

PEDRO MARTÍNEZ RECARI, RESPONSABLE PARA ALMUS EN ESPAÑA

“El daño que han hecho las subastas a la industria farmacéutica española es incalculable”

ALMUS ES UNA DE LAS MARCAS DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS DE MÁS RÁPIDO CRECIMIENTO EN EUROPA. DESDE SU LANZAMIENTO EN EL REINO UNIDO EN 2003, ALMUS SE HA EXPANDIDO RÁPIDAMENTE PARA ESTABLECERSE EN FRANCIA, ITALIA, ESPAÑA Y PORTUGAL. EL VADEMÉCUM DE ALMUS ESPAÑA CUBRE UN 50% DEL MERCADO GENÉRICO DE OFICINA DE FARMACIA.

La compañía Almus Farmacéutica, con sede en El Prat de Llobregat, forma parte de la estructura de Walgreens Boots Alliance, y posee status de laboratorio titular de autorización de comercialización de productos farmacéuticos. Almus fue creada en el Reino Unido en el año 2003, y posteriormente se extendió a Francia, Italia, España y Portugal. En España, los primeros productos de Almus Farmacéutica fueron lanzados en julio de 2009. Hablamos con el *Responsable para Almus en España* desde el lanzamiento, **Pedro Martínez Recari** sobre la empresa y la actualidad del sector.

Al iniciar nuestra conversación el responsable para Almus en España nos destaca que la compañía es comercializadora de medicamentos, por lo que no posee plantas de fabricación ni investigación, fabricando para Almus prestigiosas compañías, prácticamente todas europeas. Comenta que el 90% de los envases que vendieron en 2015 estaban fabricados en la Península Ibérica. El vademécum de Almus España no incluye productos hospitalarios, y cubre un 50% del mercado genérico de oficina de farmacia. *“Aunque tenemos productos de todas las áreas, preferimos aquellos que resultan fáciles de dispensar a las farmacias, como antibióticos, antihistamínicos, productos contra el dolor o para la úlcera gástrica, etc.”* ¿Qué productos son los más solicitados de su compañía?



“Desde luego, Ibuprofeno y Omeprazol son productos muy demandados por nuestros clientes, así como Azitromicina, Levofloxacino o Cetirizina”. El responsable comenta que actualmente rondan la posición 25 del ranking de laboratorios genéricos. “Estamos siempre a expensas de lo que ocurra en cada fase de la subasta andaluza, que ha dado alas a laboratorios que se encontraban muy por debajo de nosotros”. Comenta que si la situación no fuera así “sin duda estaríamos en el top 20, no sólo por esas compañías que han progresado adelantándonos, sino también por la pérdida de facturación que supone no tener accesible una región que supone casi un 20% del total del mercado español”. ¿Qué opinión le merecen las subastas de medicamentos? “El daño que han hecho las subastas a la industria farmacéutica española es incalculable, ya que la mayoría de las adjudicaciones han ido a parar a empresas extranjeras que ni siquiera cuentan con una mínima infraestructura en nuestro país”, sentencia.



Próximos lanzamientos

El portfolio de productos de Almus España crece año tras año. Le preguntamos a Martínez Recari qué lanzamientos tienen previstos de cara al 2016. “La ralentización del mercado de EFG y las últimas medidas legislativas nos han hecho replantear nuestra política de desarrollo, y nos vamos a centrar más si cabe en los productos que mejor se adaptan a nuestro estilo de venta. Tramadol/Paracetamol, Esomeprazol y Amoxicilina serán nuestros próximos productos en el mercado”, asegura. Esta ralentización que comenta también ha coincidido con una optimización de su gestión que les ha llevado a que los objetivos se hayan cumplido a pesar de que los incrementos en ventas no han sido tan espectaculares como años anteriores. “Estamos muy contentos, y esperamos que ésta sea la tónica general, especialmente porque está casi garantizado el buen comportamiento de los lanzamientos a corto – medio plazo. Nuestro objetivo sigue siendo, por lo tanto, esa consolidación, intentando además ganar cuota de mercado de forma paulatina en los productos que comercializamos”.

Un nuevo escenario

Le preguntamos al Responsable para Almus en España cómo cree que ha sido la evolución del genérico en nuestro país. Destaca que su desarrollo ha sido mucho más lento de lo esperado, y que a día de hoy todavía nos encontramos por debajo de otros países similares en penetración de los genéricos. “La industria del genérico en España es muy seria y contamos con grandes compañías fabricantes y comercializadoras, pero no se aprecia una voluntad clara de

que el genérico alcance gran relevancia a pesar de su papel fundamental en el control del gasto farmacéutico”, asegura.

El uno de enero entraron en vigor las enmiendas sanitarias aprobadas en la Ley de Presupuestos, éstas enmiendas pueden cambiar la situación actual de los genéricos en nuestro país. ¿Cree que nos encontramos delante de un nuevo paradigma? “Desde luego, nos encontramos ante un nuevo escenario. Hay entre otras dos medidas que pueden afectar al sector (liberalización de descuentos y dispensación indistinta de genéricos y marcas en prescripción por principio activo) y que debemos vigilar de cerca”.

La primera de ellas destaca que es todavía una incógnita. “Las compañías no se han manifestado con claridad, y tardaremos aún un tiempo en saber cuál es el comportamiento que se impone. Es probable que se incremente algo la venta directa pero, insisto, son especulaciones”, comenta.

En cuanto a la segunda destaca que ya el sector estaba sufriendo algo parecido sin estar legislado. “El hecho de que, una vez que caduca la patente de un medicamento, la penetración del genérico sea hoy incluso 3 ó 4 veces inferior a lo que era hace 5 años viene a indicarnos que las marcas han hecho los deberes, y durante los últimos años han exprimido la legislación para sacar lo más favorable de ella”. Le pedimos que nos ponga un ejemplo claro de ello. “Está claro que, si la casi totalidad de Losartán que se dispensa es EFG, y por el contrario el Telmisartán genérico (molécula con similares indicaciones cuya patente caducó varios años después) a duras penas ha alcanzado una penetración del 20%, no se debe a otra cosa que al cambio legislativo

que abrió una puerta a la prescripción por marca en situaciones excepcionales. Esa puerta abierta la ha convertido en habituales y ha impedido, al caducar la patente, que los EFG hayan encontrado un hueco en el mercado”.

El futuro

Cuestionado por cuál cree que es el futuro del genérico en nuestro país el responsable asegura que tienen todavía mucho recorrido, pero que “es necesario que las autoridades sanitarias los apoyen un poco más de lo que lo han hecho los últimos años”. Nos recuerda que los genéricos son la clave para la contención del gasto farmacéutico ya que en el momento de caducar la patente el EFG sale al mercado con un precio un 40% inferior al de la marca. “Pero el hecho de que la marca se vea obligada a bajar al mismo precio (cosa que no ocurriría si no existiesen los genéricos) deja al EFG en clara desventaja. No quiero decir con esto que la marca deba desaparecer o perder derechos, pero sí que exista algún mecanismo que proteja al genérico y le garantice una penetración que, a día de hoy, es cada vez más difícil”. En este sentido apunta a no obligar a la marca a bajar al mismo nivel, o establecer algún sistema de aceptación del pago de la diferencia por parte del paciente que desee seguir con la marca, unos sistemas que ya se utilizan en otros países. “Pero de cualquier modo estoy convencido de que los genéricos, dada la necesidad de su existencia, seguirán progresando como lo han hecho en otros países. Y también lo estoy de que Almus tendrá una participación cada vez más relevante en ese proceso. Es cuestión de tiempo”.+