

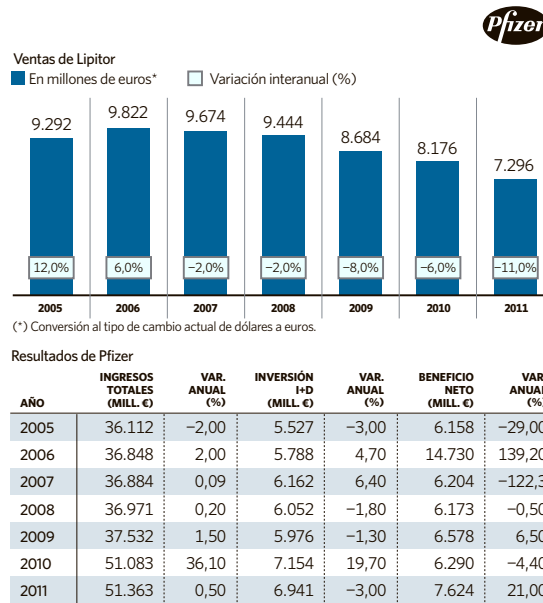
Empresas & Finanzas

El medicamento que marcó una época

Evolución de la Pfizer en bolsa



Fuente: Pfizer y elaboración propia.



Pfizer salva los muebles tras perder la patente del primer fármaco mundial

Con 'Lipitor' fuera de combate rediseña su estrategia para amortiguar el golpe

Rodrigo Gutiérrez MADRID.

Haber tenido en cartera el medicamento más vendido del mundo fue motivo de orgullo para Pfizer durante varios años. Con ventas anuales de más de 9.000 millones de euros el *Lipitor* fue capaz de encumbrar a la compañía en el *Olimpo* del sector. Pero nada es eterno. El vencimiento de su patente era cuestión de tiempo y finalmente pasó lo que tenía que pasar. *Lipitor*, recetado contra el colesterol, perdió primero la protección en mercados secundarios como España y Brasil (2010) y hace un año llegó el golpe de gracia. Estados Unidos se convertía en campo de batalla frente a los laboratorios de genéricos y esta situación abocaba a la compañía al peor de los escenarios previstos. Pfizer, pese a todo, ha logrado amortiguar con cierto éxito la desaparición de un medicamento que ha generado desde 1997 más de 70.000 millones de euros. Su estrategia, de momento, parece ser la acertada.

Aunque oficialmente la patente expiró en junio Pfizer logró retrasar hasta noviembre la competencia de los medicamentos de *marca blanca*, gracias a un acuerdo con el fabricante indio de genéricos Ranbaxy. A pesar de ello, las ventas de *Lipitor* cerraron el ejercicio pasado con un caída del 11 por ciento hasta los 7.296 millones. Para este año, no obstante, las previsiones apuntan a que la caída se mantenga

drá constante o, incluso, podría acelerarse. No en vano, según varios expertos los ingresos de un medicamento que pierde la protección pueden hundirse en porcentajes de hasta el 70 por ciento. Como referencia, hasta marzo de 2012 las ventas de *Lipitor* caían un 42 por ciento hasta 1.066 millones.

Pero la expiración de la patente de *Lipitor*, como no podía ser de otra forma, no cogió por sorpresa

a la compañía que ya había instaurado algunos *cordones sanitarios* para evitar su desestabilización.

Adquisiciones

Así, en enero de 2009, más de dos años antes de la fecha señalada, Pfizer gastó más de 50.000 millones de euros en comprar Wyeth. Una operación que le permitía incorporar a su cartera los medicamentos de su competidora, más jóvenes des-

de del punto de vista de la caducidad de su patente, solventar al mismo tiempo su poco éxito en el desarrollo de nuevos compuestos y mantener el beneficio.

Sin embargo, esta iniciativa no iba a ser suficiente y el laboratorio necesitaba poner en marcha reformas internas con las que ganar margen de maniobra. Para ello anunció miles de despidos en todo el mundo, el cierre de varias plantas de producción, la venta de algunas divisiones, como la de alimentación, y el rediseño de una nueva estrategia de I+D y su apuesta decidida por el mercado chino.

En éste último la postura de la compañía apunta a más a hacerse fuerte dentro del mercado de genéricos ya que la protección de las patentes en dicho mercado deja en ocasiones mucho que desear. "Estamos explorando oportunidades de desarrollo, incluyendo la creación de sociedades con compañías locales, para expandirnos en el área del mercado de genéricos", explicaba recientemente un portavoz de la Pfizer en el país asiático.

Así pues, el laboratorio ha logrado reducir paulatinamente su dependencia de este medicamento, que en 2006 llegó a suponer el 26 por ciento de su facturación, simultáneamente a la caída de ingresos. El mercado, de hecho, aplaude sus esfuerzos. Sus títulos se han revalorizado en bolsa más del 5 por ciento desde enero.

Más de diez medicamentos en las últimas fases de desarrollo

A pesar de haber contenido los costes operativos al máximo y de haber comenzado un ambicioso proceso de expansión en China dentro del mercado de genéricos, la I+D sigue siendo la actividad fundamental para el crecimiento de la compañía. Así, los esfuerzos en este campo han permitido que Pfizer tenga en estos momentos un total de dos medicamentos en fase de registro por parte de las autoridades en Estados Unidos. Así, un fármaco cardiovascular (*Eliquis*) y otro contra el dolor (*Celebrex*) podrían comenzar a rentabilizarse en los próximos meses. En fase III, la última antes de proceder con su aprobación para la comercialización, la compañía tie-

ne más de diez compuestos a la espera de que se finalicen los estudios con los que las autoridades valorarán el riesgo-beneficio del producto antes de dar luz verde. Pfizer también ha lanzado nuevas marcas como *Enbrel* o *Lyrica* recientemente. Esta última, de hecho, logró unos ingresos durante los primeros tres meses del año de 730 millones de euros. La integración de la estructura de I+D de Wyeth también ha ayudado a la empresa a hacer más eficientes sus esfuerzos innovadores. El año pasado la compañía invirtió un total de 6.941 millones de euros frente a los 7.624 millones de euros de beneficio registrados al cierre del ejercicio.

Cortizo invierte 15 millones en una fábrica al sur de Polonia

elEconomista MADRID.

Cortizo ha puesto en marcha una fábrica de perfiles de aluminio en Polonia en la que ha invertido 15,1 millones de euros y que, en una primera fase, permitirá crear un centenar de puestos de trabajo directos. El fabricante español de sistemas de aluminio para la arquitectura y la construcción enmarcó en su "ambiciosa" estrategia de internacionalización esta nueva planta con la que además refuerza su presencia en el país, en el que ya cuenta con una "extensa red comercial". La fábrica se ubica en Radomsko, en la provincia polaca de Lodz, y cuenta con una superficie de 10.500 metros cuadrados y capacidad para producir 6.000 toneladas de perfiles de aluminio al año. Cortizo destacó en un comunicado que el nuevo centro productivo de Polonia, que ya opera a pleno rendimiento, está estratégicamente emplazado en pleno "corazón del país", a unos 180 kilómetros de Varsovia y Cracovia. Aparte de a Polonia, esta fábrica destinará su producción a los mercados de Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia entre otros.

La Universidad Autónoma y Frial firman un nuevo acuerdo comercial

elEconomista MADRID.

La Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y el Grupo Frial han decidido reforzar su colaboración en el campo de la alimentación ampliando la explotación comercial de la patente Vidalim. Ésta es una mezcla oleosa de ingredientes bioactivos naturales "para la preparación de un producto alimenticio enriquecido", explican desde la universidad capitalina. En el año 2005 fue cuando el Grupo de Investigación en Ciencias de la Alimentación de la UAM y el departamento de genéricos del Grupo Frial presentaron esta patente "para el desarrollo de productos cárnicos funcionales", aseguran. Así, este producto se convirtió en la primera patente transferida por la UAM en este campo. Dicho compuesto "contribuye a la prevención de enfermedades crónicas muy graves, como las tumorales, cardiovasculares, inmunológicas y neurodegenerativas", según varios estudios.