

Almirall diversifica sus negocios de Atención Primaria y Cuidado de la Salud potenciando su andadura en Dermatología

LA INCERTIDUMBRE QUE REINA EN EL SECTOR FARMACÉUTICO ESPAÑOL COMO CONSECUENCIA DE LA BAJADA DE PRECIOS, LA CONTENCIÓN DEL GASTO Y OTRAS MEDIDAS LEGISLATIVAS QUE HAN AFECTADO GRAVEMENTE A LA INDUSTRIA, OBLIGA A LAS COMPAÑÍAS A ADOPTAR NUEVAS ESTRATEGIAS. LOS OBJETIVOS DE FUTURO PARA ALMIRALL SE DIRIGEN HACIA UNA MAYOR INTERNACIONALIZACIÓN DEL NEGOCIO Y UNA POTENCIALIZACIÓN DE LA DERMATOLOGÍA.

La prescripción por principio activo, la regionalización o los precios de referencia son algunas de las medidas que más han afectado a la situación de la farmacia en España durante los últimos años. La sucesión de medidas adoptadas por el gobierno para hacer frente a la crisis está provocando graves consecuencias en el sector farmacéutico, con la suspensión de pagos de algunas oficinas. No obstante, algunos son más optimistas y perciben este momento como una posibilidad de ampliar el negocio, profundizar en la estrategia de expansión en el extranjero y ampliar el conocimiento de otras áreas terapéuticas. Esto es precisamente lo que se propone Almirall para los próximos años. *“Es cierto que los últimos decretos ley han provocado un empeoramiento del sector con importantes repercusiones sobre las cuentas, pero también lo es que nos invita a ser más competitivos y a saber adaptarnos a las nuevas circunstancias”*, afirma **Javier García Sanchis**, director general de Almirall España.



Javier García Sanchis

“UNO DE LOS EJES PRIORITARIOS DE CRECIMIENTO ES EL ÁREA DE DERMATOLOGÍA”

La influencia de las decisiones del ejecutivo sobre el funcionamiento de la industria farmacéutica ha impedido dotar de mayor estabilidad a la industria y a la labor desarrollada por los profesionales. La tendencia para los próximos años se dirige hacia un fortalecimiento de la presencia internacional que permita diversificar las inversiones, y la formación en áreas que se encuentran en desarrollo como la dermatología y el autocuidado. A estas iniciativas de carácter empresarial se une la presencia de un perfil de paciente que cada vez más demanda una asistencia de calidad y una atención personalizada.

Datos positivos

Almirall se sitúa como una de las compañías más importantes de la industria farmacéutica en España. Los resultados positivos obtenidos por la entidad durante 2014 animan a continuar con la misma orientación de negocio. Ante la situación de inestabilidad de la farmacia con el impacto causado por las medidas legislativas que han estado dirigidas hacia un mayor control y regularización del mercado, Almirall apuesta por aumentar el porfolio de productos en el extranjero y fomentar la inversión en determinadas especialidades terapéuticas.

Prueba del buen rumbo que está llevando la firma son los datos que ha alcanzado en el ejercicio anterior. *“El año pasado cerramos con cuentas buenas y las previsiones para 2015 son seguir por este camino. Pero es cierto que la farmacia está atravesando un periodo de dificultades ya que las decisiones del gobierno no han ido orientadas a potenciar nuestra actividad”*, afirma Javier García. La consecuencia directa de las medidas legislativas destinadas a contrarrestar la crisis es una mayor obstaculización del acceso que tiene el ciudadano medio a los fármacos. *“Desde la administración se busca el paciente específico para cada uno de los medicamentos, esto provoca una enorme desigualdad entre los ciudadanos ya que dificulta que la población pueda acceder con normalidad al fármaco”*.

La dermo, clave

El desarrollo de la compañía en estos últimos años se ha concentrado en impulsar la línea de productos y en la investigación de fármacos nuevos, de fabricación propia, con un importante componente científico. La actividad de Almirall se ha desarrollado en torno a áreas terapéuticas como la diabetes donde tiene más del 10% de negocio, el autoconsumo donde ha crecido exponencialmente gracias a la retirada de la financiación de algunos fármacos y la dermatología que constituye el área de expansión de la compañía. *“Nuestro objetivo a corto plazo es continuar con las líneas de productos que tenemos actualmente y que están produciendo buenos resultados, con marcas muy notorias como Almax o Rino Ebastel, pero la prioridad de la compañía para los próximos años se centra en la dermatología”*, declara el director general de Almirall España.

Para ello Almirall se propone realizar un mapping sobre la situación de esta área en el mercado internacional que permita detectar posibles oportunidades de negocio, conocer la evolución del sector así como observar oportunidades de inversión. El objetivo final es ampliar la especialización en dermatología con proyectos innovadores y novedosos. En este sentido la compañía tiene previsto destinar parte de los 786,4 millones de euros de ventas netas obtenidos en 2014, a la

ampliación del negocio y a la elaboración de productos adaptados a esta nueva línea.

Junto a los buenos resultados económicos se encuentran las inversiones en innovación llevadas a cabo recientemente con el lanzamiento de nuevos productos estrella, como Constella indicado para el tratamiento del síndrome del intestino irritable, o el programa Smart Glass o gafas inteligentes que pone a disposición del médico la última tecnología en investigación.

Valor añadido

El objetivo claro para la farmacia del futuro es ser capaz de dotar de un valor añadido que permita lograr la diferenciación del servicio farmacéutico y así contribuir a la estabilidad económica y normalización del sector. *“Nuestra labor se centra en trabajar para ofrecer a la ciudadanía una atención personalizada que no se limite tan sólo a la venta de productos farmacéuticos, sino que sea capaz de poner a su disposición un servicio integral que comporte valor añadido”*, declara el director general de Almirall en España.

Otro de los grandes retos es la internacionalización. Según la compañía la industria farmacéutica requiere de una importante ampliación en el mercado internacional, para evitar posibles caídas en el caso de que se produzca una crisis en los mercados. La actual situación del sector en el extranjero promueve esta tendencia que Almirall lleva aplicando desde hace varios años. *“En nuestro caso, la filial española apenas representa el 30%, lo cual quiere decir que el 70% se encuentra en el extranjero. La lectura que podemos obtener de estos datos es que la industria se dirige a un mayor impulso de la internacionalización, que nos ayude a minimizar el riesgo y las consecuencias en caso de colapso”*.

Cambio de modelo

La farmacia en España está experimentando un profundo cambio en su estructuración y naturaleza. Prueba de ello son las transformaciones que se están llevando a cabo en la organización del negocio, la especialización de los profesionales o la inversión en nuevas áreas. Este horizonte perfila un nuevo concepto de farmacia.

Estos cambios han estado promovidos por las decisiones tomadas a cabo por el gobierno, pero también por la propia evolución de la farmacia. *“Las oficinas de farmacia han pasado de ser un negocio donde se dispensaban medicamentos, a convertirse en un espacio de salud para el cuidado del usuario. Junto a la dispensación, se han incorporado otros servicios relacionados con el consejo farmacéutico, la atención en el autocuidado y la prevención de enfermedades”*, manifiesta Javier García, quien añade que estas modificaciones han servido para consolidar el modelo de farmacia asistencial, aunque advierte de que aún queda mucho trabajo por hacer para impulsar el nuevo rol que debe desempeñar la farmacia en el futuro. *“Tendremos que adaptarnos a los modelos nuevos de la administración, buscar negocios alternativos en el área de salud”*. +

“LA INDUSTRIA TIENDE A UNA MAYOR INTERNACIONALIZACIÓN QUE AYUDE A MINIMIZAR EL RIESGO”