

IDEAS DE NEGOCIO

Enfermedad hecha virtud

Social Diabetes ha conseguido, dos años después de su creación, tener un total de 4.000 usuarios activos diarios y espera iniciar en breve la venta de su aplicación a clínicas y expandirse a EEUU y Latinoamérica



JOAN CORTADELLAS

EXPECTATIVAS. Víctor Bautista Bermúdez posa en el salón de su casa en Barcelona, donde desarrolla la mayor parte de su trabajo.

Agustí
SALA

Víctor Bautista Bermúdez, 43 años, ha convertido en virtud tanto las enfermedades como los contratiempos y accidentes. La indemnización recibida después de ser arrollado con su moto por un coche en Barcelona le ha servido de colchón para la etapa inicial de su negocio. Y su dolencia, la diabetes de tipo 1 –la que requiere inyectarse insulina– le proporcionó la idea que se convirtió en lo que hoy es Social Diabetes.

En la actualidad cuentan con unos 4.000 usuarios activos diarios y con un potencial elevado de crecimiento porque están a punto de ce-

rrar un acuerdo con el Ministerio de Sanidad de Chile para desarrollar una prueba piloto durante un año que sumará de 4.000 a 5.000 usuarios más, explica.

Su proyecto, convertido ya en empresa, nació de su inquietud tras diagnosticársele diabetes. «Soy programador y, además diabético. Era la combinación perfecta porque vi que no existía un instrumento para controlar bien la enfermedad», afirma convencido. «Luchamos para que el paciente sea su propio médico», sentencia. La aplicación tiene como objetivo mejorar la autonomía, flexibilidad, minimizar el riesgo, y proporcionar una herramienta útil para el autocontrol de la comida y la administración de insulina.

Después de un año de pruebas tras conseguir la fórmula de cálculo

La compañía se encuentra inmersa en la actualidad en una ronda de financiación de hasta 150.000 euros

de la insulina del Hospital Arnau de Vilanova de Lleida, introdujeron la aplicación en la tienda de Android y «resultó un éxito». Desde entonces, hace unos dos años, se han registrado más de 13.000 descargas de la aplicación que maneja estadísticas, gráficas y comparativas para que el diabético se controle. España es la principal fuente de procedencia de usuarios, seguido por Estados Unidos y Latinoamérica.

Existe una parte de la aplicación que es gratuita y otra que se obtiene mediante una suscripción anual de 15 euros que incluye un servicio de teleasistencia a través de www.socialdiabetes.com. «La idea es que un médico pueda aconsejar y visitar a distancia, lo que abarata costes y podría suponer un gran ahorro para el sistema sanitario», agrega.

Chile es el primer lugar donde han logrado receptividad y de ahí la posibilidad de hacer la prueba piloto.

A partir de todo ello surgió un modelo de negocio «no previsto» que consiste en hacer de marca blanca para clínicas privadas que contraten la licencia, explica el fundador de la empresa. Una amiga suya, María Jesús Salido, que actualmente es la consejera delegada y también accionista, es quien le animó a convertir este proyecto en una empresa.

El doctor Dídac Mauricio también es socio de esta compañía que se encuentra en la actualidad en plena ronda de financiación de hasta 150.000 euros. Va dirigida a amigos, parientes y locos (del inglés *friends, family and fools*) a quienes recurren los emprendedores al iniciar sus negocios. Pero, en todo caso, se trata de buscar médicos y personas vinculadas con la sanidad, es decir, que no aporten solo dinero. Después de esta operación se pasará de los tres accionistas actuales (Víctor Bautista es el primero con más del 70%) a seis.

Con estos fondos esperan ganar tranquilidad durante un año hasta que empiecen a entrar ingresos y cerrar acuerdos con algún productor de glucómetros (el instrumento para medir la concentración de glucosa en sangre) para, por ejemplo, ofrecer una solución integrada con la aplicación. También les permitirá expandirse hacia EEUU y Latinoamérica para consolidar los usuarios que ya han ganado. De hecho, el objetivo es también contratar comerciales para vender la licencia a clínicas y centros sanitarios que se muestren interesados.

El mercado, en todo caso, es enorme. En el mundo hay más de 170 millones de diabéticos, de los que el 10% o el 15% son del tipo 1 (insulino dependientes). En Social Diabetes trabajan ahora en una versión de su aplicación para enfermos del tipo 2 (los que recurren a pastillas), asegura Víctor Bautista.

También estudian la forma cómo ampliar el negocio como red social y tienen también un sistema de pulseras inteligentes programadas con los datos del diabético y las dos últimas semanas de historial médico. Otro de los campos que investigan en la compañía es el de realizar videoconferencias y aprovechar las *smart-TV* para que el paciente pueda contactar con el médico sin necesidad de desplazamientos. ■