

CATALUNYA

NUEVOS ACTIVOS

NICHO DE MERCADO

LA COMPAÑÍA FUNDADA EN BARCELONA POR TRES EMPRENDEDORES PREVÉ DAR EL SALTO A LATINOAMÉRICA Y AUSTRALIA, Y LANZAR UNA GAMA PREMIUM DE SUS PRODUCTOS EL AÑO QUE VIENE.

Meller, más allá de las gafas de sol 'low cost'

Guillem Tapia. Barcelona

La historia de Meller comenzó con un rechazo. Su marca de gafas *low cost* fue inicialmente descartada por una aceleradora de negocios de Kuala Lumpur (Malasia), al entender que precisaba de demasiado capital para comenzar a operar. No obstante, los emprendedores permanecieron en la ciudad asiática y se integraron en la incubadora, que les ofreció como alternativa participar en los equipos de desarrollo de otras *start up*.

“Durante seis meses estuvimos trabajando a tiempo completo en otros proyectos, mientras que por las noches pulíamos el producto y buscábamos proveedores para poner en marcha Meller”, explica Sergi Benet, director general de la compañía y exalumno de Esade. Pasado este periodo, Benet y los otros dos socios fundadores volvieron a Barcelona y constituyeron su empresa en mayo de 2014.

Para poner en marcha su proyecto, los emprendedores reunieron 15.000 euros y, con este capital, realizaron su primer pedido de gafas de sol –diseñadas por ellos mismos, pero fabricadas en China–. Sin embargo, los escasos fondos iniciales y la inherente estacionalidad del producto de Meller, propició que, a principios de 2015, la compañía se quedara “sin gasolina”, en palabras de Benet.



Marco Grandi, Sergi Benet y Borja Nadal, fundadores de Meller.

La empresa prevé facturar 3 millones de euros en su segundo año de actividad

La necesidad les llevó a volver a probar suerte en otra aceleradora, esta vez con más fortuna. Entraron en Conector y, gracias a su paso por la incubadora, captaron una inversión por valor de 40.000 euros de distintos *business angels*.

De momento, éste es todo el capital que ha levantado Meller. A principios de 2016, la empresa abrió una ronda de 200.000 euros, pero decidió no cerrarla porque, según la compañía, consideraron que

la cantidad excedía sus necesidades financieras.

La firma de complementos de moda también fue seleccionada para el programa BStartup, de Banco Sabadell, lo que implicaría la entrada de la entidad financiera en el capital de Meller. No obstante, la inversión no se ha concretado. “Queremos negociar bien las condiciones”, apunta el director general.

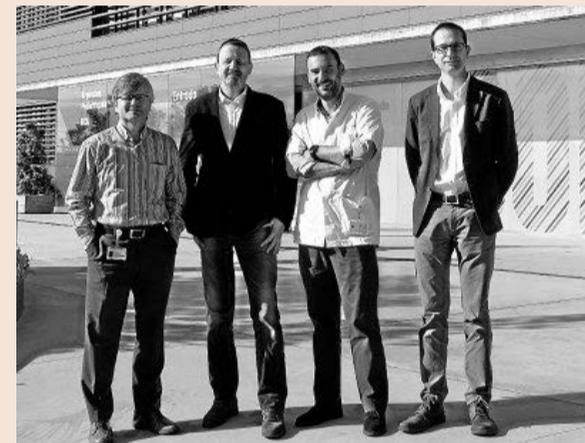
Planes de futuro

Meller comercializa su producto, sobre todo, a través de Internet. Además de las gafas de sol –que tienen un precio que oscila entre los 25 y 35 euros–, la firma también vende relojes, lo que le permite extender el negocio más allá de la temporada de verano.

La compañía ha empezado a vender relojes para desestacionalizar las ventas

El negocio de la compañía en España supone cerca del 60% de la facturación total, mientras que el resto de la actividad se reparte entre Francia, Italia, Portugal y Reino Unido. Los planes de la compañía de cara a 2017 pasan por introducirse en Latinoamérica y Australia, y lanzar una gama *premium* de sus productos. Meller facturó 500.000 euros en 2015, y prevé elevar su cifra de negocio hasta los tres millones de euros este ejercicio.

EMPRESAS CON PADRINO



Joan Bertran, segundo por la izquierda, junto a miembros del equipo de Cebiotex y del Hospital Sant Joan de Déu.

Cebiotex levanta 300.000 euros en su segunda ronda

Sara Valdés. Barcelona

Cebiotex, *spin-off* biotecnológica del Hospital Sant Joan de Déu (HSJD) de Barcelona y de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), acaba de cerrar su segunda ronda de financiación mediante la plataforma de inversión colectiva Capital Cell. Tras el éxito de la primera ampliación de capital, en la que consiguió 300.000 euros en once días para adaptar su producto de eliminación de restos tumorales al ámbito infantil, la *spin-off* decidió abrir una segunda ronda por el mismo importe, que ya ha cerrado. lo que eleva la financiación acumulada a 600.000 euros. La cifra se ha logrado con la participación de 126 inversores, y ha batido el récord de capital levantado a través de *crowdfunding* en una biotecnológica en España.

Gracias a toda la financiación conseguida, Cebiotex podrá seguir avanzando en el desarrollo de su produc-

to, y a su vez, cumplirá uno de los objetivos clave del proyecto: que la terapia se pueda aplicar en el tratamiento contra el cáncer pediátrico.

El *CEB-01* –producto que desarrolla la firma– funciona envolviendo la zona de la que se ha extirpado el tumor con una membrana cargada con medicamentos antitumorales. La membrana desarrollada por Cebiotex es inerte, no tóxica y puede utilizarse con el antitumoral más efectivo para cada tipo de tumor. La innovación del producto, que tiene previsto alcanzar la fase preclínica en septiembre de 2017, consiste en aplicar el medicamento antitumoral más idóneo mediante esta membrana, directamente sobre los tejidos. Esta vía ha sido apoyada por la Agencia Europea del Medicamento.

Cebiotex fue fundada en 2012 por un equipo liderado por Joan Bertran y tiene su sede en el Parc Científic de Barcelona.

LA 'APP' DE LA SEMANA



WAY AWAY

Way Away es una aplicación para la planificación de viajes que ofrece una ruta para conocer el destino elegido adaptada a los días que el usuario tenga disponibles. La *app* crea un itinerario detallado y con todo tipo de indicaciones para seguirlo con mapas geolocalizados *offline* para no pagar *roaming*. Además, Way Away también localiza y sugiere restaurantes y bares *auténticos*, aquellos que recomendarían sus propios habitantes pero siempre de forma que encajen con la ruta y el ritmo del viajero.

LO MEJOR

- Las rutas son creadas manualmente por los profesionales de la compañía, no a partir de algoritmos que no tienen en cuenta los detalles.
- La *app* permite ahorrar tiempo al montar el viaje y también aprovechar al máximo los días de vacaciones.

LO PEOR

- En su catálogo, Way Away sólo ofrece las ciudades y países que sus profesionales han visitado.
- Descargar las rutas y mapas en el móvil y la tableta tiene un coste (4,99 euros por cada ciudad y 9,95 euros por cada país).