

TENDENCIAS | NEGOCIO

Firmas que alumbran una nueva generación de bebés

Con el desplome de la tasa de natalidad como gran desafío demográfico para España, algunas 'start up' trabajan en soluciones que ponen el foco tanto en la **salud reproductiva** como en el bienestar y el **cuidado de los niños**.

Jesús de las Casas. Madrid

El año pasado nacieron poco más de 338.000 niños en España. La cifra desciende año tras año y ya es la más baja desde 1941, cuando comenzaron a tomarse registros. Con la tasa de natalidad en caída libre, en España fallecen más personas de las que nacen desde 2015 y ya es el cuarto país europeo con más mujeres sin hijos. A la disminución continuada de los nacimientos en los últimos años se ha sumado el impacto de la pandemia, que ha llevado a numerosas parejas a posponer su decisión.

“La reducción de la natalidad es principalmente una cuestión cultural de esta época que responde al contexto global, pero el retraso de la maternidad implica muchas veces dificultades para concebir”, señala el doctor Santiago Munné, cofundador de Homu Health Ventures. Este *hub*, que ayuda a crear, incubar y acelerar *start up* en el sector *biotech*, impulsa en estos momentos trece compañías. Diez de ellas trabajan en el ámbito de la salud reproductiva, un segmento muy específico dentro de la industria biotecnológica en la que Homu quiere convertirse en uno de los mayores ecosistemas del mundo.

No es casualidad que una de cada seis parejas españolas tenga problemas de fertilidad, cuando hace una década apenas le ocurría a la mitad. Como apunta Munné, estos datos explican el creciente interés de los



emprendedores e inversores por desarrollar soluciones que faciliten y hagan más accesible los procesos de fertilidad, cuyo coste aún es elevado para gran parte de la población. Precisamente, la mayoría de las *start up* que acceden al sector se centran en el desarrollo de nuevas tecnologías para abaratar los costes y democratizar las técnicas de reproducción asistida. Además de aumentar la accesibilidad y la seguridad, otra de las prioridades de estos proyectos pasa por anticipar, a través de la genética, la detección de enfermedades.

El ámbito de la salud reproductiva es el más destacado, pero no el único que tiene una influencia en el plano de la natalidad. Otros emprendedores ponen el foco en el bienestar y en



el cuidado de los propios bebés, así como en facilitar la vida a sus padres. Tras haber desembarcado en infinidad de sectores económicos, estas *start up* representan la llegada de la tecnología a las familias. Aunque de un modo más indirecto, son proyectos que también contribuyen a impulsar el nacimiento de más niños.



Los equipos de Woom (izquierda) y Smileat (derecha) trabajan en el ámbito de la salud reproductiva y en la alimentación infantil ecológica, respectivamente.

chos pacientes procedentes de toda Europa; grandes médicos y empresas han abonado durante muchos años un ecosistema que se ha convertido en referente mundial”.

Líder mundial

El alto potencial de crecimiento de este sector queda patente con movimientos como el que está ultimando el fondo neoyorquino KKR para hacerse con una participación mayoritaria en el grupo valenciano IVI-RMA, líder mundial en clínicas de fertilidad, con una valoración próxima a los 3.000 millones de euros. Sería una de las mayores operaciones corporativas que se han llevado a cabo en el mercado español de capital riesgo en los últimos años.

El reto de la implantación de embriones

Seguramente nunca haya oído hablar de la molécula OXO-001, pero la propuesta de **Oxolife** gira en torno a ella. Esta 'biotech' barcelonesa desarrolla un fármaco que aspira a disminuir la infertilidad femenina a través de una doble mejora: en la implantación del embrión en el útero y sobre la ovulación. El proyecto nació en 2013 del conocimiento y la experiencia de sus fundadores: Agnès Arbat, médico especialista en farmacología clínica y salud de la mujer, e Ignasi Canals, doctor en bioquímica. La implantación embrionaria es uno de los mayores misterios del embarazo: si falla, no hay gestación posible. “El gran avance de nuestro fármaco es el efecto sobre la implanta-

ción. Hoy no se dispone de ningún tratamiento ni tecnología que facilite o mejore las posibilidades de que un embrión se implante bien, que se sitúan en un escaso 30% o 40%”, señala Arbat.

Tras unas primeras pruebas de concepto positivas, Oxolife lleva ahora a cabo un estudio clínico con pacientes con diagnóstico de infertilidad en 27 centros europeos, quince de los cuales son españoles.

La compañía cerró hace dos años una ronda de 5 millones de euros y su objetivo es continuar con las siguientes fases de desarrollo para aterrizar en el mercado en 2028, a la vez que trabaja en otras soluciones.

Ignasi Canals y Agnès Arbat, fundadores de Oxolife.





Clelia Morales y Laurence Fontinoy, fundadoras de Woom.

Cómo mejorar la fertilidad femenina

Laurence Fontinoy y Clelia Morales crearon **Woom** a mediados de 2016, una 'start up' que se propone luchar contra las dificultades que deben afrontar muchas parejas a la hora de concebir un hijo. "En realidad somos una empresa de ciencia de datos: recogemos información sobre distintos parámetros y nos basamos en el estilo de vida de la mujer, su ciclo, su salud... e incluso de su pareja para ofrecerle una solución personalizada", señala su CEO y cofundadora Fontinoy. La plataforma "se divide en tres partes: el conte-

nido, el calendario y la comunidad", afirma la responsable de Woom, quien añade que la aplicación permite a sus usuarias conectar con otras personas que deben enfrentarse a situaciones similares. La 'start up' ya supera el millón y medio de usuarias, de las que alrededor de un tercio son españolas, y desde su nacimiento ha ayudado a más de 100.000 mujeres a quedarse embarazadas. Además, la compañía ha logrado tener presencia en nueve países entre Europa y Latinoamérica.

Una 'app' para que el niño duerma bien

Cuando buscaba una solución para el problema de sueño de su segunda hija, Daniel Valledor encontró a Amelia Hunter. Esta asesora de sueño infantil le cambió la vida: la niña pasó de despertarse cuatro veces cada noche a dormir diez horas al día, y sus padres pudieron descansar por fin. Junto con su hermano Ignacio decidieron fundar entonces **Lullaai**, que "nació con la finalidad de mejorar el descanso de los bebés, y esto a su vez consigue mejorar la vida en familia".

El CMO y cofundador, Daniel Valledor, destaca que nueve de cada diez padres que utilizan su solución alcanzan sus objetivos de sueño. Su 'app' les pone en contacto con 'sleep coaches', a quienes pueden consultar vía chat. El uso de la tecnología es clave: gracias a la inteligencia artificial, la 'app' reconoce el llanto del bebé y consigue calmarle por medio de la creación de ruidos blancos, incluso sin conexión a Internet. Más de 70.000 usuarios en el mundo utilizan Lullaai, sobre todo desde España y Estados Unidos.



Daniel Tizón, Ignacio Valledor, Amelia Hunter y Daniel Valledor, fundadores de Lullaai.

Los secretos de la lactancia

María Berruezo conoce de primera mano la falta de información y apoyo que sufren las madres tras el parto. Tras un accidente que la obligó a estar hospitalizada cuando su hija sólo tenía un mes, recibió la ayuda de la experta en lactancia Alba Padró. Aquella vivencia inspiró a ambas para crear **LactApp**, una herramienta tecnológica capaz de acompañar de forma personalizada a expertas a madres de todo el mundo. "No se trata de convencer a las madres para que amanten, sino de facilitar la toma de decisiones durante la lactancia y la maternidad. Es un espacio neutral, profesional, personalizado y respetuoso", explica Berruezo.



Enric Pallarés, Alba Padró y Maria Berruezo, fundadores de LactApp.

Además de la 'app', que se dirige a las madres, también han desarrollado una versión enfocada a los profesionales de la salud. LactApp ya da respuesta a 100.000 consultas cada semana en castellano, inglés y portugués. Está presente en el 89% de los países del mundo y, según sus datos, casi una de cada cuatro nuevas madres utiliza su aplicación en España.

Alimentación infantil de calidad

Hace nueve años que Alberto Jiménez y Javier Quintana dejaron sus trabajos en el extranjero y regresaron a España. Amigos desde el colegio, habían tenido una idea de negocio a la que querían dedicar todo su tiempo: introducir los conceptos de ecológico y saludable en la alimentación infantil. Así nació **Smileat**, con la ambición de crear el mejor producto del mercado tanto en ingredientes como en tabla nutricional, sin azúcar y sin sal. Como explica Jiménez, "somos muy estrictos y puristas en los ingredientes que utilizamos: sólo materia prima ecológica y de altísima calidad. No creemos que un producto deba tener muchísimo sabor, ni siropes, almidones y añadidos; la mejor herencia que se puede dejar al bebé es que se acostumbre a comer sin azúcar". Su gama de productos, cada vez

más amplia, se vende en supermercados, farmacias y tiendas ecológicas. Tras aumentar sus ventas un 52% el año pasado hasta alcanzar los 4,7 millones de euros, hoy compite con gigantes como Hero y Nestlé, y planea expandirse a mercados como Europa del Este y Oriente Medio.



Alberto Jiménez y Javier Quintana, fundadores de Smileat.



Joaquín Feliu, Santi Garcia-Planas, Ana Boltes y Pepe Maciá, forman parte del equipo de Trámites de Nacimiento.

Los padres dicen adiós a la burocracia

El primer hijo de Pepe Maciá tiene casi la misma edad que su empresa, cerca de diez años. Fue entonces cuando se dio cuenta del trastorno que suponía realizar los trámites tras el nacimiento de un bebé, que le impedían estar con su mujer y su hijo en un momento tan especial. Este fue el germen de **Trámites de Nacimiento**, una 'start up' que Maciá fundó con Ana Boltes para encargarse de realizar todas las gestiones y que los padres puedan disfrutar al máximo de los primeros días de vida de

sus hijos, olvidándose de la burocracia y el papeleo. "Al principio iba yo solo a ver clientes, preparaba los formularios, acudía a las administraciones y se los entregaba en casa. Ahora estamos mucho más digitalizados y somos más eficientes, con un equipo de ocho personas", señala el cofundador de la compañía. Tras elevar su facturación un 600% en 2021, Maciá atribuye gran parte del éxito del negocio al boca-oreja, un trabajo fino y una gran atención al cliente.