

PlantaDoce.

Empresa

24Genetics mira a las grandes tecnológicas: ficha al exdirector de consumo de Vodafone

La compañía madrileña, especializada en test genéticos, ha incorporado a su equipo a Antonio García-Urgelés Capdevila, quien además de trabajar en la multinacional de telefonía móvil formó parte del equipo de Microsoft Iberia.

A. Escobar
27 ene 2020 - 05:00



24Genetics se apoya en las grandes tecnológicas para continuar creciendo y armar su equipo directivo. La biotecnológica madrileña, que está especializada en test genéticos de prevención de salud y bienestar, acaba de fichar al exdirector de consumo global de Vodafone, Antonio García-Urgelés Capdevila, para que forme parte del consejo de administración de la compañía, según han adelantado desde la empresa a PlantaDoce.

García-Urgelés Capdevila, licenciado en Informática por la Universidad Politécnica de Madrid, fue director de márketing de Microsoft Ibérica entre 1995 y 2000.

1/3

<https://www.plantadoce.com/empresa/24genetics-mira-a-las-grandes-tecnologicas-ficha-al-exdirector-de-consumo-de-vodafone>

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

PlantaDoce.

Posteriormente, **el ejecutivo fue vicepresidente de Latinoamérica de Terra Networks**, para acabar recalando en 2002 en Vodafone, compañía en la que trabajó hasta 2014 como director de consumo a escala global.

Desde 2014, año en que abandonó Vodafone, ejerció como miembro del consejo de administración de Genasys, proveedor español de soluciones tecnológicas avanzadas para la gestión de *big data* y servicios de mensajería. Desde 2016 ejerce también como inversor en empresas como Decelera o MediaSmart.

24Genetics ha firmado recientemente un acuerdo con El Corte Inglés para comercializar sus tests

Este movimiento se produce después de que hace unas semanas la compañía diese el salto al canal físico, alcanzando **un acuerdo de comercialización de su test genético con El Corte Inglés**, según explicaba Nacho Esteban, fundador de 24Genetics.

La primera incursión de la empresa en El Corte Inglés se ha llevado a cabo el centro que el grupo de grandes almacenes tiene en el número 85 del Paseo de la Castellana de Madrid. En este lugar, 24Genetics también comercializará su test genético especializado en medicina deportiva, Cross DNA. Hasta la fecha, los análisis se podían contratar a través de su página web y mediante gigantes del comercio electrónico como Amazon.

La compañía está presente, a través de distribuidores locales, en más de 95 países. Los precios de los dispositivos que comercializa 24Genetics oscilan entre los 150 euros y 400 euros, aproximadamente. Sus últimas operaciones comerciales relacionadas con el *business to business* (B2B) se han realizado en Irak y Mongolia.

El cliente que contrata uno de los análisis de 24Genetics recibe por correo urgente un paquete que incluye un bastoncillo. La persona solo tiene que frotar el bastoncillo en la parte interior de las mejillas para obtener la muestra que, enviada de vuelta por mensajero, permitirá a 24Genetics secuenciar su información genética y aplicarle 730.000 marcadores genéticos.

La compañía ya comercializa sus productos en

PlantaDoce.

países como Irak o Mongolia

A partir de esta información, que se procesa en uno de los laboratorios europeos con los que la *start up* tiene acuerdos, los algoritmos desarrollados por la compañía comparan los datos con una amplia variedad de estudios procedentes de literatura científica para ofrecer diferentes tipos de estudio, en función de lo que haya contratado el cliente.

24Genetics, con sede social en el número 95 de Paseo de la Castellana de Madrid, cuenta con tres centros propios más, después de que a finales de 2017 abriera una oficina en Boston (Estados Unidos) para dar respuesta a la demanda del mercado norteamericano, así como la que puso en marcha en el Paseo de la Reforma de Ciudad de México en la primera mitad de 2018.