

# AB-Biotics exportará su I+D 'made in Spain'

Miquel Àngel Bonachera y Sergi Audivert, cofundadores de la firma biotecnológica, prevén que el 85% de sus ventas proceda del exterior en 2016.

José A. Puglisi. Madrid

AB-Biotics, empresa de biotecnología catalana que cotiza en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB), nació en 2004 de la iniciativa de dos jóvenes de 25 años. Carentes de fondos, Miquel Àngel Bonachera y Sergi Audivert solicitaron un préstamo a sus padres de unos 25.000 euros cada uno, cantidad con la que empezaron su sueño.

Durante estos primeros pasos, Bonachera y Audivert contaron con el apoyo de la Universidad de Barcelona, institución que les facilitó la tecnología para el tratamiento de microorganismos. Una herramienta en la que estos emprendedores se aprovecharon para diferenciarse en el sector y obtener sus primeros clientes. Sin embargo, la magia duró poco.

Después de un año de fundación, la empresa no había logrado penetrar en un mercado muy exclusivo, perdiendo la inversión total de un millón de euros. "En ese momento, nos dimos cuenta de que se trataba de algo similar a la selección natural de Darwin. Sólo los que se adaptan sobreviven", apunta Bonachera.

La evolución era necesaria para AB-Biotics y las carencias económicas acortaban el tiempo para su reestructuración. "Nos centramos en la combinación de nuestros estudios y de los aprendizajes obtenidos de los errores. Así fue como decidimos gestionar proyectos de innovación,



Miquel Àngel Bonachera y Sergi Audivert, cofundadores de la empresa biotecnológica AB Biotics.

**“ Llegaremos a siete nuevos países a través de acuerdos comerciales y de adquisiciones”**

entrando al mercado con un servicio de I+D”, recuerda Audivert.

#### El salto

Una vez que se realizaron los ajustes necesarios, AB-Biotics buscó una refinanciación que les permitiera volver al ruedo. La solución la encontraron en una *business angels*, Luis Sánchez-Lafuente, ex consejero delegado de Laboratorios Gello, quien en 2008 les aportó

**“ La entrada al mercado continuo es un medio de financiación, no un objetivo de la firma”**

un millón de euros a cambio del 20% de la empresa.

Durante los próximos dos años, la firma catalana creció a pasos acelerados y, en 2010, entró a cotizar en el MAB, donde captó 15 millones de euros. Los fondos fueron invertidos en el área de I+D, en la producción de nuevos productos y en la adquisición de Quantum Experimental, empresa especializada al desarrollo de servicios especializados del sector farmacéutico y sanitario.

“El MAB era un paso natural para obtener nuevos fondos. De esta manera, pudimos mantener el control de la empresa, así como aumentar nuestra imagen en los mercados internacionales”, precisa

**“ El mercado alternativo bursátil era un paso natural para obtener nuevos fondos”**

Bonachera. Un paso que el grupo repetirá en 2011 para costear su desembarco en siete mercados internacionales: Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia, Turquía, México y Brasil. Aunque se desconoce la cantidad que colocará en el MAB, la empresa espera que sea suficiente para afrontar su plan de expansión 2011-2016. Sin embargo, estas no son las únicas expectativas que tiene la firma biotecnológica para este periodo.

AB-Biotics prevé que dejarán de cotizar en el MAB en 2016 para entrar en el mercado continuo, impulsada por sus ventas internacionales que, según sus cálculos, representarán entonces el 85% del total.

## En clave personal

**DÓNDE NACIERON:** Bonachera y Audivert provienen de Girona, Cataluña. Llegaron al mundo el 27 de abril de 1979 y el 7 de abril de 1977, respectivamente.

**¿POR QUÉ BIOTECNOLOGÍA?:** “Porque es una de las áreas que hemos encontrado para hacer frente a las enfermedades y poder ayudar a aquellas familias que tienen a un ser querido en un mal estado de salud”, explica Bonachera.

**¿EMPREENDEDOR O SANADOR?:** “Emprendedores porque hemos creado este proyecto a partir de cero. No hemos tenido un padre que nos herede su empresa o un exceso de recursos, sólo nuestro esfuerzo”, indica Audivert.

**EL MEJOR MOMENTO PROFESIONAL:** Los dos cofundadores están seguros que aún está por llegar.



## Sus trucos para triunfar

- **Considerar el riesgo:** “Medir cada acción porque ésta tendrá un efecto, para bien o para mal, en la empresa y en sus accionistas”.
- **Implicar al equipo directivo:** “Considerar sus opiniones en la toma de decisiones”.
- **Cuidar al accionista:** “Se debe mantener una buena relación con ellos, donde prevalezca la claridad y la confianza mutua”.
- **Alinear los intereses:** “Todos los miembros del equipo deben estar enfocados en un norte”.
- **Hacer lo que te gusta:** “Si trabajas en un proyecto que te hace feliz, lo harás de la mejor manera y dedicándole todo tu esfuerzo”.

Publirreportaje

## LA OPINIÓN DEL EXPERTO

**Seguros para las Pymes, la importancia de buscar un buen asesoramiento**

Jordi Pagés,  
director del Canal de Agentes  
del Grupo Zurich en España

Ser una pequeña o mediana empresa, y posicionarse en el mercado, no es tarea fácil. Contratar un seguro tampoco es sencillo. De ahí la importancia de un buen asesor de seguros que te aconseje, entre otros aspectos, acerca de la protección del patrimonio porque, frente a un siniestro, una Pyme puede enfrentarse a serias dificultades si no cuenta con un buen seguro para reparar el daño.

El seguro todavía, y sobre todo en épocas de crisis, se ve en ocasiones como un gasto y no como una inversión para resguardar el patrimonio. Muchas pequeñas empresas no contratan los Seguros Integrales de Comercio e Industrias por considerar que los mismos son muy costosos. De evaluar exhaustivamente la relación gasto/beneficio sin duda muchas optarían por asegurarse.

En España, contamos con más de 3,3 millones de empresas (entre comercios y Pymes) y tenemos casi 1,9 mll de pólizas en cartera (según datos extraídos del informe “Los seguros multirriesgos. Estadística a junio de 2011” de ICEA), lo que significa que sólo el 60% de las empresas cuenta con un seguro multirriesgo que ampare su patrimonio en caso de siniestro. Un 21% cuenta con un seguro de responsabilidad civil, pero un 19% de las empresas no cuentan ni con un seguro de daños ni de responsabilidad civil.

Si analizamos los perfiles de contratación, las pequeñas empresas son más proclives a contratar seguros más estandarizados, las medianas empresas están mejor informadas y asesoradas y por lo tanto contratan pólizas más personalizadas y en mejores términos. Sin embargo, en ocasiones se desconocen que existen muchos otros riesgos que se pueden transferir a las aseguradoras, como son entre otros, la pérdida de beneficios en caso de siniestro, las reclamaciones de empleados, la avería de maquinarias, las reposiciones de moldes, la infidelidad de empleados, las reclamaciones por productos defectuosos.

La actividad y el ámbito en que se desarrolle la empresa son factores determinantes del seguro que se necesita porque no es lo mismo una Pyme que trabaje en el sector de la automoción que una peluquería.

En Zurich somos conscientes que las necesidades de las Pymes son diferentes y llevamos años trabajando en ofrecer una gama de productos diferencial, con coberturas exclusivas para cada colectivo, con servicios a medida y teniendo una gran flexibilidad en la contratación, en donde nuestros asesores de seguro pueden aconsejar la mejor opción para cada empresa.

Para las Pymes disponemos de soluciones personalizadas para algunos sectores, entre otros, de un seguro para bodegas, para talleres mecánicos o el seguro para gasolineras y concesionarios, ofreciendo unas coberturas estándar con posibilidad de cumplimentarlas a medida de cada cliente.

En comercios, nuestra oferta se centra, entre otros, en seguros para panaderías, oficinas, librerías, tiendas de repuestos para el automóvil, carnicerías y charcuterías, locales, tiendas de alimentación, como son las tiendas de barrio y los supermercados.

En resumen, en Zurich trabajamos para tener la mejor red de asesores de seguros y las mejores soluciones aseguradoras para garantizar la permanencia de las empresas y negocios de nuestro país.

**ZURICH**