

Aclaración del rol del distribuidor de productos farmacéuticos mediante colaboración

(Fuentes: Un artículo redactado por Rebecca Willumson para *Fierce Pharma* y un artículo redactado por Sandra Levy para *Drug Store News*)

El rol del distribuidor farmacéutico de hoy en día trascendió ampliamente la función de “recoger, empaquetar y enviar”. De hecho, los distribuidores están en el centro de un ecosistema complejo que muchos participantes en la industria farmacéutica no entienden bien.

El distribuidor farmacéutico actual expandió sus actividades para cumplir con las necesidades de los fabricantes y anticipar lo que se requerirá en el futuro. Los distribuidores son expertos en forjar relaciones con fabricantes para dar a los pacientes y a los profesionales de la salud la opción de una amplia variedad de medicamentos disponibles en la mayoría de las farmacias. Y si el producto o el medicamento no están inmediatamente disponibles, los distribuidores pueden asegurar que estarán disponibles en un plazo de solo 24 horas.

“Sin nosotros, el acceso a medicación sería muy difícil para los pacientes”, dijo Akin Odutola, presidente de Suministros Estratégicos Mundiales de AmerisourceBergen (ABC). “Sus opciones probablemente se reducirían, los costos subirían y también creo que habría menos puntos de acceso de productos”.

El acceso en zonas rurales es especialmente inquietante porque por lo general hay solo un hospital o dos. Las zonas rurales además son atendidas por muchos menos fabricantes en todas las categorías de productos. El rol de los distribuidores como ABC es asegurar que los pacientes puedan tener acceso a terapias, independientemente de donde se encuentre el paciente.

En EE UU, los distribuidores de productos farmacéuticos representan aproximadamente el 92 por ciento de las ventas de medicamentos y tienen que conectar 1.300 fabricantes y más de 180.000 puntos de distribución, incluyendo consultorios médicos y farmacias, según la Fundación de la Familia Kaiser. Sin distribuidores como ABC, realizar y mantener esas relaciones sería sumamente difícil desde el punto de vista de la infraestructura y el costo sería prohibitivo.

Además de cumplir con el rol de intermediarios en la industria farmacéutica, los distribuidores compran y asumen propiedad legal de los productos farmacéuticos y simultáneamente gestionan las existencias y el riesgo crediticio. Por lo general, ABC cuenta con existencias valoradas en aproximadamente US\$11.000 millones en sus 27 centros de distribución, lo que permite que los hospitales y otros proveedores, como farmacias, mantengan menores existencias.

Además de su poder adquisitivo, los distribuidores ayudan a apoyar a los fabricantes con servicios previos a los lanzamientos, entre ellos logística de ensayos clínicos e investigación de resultados financieros. ABC ofrece servicios integrados y adaptables que mejoran el acceso a productos y finalmente aseguran que los

(continued on page 2)

Noticias resumidas...

◆ El mayorista y distribuidor brasileño **Profarma Distribuidora** anunció sus resultados financieros del tercer trimestre de 2019, con ingresos brutos de R\$1.400 millones (US\$335,1 millones), lo que representa un aumento interanual del 18,6%. El flujo de caja consolidado fue de R\$24,7 millones (US\$5,9 millones) y de R\$13,9 millones (US\$3,32 millones en los primeros nueve meses de 2019, el mejor desempeño de la compañía desde 2014. Las ventas minoristas promedio por tienda, así como maduras en la misma tienda, aumentaron un 1,8%.

◆ El mayorista estadounidense **AmerisourceBergen** anunció ingresos de US\$45.600 millones en el cuarto trimestre de 2018, lo que representa un aumento del 5,4% frente al mismo trimestre del año anterior. Sus ingresos aumentaron interanualmente a US\$179.600 millones, lo que representa un aumento del 6,9 %. “En el ejercicio fiscal 2019, AmerisourceBergen se desempeñó extremadamente bien, impulsado por nuestros servicios de Distribución Farmacéutica y de Comercialización Global, así como del equipo de Salud Animal. Al trabajar como una organización unificada y conectada, creamos valor para nuestros accionistas, asociados, clientes y sus pacientes”, dijo *Steven H. Collis*, presidente de la junta directiva, presidente y CEO de AmerisourceBergen.

◆ En una nueva campaña publicitaria (la mayor de su historia), el fabricante de productos farmacéuticos **Bayer** lanzó su nuevo
(continued on page 2)



SANOFI

Empowering Life

IFPW da la bienvenida a Sanofi, el fabricante francés de productos

IFPW da la bienvenida a Sanofi, el fabricante francés de productos farmacéuticos, como miembro. Sanofi, uno de los líderes de la industria farmacéutica, trabaja para prevenir, tratar y curar enfermedades y dolencias durante toda la vida. La compañía tiene por objetivo mejorar la salud de las comunidades y encontrar soluciones para pacientes combinando ciencia de vanguardia con tecnología avanzada. Sanofi cuenta con 75 instalaciones de fabricación en 33 países. Las ventas totales de la compañía ascendieron a €34.463 millones en 2018. El año pasado, Sanofi invirtió €5,894 millones en investigación y desarrollo. En febrero de 2019, la compañía tenía 81 proyectos en desarrollo y 35 proyectos en Fase 3 o presentados para aprobación.

Sanofi creó la organización Comercio e Ingresos para generar colaboraciones innovadoras y centradas en los pacientes con clientes comerciales, especialmente mayoristas, en todas sus divisiones geográficas y comerciales. Sanofi espera que la colaboración con la IFPW mejore las vidas de gente de todo el mundo. Para obtener más información sobre Sanofi, visite <https://www.sanofi.com/>

Aclaración(cont.)...

pacientes puedan iniciar terapias necesarias antes, lo que resulta en mejores resultados.

ABC reunió recientemente a 400 fabricantes destacados y a ejecutivos de AmerisourceBergen en su cumbre anual ThinkLive, realizada en los alrededores del Distrito Federal para colaborar y compartir perspectivas sobre innovación, acceso de pacientes y apoyo de biosimilares y otras terapias novedosas.

“En AmerisourceBergen, reconocemos el papel significativo que representamos como el conector de los que crean los medicamentos de nuestro mundo y los profesionales de la salud que atienden a sus pacientes. Creemos que es nuestra responsabilidad seguir creando soluciones que mejoren la cadena de suministro de productos para la atención de la salud y permitir que los fabricantes, profesionales de la salud y pacientes prosperen en la actualidad y en el futuro”, dijo Robert Mauch, vicepresidente ejecutivo y presidente de grupo de AmerisourceBergen. “Estamos implementando constantemente programas nuevos y dinámicos para cumplir con las necesidades de nuestros fabricantes asociados y profesionales de la salud, como una organización unificada y conectada”.

La conferencia proporcionó a los asistentes una visión integral de las soluciones tecnológicas de ABC en su exhibición de Innovación y Tecnología. ABC también reveló detalles de su enfoque integrado de la comercialización y de sus inversiones recientes para ayudar a los fabricantes, proveedores y pacientes a navegar por el panorama de los productos farmacéuticos especializados.

Adoptar China 2.0: los fabricantes farmacéuticos destinan fondos e incrementan el empuje digital

(Fuente: Un artículo redactado por Brian Yang para Scrip)

En China, compañías como AstraZeneca, Merck KGaA y Johnson and Johnson están tomando medidas para financiar la innovación local y adoptar la transformación de la tecnología digital (como la inteligencia artificial, abreviada como IA, y la tecnología móvil, todas las cuales están cambiando rápidamente el panorama de la industria de la atención de la salud en China.

La compañía que lo hizo más recientemente, AstraZeneca PLC, anunció varias iniciativas, incluyendo un Fondo Industrial para la Atención de la Salud, con un presupuesto de US\$1.000 millones que apoyará la innovación local, un centro de investigación mundial y un centro de innovación de inteligencia artificial, ambos en Shanghái.

AstraZeneca anunció sus proyectos durante la Segunda Exposición Internacional de Importaciones Chinas y dijo que el Centro Mundial de Investigación y Desarrollo se concentrará en trastornos prevalentes localmente, como cáncer, enfermedades respiratorias y otras crónicas. La compañía también se concentrará en fomentar asociaciones más estrechas con compañías locales.

Entretanto, Merck KGaA dedicó capital inicial para compañías incipientes en China y abrió un Centro de Innovación en Shanghái. También abrirá una instalación similar en Guangzhou en noviembre.

El fondo de capital inicial se destinará a empresas locales innovadoras en tres áreas de Merck: atención de la salud, ciencias biológicas y materiales, así como nuevas áreas como soluciones de inteligencia artificial para la atención de la salud. El nuevo centro

de Guangzhou aprovechará el potencial de la nueva “Zona de la Bahía”, que incluye Guangzhou, Zhuhai, Hong Kong y Macao. El fondo y los centros de innovación proporcionarán a Merck la capacidad de trabajar en estrecha relación con asociados locales para acelerar la innovación en China y más allá.

A fines de octubre, el fabricante mundial de medicamentos Johnson & Johnson anunció la instalación de su Centro J&J de Empoderamiento de Datos en China. El nuevo centro permitirá que J&J adopte la medicina de precisión impulsada por datos y las plataformas abiertas de innovación que siguen la tendencia del sector de la salud a incorporar la tecnología digital en China. Una de las tareas principales del Centro será analizar datos para obtener conocimientos de las necesidades de los consumidores y de la demanda del mercado, así como formar detalles digitales y marcas impulsadas por datos.

Como parte de su estrategia, J&J Medical China firmó un acuerdo de comercialización, distribución e investigación y desarrollo con Beijing Tianzhilang (Tinavi) Medical Technology Co., Ltd., un fabricante de robótica ortopédica. La asociación se concentrará en cirugía de la columna vertebral y traumática, con el objetivo de mejorar la atención de los pacientes mediante soluciones digitales y apoyar a los cirujanos ortopédicos mediante el mejoramiento de la eficiencia y la precisión.

Noticias resumidas...(cont.)...

slogan “*Why We Science*” con una serie de avisos televisivos, junto con otros en medios digitales y sociales. La campaña muestra el valor de sus productos, desde la atención de la salud hasta la agricultura, en las vidas de los consumidores.

- ◆ Después de 21 años al timón de Laboratorios Abbott, su ejecutivo principal, *Miles White*, se jubilará el año que viene. El año pasado el Sr. White nombró a *Robert B. Ford* presidente y CEO. Se considera que será su sucesor, pero hasta el momento no ha sido nombrado oficialmente. White permanecerá como presidente ejecutivo de la junta directiva de Abbott.

- ◆ Numerosas fuentes de información indicaron que **Walgreens Boots Alliance (WBA)** está estudiando la posibilidad de privatizar la compañía. WBA ha estado en conversaciones preliminares con grandes firmas de capital y si se cristaliza será la mayor compra apalancada de la historia. Fuentes anónimas dijeron que la compañía contrató a Evercore Partners para ver si un trato de esa índole podría ser factible. WBA anunció que sus ventas del 4º trimestre aumentaron un 1,5%, a US\$34.000 millones (un aumento del 2,6% en moneda constante) y resultados financieros de su ejercicio fiscal 2019 con ventas que aumentaron un 4,1%, a US\$136.900 millones (un aumento del 5,8% en moneda constante).

- ◆ El fabricante estadounidense de productos farmacéuticos **Mylan** informó que sus ingresos correspondientes al tercer trimestre ascendieron a US\$2.900 millones, una cifra inferior a las expectativas de los analistas, de US\$3.010 millones. Los ingresos informados por acción fueron de US\$1,17, en comparación con las proyecciones de los analistas de EPS de US\$1,13. En otro orden de cosas, Mylan y Pfizer anunciaron que la nueva compañía formada por la combinación planificada de Mylan y de la división de Pfizer Upjohn, se llamará **Viatris**. Las compañías dijeron que el nombre derivado del latín tiene por objetivo encarnar el propósito de la nueva compañía de proporcionar una vía (Via) hacia tres (Tris) metas principales: expandir el acceso a medicamentos, liderar la innovación para cumplir con las necesidades de los pacientes y ser un asociado de confianza de la comunidad de atención de la salud.

(continued on page 3)

Noticias resumidas...(cont.)...

♦ La **International Federation of Pharmaceutical Manufacturers & Associations** (Federación Internacional de Asociaciones y Fabricantes Farmacéuticos, **IFPMA**), lanzó **Global Health Progress** (Progreso de la Salud Global). El centro de conocimientos se concentra en los esfuerzos de la industria que ponen de relieve los aportes a los Objetivos de Sustentabilidad de la ONU, especialmente el SDG 17. También ayuda a visualizar esfuerzos y realzar las oportunidades de colaboraciones futuras, así como de compartir información y aprendizaje de mejores prácticas. Para obtener más información, visite <https://globalhealthprogress.org>.

♦ La Comisión Europea aprobó la primera vacuna contra el ébola. Los reguladores europeos dieron el visto bueno a *Ervebo*, de **Merck**, que ahora se encuentra en la primera línea de combate contra la enfermedad mortal que cobró miles de vidas. Merck está trabajando en estrecha relación con la Organización Mundial de la Salud (OMS), el gobierno de Estados Unidos y Gavi, la Alianza para Vacunas e Inmunización, para garantizar el acceso a la versión de investigación con el propósito de respaldar la lucha en curso contra el brote de la enfermedad en el Congo. El en el Congo es el segundo mayor brote mortífero de ébola de la historia, después de la crisis de 2014 en África Occidental que cobró más de 11.000 vidas.

♦ La compañía estadounidense **Cardinal Health** informó que sus ingresos correspondientes al primer trimestre de 2020 ascendieron a US\$37.300 millones, lo que representa un aumento interanual del 6%. Informó una pérdida operativa GAAP en el primer trimestre de US\$5.300 millones, incluyendo US\$5.600 millones devengados vinculados al litigio de opioides. Los ingresos operativos no GAAP aumentaron un 6%, a US\$577 millones. “El comienzo de nuestro ejercicio fiscal 2020 es sólido y nos inspira confianza en nuestro rigor operativo y orientación hacia adelante”, dijo Mike Kaufmann, el CEO de Cardinal Health. “Nuestra disciplinada gestión de costos nos permite realizar inversiones estratégicas por toda la empresa”.

(Fuentes: Comunicados de prensa de las compañías, Drug Store News, FiercePharma, Reuters, Scrip y Yahoo Finance)