



OPERACIONES CORPORATIVAS

GCM Communications Technology

La experiencia de una empresa de base tecnológica

Dr. Vicente Díaz (Fundador y CEO)



Quienes somos y nuestra misión

- GCM se funda en 2002 en **base a una nueva tecnología** que mejora el rendimiento de cualquier dispositivo, **NUEVO PARADIGMA TECNOLÓGICO.**
- Con el objetivo de **madurar la tecnología en 4/5 años y llevarla al mercado en otros 2/4 años.**
- Dedicada **100% a I+D.**
- **11 patentes** en España extendidas por todo el mundo.

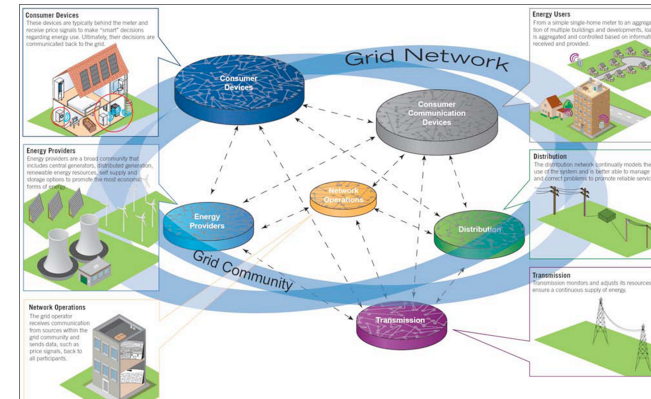
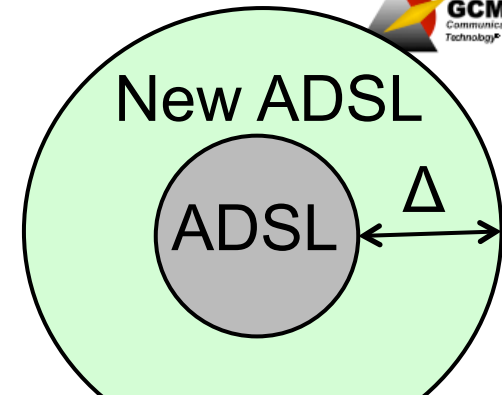
Objetivo:

Licenciar nuestras patentes a fabricantes globales en ámbitos tan diversos como las telecomunicaciones, la gestión de energía y aplicaciones médicas.

Qué hemos hecho estos años...

Hemos creado tecnologías avanzadas para...

- Mejorar la cobertura y la velocidad de las comunicaciones ADSL, móvil, WiFi, etc.
- Detectar problemas en las redes de transporte de energía y mejorar su gestión.
- Comunicaciones robustas por la red eléctrica: Gestión de la “*Smart Grid*”
- Diagnóstico médico in-vivo “sin pinchazo”.



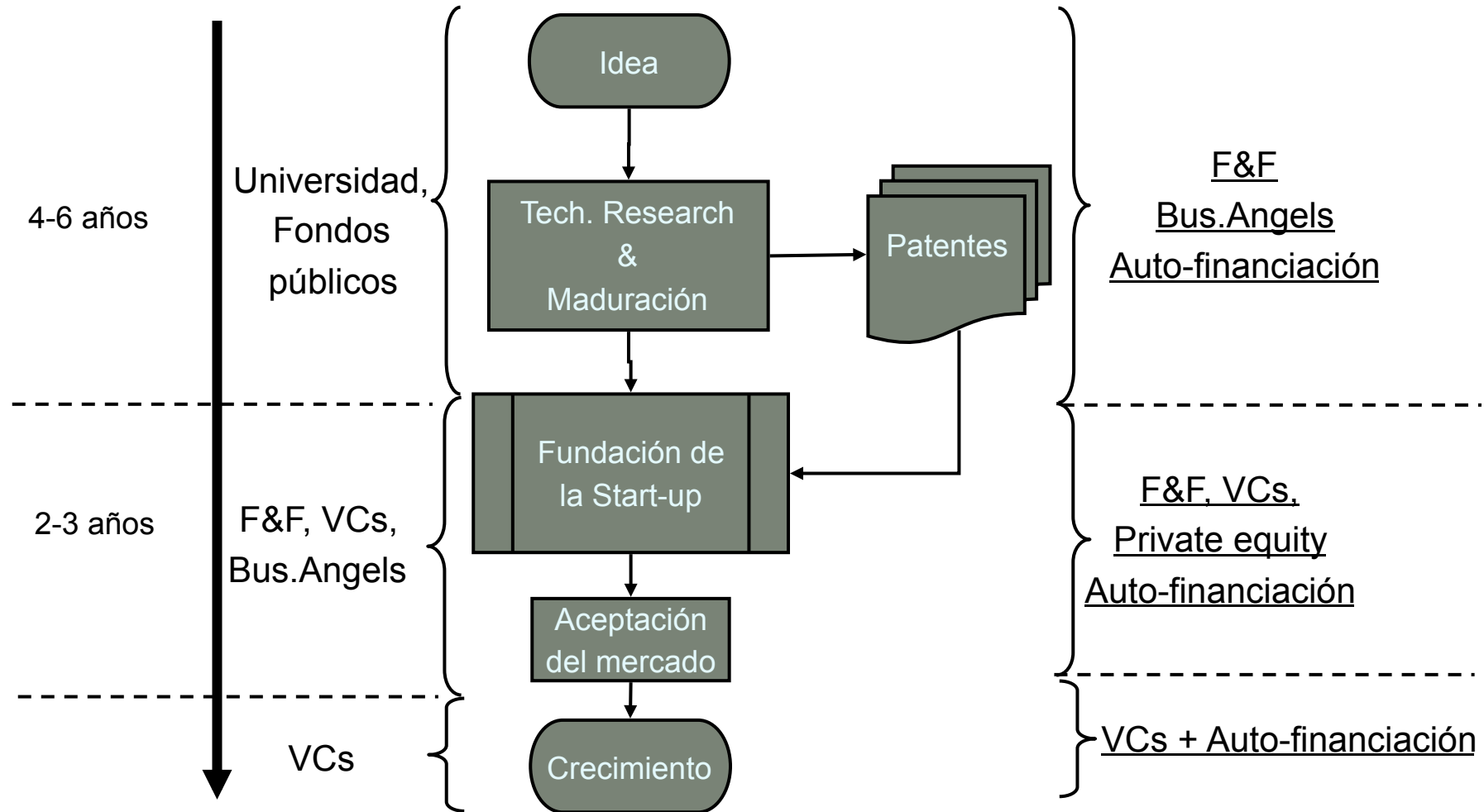
Introducción

Por qué GCM es diferente...



Financiación de EBT típica

Financiación de GCM



Punto de partida

Empresa creada por *friends & family* sin experiencia empresarial con las siguientes limitaciones o necesidades:

- De tres a cinco años para desarrollar y madurar una tecnología
- Necesidad de financiar más de cinco años
- Necesidad de búsqueda de socios estratégicos y tecnológicos
- Tecnología multiusos en mercados muy estandarizados

Estrategia inicial. 1ª fase (2002-2007)

I+D propio y Maduración tecnológica



- Financiación 1er prototipo: F&F & CDTI (Neotec)
- Búsqueda de socios tecnológicos con alta componente innovadora y con disposición a invertir en I+D fundamental a través de ayudas estatales y fondos propios (2003).
- Business Angel: apoyo financiero, contactos y diversificación (2006)
- Firma de acuerdos de investigación colaborativa y transferencia tecnológica (2003-2007).

GCM obtuvo más de 1,5 M€ (ingresos + financiación + subvenciones) para madurar y patentar su tecnología a cambio de ceder derechos de utilización a sus socios y de royalties futuros

Estrategia desarrollo. 2ª fase (2008-2010)

Start-up tecnológica y desarrollo de demostradores

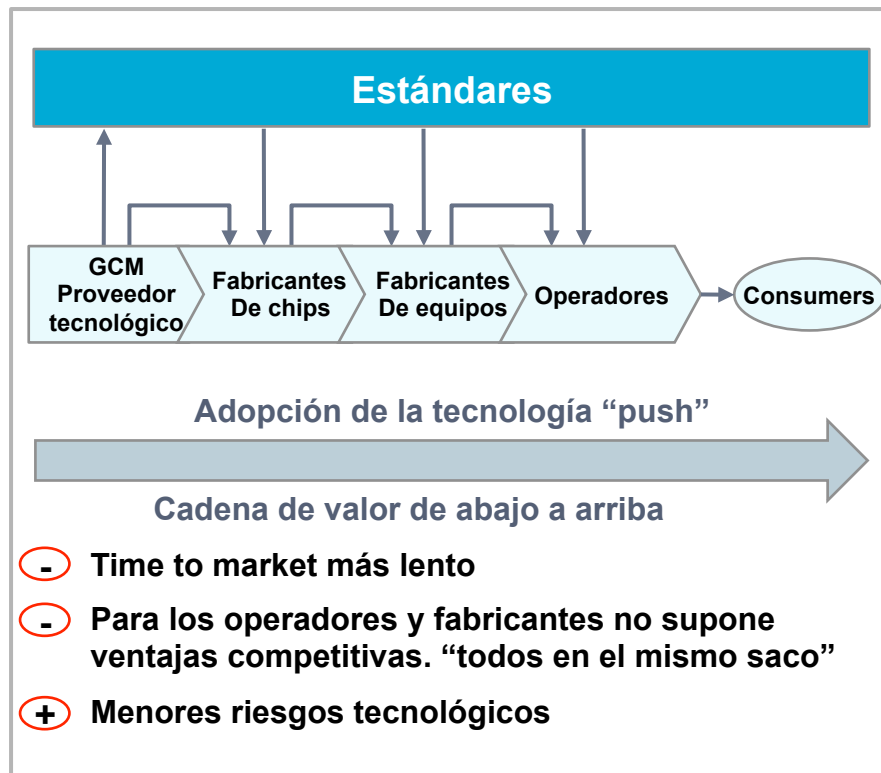
- Financiación nuevos mercados en plena crisis:
 - CDTI
 - Inversores VC, ENISA, F&F, socios industriales.
- Selección de mercados y productos:
 - Mercados nicho (energía, medicina). Medio plazo. Ingresos previstos menores. Mantenimiento estructura.
 - Mercados estratégicos y estandarizados (ADSL, móviles, PLC). Largo/medio plazo pero posibles ingresos elevados



GCM obtuvo más de 2M€ para su segunda fase de desarrollo de productos en los mercados estratégicos seleccionados: ADSL, Energía y medicina

Una vez disponibles los demostradores... ¿Cómo llevar la tecnología al mercado? Dos estrategias

Suministrar la tecnología (Push)



Basado en la demanda (Pull)



GCM ha seguido la estrategia basada en la demanda (pull) para conseguir la adopción de su tecnología

Estrategia de demanda. 3ª fase (2010-2012)



- Mercados estratégicos. Aproximación a los principales actores globales:
 - Nuevos socios y equipo gestor con experiencia internacional
 - Contacto con operadores de telecomunicación: Asia, USA, Europa
 - Colaboración con fabricantes de equipos y chips en ASIA y USA
- Mercados nicho. Aproximación a los principales actores locales:
 - La experiencia internacional facilita los acuerdos con locales
 - Contacto con operadores de red cercanos o locales
 - Contacto con fabricantes y suministradores locales



- GCM ha conseguido el interés de importantes operadores internacionales, fabricantes de equipos y chips mundiales y se encuentra ya en fase de pruebas de laboratorio, piloto y futura integración

Estrategia de crecimiento. 4ª fase (2012- ...)



- Financiar la compañía y hacerla crecer hasta el break-even:
 - Ingresos recurrentes importantes a partir de 2013 (licencias/chips)
 - Planteamiento actual de una **Serie A** con socios tecnológicos y financieros nacionales e internacionales
 - Desarrollo internacional
- Mercados estratégicos:
 - Firmar acuerdos de licencia con los principales fabricantes de equipos y chips para agilizar la salida al mercado en 2013
 - Apoyar la estandarización de la mano de operadores y fabricantes
- Mercados nicho:
 - Firmar acuerdos de desarrollo conjunto y licencia con socios en Asia y USA
 - Venta de mercados no estratégicos a compañías que quieran tener una ventaja competitiva y exclusiva en el mercado (energía, detección)

GCM espera crecer rápidamente en los próximos 5 años merced a los acuerdos de integración de su tecnología en los mercados objetivo

Resumen



- GCM es una empresa de base tecnológica con tecnología propia desarrollada en España
- Su tecnología es aplicable a múltiples mercados
- Posee una importante base de patentes concedidas en todo el mundo
- GCM está preparada para iniciar un crecimiento exponencial e internacional en mercados de rápido crecimiento:
 - Comunicaciones de banda ancha
 - Smart metering y smart grid
 - Gestión eficiente de la energía
 - Telefonía móvil
- GCM espera ser una de las empresas tecnológicas de mayor crecimiento en los próximos 5 años

Todo ello gracias su estrategia de colaboración con empresas e inversores

Muchas gracias

Vicente Díaz

vdiaz@gcmcom.com

GCM Communications Technology

<http://www.gcmcom.com>

 [@gcmcomtech](https://twitter.com/gcmcomtech)

 www.facebook.com/gcmcom