos, que tardarán entre un año y medio y ocho en salir a la luz. Sobre el escándalo de la empresa de wifi Gowex, Sagalés explica que les ha sorprendido y a la vez les ha perjudicado, ya que "los inversores miran con escepticismo y puntualmente se sufre el descrédito".

Mas Gourmets avanza en su estrategia de internacionalización

La empresa catalana refuerza su presencia en los mercados de Madrid y Barcelona

V.Sosa BARCELONA.

La cadena de charcuterías catalana Mas Gourmets continúa con su estrategia de crecimiento en España, con la vista puesta en Barcelona y Madrid. La empresa, que cuenta con 15 establecimientos, también ve opciones de crecimiento en los mercados internacionales y tal y como concreta el consejero delegado de la compañía, Jorge Mas, "valoramos las opciones que se nos presentan". La internacionalización es un proyecto en el que está trabajando desde el 2007, siendo Estados Unidos y Londres los principales objetivos, en los que espera adentrarse de la mano de un socio local.

Una de sus apuestas pasa por crecer en el mercado barcelonés de La Boquería, donde en estos momentos ya cuenta con cinco tiendas y en la primera mitad del año ha inaugurado su local insignia de más de 40 metros cuadrados. "En 2015 queremos abrir dos espacios en La Boquería y vemos opciones de crecimiento en los mercados municipales de Barcelona", detalla Jorge Mas. Otro propósito pasa por ser sostenible en el tiempo y es por ello que contempla el cambio de ubicación de sus tiendas y la adaptación de algunos de sus espacios. De hecho, en los últimos tres años ha cerrado dos de sus tiendas en Barcelona para abrir dos nuevas en otras zonas, una de ellas con espacio de degustación.

Mercados municipales

Con presencia en Barcelona y Madrid, Mas Gourmets ha fusionado los dos establecimientos que

tenía en el mercado madrileño de San Miguel, que da lugar a una charcutería con un espacio de degustación de 25 metros cuadrados. Esta adaptación de los locales se produce "tras el fracaso del nuevo concepto que probamos en Madrid de *BBBQ market*, que no ha salido bien", explica Jorge Mas. Este nuevo concepto especializado en butifarras para degustar a la parrilla, que Mas Gourmets no descarta relanzar en otra ubicación, no ha funcionado porque "no somos restauradores y no hemos acertado en la localización", precisa Jorge Mas.

En Madrid, la empresa finalmente no abrirá un local en el espacio de ocio gastronómico Platea, donde ya lo tenía todo firmado, "pero no saldrá adelante por

12,5
MILLONES DE EUROS

Es la previsión de facturación de la cadena de charcuterías catalana para este año.

problemas con la gestión de la dirección". Otro de sus objetivos es que las nuevas aperturas, con una media de dos anuales, cuenten con un espacio de degustación, ya que en estos momentos solo lo incorporan tres locales (centro comercial Illa Barcelona, Sant Cugat y mercado de San Miguel).

Este año la empresa ha invertido más de dos millones de euros en la apertura de locales y en la innovación de productos, entre otros conceptos. La innovación y la tradición son dos pilares de Mas Gourmets, que emplea 70 trabajadores y este año espera facturar 12,5 millones de euros. Con más de 4.500 referencias en su catálogo, este año ha lanzado la longaniza de trufa, además de mini-fuets de cola.



Uno de los establecimientos de la cadena Mas Gourmets. EE