

MAGAZINE

elmundo.es

OTROS ARTICULOS EN ESTE NÚMERO

domingo 7 de mayo

345



El farmacéutico Bernabé Fernández Sánchez, a principios del siglo XX.

El viejo Ceregumil se revitaliza

Nació gracias a la inventiva de un boticario granadino, en 1907. Era tan milagroso que hasta salvó la vida de su hijo. Desde entonces, el Ceregumil, extracto de cereales, legumbres y miel, ha fortalecido a generaciones enteras. Incluso a reyes. Ahora la empresa se moderniza con productos que combaten el estrés laboral.

Por Susana Villaverde. Fotografías de Jesús Domínguez.

Ha pasado casi un siglo. Nada queda de aquel laboratorio donde el farmacéutico Bernabé Fernández Sánchez machacaba con sus propias manos los cereales y las leguminosas que mezclaba con miel y azúcar de caña para obtener una milagrosa fórmula. Sólo en la memoria y en viejas fotografías, el rostro de aquel hombre sonríe aún satisfecho sin saber que había fundado un imperio de tónicos y reconstituyentes llamado Ceregumil.

El brebaje nació en 1907 gracias a la inventiva, inquietud y perseverancia de ese boticario granadino, empeñado en aliviar a personas convalecientes y con intolerancia gástrica, una dolencia que provocaba una elevada mortalidad infantil en la época. Precisamente, su hijo de 2 años cayó gravemente enfermo por tal motivo. No asimilaba nada de lo que ingería, llegando a estar al borde de la muerte. Su padre pudo comprobar la eficacia del producto cuando gracias al jarabe el niño comenzó a recuperarse y a estar bien alimentado.



La centrifugadora donde se mezclan los ingredientes.

"La voz se propagó como la pólvora por toda Andalucía. La fórmula, en la que se maceraban extractos de trigo, cebada, maíz, avena, judías, lentejas, miel de abejas y agua, no producía intolerancia gástrica y funcionaba perfectamente; por eso todos los médicos fueron a verle, se interesaron muchos científicos y se inició la demanda del producto", relata desde su despacho el abogado Juan Ramón Fernández Canivell y Toro, nieto del farmacéutico inventor del Ceregumil y criado desde su infancia con esta fórmula magistral. "En casa lo tomábamos todos, y mis hijos también lo toman ahora; ninguno hemos caído enfermo", asegura.

Fernández Sánchez —nacido en Granada en 1878, licenciado en Químicas por la universidad de su ciudad y trabajador en su juventud como químico en las bodegas Jiménez y Lamothe de Málaga— se casó con Blanca Canivell Pascual, nieta de Francisco Canivell, el que fuera cirujano real de la Armada y médico del pintor Francisco de Goya.

Fue la familia de ella, de origen catalán y con experiencia en el sector textil y empresarial, la que impulsó con decisión el desarrollo industrial del jarabe. Primero se extendió por toda Andalucía; el etiquetado, elaborado a mano por el propio Fernández Sánchez, describía el producto como "un tónico y alimento remineralizador del organismo especialmente indicado en casos de enteritis agudas y crónicas, anemias, escrofulismo, dispepsias y debilidad orgánica".

Acrónimo. Pero en 1912 la competencia de jarabes similares, e incluso imitadores, llevó a su inventor a registrarlo y patentarlo con el nombre de Ceregumil, un intento de acrónimo formado con algunas sílabas de las palabras "cereales", "leguminosas" y "miel". También se cambió el envase y comenzaron a fabricarse las botellas de vidrio, imagen de las últimas décadas. La demanda creció de tal manera que sobrepasó la capacidad de producción del laboratorio de la farmacia cordobesa de Montilla y del creador de la fórmula, lo que desembocó en la constitución de una sociedad mercantil entre Fernández Sánchez y sus cuñados Francisco y Arturo Canivell Pascual. La empresa se llamaría Fernández y Canivell, nombre de los laboratorios de Ceregumil y de todos los descendientes de una saga que perdura en la actualidad.

Se planteó entonces incrementar los niveles de producción para cubrir el mercado nacional e incluso acometer exportaciones, por lo que en 1915 estudian su traslado a Málaga, ciudad portuaria y de comercio internacional. Allí adquieren en 1921 un gran inmueble en el Paseo de la Farola, en el que se ubicaría un moderno laboratorio basado en las últimas tecnologías del momento, con una gran nave de almacenaje y una bodega. Para entonces, la fama de Ceregumil ya había cruzado las fronteras y comienzan las ventas en Europa, Sudamérica y Estados Unidos.

"El traslado de la fábrica fue algo complejo, porque hay que tener en cuenta que mi abuelo se trajo a los trabajadores de Montilla, aunque la farmacia de la localidad cordobesa seguía produciendo en la medida de sus posibilidades", según Fernández Canivell, quien asegura que la compañía llegó a contar con medio millar de empleados, frente a los 16 que hoy trabajan en la empresa. "La comercialización del producto fue muy rápida y desde entonces hay patente de Ceregumil en todos los países del mundo", explica el nieto del famoso farmacéutico, quien destaca el papel de los hermanos de su abuela en la gran difusión y el éxito que obtuvo el jarabe.

"Fue una empresa pionera en la búsqueda de publicidad, muy moderna para lo que había en los años 20, y el responsable de todo eso fue Francisco Canivell, hermano de Blanca, mi abuela". Estrechamente implicado en el proyecto auspiciado por su cuñado, se convirtió en todo un ejecutivo de ventas: viajó a todos los países susceptibles de adquirir el producto, contactó con los médicos más importantes del país y transformó Ceregumil en mecenas y patrocinador de eventos artísticos y culturales, logrando una altísima proyección de la marca y un incremento considerable de las ventas, tanto en España como en el exterior. No en vano su padre, y suegro de Fernández Sánchez, Ramón Canivell, era agente general de los Laboratorios Vidat y Ribes en Barcelona. Las actuales instalaciones de la empresa en Málaga están decoradas con muchos de los carteles que hicieron famoso el Ceregumil, como el bebé que lleva entre sus brazos una botella del jarabe, aquel cuyo lema rezaba "golosina del niño, sostén del anciano" o el loro que parecía repetir "con esto, otros cien años", pintado por Tono y ganador de un certamen publicitario en 1917. Algunos incluso recibieron el reconocimiento de jurados internacionales, como el concurso de carteles de 1929 que tuvo lugar en la Exposición Internacional de Barcelona.

Pero también decoran las paredes de la actual sede de Laboratorios Fernández y Canivell cuadros que recogen un sinfín de escenas médicas. Reproducciones de estas pinturas poblaron las paredes de miles de farmacias y de despachos de doctores, ya que Ceregumil obsequiaba a los profesionales con estas láminas, al tiempo que promocionaba sus productos. Como si de un medicamento se tratara,



Etiquetado de las botellas con el viejo logotipo.



Almacenamiento del reconstituyente.



Ceregumil "femenino". Mayoría de mujeres en la sede de Montilla, Córdoba, en 1910.

el reconstituyente estuvo disponible en clínicas y hospitales durante décadas. De hecho, hasta 1980 el contenido distribuido por la firma era considerado una especialidad farmacéutica, casi un medicamento, hasta el punto de que estaba presente, en botellas de litro, en todos los hospitales del país. Ni siquiera durante la Guerra Civil se interrumpió su suministro, aunque tuvieron que producirlo en la clandestinidad desde una finca familiar de Algarrobo costa, en Málaga, "porque la República lo requisó todo", apunta el nieto del inventor.

En el crepúsculo del siglo XX llegó el estancamiento. Nada iba mal, y sin embargo las ventas no crecían y el mercado se llenaba de productos para paliar el cansancio de la vida moderna. Los descendientes en tercera generación de Fernández y Canivell tomaron caminos diversos y decidieron que era preciso un cambio. Finalmente, algunos nietos optaron por vender el 68% de la empresa al grupo Albaida, con el que mantenían buenas relaciones. Los nuevos socios, dos compañías con participación en sectores económicos diversos, "llevaban años ilusionados con entrar en Ceregumil", según Fernández Canivell, y ahora que han tomado las riendas del negocio quieren mantener la idiosincrasia del producto a la vez que ampliar horizontes. Los dos únicos descendientes que siguen, Juan Ramón y Ramón Fernández Canivell, se muestran también ilusionados con el futuro inmediato y las nuevas oportunidades.

Quieren celebrar el inminente centenario de Ceregumil (2007) con la inauguración de unas nuevas instalaciones y su definitiva metamorfosis. Para ello han previsto una inversión de 3,6 millones de euros en la adquisición de la parcela y la construcción de las instalaciones.

El gerente y responsable de la nueva estructura, Juan Carlos García, argumenta la estrategia de Ceregumil afirmando que es una marca "centenaria y muy conocida, pero anticuada o centrada en el pasado, con una gama limitada de productos". Por eso, la propiedad actual ha decidido en su primer año ampliar la oferta, intensificar los esfuerzos en I+D, crear un equipo de marketing y publicidad, transformar el logotipo y abrir mercados exteriores, especialmente en Sudamérica y EEUU, donde ya se han alcanzado acuerdos con importantes distribuidores.

La memoria colectiva está ayudando a Ceregumil a recuperar mercados que en los años 20 se le abrieron de par en par, pero que las circunstancias políticas y económicas truncaron sin remedio. Por ejemplo, la llegada al poder de Fidel Castro en Cuba provocó la pérdida de todas las propiedades en la isla "y ahora intentamos entrar de nuevo", apunta el último eslabón de la saga Fernández Canivell. Tras la Guerra Civil y con los mercados iberoamericanos ya tocados por el producto, la marca se plantea montar una factoría en Cuba, pues el azúcar moreno procedía de este país y el jarabe era muy conocido en la isla, donde se esperaba con expectación la implantación de una fábrica y la consiguiente creación de puestos de trabajo. En la actualidad, el 10% de las ventas son exportaciones y el mercado más importante que tiene la firma es Portugal, donde se instaló en los 50, seguido de China, donde se vende el jarabe desde los 80. En Oriente y en Sudamérica goza de gran aceptación puesto que son mercados que se decantan por productos de composición natural y vegetal. Además, hoy en día la variada gama de complementos nutricionales se vende en 20 países.

Muy andaluz. En el territorio nacional este reconstituyente tiene una cuota de mercado del 10%, en Andalucía llega al 20%, en Levante al 12%, en Cataluña al 8% y en Madrid al 5%; resulta menos conocido en el norte de España. El 80% de las personas que consume Ceregumil en su versión de jarabe tradicional sobrepasa los 60 años. Anualmente, se comercializan en estuches 150.000 litros de Ceregumil, 12.000 litros de Ginseng y 100.000 litros de otros productos.

La situación ha sido muy estable en los últimos años, con una facturación anual de entre 2 y 2,3 millones de euros, "pero pretendemos triplicar la facturación en los próximos tres años hasta superar los seis millones de euros. Para eso debemos adaptar el producto a las nuevas necesidades, siempre con ingredientes naturales, sin químicas ni aditivos", añade García.

En la compañía se guardan como oro en paño centenares de cartas y recomendaciones médicas que alaban las cualidades del jarabe. Custodiadas en antiguos álbumes de fotos y papel de seda, en la vieja fábrica de Ceregumil en Málaga se archivan las firmas de importantes diplomáticos de los países latinoamericanos y gobernantes de la época, médicos de toda España, aunque de caligrafía casi ilegible, y modestos ciudadanos que contribuyeron con sus cartas a acrecentar la credibilidad de la marca.

Hasta la realeza española sucumbió al dulzor del jarabe y respaldó con su firma la trayectoria de la compañía. Es el caso de Isabel de Borbón, infanta de España, cuya rúbrica quedó estampada el 22 de noviembre de 1929 en el libro que Ceregumil dispuso con motivo de la Exposición Iberoamericana de Sevilla.

El refrendo regio subrayó la eficacia de un producto sin tacha. "En 100 años nunca hemos tenido una queja o una denuncia; no hay efectos secundarios, a nadie le sienta mal, y esa es la mejor publicidad", sostiene el gerente. La empresa que rigen los Fernández y Canivell cerró el ejercicio 2005 con 2,5 millones de euros de facturación. El abuelo Bernabé, que salvó la vida de su hijo, consolidó una saga y echaba la cuenta en reales y pesetas, jamás imaginó tan pingües ingresos.

INGREDIENTES TURCOS, CUBANOS, ITALIANOS...

Lentejas de Turquía ricas en hierro, azúcar de caña de Cuba, harina italiana y miel de romero de Antequera. Productos "muy escogidos" y seleccionados en cualquier parte del mundo bajo la condición de la calidad. En constante evolución, los fabricantes de Ceregumil investigan las bondades de los alimentos para obtener las mejores materias primas. En eso, y en una mezcla de cantidades perfectamente medidas, reside el éxito del jarabe. En los últimos años se ha reducido cada vez más el uso del azúcar y casi todo el compuesto dulce procede de la miel. Pese al dulzor, Ceregumil no engorda: si se toma la dosis recomendada se ingieren 76 calorías al día. En un futuro a medio plazo incluso se han planteado sacar al mercado directamente este tipo de productos, cereales y legumbres obtenidos de forma natural o ecológica en los campos de cultivo más remotos. Actualmente Ceregumil dispone de cinco productos en el mercado:

El jarabe tradicional. Con extractos de trigo, cebada, maíz, avena, judías y lentejas, agua, miel de abejas y azúcar de caña, compensa los déficit nutricionales. Se aconseja para combatir el estrés, para las convalecencias, a personas muy medicadas y ancianos. Precio, 6 E.

La jalea real. Ideal para prevenir estados carenciales. Tiene germen de trigo y es consumida mayoritariamente por mujeres de más de 40 años por sus efectos rejuvenecedores en la piel. Son cápsulas con jalea real liofilizada, germen de trigo, aceite vegetal y vitamina E. Aumenta las defensas y mejora el sistema inmunológico. Precio, 11,45 E .

Ceregumil fósforo. Destinado a los jóvenes estudiantes, se trata de cápsulas con lecitina de soja rica en derivados fosfátidos (65%), fósforo, extracto de ostra, taurina, germen de trigo y vitaminas E, B1 y B6. Funciona muy bien entre los universitarios, siempre metidos en exámenes. Además la firma organiza concursos y sorteos para ellos. Precio, 8 E.

Isogumil. El producto más reciente son cápsulas con soja ricas en isoflavonas, aceite de onagra rico en omega 6 y vitamina E, ésta última conocida como "la de la eterna juventud" por su acción antioxidante. Esta especialidad ayuda a prevenir los síntomas de la menopausia y a mantener la masa ósea de forma natural, ya que está elaborada con productos no manipulados genéticamente. Precio, 12,80 E.

El Ginseng. Está más orientado a los hombres; ejecutivos y urbanos de entre 40 y 50 años. Este producto da vitalidad, combate el estrés y alivia el decaimiento o cansancio. Se trata de un jarabe con extractos de trigo, lentejas y judías, extracto de ginseng coreano de más de seis años (equivalente a 3,85 gramos de polvo de raíz), miel de abejas y azúcar de caña. Precio, 11,60 E.