

# BIOTECNOLOGÍA

MIÉRCOLES, 20 DE FEBRERO DE 2019

Irene Guirado Sales Manager Tecan Iberica & Tecan Italia

## "Ofrecemos soluciones de automatización para laboratorios de investigación y diagnóstico clínico"

Tecan es pionera y líder en el ámbito de la automatización en los laboratorios. Presente en más de 50 países, la multinacional con sede en Suiza cuenta con más de 35 años de experiencia en el desarrollo de soluciones que permiten a sus clientes optimizar sus procesos en el sector de la Biotecnología.

*Para esta empresa de origen suizo, ¿cuáles son las prioridades? ¿Cuáles son sus valores?*

Nuestros valores son: "Trust", "Highest Standards" y "Ambition".

Y nuestra prioridad es potenciar, con nuestra tecnología, productos, servicios

y soporte el trabajo que se realiza en todos los laboratorios del mundo. Queremos ayudar a los profesionales del ámbito de la Ciencia a moldear el futuro de los flujos de trabajo automatizados, proporcionando nuestra incomparable experiencia y asistencia al cliente.

*¿Cuál es la contribución de Tecan a la biotecnología?*

Tecan ha contribuido estandarizando y automatizando procesos dentro de la Genómica y la Proteómica, lo cual, hace 10 años, era impensable, permitiendo así a nuestros científicos liberarse de procedimientos rutinarios y dedicar su tiempo a investigar.

*¿Qué tipo de soluciones y servicios ofrecen a sus clientes?*

Tecan ofrece soluciones estandarizadas o a medida, con el objetivo de dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes. Actualmente ofrecemos soluciones para múltiples aplicaciones. Una de ellas, pionera en el sector de la Biotecnología, son nuestras plataformas automatizadas Freedom EVO® y Fluent® para "Next Generation Sequencing". Donde, debido al gran número de muestras que se procesan, es fundamental automatizar el procedimiento para optimizar el tiempo y los recursos, e incrementar la capacidad de trabajo para obtener unos resultados fiables y reproducibles.

*¿Cuál es la relación que mantienen con laboratorios, centros de investigación, compañías biotecnológicas...? ¿Cómo crean las sinergias?*

Mantenemos una relación estrecha



con todos ellos. Sin duda son una gran fuente de aprendizaje para nosotros.

Desarrollamos colaboraciones con instituciones punteras en diferentes materias por todo el mundo. Escuchamos cuáles son sus necesidades, valoramos con nuestro equipo técnico qué posibilidades de automatización podemos ofrecer y desarrollamos un sistema que optimizamos conjuntamente. Sin duda alguna este tipo de sinergias son de gran valor para ambas partes.

*¿La biotecnología en nuestro país está en buena situación en comparación con el resto de países?*

En España, la Biotecnología tiene to-

avía un largo recorrido por delante. Probablemente uno de los factores que afectan con mayor notoriedad es la situación económica. Si valoramos los buenos resultados obtenidos con los pocos recursos económicos destinados, podemos destacar que el potencial es muy elevado. Así lo demuestra el posicionamiento en el ranking europeo de algunos de nuestros Centros de Investigación.



**TECAN.**

[www.tecan.com](http://www.tecan.com)

**Silvia Casellas** Gerente de Anagram

## "La investigación que hacemos tiene un único fin: mejorar la calidad de vida de las personas"

Anagram es una empresa especializada en la investigación clínica para el desarrollo de nuevos medicamentos y productos sanitarios. Hablamos con su gerente, Silvia Casellas, para saber en qué consiste la actividad de esta CRO (Clinical Research Organization).

### ¿Cuándo nació Anagram?

La empresa se creó en 1998 para dar respuesta a una necesidad de la industria farmacéutica, que comenzaba a externalizar la investigación clínica para realizar estudios con nuevos fármacos y/o productos sanitarios. Actualmente la empresa ha crecido y dispone de un laboratorio de imagen (CoreLab) que permite analizar de manera centralizada las imágenes de radiología y medicina nuclear, indispensables para comprobar la eficacia de algunos fármacos o productos sanitarios. En este tiempo hemos realizado múltiples estudios nacionales e internacionales con casi 30.000 pacientes monitorizados.

### ¿Cuál es su labor dentro del desarrollo de un nuevo medicamento o producto sanitario?

En Anagram nos ocupamos de realizar los ensayos clínicos, es decir, los pri-

meros estudios que se hacen con humanos, desde las primeras fases de desarrollo del producto hasta su comercialización. Trabajamos con medicamentos y con productos sanitarios, que incluyen muchos tipos de dispositivos distintos, desde un stent cardíaco a un implante dental.

En todos los casos, se trata de una actividad muy regulada donde la seguridad y la eficacia son aspectos primordiales.

### ¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Nuestros clientes son laboratorios farmacéuticos y start-ups que desarrollan nuevos medicamentos o productos sanitarios. Aunque podemos trabajar para empresas de cualquier tamaño, con proyectos nacionales o internacionales, nuestra filosofía de proximidad y adaptabilidad a las necesidades del cliente hace que nos centremos princi-

palmente en laboratorios pequeños y medianos. Estos, por sus dimensiones, ven en Anagram al aliado perfecto a la hora de externalizar su investigación clínica. También realizamos ensayos promovidos por médicos líderes de opinión, que proponen nuevas indicaciones de un medicamento o producto sanitario con el objetivo de mejorar las opciones de tratamiento para sus pacientes.

### ¿Cómo definiría la filosofía de trabajo de la empresa?

Creo que lo que mejor nos define es la flexibilidad, que nos permite acompañar a los clientes en todo el proceso y actuar como verdaderos partners capaces de ofrecer un servicio a medida. Ahí entra en juego algo muy importante en este sector: la creatividad. Se trata de una actividad muy regulada por las autoridades sanitarias, pero hay un cierto margen para liderar la investigación de manera que se puedan conseguir datos de excelente calidad, en el tiempo planeado y con el presupuesto previsto. Eso forma parte también de



nuestro trabajo y ayuda a que los pacientes puedan beneficiarse antes de nuevos tratamientos.

### ¿Cuál es el rasgo diferencial de Anagram?

Tenemos una experiencia muy robusta y damos especial importancia a la calidad de los datos (que a la fin servirán para validar, o no, un nuevo producto o medicamento), pero a la vez nos adaptamos a las necesidades de empresas pequeñas y medianas, que no siempre tienen los recursos de las grandes farmacéuticas. La capacidad de poder realizar lecturas centralizadas de imágenes nos confiere un plus de calidad y consistencia.

### ¿Están especializados en estudios de áreas terapéuticas concretas?

Hemos realizado ensayos clínicos en prácticamente todas, pero nuestros puntos fuertes están en tres: cardiología, oncología y neurología.

### ¿Cuáles son los retos de futuro de Anagram?

El reto principal es seguir ofreciendo al cliente un servicio directo y personalizado. Si eso implica crecer en estructura no descartamos hacerlo, pero siempre respetando nuestros valores, que son flexibilidad, calidad y adaptación al cliente. Hay que tener en cuenta que todo lo que hacemos tiene un

único fin: colaborar en la mejora de la calidad de vida de las personas.

En los veinte años que llevamos en el sector hemos visto muchos avances; uno de ellos es el relativo al SIDA, mortal hace años y crónico hoy en día gracias a la investigación. Queda mucho por hacer en otros ámbitos como el cáncer o las enfermedades raras, pero en Anagram seguiremos trabajando de la mano de nuestros clientes para continuar avanzando.



www.anagram-esic.com

**Dra. Anna Padrós** Directora Clínica del LRC

## "Nuestra función es ayudar al médico a tomar las mejores decisiones para el paciente"

El Laboratori de Referència de Catalunya (LRC) es una empresa de titularidad pública creada en 1992 para ofrecer a la sanidad pública servicios de analítica clínica. Para conocer cuál es su actividad actual, hablamos con la Dra. Anna Padrós, Directora Clínica del centro.

### ¿Con qué objeto se creó el LRC?

El Laboratori de Referència de Catalunya se creó a partir de la voluntad de modernizar los servicios que los laboratorios de diversos hospitales públicos tenían en aquel momento. La idea era modernizar esas estructuras y, a partir de economías de escalas, poder invertir en equipos que aumentarían la calidad y la eficiencia de los análisis y también el conocimiento científico que se obtenía de los mismos.

### ¿Cuál es la estructura del laboratorio?

Actualmente contamos con un equipo formado por 120 profesionales y disponemos de un núcleo central de trabajo situado en El Prat de Llobregat, donde disponemos de las últimas tecnologías y podemos realizar analíticas que

serían inviables en otros centros de menores dimensiones. También forman parte de nuestra red de laboratorios los de ocho hospitales, centros socio-sanitarios y centros de urgencia de atención primaria de Catalunya.

### ¿Cuál es la filosofía de trabajo del laboratorio?

Tenemos una clara orientación clínica, de manera que nuestra función es ayudar al médico a elaborar sus diagnósticos y a tomar las mejores decisiones clínicas y terapéuticas. Todo ello mediante un profundo conocimiento científico y a través de la búsqueda de la mayor eficiencia posible. No debemos olvidar que somos una empresa que trabaja con dinero público y debemos optimizar al máximo los recursos con los que



contamos, lo que incluye la máxima calidad. De ahí que estemos certificados con la ISO 9001 y con la ISO 15189, específica para laboratorios de análisis clínicos.

### ¿Qué tipo de análisis llevan a cabo?

Todos los análisis clínicos que precisa el sistema de salud. Ahí se enmarcan desde las analíticas de bioquímica básica (colesterol, glucosa...) hasta las hormonales, pa-

sando por los marcadores tumorales, el análisis de fármacos y la farmacogenética, la microbiología y la biología molecular... Una de nuestras áreas más destacadas es la de infecciosas, ya que contamos con el Hospital del Mar, muy potente en este área. Acabamos de acreditar, por ejemplo, una novedosa técnica de estudio de los genotipos del HIV y de la hepatitis C por secuenciación genética.

### ¿Se puede innovar en un sector como este?

El conocimiento continuo que se extrae de cada analítica es en sí innovación. En cualquier caso, mantenemos una estrecha colaboración con empresas y start-ups que desarrollan nuevos reactivos que permitan mejorar la eficiencia de los análisis. Por otro lado, también se están abriendo paso los nuevos dispositivos de primera línea que permiten a los médicos tomar una primera decisión y luego complementarla con otros sistemas más sofisticados.

### ¿Cuáles son los retos de futuro del LRC?

El futuro pasa por crecer mediante la automatización de las pruebas que pueden realizarse en grandes volúmenes, por un lado, y por los avances de las pruebas 'a pie de cama' que permiten lograr una gestión rápida del problema del paciente, por otro.



www.lrc.es

**Eugen Antohi** CEO de Máyla Pharmaceuticals

# “El sector Consumer Health Care en España tiene un gran potencial para empresas que innoven en salud”

“Science & Nature”, “Ciencia y Naturaleza”. Con esta declaración de principios, la compañía de capital holandés Máyla Pharmaceuticals se lanzó, en 2013, en plena crisis económica, a la conquista de la confianza del usuario español y del profesional de la farmacia. Con su sede europea localizada en Barcelona, en poco tiempo, Máyla Pharma ha sabido hacerse un nombre en el sector del Consumer Health Care, construyendo una imagen propia e inconfundible dentro de su ámbito natural, que es la oficina de farmacia. Con la marca Bonflex® como buque insignia, Máyla Pharma ha hecho del diseño de formulaciones innovadoras con posología fácil y cómoda su principal punta de lanza y seña de identidad.

**¿Cómo surge Máyla Pharma como proyecto e idea empresarial?**

En 2008, un importante grupo farmacéutico europeo me pidió que evaluara las posibilidades que presentaban algunos países del sur de Europa, España, Italia o Portugal, como nuevos mercados para cartera de productos de Autocuidado. Pasé un año estudiando esos mercados y me di cuenta de que el sector del Consumer Health Care en España presentaba un potencial enorme para empresas que decidieran innovar en salud. Aunque, por efecto de la crisis, la multinacional que me había encargado el proyecto decidió postergar la inversión, por mi parte estaba claro: el mercado español ofrecía grandes posibilidades y esperar a que pasara la crisis económica significaba desperdiciar una oportunidad. Fue entonces, en 2011, cuando, con el apoyo financiero de un grupo inversor holandés decidimos arrancar el proyecto Máyla Pharma como laboratorio farmacéutico orientado al sector del autocuidado, con proyección europea y sede corporativa en España, en la ciudad de Barcelona. El lanzamiento de las primeras gamas se efectuó a comienzos de 2013.

“España tiene un sistema de salud excepcional, que es la envidia de muchos otros países de la Unión Europea, y no me refiero solo a la atención médica, sino muy especialmente a la farmacéutica”

**Vd. tiene una amplia experiencia internacional como CEO de diversas empresas multinacionales. ¿Qué es lo que, según su punto de vista, hace especialmente atractivo al mercado español de Consumer health care o Autocuidado?**

España tiene un sistema de salud excepcional, que es la envidia de muchos otros países de la Unión Europea, y no me refiero solo a la atención médica, sino muy especialmente a la farmacéutica. La posibilidad de tener un consejo sanitario de proximidad de la calidad del que hay en España no es tan común en otras partes de occidente.

Este sector ha padecido en los últimos años una drástica caída



y por la calidad que el sector farmacéutico demanda.

**¿Por qué ha decidido Máyla Pharma instalar su cuartel general en España?**

España - y Barcelona, en particular - es un país muy atractivo, no solo como mercado, sino como plataforma para lanzar desde aquí un proyecto internacional: las marcas España y Barcelona venden a nivel mundial, también en el sector farmacéutico. Además está la ventaja de que en España hay profesionales con mucho talento, creatividad y con una formación excelente, lo que permite formar equipos multidisciplinares y emprender, con las mayores garantías de éxito, tanto proyectos nacionales como internacionales.

**¿Cuáles son las grandes cifras de Máyla Pharma y cómo valora Vd. los resultados obtenidos durante los primeros 6 años de andadura de la compañía?**

Nuestros resultados confirman las previsiones iniciales sobre el potencial del mercado español del Autocuidado. Con un crecimiento interanual promedio siempre por encima del 50%, nuestra facturación se sitúa actualmente en los 5 millones de euros, con una inversión en desarrollo, comunicación y promoción muy importante, del 20% de la facturación anual como mínimo. Nuestra plantilla está

compuesta por 50 profesionales que contribuyen a hacer realidad el proyecto Máyla Pharma que, aunque sigue siendo un proyecto muy joven, está liderado por un equipo directivo de larga trayectoria y amplia experiencia en el sector salud.

Todas estas cifras han sido posibles gracias a la confianza otorgada a Máyla Pharma por una red de clientes integrada por más de 7.000 farmacias, así como al compromiso y profesionalidad de todo el Equipo que forma Máyla Pharma.

**¿Qué rol ha tenido la marca Bonflex en el éxito del proyecto Máyla Pharma?**

Bonflex® ha sido la principal impulsora del crecimiento de Máyla Pharma y, por ahora, la que más notoriedad de marca ha conseguido. De hecho, según datos de la consultora IQVIA (IMS), Bonflex® ya se sitúa -por facturación y volumen- entre las 5 primeras marcas del segmento osteoarticular de autocuidado, un segmento en el que competimos con más de 500 marcas tópicas y orales. Nuestra proyección es que, en 3 años, Bonflex® ocupe el primero o el segundo puesto de ese mismo ranking.

**¿Cuáles son los principales retos y objetivos que se plantea Máyla Pharma para los próximos años?**

Podríamos resumirlos en tres. El primero de ellos sería completar la internacionalización de nuestro proyecto. Actualmente, ya exportamos a varios países europeos y de Oriente Medio pero nuestro objetivo a corto plazo es que Máyla Pharma tenga presencia directa en nuevos mercados europeos, como el francés o el portugués.

Un segundo reto, que cumpliremos a finales de este año, es el de ser plenamente activos en todos los segmentos del autocuidado, incorporando medicamentos de libre dispensación y productos sanitarios a nuestra cartera, que en parte serán de desarrollo propio y en parte procederán de la adquisición de marcas activas en el sector farmacéutico. De hecho, este año el grupo accionario de Máyla Pharma ha iniciado un proceso de fuerte inversión en activos, con el objetivo de acelerar el crecimiento de la compañía por vía inorgánica, mediante la compra de carteras externas o, directamente, mediante la adquisición de laboratorios.

Por último, nos planteamos expandir la promoción de nuestras principales marcas al sector médico especializado, para lo que, mediante proyectos de investigación clínica, estamos dotando nuestras formulaciones de nuevas y mayores evidencias médicas, para mostrar su superioridad y unicidad respecto de otras aproximaciones terapéuticas.



**Judit Cubedo** fundadora y CEO de GlyCardial Diagnostics

# GlyCardial desarrolla el primer dispositivo para el diagnóstico precoz de la isquemia cardíaca

Spin-off del Institut de Recerca Sant Pau y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), GlyCardial Diagnostics nace en 2017 para el desarrollo de un test in vitro capaz de detectar la falta de riego sanguíneo (isquemia) en el corazón de forma precoz. El primer dispositivo con esta funcionalidad en el mundo, el avance ha sido valedor de una importante financiación por parte de la UE, lo que permitirá continuar su desarrollo y validación hasta llevarlo al mercado.



**¿Qué avance les llevó a la creación de GlyCardial?**

El descubrimiento de cambios en Apo J-Glyc, una proteína presente en la sangre, en un proyecto de investigación dirigido por la Dra. Lina Badimon, Directora Científica de la empresa. A partir de ahí hemos desarrollado un primer test para poder cuantificar los niveles en sangre de dicho biomarcador y saber si un paciente está en fase de isquemia. Nuestro método es el primero en el mundo específico para diagnóstico en esa fase.

Actualmente continuamos trabajando para seguir desarrollando el test, poder hacer el estudio clínico de validación y llevarlo a un punto en el que esté maduro para lanzarlo al mercado.

**¿Qué ventajas tiene el diagnóstico en fase de isquemia? ¿Qué valor añadido aporta el avance?**

El infarto se produce por la falta de riego sanguíneo en el corazón y, cuando eso ocurre, se produce un daño irreversible en el tejido cardíaco: al no llegarle sangre, se necrosa y ese tejido ya no se recupera, lo que significa que en ade-

lante el paciente podrá tener un nuevo infarto o incluso desarrollar insuficiencia cardíaca. Por eso es importante detectar el evento antes de que se produzca este daño irreversible, esto es, en fase de isquemia, cuando el paciente empieza a sufrir la falta de riego, pero el daño es aún reversible.

Nuestro test permite adelantar el diagnóstico y tratar al paciente antes. Detecta la presencia de isquemia cardíaca de forma precoz, reduciendo el tiempo que transcurre entre el inicio del dolor y la toma de decisiones médicas, acelerando el manejo y el pronóstico de los pacientes y reduciendo el impacto de la enfermedad. Además, este biomarcador es capaz de predecir qué pacientes tienen más posibilidad de sufrir un segundo evento e incluso de fallecer.

**¿El objetivo es que llegue a los servicios de urgencias?**

En una primera fase, el objetivo es que el test esté disponible en los laboratorios de análisis clínicos de los hospitales y, posteriormente, desarrollar un test de medición rápida para los servicios de urgencias y ambulancias.



**¿Con qué financiación cuentan para seguir avanzando?**

En un primer momento contamos con dos inversores privados especializados en salud, Caixa Capital Risc y Healthquity que, con sus 2,4 millones de euros en 2017, nos permitió arrancar la empresa. Ahora hemos recibido un nuevo gran impulso, consiguiendo 1,9 millones de euros de financiación europea en el marco del programa Horizonte 2020, en la convocatoria para Pymes SME Instrument Fase 2. Para nosotros ha sido un hito porque se presentaron más de 1800 empresas, solamente alrededor de un 3% de consiguieron la financiación y GlyCardial es una de ellas. Gracias a eso seguiremos creciendo en plantilla y avanzando en el desarrollo de nuestro test.

**GlyCardial**  
**Diagnostics**

www.glycardial.com

**Dra. Marta Tomás** Directora General de DNA FAMILY BOOK

# "Conservar el ADN puede evitar que nuestros descendientes desarrollen una enfermedad"

DNA FAMILY BOOK es una empresa especializada en la conservación de ADN y asesoramiento genético, para un posible uso médico en el futuro. En 2018 fue premiada por Netmentora. Para conocer de primer a mano en qué consiste su trabajo, hablamos con la Dra. Marta Tomás, Directora General de la firma.

**¿Cómo nació DNA FAMILY BOOK?**

Nació como respuesta a una necesidad que vi durante una etapa profesional en un hospital de Italia, cuando me di cuenta de que no se conservaron los ADNs de familiares de algún paciente, aunque ellos también hubieran sufrido arritmias y muerte súbita. Pusimos la empresa en marcha en 2015 y contamos con más de 100 usuarios que han recurrido a nosotros para guardar el ADN.

**¿Por qué conviene guardar el ADN?**

Los familiares de una persona comparten gran parte de su ADN. Si disponemos de la historia clínica y del ADN de las personas próximas que han sufrido una enfermedad podemos lograr en un futuro prevenir esa patología en nuestros descendientes. Por decirlo de otra manera, hay enfermedades que

pueden tener un componente hereditario y conocer mediante un análisis del ADN si existe riesgo de padecerla es un gran avance. Y eso no tiene por qué ser hoy, sino que al disponer del ADN almacenado en biobancos, se puede recurrir a esa información en el futuro cuando salgan al mercado nuevos tratamientos y el análisis del ADN resulte cada vez más completo y económico.

**¿En qué tipo de enfermedades puede ser útil conservar el ADN?**

Según diversos estudios, un 56% de la población española es portadora de mutaciones relacionadas con enfermedades hereditarias. Se calcula que si se realizasen los análisis de ADN ya disponibles, hasta un 30% de esas patologías podrían evitarse. Entre las enfermedades que posiblemente tengan naturaleza genética se encuentran las mentales, las raras, el cáncer hereditario y tipos concretos de Alzheimer, de Parkinson y de cardiovasculares (infarto de miocardio, ictus).

**¿Cómo funciona el servicio?**

Es muy sencillo. Cuando una persona contrata el servicio recibe un kit para obtener la muestra de ADN, y opcionalmente una consulta de asesoramiento genético. Se trata de un bastoncillo con el que fácilmente y sin dolor debe frotar la en-

ciencia. Una vez hecho, le recogemos la muestra y la depositamos en biobancos homologados. En cualquier momento, el usuario puede pedirnos que enviemos parte de ese ADN para ser analizado en un laboratorio que aconseje el asesor genético por ser experto en la patología de su familia.

**¿Dónde se guardan las muestras de ADN?**

En biobancos homologados que forman parte de la Red Nacional de Biobancos del Instituto de Salud Carlos III. En nuestro caso, trabajamos con tres: el biobanco del Hospital Clínico de Barcelona, el del Hospital Germans Trias i Pujol de Badalona (Can Ruti) y el Nucleus de la Universidad de Salamanca, puesto que ofrecemos servicio a nivel nacional.

**¿Mediante qué canales llegan al público?**

Tenemos varias vías de acceso al

mercado, desde las asociaciones de pacientes, las clínicas y centros médicos, las farmacias y las residencias de la tercera edad, hasta el acceso directo online o por teléfono. También ofrecemos el servicio para personas difuntas, en este caso en colaboración con las empresas de servicios funerarios.

**¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?**

El objetivo es seguir creciendo y aproximando nuestros servicios al público, tanto en almacenamiento de ADN como en asesoramiento genético, algo que hacemos para guiar a las familias en la correcta utilización de sus ADNs. Por otro lado, creemos que el nuestro es un modelo escalable a otros países, de modo que preveamos la internacionalización mediante partners locales.

www.dnafamilybook.com  
Tel. 93 652 37 66

