

PAÍS VASCO

Faes impulsa su negocio con nuevos mercados y diversificación

DESPEGUE DE BILASTINA/ El laboratorio vizcaíno prevé cerrar este ejercicio con nuevos incrementos de sus ventas, que se verán espoloadas por la comercialización de su antialérgico de investigación propia.

T.F. Bilbao

Faes Farma está consiguiendo sortear las medidas restrictivas del gasto sanitario apoyándose en una estrategia de diversificación y búsqueda de mercados y productos que además se verá impulsada ahora por la comercialización mundial de su antialérgico de investigación propia *Bilastina*. El plan de futuro de la compañía farmacéutica se centra en acometer más inversiones, ampliar la comercialización de nuevos productos y en continuar con el esfuerzo investigador.

Recortes de precios

El laboratorio vizcaíno ha superado con éxito barreras como la competencia de medicamentos genéricos, la regulación sobre precios de referencia o el desafío de las patentes. En 2010, los drásticos recortes de precios de los medicamentos en España y Portugal –sus principales mercados–, se tradujeron en un recorte del beneficio de Faes del 2,5%, hasta fijarlo en 20 millones de euros. La cifra de negocio creció un 3,7%, hasta los 202,5 millones. Coincidiendo con la consolidación de los contratos de licencia de *Bilastina*, las previsiones de Faes para 2011 son optimistas, y apuntan a obtener un au-



Faes espera lanzar este mes su antialérgico 'Bilastina' en España.

mento del resultado consolidado del orden de dos dígitos.

Faes seguirá creciendo con la firma de contratos para comercializar licencias, así como con la compra de marcas y registros farmacéuticos que ya están en el mercado. En este apartado, los mismos medios explican que no se han presentado “marcas y registros maduros a adquirir, pero que podrían aportar un margen interesante una vez puestos en manos de nuestra red

comercial”. Para mejorar ventas y márgenes su plan es continuar impulsando dos áreas de actividad con gran potencial comercial, como son los productos OTC (sin receta) y las exportaciones. El objetivo para este ejercicio se centra en impulsar la presencia internacional en países emergentes, donde los responsables de la compañía presidida por Eduardo Fernández de Valderrama prevén buenas perspectivas de negocio “tan-

En los últimos seis años, la compañía farmacéutica ha destinado a I+D un total de 212 millones

El grupo prevé seguir creciendo con la compra de licencias y de registros que ya están en el mercado

to en la línea de medicamentos en el negocio de alimentación y salud animal”.

En cuanto al desarrollo de *Bilastina*, el plan es iniciar el lanzamiento en España durante este mes y efectuar la misma operación en Francia, Italia y Portugal en el último trimestre del año. Faes tampoco descarta firmar algún contrato de licencia del nuevo antialérgico en países como Japón, China o Australia.

Apuesta investigadora

Desde 2004, Faes ha destinado cerca de 212 millones de euros a I+D+i. La compañía ha diversificado su actividad investigadora, y además del centro ubicado en su planta de Leioa (Vizcaya) ha firmado acuerdos de colaboración con universidades en los principales países occidentales para

el desarrollo de moléculas dirigidas a distintos campos terapéuticos. Por otro lado, Faes participa en consorcios con otras compañías del sector en los que comparte proyectos de investigación en áreas de futuro como la biotecnología y la nanotecnología.

Sin dejar de lado el sector farmacéutico, las inversiones de Faes buscan entrar en nichos de mercado afines que le permitan ampliar su oferta. En este sentido, destaca la compra en 2007 de Ingaso Farm, compañía centrada en la nutrición y salud animal. Los responsables de Faes señalan que “de momento” no se han presentado nuevas oportunidades para continuar creciendo en sectores diferentes al farmacéutico.

Para los responsables de Faes, la aplicación en España de los nuevos precios de genéricos y de referencia supone agotar el beneficio de la industria farmacéutica y congelar los planes de crecimiento, además de reducir las plantillas comerciales, investigadoras y productivas. En cifras consideran que tiene como consecuencia un recorte del 14% en las ventas del sector y la pérdida de 20.000 empleos (cerca de 5.000 directos y el resto indirectos).