

# Rekom Biotech lleva al mundo sus productos para diagnosticar enfermedades infecciosas

La biotecnológica está ubicada en el PTS y prepara su entrada en el mercado de las alergias, tanto ambientales como alimentarias

■ R. I.

La biotecnológica Rekom Biotech está especializada en el diseño y producción de antígenos recombinantes para el diagnóstico de enfermedades infecciosas producidas por virus, bacterias, parásitos y hongos. Sus clientes son compañías que elaboran test de diagnóstico con la materia prima que proporciona la empresa granadina, que empezó su actividad en 2011 en el Parque Tecnológico de la Salud (PTS). En estos cuatro años, sus ventas internacionales alcanzan el 80% de las totales y ha logrado llevar sus productos a una veintena de países, entre los que están Alemania, Estados Unidos, Italia, China y Brasil y posteriormente cerró con las empresas Tokyo Future Style (Japón) y Biogenuix (India) la distribución en dichos mercados.

«Hay otras empresas que hacen lo mismo que Rekom Biotech, sobre todo en EEUU, algunas menos en Europa y en España no hay ninguna tan enfocada como nosotros en materia prima para diagnóstico in vitro de enfermedades infecciosas. En realidad, lo que hay en abundancia en EE UU son empresas intermediarias; grandes empresas que venden con su marca multitud de antígenos fabricados por otras empresas más pequeñas como Rekom Biotech, con lo cual su catálogo es muy extenso», afirma la doctora Ana Camacho, una científica que impulsó la empresa y que se ha rodeado de un equipo «formidable, profesional y entusiasta, con muchas ganas de que esto salga adelante».

## 'Customizar'

Para ella, una empresa fabricante de test de diagnóstico tiene una clara ventaja en trabajar directamente con el fabricante de su materia prima, y no solo es económica. «Nosotros llegamos a 'customizar' total-



Laboratorio de la biotecnológica Rekom Biotech en el Centro de Empresas del Parque Tecnológico de la Salud. ■ FUNDACIÓN PTS

mente los antígenos para ajustarlos a los requerimientos de la empresa con la que trabajamos. Los cambiamos, los mejoramos, hasta que ellos consiguen exactamente lo que buscan. Es una colaboración muy intensa, muy diferente a simplemente comprar un antígeno online como en un supermercado».

«Por otra parte», añade, «nosotros no solo producimos los bio-marcadores, sino que en los casos en los que es posible, los validamos con sueros de población enferma para la enfermedad en concreto. Esto nos permite conocer de antemano si se trata de un buen antígeno o si hay que trabajarlo más. De esta manera, podemos ofrecerlo a los fabricantes de test de diagnóstico con mayor seguridad. Al contrario que en otras empresas, los certificados de calidad de nuestros productos son un punto de partida muy avan-

zado para nuestros clientes».

La empresa trabaja en la introducción de dos antígenos de citomegalovirus, un antígeno de toxoplasma y dos de leptospira, pero necesita tiempo para obtener resultados fiables. «Conseguir un cliente industrial es un proceso en ocasiones extremadamente largo. Las empresas hacen un montón de validaciones respecto a la calidad del antígeno: selección entre bio-marcadores, condiciones adecuadas para pegarlo a su plataforma de diagnóstico concreta, reproducibilidad de lote, estabilidad del mismo, etc. Son procesos que pueden tardar hasta más de un año en cerrarse», explica la doctora Ana Camacho.

La entrada en el mercado de las alergias, tanto ambientales como alimentarias, es otro proyecto en el horizonte de Rekom Biotech. En opinión de la directora, «es un mer-

cado que sabemos que crecerá mucho en los próximos años y en este campo podemos aplicar todo el conocimiento que hemos adquirido y refinado en el diseño y la producción de materia prima para el diagnóstico de enfermedades infecciosas. En la actualidad ya estamos desarrollando un proyecto de I+D concedido por la Agencia IDEA».

## Buenos parámetros

La inversión que se hace en I+D+i está muy centrada en el producto más que en nuevas tecnologías, se actúa sobre bio-marcadores que ya tienen desarrollados y que necesitan mejorarse o bien se desarrollan otros cuyo diagnóstico no está solucionado en el mercado del diagnóstico de enfermedades infecciosas.

La facturación, el número de clientes, «todo tiende al crecimiento en Rekom Biotech, esos son buenos

parámetros, pero una empresa debe estar en continua evolución y cambio. Hasta ahora hemos conseguido un producto de calidad, que tiene una demanda real y un mercado muy enfocado...eso no es poco», asegura Camacho, que recuerda que la internalización de la empresa comenzó desde el primer momento, cuando consiguió implantar la norma de calidad ISO 9001, lo que supuso un gran esfuerzo.

¿Qué opina la impulsora de Rekom Biotech sobre la difusión de la marca 'Granada Salud' que promueve la Fundación PTS? «Siempre que desde su inicio se haga corresponder la marca con unos buenos estándares de calidad y que realmente se cumplan, me parece que puede ser beneficioso para todas las empresas granadinas cuyo modelo de negocio esté relacionado con la salud».

## Producir para vender bien

Ana Camacho confía y se identifica plenamente con su equipo de trabajo. Al frente del departamento de producción se encuentra María José Barroso, experta en purificación de proteínas; el departamento de I+D lo dirige Isaac González, experto en manipulación de ADN, ensayos inmunológicos y desarrollos upstream en fermentador, y un departamento de nuevas tecnologías de la comunicación al frente del cual está Rosa María de Molina, que se encar-

ga de marketing, web y diseño de software específico para la empresa. Y por supuesto cuenta con un departamento de internalización y ventas dirigido por Pilar Bordetas, persona con un alto dominio de idiomas y un MBA. «La cual es en gran parte responsable de nuestra rápida internacionalización», señala Ana Camacho.

Según ella, tan importante es la producción como la venta: «Aunque mi formación es fundamentalmen-



Ana Camacho, sentada, y su equipo. ■ FUNDACIÓN PTS

te científica, siempre he tenido en cuenta, desde el primer día, que si estaba creando una empresa era para vender un producto, por lo tanto el departamento comercial es tan importante como el de producción. Tengo claro que un científico no es la persona más adecuada para vender. Las especializaciones existen por algo, aunque esto no es lo más común en las pequeñas empresas de biotecnología que conozco. Desde mi punto de vista es preferible contratar a una persona especializada en ventas y comercio exterior que aprenda tu producto, a tener un técnico vendiendo».