



EMPRESAS **NOVO NORDISK** Su director general, Erik Lommerde, muestra su disposición a colaborar en la prevención y el cuidado de la diabetes

“No queremos ser vistos como una compañía que sólo vende productos”

NAIARA BROCAL CARRASCO

naiara.brocal@correofarmacautico.com

Establecer una relación de cooperación con las administraciones que redunde en una mejor atención de la diabetes es la hoja de ruta de Erik Lommerde, el recién estrenado vicepresidente de Novo Nordisk para España y Portugal y director general de la filial española. La multinacional cumplió el pasado sábado 16 noventa años de historia. “No queremos ser vistos como una compañía que sólo vende productos”, señala, al tiempo que insiste en su disposición a colaborar en terrenos como el diagnóstico precoz, la educación sanitaria y la optimización terapéutica.

En España se enfrentan a “diecisiete países diferentes” pero con los mismos retos, la gestión de las enfermedades crónicas, ya que tanto España como Portugal cuentan con las poblaciones más envejecidas de Europa. “Esta circunstancia va a requerir mucha energía de nuestra parte, pero estamos en ello”.

Pero destaca que en este camino es necesario ganarse la confianza de la Administración. “La imagen de la industria es extremadamente negativa, siempre se nos ve como avariciosos”. En esta línea, “nuestro reto es demostrar que hay compañías que son diferentes, y Novo Nordisk lo es”.

LA DECISIÓN DEL MOMENTO

Ante esta enfermedad que está creciendo en España afirma que es el momento “de tomar la decisión de invertir ahora o hacerlo más tarde en sus complicaciones”. Afirma que en el tratamiento de enfermedades crónicas, como la diabetes, se está viendo que medidas como el copago tienen impacto. “Y realmente asusta, porque el uso de la insulina en España es de los más bajos del mundo”.

Destaca que en esta menor utilización, también influiría el miedo a las hipoglucemias, un riesgo que se

reduciría con sus nuevas insulinas, *Tresiba* (insulina degludec) y *Ryzodeg* (insulina degludec/insulina aspart), que obtuvieron la aprobación europea en enero. La organización se estaría reorientando al objetivo de conseguir el acceso al mercado, que con la insulina implica el reembolso. Su no consecución “es un escenario que manejamos,

pero confiamos, no sólo aquí sino en otros países europeos, que los gobiernos entiendan su valor”.

Antes de aterrizar en Madrid tuvo que, desde Holanda, investigar a fondo la situación del mercado español y de España, y reconoce que su impresión es más positiva que vista desde la distancia. Aun así, señala que le sorprende que un

país que enseguida acoge novedades, como las tecnológicas, sufra retrasos en el acceso a medicamentos. Reconoce que no todo en este asunto es negativo, y pone el ejemplo de liraglutida (*Victoza*), su análogo del GLP-1, que tardó bastante más en llegar a España que a los Países Bajos, pero que allí su acceso está más restringido.

“Nuestro objetivo es erradicar la diabetes; si no, no se logran los mejores productos”

N. B. C. En diciembre de 2006 Erik Lommerde regresaba a Novo Nordisk como director general de la filial holandesa tras un paréntesis de cuatro años. “El motivo por el que regresé fue porque mi padre tiene diabetes tipo 2 y sentí que la atención a la enfermedad en Holanda no era lo suficientemente buena, y que con el diálogo con las autoridades esto podía cambiar”. Seis años después desde la dirección general en España su “objetivo es el mismo, y es asegurarse de que las personas con diabetes tienen una vida mejor”.

Afirma que no se plantea grandes cambios organizacionales ni de plantilla, y que su intención es “hacer más sencilla la vida” de los empleados, porque “no se pueden hacer mil cosas, prefiero que se hagan diez extremadamente bien”.

Declara que quiere que “la diabetes esté en el ADN de todos los empleados”. Así que, bromea, “mi equipo va a acabar cansado, porque yo hablo de diabetes todo el día”.

“Nuestra compañía lo que quiere es solucionar la diabetes, lo que suena muy estúpido, pero si ese no es

tu *core* no tendrás los mejores productos”. Por este motivo, anuncia que ya están pensando en el *día después* a esta todavía hipotética erradicación de la enfermedad, a través del desarrollo de productos aún en fases iniciales en otras áreas, como las enfermedades inflamatorias. Ya una parte, aunque minoritaria, de su negocio está dedicado a la hemofilia.

No se plantean entrar en otros negocios, como los biosimilares. “Es mucho más excitante invertir en lo que va a tener un beneficio (en salud) mayor”.



Erik Lommerde, en su despacho en la sede central de Novo Nordisk España en Madrid.