

Con el punto de mira en otros lares

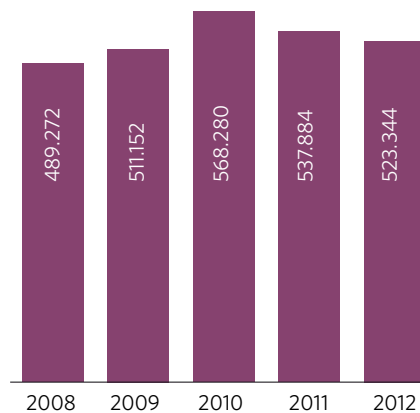
Trabajadores cualificados y alianzas internacionales son algunos de los pilares sobre los que se asienta el desembarco exterior del sector biotecnológico español allende los mares. Y todavía quedan muchos mercados por explorar.

Valentín Bustos

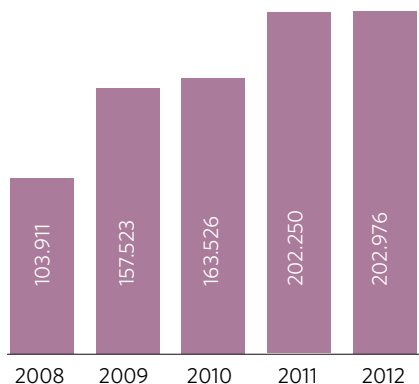
El mercado exterior representa en torno a un 45% de nuestras ventas. Un porcentaje que esperamos crezca sustancialmente en los próximos años”. Son palabras de Eduardo Anitua, presidente y director científico de BTI Biotechnology. “En el año 2010 abrimos nuestra primera oficina internacional en el Parque Tecnológico de Heidelberg, en Alemania, a la par que conseguimos nuestros primeros clientes internacionales en Estados Unidos, Inglaterra y México”, apunta Ignasi Belda, CEO de Intelligent Pharma. “Estamos vendiendo en 14 países. El 80% de nuestros ingresos proceden de fuera de España, principalmente de Europa, Sudamérica, Canadá y Corea”, relata Marta Acilu, vicepresidenta del Grupo Noray BG. Son solo tres ejemplos de cómo la internacionalización se ha convertido en prioridad absoluta para las empresas biotecnológicas. Pero hay muchos más. En el caso del Grupo Zeltia, su producto Yondelis, un antitumoral de origen marino, se comercializa en 78 países, mientras que otra de sus firmas, Pharmamar, cuenta con representación comercial en Alemania, Italia y Francia, además de una oficina en Nueva York. “Estamos muy bien reconocidos fuera de casa. La evolución de distintas alianzas internacionales ha tenido un crecimiento exponencial durante los últimos años”, asegura Isabel García, secretaria general de la Asociación Española de Bioempresas (Asebio).

Varios datos así lo corroboran. Por ejemplo, el 85% de los socios de esta organización realizó alguna actividad internacional en 2013. Y si en 2009, la institución apenas contaba con 20 empresas con presencia en 22 países, cuatro años después son 43 las compañías implantadas en 39 países. Asimismo, 57 firmas del sector firmaron un total de 108 alianzas internacionales, un 42% más que un año antes. Desde 2009, el número de acuerdos de este calibre ha aumentado un 170%.

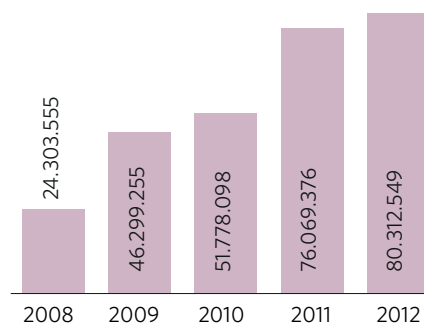
Gastos internos en I+D
(miles de euros)



Empleo total de las empresas del sector



Cifra de negocios relacionadas con la Biotecnología (miles de euros)



Fuente: Asebio

“La internacionalización ha sido una de sus prioridades durante muchos años. Por eso hay compañías con una situación estupenda cerrando diferentes rondas de financiación”, manifiesta la secretaria general de Asebio. Eso no es óbice para que la falta de recursos económicos siga siendo la principal barrera para poner la pica en otros lares.

Con cierto músculo. En España hay 625 empresas biotech, es decir, compañías de alta tecnología dedicadas por completo al sector. Su número ha descendido un 5%, pero ha aumentado el mismo porcentaje el número de empleados (supera los 200.000) así como la cifra de negocios (un 10,7% hasta alcanzar los 8.800 millones de euros). “Ha habido una selección natural además de fusiones y adquisiciones. Grandes compañías farmacéuticas han comprado firmas biotech. Es el caso de Grifols que se hizo con el 60% de Progenika Biopharma [por 37 millones de euros]. Son factores que hacen que el sector vaya adquiriendo cierto músculo”, matiza Isabel García. Además, durante los últimos años, no paran de germinar nuevas empresas, la mayoría pymes (71 en 2013). Si a ellas sumamos aquellas otras usuarias de la biotecnología (lo que se conoce como bioeconomía, y cuyo número es de 2.445), el resultado es que el 7,8% del PIB depende de este tipo de enseñanzas (en 2008 era solo el 2,98%).

Mayoritariamente, y de puertas afuera, los principales mercados en los que están presentes son Europa (más del 50%) y Estados Unidos. Luego Latinoamérica y Asia (un 10%). “Antes era muy difícil conseguir estas cifras. Algunas compañías incluso han llegado a duplicar su presencia internacional”, matiza la secretaria general de Asebio. Según una encuesta de la propia institución, sus asociados consideran prioritario de cara al futuro su desembarco en México (para el 96% de ellos) y Colombia ▶

Las alianzas internacionales superan el centenar

► (95%). La Unión Europea (93%), Suiza (90%) y EEUU (88%), por su parte, siguen siendo bocados apetecibles.

“Estados Unidos tiene una ventaja de más de veinte años respecto a Europa. Es un mercado muy agresivo, muy competitivo, en el que es muy difícil ir solo. Los asiáticos también son complicados por el tema cultural”, concreta Isabel García. ¿Otros destinos en el punto de mira? Hay quien le pone ojitos a Rusia, pero la tendencia prioritaria sigue siendo Europa y EEUU. “En lo referente a nuevos mercados, estamos abriéndonos paso en las antiguas repúblicas que conformaban la Unión Soviética y en diferentes países

de América Latina”, indica el presidente y director científico de BTI Biotechnology. “El británico es tremendamente exigente en cuanto a calidad y servicio postventa. Pero el mayor reto ha sido el coreano por su nivel tecnológico y por la propia cultura. Ahora queremos abordar Australia y Estados Unidos”, apunta la vicepresidenta del Grupo Noray BG.

¿Cuáles son las fortalezas esgrimidas para llevar a cabo el desembarco exterior? “La disponibilidad de personal cualificado en el mercado laboral y el nivel formativo de los trabajadores son claves para su desarrollo”, recalca la secretaria general de Asebio. Aunque matiza: “Todavía necesitamos más masa crítica en ciertos perfiles”. No es la única necesidad: muchos científicos están haciendo las maletas (lo que no es malo) pero hay que hacer todo lo posible para que regresen; sigue siendo complicado conse-

guir financiación; hay que conseguir un mejor posicionamiento en los mercados en los que se está presente; los salarios no son tan competitivos como en los países del norte de Europa o en Alemania; los idiomas siguen siendo una asignatura pendiente; es necesario mejorar la I+D público y privada...

“Estamos muy bien considerados fuera de casa pero necesitamos más casos de éxito”, subraya Isabel García. Mientras que Eduardo Anitua considera que el camino es más difícil para las empresas nacionales que para otras de otras partes del mundo. Por eso, se hace las siguientes preguntas: “¿Cómo es posible que China pueda vender en España y que nosotros no podamos vender en China? ¿Cómo es posible que Brasil pueda vender en España y que nosotros tengamos que pagar un 40% de arancel por vender en Brasil? ¿Cómo es posible que a una empresa americana le convaliden auto- ►



BTI Biotechnology

Fundada en 1999 por el doctor Eduardo Anitua, su actividad se centra en dos áreas de trabajo: la medicina regenerativa y la implantología oral. Con sede en Vitoria cuenta con una plantilla de 300 trabajadores, de los que 50 son investigadores. Su inversión en I+D en el último lustro ha sido de 38 millones de euros (reinvirtió el 100% de sus beneficios en este campo),

y posee 42 patentes y 193 marcas registradas en 50 países. Con presencia en más de 25 países, cuenta con filiales en Alemania, Italia, Portugal, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y México. “La idea que tuvimos desde el principio era poder llegar con nuestros descubrimientos y avances a la mayor cantidad de personas que fuera posible. Para ello era imprescindible tener una estructura internacional y asentada en los principales países del mundo”, afirma su creador. Entre sus innovaciones, recientemente han adaptado la tecnología del plasma rico en factores de crecimiento. Con ella, a partir de un mínimo volumen de sangre del paciente, se puede obtener

un colirio que permite tratar diversas patologías de la superficie ocular, entre ellas, el síndrome de ojo seco.



Intelligent Pharma

Vio la luz hace ocho años en Barcelona; y hace cinco abrió su primera oficina internacional en Alemania. Al mismo tiempo conseguía sus primeros clientes en EEUU, Inglaterra y México. Dedicada a investigar y

desarrollar tecnologías de simulación matemática para entender el efecto de los medicamentos dentro de los organismos vivos, el 65% de sus empleados tiene el título de doctor. Han lanzado al mercado siete nuevas tecnologías que proponen soluciones a través de la computación durante el diseño de nuevos fármacos y han realizado más de 150 proyectos de I+D. En 2012 focalizó sus esfuerzos comerciales en cinco áreas: EEUU, Reino Unido, Alemania, Francia y Suiza (el 11% de su facturación es internacional). “En 2015 hemos abierto una cuarta delegación, esta vez en Calgary (Canadá), completamente orientada al mercado petroquímico”, apunta el CEO de la compañía, Ignasi Belda.

► maticamente la certificación europea (CE) si tiene la de la FDA (Food and Drug Administration) y que, sin embargo, una empresa española vaya con su CE allí y para que te la convaliden le obliguen a repetir todos los ensayos?”.

Recuperación económica. Durante la última década, el sector llegó a tener poderosos crecimientos en innovación: un 31,8% en 2005, o un 46,6% en 2006. Pero la coyuntura económica, y la escasez de financiación, han provocado que las empresas destinen menos fondos a esta partida. “La I+D es crucial para mantener la cuota de mercado con productos innovadores. Es por eso que, en nuestro caso, el porcentaje

México y Colombia son dos mercados muy atractivos

de la inversión en este campo sobre los ingresos sea del 75%”, apunta el CEO de Intelligent Pharma.

Durante 2013 se lanzaron 126 nuevos productos al mercado, de los que el 60% estuvieron dirigidos al ámbito de la llamada biotecnología roja (o sanitaria), el 26% a la conocida como blanca (o industrial) y el 14% a la verde (o agroalimentaria). También se publicaron 901 patentes en el sector biotecnológico, lo

que representa un preocupante descenso del 15,3% respecto al año anterior. Casi dos tercios partes correspondieron a solicitudes y, el tercio restante, a concesiones.

El principal agente que patenta sigue siendo la empresa (32%), seguido de la universidad (17%) y de los Organismos públicos de Investigación (13%). Por comunidades autónomas, Cataluña es la que concentra un mayor número de empresas usuarias de biotecnología (18,6%), seguida de Andalucía (14,6%) y Madrid (13,1%). “La administración está entendiendo mejor lo que necesita el sector pero es necesaria más flexibilidad en cuanto a regulación”, concluye la secretaria general de Asebio. ■



Noray BG

Noray Bioinformatics (NorayBio), HistoCell y ArtinVet componen este grupo que nació como tal en 2006 y que se sitúa en el Parque Tecnológico de Bizkaia. NorayBio se alumbró bajo la idea de poner herramientas de *software* en el sector de las biociencias. Después surgió la posibilidad de una alianza con HistoCell: desarrolla productos de terapia celular e ingeniería tisular para la medicina regenerativa. Vio la luz en el departamento de Biología de la Facultad de Medicina y Odontología de

la Universidad del País Vasco. “Un fondo de inversión nos permitió acometer este desarrollo”, apunta Marta Acilu, vicepresidenta del grupo. Con posterioridad, se vislumbró la posibilidad de que este mismo tipo de productos tendría cabida en el sector veterinario. Fue el germen de ArtinVet. La primera que dio el salto al exterior fue NorayBio abriendo una oficina de representación en Italia en 2008, y después en Francia. Hoy el 80% de sus ingresos procede de fuera, vendiendo en 14 países. “Tenemos una red comercial internacional aquí, con socios locales en otros países”, acota Acilu. El modelo de internacionalización de HistoCell es distinto: desarrolla el producto y llega a acuerdos con empresas que tienen redes comerciales. “Hemos firmado con Luca Farma para la comercialización de un producto que cicatriza

heridas de difícil curación en China, Hong Kong y Macao. Estamos negociando con otras firmas para llegar a países de Europa, Sudamérica, Asia y Estados Unidos”, concreta su vicepresidenta. Por último, ArtinVet está buscando acuerdos en Reino Unido e Irlanda.



Zeltia

Este grupo de empresas dedicadas a la investigación y fabricación de productos químicos y farmacéuticos surgió hace 75 años como resultado

de la escisión del laboratorio Miguel Servet de Vigo. En aquellos años de la posguerra española, la carencia de especialidades farmacéuticas era patente, por lo que sus esfuerzos se centraron en paliar dichas necesidades. En la década de los 40 del pasado siglo XX creó junto a otros seis laboratorios Antibióticos SA, sociedad que llegó a ser líder en el campo de la fermentación, exportando sus productos fuera de España. Una década después inició relaciones científicas y comerciales con firmas extranjeras, que continuó durante los 60. Y ya en los 90 nace el grupo con la estructura actual. Entonces se definen los dos sectores en los que está presente: la biofarmacia y la química de gran consumo. A modo de ejemplo, el porcentaje de ventas fuera de España de una de sus empresas (Pharmamar) es del 90%.