

ANTE TODO INNOVACIÓN

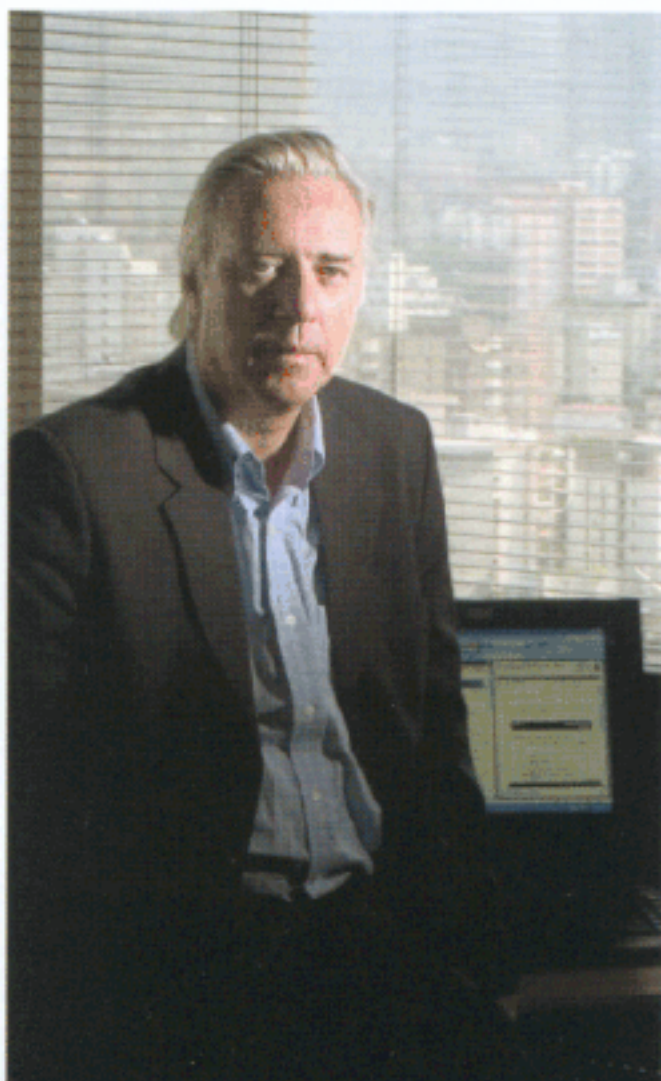
En el 2006 Pfizer promete traer al país un buen número de medicamentos para diversas patologías, a pesar de la desprotección a la creación intelectual proveniente de la industria farmacéutica que perciben está ocurriendo en el país

A pesar de la incertidumbre que genera operar en un país como Venezuela, Pfizer, de acuerdo a su gerente general, Philippe Crettex, sigue teniendo como estrategia base ofrecer al público las últimas innovaciones en materia de medicamentos. "La desprotección que hay actualmente en el sector no nos frena para traer innovaciones al país, porque más allá de los intereses comerciales, tenemos la responsabilidad social de brindar productos de última generación, aunque sabemos que hay un gran riesgo y que comercialmente no son muy interesantes para la compañía", afirma el vocero de Pfizer. Pero sin duda también influye la importancia de Venezuela como mercado para las compañías farmacéuticas. Para Pfizer es el tercero más importante de América Latina después de México y Brasil, y en el país el laboratorio ocupa el primer lugar en el mercado total de valores con una participación de 8,25% y ventas por el orden de los 182.831.000 de dólares, según IMS. De modo que en el 2006, a pesar de los riesgos, pondrán a disposición del público varios nuevos medicamentos para combatir enfermedades como: Cáncer renal y tumores gastrointestinales, degeneración ocular, acromegalia o gigantismo, dolor neuropático, epilepsia y ansiedad; y en el área cardiovascular introducirán una terapia combinada con dos de sus productos líderes,

Lipitor y Amlodipina, para tratar el colesterol y la hipertensión arterial. Además adelantó que este año comercializarán la insulina inhalada para las personas que sufren de diabetes y en el 2007, una medicina para dejar de fumar que actúa en el sistema nervioso central y bloquea los receptores que absorben la nicotina.

CRETTEX.

"La desprotección que hay actualmente en el sector no nos frena para traer innovaciones al país".



Estos productos pasarán a formar parte del ya amplio portafolio que manejan en el país debido a la fusión de Pfizer con otros laboratorios y que según Crettex, es uno de los factores que contribuye al liderazgo de la compañía en el mercado venezolano: "Terminamos con un portafolio de productos bastante amplio que cubre casi todas las especialidades farmacéuticas. Esto nos da un volumen muy grande, pero también nos genera una complejidad grande en las operaciones científicas, de marketing, fabricación, etcétera", confiesa el gerente general. Por otro lado siguen haciendo foco en la investigación, área en la cual invierten 20% de sus ventas anuales, pues los resultados de estos estudios constituyen su estandarte para acercarse a los médicos y público en general y promocionar sus adelantos. "Nuestra estrategia base es la innovación, a través de la investigación se demuestran los beneficios de nuestros productos, que los aportes terapéuticos son mayores y nuestro propósito es difundir esta información a los profesionales de la medicina, para que ellos puedan hacer la mejor elección para sus pacientes", señala Crettex. Los canales para transmitir esta información son los comunes a toda la industria farmacéutica, es decir el equipo de visitadores médicos que en Pfizer representa un poco más de 30% del personal del laboratorio en el país y el cual se somete a un entrenamiento arduo para transmitir fehacientemente las propiedades de los medicamentos. Además con la comunidad médica organizan congresos y charlas en las que traen especialistas en determinados temas de actualidad médica a exponer los resultados de sus estudios y a compartir sus experiencias con los profesionales venezolanos. Directamente con el público, realizan campañas educativas enfocadas en alertar a las personas acerca de los factores de riesgo de las enfermedades cardiovasculares, en las que instan a acudir al médico para chequear su colesterol y tensión arterial. ■

PFIZER EN NÚMEROS

900	empleados en Venezuela
8.25%	de participación de mercado a enero 2006
182.831.000	de dólares en ventas (enero 2005 a enero 2006)
25%	de crecimiento con respecto a 2004
20%	de las ventas anuales en investigación