

Presidencia española en la UE 2010

LA VOZ DEL ASOCIADO

*“La internacionalización es
nuestro reto de futuro”*

Raúl Díaz-Varela
Consejero Delegado de Kern Pharma

INFORME

La industria y el mercado del
genérico en España

EL PERSONAJE

Carmen Peña
Presidenta del Consejo General
de Colegios Oficiales de Farmacéuticos



AESEG
Asamblea General de AESEG
en Madrid

“El dolor es inevitable, el sufrimiento es opcional” (Buda)



aeseeg

medicamentos genéricos

Cada vez somos **MÁS...**

...más representativos: 96% del sector en España
...más compañías: 10 nuevas incorporaciones en 2009
...más visibles: Premio a la Mejor Web Corporativa 2009

Únete a nosotros, únete a ser **MÁS**

Asociación Española de Medicamentos Genéricos - www.aeseg.es - aeseg@aeseg.es - T. +34 91 572 12 62





Raúl Díaz-Varela

Presidente de AESEG
Asociación Española de
Medicamentos Genéricos



EDITORIAL

Un año de oportunidades para los genéricos

En algunas culturas orientales la palabra crisis es sinónimo de oportunidad o de reto. Y esto es precisamente lo que 2010 trae al sector de los medicamentos genéricos en España: un gran reto para desarrollarse como mercado emergente en uno de los países con menor prescripción de estos fármacos dentro de la Unión Europea, según datos recientes de la Comisión Europea y de la Asociación Europea de Medicamentos Genéricos (EGA).

El año 2009 ha sido importante en la trayectoria de la patronal AESEG, ya que una decena de compañías se han unido como nuevos miembros a la asociación. Con estas recientes incorporaciones, AESEG ha pasado a representar ya al 96% del mercado de genéricos en España, reuniendo a laboratorios de EFG cuyo cometido es la fabricación, el desarrollo tecnológico y la comercialización: empresas de química fina, fabricantes de sustancias y principios activos y compañías de desarrollo tecnológico. Iniciamos ahora un nuevo año, con nueva legislatura en AESEG, renovación de estatutos y Junta Directiva y muchas oportunidades para continuar desarrollando nuestro mercado.

Sin embargo, el actual Sistema de Precios de Referencia (SPR) es una de las mayores dificultades a las que se enfrentan las compañías de medicamentos genéricos en nuestro país. Es un sistema agotado y cortoplacista, que actúa sólo sobre la oferta, reduciendo de manera sistemática y continua el precio, sin incidir absolutamente sobre la demanda, que sería el gran

motor de expansión del genérico a medio y largo plazo. Desde el año 2004, los precios de los medicamentos genéricos están bajando entre un 10% y un 15%, lo que implica tener que vender muchas más unidades para compensar esta bajada. Por otra parte, esta situación pone en peligro la existencia y la continuidad en el mercado de algunos productos, que no alcanzarían el umbral mínimo de rentabilidad, así como la viabilidad de algunas empresas, que pueden ver peligrar su continuidad. Por otro lado, el SPR para fijar los precios en cada conjunto utiliza la Dosis Diaria Definida (DDD), teniendo en cuenta únicamente las presentaciones agrupadas por vía de administración, lo que significa que para fijar el precio no se hace distinción entre formas farmacéuticas, indicaciones o posología, aspectos que influyen enormemente en la realidad y en los costes industriales.

Es importante reconocer y agradecer la labor que las administraciones nacionales vienen realizando durante estos últimos meses, contribuyendo a la agilización y simplificación de la gestión operativa en los procedimientos administrativos de autorización y de la puesta del genérico en el mercado, con el objetivo de que estos medicamentos resulten accesibles al ciudadano en el menor tiempo posible y se produzca por ello cuanto antes el ahorro perseguido. Acciones como esta no sólo aseguran una rápida entrada de estos fármacos, sino que además ayudan a racionalizar en muchas ocasiones las cargas burocráticas de las administraciones y de los agentes implicados en la cadena de la salud. 

Nueva Web de Cinfa

Un espacio de comunicación con el que queremos seguir facilitando tu labor como profesional sanitario, ofreciéndote informaciones y servicios útiles en tu día a día.

www.cinfa.com, una nueva ventana que nos acerca más a ti.



Edita:

AESEG
Paseo de la Castellana, 173 - 4º izda
28046 - Madrid (España)
Telf. (+34) 91 572 12 62
Fax (+34) 91 571 34 20
email: aeseg@aeseg.es
web: www.aeseg.es

Editora:

Doris Casares
dcasares@aeseg.es

Publicidad:

publicidad@aeseg.es

Suscripciones:

suscripciones@aeseg.es

Fotografía:

Mauricio Skrycky
"Optical Illusion" from flickr.com
"floovo" from flickr.com
Naomi Soto

Diseño y maquetación:

Pepe Lebrón

Impresión:

Realizaciones Hera

Depósito Legal:

M-47613-2009

Han colaborado en este número:

Pilar Cernuda
Alfonso Domínguez-Gil Hurlé
Ana Franco
Beatriz García
Javier Granda
Antonio Medrano
Juan Nieto
Julio Trujillo
Cecilio J. Venegas

Agradecimientos a:

Acta Sanitaria
Cinco Días
Consejo General del Notariado
Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos
Colegio Oficial de Farmacéuticos de Badajoz
Correo Farmacéutico
Diario Médico
EGA
El Global
Escritura Pública
Expansión
GPA Conferences
Laboratorios Kern Pharma
One to One RRPP
SR & Asociados
Sistemas Integrados de Publicidad
Unidad Editorial

La dirección de esta publicación no se responsabiliza necesariamente de los comentarios u opiniones de los colaboradores de la misma. Todos los derechos de esta publicación están reservados. Queda prohibida la reproducción de cualquier parte de la misma, en cualquier tipo de soporte, aún citando la procedencia.

revista de la asociación española de medicamentos genéricos AESEG

En este número...

03 EDITORIAL

Un año de oportunidades para los genéricos

06 EN PRENSA

Artículos más destacados publicados en prensa

07 ACTUALIDAD DEL GENÉRICO

Europa como ejemplo,
por Ángel Luis Rodríguez de la Cuerda

08 INFORME SECTORIAL

La industria y el mercado del genérico en España

10 SOCIEDAD Y EMPRESA

Genéricos, por Pilar Cernuda
Empresa y vida humana, por Antonio Medrano
Cuestión de imagen, por Juan Nieto

14 LA VOZ DEL ASOCIADO

Entrevista con Raúl Díaz-Varela,
consejero delegado de Kern Pharma

16 ANÁLISIS

Comunicación: *Comunicar en tiempos de gripe*
Regulatory Affairs: *Del "pharmakon" al genérico*

18 REPORTAJE

Presidencia española en la Unión Europea 2010

20 NOTICIAS CORPORATIVAS

Asamblea General AESEG 2010 en Madrid
Nuevas incorporaciones a AESEG

22 OPINIÓN

Prescribir genéricos, una práctica necesaria para el SNS
por Alfonso Domínguez-Gil Hurlé

24 EL PERSONAJE

Carmen Peña, presidenta del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos

25 OCIO

Propuestas de *en genérico* para disfrutar y aprovechar el tiempo libre
Agenda de eventos

Fe de erratas: En el número anterior de *en genérico* se publicó que el laboratorio Adamed era de origen portugués cuando en realidad su origen es polaco (pag. 21 - número 1).



El Global

01/03/2010

Asamblea General AESEG en Madrid

El semanario especializado El Global realizó una amplia cobertura sobre la celebración de la Asamblea General de AESEG en el Hotel AC Cuzco de Madrid, donde se renovaron los Estatutos y la Junta Directiva de la Asociación y se nombró al nuevo presidente cuyo mandato se extenderá durante los próximos dos años.

Correo Farmacéutico

25/01/2010

“Hay que cambiar completamente la política de promoción del genérico”

Ángel Luis Rodríguez de la Cuerda, director general de AESEG, insiste en el agotamiento de la política de bajada continua de precios y pide incentivos para pacientes, médicos y farmacéuticos en una entrevista en exclusiva para el suplemento especial sobre Medicamentos Genéricos del semanario Correo Farmacéutico, argumentando que “el paciente debería pagar menos en su receta cuando se trate de genéricos” y reivindicando una mayor homogeneidad en las políticas autonómicas.

Diario Médico

07/01/2010

Los funcionarios gastan un 30% menos en fármacos

Según publicó Diario Médico, el nuevo concierto de mutualidad de funcionarios, Muface, condiciona los incentivos a las entidades aseguradoras a alcanzar un 12% de prescripciones de medicamentos genéricos, pese a que los funcionarios gastan en medicamentos casi un 30% menos que la población general.

Cinco Días

15/01/2010

Grupo Ferrer impulsa el área de genéricos con la filial Tarbis Farma

El diario económico Cinco Días hace referencia a la incorporación de Tarbis Farma, división del Grupo Ferrer, como miembro asociado de la patronal AESEG, que actualmente representa ya al 96% del mercado español en valores, tras las últimas 10 nuevas incorporaciones durante el año 2009.

Expansión

11/12/2009

Laboratorios en pie de guerra

El diario económico Expansión publicó en el mes de diciembre un reportaje en profundidad sobre los cambios en la industria farmacéutica, haciendo un recorrido por los fármacos que perderán su patente antes de 2014, el retraso de los medicamentos genéricos en los mercados de la Unión Europea a causa de los litigios judiciales y la burocracia, y las barreras de entrada denunciadas por las patronales AESEG y EGA (European Generic Medicines Association) ante el bloqueo a la entrada de las nuevas versiones genéricas.



El Periódico de Extremadura

17/12/2009

La región, a la cola en uso de medicamentos genéricos

El diario regional extremeño publicó esta noticia a partir de la presentación del informe *La industria y el mercado del genérico en España* realizada por AESEG en Mérida en diciembre de 2009, según el cual Extremadura es una de las comunidades autónomas con menor prescripción de fármacos genéricos, ya que tan sólo 5,5 de cada 100 euros que se gastan en este sector del mercado regional se dedican a productos EFG.

ACTUALIDAD DEL GENÉRICO

Europa como ejemplo



Ángel Luis Rodríguez
de la Cuerda

Director General AESEG

Transcurrida ya más de una década desde la entrada de los primeros genéricos en España, podemos constatar que la industria farmacéutica del medicamento genérico constituye un sector sólido que invierte un 3,6% de su facturación en I+D, emplea directamente a 6.500 personas, genera 26.000 puestos de trabajo inducidos, cuenta con un alto compromiso de producción (más de las dos terceras partes de los genéricos que se consumen en nuestro país se producen localmente) y dispone de un ratio de balanza comercial positivo, como corrobora el dato de que las exportaciones superen en un 18% a las importaciones. Todo esto permite que en la actualidad se encuentren disponibles en nuestro país más de 5.100 presentaciones correspondientes a los 187 principios activos de medicamentos genéricos aprobados por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS) y que la expectativa de aparición de nuevos productos, a medida que vayan finalizando las actuales patentes en los próximos años, sea muy positiva.

Aún tratándose de un sector joven con claras expectativas de crecimiento, una balanza comercial saneada, generador de empleo, comprometido con el desarrollo industrial y que en estos últimos doce años ha aportado un ahorro a las arcas de las administraciones sanitarias de 10.500 millones de euros, la realidad es que las cuotas de penetración alcanzadas en España tanto en valores (9,5 % según fuentes del Ministerio de Sanidad y Política Social) como en unidades (16%) están todavía muy lejos de alcanzar la

cuota media del resto de los países de la Unión Europea, que se sitúa en el 30-35%.

En este sentido, sería deseable que el ciudadano y las administraciones sanitarias de nuestro país, además de encontrar en el genérico un medicamento de calidad, seguro y accesible al ciudadano tras la finalización de la patente del medicamento de referencia, vean el genérico como una eficiente herramienta de ahorro y financiación que les permita invertir en otras áreas de salud.

“Sería conveniente impulsar la demanda de genéricos con programas centrados en incentivos y promoción”

Además, para conseguir el máximo rendimiento y una mayor eficiencia del sistema es recomendable que los EFG (Equivalentes Farmacéuticos Genéricos) entren cuanto antes en el mercado, y para ello es necesario acelerar los procedimientos de registro y fijación de precios, evitar políticas anticompetitivas de los propietarios de patentes y fomentar acciones que faciliten un mayor uso de estos fármacos como, por ejemplo, instaurar un copago distinto para los genéricos respecto a los medicamentos innovadores que permita al paciente activo pagar menos por su prescripción y a la administración disminuir el gasto farmacéutico al verse incrementado el consumo de medicamentos genéricos.

A diferencia de otros países europeos, el *precio de referencia* es el sistema regulador vigente en nuestro país para asignar precios al medicamento genérico. Este Sistema de Precios de Referencia (SPR) es una de las mayores dificultades a las que se enfrentan las compañías de medicamentos genéricos en nuestro país, ya que

actúa reduciendo de una manera sistemática y continua el precio. Desde 2004 los precios de los medicamentos genéricos están bajando entre un 10% y un 15%, lo que implica tener que vender muchas más unidades para compensar esta bajada en valores. Además el SPR calcula el precio, para un mismo principio activo, en función únicamente de las presentaciones agrupadas por vía de administración, lo que significa que no hace distinción entre formas farmacéuticas, indicaciones o posología, aspectos que influyen enormemente en la realidad de los costes industriales, poniendo en ocasiones en peligro la existencia y continuidad en el mercado de algunos productos que no alcanzarían el umbral mínimo de rentabilidad, así como la viabilidad de algunas empresas que podrían ver peligrar su continuidad. De ahí que desde la patronal AESEG solicitemos con urgencia un cambio de modelo para el cálculo de los precios.

Y ya por último, una reflexión sobre las políticas autonómicas. Aunque esta situación no se da en otros países de nuestro entorno europeo, sería deseable que las administraciones sanitarias autonómicas impulsasen políticas homogéneas y medidas que favorezcan la demanda de EFG en el mercado, ya sea a través de políticas de prescripción por principio activo y acuerdos con los farmacéuticos o a través de incentivos a la prescripción de medicamentos genéricos.

En este sentido y por todo lo anterior, estamos convencidos que el genérico, además de aportar calidad, eficacia, seguridad y facilitar un mayor acceso al medicamento, constituye una excelente herramienta de ahorro que va a permitir a las administraciones sanitarias liberar recursos económicos para invertir en otras áreas de salud, consiguiendo mejores dotaciones en beneficio de la sociedad en general y del ciudadano en particular. 6



INFORME SECTORIAL

La industria y el mercado del genérico en España

AESEG presentó el informe *La industria y el mercado del genérico en España*, elaborado en colaboración con la consultora Solchaga Recio & asociados

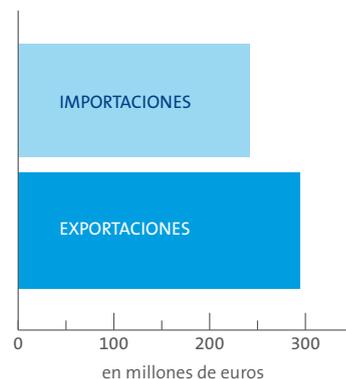
- La industria del genérico genera en España **32.500 puestos de empleo** directo e inducido y destina a la inversión en I+D+i un **3,53% de su facturación**.
- España se sitúa a la cola en la prescripción de genéricos dentro de la UE, con tan sólo un **6,5% de cuota de mercado en valores, frente a la media europea del 30-35%**
- A pesar de las bajas cifras de penetración, en los últimos 10 años **se ha reducido la factura farmacéutica en 10.500 millones** de euros gracias al uso de genéricos.
- Según los últimos estudios del sector, **Murcia** es la CCAA donde existe una menor prescripción de medicamentos genéricos, alcanzando tan **sólo un 3,7% de cuota de mercado, con el mayor gasto medio por receta con un 14,7%** durante el año 2008.
- **AESEG** es la patronal de la industria del genérico en España con una **representación del 96% del sector** en nuestro país.

El informe *La industria y el mercado del genérico en España* recoge un análisis de la situación actual de la industria y del mercado del medicamento genérico en nuestro país, así como de la actividad de las compañías asociadas a la patronal AESEG, que representa en estos momentos al 96% del sector y que contó con 10 nuevas incorporaciones a lo largo del año 2009.

La industria del medicamento genérico genera en España 6.500 puestos de empleo directo y 26.000 de empleo indirecto e inducido, y destina a la inversión en I+D+i un 3,53% de su facturación total. Además, la mayor parte de los genéricos vendidos en España están producidos en nuestro país y tan sólo un 37% son importados fuera de nuestras fronteras.

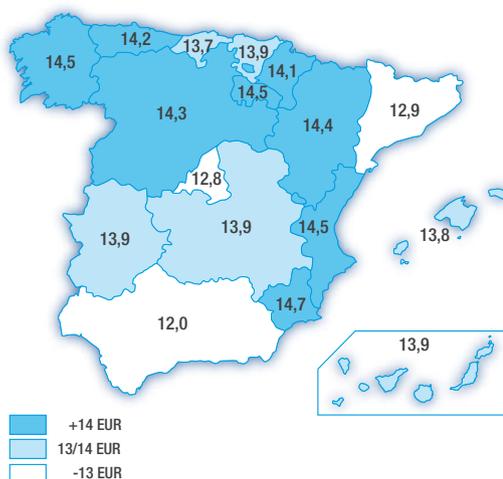
Sin embargo, por primera vez desde que entraron en el mercado español, los medicamentos genéricos crecieron menos que los de marca durante el último año. El volumen de ventas subió un 2,4% hasta los 700 millones de euros, mientras que las marcas incrementaron sus ventas en un 5,6% según los datos del informe. Esta situación ha sido

Venta de genéricos según origen
Las exportaciones suponen
Un 18% más que las importaciones.

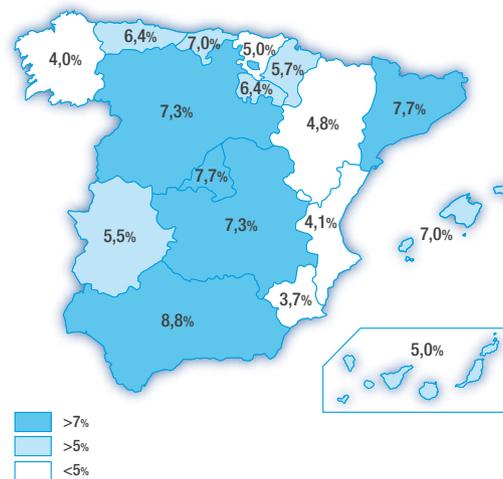


Gasto medio por receta en euros durante 2008

Gasto medio nacional: 13,50 euros



Penetración de los genéricos, en valores, durante 2008



provocada por el actual Sistema de Precios de Referencia (SPR) y por la escasa cuota de mercado que todavía representan los genéricos en nuestro país con respecto a Europa.

Desigual reparto por Comunidades Autónomas

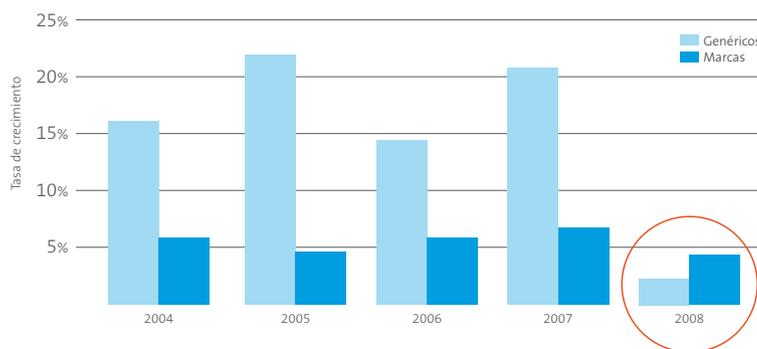
Debido al desigual reparto de la población, frente a la media nacional del 6,5%, la cuota de los medicamentos genéricos sólo supera el 7,5% en tres CCAA: Andalucía, Madrid y Cataluña. En lo que respecta al gasto medio por receta farmacéutica, Murcia, Galicia, La Rioja y Valencia se encontrarían entre las regiones con mayor impacto, con un gasto medio superior a los 14,5 euros.

Ángel Luis Rodríguez de la Cuerda, director general de AESEG, manifiesta que “nuestra principal reivindicación desde la patronal de medicamentos genéricos es que el Gobierno, con la participación de los Ministerios y de las Comunidades Autónomas, establezca medidas eficaces que fomenten la demanda de medicamentos genéricos a través de incentivos, formación e información a los médicos, farmacéuticos y pacientes”.

Evolución del volumen de ventas de medicamentos

Preocupante ralentización en 2008. Nunca antes la cuota de mercado respecto a las marcas se había reducido

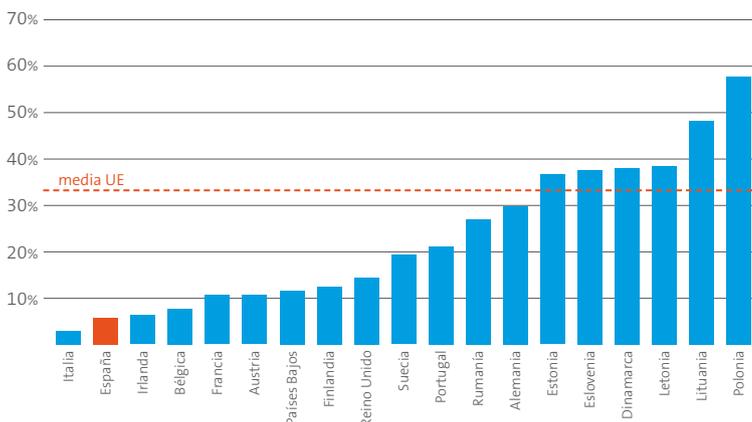
FUENTE: IMS



Cuota de mercado en valor de los genéricos en la UE

España se sitúa a la cola en la prescripción de genéricos dentro de la UE, con tan sólo un 6,5% de cuota de mercado en valores, frente a la media europea del 30-35%

FUENTE: EGA IT 2007



España y los genéricos: un potencial de ahorro desaprovechado

España continúa siendo uno de los países de la Unión Europea en el que los fármacos genéricos todavía no tienen suficiente implantación, a pesar de que en los últimos años las políticas nacionales y de algunas Comunidades Autónomas se han centrado en implantar su prescripción y consumo, como es el caso de Galicia.

Mientras que en nuestro país los genéricos suponen el 6,5% del total de los fármacos, la media de la UE se sitúa en el 30-35%, cuatro veces más que en España. A pesar de estas bajas cifras, en la última década se ha conseguido un ahorro en la factura farmacéutica de 10.500 millones de euros gracias a la utilización de las versiones genéricas, según constatan los últimos estudios realizados por el sector.

Propuestas de AESEG

Entre las propuestas realizadas en el informe *La industria y el mercado del genérico en España*, destacan la toma de medidas para reducir los litigios judiciales y, con ello, reducir el tiempo de espera para la salida de los medicamentos genéricos al mercado, la aceleración en los procesos de registro y la incentivación de campañas de promoción de los genéricos entre los ciudadanos por parte de las administraciones. ●

Puede ver el informe completo en: www.aeseg.es/aeseg_profesional.asp



¿Genéricos? Sí, gracias

Cecilio J. Venegas Fito

Presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Badajoz

Es a sí supe verla. Me remonto al año 1997. Entonces era un joven Secretario de Colegio que tenía, a diferencia de hoy, las ideas muy blancas y la barba muy negra. Corrían los temas legislativos sobre la Ordenación Farmacéutica en todas las Comunidades Autónomas. Todo eran normativas y abogados. Existía el Insalud, y Matesanz y Núñez Feijoo tenían otros despachos. También de esas fechas es la Ley de Servicios de Oficinas de Farmacia a nivel estatal. Todo era bastante complicado en la Comunidad de Extremadura y en medio de toda la vorágine de aquel tiempo recuerdo haber leído una comparecencia en el Senado acerca de algo que por aquel entonces sonaba muy *british*. Venían los genéricos. No sé por qué, pero aquello de los genéricos sonaba entonces a algo parecido a dosis unitarias, y frasco con etiqueta para rellenar el número de cápsulas. Yo, por mi parte, pensé que estábamos ante una pieza importante, ahora he visto que imprescindible de la prestación farmacéutica para España.

También recuerdo de aquel tiempo la magnífica tribuna publicada un poco después por Joan Durán, entonces Presidente del Colegio de Barcelona, *Genéricos: Amenaza u oportunidad*. Magistral. Todo lo que allí se decía ha venido a materializarse con el paso del tiempo. Recuerdo algunos carteles que con el primero de los argumentos cierta asociación empresarial publicó entonces. Representaban unos felinos que debajo anunciaban: "Que no te den gato por liebre". Lamentable. Con déficit de visión en el todo y en la parte. Pero seguramente fiel reflejo de lo que algunas veces somos los farmacéuticos. Desconfiados hacia todo lo que suponga cualquier mínimo cambio. Por si acaso siempre se juega a plantarse.

Pero también recuerdo las campañas que inmediatamente empezamos a hacer con la complicidad de la Unión de Consumidores de Extremadura que nos llevó a esta Comunidad a figurar en los primeros puestos del ranking de conocimiento del concepto de genérico. También tuvimos que participar en numerosos foros donde

otros compañeros de bata blanca (y por lo que yo sé, creo que algunos lo siguen haciendo), cuestionaban (¿cuestionan?) la bioequivalencia, y aclarar el significado del concepto de área bajo la curva.

Seguramente todo este proceso de aproximadamente una década había que pasarlo, porque nada es fácil, y aún más difícil, aquello que supone un importante cambio cultural. Cambio cultural que no solamente se consigue con cambios legislativos. O también, pero no del todo. Los cambios suelen ser fruto de los argumentos. Y los argumentos de hoy, tienen que ver con todo lo siguiente: a grandes rasgos, la industria del medicamento genérico promueve en España 6.500 puestos de empleo directo y 26.000 de empleos indirectos inducidos, pero además destina para la inversión de I+D+i un 3,50% de su facturación anual. El año pasado se superaron ventas de 175 millones de unidades con una facturación de casi 700 millones de euros de EFG a través de las Oficinas de Farmacia.

Pudiera pensarse analizando lo anterior que en una década se han alcanzado tan importantes aumentos de todos los parámetros, que ya queda poco como oportunidad de mejora. Nada más lejos de la realidad. Aunque pudiéramos pensar otra cosa, el nivel de penetración del genérico está aún lejos en España de la media europea, no tampoco es uniforme en las Comunidades Autónomas y ha ralentizado últimamente. Queda, por tanto, aún mucho que trabajar en esta dirección, ya que además para nada con su fomento estamos perjudicando a la industria innovadora, ya que el innovador de hoy, acabará siendo el genérico de mañana, y desatender el futuro es desatender la casa donde pasaremos el resto de nuestra vida.

Respecto a la información, aún la semana pasada me solicitaban en el mostrador de mi farmacia un medicamento *genético*, así que, ustedes vean. Parece que andamos cerca, pero necesitamos un ajuste. Seguro que nos queda aún bastante camino por recorrer. ¿Genéricos? Sí, gracias. ●

OPINIÓN

Genéricos

*Artículo publicado en el nº 61 de la revista *Escritura Pública* editada por el Consejo General del Notariado



Pilar Cernuda
Periodista

Cuando vivía en Nueva York las medicinas llevaban mi nombre. Mejor dicho: cuando vivía en Nueva York, las píldoras y cápsulas que debía tomar estaban en un frasquito de color oscuro con una pegatina en la que estaba escrito mi nombre. Y el frasco sólo contenía el número de cápsulas o píldoras que debía tomar, ni una más ni una menos. Fue allí, en la *Gran Manzana*, donde oí la palabra *genéricos* por primera vez.

Hoy, en España, los genéricos se han incorporado a nuestro vocabulario habitual, y nadie se extraña al escuchar ibuprofeno, omeprazol o paracetamol —aunque cuesta más pronunciar matemizol o lorazepam— que afortunadamente empiezan ya a ser de consumo frecuente. Sin embargo, ha costado. Sobre todo, entre la gente mayor.

Pongo antena en mi farmacia, lo más parecido a una tertulia médico-psicológica que se me ocurre, regentada por cuatro mujeres que podrían hacer una tesis sobre el comportamiento humano.

—*Carolina, esta medicina que me das no es la mía. La mía es roja y esta caja es verde.* Y responde Carolina —*Te he dado el genérico. Es exactamente igual, lo único que cambia es el color de la caja. Es la que te ha recetado tu médico y, como comprenderás, tanto él como yo queremos lo mejor para ti, no vamos a engañarte.*

—*Sí, pero es que yo estaba acostumbrada a las otras y a lo mejor ésta no me sienta igual. Recuerda que me diste un genérico para dormir y no conseguía dormirme, era mejor el orfidal.*

—*Mujer, ¡qué va a ser mejor! Ni mejor ni*

peor, son exactamente iguales, y encima cuesta un poco menos.

—*Lo que pasa es que la Seguridad Social quiere ahorrar y por eso recomienda genéricos, pero no es lo mismo, no es lo mismo...*

“Ha costado, pero finalmente se ha impuesto la evidencia: los genéricos son tan efectivos como las marcas comerciales”

Carolina se desespera. Razona con paciencia, ofrece todas las explicaciones posibles, pero no hay manera. Su clienta, que anda cerca de los ochenta, está convencida de que no duerme porque le han cambiado la medicación, le duelen las piernas porque le han cambiado la medicación y se levanta con dolor de cabeza porque le han cambiado la medicación. Y no le vale ningún argumento que le haga pensar lo contrario. Como esa mujer, simpática mujer a pesar de su empecinamiento de diferenciar la efectividad de sus medicamentos en función del color de las cajas, muchos más clientes muestran recelo hacia los genéricos, aunque con el tiempo van pasando por el aro. Los más jóvenes son otra cosa, pero Carolina es realista: la gente joven, la que está aún en edad de trabajar y ganarse un sueldo, los han aceptado mejor, casi desde el primer momento, sólo y exclusivamente por el precio.

Ha costado, pero finalmente se ha impuesto la evidencia: los genéricos son tan efectivos como las marcas comerciales. Y más baratos. El precio ha sido clave para aceptarlos gradualmente, así como la recomendación de los responsables de las consejerías de Sanidad a sus médicos para que en la medida de lo posible rece-

tasen genéricos. Además, muchos laboratorios han cooperado en su implantación al lanzarlos al mercado y poco a poco se han abierto camino, rompiendo tabúes, como por ejemplo el que asegura que lo caro es siempre mejor, sea ropa, cosméticos o productos de alimentación, promoviendo así la famosa *marquitis* que tanto ha afectado a la economía doméstica. Hay casos en los que se hace evidente que lo caro es barato, es más consistente y dura más, pero en muchos otros lo barato puede competir con lo caro en igualdad de condiciones. Y los genéricos pertenecen a este último apartado.



Estamos aún lejos de la media europea, pero los genéricos empiezan a ser moneda corriente. Son efectivos y además han aliviado sensiblemente nuestros bolsillos y los del servicio público de salud. Para aliviarlo aún más podría ponerse en marcha un segundo capítulo: reducir el tamaño de los envases. He tenido en casa, durante varios años —completamente caducado— el botellón de tres cuartos de litro con el jarabe que dí a mi hija cuando tuvo la tosferina. No le hicieron falta ni diez cucharadas. ●

OPINIÓN

Empresa y vida humana

Antonio Medrano

Liderazgo, coaching y formación integral de la persona

La empresa, además de núcleo de la actividad económica, es centro de vida. Es un recinto social en el que se desenvuelve, y en nuestros días de manera predominante, la vida humana. Ocupa un lugar destacado en la vida de la sociedad y desempeña un papel de primer orden en la configuración de la existencia de los seres humanos. Es un dato sociológico sumamente significativo que en ella se desarrolla la mayor parte del vivir cotidiano de muchos seres humanos. Si exceptuamos las horas de sueño, la mayoría de la población pasa casi el 90 % de su jornada dentro de alguna empresa.

Pocas cosas tienen un impacto tan acusado en nuestras vidas como la actividad empresarial. Muchas de las vivencias que tejen nuestro diario vivir están relacionadas con la vida de la empresa, con sus problemas y sus sinsabores, con sus alegrías y sus ilusiones, con sus retos y las oportunidades que ofrece. En la empresa se establecen relaciones y contactos, se

anudan amistades, se revelan aspectos insospechados del ser humano, se despliegan capacidades y cualidades valiosas. En la empresa conocemos a personas que de otro modo nunca habríamos conocido y que pueden llegar a tener una influencia decisiva en nuestra vida más íntima y personal. Más de uno ha encontrado su media naranja en la empresa en la que trabaja o ha trabajado (es, sin ir más lejos, mi caso, y conozco otros muchos semejantes). En la actividad empresarial muchos hemos aprendido a vivir y a convivir. Dentro de una empresa están siempre formándose seres humanos, hombres y mujeres... o deformándose, deviniendo así en seres inhumanos.

“Si exceptuamos las horas de sueño, la mayoría de la población pasa casi el 90% de su jornada dentro de alguna empresa”

Hay que tener en cuenta asimismo que lo que la empresa sea y cómo funcione, su modo de organizarse y de trabajar,

su filosofía y su estilo, se reflejará en la vida de la sociedad dentro de la cual se inserta, tendrá una repercusión inmediata y directa en el ambiente social de una comunidad nacional. De la misma forma que se refleja en la empresa la manera de funcionar la sociedad a la cual sirve y dentro de la cual funciona. Cada sociedad tiene el tipo de empresa que merece, pero no es menos cierto que las empresas tendrán el tipo de sociedad que merezcan.

De todo esto se deduce la enorme importancia que tiene el crear en la empresa un ambiente humano, sano y cálido, favorable al desarrollo integral de la persona. Un clima, en suma, en el cual disminuyan el sufrimiento y el malestar de los seres humanos, al tiempo que aumentan su satisfacción y su bienestar. Los empresarios han de contribuir a hacer posible la felicidad no sólo de cuantos trabajan en esa comunidad económica que es la empresa, sino también de todos aquellos que con ella colaboran o se benefician de sus productos y servicios. Es tarea urgente en nuestros días renovar con sentido humano la vida empresarial. Humanizar la empresa, humanizar sus estructuras y su atmósfera, humanizar sus relaciones internas y externas constituye un imperativo capital en estos momentos de grave crisis por los que atravesamos.

La empresa puede ser un foco de humanidad, funcionando como una auténtica comunidad, haciendo posible una buena y fructífera convivencia, o, por el contrario, constituir un foco de inhumanidad, presentándose entonces más bien como un campo de concentración o un recinto en el que se hallan reclusos los condenados a trabajos forzados; esto es, como un lugar en el que los individuos se dejan la piel sin demasiado provecho y con indecibles padecimientos, como tantas veces comprobamos por desgracia. ●



OPINIÓN

Cuestión de imagen



Juan Nieto
Periodista*

Realidad y apariencia son dos términos que, aunque no deberían ser antagónicos, en ocasiones se presentan muy distantes el uno del otro. Una distancia que, cuando las cosas se hacen bien y la realidad es positiva, supone un lastre de cara a la imagen externa, que debería ser el reflejo de ese buen trabajo. Quizá el mejor resumen de esta situación la dio Nicolás Maquiavelo, quien señaló que “pocos ven lo que somos, pero todos ven lo que aparentamos”.

Es un hecho palpable que la realidad de la industria farmacéutica —tanto la de genéricos como la innovadora— es una y su imagen de cara a la sociedad otra. Una circunstancia que no es la situación ideal para el desempeño de una función que, si bien es de origen privado y destinada a generar ganancias para sus propietarios —lógico—, es una fuente de desarrollo para la sociedad. Los datos hablan por sí mismos y no es ningún secreto que, si nos centramos únicamente en parámetros económicos y dejamos de lado los referidos a cuestiones estrictamente sanitarias, que son el origen de la razón de ser de las compañías dedicadas a la fabricación de medicamentos, la industria farmacéutica es un motor para la economía de cualquier país. Y, qué duda cabe, un agente imprescindible en momentos de crisis económica.

Si partimos de la premisa de que la industria farmacéutica—y repito, tanto la genérica como la innovadora— es un agente esencial en el que apoyarse para salir de esta situación, ¿por qué existe esta separación entre realidad y aparien-

cia? ¿Por qué un agente que, además de ser fundamental para salvaguardar la salud de la sociedad, es importante para aportar estabilidad económica a un país está constantemente puesto en cuestión? ¿Por qué el fármaco es bien valorado por la sociedad y sucede lo inversamente proporcional con sus fabricantes? La respuesta no es sencilla, pero lo que está claro es que falla la apariencia, la imagen que se transmite a la opinión pública.

“Es un hecho palpable que la realidad de la industria farmacéutica es una y su imagen de cara a la sociedad otra”

En este sentido, los medios de comunicación se convierten en una correa de transmisión fundamental para hacer llegar a la sociedad la realidad de la labor de la industria farmacéutica. O, por lo menos, que esa apariencia negativa mejore. No se trata de que la industria farmacéutica —vuelvo a repetir, la genérica y la innovadora— mueva la maquinaria de la que dispone para, digamos, adquirir voluntades, un camino sencillo pero a la larga poco rentable. La voluntad de la sociedad no se compra, pero a esa voluntad sí se la puede convencer. Sobre todo si se tienen herramientas.

¿Cuáles son esas herramientas? Muchas y variadas. Desde la inversiones en I+D, hasta la generación de puestos de trabajo. Desde su implicación en labores de responsabilidad social corporativa, hasta su aportación en la sostenibilidad del Sistema Nacional de Salud (SNS). Herramientas más que suficientes para dejar a las compañías tabaqueras y petrolíferas como las industrias que peor imagen tienen entre la sociedad (encuesta

realizada en Estados Unidos por Harris Interactive). No se trata de santificar a la industria farmacéutica pero... está claro que la percepción que tiene la sociedad de ella no puede ni debe ser la misma que la de las tabaqueras.



Es cierto que siempre se puede echar la culpa al mensajero, alguno de los cuales, eso sí, muestra una gran virulencia hacia la industria farmacéutica y alimenta, siempre que se da la oportunidad, los tópicos instalados sobre ella desde hace décadas. Ese es el camino fácil y el que durante muchos años se ha recorrido y ha dejado a la industria farmacéutica encerrada en su caparazón y viendo con un miedo a cualquiera que osase preguntar algo. Sería mucho más fructífero de cara a mejorar esa imagen que la industria farmacéutica reconociera sus errores de comunicación y se enfrentara con valentía a sus fallos y a sus aciertos. A sus ganancias y a sus esfuerzos. Olvidar por un momento su autopromoción y tener la fortaleza de encajar y manejar las críticas. En definitiva, crecer y hacerse adulta en un campo que ha descuidado durante años. Y si se ha descuidado algo tan esencial... “El comportamiento es un espejo en el que cada uno muestra su imagen”, decía Johann Wolfgang Goethe. ●

*Juan Nieto ha sido enviado especial en Francia y Nueva York

LA VOZ DEL ASOCIADO

“La internacionalización es nuestro reto de futuro”

Raúl Díaz-Varela, consejero delegado de Kern Pharma

KERN PHARMA es una empresa dedicada al desarrollo, fabricación y comercialización de productos farmacéuticos. Creada en mayo de 1999 por el grupo Indukern, a raíz de la compra de las instalaciones productivas que la empresa farmacéutica Roche poseía en Terrassa, se ha convertido en estos últimos diez años, a través de la adquisición de la autorización para la fabricación de medicamentos clave, en líder en producción de medicamentos genéricos en España. Raúl Díaz-Varela, su consejero delegado, ha sido recientemente reelegido como presidente de la patronal del sector en España, durante la celebración de la última Asamblea General de AESEG en Madrid.

¿Cuáles son sus áreas terapéuticas?

KERN PHARMA desarrolla productos en diversas áreas terapéuticas siempre en el sector de los medicamentos genéricos. En nuestro vademécum encontramos especialidades genéricas en los siguientes campos: analgésicos, antidiabéticos, antiinflamatorios, antihistamínicos, gastrointestinal, cardiovascular, urología, respiratorio, anticancerígenos, s.n.c. y antifúngicos.

¿Cuál es su inversión en I+D+i?

El departamento de I+D+i es importante para nosotros, y dentro de él la parte de desarrollo es la que tiene un gran peso, puesto que no investigamos para la creación de nuevos productos en la mayoría de los casos, sino que desarrollamos productos a raíz de fórmulas ya existentes. Nosotros apostamos mucho por la D de desarrollo. Tenemos en cartera una docena de productos al año de los cuáles la mitad son de desarrollo propio, y un equipo de 30 personas entre desarrollo galénico y analítico capaces de desarrollar productos que luego licenciamos. Nuestra I+D se centra sobre todo en el campo del dolor, no en vano la molécula que dio más presencia a nuestro

laboratorio fue el ibuprofeno y somos uno de los laboratorios que más paracetamol genérico vende en España. Además, junto a estos productos tenemos una planta química en la que hace poco investigamos y patentamos un proceso de producción de una molécula potentísima para la anestesia y el dolor.

¿Qué certificaciones ha obtenido la empresa?

Desde KERN PHARMA se ha apostado desde el inicio de su andadura por la inversión para obtener productos de altísima calidad y conseguir así un posicionamiento líder. La empresa se coloca en el ranking sectorial del mercado español de medicamentos genéricos en el puesto 61 en el momento de su creación, y se sitúa en estos momentos en el número 6 en facturación y en el número 4 del sector en unidades vendidas. La empresa es líder en el mercado de medicamentos genéricos con siete de sus productos, gracias a su importante capacidad de desarrollo y producción propia.

¿Cuál es el papel de la calidad en este proceso?

Para KERN PHARMA calidad significa



también asegurar una eficiente actuación en materia medioambiental y de seguridad ocupacional. La gestión de la calidad integral, intrínseca en la organización y basada en la mejora continua, asume el cumplimiento de los requisitos legales, reglamentarios así como los del cliente, habiendo obtenido desde sus inicios toda una serie de certificados oficiales.

Kern Pharma se sitúa en estos momentos en el número 6 en facturación y en el número 4 en unidades vendidas

¿Cuáles son sus retos de futuro?

La internacionalización es uno de nuestros objetivos más importantes, junto con los lanzamientos de productos genéricos previstos. Otro reto es plantear qué estrategia industrial hemos de seguir en los próximos cinco años, en función del crecimiento esperado en según qué productos, deberemos readaptar procesos y espacios, aunque no hablamos de ampliaciones de instalaciones sino de reorganización por

procesos y de incrementos de capacidad dentro del espacio que tenemos.

¿Cómo ve la evolución actual del mercado de genéricos en nuestro país?

Podríamos decir que vemos el futuro del mercado con nubes y claros. Como somos una empresa positiva y muy dinámica intentaremos empezar con los claros o aspectos que pueden hacer que el mercado se desarrolle correctamente. En primer lugar, debemos decir que en los próximos años expiran muchas patentes de productos con un alto nivel de ventas (*blockbusters*) y que por tanto el mercado potencial para los genéricos es importante. Además, hemos conseguido desarrollar y lanzar entre las primeras compañías la mayoría de los genéricos, obteniendo por ello buenos resultados de crecimiento de ventas los últimos años. Asimismo la crisis y los problemas de financiación, aunque no favorecen directamente el aumento de consumo de genéricos, sí que obligan a los gobiernos —especialmente a las CCAA— a plantearse nuevas políticas que generen ahorro, como lo es el aumento en el consumo de genéricos.

¿Y las nubes?

Por desgracia, las nubes que tenemos que no nos dejan ver el sol son el Sistema de Precios de Referencia (SPR), que utiliza un sistema injusto de cálculo de precios basado en la Dosis Diaria Definida (DDD). Con ello se penalizan las presentaciones pequeñas de un medicamento, que se ven obligadas a bajar el precio muy por debajo de lo que realmente está en el mercado. Por otro lado, la falta de medidas que actúen sobre la demanda de genéricos (por ejemplo, sobre la prescripción de genéricos o la libre/obligatoria sustitución por el genérico) y no siempre sobre la oferta (precios de los genéricos) ha traído como consecuencia un estancamiento en 2008 y 2009 del crecimiento de genéricos.

¿Cuáles son las principales demandas del sector en estos momentos?

Al Ministerio de Sanidad y Política Social le pedimos que se modifique el SPR y se usen criterios de cálculo de precios más

acordes con la realidad del mercado, es decir, aceptamos y compartimos la necesidad de que el genérico permita una bajada de precios año a año, pero nunca debería ser por debajo del precio que la presentación más barata del mercado tenga. Por otro lado, solicitamos tanto al Ministerio como a la Agencia del Medicamento que se agilicen los trámites de registro y de precio (en este punto se acaba de aprobar una modificación que puede llegar a ser muy beneficiosa, como es que lo genéricos no tengan que ser aprobados en Comisión de Precios, siempre que cumplan unas condiciones previas). En cuanto a las CCAA, les pedimos mayor voluntad política para que el mercado de genéricos se desarrolle, impulsando medidas que favorezcan la demanda de genéricos, ya sea a través de políticas de prescripción por principio activo y acuerdos con los farmacéuticos, o bien con incentivos a la prescripción de genéricos.

¿Es la crisis una oportunidad para los medicamentos genéricos?

Debería serlo, ya que todos los gobiernos

deben estar más concienciados si cabe con el control del gasto y todos deben tener claro que el genérico es una gran herramienta para este control. Pero como digo esto depende de las políticas que las administraciones adopten.

¿Ve alguna solución a corto plazo para la actual política de precios?

Por desgracia, este es nuestro gran caballo de batalla. Seguimos pensando que las políticas de precio están basadas en muy corto plazo, y en parte en obligar a los innovadores a bajar precios vía precio de referencia. Pensamos que la coexistencia de regulaciones de precios de referencia y precios menores tampoco tiene ningún sentido, especialmente cuando en muchos casos el precio de referencia debido al método de cálculo de DDD obliga en muchos casos a bajar el precio de referencia por debajo del precio menor de muchas presentaciones, lo cual no tiene sentido. O nos basamos en un cálculo de precio menor o en un precio de referencia que sea la media de los tratamientos más baratos. 



- KERN PHARMA fue creada en el año 1999 por el grupo Indukern en Terrassa (Barcelona)
- Cuenta con 552 empleados, de los cuales un gran número son licenciados y especialistas en la manipulación de medicamentos
- La planta de producción de KERN PHARMA se encuentra en Terrassa (Barcelona) y ocupa una extensión de 54.000 m²

- KERN PHARMA cubre distintas áreas terapéuticas en España, Portugal y Venezuela
- Desarrolla desde sus comienzos toda actividad basada en dos grandes ejes estratégicos: desarrollo, fabricación y comercialización de productos farmacéuticos y servicio de desarrollo de productos, *contract manufacturing* y producción química para terceros.

www.kernpharma.com

COMUNICACIÓN

Comunicar en tiempos de gripe



Doris Casares

Directora de Comunicación y Relaciones Externas AESEG*

En estos tiempos actuales de gripe —y de crisis— resulta algo más que fundamental la manera en cómo las organizaciones sanitarias y, muy especialmente, los organismos e instituciones públicas, se dirigen al ciudadano de a pie a través de sus diversas herramientas de comunicación. Sirva de ejemplo la tan polémica campaña informativa acerca de la gripe A (H1N1) —en un origen *gripe porcina*—, con las consecuencias que ésta ha desencadenado, tanto de alarmismo innecesario en el ciudadano en general como de desinformación en el propio paciente y colectivo profesional sanitario en particular. El *qué* se comunica y el *cómo* se dirige esta comunicación resulta esencial para conseguir reflejar el mensaje correcto en los medios, tanto nacionales como internacionales.

Pongamos concretamente el caso de España, que es también el que más cerca nos queda. Y aquí habría que pararse a pensar en la fuente que origina el mensaje, desde las correspondientes áreas y canales de comunicación de la Organización Mundial de la Salud (OMS) hasta cómo este mensaje se transmite a los respectivos gobiernos de la Unión Europea y a sus consiguientes mercados de influencia, llegando a la opinión pública a través de un arma tan poderosa como los medios de comunicación. Es decir, cómo los ríos de pólvora informativa se dispersan a la velocidad de la luz en cuanto la epidemia se convierte en pandemia (geográfica) y en cuanto los afec-

tados “podrían llegar a ser” muchos más que los de la última pandemia de la *gripe española* del 18. Y después de todo ello aquí seguimos todos, sanos y salvos en nuestros respectivos hogares y puestos de trabajo (el que todavía lo conserva).

“El responsable de comunicación ha de saber definir el mensaje, el momento y los canales de comunicación más apropiados”

Se trata pues, de una ardua labor la del responsable o director de comunicación, que no sólo ha de saber definir el mensaje, sino también —y lo que es casi más importante— cuál es el momento, el límite del mismo y los canales de comunicación más apropiados. Tal y como se comentaba recientemente durante el Foro Internacional de Contenidos Digitales (Ficod 09), organizado en Madrid por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la web 2.0 ha democratizado la sanidad: ahora el paciente es el rey, y pasa de consumir información a también crearla¹. En este mismo foro, se llegaba a la conclusión de que Internet representa hoy día lo que supuso la máquina de vapor en la Revolución Industrial. Se trata, en cierto modo, de un arma de doble filo ya que a través de las innumerables posibilidades de la nueva web interactiva (*podcasts, blogs, wikis, newsrooms, twitter, redes sociales*) la organización llega a su público objetivo pero muchas veces también engloba en ese mismo saco a un público tal vez no tan deseado, ya que sus comentarios pueden llegar a revertir en crear una mala reputación corporativa o, en más de algún caso, a dañar la imagen de marca.



Según estudios recientes, una de cada cinco consultas en la red es sobre salud. Internet es, de hecho, el compañero más fiel en la consulta del médico actual. Ed Bennet, de la Universidad de Maryland (EEUU), ha elaborado un directorio de todos los hospitales de Estados Unidos presentes en las redes sociales. De los 250 centros que conforman esta lista, 131 tienen canales de YouTube, 94 han creado sus perfiles en Facebook, 24 cuentan con blogs y 160 disponen de sus propias cuentas en Twitter.²

Planteémonos pues, la importancia de una buena comunicación dentro de nuestras organizaciones que, ante todo, tienen como fin el estar al servicio del ciudadano proporcionándole una información precisa, rigurosa y sopesada en cada momento y dándole, dentro de lo posible, esa seguridad y tranquilidad que espera encontrar en un sistema como el sanitario, donde cualquier error, por mínimo que parezca, puede llevar a paraderos indeseados. 

*Doris Casares es periodista y miembro de Dircom, ANIS y la Asociación de la Prensa de Madrid

¹ *Internet la máquina de vapor del S.XXI* (Diario Médico, 24/11/2009)

² Fuente: www.hospitalseu.wordpress.com

REGULATORY AFFAIRS

Del “pharmakon” al genérico



Amalia Avilés

Directora Técnica
AESEG*

Hoy día todos sabemos lo que es un medicamento genérico, y que puede surgir después de que la patente del innovador haya caducado. Así resulta que una molécula, primero original, pasa a ser de uso genérico. Sin embargo, la historia del medicamento nos relata una trayectoria diferente.

La primera referencia que tenemos al medicamento en la historia se remonta a ocho siglos antes de Cristo, en la Grecia de Homero, en la que se utilizaban unos “bebedizos” llamados *pharmakon*. *Pharmakon* significaba medicina, pero también veneno; parece que ya desde entonces se detectó lo que luego se denominó efectos adversos.

A partir del siglo II, Galeno describió y publicó ya entonces el uso de unos 500 medicamentos para que fueran utilizados por los médicos de la época. Hoy podríamos decir que eran genéricos. Con el transcurso de los siglos, los tratados sobre medicamentos que describían los eruditos, los hacían para dar a conocer sus descubrimientos en materia de medicamentos a toda la clase médica y boticaria. Así fueron tanto las obras de Dioscórides, Avenzoar, Averroes en la Edad Media, como la publicación de la primera Farmacopea Española en el siglo XVI, en la que por cierto, se publicaron dos fórmulas complejas y famosas durante siglos: TRÍACA y MITRÍDATO.

Estas dos formulaciones, a pesar de la novedad en su momento, eran genéricas según nuestro entender actual.

Tenemos que llegar al siglo XVII para encontrarnos con los “remedios secretos”: medicamentos confeccionados por una persona que no divulga su composición y obtiene beneficios con su venta. A finales de este siglo ya en Francia se prohíben los “remedios secretos” y se empiezan a hacer “patentes de invención”. En 1703 en España, el protomedicato ordena a los boticarios que le presenten las recetas magistrales secretas. Y así entramos en el siglo XVIII, caracterizado por el desarrollo de la síntesis química y por tanto su aplicación a la búsqueda de medicamentos sintéticos con actividad terapéutica. Simultáneamente aparecen también las primeras vacunas.

La primera revolución industrial de los fármacos surge en el siglo XIX con la síntesis de alcaloides y glucósidos, que sucede al mismo tiempo que la industrialización de la farmacia. También los gobernantes comienzan a “regular” los medicamentos con exigencias cada vez mayores.

“De la antigua elaboración del medicamento en la oficina de farmacia, se va dando paso al específico”

A partir del siglo XX la gran preparadora de medicamentos es la industria farmacéutica. Por lo tanto, de la antigua elaboración del medicamento en la oficina de farmacia, se va dando paso al “específico”, es decir al medicamento fabricado industrialmente. Resulta curioso cómo medicamentos conocidos y elaborados en las boticas (hoy en día serían genéricos), pasan a la industria y se empiezan a denominar “específicos”. La “generalización” de la fabricación de medicamentos produce “específicos”: esto parece un contrasentido.

Qué diría Aristóteles si nos viera con este “batiburrillo” de palabras que han cambiado los conceptos de la lógica aristotélica: “El género representa la parte de la esencia que es común a varias especies”. (Aristóteles) 

*Amalia Avilés es licenciada en Farmacia y Ciencias Biológicas por la Universidad Complutense de Madrid



PRESIDENCIA ESPAÑOLA DE LA UE 2010

Trasplantes, e-health y lucha contra la falsificación de medicamentos



Javier Granda Revilla

Freelance y colaborador en las principales publicaciones del sector sanitario, editoriales y gabinetes de comunicación

El pasado 1 de enero y por cuarta vez desde su ingreso, España asumió la presidencia de turno de la Unión Europea (UE) tomando el relevo de Suecia. Esta responsabilidad conlleva organizar y dirigir durante seis meses las tareas del Consejo de la UE, que representa a los estados miembros. En total, nuestro país fijará el orden del día y presidirá aproximadamente unas 3.000 reuniones en Bruselas y Luxemburgo y otras 300 en España, cediendo el testigo en junio a Bélgica.

El principal compromiso que asumen los países con esta presidencia rotatoria es hacer avanzar la agenda europea, por lo que se exige la máxima imparcialidad y evitar promocionar sus intereses o los de cualquier otro estado. Otra responsabilidad clave es la de hacer frente a situaciones imprevistas que precisen la rápida actuación de la UE.

Por primera vez la presidencia de un país miembro coincide con el presidente estable de la UE. El ex primer ministro belga **Herman van Rompuy** ostentará el cargo durante dos años y medio, pudiendo ser renovado una vez. Su labor será la de presidir las reuniones del Consejo Europeo que reúnen a los 27 jefes de gobierno de los países. El gobierno español, por su parte, apoyará a van

Rompuy, responsable de la representación de Europa en su relación con terceros países y organismos internacionales y con el resto de instituciones europeas.

Las prioridades de la presidencia española se centran en cuatro ejes:

- Aplicación fiel y decidida del **Tratado de Lisboa**, que entró en vigor el pasado 1 de diciembre y cuyo primer trío inicia España, junto con Bélgica y Hungría.
- Impulsar una **mayor coordinación de las políticas económicas** para gestionar las estrategias de salida de la crisis y volver a crear empleo.
- Refuerzo de la **UE como actor político decisivo** en la globalización.
- Promoción de iniciativas que refuercen y garanticen los **derechos de los ciudadanos europeos**, con especial atención a igualdad efectiva entre mujeres y hombres.

La Ministra de Sanidad y Política Social, **Trinidad Jiménez**, repasó el pasado mes de enero en su comparecencia ante la Comisión de Sanidad del Congreso de los Diputados las prioridades de su departamento en la presidencia española de la Unión Europea. El objetivo más destacado es disponer de una nueva directiva europea de calidad y seguridad en materia de donación y trasplante de órganos, incorporando elementos comunes y las mejores prácticas organizativas y asistenciales de cada país. España, al tener un sistema de referencia en este sentido, liderará la iniciativa con su experiencia en cuanto a modelo de donación y trasplantes articulado en torno a la solidaridad,



la equidad, la calidad y la cohesión. El 23 de marzo Madrid albergará una conferencia de alto nivel sobre este tema.

Otro de los asuntos destacados por la ministra es el impulso al e-health, con una conferencia ministerial que, con la colaboración de la Comisión Europea, se celebrará en Barcelona entre el 15 y 18 de marzo. “Las nuevas tecnologías de la información son un elemento clave para asegurar la innovación, la calidad y la cohesión de los sistemas sanitarios”, señaló Jiménez. También se reforzarán aspectos relativos a la innovación en salud pública, la vigilancia de determinantes sociales en salud y la disminución de desigualdades. Con este objetivo, se ha organizado un consejo informal de ministros en Madrid los días 22 y 23 de abril, en el que se tratarán estos asuntos.

Contra la falsificación de medicamentos

Tomando el testigo de las presidencias de República Checa y Suecia, España proseguirá con los trabajos de revisión del conjunto de medidas legales sobre medicamentos, especialmente las directivas y reglamentos sobre medicamentos falsificados y farmacovigilancia. En cuanto a seguridad alimentaria, se continuará desarrollando el conjunto de normas sobre información al consumidor y nuevos alimentos que puso en marcha la presidencia sueca. Se pretende también impulsar la estrategia europea sobre problemas relacionados con la alimentación, el sobrepeso y la obesidad, con trabajos específicos para reducir el consumo de sal. Por último, se considera clave lograr un consenso entre los países de la UE sobre la Directiva de Atención Sanitaria Transfronteriza.

La economía, protagonista de las tres anteriores presidencias

España ostentó su primera presidencia rotatoria europea en 1989, apenas tres años después de integrarse en la entonces denominada Comunidad Europea (la denominación actual de Unión Europea



se acuñó en Maastricht en 1992) Como prolegómeno a la presidencia, el gobierno de **Felipe González** contempló cómo una huelga general paralizaba el país en diciembre de 1988. Sin embargo, los seis meses al frente de Europa sirvieron para dar el espaldarazo definitivo a la puesta en marcha del mercado único. Además, la peseta se integró en el sistema monetario europeo y se ideó la infraestructura para convertir al euro en moneda común.

En 1995 el panorama de la política española era muy distinto, lastrado por la corrupción, la crisis y los escándalos financieros. Sin embargo, la presidencia fue considerada un éxito, con la reunión de Madrid como punto culminante en la que se decidió que la moneda común se llamaría euro, desterrando la denominación *ecu* al baúl de los recuerdos. Otros acuerdos clave fueron la adopción y firma de la Agenda Transatlántica con EEUU, la celebración de la primera conferencia euromediterránea en Barcelona y la aprobación del acuerdo entre la Unión Europea y el Mercosur. Pero si algún nombre se vio reforzado por esta presidencia fue el de **Javier Solana**, ministro de Asuntos Exteriores, que se convirtió poco después en secretario general de la OTAN y, posteriormente, en Mister Pesc (responsable de la política exterior europea).

El 1 de enero de 2002 España estrenó su tercera presidencia. Una fecha clave para Europa, porque el euro se convirtió en la moneda única europea. Con **José María Aznar** al frente, la Unión Europea negociaba la mayor ampliación de sus fronteras jamás realizada, con la mira puesta en los países del



este. Los terribles atentados del 11 de septiembre de 2001 hicieron que se consensaran leyes antiterroristas que cristalizaron en la euroorden de busca y captura para estos crímenes. También se impulsaron medidas para controlar las fronteras externas.

Poca confianza en la presidencia

Una encuesta publicada el pasado 4 de febrero mostraba la poca confianza de la población española en que la presidencia de turno fuera útil para mejorar la situación económica. El sondeo, encargado por el canal France 24, revelaba que el 77% de los encuestados creían que contribuiría poco o nada a mejorar la situación del empleo, frente al 19% que opinaba que ayudaría mucho o bastante. Únicamente el 20% consideró que la presidencia contribuirá a que la economía capitalista funcione de manera más ética, frente al 71% en contra.

Los consultados tampoco creían que el control de la inmigración fuera a mejorar con la presidencia española: para el 72% serviría de poco o de nada, frente al 23% que contestó que mejoraría bastante o mucho. Por último, el 68% se mostró pesimista sobre medidas para controlar el cambio climático frente el 25% a favor. 

NOTA DE PRENSA

Asamblea General de AESEG

Raúl Díaz-Varela reelegido presidente de la patronal española de medicamentos genéricos AESEG para los próximos dos años



Junta Directiva AESEG

de izquierda a derecha:

Jesús Govantes (Laboratorios Normon)
 Rodrigo Román (Ratiopharm)
 Josep Longan (Mylan Pharmaceuticals)
 Antonio Alonso (Alter Genéricos)
Raúl Díaz-Varela (Kern Pharma)
Presidente Aeseg
 Javier Mercadé (Laboratorios Lesvi)
 Montserrat Almirall (Stada)
 Adolfo Herrera (Teva)
 Francisco José Aranda (Laboratorios Cinfa)
 Daniel Girona (Sandoz)
 Pere Lluís Sala (Ranbaxy)
 Pablo Sancho (ausente)

El consejero delegado de Kern Pharma, **Raúl Díaz-Varela**, repetirá legislatura durante los próximos dos años al frente de la Asociación Española de Medicamentos Genéricos (AESEG), la patronal del sector en España. Díaz-Varela ha sido reelegido como presidente durante la celebración de la Asamblea General de la patronal que tuvo lugar el pasado 16 de febrero en el Hotel AC Cuzco de Madrid.

Según manifestó **Díaz-Varela** al término de la Asamblea General de AESEG, “estoy muy satisfecho con el trabajo realizado por el equipo de AESEG durante los últimos dos años e intentaré estar a la altura de esta reelección. Durante esta nueva etapa esperamos continuar con la expansión y promoción de los medicamentos genéricos en España para situar a nuestro país en la media de la Unión Europea. Creo que en este tiempo se ha realizado un esfuerzo muy importante por acercar la cultura del genérico a sus principales públicos: administraciones, instituciones, colectivo profesional y pacientes, y este es el principal objetivo que perseguimos consolidar de cara a los dos próximos años”.



La nueva figura de socio adherido es un valor añadido a través del cual la patronal pretende estrechar la relación de confianza con todos sus colaboradores

Por otra parte, durante la Asamblea General de AESEG se procedió también a la renovación de los estatutos de la patronal, que como principal novedad cuentan con la figura del socio adherido, un nuevo tipo de asociado que tendrá derecho a una serie de ventajas por formar parte de la asociación. A este respecto, el director general de AESEG, **Ángel Luis Rodríguez de la Cuerda**, comentó que “la nueva figura de socio adherido es un valor añadido a través del cual la patronal pretende estrechar la relación de confianza con todos sus colaboradores, acercándose de esta manera un poco más a sus necesidades y haciéndoles partícipes del día a día de la asociación”. Podrán ser miembros de AESEG en calidad de asociados adheridos aquellas empresas no dedicadas al desarrollo, fabricación o comercialización de medicamentos genéricos pero cuya actividad se encuentre relacionada con las mismas. 



Equipo AESEG de izquierda a derecha: Doris Casares (Directora de Comunicación y Relaciones Externas), Amalia Avilés (Directora Técnica), Ángel Luis Rodríguez de la Cuerda (Director General), Marisol Atencio (Assistant), Lidia Mallo (Asesora de Asuntos Europeos y Relaciones Institucionales)

NOTICIAS CORPORATIVAS

Accord Healthcare y Fresenius Kabi se incorporan a AESEG

Con presencia en varios continentes, los nuevos asociados de AESEG son filiales de grandes multinacionales especializadas en la venta y comercialización de medicamentos genéricos

La multinacional de origen indio Accord Healthcare (grupo Intas Pharmaceuticals) y la alemana Fresenius Kabi son desde el pasado mes de febrero nuevos miembros de la Asociación Española de Medicamentos Genéricos (AESEG), que representa ya al 96% del mercado de genéricos en España. La patronal reúne a laboratorios de EFG (Equivalentes Farmacéuticos Genéricos) cuyo cometido es la fabricación, el desarrollo tecnológico y la comercialización: empresas de química fina, fabricantes de sustancias y principios activos y compañías de desarrollo tecnológico.

Accord Healthcare tiene como principal objetivo comercializar productos para la oncología del sector hospitalario y está presente en cuatro de los cinco continentes. Por su parte, **Fresenius Kabi** es una multinacional de origen alemán líder en terapia de infusión y nutrición clínica en Europa y en la mayoría de los países latinoamericanos y de la región Asia-Pacífico.

Con estas nuevas incorporaciones, la Asociación Española de Medicamentos Genéricos AESEG continúa consolidando su presencia en el mercado español en este inicio del año 2010.



accord
www.accord-healthcare.com



FRESENIUS KABI
www.fresenius-kabi.es

TRIBUNA DE OPINIÓN

Prescribir genéricos, una práctica necesaria para el SNS



Profesor Alfonso Domínguez-Gil Hurlé

*Catedrático de la Universidad de Salamanca**

La expiración de las patentes farmacéuticas permite a fabricantes diferentes de un medicamento innovador desarrollar, producir y comercializar medicamentos genéricos una vez que sean autorizados por las agencias reguladoras nacionales. Incrementar el uso de genéricos es uno de los objetivos de los sistemas públicos de salud dirigidos a controlar el gasto en medicamentos.

A pesar de las diferentes iniciativas impulsadas desde las administraciones sanitarias nacionales y autonómicas dirigidas a fomentar la prescripción de genéricos nuestra situación está aún alejada de la mayoría de los países desarrollados. En España los genéricos representan poco más del 7% del gasto total en medicamentos, porcentaje notablemente menor que el promedio europeo (30-35%) y muy inferior al de los países escandinavos (70%) o los Estados Unidos (50%).

No resulta fácil promover el uso de genéricos entre la población cuando los propios profesionales, médicos y farmacéuticos, no confían en la seguridad del sistema de salud. Esta desconfianza en la calidad de los medicamentos genéricos, declarada

reiteradamente en los medios de comunicación e incluso en publicaciones profesionales, no está justificada de acuerdo con los criterios actuales sobre evidencia científica. Las observaciones aisladas, en pacientes concretos, tienen escaso valor cuando no se analiza cuidadosamente cada uno de los factores responsables de la variabilidad interindividual en la respuesta farmacológica. Esta variabilidad afecta de la misma forma a los medicamentos innovadores y a los genéricos y representa una limitación importante en el control de los tratamientos farmacológicos. No parece razonable atribuir esta variabilidad en la respuesta a las características del paciente (baja adherencia, interacciones, características genéticas, etc...) cuando se prescribe un medicamento innovador y atribuirlos exclusivamente al medicamento cuando se ha prescrito un genérico.

La calidad de las materias primas utilizadas en la fabricación de genéricos está avalada por cumplir las especificaciones recogidas en las farmacopeas. Las "sustancias de referencia" permiten contrastar la calidad de los principios activos destinados a la fabricación de genéricos frente a estándares que presentan un perfil de calidad bien definido. En lo referente a excipientes, los fabricantes de genéricos recurren a productos de calidad y seguridad bien contrastada por su amplia utilización clínica. No obstante, no están exentos de producir algún tipo de intolerancia en un reducido





“Los medicamentos genéricos tienen una calidad contrastada y su eficacia es análoga a los medicamentos innovadores pero con un coste inferior. Son una alternativa costo-efectiva frente a los medicamentos innovadores”

número de pacientes, de forma similar a como ocurre con los medicamentos innovadores.

Los ensayos de velocidad de disolución in vitro de formas farmacéuticas sólidas constituyen una prueba adicional para asegurar la equivalencia farmacéutica de un genérico con el medicamento de referencia. Si se detectan diferencias en este ensayo, cuyos límites están bien definidos en las farmacopeas, debe interrumpirse el desarrollo del genérico y proceder a su reformulación. Por tanto, la primera exigencia establecida para los genéricos es que su calidad farmacéutica se ajuste a la normativa reguladora establecida por las autoridades sanitarias: exigencia idéntica a la requerida para los medicamentos innovadores. Adicionalmente, los genéricos deben haber demostrado su bioequivalencia frente a un medicamento de referencia cuya patente ha expirado. La bioequivalencia transfiere, mediante un ensayo clínico único, la eficacia y seguridad de un medicamento innovador al genérico incluyendo, por supuesto, la variabilidad interindividual.

Los criterios que permiten afirmar que dos medicamentos son bioequivalentes son comunes y aceptados por las agencias reguladoras en todos los países desarrollados. La bioequivalencia asegura que no existe diferencia de respuesta entre el producto de marca y el genérico más allá de la que representa la variabilidad interindividual detectada

con el primero en diferentes poblaciones de pacientes. Ello significa que no sería posible establecer diferencias de eficacia y seguridad entre innovador y genérico mediante ensayos clínicos controlados que miden variables clínicas finales o subrogadas de la respuesta. En consecuencia, los medicamentos genéricos al haber demostrado su bioequivalencia son intercambiables con el innovador.

Las administraciones sanitarias limitan la sustitución automática de un medicamento de marca por un genérico en casos excepcionales para garantizar su seguridad de uso. Si los programas de seguimiento y control de estos tratamientos se realizaran correctamente no sería necesaria esta limitación. Los medicamentos genéricos tienen una calidad contrastada y su eficacia es análoga a los medicamentos innovadores pero con un coste inferior. Es una alternativa costo-efectiva frente a los medicamentos innovadores.

Prescribir genéricos es una buena práctica médica, reduce los costes de los tratamientos y no disminuye la calidad de la prescripción. Se trata de una medida solidaria con el sistema público de salud. Su sostenibilidad es compromiso de todos y especialmente, en este caso, de los médicos prescriptores. 

*Alfonso Domínguez-Gil Hurlé ejerce también como Jefe del Servicio de Farmacia del Hospital Clínico Universitario de Salamanca



EL PERSONAJE

Carmen Peña

Presidenta del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos

La recientemente electa nueva presidenta del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (CGCOF) cuenta con más que amplia experiencia y reconocimientos en el sector farmacéutico, que conoce bien desde que comenzó su trayectoria profesional en este campo en el año 1982. Cree que los medicamentos genéricos constituyen una importante herramienta dentro del mundo de la farmacia y que su desarrollo no debe ir ligado en ningún caso a una situación de crisis coyuntural.

Carmen Peña es licenciada y doctora en Farmacia por la Universidad Complutense en Madrid y, tras haber desarrollado gran parte de su carrera profesional dentro del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, en junio de 2009 fue elegida como la nueva cabeza visible de esta institución, sustituyendo a su predecesor en el cargo, Pedro Capilla.

Para Carmen Peña, “los medicamentos genéricos constituyen una de las medidas estructurales en el conjunto de los sistemas sanitarios a nivel mundial”. En este sentido, insiste en que “para el profesional farmacéutico, los medicamentos genéricos constituyen una importante herramienta dentro del arsenal terapéutico de que dispone la farmacia, para contribuir con su ejercicio profesional diario al uso racional”. Por todo esto, “el farmacéutico, como experto en el medicamento y la oficina de farmacia por su cercanía con la sociedad, desempeñó un papel clave en los inicios de los genéricos en España, informando y generando confianza en el ciudadano hacia esta modalidad de medicamento”.

En cuanto a la actual situación de crisis que atraviesa nuestro país en estos momentos, Carmen Peña cree que “el desarrollo de los medicamentos genéricos no debe ir ligado nunca a una situación de crisis coyuntural” y defiende la posición

de los EFG en el mercado: “los genéricos deben tener su propio espacio en el conjunto del sector, disponer de unas reglas de actuación adecuadas, estables, y crecer y evolucionar con el sistema, teniendo siempre presente al paciente como eje de actuación”.

“El desarrollo de los genéricos no debe ir ligado a una crisis coyuntural”

Aún con todo, España se encuentra en la actualidad a la cola del mercado europeo en la prescripción y uso de medicamentos genéricos, ¿hay alguna explicación? Peña apunta que “la introducción de los medicamentos genéricos en España es relativamente cercana en el tiempo —llegaron a nuestro país en la década de los 90—, hay que tener en cuenta que el sector farmacéutico español presenta aspectos legislativos, culturales y económicos propios, a veces diferentes respecto de los países de nuestro entorno. Entre otros, el precio de los medicamentos en España se sitúa entre los más bajos de Europa”.

La presidenta del CGCOF defiende en este sentido la prestación farmacéutica en España y el modelo farmacéutico español, “con sus particularidades e idiosincrasia, se sitúa entre los mejores del mundo y es uno de los servicios más valorados por la

sociedad. Nuestra misión es seguir trabajando para que la prestación farmacéutica española siga estando en vanguardia”.

Hablando del actual Sistema de Precios de Referencia (SPR), “desde el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos hemos solicitado una profunda reflexión del actual SPR, puesto que entendemos que las administraciones sanitarias, central y autonómicas, deben adoptar medidas con respecto a la necesaria sostenibilidad del sistema de financiación pública de medicamentos; sin embargo estas medidas no pueden conllevar problemas añadidos a los profesionales farmacéuticos que han de implantar el sistema, y no deben cargar de más burocracia a la oficina de farmacia”.

El Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos es la organización profesional de los 52 Colegios Oficiales de Farmacéuticos que a su vez representan a los más de 60.000 farmacéuticos colegiados en España. “Desde el Consejo —se despide Peña— mantenemos una relación de lealtad institucional con las distintas organizaciones y asociaciones que representan a los agentes del sector del medicamento, y en este caso, con la patronal de medicamentos genéricos. Una relación abierta al diálogo y a la colaboración orientada siempre a mejorar e impulsar la calidad de vida del paciente”. ●

VIAJES

Frisia, la Holanda desconocida



Doris Casares

Directora de Comunicación y Relaciones Externas AESEG

Cuenta un dicho popular que Dios creó el mundo pero que los holandeses crearon Holanda. Y no parece alejarse mucho de la realidad este proverbio ancestral que refleja una metáfora de la autenticidad de una cultura como la de los Países Bajos, donde desde la costa más salvaje hasta los pintores más reconocidos a nivel mundial se dejaron seducir un día por estas singulares tierras del norte de Europa. Más allá de los ya célebres canales de la bella Ámsterdam y de los aclamados lienzos de grandes maestros como Van Gogh, Rembrandt, Vermeer o El Bosco, existe todavía una Holanda desconocida y poco frecuentada por las masas de turistas, donde lo salvaje y la aventura se mezclan aún hoy con lo romántico y lo idílico de un paisaje sin fin.

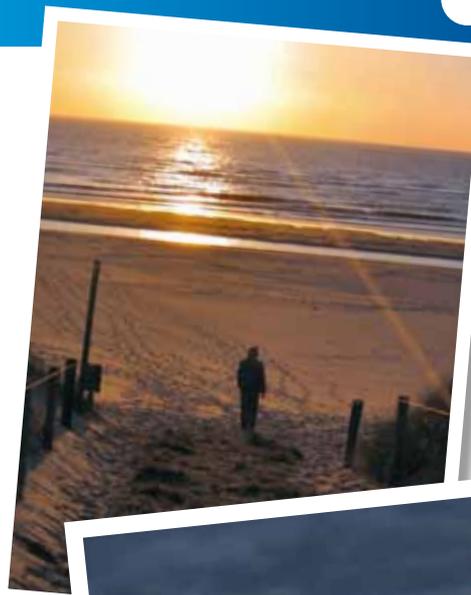
Descubrir la costa holandesa

Empezamos nuestra ruta por la costa holandesa adentrándonos en las desconocidas tierras del norte. La primera noche la pasamos en el **faro de Harlingen**. ¿Había soñado usted alguna vez con dormir en un faro? Pues en Holanda esto es posible, en la única ciudad portuaria de la provincia de Frisia, donde su faro se ha restaurado totalmente para acomodar confortablemente a dos huéspedes con vistas panorámicas sobre el viejo puerto de esta ciudad costera holandesa. El rugido de las olas del mar del Norte y el suave canto de las gaviotas al amanecer convierten este lugar en una experiencia mágica y única.

Un destino: la isla de Texel

El segundo día de trayecto continuamos nuestro rumbo en barco hacia las **islas de Wadden**, conocidas por su especial flora y fauna, única de esta región. Ubicada en el noroeste de la costa holandesa, la isla de Texel es la más grande del archipiélago y cuenta hoy día con cerca de 14.000 habitantes. Texel es una población pesquera que tiene unos 20 km de largo y 8 km de ancho y consta de dos islas: **Texel** al sur y **Eierland** al norte. Puede que esta zona del país consiga romper con el mito de que Holanda está hecha por los holandeses, ya que se trata de uno de los pocos rincones sin tocar por la mano del hombre, donde todavía es posible encontrarse cara a cara con la naturaleza en estado puro. Mar y arena se funden a través de unas olas salvajes que acercan el mar del Norte y el mar de Frisia hasta la costa más septentrional de este país, en el que incluso hoy encantos ocultos como este pueden sorprender al viajero más ávido de aventura y de encontrarse a sí mismo. Sus islas vecinas, **Vlieland, Terschelling y Schiermonnikoog** se encuentran también rodeadas de este halo de misterio aunque son más difícilmente accesibles, al existir menos barcos que las conecten con la costa.

Una ruta recomendada, si las condiciones meteorológicas lo permiten, es la de alquilarse una bicicleta —tan típicas en Holanda— y recorrer parte de la isla con este medio de locomoción, desde el puerto hasta el centro de **Den Burg**, donde se pueden encontrar una gran variedad de cafés, bares y restaurantes. Esta es también la mejor manera de contemplar los famosos *polders* —una especie de diques que poco a poco se van secando para ganar tierra al mar a



© Optical Illusion from flickr.com



© floovo from flickr.com

través de canales que transportan el agua desde los célebres molinos holandeses, una que técnica se utilizó por primera vez en el siglo XII— y también de visitar un paraje natural como el **Nationaal Park Duinen van Texel** (un santuario de aves sólo accesible caminando) o un refugio para focas heridas llegadas desde el mar de Wadden como el **Ecomare**.

Otra posibilidad que ofrece esta ruta es realizar un viaje de 8 días por las islas de Wadden a bordo de un velero tradicional holandés, combinándolo con itinerarios en bici por las islas de Texel, Vlieland, Terschelling, Ameland y Schiermonnikoog. Más información en www.s-cape.eu/es

*Artículo premiado por la Oficina de Turismo y Congresos de Holanda en España

Cómo llegar: vuelos desde Madrid y Barcelona a Ámsterdam Schiphol y trayecto en tren o coche de alquiler a Harlingen desde Ámsterdam.

Cuando ir: entre abril y octubre

Oficina de Turismo y Congresos de Holanda: www.holland.com/es



Julio Trujillo

Periodista y crítico literario
en varias publicaciones
nacionales e internacionales

EL LIBRO

Un sombrero lleno de cerezas

de Oriana Fallaci

Editorial La esfera de los libros

Año: 2009

833 páginas



Mirando de frente lo terrible y lo hermoso

No es fácil asomarse a la propia historia familiar, abrir los baúles apartados, desempolvar los álbumes de fotos, preguntar a los mayores por las zonas oscuras, bajar, linterna en mano, a rebuscar en los rincones oscuros de la memoria. Pero **Oriana Fallaci**, una periodista profesional y políticamente incorrecta durante toda su vida que, entre otras cosas, denominó públicamente terrorista a Yaser Arafat cuando la izquierda era aún más cómplice de sus crímenes que ahora, denunció las conexiones de la mafia con la Democracia Cristiana italiana y que acabó su vida de denuncia diciendo del Islam lo que muchos piensan y tan pocos dicen, tenía mimbres para llevar a cabo esa tarea y la realizó no solo con dignidad y valentía sino con brillantez.

Añadamos a eso que lo hizo cuando el cáncer, un cáncer en concreto que se había repetido en cada generación de su

familia, la arrastraba inexorablemente hacia el fin.

Así pues, *Un sombrero lleno de cerezas* es una historia de azar y de destino de cómo dos familias van desgranando su biografía a través de la convulsa historia de Italia y de Europa, desde los ataques corsarios de los berberiscos argelinos a las intrigas napoleónicas, desde la España imperial al doloroso parto de la unidad italiana, hasta encontrarse, mezclarse y dar al mundo ese producto irrepetible que se llamó Oriana y que puso negro sobre blanco ese camino, uno más, de los que ha nacido todos y cada uno de nosotros. Y, como Oriana era periodista por encima de todo, cada etapa familiar es una mirada a la historia local, a sus miserias, a sus grandezas, a sus traiciones, a sus heroísmos y a sus vergüenzas. Una mirada implacable, de frente, con la muerte acechando, a lo terrible y lo hermoso.



Ana Franco

Periodista y autora de
reportajes de moda y estilo
de vida en varios medios de
comunicación nacionales

EL RESTAURANTE

Casa Mandi

Calle Almagro, 20

Madrid

Reservas: 91 310 45 20

Web: www.casamandi.es



Casa Mandi, entre el lujo y el minimalismo

Cuando alguien invierte dos millones de euros en crear de la nada un restaurante en una época de penurias económicas como la que vivimos es que busca la excelencia. Ése es el impulso financiero que ha recibido el madrileño **Mandi**, un establecimiento 'boutique' que aún no ha cumplido un año. Su apellido, *casa de comidas*, lo dice todo acerca de sus (buenas) intenciones.

Mandi está ubicado en Almagro, una de las calles más elegantes de Madrid. El boca a boca le ha lanzado al éxito entre la clase empresarial y pudiente que frecuenta el local —el precio medio ronda los 90 EUR—. Su creador es **Javier Tejedor**, cuya familia regenta **La Máquina, Casa Nemesio y Puerta 57**, entre otros.

Tejedor emplea la mejor materia prima para elaborar platos minimalistas, pero de un minimalismo bien entendido, sin florituras ni excesos, con la justa medida

de producto y ninguna "gastrotontería". En su haber, *Gambas Rojas de Denia, Tortilla de Anchoas, Lubina Salvaje en costra de sal*,... todo delicioso. De los postres destaca la *Torrija Caramelizada con Helado*.

Destilados y puros completan la breve carta en un restaurante cuya decoración tiene poco que ver con los platos que allí se sirven, pues es todo sofisticación. Mesas suficientemente separadas y un buen servicio de sala completan el conjunto. En el apartado vinos, una gran selección. En definitiva, Mandi nos gusta, y mucho.





A orillas del río se eleva el núcleo donde se concentra la mayor parte del tejido empresarial y administrativo de la City. El primer gran referente es, además, uno de los edificios de última construcción. Se trata del **London City Hall**, obra —como otras muchas en la capital británica— de Norman Foster. Fiel a su estilo, presenta un modelo centralizado con líneas muy suavizadas; algo que se repite en otro de los emblemas de la ribera del Támesis, el edificio **Swiss Re**, popularmente conocido como **The Gherkin** o *el pepinillo*, por la evidente similitud de sus formas.

A escasos metros, también se yergue otro de los grandes iconos del skyline londinense, el **edificio Lloyds** de Richard Rogers, quien venía de revolucionar la escena parisina con el Centro Pompidou. Al igual que en éste, la apuesta pasó por externalizar las vías de servicio -ascensores, escaleras, etc..., que cobran forma de tirabuzón, ganando mucho espacio interior.

El tercer gran icono de este nuevo Londres está un poco más alejado, cerca del paraje de Greenwich. Allí espera el conjunto de los tres colosos, el **Canary Wharf**, que está presidido en su parte central por la Torre Canadá que, aún a día de hoy, constituye el techo de Gran Bretaña. Este gran obelisco de 235 metros continúa capitalizando las miradas de quienes se aproximan a él, ya que a sus faldas no queda más remedio que levantar la vista hacia las nubes. Algo cada vez más frecuente en una ciudad que ha sabido resurgir de sus cenizas.



Beatriz García Suarez
Periodista y especialista en Arte y Crítica de Arte por la Universidad Complutense de Madrid

Londres, el vuelo del Fénix

Muchos conocen las cualidades del Ave Fénix. Más allá de su imaginada belleza, este ser mitológico encarna uno de los deseos más codiciados, la capacidad de volver a nacer de sus propias cenizas. Algo similar es lo que ha experimentado Londres. Una ciudad que en su historia ha sabido reponerse a los azotes de la peste, a los caprichos del Támesis y a los ataques devastadores del fuego.

Es precisamente desde la Torre de Londres, prisión que ha permanecido inexpugnable al ataque de las calamidades, desde donde se adivina la nueva postal de Londres: un paseo de acero, cristal y nubes.

LA VISITA

Londres
Reino Unido
7.512.400 habitantes
www.visitlondon.com

© Naomi Soto



Agenda de Eventos

IOMC 2010
3rd International Online Medical Conference

Madrid, 6-7 marzo 2010
www.iomworld.com/2010

6th EGA Legal Affairs Forum

Munich, 11 marzo 2010
www.gpaconferences.com

Conferencia Ministerial e-Health 2010

Barcelona, 15-18 marzo 2010
www.eu2010.es

Premios a las Mejores Iniciativas del Año 2009

Madrid, marzo 2010
www.correofarmaceutico.com

Health 2.0 Europe
París, 6-7 abril 2010

8th EGA Annual International Symposium on Biosimilar Medicines

Londres, 22-23 abril 2010
www.gpaconferences.com

16th EGA Annual Conference

Roma, 3-4 junio 2010
www.gpaconferences.com

RD sobre Receta y Orden Hospitalaria de Dispensación

Madrid, 24 junio 2010
www.conferenciasyformacion.com

KERN PHARMA

Nuestro Compromiso crece
PARA QUE TAMBIÉN CREZCAN LOS
QUE MÁS LO NECESITAN.



En KERN PHARMA nos sentimos mejor que nunca. Después de 10 años creciendo en innovación, en servicio y en confianza, ahora también crecemos en solidaridad. **Y es que colaboramos con diferentes entidades en proyectos de ámbito social, como Fundación Abracadabra - Magos Solidarios o Aldeas Infantiles SOS.** Un compromiso con la sociedad que nos arraiga todavía más a nuestros sueños e ideales, que nos demuestra a nosotros mismos que crecer sin dejar de sorprender es posible. Y es que con KERN PHARMA, todos crecemos. También los que más lo necesitan.

Sorprendemos

www.kernpharma.com



Aldeas Infantiles SOS



A la vanguardia de los genéricos