

CARLOS PALASÍ, DIRECTOR DEL ÁREA COMERCIAL Y DE MARKETING DE KERN PHARMA

“Somos un laboratorio nacional, cercano y distinto, que no ha parado ni va a parar de mejorar y avanzar”

LA ESENCIA DE KERN PHARMA ES SU CAPACIDAD PARA INNOVAR; SU MOTOR, LOS MEDICAMENTOS GENÉRICOS. PESE AL ESTANCAMIENTO QUE VIVE EL SECTOR EN ESPAÑA, EL LABORATORIO APUESTA POR ESTOS FÁRMACOS Y CONSIGUE, AÑO TRAS AÑO, AMPLIAR Y CONSAGRARSE COMO COMPAÑÍA DE REFERENCIA.



Iconformista desde su nacimiento hace 20 años, el laboratorio Kern Pharma ha conseguido grandes logros en 2019, entre los que destaca la consolidación de su línea de genéricos, “el principal motor de la compañía”, como la define **Carlos Palasí**, director del área Comercial y Marketing. A pesar de que el mercado de los genéricos permanece estancado desde 2015, la compañía ha logrado ampliar su línea de biosimilares y productos de autocuidado, consolidar los genéricos y hasta estrenar un nuevo edificio en su sede de Terrassa (Barcelona).

El dinamismo de Kern Pharma se debe a su constante implicación en nuevos proyectos, así como al lanzamiento de nuevos productos y fármacos. La innovación es su marca de la casa, y lo demuestra con el lanzamiento de productos como Ringo®, un anillo vaginal anticonceptivo que no necesita conservarse en nevera, o Dolostop® Plus, “la primera y única combinación de paracetamol e ibuprofeno en comprimidos que se comercializa en España para el



tratamiento ocasional del dolor leve a moderado en adultos”, afirma satisfecho Carlos Palasí.

Sin embargo, es en los medicamentos genéricos donde encuentran más retos. Entre los medicamentos que más ha distribuido el laboratorio en 2019, declara, se encuentran el paracetamol, el ibuprofeno, la atorvastatina o la metformina, los “clásicos”, porque “los nuevos genéricos no consiguen introducirse en el mercado a la misma velocidad que cuando existía el diferencial de precio con el original”.

Proyectos clave

Uno de los desafíos del pasado año, nos explica, fue “que condicionantes como las bajadas de precio y las órdenes de referencia nos afectasen lo menos posible en nuestra línea de genéricos”. Otro proyecto clave de la compañía para superar los hándicaps del sector de los genéricos fue “la adaptación de todas las líneas de producción a la Directiva sobre Falsificación de Medicamentos (DFM), que tiene como objetivo reforzar la seguridad de los pacientes. Ha sido un proyecto de gran envergadura si tenemos en cuenta que nuestra fábrica es la tercera por volumen de unidades en España, ya que de ella salen cada año 100 millones de unidades”, detalla.

La venta de tres nuevos medicamentos del ámbito de los biosimilares, asimismo, los han posicionado como una compañía referente en el mercado. Por parte de los éticos, “hemos tenido también una evolución positiva, aunque se trate de un mercado ya maduro y, en productos de autocuidado, Ibudol®, nuestro ibuprofeno en formato stick pack, también ha estado entre los productos principales del año”, señala el director de comercial y márketing. Sobre los lanzamientos que se esperan para 2020, Kern Pharma no puede avanzar información, pero sí promete “continuar siendo competitivos comercializando el genérico de los principales medicamentos inmediatamente después de vencer su patente y ofrecer productos de más valor añadido en el resto de nuestras líneas de negocio”.

El nuevo plan de acción para fomentar la utilización de genéricos y biosimilares que prevé el Gobierno ha traído opiniones dispares dentro del sector farmacéutico. Carlos Palasí lo valora positivamente, pero teme que se use solo para ahorrar gastos: “A pesar de que el contexto presentado en el plan es una radiografía de la situación de estancamiento de los genéricos y de los biosimilares, cuya penetración es muy heterogénea entre principios activos y CCAA, el objetivo principal del plan debe ser fomentar su uso y no utilizarlos para reducir el coste unitario de los medicamentos. Es necesario que haya normativas bien diferenciadas que respondan eficazmente a sus distintas realidades y problemas.”

Multiplicar resultados

La discriminación positiva es otro aspecto que, a su parecer, es crucial para favorecer el uso de los medicamentos e impulsar su crecimiento. Si la tendencia actual continúa, se teme, “no serán rentables para los laboratorios y el ahorro económico para el sistema sanitario mermará sustancialmente”. Las marcas por sí solas, subraya, no bajarían el precio voluntariamente: “Al final, el mayor perjudicado sería el paciente, con menos opciones de tratamiento y con un menor acceso a ellos”.

Sobre la participación de Kern Pharma en el nuevo plan de acción del Gobierno, su director comercial y de márketing asegura que lo primordial es aunar voluntades para multiplicar resultados. “Es necesario un enfoque más estratégico y global que tenga en cuenta la realidad de los genéricos y también de los distintos niveles del Sistema Nacional de Salud: nacional, regional y hospitalario”, y añade: “También un análisis exhaustivo de las posibles consecuencias económicas y, sobre todo, un proceso de consulta y consenso con todos los agentes que participamos e impulsamos el sector farmacéutico”.



**“ES NECESARIO QUE HAYA
NORMATIVAS BIEN DIFERENCIADAS
QUE RESPONDAN EFICAZMENTE
A SUS DISTINTAS REALIDADES Y
PROBLEMAS”**

¿Cuáles son las ventajas de los genéricos para los ciudadanos? Carlos Palasí responde que, además del importante ahorro que aportan al SNS, tienen un gran papel como reguladores de los precios de los fármacos. “Gracias a los genéricos, el precio de muchos medicamentos es menor que hace años y ello permite facilitar el acceso a las terapias y poder tratar a más pacientes, pudiendo destinar mayores recursos a la financiación de otros fármacos”, enfatiza. El ahorro que aportan los genéricos es indiscutible: solo en 2018, los ahorros derivados de la venta en farmacias de los genéricos superaron los 1.200 millones de euros y, desde su entrada en España, hace más de 20 años, se calcula que han ahorrado unos 20.000 millones de euros al sistema.

“Los genéricos son y serán esenciales para la sostenibilidad, especialmente en el actual contexto de envejecimiento progresivo de la población y el consiguiente aumento de la prevalencia de enfermedades crónicas”, contextualiza. Además del envejecimiento poblacional en aumento, el tejido industrial que gira en torno a los genéricos es otro de los alicientes para seguir apostando por el sector. La aspiración de Kern Pharma, tal y como nos indica su director de comercial y márketing, es “conseguir que el mercado de los genéricos en España esté a niveles similares al de otros países europeos, como Alemania o Reino Unido”. Kern Pharma tiene una visión clara de los retos a los que se enfrenta el sector, así como de su compromiso con y para la salud de las personas: “Esta es la tónica que vamos a seguir en el futuro: somos un laboratorio nacional, cercano y distinto, que no ha parado ni va a parar de mejorar, avanzar y, sobre todo, estar junto a farmacéuticos, médicos y pacientes ofreciéndoles las mejores soluciones”. +