

PlantaDoce.

Empresa

Bluephage capta 250.000 euros para avanzar en investigación

La *spin off* de la Universitat de Barcelona cuenta con un test para cuantificar los bacteriófagos (indicadores víricos) del agua y de los alimentos para prevenir enfermedades.

PlantaDoce
13 jun 2019 - 11:35



Espaldarazo económico para Bluephage. La biotecnológica española, *spin off* de la Universitat de Barcelona (UB), ha recibido una ayuda Neotec (del Ministerio de Ciencia) de 250.000 euros para avanzar en investigación.

La empresa se fundó en 2016 por los investigadores de la UB Joan Jofre, Francisco Lucena, Anicet Blanch y Enric Queralt. La *spin off* cuenta con un test para cuantificar los bacteriófagos (indicadores víricos) del agua y de los alimentos de una manera sencilla y en menos de cinco horas, en contraste con las casi veinticuatro horas que se necesitan actualmente para hacer este tipo de análisis.

Los indicadores bacterianos que se utilizan actualmente para analizar la calidad del agua no sirven para determinar la presencia de un amplio abanico de virus causantes de graves enfermedades, y normalmente se basan en métodos de cultivo bastante largos, que requieren mucho tiempo de preparación de materiales, personal

PlantaDoce.

cualificado y equipos especiales.

La compañía ya ha superado el millón de euros en aportaciones de capital

Durante su primera ampliación de capital, en 2017, Bluephage consiguió 180.000 euros. **El año pasado, la biotech cerró una segunda ampliación por valor de 702.000 euros.** “Esto nos permite consolidar el proyecto empresarial y terminar el desarrollo de los distintos productos vinculados al análisis de indicadores virales en el agua y los alimentos”, explica Enric Queralt, director ejecutivo de la empresa.

Actualmente Bluephage está terminando la fase de desarrollo de nuevos productos e iniciando la comercialización a escala internacional de una serie de kits de análisis ya terminados. “Estamos hablando con distintos distribuidores de todo el mundo que nos ayudarán a penetrar en los distintos mercados”, añade Queralt.