

Joan Torrejón

Director de la Unidad de Retail de Chiesi



Para nosotros la Atención Primaria sigue siendo un área de vital importancia»



—Chiesi empezó su andadura en 1995, ¿con qué objetivo se implantó la compañía en España?

—Chiesi ya tenía la intención de implantarse en España desde hacía tiempo y finalmente en 1995 tuvo la oportunidad de comprar Wassermann, un laboratorio español que en aquel momento estaba teniendo algunas dificultades con las primeras desfinanciaciones que hubo, que afectaron a un producto muy importante, Ton-Was. Chiesi encontró, mediante la adquisición de Wassermann, la oportunidad de entrar en el mercado español.

—¿Qué dimensiones tiene actualmente Chiesi España?

—En 2013 hemos acabado el año con un muy buen resultado, con una facturación de 70 millones de euros. Estamos creciendo y este crecimiento es bastante armónico porque viene dado por las tres divisiones que tenemos actualmente. La división de Retail, que se encarga básicamente de la gestión de nuestros productos de Atención Primaria y Especialistas, la división de Special Care, que trata algunas patologías muy nicho y especializadas dentro del hospital, y la división Farma, que trata con nuestros productos OTC, algunos muy conocidos, como Flogopfen.

—¿Qué peso específico tiene la I+D en Chiesi?

—Para Chiesi la I+D siempre ha sido fundamental, y ya lo era en Laboratorios Wassermann. Dedicamos entre el 16 y el 18% de nuestra facturación a investigación. Nuestra principal área de investigación es en Respiratorio, donde estamos muy bien posicionados. En España estamos a través de Foster y Foster NEXThaler, que lo hemos lanzado al mercado recientemente, dos combinaciones inhaladas para asma y en el futuro también para EPOC, y también estamos desarrollando una triple terapia que combina corticoides LABA y LAMA que esperamos que vea la luz alrededor de 2018. También estamos investigando en productos huérfanos, algunos de ellos en el ámbito de Respiratorio, y esperamos que salgan al mercado en los próximos años.

—¿Cuál es la participación de Chiesi España en esta I+D?

—Nosotros participamos en la investigación a través de ensayos clínicos básicamente, particularmente de fase III en el área de Respiratorio. Ahora mismo tenemos un estudio en marcha con Foster, y también esperamos participar con otros productos en desarrollo.

—Chiesi tiene un fuerte compromiso con las enfermedades raras y la comercialización de medicamentos huérfanos y ultrahuérfanos. ¿En qué acciones y productos se ha materializado este compromiso?

—Este compromiso ya nos viene de muy antiguo. Nuestro principal producto en el ámbito de Special Care es Curosurf, surfactante pulmonar para neonatos de muy bajo peso. Recientemente para este tipo de pacientes hemos lanzado Peyona, que es citrato de cafeína, un producto declarado huérfano por la Comunidad Europea y que va destinado a la apnea del sueño en el neonato, y también tenemos en desarrollo otros productos como la alfa-1-antitripsina en dispositivo inhalado. Y somos la primera compañía europea que va a comercializar la primera terapia génica en Europa, un producto para el tratamiento de pacientes con carencia de lipoproteína lipasa, que actualmente tienen unas expectativas de vida limitadas y esperamos que gracias a nuestra terapia su horizonte vital se pueda alargar mucho.

–¿Cómo ha evolucionado la forma de relacionarse con los profesionales sanitarios en los últimos años?

–La verdad es que estamos ante un cambio de paradigma en la relación entre industria y Administración y con todos los interesados en este mundo: médicos, farmacéuticos, enfermeras, pacientes y Administración. Este cambio nos obliga a ser cada vez más profesionales en nuestra relación con todos ellos, que reclaman una mejor información sobre nuestros productos. Hemos transitado de un tipo de promoción muy extensiva a un tipo de promoción mucho más profesionalizada, en la cual la formación y los aspectos técnicos cada vez se valoran más y mejor.

También ha cambiado la relación con la Administración, pues tratamos de entender cada vez más sus necesidades y de ayudarles a conseguir sus objetivos, aunque no siempre coincidan con los nuestros.

–¿Qué importancia tiene para Chiesi la Atención Primaria, y qué tipo de acciones realizan en este nivel asistencial?

–Para nosotros la Atención Primaria sigue siendo un área de vital importancia. Recientemente ha habido por parte de muchas empresas un abandono de la Atención Primaria porque han dejado de comercializar sus productos. Pero no es nuestro caso; nosotros hemos mantenido y tenemos voluntad de mantener nuestra relación con ella, tratamos de colaborar de una manera u otra con las principales sociedades que hay en el ámbito de la Atención Primaria y también seguimos dándole apoyo de manera continuada en el tiempo a través de acciones formativas, ya sea a nivel nacional o a nivel local, llevándoles formación de su interés a su centro de salud, por ejemplo.

Nuestra división de Atención Primaria está focalizada en dos áreas que son de fundamental importancia para ellos: Respiratorio y Cardiovascular. En la línea de Cardiovascular tenemos algunos de los principales productos que ellos manejan, como antihipertensivos e hipolipemiantes, y en la línea de Respiratorio contamos con Foster y Foster NEXThaler. Por lo tanto, para nosotros la Atención Primaria es una especialidad fundamental en nuestra relación con los profesionales médicos y para la consecución de nuestros objetivos.

–Los pacientes han pasado de tener un papel totalmente pasivo a ser parte importante y a veces incluso

decisiva en la toma de decisiones terapéuticas. ¿Cómo han enfocado este nuevo reto en su compañía?

–Nuestra relación a través de las Asociaciones de Pacientes cada vez es mayor, particularmente en aquellas patologías que requieren de una mayor dedicación por parte de la industria para darles información, no tanto de los productos, pero sí para que tengan fuentes donde informarse sobre la autogestión de sus enfermedades.

Y también es muy importante para nosotros el papel que va adquiriendo la farmacia comunitaria, por lo que colaboramos con estos profesionales para que puedan formar a su vez a los pacientes en el uso de nuestros productos, ya sean productos con dispositivo, como Foster NEXThaler, pero también con otros productos de uso más cotidiano, como Flogoprofen.

“**Nuestra apuesta por las enfermedades raras es una apuesta clara y estratégica»**

–¿Y cuáles son los retos de futuro para Chiesi?

–Nuestra apuesta por las enfermedades raras es una apuesta clara y estratégica. Ya he mencionado antes que vamos a ser el primer laboratorio comercializador de una terapia génica en Europa; nadie antes había tratado de modificar la carga genética de un paciente para modificar el curso de la patología y ésta es una de las apuestas de Chiesi. Por otro lado, seguiremos apostando por patologías más nicho relacionadas con la neonatología y con respiratorio, sin olvidarnos, lógicamente, de las grandes patologías como asma y EPOC, con las cuales estamos firmemente comprometidos y a las que dedicamos una gran parte de nuestra investigación. ■



Acceda desde aquí al vídeo de la entrevista

<http://www.sietediasmedicos.com/canal-7dm>

