



Enrique Ordieres, en su despacho de las nuevas instalaciones de Cinfa en Olloki (Navarra), visitadas el jueves por los Príncipes. :: LOBO ALTUNA

«La industria farmacéutica es la que más ha hecho por reducir el gasto sanitario pero todo tiene un límite»

Enrique Ordieres *Presidente de Cinfa*

El presidente de Cinfa advierte de que los ajustes en el gasto público amenazan con hacer inviable la fabricación de algunos medicamentos

:: MIGUEL ANGEL MATA

PAMPLONA. Dirige la empresa que más medicamentos vende en España. Una compañía con capital 100% nacional y en pleno desarrollo, como demuestra que haya logrado duplicar su facturación durante la crisis, hasta alcanzar los 335 millones en 2012, y haber creado 300 empleos indefinidos en siete años, hasta completar una plantilla de 971 personas. Enrique Ordieres (Bilbao, 1963), quien fuera presidente del colegio de farmacéuticos del País Vasco (2002-2003), preside Laboratorios Cinfa, compañía navarra líder en la fabricación y venta de medicamentos genéricos, con plantas en Olloki y Areta, ambas en

los alrededores de Pamplona. La firma vende cerca de 120 millones de medicamentos al año y acaba de celebrar los 700 millones de productos dispensados en España desde su nacimiento en 1969. La semana pasada los Príncipes de Asturias visitaron las instalaciones de la empresa, que acaba de inaugurar nuevos almacenes y laboratorios dentro de un ambicioso plan de crecimiento.

– Cinfa se encuentra inmersa en un plan de inversiones por valor de 100 millones de euros en plena crisis. ¿Son una 'rara avis' o es que el sector farmacéutico en general vive días de vino y rosas?

– Al sector también le afecta la crisis y varias de las medidas que se están tomando para combatirla. En el caso de Cinfa, es cierto que en los últimos cinco años hemos invertido más de 66 millones en nuevas instalaciones y que en los próximos tres prevemos invertir otros 36, además de otros 66 millones en I+D+i. La innovación es uno de los pilares de nuestro plan estratégico, y el año pasado ya destinamos 18 millones a esta materia. Uno de nuestros prin-

cipales focos de innovación son los medicamentos genéricos de alta especialización, concretamente los relativos a oncología e inmunosupresión. Se trata de proyectos complejos en su desarrollo, con altos requerimientos tecnológicos y que precisan instalaciones específicas para su desarrollo. En la actualidad ya fabricamos siete especialidades genéricas en estos ámbitos: Tres para casos de cáncer de mama (anastrozol, letrozol y tamoxifeno), otros tres para cáncer de próstata (finasterida, flutamida y bicalutamida) y un inmunosupresor para evitar rechazos en casos de trasplantes de hígado y riñón, el tacrólimus.

– ¿No les afectan las dificultades de financiación desde la banca?

– Uno de los éxitos de la compañía ha sido reinvertir históricamente el 90% de los beneficios en la propia empresa, que nos permite disfrutar de una sólida posición financiera.

– Cinfa es productor de genéricos. ¿No son estos medicamentos una copia de otros cuando vence la patente? ¿A qué se destina la I+D+i?

– Ni mucho menos. Un genérico tarda entre tres y cinco años en poder comercializarse. Hay mucho trabajo detrás de estos productos. Entre otras cosas, hay que demostrar que es perfectamente intercambiable con el original. Obvia decir que un genérico tiene exactamente las mismas propiedades que su homólogo innovador. En el mundo de la salud no hay diferentes calidades como puede suceder en otros sectores. En cuanto a su segunda pregunta, los genéricos son nuestra actividad principal, pero no la única. Cinfa también desarrolla y patenta medicamentos sin receta, así como productos de dermatología, ortopedia, nutrición y de autocuidado de la salud. En el área de I+D+i trabajan 63 doctores.

– ¿Qué opina entonces de las críticas de las farmacéuticas innovadoras que denuncian que con el auge de los genéricos se desincentiva la inversión en I+D+i?

– Que sucede todo lo contrario. Si los medicamentos innovadores estuvieran protegidos de por vida es-

tas empresas se asegurarían su venta 'sine die' y no tendrían necesidad de desarrollar nuevos productos. Con el modelo actual, un medicamento está protegido por la patente durante un tiempo preestablecido, en el que el fabricante sabe que tiene que rentabilizar el esfuerzo e inversión destinado. Una vez vencida la patente, sabe que el precio se desploma, por lo que debe sacar al mercado nuevos productos innovadores. Es precisamente la presencia de los genéricos lo que incentiva la I+D+i y la aparición de nuevos medicamentos.

– ¿El despegue de Cinfa llegó con el cambio legal que obliga desde 2011 a dispensar genéricos?

– En Cinfa llevamos varios años con un proyecto de inversión continuo y sostenible, en previsión de que la presencia del genérico en España se acercase a la media europea. Hasta 2009 solo el 8% de los medicamentos que se vendían en España eran genéricos. El cambio legal ha permitido un crecimiento fuerte, y ahora ese porcentaje es del 33%. Pero aún estamos muy lejos de la media europea, donde los genéricos representan el 60% del mercado.

– Los fabricantes de genéricos se estarán frotando las manos...

– Ni mucho menos. Dentro de los genéricos vivimos un proceso de abaratamiento de los medicamentos como consecuencia de los ajustes por la crisis que está cerca de hacer inviable la fabricación de algunos productos. En el caso de Cinfa, la caída de precios media de nuestro catálogo es del 75% desde 2003, con algunos casos, como el del omeprazol, con una rebaja de más del 90%. La industria farmacéutica es, de largo, la que más está contribuyendo a la racionalización del gasto sanitario en España, pero todo tiene un límite. El 40% de los medicamentos tiene un precio de venta al público inferior a 3,12 euros. Y en ese precio se incluyen los impuestos, los costes de fabricación y transporte, y los márgenes para el fabricante y el farmacéutico. No puede ser. Que una caja de paracetamol cueste 80 céntimos no tiene lógica. Son precios más propios de una tienda de chucherías que de una farmacia. Ese 40% de medicamentos baratos apenas supone el 7,8% del gasto farmacéutico total.

– ¿Qué medidas reclama a las administraciones?

– Necesitamos estabilidad y previsibilidad, sobre todo compañías como Cinfa con proyectos a largo plazo que requieren inversiones millonarias. Está bien reducir el gasto farmacéutico, pero no hay que olvidar que el 70% de los genéricos que se consumen en España se fabrican en el país. Si llegamos al punto de que es inviable fabricarlos aquí... Es sintomático el caso de Andalucía, que ha organizado una subasta para la prestación del servicio farmacéutico. Participan compañías de otros países con costes



«Que el paracetamol cueste 0,80 euros es más propio de una tienda de chucherías que de una farmacia»

«Hemos invertido 66 millones en cinco años y en los próximos tres invertiremos otros 36»

Vea el vídeo

escaneando con su móvil este código QR



menores con los que es muy difícil competir.

– **¿Qué tal es la relación con el Gobierno y las farmacias vascas?**

– Muy buena. Posiblemente seamos la empresa que más medicamentos dispensa en Euskadi.

– **Decía que las medidas que se están tomando contra la crisis les afectan. Además de la rebaja de precios ¿Se refiere al copago?**

– Por ejemplo. El copago ha provocado que por primera vez el número de recetas haya caído. Un 12% el año pasado. Y en los medicamentos que han dejado de estar financiados las ventas han caído un 50%.

– **¿No será que había excesos?**

– Puede ser.

– **Pese a esas dificultades, se dice que el farmacéutico es un sector con futuro...**

– Y así debe ser. Es un sector que precisa profesionales con formación elevada en todas las áreas y en el que trabajan no solo licenciados en Farmacia o Ciencias de la Salud. También químicos, ingenieros, biólogos... Si se defiende que el futuro del país pasa por los sectores innovadores, sin duda este es uno de ellos. Pero hay que cuidarlo...

– **Decía antes que la innovación es uno de los pilares del plan estratégico de la compañía. ¿Y la internacionalización?**

– También. Además de los productos para nuestras marcas, fabricamos 25 medicamentos para 20 laboratorios de 27 países. Bajo nuestra marca estamos presentes en 50 países de Europa, Latinoamérica, África, Oriente Medio y Asia. El año pasado las ventas exteriores alcanzaron los 23 millones de euros, el 7% del total. El año pasado constituimos una filial en Corea del Sur e inauguramos una oficina en Seúl, con 17 personas. En aquel país hemos empezado a vender productos de ortopedia y dermocosmética, y trabajamos para la comercialización de genéricos en el futuro. Otra apuesta fuerte es Emiratos Árabes Unidos, donde hemos empezado con medicamentos genéricos contra la diabetes y la hipertensión.