

Protagonistes DIR. GENERAL DE NUTRARESEARCH

## Gemma Casadevall

# “La burocràcia ens mata, envejo el sentit pràctic dels Estats Units”

Laia Bruguera  
L'HOSPITALET DE LLOBREGAT

**D**ecidida, inquieta i apassionada, Gemma Casadevall dirigeix des de fa dos anys la companyia NutraResearch, que desenvolupa i fabrica complementos alimentaris per combatre l'insomni o reforçar el sistema immunitari, entre d'altres. El centre d'R+D de la companyia està ple de màquines d'alta tecnologia per fer proves de tot tipus, des de comprovar que cap dels components de la fórmula (plantes i productes naturals) genera interaccions fins a saber si els comprimits (o xarops o esprais) aguantaran el clima de cada país on es volen vendre gràcies als estudis d'estabilitat. I és que, tot i que aquest sector està regulat per la legislació alimentària, per voluntat pròpia a NutraResearch tot està regit per estàndards equiparables als de la indústria farmacèutica, on Casadevall ha treballat tota la vida.

**Comencem per la seva aventura americana. Per què se'n va anar als EUA?**  
Vaig anar a parar als Estats Units per inquietuds personals. Soc doctora en farmàcia i el que realment em mou i m'agrada són les formulacions, ser capaç de poder agafar un medicament o un principi actiu i portar-lo dins del cos. Però no és el mateix que ho facis amb un líquid, un comprimit o una crema, de manera que és un món fascinant. Vaig acabar la carrera i me'n vaig anar a treballar a laboratoris Ferrer, on el meu cap era el fundador de la companyia que ara dirigeixo. Ell em va proposar ser cap de departament de la companyia que llavors acabava de crear, però jo el vaig avisar que li donaria el disgust del segle perquè m'havia buscat la vida i me n'anava als Estats Units.

### Per què?

Volia treballar en el laboratori on, per mi, feien la màxima tecnologia del moment, perquè permetia alliberar el producte del comprimit a nivells constants en sang. Quan et prens un comprimit, el primer que fa és desfer-se a l'estómac, de manera que a la sang veus un pic i a mesura que el producte es va absorbint i desfent el teu cos comença a treballar per fer-lo fora. Per això molts comprimits s'han de prendre dos o tres cops al dia, perquè s'ha d'anar reforçant el contingut perquè estiguis sempre en un rang terapèutic. Doncs en aquella *start-up* americana que va comprar Johnson and Johnson van inventar la tecnologia de les bombes osmòtiques, que alliberava el producte a nivells constants en sang, de manera que vam aconseguir que calgués només una dosi al dia de molts productes que fins llavors en necessitaven dues o tres. Això va cridar l'atenció de la Drug Enforcement Administration (DEA), l'agència antidroga.

### Quin encàrrec li va fer?

Juntament amb l'agència del medicament, l'FDA, ens van explicar que el gran problema de drogadocció que tenien als Estats Units no eren les màfies sinó les amfetamines que provenien de les drogues legals. Als nens amb hiperactivitat se'ls donaven tres comprimits al dia d'un medicament i si eren petits els pares els donaven un comprimit i els altres dos els venien, o si eren adolescents ho feien ells mateixos. Les amfetamines s'extreien fàcilment del comprimit, de manera que si aconseguíem que els infants només n'haguessin de prendre un no només estarien més controlats sinó que solucionaríem un greu problema social. I amb 26 anys, vaig pensar que aquell era el projecte de la meua vida!

### I el va liderar.

Vam inventar el que encara existeix en patents, un comprimit amb cinc capes i tres recobriments que permetien anar alliberant producte i deixar anar cada cop concentracions més grans, que era necessari en aquell tipus de medicació. La segona part del projecte va ser demostrar que si algú aconseguia un comprimit no era fàcil extreure'n la droga, i així era perquè la majoria dels excipients que utilitzàvem feien un moc que no deixava extreure tot el producte. El medicament va tirar endavant i va ser un èxit: va sortir als Estats Units i al cap de tres anys es va començar a comercialitzar aquí. La meua mare, quan feia de mestra, va intentar partir el comprimit d'un nen i li vaig haver d'explicar que així em tirava enlaire l'invent! Tothom ha de tenir clar que s'han de llegir els prospectes dels medicaments, tot té la seva raó!

### Ha passat per empreses com Laboratoris Esteve, Lacer i Salvat i, després de 25 anys al sector farmacèutic, ara dirigeix NutraResearch, que desenvolupa i fabrica complementos alimentaris per a la indústria alimentària, farmacèutica i veterinària. Per què va fer el pas?

Carlos Fernández, el fundador de la companyia, el meu cap a Ferrer, em va venir a buscar perquè aquesta empresa se li havia fet gran i em va dir que jo podria cobrir tant la part tècnica com la de gestió, ja que també havia estudiat a l'IESE. El primer que ens vam preguntar és per què no aplicàvem aquí tot el coneixement del món farmacèutic i també totes aquestes plataformes que ens podien ajudar a alliberar el medicament de la forma més idònia. El dels complementos alimentaris és un sector molt desmerescut sobretot per la regulació que el regeix, que és l'alimentària i no la farma-

cèutica, però això no vol dir que els que hi treballem no hàgim de basar-nos en la ciència i buscar el màxim rigor. Faig classe a la Universitat de Barcelona, i als meus alumnes sempre els mostro un blíster de paracetamol i un de qualsevol producte nostre, i els pregunto quines diferències hi ha. No n'hi ha cap, però el paracetamol el regula la llei del medicament i el nostre la mateixa llei que un paquet de macarrons. No té cap sentit. El fet que posem productes al canal farmacèutic amb unes condicions específiques depèn de l'ètica dels professionals que hi ha al darrere. Hi ha clients que ho entenen i altres que no.

### Què vol dir?

Hi ha clients que volen un producte i el volen treure demà. I tu els parles d'estudis per veure si els actius que hi poses són compatibles, si hi ha reaccions químiques o no, estudis d'estabilitat... I no ho entenen. Per això tenim un model de negoci proactiu, que vol dir que el client ens fa un encàrrec i li expliquem les proves que farem, quant val el desenvolupament, sobre quants productes farem la tria i en quant de temps podria estar al mercat, i també fem cada any sessions internes d'innovació i *brainstorming* per veure quines són les tendències de futur. Ara hem determinat que són sistema immunitari, son, estrès i ansietat, i estem creant productes per tenir-los més o menys en cartera. Si un client vol una cosa per a demà, segurament si entra dins d'aquests àmbits li podem dir que no és exactament el que ens ha demanat però que s'hi assembla moltíssim. I això sí que ho pot treure demà, amb la seva tranquil·litat i també la nostra. Això ho fem des de fa un any i mig i ens ajuda molt. També estem potenciant les plataformes tecnològiques internes per tenir tecnolo-







**Gemma Casadevall**, directora general de NutraResearch, al centre d'R+D del grup ■ JUANMA RAMOS



No té sentit que un complement alimentari estigui regit per la mateixa llei que un paquet de macarrons



La crisi de matèries primeres ens està afectant molt; quan ja pensàvem que sortíem del túnel, la guerra l'ha agreujat

gia pròpia on podem posar gairebé qualsevol actiu per donar-li un plus.

#### Posi'ns un exemple.

Per exemple, hem tret unes fórmules que són bioadhesives en mucosa, i per tant, si desenvolupem i fabriquem per a una empresa un esprai sota la llengua amb producte per dormir no passarà com amb els productes habituals, que se'n van a causa de la saliva. El nostre fa una pel·lícula que no la notes però que fa que el producte et quedi enganxat i el tinguis més temps en superfície i, per tant, s'absorbeixi més i et faci més efecte. Això són plataformes que estem creant per poder potenciar qualsevol actiu i poder-li donar un valor afegit i un plus als nostres clients.

#### El sector dels complementos alimentaris creix un 30% cada any. A què és degut?

Hi ha dues tendències importants, i la primera és la moda de l'autocura, que afecta totes les franges d'edats i àmbits, des de nens fins a avis, esportistes... Hem de deixar clar que són complementos pensats per a gent sana, tenen l'objectiu no de guarir sinó de complementar, afegir coses per estar segur que el teu cos no té cap mancança. Són especialment importants en èpoques d'estress, al·lèrgies, si t'has lesionat... L'altra pota és l'aposta pels productes menys sintètics i més naturals. La gent cada cop s'estima més un producte natural que no pas un químic. Tot això explica l'alça del sector, però hi ha un tercer motiu: l'econòmic. El món es mou per diners, ens agradi o no, i aquests productes es venen en diversos canals, entre altres les farmàcies, i no tenen el preu regulat, de manera que és on el farmacèutic té més marge. És per això que el farmacèutic ja es preocuparà que el dia que li vas a com-

prar un medicament amb recepta surtis, a més, amb algun complement alimentari, perquè és on ell guanya diners.

#### Només es venen al canal farmacèutic?

Ara molts productes es comencen a comercialitzar també en grans superfícies, tant productes per a la salut com de bellesa. Volem tenir la pell bonica, però la pell té set capes i pots posar-hi moltes coses perquè una crema penetri bé però és difícil que entri a totes set, així que t'has d'assegurar que el teu cos tingui tots els nutrients necessaris per regenerar-la. Acabem de fer per a un client nou, Olistic, una *start-up* que està tenint molt d'èxit, un producte molt innovador. Vam treballar conjuntament preguntant-nos per què cau el cabell: perquè tens estrès oxidatiu, perquè el fol·licle pilós està mal alimentat... Vam atacar els sis problemes detectats amb una barreja de 55 principis actius, li vam donar bon gust i, a més, per diferenciar-nos dels comprimits i les càpsules que ja existien en aquest mercat, vam decidir fer un líquid begut. Va ser un repte però n'estan venent moltíssims.

#### Com està afectant el negoci la crisi i encariment de matèries primeres?

Està sent duríssim. Els nostres proveïdors es queixen sobretot del tema energètic; nosaltres tenim sobretot problemes amb matèries primeres com el col·lagen, que s'extreu de fonts animals per processos energètics. Un proveïdor alemany ens deia l'altre dia que els costos energètics li han pujat un 500% i això té repercussions en els preus. I l'altra cosa que s'ha disparat és el preu del cartró. Intentem parlar amb els nostres clients principals i aprovisionar-nos amb molta antelació perquè l'impacte no sigui tan gran. Hi ha qui ho accepta, qui no i d'al-

## Passió pels reptes

Doctora en farmàcia per la UB, Gemma Casadevall ha liderat, des de molt jove, importants projectes d'investigació relacionats amb la formulació de medicaments. Ha treballat per a companyies farmacèutiques de casa nostra i també dels Estats Units, on va resoldre un dels grans problemes de l'agència antidroga del país, la DEA. A la feina ha estat sempre envoltada d'homes i creu que la clau ha estat "el respecte mutu". Explica que a la planta de producció que NutraResearch té a Barberà del Vallès sempre entra "per la porta que tothom menys s'espera, poques vegades per la principal". "Em passejo per la fàbrica i parlo amb els operaris, fins i tot em fan lloc si estan fent feines manuals i així, mentre treballem junts, parlem i ens posem al dia, perquè se'ls ha d'escoltar: són ells el que en tenen el cul pelat".

tres amb els quals arribem a un punt entremig. El problema és que quan ens pensàvem que estàvem al final del túnel, ens esclata una guerra. Ens afecta molt, perquè tots els probiòtics que fem amb base oliosa utilitzen oli de gira-sol. Ucraïna n'és el principal exportador, no ens podem quedar sense. En tenim en estoc, però i quan s'acabi? Nosaltres sempre hem intentat no dependre molt de proveïdors xinesos ni indis i apostem per fonts europees, que són més constants i tècnicament tenen més suport, els productes ens venen més analitzats, però hi ha certs extractes de plantes que només els pots importar de segons quin país.

#### Tornaria als Estats Units?

Ara mateix. Vaig venir a Catalunya perquè volia tenir fills, però no descarto tornar-hi quan ja facin la seva vida. Jo sempre dic que no és que els americans siguin més llestos sinó que tenen més diners i, sobretot, no tenen por al fracàs. Recordo la primera vegada que vaig anar a explicar un projecte al meu cap i em va preguntar per què no ho havia provat. Li vaig dir que d'allà on venia haurien calgut tres informes, demanar permís, passar un comitè que l'aproves i esperar quatre o cinc mesos. Allà no hi ha por al fracàs; al contrari, si fracasses no ets un perdedor sinó que ho has intentat, ets emprenedor. I els diners que allà s'aixequen... Ho he vist amb els meus ulls i tinc exemples: una *start-up* catalana va aixecar 30 milions de dòlars presentant la mateixa informació que aquí, on no li feien cas. Allà proven i inverteixen, que és el motor de la innovació. I finalment, els requisits administratius són clars, iguals per a tothom, i són molt pràctics, això ho envejo molt. Aquí hi ha poca transparència i la burocràcia ens mata, en tots els aspectes. ■