La internacionalización de la industria farmacéutica española, mejor que nunca

Superando por primera vez en la historia el listón de los 11.000 millones de euros, la industria farmacéutica exportó medicamentos fabricados en España en 2015 por valor de 11.084,3 millones. El pasado año, las ventas al extranjero crecieron un 7,9 por ciento, más del doble que el conjunto del mercado exterior de nuestro país, lo que provoca que representen ya el 4,4 por ciento del total de exportaciones españolas.

El de las exportaciones es uno de los datos más destacados de la Memoria Anual 2015 de Farmaindustria. Además, este documento refleja que el sector suma un volumen de producción con un valor superior a los 14.000 millones de euros, genera casi 37.000 puestos de trabajo directos (cerca de 200.000 sumando indirectos e inducidos) y se sitúa como el quinto mercado europeo en este ámbito, tras Reino Unido, Alemania, Francia e Italia.

REIG JOFRE

Una de las compañías farmacéuticas que más décadas lleva en la actividad exportadora es Reig Jofre, fundada en 1929 y cotizada desde diciembre de 2014 tras la fusión con Natraceutical; después de la fusión, Reig Jofre entró en el sector de los complementos nutricionales de la mano del laboratorio francés Forté Pharma. Sin embargo, no fue hasta 2009 cuando Reig Jofre pasó de hablar de "exportación" a "internacionalización", en ese año la compañía adquirió su primera planta productiva fuera de España, que le permitiría tener presencia comercial directa en Suecia, y a la que han seguido las oficinas comerciales de Reino Unido y Singapur.

Según Ignasi Vilá, director general industrial de Reig Jofre, en 2015, los mercados fuera de España aportaron el 60 por ciento de las ven-

tas. “De éstas el 50 por ciento se concentró en Europa, con una gran diversificación entre 11 países, con Francia, Reino Unido, Suecia, Alemania e Italia entre los principales. Fuera de Europa, destacaron mercados como Arabia Saudí, Chile, Sudáfrica y Vietnam”, asegura.

La cartera de productos de Reig Jofre se divide en tres categorías:

- Productos de especialización tecnológica, donde se engloban los antibióticos e inyectables estériles.
- Productos de especialización terapéutica en las áreas de dermatología, respiratorio/ORL y ginecología.
- Complementos nutricionales y productos de *consumer healthcare*.

Tradicionalmente la internacionalización de Reig Jofre ha venido de la mano de los productos de especialización tecnológica, es decir, de antibióticos e inyectables de uso hospitalario, a través de acuerdos de distribución o licencia.

“La madurez y recurrencia de este área de negocio ha permitido a la compañía invertir en el desarrollo de sus propias marcas en productos de especialidad, en las áreas terapéuticas de dermatología, respiratorio/ORL y ginecología, cuyos productos se comercializan generalmente en una primera fase en España o Suecia, donde han sido desarrollados y posteriormente, van llegando a otros mercados a medida que vamos registrándolos”, ha explicado Vilà.

El director general industrial de Reig Jofre también nos ha contado que esta diversificación comercial requiere de unos acuerdos de distribución específicos, “donde la atención a la marca del producto es clave y unos socios comerciales diferentes que para los genéricos de uso hospitalario”.

La importancia de tener instalaciones productivas propias

Tener instalaciones productivas propias es muy importante, ya que el negocio de los antibióticos y los inyectables de uso hospitalario es un negocio de grandes volúmenes y presión en precios por parte de las administraciones públicas. “Aquí el control de la tecnología productiva es clave para que el negocio resulte sostenible

y una de las fortalezas de Reig Jofre precisamente reside en que cuenta con un centro de desarrollo asociado a cada planta productiva".

Reig Jofre dispone de dos plantas independientes en Toledo especializadas y dedicadas exclusivamente al desarrollo de antibióticos betalactámicos; una planta en Barcelona, especializada en inyectables liofilizadas estériles de uso hospitalario, que fabrica también todo tipo de formas orales sólidas, semisólidas y líquidas; y una planta en Suecia especializada en la fabricación de productos dermatológicos tópicos.

Los mayores retos en internacionalización en 2015 para esta compañía farmacéutica han sido conseguir el acceso al mercado japonés después de un intenso trabajo de dos años. "Japón es el segundo mercado farmacéutico más importante del mundo y obtener las certificaciones correspondientes por parte de las autoridades japonesas abre grandes posibilidades en otros mercados asiáticos". En la gama de antibióticos e inyectables genéricos de uso hospitalario, Ignasi Vilà asegura que año tras año no se produce ningún retroceso en ventas, número de licenciatarios o número de países.

En un entorno de consumo en vías de recuperación en Europa, uno de los mayores retos ha sido la gestión del mercado francés, principal mercado para Forté Pharma, donde los complementos nutricionales para el control de peso son todavía la primera categoría para la compañía.

Inversiones en curso

Reig Jofre está implementando una decidida política de inversiones para hacer frente a proyectos en curso de crecimiento industrial y comercial, que incluye incremento de la plantilla, ampliación de la capacidad productiva y mayores inversiones en I+D.

En lo relativo a las nuevas contrataciones de personal, la compañía alcanzó a cierre del primer semestre de 2016 los 911 empleados, tras la incorporación de 72 nuevos empleados en los últimos doces meses, de los cuales, 55 entre los meses de enero a junio.

Las nuevas incorporaciones se concentraron principalmente en España, en las áreas de producción, I+D y equipo comercial, y permitirán a la compañía atender diversos proyectos en cada una de estas áreas.

En este sentido destacan la creación de un cuarto turno en la planta de desarrollo y producción de antibióticos de Toledo, vinculado a proyectos de crecimiento en Europa y Estados Unidos, donde la compañía está ultimando trámites con la FDA; el refuerzo del equipo comercial de visita médica en España para el área de respiratorio/ORL, con la subcontratación de un equipo comercial externo en régimen de exclusividad; y nuevas incorporaciones en los equipos de I+D, vinculados en cierta medida al nuevo laboratorio de desarrollo, análisis y control de calidad en proceso de construcción en la sede de Barcelona.

Visión de futuro

Los pilares estratégicos de Reig Jofre se fundamentan en la I+D, la especialización tecnológica, las marcas propias y la internacionali-

zación. “Estudiamos proyectos de crecimiento orgánico e inorgánico que aúnen al menos dos de estos pilares”, ha confesado Ignasi Vilà.

En cuanto a la I+D su interés reside en el desarrollo de nuevas indicaciones y/o formas farmacéuticas sobre principios activos conocidos, medicamentos genéricos con especial enfoque en antibióticos betalactámicos e inyectables liofilizados, productos dermatológicos tópicos la identificación de proyectos de colaboración start-ups y centros de investigación en biotecnología.

En relación a la especialización tecnológica, Reig Jofre busca la innovación en aquellos procesos que aseguren el cumplimiento de los exigentes requerimientos de las principales agencias evaluadoras de medicamentos, con el fin de obtener nuevas acreditaciones como puerta de entrada en nuevos mercados.

Con respecto al pilar estratégico de las marcas propias, Reig Jofre tiene interés en aquellos proyectos que supongan la ampliación de la gama de complementos nutricionales y OTCs.

Finalmente, en el plan de internacionalización de Reig Jofre- según Ignasi Vilà- “el interés en penetrar en EEUU y Asia a través de nuevos socios comerciales y licenciatarios para la expansión de los antibióticos e inyectables estériles de uso hospitalario”. En cuanto a la gama de complementos nutricionales de Forté Pharma, esta compañía apuesta por la expansión a nuevos mercados a través de acuerdos con distribuidores locales, con especial interés en Asia y Latinoamérica.