

Perfil

La reina en la sombra de los complementos alimenticios

Paula Clemente

«Siempre digo que soy la de los disgustos en casa». Farmacéutica industrial, (casi) ingeniera y ahora también directiva empresarial, **Gemma Casadevall** (1974) se ríe, a sabiendas de que si algo escasea en su currículum son las manchas negras. Ha trabajado para cinco grandes farmacéuticas, ha resuelto uno de los grandes problemas de la agencia antidroga de los Estados Unidos, ha liderado equipos de innovación y, bajo su mandato, NutraResearch ha duplicado su volumen de negocio: **Casadevall** es desde 2019 la consejera delegada de esta fabricante de complementos alimenticios que este año prevé facturar 8 millones de euros y que produce, desde la sombra, para grandes firmas del sector.

Así, lo que ella define como disgustos parece más bien una tendencia a soñar a lo grande que aterrorizó a unos padres más hechos, como tantos otros de su generación, a las ambiciones discretas. Por ejemplo la docencia a la que se entregaba ella o la dirección comercial a la que se dedicó él.

«Su primer susto fue cuando les dije que quería hacer ciencias», recuerda **Casadevall**. El segundo, cuando ya amigos con la idea de ahorrar y montar una farmacia en su Manresa natal, su hija les dijo que lo que le gustaba eran las máquinas. La afición le venía en realidad de lejos, de cuando su abuelo, director general de todas las fábricas textiles del Llobregat, se la lle-

vaba de visita a las plantas. «Creo que dentro tengo una ingeniera frustrada», confiesa.

La cuestión es que ya durante la carrera empezó a colaborar con una planta piloto que montó la facultad de farmacia de la Universitat de Barcelona, y que esa experiencia la llevó directa a Ferrer tan pronto como acabó los estudios. «Ese trabajo me fue muy bien porque me vi muy joven, muy sola, ante una gran planta y sin saber nada: eso me dio una gran lección de humildad», analiza ahora.

De allí sacó, dice, su costumbre de escuchar prioritariamente a los operarios a la hora de resolver un problema técnico. Y allí conoció a quien años después la arrastraría hasta NutraResearch. «Carlos Fernández siempre me decía que algún día volvería a trabajar para él», explica **Casadevall**. «Nos veíamos como mínimo una vez al año y cada vez que cada uno tenía un problema técnico sabíamos que nos teníamos el uno al otro», añade.

De Ferrer se fue a trabajar para Alza Pharmaceuticals (una empresa ahora propiedad de Johnson & Johnson) en Estados Unidos. Allí diseñó un sistema para que un solo comprimido fuera suficiente para los jóvenes con hiperactividad, después de que varias instituciones detectaran que el problema de drogadicción del país estaba en buena parte relacionado con el tráfico de excedente de este tipo de pastillas. Luego vinieron tantos otros años en los laboratorios Esteve, en Salvat, en Medichem y, por último, en el equipo de Carlos Fernández en NutraResearch.

En esta empresa productora de complementos alimenticios, **Casadevall** aprendió que buena parte del sector trabaja –en palabras suyas– «como si hiciera patatas chips». «Le dimos una vuelta al negocio: nosotros lo tratamos como un fármaco», afirma.

Su negocio se nutre precisamente de que una industria tan

GEMMA
CASADEVALL
CONSEJERA DELEGADA
DE NUTRARESEARCH



Gemma Casadevall,
consejera delegada de
NutraResearch | Jordi Otix

«El proyecto de mi vida fue con la DEA»

Casadevall es una de las responsables de Concerta, un comprimido para el TDAH que se desarrolló a petición de la Agencia Americana del Medicamento (FDA) y la Administración de Control de Drogas (DEA). «El gran problema de drogadicción del país era el tráfico de fármacos y el medicamento de peor uso, uno para niños con hiperactividad», recuerda.

El rasgo diferencial de la empresa son los procesos farmacéuticos en un mercado con muy poca regulación

regulada como es la de los medicamentos, ha visto en los complementos alimenticios un producto sobre el que aplicar el margen que quiera. Y NutraResearch, analiza su consejera delegada, les da a estas empresas garantías farmacéuticas y habla su mismo idioma.

Su cometido aquí era más de gestión empresarial que de desarrollo técnico, pero la historia se fue complicando. En primer lugar,

porque el negocio se había hecho más grande de lo previsto. Después, porque a tres meses de su aterrizaje murió el propietario de la fábrica en la que producían los sólidos y con quien acababa de acordar comprar una planta a medias en Barberà del Vallès. Y por último, por el fallecimiento del propio Carlos Fernández.

El galimatías se ha resuelto con NutraResearch comprando sola la fábrica de Barberà, donde crea todo su producto. «La planta pasó en ocho meses de facturar 300.000 euros el año anterior a facturar 300.000 euros al mes», afirma **Casadevall**. Parte de la estrategia ha sido contratar perfiles del más alto nivel para ocuparse de distintos cargos directivos. Los ha cubierto todos excepto el de director comercial, un puesto que, viendo lo fácilmente que han atraído a grandes firmas del sector, ven por ahora prescindible: su temor, en todo caso, es morir de éxito.