



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

ANÁLISIS DE FUSIONES EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA (CASO PFIZER PRIMER LABORATORIO A NIVEL MUNDIAL)

Tesina que presenta la alumna **VERONICA MUNDO SALAS**, para obtener el Título de Licenciatura en Relaciones Internacionales, elaborada en el Seminario de Titulación impartido por la División de Educación Continua y Vinculación del Centro de Educación Continua de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Bajo los estatutos Universitarios del Programa de Titulación por tesina XXXII.

Director de Investigación: Profesor Alfredo Córdoba Kuthy

Octubre 2010.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A mis padres: Salvador y Mere, por su apoyo, por que de ellos he aprendido el valor de amar y sobre todo la fortaleza para enfrentar cualquier obstáculo.

A mi Esposo Juan Carlos: Por su amor, comprensión y apoyo en todo momento. ¡Gracias por compartir conmigo este proyecto!.

A mi hija Julieta: Gracias por venir a mi vida y darle esa chispa de alegría y entrega.

A mis hermanos Alberto y Salvador: Por ser unos hermanos ejemplares.

A mis hermanos Gabriel y Julio: Se que desde el cielo comparten también conmigo la felicidad de este logro.

A toda mi familia ¡gracias!

Verónica Mundo Salas

Índice

Introducción	Página 4
Capítulo 1: Las multinacionales en el contexto de las Relaciones Internacionales	Página 7
1.1. <i>Las Relaciones Internacionales (contexto actual)</i>	Página 7
1.2. <i>Las multinacionales: El papel que juegan en las Relaciones Internacionales</i>	Página 10
1.3. <i>Los monopolios en un mundo globalizado</i>	Página 12
1.4. <i>Las barreras de entrada a los mercados</i>	Página 15
1.5. <i>Las patentes y la propiedad Intelectual en el ámbito internacional (Organizaciones y tratados)</i>	Página 17
Capítulo 2: La Industria Farmacéutica	Página 23
2.1. <i>La Industria Farmacéutica a nivel internacional: Definición y Características</i>	Página 23
2.2. <i>El Sector Productivo Farmacéutico en México</i>	Página 27
2.3. <i>La importancia de las fusiones en el desarrollo de las Empresas Farmacéuticas</i>	Página 30
2.4. <i>Las patentes: Como un estímulo a las fusiones</i>	Página 33
Capítulo 3: Pfizer	Página 38
3.1. <i>Historia de Pfizer</i>	Página 38
3.2. <i>Principales características de Pfizer</i>	Página 40
3.3. <i>Posición de Pfizer en el mercado internacional</i>	Página 48
3.4. <i>Fusiones de Pfizer que lo han colocado como primer laboratorio a nivel mundial</i>	Página 49
Conclusiones	Página 57
Bibliografía	Página 60

Introducción

El presente trabajo ha sido realizado bajo la modalidad de tesina en el Seminario de Titulación en el Centro de Educación Continua de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Tiene como objetivo, hacer un estudio sobre la industria farmacéutica a lo largo de dos décadas. Durante las cuales, este sector ha desarrollado cambios importantes, en cuanto a fusiones se refiere. El caso particular que se desarrollará será Pfizer quien actualmente ocupa el primer lugar mundial.

La idea central del presente ensayo, a manera de hipótesis es estudiar las fusiones en la industria farmacéutica, como un proceso en el cual las empresas intervienen como actores principales, y con ello explicar el valor que tiene el vencimiento de patentes en estos procesos, ya que es el mayor problema que actualmente las multinacionales de este sector enfrentan, ya que los tiempos de investigación y desarrollo duran entre 8 y 12 años y el tiempo que tiene una patente vigente es de 20 años.

En el primer capítulo hablaremos de como las relaciones Internacionales a lo largo del siglo pasado y de esta última década, han replanteado su visión de cómo el mundo se comporta y cuál es el actuar de los Estados en el ámbito internacional, de tal forma que “En las relaciones internacionales existe diversidad de criterios sobre el sistema internacional y sus actores, regularmente se considera al Estado como el actor político principal en el sistema internacional, otros criterios dan el reconocimiento de nuevos actores en las relaciones internacionales a sujetos del Derecho Internacional Público, es decir, a los que tienen su personalidad jurídica internacional. Existen autores que reconocen a más sujetos dentro del contexto internacional indicando que los Estados no son las unidades exclusivas y dominantes del sistema del internacional, se consideran actualmente a las empresas multinacionales como actores de las relaciones internacionales que por sus características pueden ser dependientes y subsidiarios del Estado o bien como autores autónomos e independientes.”¹ De acuerdo a ello, es importante destacar del surgimiento de nuevos actores, que figuran en el contexto internacional, de lo cual hablaremos en este capítulo y que será la base para entender, que el fenómeno capitalista que se consolida al termino de la guerra fría, ayuda a los nuevos actores a tener una mayor influencia en este orden, tal es el caso de las empresas multinacionales, que de acuerdo a su estructura, desarrollo e incremento de su capital, llegan a tener una influencia importante en cualquier país donde se establecen.

Las multinacionales, han crecido con mayor impacto en el orden internacional, ya que en ellas se establecen objetivos claros, que les permiten llegar a cualquier tipo de mercado si ellas se los proponen, haciendo con ello el llamado “exportación de capital”, que no es más que una “Circulación de capitales de un país a otro, que puede producirse de diversas formas, como por ejemplo, inversiones directas en el

¹ García Vilar José Antonio, “Las Empresas multinacionales como actores autónomos de las Relaciones Internacionales”, *Revista de Estudios Internacionales*, Número 1, 1980, pág. 355.

extranjero, inversiones de cartera, donaciones, etc.”² Y que beneficia en todo momento al país receptor y llega a tener tal peso, que la inversión destinada a la producción e innovación, en algunos casos puede llegar a ser mayor a la que el mismo Estado ejerce.

Las multinacionales han creado de igual forma, esquemas que les permiten desarrollarse en un mundo globalizado y con ello en un mercado más competitivo, invirtiendo en ello de igual forma un capital importante, con el fin de crear monopolios en mercados específicos, en el caso de la industria farmacéutica, su inversión va dirigida a la investigación y el desarrollo de nuevas moléculas, que le permitan tener un monopolio temporal a través de las patentes. Tan sólo “En el 2008, se invirtieron en México, solamente en lo que se refiere a investigación clínica, alrededor de 1,100 millones de pesos y para 2009, 1,350 millones.”³

Por otro lado, en el mundo existen diversos Organismos y Tratados que han sido creados para regular y sobre todo unificar conceptos en el ámbito internacional, varios son los países que han adoptado estos sistemas y que han tratado de dar soluciones a viejos conflictos existentes desde mucho tiempo atrás. En este sentido, los Estados de igual forma, crean dentro de su estructura, sistemas que se alinean a estos acuerdos o tratados, lo que les ayuda a crear una regulación interna que les permite hacer frente a cualquier conflicto que se pueda suscitar, en el ámbito internacional.

En el segundo capítulo, hablaremos de uno de los sectores, que tiene gran peso económico en el orden internacional, debido a su posición estratégica en cuanto a salud y problemas sanitarios que los Estados tienen. Daremos a conocer cuáles son las principales características que la industria farmacéutica a nivel internacional tiene y cuáles son los retos a los que hoy en día este grupo de empresas se enfrenta, debido al vencimiento en patentes dentro de sus líneas de productos, así como el surgimiento y crecimiento de empresas dedicadas a la fabricación de productos genéricos. Y cómo este sector, ha tenido que hacer frente a estos problemas, a través de fusiones que le permitan, seguir innovando, invirtiendo en la investigación y desarrollo de nuevas formulas, que puedan hacer frente a las enfermedades que la sociedad mundial padece. También mencionaremos el contexto actual de la industria farmacéutica en México.

El tema del vencimiento de patentes en la industria farmacéutica, es de vital importancia, ya que es la base de su sistema productivo, sin la invención y la innovación, su negocio se basaría única y exclusivamente en la comercialización de productos, pero no haría frente a las nuevas enfermedades o al mejoramiento de la calidad de vida de los pacientes.

Las fusiones han sido una estrategia, dentro del sector y en especial en el seno de los más grandes corporativos a nivel mundial de la industria farmacéutica, ha permitido que éstas multinacionales, acorten sus procesos en el lanzamiento de productos adquiriendo moléculas, que se encuentran dentro de la fase III, es decir ya muy pronto

² Véase Glosario de términos financieros y de negocios en: <http://www.intracen.org/tfs/docs/glossary/es.htm>

³ Véase CANIFARMA investigación Clínica en México en: http://www.canifarma.org.mx/01_investigacion.html

por aprobarse por las autoridades competentes una de ellas la FDA (Food and Drug Regulation) en Estados Unidos.

Finalmente en el tercer capítulo hablaremos de la historia de Pfizer, y como ésta ha sido muy importante para su consolidación como empresa multinacional, pues desde sus inicios su visión era de crecimiento y poco a poco fue ampliando su negocio a diversos países en el mundo, lo cual hizo crecer su negocio, de igual forma lo realizó a través del co-marketing con otras empresas y muy recientemente a través de las fusiones.

Bajo estas estrategias, Pfizer ha comenzado desde principios del 2000, ha realizar varias fusiones entre ellas: con Warner- Lambert, Pharmacia y la más reciente con Wyeth, haciéndose con ello de varios productos que en la actualidad, ya ha sido lanzados o están en proceso de serlo.

Así Pfizer, se ha consolidado como una empresa líder dentro de este sector y ha sido pionera en diversos temas, como el del mejoramiento ambiental, a través de estrategias bien estructuradas, con ello Pfizer va a la vanguardia y le permite tener una posición estratégica tanto en el orden económico, como en el político.

1. Las multinacionales en el contexto de las Relaciones Internacionales

1.1. Las Relaciones Internacionales (contexto actual)

Hechos importantes en el mundo han causado grandes cambios en el ámbito de las relaciones internacionales, por un lado el fin de la guerra fría donde dos países – Estados Unidos y la Ex Unión Soviética-, peleaban por consolidar su hegemonía en el mundo y buscaban consolidar sus políticas, tanto capitalista como comunista, creando dos bloques importantes que regulaban la escena internacional, y que con la caída de la Ex Unión Soviética, el orden internacional fijaba sus ojos en el único actor que podía continuar con un liderazgo sólido a nivel mundial, los Estados Unidos y el Capitalismo.

“No obstante ha tenido lugar un cataclismo de grandes proporciones y ha sido un cataclismo que acabó no sólo con la guerra fría y el reto de la revolución bolchevique sino también con un período más largo de la historia internacional durante el cual existía un movimiento contestatario identificable ante el modelo capitalista hegemónico.”⁴

“El “fin de la guerra fría” fue un fenómeno compuesto que involucraba varias tendencias históricas importantes y que posiblemente tardarán mucho tiempo en desarrollarse. En primer lugar –lo que en muchos aspectos es lo más importante- el fin de la guerra fría marco el fin del conflicto interestatal que había dominado el mundo desde 1945 y el fin de la confrontación nuclear soviético-estadounidense. Dos cuestiones que evidentemente se planteaban en relación al futuro eran las de si esto marcaba el fin de la rivalidad militar de las grandes potencias en general, al menos por el espacio aproximado de una generación, y la de si un nuevo modelo de bloques interestatales y de hegemonía surgiría para reemplazar al viejo.”⁵

El escenario internacional pasaba de ser bélico a una paz, intranquila pues todavía existen resquicios de lo que el mundo con anterioridad había vivido. Los Estados modificaron, políticas económicas internacionales, que le permitan hacer frente al nuevo orden económico, pues la consolidación del capitalismo era inminente, ante la caída del sistema comunista. Siendo el aspecto económico, muy relevante para entender de igual forma, la política interna de cada Estado.

Por otro lado, se ha suscitado en el orden mundial varias crisis económicas, que han impactado en las estructuras financieras de los países, tendiendo entonces que replantear políticas internas, ya no siendo su prioridad el buscar la guerra o la paz, la realidad es que los Estados, fijan más sus ojos en temas que realmente puedan trastocar su seguridad, sea económica, política o social.

⁴ Halliday Fred, *Las relaciones internacionales en un mundo en transformación*, Ed. Catarata, 2002, Madrid, pág. 256

⁵ Ibidem, pág. 257

El autor Michael Nicholson en su libro *International Relations*, afirma que:

“Los gobiernos parecen estar enfocados en asuntos económicos, así como con los asuntos de seguridad, ajustando su política exterior, realizando acuerdos para sus nacionales y con ello fomentar cualquier cosa que sea visto como cuestión de seguridad.”⁶

Así el ámbito mundial en el tema económico se ve trastocado por diversas crisis, una de ellas, el llamado jueves negro del 29 de octubre de 1929, donde la economía norteamericana se desplomó literalmente “Nueve millones de estadounidenses, de una población de 122 millones, que tenían sus ahorros en papeles de bolsa, vieron desintegrarse sus fortunas como la sal en el agua. Solo ese día sus acciones perdieron 10 mil millones de dólares.”⁷ Este acontecimiento dio lugar a la que varios países europeos, también se sintieran afectados por esta situación. A pesar que años anteriores, los Estados Unidos habían tenido una época de bonanza, debido entre otras cosas a que su sistema productivo era sólido después de la Segunda Guerra Mundial. Sin embargo, el ámbito bursátil y los bancos no establecieron un futuro igual, debido a que “Los bancos les prestaban a quienes solicitaban crédito para invertir en las bolsas a lo ancho y largo de los Estados Unidos. Y estos papeles de bolsa los recibían los mismos bancos como garantía para nuevos créditos.”⁸ Lo cual provocó que el mercado norteamericano, no tuviera las bases económicas, sólidas que se dan a través del sector productivo y por ende cayó una crisis que duró varios años.

Los mismos efectos tuvo la crisis de octubre de 1987, cuando “la bolsa de Wall Street y con ella las acciones de las 30 mayores empresas norteamericanas. Durante dos lunes negros de ese fatídico octubre de 1987 se perdieron en la bolsa 400 000 millones de dólares en un derrumbe inesperado.”⁹

Recientemente, el mundo sea visto inmerso en otra crisis económica, el año 2008 fue marcado por situación de inestabilidad económica, debido a “los fondos de inversión y los bancos que en búsqueda de más y más rentabilidad, encontraron un veta de oro artificial y adquirieron y revendieron de banco en banco, de país en país, paquetes de hipotecas que eran préstamos de viviendas colocados a usuarios “ninja” –que no tenían ingresos, ni trabajo fijo o suficiente- quienes recibían propiedades firmando pagarés a tasas impagables.”¹⁰

De acuerdo a Stiglitz esto se debe a que “Durante un cuarto de siglo han prevalecido determinadas doctrinas sobre el mercado libre: Los mercados libres y sin trabas son eficientes; si cometen errores, los corrigen rápidamente. El mejor gobierno es un

⁶ “Governments seem as concerned with economic issues as they are with security issues, adjusting their foreign policies as much to guide lucrative contracts to their nationals as to further anything that could plausibly be regarded as security.” Traducción propia.

Nicholson Michael, *International Relations*, 2nd edition, Palgrave macmillan, 2002 New York, pág. 2

⁷⁷ Krugman Paul, Stiglitz Joseph, Gorvachov Mijail, *La crisis económica mundial*, Ed. La oveja negra, junio 2009, Pag. 17

⁸ Ibidem, Pág. 21

⁹ Ibidem. Pag. 29

¹⁰ Ibidem Pag. 32

gobierno pequeño, y la regulación lo único que hace es obstaculizar la innovación.”¹¹ Este pensamiento ha llevado no solo a Estados Unidos a estar inmerso en una crisis, sino que ha trastocado el sistema financiero mundial.

De acuerdo con Stiglitz “Cabría pensar que con la crisis de 2008 el debate sobre el fundamentalismo del mercado –la noción de que los mercados sin trabas pueden por sí solos asegurar la prosperidad y el crecimiento económico- se habría terminado. Cabría pensar que nadie, nunca más –o por lo menos hasta que los recuerdos de esta crisis se hayan perdido en un pasado remoto- argumentaría que los mercados se corrigen por sí mismos y que podemos confiar en el comportamiento en interés propio de los participantes en el mercado para asegurarnos de que todo funciona bien.”¹²

La visión de Stiglitz, nos permite entender el panorama económico que actualmente el mundo está viviendo, a través del sistema capitalista y con ello del pensamiento sobre el fundamentalismo del mercado. La realidad es que vivimos inmersos en este sistema que hasta el momento tiene deficiencias, que benefician a unos cuantos y a otros los deja en la miseria. “Una crisis que comenzó en Estados Unidos muy pronto se hizo global, a medida que decenas de millones de personas en todo el mundo perdían sus empleos -20 millones en China- y decenas de millones caían en la pobreza.”¹³

Una propuesta, de cómo mejorar la economía y evitar que futuras crisis impacten de manera importante al mundo es planteada por este escritor y menciona: “Los mercados son la base de cualquier economía próspera, pero que no funcionan bien por sí solos. En este sentido estoy en la tradición del celebrado economista británico John Maynard Keynes, cuya influencia domina el estudio de la teoría económica moderna. Es necesario que el gobierno desempeñe un papel y no solo rescatando la economía cuando los mercados fallan y regulándolos para evitar el tipo de fracasos que acabamos de experimentar. Las economías necesitan un equilibrio entre el papel de los mercados y el papel del gobierno, con importantes contribuciones por parte de los institucionales privadas y no gubernamentales.”¹⁴

Otro cambio importante en las relaciones internacionales, se ubica en el pensamiento de que los Estados son los actores privilegiados de las relaciones internacionales. Sin embargo, existen otros actores internacionales autónomos que suelen influir en el ámbito para los que fueron creados, tal es el caso de la Organización Mundial de Salud, que informaba y daba recomendaciones sobre las acciones que se debían llevar a cabo en la pasada crisis de influenza que se vivió en nuestro país, o el Fondo Monetario Internacional, que tiene gran influencia en temas económicos en el mundo. De igual forma las Empresas Multinacionales que han crecido y evolucionado, siendo cada día más importantes, y de las cuales hablaremos con mayor amplitud en el siguiente capítulo.

Por lo que respecta al sistema económico mundial, éste ha cambiado, anteriormente solo se pensaba en la idea de que un Estado tuviera su propia moneda, y hoy en día

¹¹ Stiglitz Joseph E, *Caída Libre el libre mercado y el hundimiento de la economía mundial*, Ed.Santillana Ediciones Generales, 2010, PP..11-12

¹² Ibidem, Pág. 13

¹³ Ibidem. Pag. 11

¹⁴ Ibidem Pág.12

Europa nos ha mostrado que eso, es cosa del pasado debido a su integración regional, teniendo una sola moneda en su conjunto.

“Una de las tendencias más claras a finales del siglo veinte, es la constitución en bloques continentales de las naciones. Europa ha logrado finalmente formar una unión primero con pretensiones sólo de unir las economías y luego ya con el propósito de abarbar lo social y lo político, por lo que iba de ponerse en pie para sorpresa de muchos países una verdadera Unión Europea.”¹⁵

1.1 . Las multinacionales: El papel que juegan en las Relaciones Internacionales

Desde el siglo pasado, emergieron en el ámbito internacional las llamadas corporaciones multinacionales, a las cuales se les acuñó este término “en Estados Unidos en 1960 para definir aquellas empresas que poseían y controlaban activos productivos en más de un país y rápidamente se difundió y popularizó por todo el mundo.”¹⁶

Poco a poco, las multinacionales comenzaron a tener un papel protagónico en el entorno internacional, particularmente en el comercio exterior, ya que dichas corporaciones, acumularon un volumen importante de capital, que en un mundo capitalista, este aspecto es preponderante. “Lo cual ha permitido que las operaciones internacionales, se han ido haciendo en una escala masiva, se han expandido rápidamente y están determinando patrones políticos, económicos y de desarrollo social a través del mundo.”¹⁷

De acuerdo a Miguel León Prado las multinacionales se han desarrollado debido a las siguientes razones: “a) auge del proteccionismo arancelario, iniciado en las tres últimas décadas del siglo pasado, que marcó la preferencia de la exportación de capitales como el más óptimo cauce para la conquista de los mercados exteriores; b) dentro de esa forma de dominio de mercados, la modalidad de la inversión directa, el establecimiento de fábricas en los mercados por conquistar es, sin duda, la más eficaz; c) el auge del proceso monopolista basado en la contracción de la oferta sobre los mercados monopolizados, propicia la acumulación de excedentes internos en las formaciones capitalistas desarrolladas bajo la forma de excedente de capital y fomenta su exportación exterior; d) el vertiginoso ritmo de las innovaciones tecnológicas ha convertido a la explotación intensiva de las fuerzas de trabajo en la forma de explotación dominante; de ahí que el capital se desplace a las áreas geográficas y a los sectores más sensibles al avance tecnológico”.¹⁸

El avance de estas empresas, ha dado como consecuencia que estos actores internacionales con autonomía propia, tengan cierta influencia en la toma de decisiones en el ámbito mundial, debido a sus propios intereses. Ya que tienen una política independiente que los ayuda a tener relaciones con otros actores, llámense Estados, ONG`s, etc. Además de ejercer su propia política exterior. De igual forma “las

¹⁵ Cardiel Reyes Raúl, *El próximo orden mundial*, Ed. Seminario de cultura Mexicana, México, 1994, Pág. 60

¹⁶ Valdiviso Jesús Ma., *Historia económica de la empresa*, Ed. Crítica, Barcelona, pág 412

¹⁷ Hays Richard D., *Comercio Internacional Introducción al mundo de la empresa multinacional*, Ed. Prentice/Hall international, New Jersey, 1974, pág. 23

¹⁸ León-Prado Miguel, *Estrategia y poder de las multinacionales*, *Nueva Sociedad*, Num.38, Septiembre-Octubre 1978, PP. 55-66

Empresas multinacionales han cambiado la imagen de la empresa, han invadido la totalidad de sectores de actividades productivas; se han constituido en centros internacionales de decisión al margen de los Estados y con capacidad de imponerse a escala mundial; han superpuesto a la economía de intercambio entre Estados, una economía entre empresas gigantes; y a una economía de mercado, una economía de intercambio entre filiales; pueden *organizar* la producción y los intercambios comerciales conforme a sus necesidades.”¹⁹ Con estas características, las empresas multinacionales se vuelven en todo momento un factor desequilibrante en el entorno financiero mundial, y se convierten en un ente muy poderoso frente a los Estados. Y a pesar que solo se les puede en su momento localizar como un actor que tiene una influencia en el sector económico, esto no es del todo real debido a que estas también tienen una participación importante dentro de la política Internacional y nacional de los Estados donde se encuentran establecidas. “Las Empresas multinacionales pueden movilizar sustanciales recursos, para modificar el comportamiento de los Estados y demás actores, y para transformar profundamente el sistema internacional, alterando el juego de los actores «clásicos», los Estados.”²⁰ Esto lo podemos constatar en el apartado de Características de Pfizer, donde, dicha empresa ha creado un Comité especial dentro de su organización, que vigila, analiza y apoya las decisiones tomadas en el seno de la política estadounidense, aun cuando estas operaciones no se puedan ver como corrupción.

Las multinacionales tienen características fundamentales que las hacen diferentes a cualquier otro actor de las Relacionales Internacionales, por un lado tienen la capacidad de establecerse y estructurarse de una manera independiente, tomando con ello de igual forma sus propias decisiones en relación las políticas que se desarrollaran dentro de cada filial. Es por ello que crean su identidad propia, de la cual hablaremos más adelante, en el caso de Pfizer, como son su visión, Misión y Propósitos, los cuales los identifican como una sola organización, que los llevará a cumplir con sus objetivos primordiales.

Para García Vilar, las empresas multinacionales han desarrollado un poder importante en las relacionales internacionales, debido a las siguientes capacidades o factores que desarrollan. Para que ellas puedan contar con un poder inherente frente al Estado, este mismo autor hace en este listado una comparación de cómo el Estado se vuelve un poco más vulnerable frente a estas empresas:

- **Capacidad de decisiones Internacionales:** las corporaciones multinacionales tienen la capacidad de enfrentar cualquier situación de manera inmediata ya que su misma estructura, les permite actuar de manera rápida y concisa en cualquier circunstancia, la toma de decisiones se hace en la mayoría de los casos a través de los CEO's (encargados de la administración global de la empresa) quienes pueden influir en cualquier cambio que nivel mundial se realice. En este sentido, los Estados no pueden por diferentes situaciones hacer una toma de decisiones tan rápida como lo harían estos corporativos.
- **Capacidad de Transferencia:** las empresas multinacionales tienen la capacidad de transferir cualquier cantidad de dinero a la filial que ellos dispongan, con la finalidad de crear un auge o mayor consolidación de la misma, para uso exclusivo del mejoramiento del negocio, cosa que los Estados por su misma estructura, y límites geográficos, no lo pueden realizar. “La capacidad de transferencias monetarias puede crear perturbaciones a las monedas de los Estados, porque éstos disponen de menos reserva monetaria que ciertas multinacionales; pero además puede perturbar el funcionamiento

¹⁹ García Vilar José Antonio. Las empresas multinacionales... Op. Cit., pág. 360

²⁰ Op. Cit., pág. 361

del sistema monetario internacional.”²¹ Este es el gran poder que hoy en día las multinacionales han alcanzado, y que en cierta forma pueden desestabilizar cualquier país, debido a la gran inversión de distintos países.

- **Capacidad direccional y Organizativa:** Esta capacidad de Organización y con un liderazgo inminente en el manejo direccional de sus ejecutivos, crea en los mismos integrantes, una cierto sentimiento de pertenencia, lo cual ayuda a tener una credibilidad, frente a los Estados donde dichas empresas se han establecido.
- **Capacidad Competitiva:** El tema de la competencia en las multinacionales, es de suma importancia, ya que saben que al entrar en cualquier mercado, este por consecuencia se vuelve un campo de batalla. Así cuando una empresa no es capaz de ser competitiva, tiende a sucumbir. En la mayoría de los casos, las corporaciones para poder ingresar a un mercado específico, con anterioridad realizan un estudio de los beneficios y desventajas que representa el invertir en un país. Al querer entrar a un mercado “la competencia que generan las Empresas multinacionales gigantes puede hacer surgir la acción de los Estados receptores: bien en la forma de fomentar fusiones de Empresas multinacionales menores para frenar esa competencia y dependencia originada por las actividades de la Empresa multinacional gigante, bien en forma de ayuda pública a una Empresa multinacional de su propio país para potenciar su capacidad competitiva a escala internacional.”²²
- **La exclusividad de Conocimientos:** Uno de los poderes que estas empresas llegan a tener es a través del avance tecnológico y por ende a través de la innovación que se da en este contexto, tal es el caso de las patentes, que se guardan con mucho recelo, antes de que su vencimiento lleve a cabo. Esto les permite, tener una preponderancia ante cualquier tipo de competencia.

La estructura de las empresas multinacionales, aunado a un poder financiero importante, han creado en el ámbito de las Relaciones Internacionales un actor, que tiene la capacidad de influir en la toma de decisiones de cualquier Estado. Provocando que muchas de las políticas adoptadas por los estados, sean adaptadas a beneficio de estas empresas. Es por ello que Stiglitz “Critico el papel que juegan las transnacionales en la configuración de las políticas públicas que deben seguir los países en desarrollo y puso como ejemplo a los laboratorios médicos, que han logrado que existan prohibiciones muy fuertes para el uso de medicinas genéricas, a pesar de su bajo costo.”²³

1.3. Los monopolios en un mundo globalizado

Como vimos en el apartado anterior, el crecimiento de las multinacionales hoy en día en el contexto mundial es cada vez más importante, ellas representan el funcionamiento de muchos sectores en el ámbito del comercio internacional y a través de ellas podemos conocer los llamados monopolios, que día con día luchan en un mercado cada vez más competitivo, debido al surgimiento de nuevas tecnologías y acceso a la información.

²¹ Op. Cit. Pág. 365

²² Op. Cit. Pág. 367

²³ Partida Juan Carlos, Imponen transnacionales políticas públicas a naciones pobres, critica el nobel Stiglitz, La Jornada, jueves 30 de noviembre del 2006, Pag. 23.

“El monopolio se presenta cuando en una industria solo existe una empresa que ofrece un bien o un servicio y no se tienen sustitutos cercanos.”²⁴ En el caso de la industria farmacéutica, ésta ejerce un monopolio temporal al contar con una patente, que le permite a un laboratorio en particular la venta de ese producto.

Los monopolios cuentan a su vez con características importantes que los definen:

“1. Vendedor único: Un monopolista es una industria de una sola empresa. Esa empresa es el único productor de un bien específico o el proveedor exclusivo de un servicio; la empresa y la industria son sinónimos

1. No hay sustitutos cercanos: El producto del monopolista es único por cuanto no tiene buenos sustitutos o sustitutos cercanos. Desde el punto de vista del comprador no tiene más alternativa que prescindir del producto.
2. “Formador de precios”: La empresa individual que opera en competencia perfecta no ejerce ninguna influencia sobre el precio del producto, es un “tomador de precios” porque sólo aporta una fracción insignificante de la oferta total. En contraste, el monopolista puro es un *formador de precios*; la empresa ejerce un fuerte control sobre el precio puesto que aporta y controla la cantidad total ofrecida.”²⁵

Las características señaladas en el párrafo anterior, nos ayudan a entender que en la industria farmacéutica, un laboratorio que cuente con una patente no tiene en 20 años ningún sustituto cercano, sin embargo en este ejemplo el comprador no puede prescindir del producto, porque está de por medio su salud. Con lo cual el impacto que un laboratorio ejerce en la venta de un medicamento, es importante y más aún si este es un monopolista formador de precios, es casi imposible que una persona que gana el salario mínimo en nuestro país pueda acceder a la compra de un medicamento caro.

“La competencia monopolística no requiere cientos o miles de empresas como ocurre con la competencia perfecta, sino apenas una cantidad suficiente grande, 25, 35, 60 o 70.”²⁶

La industria farmacéutica en su caso tiene una competencia monopolística pues en realidad a nivel mundial son pocos los laboratorios que comparten las grandes ganancias que se generan, los cuales mencionaremos en el capítulo dedicado a este sector en el presente trabajo.

Pero, ¿Cómo hacen estos monopolios para subsistir, qué es lo que los diferencia en esta gran competencia?

Campbell en su libro *Economía* menciona cuatro puntos importantes:

1. Calidad de Producto
2. Servicios

²⁴ Vargas Sánchez Gustavo, *Introducción a la teoría económica*, Ed. Pearson Educación, 2002, Pág. 244.

²⁵ McConnell Campbell R., *Economía*, Ed. McGrawHill, Santa Fé de Bogotá Colombia 1997 Pág. 511

²⁶ *Ibidem*, Pág. 534

3. Ubicación
4. Publicidad y empaque

Estas cuatro grandes características, nos permiten entender como los monopolios los adoptan para seguir subsistiendo ante un mundo competitivo y global, las cuales son esenciales para diferenciarse ante sus competidores.

Siguiendo a Campbell y a los cursos de desarrollo institucional que se imparten dentro de la industria farmacéutica podemos hacer la siguiente anotación.

Calidad de Producto: En la industria farmacéutica la calidad del producto está totalmente implícita, debido a los estándares de seguridad y calidad que en ella se manejan, y que por ende son supervisadas por una institución gubernamental, que valida su eficacia en el tratamiento indicado. “En la producción a escala industrial de un medicamento, las empresas éticas y responsables se someten no sólo a las normas vigentes en los países donde se encuentran sus plantas de manufactura, en el caso de México a las normas de la Secretaría de Salud, sino también a normas internacionales como las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM o GMP por sus siglas en inglés)²⁷. Lo que los diferencia en relación a sus competidores, es la innovación, pues puede haber un padecimiento específico, que puede ser tratado a través de diferentes medicamentos, y ser sanado con mayor rapidez, debido a la fórmula o a la concentración. Este tipo de característica, la logro llevar a cabo Pfizer, con su producto Lipitor, que más adelante lo mencionaremos.

Servicios: En este sentido los laboratorios han dado un vuelco importante en relación al servicio, tratando con ello de satisfacer uno de su cliente final, solucionando cualquier caso que se presente ante una reacción adversa del medicamento a través del departamento de farmacovigilancia, del cual hablaremos más adelante. De igual forma existe una sinergia entre médicos (un intermediario importante entre la empresa y el cliente final) y el laboratorio, mediante Becas Médicas, conferencias o actualizaciones médicas. “La industria farmacéutica proporciona anualmente educación médica continua a cerca de 40,000 profesionales del ramo, apoyando así su desarrollo y alta especialización. Al publicar los resultados de estas investigaciones, los médicos involucrados frecuentemente son invitados a formar parte de la lista de autores, lo cual incrementa su prestigio y reputación, y al mismo tiempo les aporta puntos curriculares a aquellos inscritos en el Sistema Nacional de Investigadores.”²⁸ O en su caso

Ubicación: En este sentido el laboratorio que prevalece es, el que coloca su producto en la mayor cantidad de farmacias, no solo las más importantes, sino también aquellas cercanas al consultorio médico, es por ello que se cuida que el nivel de distribución sea el adecuado, ya que de no existir el producto, puede ser una venta no concluida o caída, es por ello que una de sus principales actividades que tiene el Representante Médico, es la del monitoreo de Farmacias.

Publicidad y Empaque: Finalmente esta característica de igual forma ha sido atraída por la industria farmacéutica, ya que invierte una cantidad importante en cuando a mercadotecnia y publicidad se refiere, no solo para atraer la atención del paciente (para los productos OTC o de venta libre), por medio de los anuncios de televisión, sino también del médico, a través de muestras médicas, ayudas visuales y regalos que contengan presencia de marca en cada uno de ellos.

²⁷ Véase AMIF en: http://www.amiif.org/cms/images/stories/sala_prensa/amiifbroch.pdf

²⁸ Véase AMIF en: http://www.amiif.org/cms/images/stories/sala_prensa/amiifbroch.pdf

Es por estas características esenciales dentro de estas multinacionales que T. Veblen ya desde 1904 menciona: "...es muy dudoso que haya algunas empresas exitosas dentro del ámbito de las industrias modernas en las que el rasgo del monopolio esté totalmente ausente. Son, desde cualquier criterio, pocas y de escasa importancia. Y el objetivo de todas aquellas empresas que buscan una continuidad permanente de su negocio es conseguir tanto poder de monopolio como puedan."²⁹

1.4. Las barreras de entrada a los mercados

Para hablar de barreras de entrada a los mercados, es necesario hacer referencia al concepto de Monopolio puro el cual como menciona Campbell es:

"El monopolio puro o monopolio absoluto existe cuando una sola empresa genera un producto para el que no existen sustitutos cercanos".³⁰ En este sentido, existen multinacionales que por su estructura y el mercado, se pueden considerar como monopólicas, pues no cuentan con una competencia cercana que les pueda quitar mercado. En este caso, estas son aquellas, que de igual forma regulan los precios, ya que ellos son creadores de la demanda y por ende de la oferta.

El acceso a esta industria monopólica, es casi imposible, debido a que no existen competidores dentro de este sector, por lo que el ingreso es casi nulo, pues existen diversas barreras de entrada, como pueden ser legales (patentes), que no permiten surgir nuevas empresas en este ramo y por ende el monopolio se fortalece en mayor medida.

Para el autor Emilio se pueden identificar cuatro barreras importantes a la entrada en la industria farmacéutica:

- a) **Patente:** los medicamentos son productos difíciles de investigar y desarrollar, pero una vez descubiertos, el copiarlos es tarea relativamente fácil y poco costosa.
- b) **Investigación y desarrollo:** Las elevadas inversiones necesarias para poner en marcha los centros de investigación necesarios para el descubrimiento y desarrollo de medicamentos, tanto desde el punto de vista estructural y humano, son otro factor que frena la entrada de nuevos participantes en la industria farmacéutica.
- c) **Marketing:** Los elevados gastos de comercialización del producto, en especial los derivados de la necesidad de disponer de amplias redes de venta con un elevado nivel de formación que proporcione directamente al médico, son otra barrera a la entrada de nuevas empresas en el sector farmacéutico.
- d) **Imagen de compañía:** un cuarto freno a la entrada, específico de la industria farmacéutica, es la imagen que deben transmitir a los prescriptores las empresas participantes del sector. Puesto que la prescripción y uso de medicamentos implica un cierto grado de riesgo, la imagen de la empresa la

²⁹ Veblen, T, The theory of Business Enterprise. **En:** Valdaliso Jesús Ma, Historia económica... Op. Cit. pág. 271

³⁰ McConnell Campbell R., *Economía...* Op. Cit. pág. 511

imagen de la empresa descubridora y fabricante del medicamento es importante factor de credibilidad y seguridad para el médico prescriptor, especialmente en la fase de introducción del medicamento”³¹

Estas cuatro barreras y el avance tecnológico, nos permiten entender el por qué empresas pequeñas o medianas no pueden acceder a este mercado, pues su constitución y capital no les permite llegar a ser competencia de estas grandes empresas.

Como mencionamos anteriormente una de las barreras de mercado, son las patentes, ya que ellas promueven en sí mismas, un monopolio temporal ofrecido por el Gobierno. De hecho uno de los sectores, que ha sabido ejercer este beneficio, es la industria farmacéutica. Ya que a través de este tiempo por el cual, se tiene el permiso de exclusividad, ningún otro laboratorio puede acceder a este tipo de tratamiento y de igual forma no tiene ninguna competencia cercana.

Sin embargo los monopolios, en algunos casos no son perpetuos a menos que tengan una protección extensa por parte del gobierno. Para los laboratorios farmacéuticos, este monopolio otorgado a través de patentes, no es permanente ya que su vigencia es de solo 20 años. De igual forma han surgido nuevas tecnologías como la biotecnología, en la cual han tenido que fijar sus ojos para seguir prevaleciendo en el mercado.

Con el fortalecimiento de laboratorios multinacionales, algunos laboratorios nacionales como Laboratorios Sanfer, AF-Carnot, Laboratorios Hormona, Silanes, etc, tuvieron que cambiar sus estrategias de mercado para poder competir con las grandes estructuras, que contaban con una innovación tecnológica superior, con mayor experiencia en la promoción y mercadeo de productos, lo cual llevo a una mayor consolidación en el mercado mexicano de empresas provenientes de Estados Unidos y Europa, quienes contaban ya con una mejor estructura y una mayor posibilidad ante un mercado que sin duda tenía fuertes atrasos en este sector. Estas empresas mexicanas, han sobrevivido ante una competencia tan desigual, frente a grandes multinacionales, sin embargo han tenido que replantearse el cómo seguir adelante con su negocio, y solo lo han podido hacerlo a través de la inversión en Investigación y Desarrollo, para poder ser una empresa “competitiva”, y buscar nuevos negocios en otros países.

Un ejemplo claro de ello es laboratorios AF-Carnot, quien actualmente se ha diversificado y ha apuntado al 100 por ciento a la investigación, ya que forma parte de Grupo Techsphere, “ocupan el cuarto lugar entre las farmacéuticas de capital mexicano, y están en un proceso de expansión y mayor internacionalización; para ello, se han creado filiales desde Argentina hasta Canadá”³². Su filosofía va encaminada a “manufacturar y comercializar efectivamente productos farmacéuticos innovadores que mejoren la calidad de vida de los consumidores de nuestros productos”³³. Sin embargo, ya los grandes monopolios le llevan mucha ventaja, su estructura es mayor y

³¹ Admetlla Benavent Emilio, *Marketing farmacéutico*, Editorial Gestión, Barcelona, 2000, pág.43

³² Véase AF-Carnot Quienes Somos en: <http://www.carnot-af.com.mx/quienes.htm>

³³ Véase AF-Carnot filosofía en: <http://www.carnot-af.com.mx/filosofia.htm>

como veremos en el apartado de Pfizer, como empresa consolidada su visión de negocio es inmensamente distinta a la que hoy en día este laboratorio se está planteando.

Los laboratorios que pretenden ampliar su mercado, en países como el nuestro, se enfrentan a una barrera importante, que se traduce en que existen ya muchos laboratorios bien establecidos y con una imagen muy consolidada. Lo que implica un mayor esfuerzo en el convencimiento al médico, de que el producto del nuevo laboratorio es mejor, por lo regular suele ser una labor titánica. Esta barrera va ligada a la financiera, ya que estos laboratorios que no tienen mucho presupuesto para poder llegar con mayores armas y convencer, suelen establecerse y crecer a paso muy lento.

Otra barrera de mercado es el costo de establecer una planta eficiente, y esto también va relacionado a que laboratorios con poco capital, no tienen la capacidad financiera de poder establecer una planta productora dentro de un territorio en el cual quieren abrir un nuevo negocio, ya que algunos países como China tienen como requisito para comercializar un medicamento el que se tenga una planta productora en este mismo territorio. Por lo que en este caso el laboratorio debe recurrir al llamado Co-marketing que no es más que un acuerdo entre dos laboratorios, uno dedicado a la fabricación del medicamento y el otro encargado de la distribución y venta del mismo.

1.5. Las patentes y la Propiedad Intelectual en el ámbito internacional (Organizaciones y tratados)

No es nada nuevo reconocer que durante mucho tiempo, el tema de propiedad intelectual, es de suma importancia para muchos países, la globalización y el surgimiento de nuevos actores en las relaciones internacionales, como lo son las multinacionales, han dado cabida a nuevos problemas que aquejan el ámbito internacional. Con la exportación de mercancías a distintos países por parte de estos actores, surge la importancia de una protección a nivel internacional que permita regular las operaciones en cuanto a Comercio Internacional se refiere, para la protección - a través de la propiedad intelectual- de productos innovadores, que sean transferidos a otros mercados.

Con el paso del tiempo se han creado diversas instancias a nivel internacional que puedan coadyuvar, a la solución de una problemática como esta, tal es el caso de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), que fue establecida en 1967, y que en la actualidad cuenta con 185 países miembros. Se define como “un organismo especializado del sistema de organizaciones de las Naciones Unidas. Su objetivo es desarrollar un sistema de propiedad intelectual (P.I.) internacional, que sea equilibrado y accesible y recompense la creatividad, estimule la innovación y contribuya al desarrollo económico, salvaguardando a la vez el interés público.”³⁴ De hecho es esta organización quien da la definición de propiedad intelectual, la cual es

³⁴ Véase ¿Qué es la OMPI? En: http://www.wipo.int/about-wipo/es/what_is_wipo.html

definida de la siguiente manera: “todos los derechos legales resultado de una actividad intelectual dentro de la industria o en el campo literario o artístico”.³⁵

Sin embargo, este no fue el primer intento por solucionar esta problemática, ya desde el siglo anterior a la creación de la OMPI, se habían suscrito otros acuerdos a nivel internacional, para este fin. Tal es el caso del El convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial, el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas y el arreglo de Madrid, los cuales han sido la base fundamental de lo que hoy se practica, en cuanto a propiedad intelectual se refiere, y son parte fundamental de la OMPI.

En el Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Intelectual, el tema principal o fundamento de este, fue la necesidad de tener una protección hacia los ciudadanos y sus inventos en otros países, el convenio fue firmado en 1883 por solo 11 países, el cual resulto ser una punta de lanza sobre este tema, ya que no se había suscrito ningún otro con anterioridad.

Es importante destacar, que este acuerdo tuvo diversas ventajas y adelantos, uno de ellos fue: “Cuando un solicitante requiera protección de su invento en varios países, este no requiere presentar todas las solicitudes al mismo tiempo, ya que cuenta con 12 meses a su disposición para decidir en que países, el requiere protección y realizar los tramites correspondientes que se deben realizar para obtener la protección. El también cuenta con el tiempo para considerar los gastos que se generen por este concepto”.³⁶ .

Podemos inferir, que la problemática existente en aquel tiempo, era el hecho que la patente, solo era otorgada en el país de origen y por ende no era válida en ningún otro país, por lo que el interesado debía hacer diferentes trámites, en los cuales deseaba contar con alguna protección. Con la firma de este acuerdo, el inventor contaba con más tiempo y facilidades para la realización de estos trámites.

En relación al Convenio de Berna el cual fue firmado sobre la protección de derechos de autor en relación a obras literarias y artísticas, en 1886, podemos mencionar que de él se crearon principios básicos:

“Las obras originadas en alguno de los estados contratantes podrán recibir en cada uno de los demás estados contratantes la misma protección que estos otorgan a las obras de sus propios ciudadanos.

- Esa protección no debe estar condicionada al cumplimiento de formalidad alguna.
- Esa protección es independiente de la existencia de una protección correspondiente en el país de origen de la obra. Sin embargo, si un estado

³⁵“all legal rights resulting from intellectual activity in the industrial, literary or artistic fields.”
Traducción propia.

Auger Petter, *Information sources in Patents*, Great Britain, Ed. Oxford University Press Fourth, pag. 4

³⁶“When an applicant desires protection for his invention in several countries, he is nor required to present all his applications at the same time, but has 12 months at his disposal to decide in which countries he really wants protection, and to arrange the steps he must take to secure that protection. He also has time to consider the expense involved”. Traducción Propia. *Ibidem* pag.9

contratante provee un plazo más largo que el mínimo prescrito por la convención, y la obra deja de estar protegida en el país de origen, la protección le puede ser negada una vez que cese la protección en el país de origen”.³⁷

De igual forma, se establecieron las bases de la duración de la protección que el autor tiene en relación a las obras literarias o artísticas, que en general se estableció por un periodo de 50 años después de la muerte del autor.

Dichos convenios fueron adoptados por la OMPI, ya que son parte fundamental para el desarrollo de dicha organización sin embargo se han realizado otros, con el fin de ampliar y diversificar la importancia de la propiedad intelectual, tal es el caso del Tratado de la OMPI sobre Derechos de Autor (WCT) el cual entro en vigor en 2002, y establece las bases para la protección internacional de autor.

La OMPI ha administrado diversos tratados internacionales en relación a la propiedad intelectual, los cuales son:

Tratados Internacionales administrados por la OMPI (Propiedad Intelectual)	
FECHA	TRATADO
1883	Convención de París (Para la protección de la propiedad industrial)
1891	Acuerdo de Madrid (Para la detección de fuentes falsas o engañosas)
1891	Convención de Madrid (Para el registro Internacional de Marcas)
1925	Acuerdo de La Haya (Para el depósito Internacional de Diseños Industriales)
1957	Convención de Niza (para la Clasificación Internacional de Mercancías y Servicios para propósitos de marcas)1958 Acuerdo de Lisboa (Para la protección de Denominación de Origen y su Registro Internacional)
1968	Convención de Larcano (Para el establecimiento de una clasificación Internacional de Diseños Industriales).
1970	Tratado de Cooperación de Patentes.
1971	Convención Internacional de Clasificación de Patentes.
1973	Acuerdo de Viena (Para el establecimiento de una clasificación internacional de elementos específicos de marcas).
1977	Tratado de Budapest (Para el depósito y reconocimiento internacional de microorganismos y el establecimiento de procedimientos).
1981	Tratado de Nairobi (Para la protección del símbolo olímpico).

³⁷ Véase OMPI resumen del convenio de Berna para la protección de Obras Literarias y Artísticas (1886) en: <http://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/summary_berne.html#f1>

Fuente: Auger Petter, *Information sources..* Op. Cit. p.69-70³⁸

TRATADOS INTERNACIONALES (DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS)

1886	Convención de Berna (Para la protección Literaria y trabajos artísticos).
1961	Convención de Roma (Para la protección de productores de fonogramas y de radiodifusión).
1971	Convención de Genova (Para la protección de productores de fonogramas contra la reproducción no autorizada).
1974	Convención de Bruselas (the Brussels Convention (Sobre la distribución de las señales de programas transmitidos vía satellite)).

Fuente: Auger Petter, *Information sources..* Op. Cit. p.69-70³⁹

Con el paso del tiempo la OMPI, ha consolidado su presencia y credibilidad a nivel internacional, estableciendo nuevos procedimientos que ayuden a los Estados participantes, en el desarrollo de sus procesos internos en relación al registro de propiedad Industrial, tal es el caso del Tratado sobre el Derecho de Patentes (PLT)

³⁸ “1883 the Paris Union (for the protection of industrial property)1891 the Madrid Agreement (for the repression of false or deceptive indications or sources of goods),1891 the Madrid Union (for the international registration of trade marks),1925 the Hague Agreement (for the international deposit of industrial designs),1957 the Nice Union (for the international classification of goods and services for the purposes of marks),1958 the Lisbon Agreement (for the protection of appellations of origin and their international registration),1968 the Locarno Union (for the establishment of an international classification for industrial designs)1970 the Patent Cooperation Treaty,1971 the International Patent Classification Union, 1973 the Trademark Registration Treaty (for filing international applications for trademarks)1973 the Viena Agreement (for the establishment of an international classification of the figurative elements of marks),1977 the Budapest Treaty (for the international recognition deposit of microorganisms for the purposes of procedure),1981 the Nairobi Treaty (on the protection of the Olympic symbol). In the field of copyright and the neighbouring rights, the list runs: 1886 the Berne Union (for the protection of literary and artistic works),1961 the Rome Convention (for the protection or performers, producers of phonograms and broadcasting organizations),1971 the Genova Convention (for the protection of the producers of phonograms against unauthorized duplication),1974 the Brussels Convention (on the distribution of programme-carrying signals transmitted by satellite).”Traducción Propia. Auger Petter, *Information sources..* Op. Cit. PP.69-70

³⁹ “In the field of copyright and the neighbouring rights, the list runs: 1886 the Berne Union (for the protection of literary and artistic works),1961 the Rome Convention (for the protection or performers, producers of phonograms and broadcasting organizations),1971 the Genova Convention (for the protection of the producers of phonograms against unauthorized duplication),1974 the Brussels Convention (on the distribution of programme-carrying signals transmitted by satellite).”Traducción Propia. Auger Petter, *Information sources..* Op. Cit. PP.69-70

que ayuda a simplificar procedimientos con el fin de obtener y mantener una marca y una patente.

Con el avance de estos acuerdos, hoy en día se cuenta con un sistema a nivel mundial, el cual ayuda a presentar una sola solicitud que puede ser válida en varios países, esto se logró a través del Tratado de Cooperación en materia de patentes. De igual forma, existe un sistema a nivel mundial para presentar simultáneamente la solicitud de patente en varios países: el Tratado de Cooperación en materia de Patentes en el cual se llegó a sintetizar este procedimiento y fue firmado en 1970, teniendo como finalidad, el ahorro de gastos al hacer una solicitud de patente, ya que esta se realiza para varios países.

Por otro lado, mucho se especulaba en relación, a la potestad que pudieran tener la OMPI, ya que en cierta forma ésta no tiene la facultad para poder negociar un Acuerdo, es por ello que surge a través de la Organización Mundial de Comercio una nueva forma de mediar sobre esta problemática, y esto se da a través del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), el cual entró en vigor desde 1995, los países desarrollados lo aplicaron desde el 1 de enero de 1996, los países en desarrollo a partir del 1 de enero del 2000, para los países menos adelantados se aplicó a partir del 1 de enero del 2006.

Una de las contribuciones que emanaron de este acuerdo, es la clasificación más estructurada de lo que son los tipos de propiedad intelectual:

- Derechos de autor y derechos anexos
- Marcas de fábrica y o de comercio, incluidas las marcas de servicios
- Indicaciones geográficas
- Dibujos y modelos industriales
- Patentes
- Esquemas de trazado (tipografías) de los circuitos integrados
- Información no divulgada incluidos los secretos comerciales⁴⁰

Aun cuando, a lo largo del tratado se hace una específica referencia a cada uno de estos tipos de propiedad intelectual, solo en este trabajo daremos a conocer a mayor detalle el rubro en cuanto a patentes se refiere, ya que este es una base importante en el desarrollo del presente ensayo.

En relación al apartado de patentes en este Acuerdo, se llega a establecer el periodo de tiempo por el cual los países contratantes, conceden la vigencia que actualmente es practicada, así “Se establece en el Acuerdo que la protección de las invenciones mediante patentes debe durar como mínimo 20 años. Debe poder obtenerse protección por este medio tanto para productos como para procedimientos, en prácticamente todos los campos de la tecnología. Los gobiernos pueden negarse a

⁴⁰ Véase Propiedad Intelectual: Protección y Observancia en:
<http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm7_s.htm>

otorgar una patente con respecto a una invención cuando esté prohibida su explotación comercial por razones de orden público o moralidad.”⁴¹

Este periodo de 20 años, para las patentes ha provocado un problema importante para la industria farmacéutica, el cual daremos a conocer posteriormente.

De igual forma el ADIPAC, contribuye en diversos aspectos como los siguientes:

“Cómo deben aplicarse los principios básicos del sistema de comercio y otros acuerdos internacionales sobre propiedad intelectual. Cómo prestar protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual. Cómo deben los países hacer respetar adecuadamente esos derechos en sus territorios. Cómo resolver las diferencias en materia de propiedad intelectual entre Miembros de la OMC. Disposiciones transitorias especiales durante el período de establecimiento del nuevo sistema.”⁴² Con ello se pretende disminuir, los diversos conflictos en materia de propiedad intelectual y comercio internacional, ya que agiliza y conforma procedimientos para la consecución de cualquier controversia.

Es importante mencionar que cada país, tiene una estructura institucional que regula la Propiedad Intelectual, Sin embargo hoy en día varios Estados definen y organizan sus acciones con base en el contexto internacional, esto le permitirá alinearse en el ámbito mundial a las expectativas y compromisos que como Estados han firmado a través de acuerdos, con países que pertenecen a la Organización Mundial de Comercio, teniendo como principio básico el “trato nacional”, esto quiere decir que el poseedor de la propiedad intelectual, sea nacional o extranjero debe ser tratado con igualdad de condiciones. Lo cual se hace referencia en el apartado I de dicho acuerdo.

Así mismo, otro de los principios básicos emanados de este acuerdo es el hecho de que la propiedad intelectual debe ser dirigida, a la innovación y transferencia tecnológica, que como consecuencia llevara a beneficios económicos de los países suscriptores de este acuerdo.

Recordemos, que con la innovación y el progreso tecnológico, atraen más beneficios para el país que los impulsa, de manera que no solo su economía puede crecer, sino también la población recibe beneficios adicionales, como puede ser en el sector salud, con el desarrollo de nuevos tratamientos que pueden ayudar a mejorar la calidad de vida de ellos. “es la innovación: los grandes descubrimientos tecnológicos integrados a los procesos productivos generan una renovación de productos, un racimo de nuevos frutos de consumo masivo que impulsan a la modernidad y el progreso y conducen a los países más comprometidos en la investigación a periodos de auge económico.”⁴³

Al firmar este acuerdo, no solo se pretendían regular los derechos de propiedad intelectual, sino de igual forma lograr que todos los países involucrados, contaran con una regulación que le permita hacer frente ante cualquier conflicto existente.

⁴¹ Véase Propiedad Intelectual: Protección y Observancia en:
<http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm7_s.htm>

⁴² Véase Propiedad Intelectual: Protección y Observancia en:
<http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm7_s.htm>

⁴³ Paul Krugman, *la crisis económica...* Op. Cit., Pág. 26

2. La Industria Farmacéutica

2.1. La Industria Farmacéutica a nivel mundial: Definición y características

La industria farmacéutica “se define como un sector empresarial dedicado a la fabricación, preparación y comercialización de productos químicos medicinales para el tratamiento y también la prevención de las enfermedades, la cual reporta niveles de lucro económico altos”.⁴⁴ Además de que “Posee una importancia particular para un país que, aspira a un pleno desarrollo humano y social, porque es responsable de generar el principal bien asociado con la salud, que es el medicamento, un insumo fundamental para prevenir la enfermedad, preservar y mejorar la calidad de vida, curar la enfermedad, aliviar el dolor e incrementar la expectativa de vida de las personas.”⁴⁵

La industria farmacéutica se diferencia de otros sectores, por la comercialización de medicamentos que a lo largo de varios años han sido investigados y desarrollados, los cuales se han posicionado en el mercado a través de tres principios básicos: eficacia, tolerabilidad, apego al tratamiento y una buena presentación.

De igual forma es uno de los sectores con mayor estabilidad, y representa para algunos países un alto bienestar, tan solo en el 2009 “esta industria alcanzó una inversión de 150 millones de dólares y en los últimos años reportó un crecimiento del 17 por ciento”.⁴⁶

La industria farmacéutica hoy en día, adolece de distintos males que la afectan a nivel mundial. Por un lado es también uno de los sectores que requiere de mayor innovación en sus productos, pues con el incremento de enfermedades, son estas empresas las que deben generar productos que enfrenten los nuevos males y por ende contribuir al mejoramiento de la salud.

El escenario mundial para los laboratorios, ha sido tocado también por las crisis económicas, según datos de IMS “las ventas globales de las farmacéuticas al cierre de este año, sumarán alrededor de 750,000 MDD equivalente a un aumento de entre 2.5 y 3.5 con respecto al 2008. Hace ocho meses, IMS Health proyectaba que las ventas mundiales superarían los 820,000 MDD. El escenario cambio.”⁴⁷ Con lo cual esta industria fue afectada pues sus proyecciones, se visualizaban con una mejor expectativa. Asimismo, otro de los problemas que aquejan a este sector es el vencimiento de patentes, que según datos de IMS “La firma advierte que fármacos con más de 24,000 MDD en ventas anuales están a punto de perder la protección de la

⁴⁴ Véase Industria Farmacéutica en: http://es.wikipedia.org/wiki/Industria_farmac%C3%A9utica

⁴⁵ Véase Canifarma Función de la Industria farmacéutica en la Sociedad en: http://www.canifarma.org.mx/01_funcion.html

⁴⁶ Notimex, Industria farmacéutica invirtió 150 mdd en 2009, El economista, 28 de marzo del 2010.

⁴⁷ Véase en Expansión CNN: < <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2009/06/09/bajan-las-dosis>>

patente este año.”⁴⁸ y por último el surgimiento y consolidación de las empresas productoras y comercializadoras de medicamentos genéricos, que han logrado un crecimiento importante en los últimos años, lo cual a repercutido en las ventas de los laboratorios que se dedican a la investigación y desarrollo de nuevas fórmulas.

Es por ello que Emilio Atmetlla comenta: “En su competencia con los medicamentos originales, los genéricos ganarán en el futuro participación de mercado por dos razones principales:

“El escaso número de nuevos productos auténticamente innovadores. Ello significa que los mercados estarán cada vez más dominados por productos, más antiguos y, por tanto, más próximos a perder la patente, hecho que estimulará la competencia de los genéricos y se apoya activamente su utilización.

Acciones por parte de las autoridades sanitarias, cuyo objetivo es el de reducir los gastos a su cargo en materia de medicamentos. Así en algunos países como, por ejemplo, Alemania, se está acelerando el procedimiento de aprobación de genéricos y apoya activamente su utilización.”⁴⁹

Otro de los retos que enfrenta esta industria, son las autorizaciones sanitarias que deben conseguir, ya que en la actualidad existe un mayor seguimiento y control para el otorgamiento de éstas, ya que han salido al mercado medicamentos que han sido relacionados con causas de muerte como fue VIOXX quien fue lanzado al mercado por Merck & Co. Inc., y el cual fue retirado del mercado posteriormente. “El analgésico de última generación Vioxx ha estado rodeado de controversia. El 30 de septiembre de 2004, el propio fabricante decidía retirarlo del mercado por sus riesgos vasculares. Pero lo cierto es que durante su lustro de vida el fármaco ya había suscitado polémica por sus campañas de publicidad o por estudios que ya apuntaban estos riesgos.”⁵⁰

Aun cuanto este sector tiene una perspectiva de crecimiento importante pues de acuerdo a la Organización Mundial de Salud (OMS), el crecimiento de algunas enfermedades en años venideros es importante:

Enfermedad	Cifra (año)	Expectativa (año)
Obesidad	400 millones (2005)	700 millones (2015)
Sobre Peso	1600 millones de adultos (2005)	2300 millones de adultos (2015)
Diabetes	171 millones (2000)	366 millones (2030)
Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica	210 millones (2010)	Aumento de muertes del 30% en 10 años
Cáncer	11,3 millones (2007)	15,5 millones (2030)

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos en la página de la Organización Mundial de Salud (OMS)⁵¹

⁴⁸ Véase en Expansión CNN: < <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2009/06/09/bajan-las-dosis>>

⁴⁹ Op cit, Admetlla Benavent Emilio, *Marketing farmacéutico*, pág 40

⁵⁰ Véase La caída de Vioxx en:

<http://www.elmundo.es/elmundosalud/2004/10/04/dolor/1096912029.html>

⁵¹ Véase enfermedades importantes en la OMS en: <http://www.who.int/es/>

Esto nos muestra que la industria puede contar con un crecimiento importante ya que constituye un enorme nicho de mercado a nivel mundial. De igual forma la población a nivel mundial va en aumento tan solo en México se espera que para el “2020 la población aumente de 110,645 millones de personas que tenemos en la actualidad a 119,682 millones para esa fecha, según datos de la Organización de Naciones Unidas (ONU).⁵² Por lo cual es necesario que este sector, busque acelerar lanzamiento de productos que hagan frente a estas cifras.

En relación a las características de la industria farmacéutica podemos mencionar que “Dos características básicas diferencian a la industria farmacéutica de otros sectores industriales según menciona Emilio Admentla:

- Su elevado grado de internacionalización. Las mismas empresas suelen participar en los mercados de distintos países. Se estima que el 80% del mercado mundial está dominado por sólo 100 compañías farmacéuticas.
- Su bajo índice de concentración a nivel de los mercados de los distintos países. En España aun cuando las 200 primeras compañías dominan más del 90% del mercado farmacéutico extrahospitalario, las cinco primeras empresas sólo cubren el 17% del mismo y las diez primeras el 28% (IMS 1994). Estos datos nos indican que, bajo una visión global, la industria farmacéutica aparece fragmentada entre muchas compañías.”⁵³

La característica relativa al elevado grado de internacionalización nos lleva a establecer que “un número de empresas relativamente enormes, pertenecientes a un grupo reducido de países dominan la casi totalidad de la producción, investigación y comercialización de los fármacos en el mundo.”⁵⁴De acuerdo a IMSHealth (empresa dedicada al análisis e investigación del mercado en la industria farmacéutica) existe un TOP 15 de corporaciones a nivel global que son líderes en este sector y son estas quienes se llevan las mejores ganancias:

TOP 15 GLOBAL CORPORATIOS PHARMACEUTICAL INDUSTRY		
	2008 Rank (US\$)	2008 Sales
Global Market	0	\$ 724,465
PFIZER	1	\$ 43,363
GLAXOSMITHKLINE	2	\$ 36,506
NOVARTIS	3	\$36,172
SANOFI-AVENTIS	4	\$ 35,642
ASTRAZENECA	5	\$ 32,516
ROCHE	6	\$ 30,336
JOHNSON & JOHNSON	7	\$ 29,425
MERCK & CO	8	\$ 26,191
ABBOTT	9	\$ 19,466
LILLY	10	\$ 19,140
AMGEN	11	\$ 15,794

⁵² Véase población Naciones Unidas en: <<http://esa.un.org/unpp/p2k0data.asp>>

⁵³ Ibidem, Pag. 36

⁵⁴ Véase Manuel M. Collazo , El poder del mercado en la industria farmacéutica, Revista Cubana de Farmacia, en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75151997000200009

WYETH	12	\$15,682
TEVA	13	\$ 15,274
BAYER	14	\$ 15,660
TAKEDA	15	\$ 13,819

US\$: Sales and Rank are in US\$ with quarterly exchange rates⁵⁵

Con la tabla anterior nos damos cuenta que estas 15 corporaciones, cuentan con la mayor concentración de mercado, ya que en conjunto representan, casi la mitad de las ventas globales de este sector con un 48.99%.

En la industria farmacéutica, también existen diferentes actores que son de suma importancia en el proceso de comercialización para que el medicamento llegue a su cliente final, que es el paciente, ubicando en su sistema de distribución a cinco actores para lograr que este proceso llegue a su fin:

El médico: Que se encuentra tanto en el sector privado como en el sector público. Este cliente, es el más valioso dentro de la industria, ya que es el encargado de prescribir el producto y por tanto el que incrementa las ventas.

Mayorista: Los cuales son los encargados de la distribución de los medicamentos, actualmente en México este negocio se ve centrado en dos grandes monopolios, Casa Saba y Nadro, los cuales cuentan con la mayor participación de mercado en el país.

Farmacias: Los laboratorios han tenido que incrementar sus visitas a este cliente debido a la importancia que ellos tienen en la venta final del medicamento y sobre todo que esta receta al llegar a este cliente no sea cambiada por otro producto.

Hospitales: “Disponen de un elevado poder de negociación frente a las empresas productoras de medicamentos, debido al volumen de sus pedidos y también al hecho de ser considerados como líderes de opinión por determinados prescriptores.”⁵⁶

“Autoridades Sanitarias: Juegan un papel crucial en la industria farmacéutica a través del ejercicio de su capacidad reguladora:

Proporcionar los incentivos que estimulen la Investigación y Desarrollo con el objetivo de descubrir medicamentos auténticamente innovadores.

Reducir el gasto en medicamentos con cargo a la Administración Pública.”⁵⁷

Todos estos Clientes participan en la cadena de comercialización de un producto, para poder llegar al cliente final que es el paciente, esta descripción general de cada uno de ellos, es otra de las características importantes que existen dentro de la industria farmacéutica.

⁵⁵ Véase IMSHEALTH

http://www.imshealth.com/deployedfiles/imshealth/Global/Content/StaticFile/Top_Line_Data/Global-Top_15_Companies.pdf

⁵⁶ Ibidem, pág. 48

⁵⁷ Ibidem, pág. 48

Podemos inferir que esta industria, se caracteriza por ser un sector muy dinámico y con grandes oportunidades en un futuro, sin embargo adolece de varios temas, pero el más importante que se quiere destacar, es el relacionado al vencimiento de patentes, (del cual hablaremos posteriormente), lo cual ha traído como consecuencia una reestructuración dentro de este sector a través de las fusiones.

2.2. El Sector Productivo Farmacéutico en México

En México podemos encontrar diferentes tipos de empresas que se desarrollan en el sector farmacéutico, de acuerdo al Sistema de Información Empresarial Mexicano:

DESCRIPCION	EMPRESAS
FABRICACION DE PRODUCTOS QUIMICOS BASICOS ORGANICOS	71
FABRICACION DE PRODUCTOS QUIMICOS BASICOS INORGANICOS	301
FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS QUIMICOS BASICOS	27
FABRICACION DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS	105
FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS QUIMICOS SECUNDARIOS	0
COMERCIO AL POR MAYOR DE PRODUCTOS QUIMICO-FARMACEUTICOS, DE TOCADOR Y PRODUCTOS VETERINARIOS	1,858
COMERCIO AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y DE PERFUMERIA (FARMACIAS, BOTICAS Y PERFUMERIAS)	18,466
COMERCIO AL POR MENOR DE PRODUCTOS VETERINARIOS	719
TOTAL	21,547

Fuente: Sistema de Información Empresarial 2008⁵⁸

De acuerdo a estas cifras existen 21,547 empresas que están ligadas al sector farmacéutico en México.

Tanto las empresas denominadas como Fabricación de productos químicos orgánicos e inorgánicos, como aquellas de fabricación de productos químicos secundarios, son las encargadas de surtir a los laboratorios farmacéuticos establecidos en el país, de toda la materia prima, para la elaboración de medicamentos, embases y demás requerimientos que se necesitan para que el producto final llegue al mercado. En total en México, existen 399 de empresas de este tipo, tanto mexicanas como extranjeras.

Estas empresas se dedican en general a la fabricación de productos químicos orgánicos básicos, como lo son el petróleo, el carbón, el gas natural, así como de sustancias naturales como son, los carbohidratos, las grasas y los aceites. En relación

⁵⁸Véase Cadenas productivas SIEM en:

<<http://www.siem.gob.mx/siem2008/portal/cadenas/Sql52002.asp?cad=18&personalizada=1&arbol=Cadena Productiva, Directorio de toda la cadena, Farmacéutica&lenguaje=0>>

a los productos inorgánicos, en general son productos químicos y de laboratorio los cuales son importantes dentro de las fases del proceso de fabricación de fármacos, desde el inicio de la investigación hasta la producción industrial a gran escala.

Las empresas ubicadas dentro del rubro de la fabricación de productos farmacéuticos terminados, para el mejoramiento de la salud, este tipo de empresas cuanta de igual forma con un sistema de comercialización de dichos productos, en total en el país se encuentran registradas 105 empresas dentro de este rubro, tanto mexicanas como extranjeras. En números económicos estas empresas representan lo siguiente:

El valor del mercado farmacéutico representa poco más del 7.8% del PIB manufacturero y alrededor del 1.3% del PIB total.

DATOS MACRO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA 2008	
CONCEPTO	VALOR
Participación en el PIB	1.3%
Participación en el PIB Manufacturero	7.8%
Mercado farmacéutico total (millones de pesos)	
	163,000
Millones de unidades vendidas en el sector privado	
	1,372
Millones de unidades vendidas en el sector público	
	1,078
Millones de unidades vendidas en total	
	2,450

*Fuente: Elaboración propia con datos de FIAC, Knobloch, INEGI, Criterios de Política Economía 2010, Banxico.*⁵⁹

Como habíamos comentado anteriormente, este sector es uno de los más importantes dentro de un país, la industria farmacéutica en números generales contribuye en nuestro país de la siguiente manera.

- La Industria de Investigación Farmacéutica en México genera cerca de 27,000 empleos fijos y directos, y más de 150,000 empleos indirectos.
- Es un sector estratégico al fabricar en el país más del 90% del consumo interno de medicamentos, además de exportar aproximadamente 700 millones de dólares anualmente.
- La mano de obra utilizada por la industria farmacéutica en México alcanza mayores niveles de remuneración que la media del mercado, debido a su alta calificación y especialización.
- La contribución en el pago de impuestos de la industria farmacéutica mexicana alcanza cerca de 2,000 millones de dólares al año.⁶⁰

En relación al ámbito internacional, "México ocupa el 9ª lugar como mercado a nivel mundial con un total de ventas anuales al 2006 de \$8,865 mdd y es el primer lugar en América Latina, en 2ª lugar lo ocupa Brazil con \$7,947 mdd, en 3ª lugar Argentina con

⁵⁹ Véase datos económicos agregados de la industria farmacéutica en: http://www.canifarma.org.mx/01_datosEco.html

⁶⁰ Véase AMIF en: http://www.amiif.org/cms/images/stories/sala_prensa/amiifbroch.pdf

2,341 mdd, el 4^a lugar Venezuela con \$2,192 mdd y finalmente en 5^a lugar Colombia con 1,357 mdd en ventas anuales⁶¹.

Finalmente se encuentra el último eslabón dentro de la cadena productiva de este sector, y es el referente a la comercialización o venta de los productos fabricados por los laboratorios, estos incluyen farmacias, boticas, perfumerías, etc. Estas empresas representan la mayor cantidad, distribuidas dentro del territorio nacional, en total incluyendo la venta de productos veterinarios son 21,043 empresas, tanto pequeñas y medianas empresas, como empresas que manejan un mayor volumen.

Haciendo un poco de síntesis, la base de la cadena productiva, la conforman las empresas que venden de manera directa a los laboratorios, toda la materia prima orgánica e inorgánica, después pasamos a la fabricación de los medicamentos y por último a la comercialización de los mismos a través de las farmacias, perfumerías, etc.

Esta estructura, al producirse una fusión dentro de los laboratorios fabricantes del medicamento, llega a producir un desencadenamiento, esto quiere decir que al unirse dos empresas, la preponderante puede elegir a que empresas comprarle la materia prima que requiere para el funcionamiento de su producción, con lo cual las empresas ya no aceptadas, se quedan fuera de esta cadena y por ende deben buscar otros laboratorios a quien poderles vender sus productos.

Gran parte de estas empresas se encuentran registradas dentro de la Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica (Canifarma), y “es quien ejerce la representación institucional de esta Industria en México, ante las autoridades, integra a los fabricantes de medicamentos de uso humano y uso veterinario, farmoquímicos, productos auxiliares para la salud (PAPS), reactivos y sistemas de diagnóstico (RSD) establecidos en nuestro país.”⁶²

Siendo sus objetivos los siguientes:

- a. Ser órgano de consulta del Estado y mecanismo de enlace y vinculación eficaz, representando a las empresas farmacéuticas en la promoción de sus intereses legítimos, tanto en el ámbito nacional como en la interacción con otros organismos e instancias internacionales.
- b. Contribuir eficazmente a la salud y al desarrollo de México, influyendo en las políticas públicas que contribuyan a la prevención y curación efectiva de enfermedades en el país, así como a la competitividad y crecimiento de la industria farmacéutica.
- c. Promover y mantener una gestión de liderazgo en la representación de los industriales, preservando la armonía y concordancia entre los intereses de las

⁶¹ Véase AMIF en: http://www.amiif.org/cms/images/stories/sala_prensa/amiifbroch.pdf

⁶² Véase historia y marco jurídico Canifarma en:
<http://www.canifarma.org.mx/01_historia.html>

empresas y el interés público, con apego a principios éticos, con transparencia y compromiso claros de responsabilidad social.⁶³

Existen además de la CANIFARMA, otras asociaciones que de igual forma, trabajan estrechamente con este sector tal es el caso de la AMIFF (Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica, quien también establece contacto con otras instituciones a nivel internacional, con la finalidad de mantener un estrecho contacto con el gremio farmacéutico a nivel internacional, siendo a su vez miembro de (FIFARMA), Federación Latinoamericana de la Industria Farmacéutica, propiciando con ello un intenso intercambio de experiencias y asegurando a su vez la ingerencia en asuntos de interés internacional para los países latinoamericanos, manteniendo relación con instituciones como PhRMA (Pharmaceutical Research and Manufacturers of America) y la FIIM (Federación Internacional de la Industria del Medicamento), a la que también pertenece.

Este sector a lo largo del tiempo se ha consolidado en nuestro país y a través de órganos representativos, como éstos busca defender sus intereses, frente a cualquier problema que se suscite.

2.3. La importancia de las fusiones en el desarrollo de las Empresas Farmacéuticas

En primera instancia es importante mencionar que la historia de las fusiones es un tanto joven debido a que estas comenzaron a darse a finales del siglo pasado, como una actividad que a la larga se convirtió en una simple moda o en un proceso que debía ocurrir si se deseaba seguir subsistiendo en un mundo cada vez más competitivo y globalizado.

Mucho se habla sobre fusiones y/o adquisiciones, sin embargo es necesario diferenciar a cada una de ellas ya que el hablar de una o de otra puede llevarnos a conclusiones diferentes.

Las adquisiciones “implican que una empresa se convierte por medio de una compra en una subsidiaria de otra, pero sin que aquella pierda sus características fundamentales. En cambio las fusiones entrañan la unión de dos o más empresas para formar una entidad diferente; muchas veces una fusión va precedida de una adquisición.”⁶⁴ También encontramos que “Para Mascareñas (2000) “Una *fusión* consiste en el acuerdo de dos o más sociedades, jurídicamente independientes, por el que se comprometen a juntar sus patrimonios y formar una nueva sociedad.” (p. XV). A su vez establece que “Si una de las sociedades absorbe a los patrimonios de las demás, se dice que ha ocurrido una fusión por *absorción*”. El primer caso descrito es conocido como fusión pura.”⁶⁵

⁶³ Véase historia y marco jurídico Canifarma en:
<http://www.canifarma.org.mx/01_historia.html>

⁶⁴ De los Ríos Cortés Víctor Livio, “Las fusiones y adquisiciones en México en el período reciente 1985-2005”, *Revista de Economía* *unam*, Num 12, Septiembre- Diciembre 2007, Pág. 62

⁶⁵ Citado en Carvajal Villanueva Oswaldo, Futuro de las fusiones en la industria farmacéutica mundial, *Revista NEGOTIUM*, Año 1, No. 1, 2005, Pág. 15

Para Víctor Libio de los Ríos Cortes estos procesos se llevan “a cabo en tres direcciones:

Horizontal, o sea entre dos empresas del mismo sector que tienen líneas de producción iguales o relativamente similares;

Vertical, proceso que se lleva a cabo entre dos empresas que operan en distintos niveles de su cadena económica y,

Diversificación Conglomerada, cuando se opta por el crecimiento en actividades no relacionadas entre sí.”⁶⁶

En los casos que trataremos posteriormente, nos encontraremos con que Pfizer ha prevalecido en su totalidad frente a las empresas compradas, pues en las tres grandes fusiones que ha realizado en su historia. En todas ellas ha prevalecido la sociedad con el nombre de Pfizer, de igual forma de acuerdo a la descripción hecha por Víctor Libio de los Ríos Cortes, estas se han realizado de manera horizontal ya que las empresas compradas han sido siempre del mismo sector, teniendo por tanto líneas de producción muy semejantes, hablando de la fusión que se realizó con Warner-Lamber, Pharmacia y recientemente con Wyaeth.

Existen diversos objetivos que llevan a las empresas a realizar este tipo de procesos dentro de sus organizaciones:

Uno de ellos es la permanencia en el mercado, por la situación tan competitiva en la que se desarrolla el sector. Es por ello que se les denomina compradores estratégicos y “son aquellos que desarrollan sus actividades en una industria determinada y tratan de permanecer en ella y consolidarse en el mercado”⁶⁷.

Otro de ellos puede referirse a la expansión de su mercado,

Por un último debemos mencionar que en el caso específico de la industria farmacéutica, el vencimiento de patentes es un proceso necesario para seguir en el sector.

En el primer caso, cualquier laboratorio requiere mantener o aumentar su participación de mercado (Market Share en inglés), es por ello que es de suma importancia hacerse de empresas que tengan productos sólidos o competitivos, que le permitan seguir manteniéndose en el sector como una empresa con crecimientos constantes. Este concepto lo menciona Oswaldo Carvajal, en su artículo sobre el Futuro de las Fusiones en la Industria farmacéutica mundial, “las empresas se fusionan para tener una mayor cuota de participación dentro del sector y en otras ocasiones para evitar un ataque hostil de compra por ser un negocio atractivo.”⁶⁸

En el segundo caso, debemos mencionar que las empresas farmacéuticas han recurrido al Co-marketing entre ellas, debido a que diversos países ponen ciertas restricciones para poder comercializar sus productos en ellos, en algunos casos se requiere de plantas de producción como regla para que el laboratorio pueda realizar la venta de los mismos, y algunas de las empresas no están en condiciones de

⁶⁶ Ibidem, Pag. 61

⁶⁷ Véase Fusiones empresariales en: http://es.wikipedia.org/wiki/Fusión_empresarial

⁶⁸ Carvajal Villanueva Oswaldo, Futuro de las fusiones.... Op. Cit. Pag.18

establecer plantas productoras en estos. “En algunas circunstancias las consideraciones políticas han exigido que la firma norteamericana tome socios entre los ciudadanos locales, por ser esa la única forma en que el gobierno aprueba su radicación, como ocurre en Indonesia y el Irak.”⁶⁹ En este caso, la fusión es un recurso importante, ya que con ello reduciría costos de producción y también fortalecería su mercado en aquellos países que cuentan con estas restricciones.

Por último, el caso de las patentes que muy brevemente comentaremos en este apartado, debido a que profundizaremos en ellas en el siguiente. Las patentes se han convertido en una opción más para realizar las fusiones, debido a que los laboratorios invierten grandes cantidades de dinero en el desarrollo de formulas, pero estas solo pueden comercializarse por un lapso relativamente corto y el proceso para desarrollarlas es demasiado largo. Es por ello que se recurre a las fusiones para poder contar en el mercado con nuevas sales que les permita seguir creciendo o fortaleciéndose.

Es importante mencionar que otro objetivo prevaleciente en el proceso de las fusiones es el llamado valor accionario, que sin lugar a dudas este puede llegar a dar beneficios importantes a las empresas adquiridas ya que “existe un acuerdo casi universal de que los accionistas de la compañía objetivo obtienen primas sustanciales por la oferta pública de compra o adquisición que, con frecuencia, asciende al 30 por ciento en unos cuantos días próximos a las ofertas de compra”.⁷⁰

Es inevitable dejar de hablar aunque someramente de este aspecto, de las fusiones ya que en su mayoría estas se ven influenciadas por el mercado bursátil, cada empresa es monitoreada en su totalidad diariamente y es aquí donde los asesores financieros de muestran su habilidad en realizar transacciones tan espectaculares como las fusiones de las grandes corporativos a nivel mundial, caso sobresaliente que en el sector farmacéutico la fusión más grande y costosa en los últimos años la realizó Pfizer con la adquisición de Wyeth en varios miles de millones de dólares.

Aún cuando las ganancias no se ven a corto plazo, las estrategias llevadas a cabo por los CEO's de las compañías (Presidentes Corporativos de las empresas multinacionales) deben ser consideradas como válidas cuando estas se realizan con el solo objetivo de fortalecer el negocio y permanecer vigente en el sector en el que se desarrollan.

Al hablar entonces de fusiones podemos concluir que dentro de los factores que incitan a la realización de estos procesos, encontramos lo siguiente:

- Beneficios para los accionistas que se incrementan considerablemente “Los niveles de inversión requeridos para sostener los procesos de investigación, superan las ganancias que producen la mayoría de los laboratorios. Luego, hay que buscar recursos frescos. Aquí comienza la presión de los accionistas que están dispuestos a invertir si se les aseguran ganancias determinadas sobre sus acciones. Esto sólo se puede garantizar con cierta participación mínima de

⁶⁹ Howe Martyn, *Empresas Multinacionales*, Ediciones Economía y empresa, Buenos Aires, Argentina 1973, pag. 41

⁷⁰ Sudarsanam PS, *La esencia de las fusiones y adquisiciones*, Ed. Prentice-Hall Hispanoamerican, S.A. 1996, pag. 6

mercado, lo que puede obtenerse – en los breves tiempos que se manejan en las bolsas globalizadas- a cambio de una fusión.”⁷¹

- Consolidación de la empresa en el mercado: “Importantes fusiones y adquisiciones irrumpieron en escena en 2009 con Pfizer-Wyeth, Merck & Co-Schering Plough, Abbott-Solvay y Roche-Genentech, estableciendo retos importantes entre las principales firmas globales. El ambiente reflejó la creciente necesidad de consolidación ya que las condiciones económicas incidieron en todos los aspectos de las operaciones corporativas.”⁷²
- Innovación y tecnología “Algunas empresas reaccionaron mediante fusiones y adquisiciones para impulsar sus presupuestos de investigación y desarrollo y maximizar las ventas y presupuestos de marketing.”⁷³

Con lo anterior las empresas, han continuado su crecimiento a través de los procesos de fusión, ya que un laboratorio que opta por éste, en la mayoría de los casos prevalece en el mercado y consolida su crecimiento para un futuro menos incierto.

2.4. Las patentes como un estímulo en las fusiones

En la industria farmacéutica el significado de patente, se entiende como el registro que realiza un laboratorio a principios de una investigación, ante las autoridades gubernamentales correspondientes con la finalidad de obtener una concesión de derechos y con ello llevar a cabo la creación de un medicamento para que este no sea comercializado por un tercero y posteriormente lanzarlo al mercado. Como habíamos comentado el tiempo donde el laboratorio, puede hacer uso única y exclusivamente de la sal (principio activo) en desarrollo por un periodo aproximado de 20 años.

De acuerdo con el Instituto Mexicano de la propiedad intelectual: “Una patente otorga a su titular el derecho exclusivo de explotación a cambio de que introduzca la invención patentada en la industria o en comercio nacional para que la población se beneficie de esa invención”.⁷⁴

Para la industria farmacéutica, las patentes tienen un valor muy importante, pues es la esencia de su estructura, ya que se consideran como su base, para el desarrollo de su negocio, es por ello que sin la protección de propiedad intelectual, esta industria no tendría una viabilidad económica.

La investigación de un medicamento, es un proceso muy específico y tiene que ser realizado bajo altos estándares de seguridad y sobre todo con un alto nivel ético pues en ello deriva la seguridad de las personas, que en un futuro podrán hacer uso del mismo para el tratamiento de ciertas enfermedades, este proceso puede durar entre

⁷¹ Véase Fusiones en la industria farmacéutica I en:

<http://bitacorafarmaceutica.wordpress.com/2009/05/03/fusiones-en-la-industria-farmaceutica-i/>

⁷² Véase Consolidación farmacéutica en:

<http://bitacorafarmaceutica.wordpress.com/2010/03/02/consolidacion-farmaceutica-argentina/>

⁷³ Véase las Marcas Farmacéuticas en:

<http://bitacorafarmaceutica.wordpress.com/2009/08/03/las-marcas-farmaceuticas/>

⁷⁴ Véase en Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial:

<http://www.impi.gob.mx/web/docs/patentes/index_patentes.html>

ocho y diez años y es desarrollado en diferentes etapas llamadas "Fases", las cuales trataremos de explicar a continuación.

De acuerdo a José Antonio Durán las fases de investigación se dividen en cuatro grandes rubros:

Fase Química, la cual consiste en el estudio del principio activo o nuevo medicamento que es desarrollado bajo altos estándares científicos, con el objetivo de comprobar que ese medicamento es seguro y sobre todo eficaz, estos estándares se realizan dentro del laboratorio y es testeado única y exclusivamente en animales, puede considerarse que esta fase es de experimentación y posteriormente se desarrollará un ensayo clínico. Que de acuerdo con este mismo autor es: "una evaluación experimental de un producto, sustancia, medicamento, técnica diagnóstica o terapéutica que, en su aplicación a seres humanos, pretende valorar su eficacia y seguridad".⁷⁵

"Fase biológica: Empieza cuando los químicos han tenido ya unos gramos del cuerpo que se proponía analizar y quieren saber si tiene la actividad biológica buscada. El programa de investigación biológica es muy amplio, aunque de un cuerpo a otro puede variar mucho.

Fase galénica: Para poder ser administrada al hombre, la nueva sustancia ha de ser presentada bajo una forma farmacéutica de composición apropiada. A esto se dedican por regla general expertos en química farmacéutica, generalmente titulares en farmacia.

"Fase clínica: Llegados a este punto, las experiencias con los animales no pueden ayudar más, y la nueva sustancia ha de ser probada en el hombre. Después de un examen preliminar, el nuevo producto se aplica a un número cada vez mayor de enfermos en observación continua. Aquí es, tal vez, donde se encuentra la dificultad más importante de todo el estudio; la necesidad de una organización, de una gran preparación científica y técnica y de un gran número de precauciones. En general, el tiempo necesario para reunir unos resultados clínicos es de dos a tres años".⁷⁶

Es importante mencionar que este tipo de ensayos que se realizan, son llevados a cabo por científicos especializados en la materia, pero sobre todo son supervisados por un comité de ética, quien es el encargado de vigilar que este proceso se lleve con total transparencia y con objetivos muy claros, como es el testeo del medicamento para comprobar su eficacia. Estos ensayos clínicos son realizados en personas voluntarias donde se les explica cual será el papel que estos desempeñarán durante este proceso, cabe señalar que ellos no están obligados a permanecer dentro de este estudio por todo el tiempo que este lleve, ya que pueden abandonarlo en cualquier momento.

Sin embargo en la práctica y en el ámbito de la industria farmacéutica los pasos para el desarrollo de una sal (principio activo) son llamados como Fase I, Fase II, Fase III y Fase IV.

⁷⁵ Durán Quintana, José Antonio. "Investigación en Terapéutica clínica: Ensayos clínicos con medicamentos". *Educ. méd.*

⁷⁶ Ibidem, Pag. 86-87

La FASE I “comprende las primeras pruebas del medicamento, se identifican los elementos de seguridad, tolerancia y dosificación”⁷⁷; tiene como principal objetivo probar la seguridad y tolerabilidad del producto en los pacientes escogidos. “En esta fase, entre 20 y 30 voluntarios sanos, entran en contacto con el nuevo medicamento. En estos voluntarios se estudia primordialmente la seguridad y la dosificación del medicamento.”⁷⁸ Es importante destacar que las cantidades de dosis son bajas al principio del ensayo clínico pero irán en aumento a lo largo del desarrollo de este proceso, ya que es necesario llegar al punto donde el estudio nos diga qué cantidad es la más conveniente para la tolerabilidad en el paciente y son administradas en un número pequeño de participantes.

La **FASE II** “tiene como objetivo probar los efectos del medicamento sobre una enfermedad en particular (se miden efectos colaterales, eficacia, riesgos potenciales, etcétera.) y encontrar la mejor forma de administración (inyecciones, tabletas, etcétera)”⁷⁹ podemos inferir que en esta Fase el producto comienza a tomar forma, ya que el estudio se enfoca en que tan efectivo es el medicamento experimental, en esta fase el número de participantes aumenta y son tratados cuidadosamente ya que antes de cualquier testeo es necesario conocer sus condiciones generales de salud y sobre todo que el diagnóstico sea el correcto para el tratamiento que el medicamento experimental desea cubrir. “En ella se estudian entre 100 y 300 pacientes, es decir, personas que padecen la enfermedad que se intenta combatir. En esta etapa se estudia la eficacia y seguridad del medicamento. Para poder corroborar los hallazgos de la Fase II es necesario tener una muestra representativa de la población, además de ingresar a pacientes con características más parecidas a la realidad, diferentes a los muy controlados pacientes iniciales.”⁸⁰

En la **FASE III** “el medicamento es probado en grupos de control más amplios”⁸¹; esta diseñada para incluir los resultados de las fases anteriores y ayuda a la investigación para saber de los riesgos que el medicamento puede tener cuando se administra. Durante esta fase el incremento de participantes es mayor, “entre 1,000 y 10,000 pacientes, generalmente en varios países, decenas de hospitales y cientos de investigadores y coinvestigadores al mismo tiempo, para asegurar el poder estadístico necesario y conocer con certeza la seguridad, tolerabilidad y eficacia de un nuevo medicamento”⁸². El objetivo principal de esta fase es la evaluación total del llamado beneficio-riesgo, y gran parte de la información requerida, será colocada para su descripción en IPP (Información Para Prescripción), que no es más que la información general del medicamento, dosis recomendadas, edades en la cuales puede administrarse, reacciones adversas, etc.

Registro del producto

En esta etapa ya se han realizado todos los estudios correspondientes, para que pueda llevarse a cabo la venta del nuevo medicamento, sin embargo es necesario realizar el registro correspondiente a través de las instituciones regulatorias de cada país, algunas tienen mucho peso a nivel internacional como es la FDA (Food and Drug Administration) por sus siglas en Inglés, y es quien otorga y certifica el registro de todos los medicamentos que se desarrollan en Estados Unidos o aquellos que se

⁷⁷ Véase Investigación y Desarrollo en :

<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=home.interior&SectId=1369&CatId=1435>

⁷⁸ Véase AMIF en: http://www.amiif.org/cms/images/stories/sala_prensa/amiifbroch.pdf

⁷⁹ Véase Investigación y Desarrollo en:

<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=home.interior&SectId=1369&CatId=1435>

⁸⁰ Véase AMIF en: http://www.amiif.org/cms/images/stories/sala_prensa/amiifbroch.pdf

⁸¹ Véase Investigación y Desarrollo en:

<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=home.interior&SectId=1369&CatId=1435>

⁸² Véase AMIF en: http://www.amiif.org/cms/images/stories/sala_prensa/amiifbroch.pdf

pretenden comercializar en ese país. Por su parte la Unión Europea cuenta también con una institución regulatoria la cual es llamada EMEA (European Agency for the Evaluation of Medicinal Products). El trámite que todo laboratorio debe llevar a cabo para que su producto pueda ser comercializado, es “una vez completada la fase clínica, se entrega a las autoridades sanitarias un documento de resumen, usualmente de varios miles de hojas, con la información más relevante encontrada en todo el proceso de investigación:

desde el laboratorio hasta los hospitales. Una vez analizada la información se otorga un Registro Sanitario, que es el documento más importante para poder comercializar un medicamento en cualquier parte del mundo”.⁸³ Con respecto a México, la institución encargada de la validación y registro de los medicamentos para ser comercializados es la COFEPRIS, un organismo dependiente de la Secretaría de Salud, que se encarga de la regulación y control sanitario en todo el territorio nacional. Cuyo objetivo principal es: “México tendrá una autoridad nacional para la protección contra riesgos sanitarios confiable y eficaz, destacada por su capacidad técnica, operativa y regulatoria así como por su compromiso con el desarrollo humano y profesional de su personal. La COFEPRIS establecerá e implementará políticas, programas y proyectos al nivel de la mejor práctica internacional, en coordinación efectiva con los diferentes actores del ámbito público, privado y social, para prevenir y atender los riesgos sanitarios, contribuyendo así a la salud de la población.”⁸⁴

La FASE IV “son estudios de post mercadeo, que tienen lugar una vez que el medicamento ha sido aprobado por las autoridades competentes”⁸⁵. Se desarrolla a través de la recolección de mayor información acerca de los beneficios y como puede ser utilizada para tener un óptimo resultado, este estudio se sigue realizando por varios años. En algunas ocasiones el medicamento puede presentar algunas reacciones adversas, con lo cual aun cuando las instituciones hayan dado la aprobación, el medicamento puede salir de del mercado debido a fallecimientos de pacientes, tal es el caso que se mencionó en el capítulo anterior. Es por ello que esta fase debe ser continua, y por lo tanto también los laboratorios, deben tener un departamento llamado farmacovigilancia, donde los pacientes pueden llamar ante cualquier reacción adversa al medicamento. Ya que el principal objetivo del laboratorio es que su medicamento sea eficaz y no cause ninguna anomalía posterior.

La descripción general de estas fases del desarrollo del medicamento nos refieren, a la importancia que para la industria farmacéutica representa la investigación y el desarrollo de un producto, con la descripción anterior de las fases de investigación que un medicamento debe cumplir para que éste se encuentre en venta, nos damos cuenta que no son nada sencillas, por lo que deben pasar varios años para que eso se logre, sin embargo el registro de la patente, se debe realizar en el momento que se inicia la investigación del mismo, para ello presentamos el siguiente gráfica que puede ejemplificar un poco más esta situación:

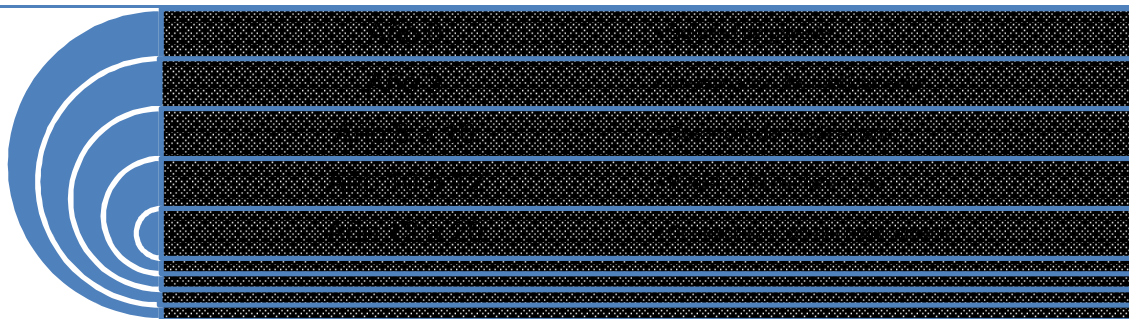
⁸³ Véase AMIF en: http://www.amiif.org/cms/images/stories/sala_prensa/amiifbroch.pdf

⁸⁴ Véase COFEPRIS Visión en: <http://www.cofepris.gob.mx/wb/cfp/mision>

⁸⁵ Véase Investigación y Desarrollo en:

<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=home.interior&SectId=1369&CatId=1435>

LA VIDA DE LA PATENTE DE MEDICAMENTOS



Fuente: Oficina Técnica Iberoamericana del Medicamento⁸⁶

En este ejemplo muy gráfico podemos notar que los laboratorios en realidad tienen únicamente de 8 a 10 años en la comercialización de los medicamentos, tiempo en el cual además de ya haber invertido una fuerte suma de dinero, deberán colocar en el mercado un producto innovador que puede ser o no del agrado del doctor, gastando con ello una fuerte cantidad de inversión y mercadotecnia. Cabe señalar que no todas las sales que se patentan, llegan al mercado en su totalidad. “Por ejemplo, Cruz y Durán (1987) menciona que: en términos generales, consideraron que de 10.000 moléculas que se ensayasen, sólo 20 pasarían a la fase de ensayos clínicos sobre animales, 10 a la fase de ensayos clínicos con personas y una podría ser finalmente registrada.”⁸⁷

El corto periodo con el que cuenta la industria farmacéutica, para la comercialización de un producto, se ha convertido en su principal problema, ya que el desarrollo de sus formulas lleva alrededor de 10 a 12 años, con ello no es fácil que dichas empresas puedan llevar al mercado, tan fácilmente nuevos medicamentos innovadores que les permitan aliviar las enfermedades, además de ser un sector muy competitivo y sobre con el boom de los llamados genéricos, el mercado se compacta con mayor facilidad.

La explicación general de proceso por el cual deben pasar los laboratorios para el lanzamiento de un nuevo producto, no solo nos lleva a pensar en el período de espera sino también en las inversiones tan grandes que se invierten para tal efecto, tan solo Pfizer en el 2007 invirtió 7mil millones de dólares. De igual forma, según datos de la AMIIF (Asociación Mexicana de Industrias de la Investigación Farmacéutica) “el gasto por investigación de una sustancia médica llega a ser de 1300 millones de dólares; y solo el 9% de las solicitudes de patentes en México llegan a salir al mercado como medicinas”⁸⁸. Esta inversión cuantiosa en ocasiones no se recupera en su totalidad, causando un impacto importante en la gasto de investigación que tienen los laboratorios debido a que “De 5,000 moléculas que se estudian, solamente una de ellas llega a desarrollarse como medicamento, y esto después de un promedio de 10 años de investigación. Además, del total de medicamentos nuevos, sólo 3 de cada 10 logran recuperar su inversión.”⁸⁹

Es por ello que en la actualidad los laboratorios han tenido que replantear sus objetivos, ya que el vencimiento de patentes llega a ser un problema fundamental en la

⁸⁶ Comas-Mata Carmen, Patentes y Medicamentos, Oficina Técnica Iberoamericana del Medicamento DS Vol. 7, Enero-Diciembre 1999, Pág. 51

⁸⁷ Frías Dolores, *marketing farmacéutico*, Editorial Pirámide, Madrid, 2000, pág.87

⁸⁸ Véase AMIIF en:

http://www.amiif.org/cms/images/stories/pub_amiif/p_investigacion_ymedicina.pdf

⁸⁹ Véase AMIIF en: http://www.amiif.org/cms/images/stories/sala_prensa/amiifbroch.pdf

comercialización de sus productos “hasta 2012 las farmacéuticas perderían más de 30.000 millones de dólares en ventas por la caducidad de estos derechos de propiedad”⁹⁰. Recordemos que esta actividad es la base central del desarrollo de cualquier laboratorio, así los grandes laboratorios voltean la vista a la posibilidad de fusiones con otros laboratorios que tengan ya productos en fases muy avanzadas y con ello continuar prevaleciendo en el mercado.

3. Pfizer

3.1 Historia de Pfizer

Desde sus inicios, Pfizer se caracterizó como una empresa que buscaba ir a la vanguardia, sus fundadores inmigrantes provenientes de Alemania -Charles Pfizer y Charles Erhart-, crearon una empresa en los Estados Unidos a finales del siglo XIX, con las condiciones y materiales que para esa época estaban disponibles.

No fue sino hasta 1928, cuando se revolucionó la medicina moderna, a través de científicos que dedicaban su vida para encontrar soluciones a los males que aquejaban en aquella época a la sociedad. Enfermedades que para nosotros resultan casi inexistentes o poco comunes, en aquella época resultaban ser epidemias que mataban a miles de personas. La era de los antibióticos empezó a desarrollarse por Alexander Fleming quien descubrió la penicilina, para aliviar enfermedades producidas por plagas y conocidas por todos como la tuberculosis. Es así como varios laboratorios, fijaron sus ojos en el gran descubrimiento científico, pasarían algunos años para que Pfizer pudiera producir este tipo de medicamento a escala en colaboración, con científicos integrantes de la universidad de Oxford Estados Unidos, quienes desarrollaron este concepto, desde ese momento Pfizer empezaba a construir un negocio que tenía expectativas en el mercado norteamericano, altamente rentable y con una visión de negocio que pocos en ese tiempo podían tener. Ya que para ese tiempo el mercado farmacéutico a nivel mundial era dominado por laboratorios europeos, continuando hasta la década de los 70.

Dicha producción en escala sirvió, para que el gobierno de Estados Unidos pudiera enviar a sus soldados en la segunda Guerra Mundial, un alivio a las enfermedades que en ella se suscitaban. Así Pfizer comenzó a comercializar, su producto (oxitetraciclina), el cual fue avalado por la FDA el 15 de marzo de 1950, dándose con ello un parte aguas en la historia de esta empresa, pues es aquí donde la comercialización de productos a gran escala se empieza a consolidar a través de vendedores a los que hoy conocemos como Representantes Médicos. Con ello se lograron colocar cómo una empresa naciente en el sector farmacéutico.

Pero su visión de negocio iba más allá del territorio Americano, Pfizer comienza a abrir pequeñas filiales en algunos países alrededor del mundo. A partir de la segunda mitad

⁹⁰ Véase Fusiones en la industria farmacéutica en: <http://bitacorafarmacéutica.wordpress.com/2009/05/03/grandes-fusiones-para-salvar-a-las-farmacéuticas/>

del siglo pasado, continúa apostando a la investigación y desarrollo de nuevos productos, invirtiendo grandes cantidades de dinero sabiendo que esta inversión se vería reflejada en ganancias a largo plazo, pues el desarrollo de las fórmulas es lento. En 1960 “las operaciones de Pfizer son establecidas en Cuba, Inglaterra, India, México y Puerto Rico”.⁹¹

Para la década de los 70's, el mercado farmacéutico había registrado grandes cambios, nuevas enfermedades habían surgido, la mentalidad de la población en el cuidado de la salud era cada vez mayor, Pfizer fija sus metas con base en el objetivo de seguir creciendo y consolidándose, bajo la visión del cambio y el desarrollo es por ello que, durante esta década realizó varios lanzamientos, después de una larga espera en el desarrollo de nuevos productos. Logrando incursionar en diferentes áreas terapéuticas con medicamentos para tratar enfermedades como, “la diabetes, depresión, enfermedades cardíacas, infecciones micóticas y otros padecimientos”.⁹² Su consolidación, se fue desarrollando por la gran credibilidad que como laboratorio farmacéutico, había adquirido desde su nacimiento hasta esta época.

En 1972, un nuevo ejecutivo asumiría la administración y control de Pfizer, el Sr. Edmund Pratt Jr., su visión de negocio continuaría apostando a la investigación y desarrollo de nuevos productos, invirtiendo en ello del 15 al 20 de las ventas generadas para tal efecto. Es en este momento cuando Edmundo Pratt Jr., comenzó a visualizar la necesidad de tener un control en el desarrollo y comercialización de los nuevos productos, hasta ese tiempo no se había tratado este tema, que sin lugar a dudas era de gran importancia contar con restricciones y procesos que llevarán el beneficio no solo de las empresas sino de la sociedad en general. Edmundo Pratt, fue uno de los pioneros, en abanderar el derecho de propiedad intelectual, en la industria farmacéutica. Aun que para esa época, los gobiernos comenzaban a poner restricciones, sobre el uso de las pruebas e investigaciones en seres humanos, incrementando así los ciclos de investigación, provocando que la inversión para la realización de un producto se eleve, dando como consecuencia que los laboratorios tardaran más en lanzar un producto y las ganancias decayeran.

En la década de los 80's, los laboratorios fijaban sus ojos en nuevos mercados, buscando con ello la comercialización de los mismos, aun cuando estos nunca hubiesen incursionado en países como China y Japón, fue el inicio a gran escala de negociaciones entre laboratorios, teniendo como estrategia el comercializar productos en aquellos países donde no podían entrar tan fácilmente por restricciones gubernamentales, recurriendo con ello al co-marketing, comenzando así la era de los monopolios en este sector. Durante este tiempo de igual forma la FDA daba su aprobación para que los medicamentos, fueran protegidos a través de su patente por un período de 20 años.

⁹¹ Vease quienes somos Pfizer en:

<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=press.details&ID_PressRoom=1072&ID_UserType=2&ID_PressType=1&SectId=1376>

⁹² Véase entre nosotros Pfizer en:

<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=press.details&ID_PressRoom=1072&ID_UserType=2&ID_PressType=1&SectId=1376>

A principio de la década de los 90's, ya muchos laboratorios veían como una estrategia a seguir la de realizar fusiones, pues como hemos dicho el mercado farmacéutico ya era más competitivo, y en algunos casos el Co-marketing, no resultaba ser ya un negocio creciente o en desarrollo, para estas fechas el mercado farmacéutico estadounidense estaba en su apogeo y con ello dominaba las ganancias globales en un 60%. Ante la dinámica mostrada por los laboratorios norteamericanos en particular Pfizer, la estrategia a seguir por los laboratorios europeos fue la de iniciar la carrera de fusiones para ganar mayor presencia en comparación con la industria americana, tal es el caso de Glaxo y Wellcome de origen Ingles quienes se fusionaron en el año de 1995, así como Aztra y Zeneca de origen Inglés también deciden unirse en 1998.

Es por ello que, las industrias tanto estadounidenses como europeas, habían entrado en una carrera de competencia a gran escala, tratando de ganar más terreno en relación a sus competidores. La visión de los laboratorios confirmaba, un enorme deseo de continuar creciendo en el mercado mundial, consolidando sus mercados, pero sobre todo una necesidad inherente para subsistir, ante un mercado ansioso de nuevas fórmulas y así continuar fortaleciendo su mercado, pero sobre todo combatiendo en gran medida, las implicaciones que enfrenta cualquier laboratorio al perder una patente, después de haber invertido en ella muchos recursos.

En los años 20's la innovación farmacéutica fue la penicilina, en esta década la estatina fue un gran descubrimiento realizado por la compañía Merck, varios laboratorios iniciaron la carrera en la investigación de este ingrediente activo y lograron lanzar algunos productos que contenían este ingrediente tal es el caso de Lescol de Novartis y Pravachol de Bristol-Myers. Este medicamento ayuda al control del colesterol, cabe señalar que el mercado Norteamericano, se caracteriza por personas obesas y con altos niveles de colesterol. Lo que se intuía que al tener en el mercado algún producto que atacará este padecimiento, las ventas serían aseguradas.

El auge que tuvo esta sal a finales de la década de los noventa nos ayudará a analizar la fusión que se realizó por parte de Pfizer y Warner-Lambert.

3.2. Principales características de Pfizer

Hoy en día Pfizer se ha colocado a nivel mundial como un laboratorio farmacéutico consolidado a nivel mundial, teniendo presencia en más de “150 países y contando con una plantilla de más de 85 mil empleados”⁹³. Sus esfuerzos se focalizan en seguir teniendo un portafolio de productos innovadores, con lo cual busca tener nuevas moléculas que le permitan ser investigadas y desarrolladas para la creación de productos que le den a la sociedad mundial, una mejor calidad de vida.

Pfizer se caracteriza por ser una empresa que va a la vanguardia en todos los sentidos, hoy en día es muy común encontrar empresas que se desarrollan bajo esquemas de unificación de criterios entre sus empleados, es decir que todos ellos

⁹³ Véase quienes somos en:

<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=home.interior&SectId=1381&CatId=1451>

tengan en cuenta los objetivos fundamentales que la empresa establece, para todos en común, es decir seguir “una misma línea”. Es por ello que las empresas cuentan con valores y reglas que los definen como corporativo, MISIÓN, PROPÓSITO Y VALORES.

La MISIÓN suele ser una descripción de cómo la empresa se visualiza no solo internamente sino también, como quiere ser visualizado por su cliente externo es por ello que para la Pfizer su MISIÓN es: “Ser la compañía mejor valorada por nuestros pacientes, clientes, colegas, inversionistas, socios de negocios. Y, también, por las comunidades en las que vivimos y trabajamos.”⁹⁴

Como PROPÓSITO las empresas dan a conocer cuál es la finalidad de su negocio involucrando con ello a todos aquellos que forman parte de su cadena productiva, para Pfizer su propósito es: “Dedicamos nuestro trabajo a la búsqueda de una vida más saludable, más larga y con mayor alegría para toda la humanidad. Esto lo logramos a través de la innovación en productos farmacéuticos, de consumo y de salud animal”.⁹⁵

Entre los VALORES que Pfizer ha adoptado, para fortalecer las relaciones entre sus clientes, tanto externos como internos menciona que son:

Integridad: Como un valor que debe tener cualquier trabajador, que se desempeñe dentro de la empresa y que tiene como finalidad el contar con profesionistas que cumplan con altos compromiso de ética.

Respeto por las personas: Se reconoce que el capital humano es la base para el crecimiento del negocio, y por ende toda persona requiere de un respeto y de dignidad para el desarrollo de sus funciones.

Liderazgo: Pfizer se considera por si mismo líder y por ende trata de atraer y compartir este talento y valor con las personas que intervienen en su entorno.

Desempeño: Para Pfizer es importante el esfuerzo continuo y el mejoramiento en cualquier nivel o situación, está en constante monitoreo de los objetivos planteados por eso el valor del Desempeño resulta importante, ya que ello es sustancial para el continuo trabajo en equipo y el enfoque a la solución de necesidades que sus clientes tengan.

Innovación: Pfizer ha hecho suyo este concepto desde sus inicios, es por ello que su inversión se ha acrecentado con el paso de los años, característica fundamental en su negocio, ya que la innovación es una pieza fundamental para la creación de medicamentos que ataquen las enfermedades que aquejan a la sociedad actual.

Enfoque al cliente: Vigilar y estar pendiente de la satisfacción total de su cliente.

⁹⁴ Vease Quienes Somos, Misión Propósito y Valores Pfizer en:
<<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=home.interior&SectId=1381&CatId=1451&ArtId=41>>

⁹⁵ Vease Quienes Somos, Misión Propósito y Valores Pfizer en:
<<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=home.interior&SectId=1381&CatId=1451&ArtId=41>>

Comunidad: La importancia de este valor para Pfizer, es lograr que cada lugar donde se establezca como empresa, el laboratorio se convierta en la opción primaria para vivir y trabajar. Es decir que con ello se cree un ambiente de colectividad.

Calidad: Otro valor fundamental, que lo ha colocado, como un laboratorio muy competitivo a nivel mundial. Ya que sin este valor difícilmente se puede conseguir confianza y credibilidad, no solo ante la sociedad médica, sino en aquellos clientes finales que consumen sus productos.⁹⁶

Bajo esta pequeña descripción de los valores que Pfizer ha hecho suyos, se puede hacer un comparativo con aquellos valores que Abbott ha establecido dentro de su empresa, dicho laboratorio que compite estrechamente con Pfizer. Nos damos cuenta que existe una gran diferencia entre ambas compañías. Puesto que por un lado el primero, tiene una descripción bastante detallada de sus principios y valores que son características primordiales y que lo identifican y diferencian en relación a sus competidores, pues ellos van encaminados al valor humano que representa una parte importante para el negocio, no solo en relación a sus cliente internos sino también directamente con sus clientes externos. Por lo que respecta, Abbott estos son sus valores: “Ser Pioneros, Conseguir Resultados, Cuidar la Salud, Seguir avanzando”⁹⁷. Esto nos refiere que por el contrario de Pfizer, en Abbott sus valores van encaminados a conseguir logros económicos importantes, dando también una importancia al cuidado de la salud, pero no está enfocado al factor humano.

Estos valores pueden, influir en el crecimiento de cualquier empresa, ya que hoy en día los profesionistas buscan empresas, en donde desarrollar sus conocimientos y experiencias, y que además de ser competitivas a nivel mundial, tengan ese enfoque humano y que se les reconozca su esfuerzo, así el empleado desarrollara mejor sus funciones asignadas. Bajo este mismo esquema, Pfizer ha tenido que transformarse en una empresa socialmente responsable y un claro ejemplo de ello es que hoy, cuenta con diversos programas a nivel global que se desarrollan en coordinación con Organizaciones de la Sociedad Civil, empresas, instituciones gubernamentales y con la academia, los cuales se muestran a continuación:

Programas de Responsabilidad Social Pfizer
• Programas Globales de Salud(Global Health Programs)
• Programas Comunitarios (Community Programs(
• Becas y Pagos (Grands & Payments)g
• Trabajo con Profesionales de la Salud (Working Helth Care Profesionals)
• Lineamientos Ventas y Markteting de adecuación a las reglas fijadas (Sales and Marketing Compliance)
• Protección del Ambiente (Protecting de environment)
• Trabajo Responsable (Work responsibility)

Fuente: Elaboración propia a partir de información publicada en Pfizer⁹⁸

⁹⁶ Vease Quienes Somos, Misión Propósito y Valores Pfizer en:
<<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=home.interior&SectId=1381&CatId=1451&ArtId=41>>

⁹⁷ Véase Abbott nuestros valores en: http://www.abbott.es/bienvenidos_fd/nuestros_valores.asp

⁹⁸ Véase Responsibility en Pfizer:
http://www.pfizer.com/responsibility/global_health/global_health.jsp

Los esfuerzos sociales que Pfizer ha desarrollado a través de su programa “Global Health Program” para el beneficio de muchas personas alrededor de mundo y que redundan también en una inversión importante, van estrechamente ligados con productos que Pfizer comercializa en sus diversas áreas terapéuticas, teniendo como doble fondo la necesidad de seguir estudiando, cómo estos, son aceptados en los pacientes donde se realizan estudios clínicos con diversas universidades o como veremos a continuación programas como el del cáncer relacionado al tabaco, los cuales son difundidos a través de instituciones reconocidas que coadyuvan a la credibilidad del producto y por ende a una mercadotecnia implícita, para que el mismo médico recete este producto.

De igual forma este tipo de programas se ven beneficiados de estímulos fiscales promovidos por algunos gobiernos, caso especial de México quien a través de un enlace entre Pfizer y CONACYT, logran establecer lazos de investigación para productos que se encuentran en Fase II de investigación. “El acuerdo tiene la intención de configurar mecanismos de vinculación entre la Academia, la Industria y el Gobierno Federal, así como de difundir los subsidios del CONACYT, que sean de interés para la industria, de manera que se logre un aprovechamiento eficiente de los mismos.”⁹⁹ con ello no solo Pfizer gana una exención de impuestos, sino también crea empleos dirigidos a la investigación, además personas que cuentan con algún tipo de padecimiento se ven beneficiadas con este tipo de programa, ya que cuentan con el apoyo del laboratorio para que su tratamiento sea absorbido por el mismo. Asimismo, este tipo de programas no solo le permite a Pfizer tener una posición de ser una empresa socialmente responsable, sino a su vez ayuda a la investigación de casos y su tratamiento, que colaboran en el desarrollo de nuevas formulas que posteriormente puedan comercializarse en el mercado, aun cuando esto es un programa social, puede ser considerado como un proyecto de venta a futuro.

Los siguientes programas son parte fundamental en la estructura de Pfizer, pues en la actualidad los grandes laboratorios apuntan a este tipo de inversión, que a futuro se beneficia en una mayor credibilidad y sobre todo un prestigio dentro del medio farmacéutico que le permite una mejor venta dentro de la comunidad médica:

Global health fellows: Este tipo de programas ayuda a tener un acercamiento con las organizaciones antes mencionadas, con el fin de tener un mejoramiento de salud en comunidades marginadas a nivel mundial. Este programa es diseñado para que algunos de los trabajadores de Pfizer se involucren con estas organizaciones y desarrollen estrategias que ayuden a solucionar problemas de enfermedades como tuberculosis, malaria y otras muchas enfermedades que se encuentran en países en vías de desarrollo, muchas de ellas están establecidas en África y se enfocan a enfermedades como el VIH. Personal especializado acude a estos países por medio de becas que incluyen alojamiento, alimentos y demás.

El programa tuvo sus inicios en el 2003 y participa con instituciones como: “African Medical and Research Foundation (AMREF), Africare, American Cancer Society, American Jewish World Service, BroadReach Health care, The Earth Institute at Columbia University, Family Health International, Health Volunteers Overseas,

⁹⁹ Véase CANIFARMA en: http://www.canifarma.org.mx/01_investigacion.html

Infectious Diseases Institute, Institute for OneWorld Health, International AIDS Vaccine Initiative (IAVI), International Rescue Committee, International Trachoma Initiative, Populations Services International, Project HOPE, Transatlantic Partners Against AIDS, United States Agency for International Development (USAID), WaterAid, PAHO, IntraHealth”.¹⁰⁰

“International Trachoma Initiative: Este programa tiene sus inicios en 1998, su principal objetivo es tratar la enfermedad Trachoma que produce la ceguera en las personas alrededor del mundo y consiste en la donación de su producto Zithromax® (azithromycin), cirugías para personas que tengan un problema de ceguera muy avanzado.

Mobilize Against Malaria: Fundamentalmente está enfocado en el estudio y tratamiento de la Malaria en países como Gana, Kenia y Senegal, este programa es reciente, fue establecido en el año 2007. De igual forma en este caso Pfizer tiene la posibilidad de continuar haciendo estudios, que permitan continuar sus objetivos de venta en el tratamiento de estas enfermedades.

Global Health Partnerships: Con este programa Pfizer hace alianzas con organizaciones internacionales principalmente en Asia, América Latina, Europa, Estados Unidos y Canadá. Que se dedican a la prevención del cáncer producto del consumo del tabaco. El cual, está muy ligado al producto que tras su fusión con Wyeth se lanzó como un producto que te ayuda a dejar de fumar.

Infectious Diseases Institute: Este instituto creado para el control y estudio del VIH en países Africanos, tiene sus inicios en el 2001 y ayuda al estudio de esta enfermedad otorgando tratamientos y cuidados a pacientes con este tipo de cuadro clínico.

Diflucan Partnership: Este programa está enfocado en el otorgamiento de tratamientos que se ven relacionados con el VIH, en países donde esta enfermedad es considerada como pandemia. El producto donado es Diflucan® (fluconazole).

ConnectHIV: Tiene como objetivo el difundir la prevención en el contagio de enfermedades como el VIH, curiosamente solo se ha desarrollado en algunos estados de la Unión Americana, donde se han detectado casos de contagio.

Alliance for a healthy border: Dirigido a personas que cuenten con enfermedad de diabetes, una de las principales enfermedades en la población hispana. Y se enfoca a la prevención y el tratamiento de dicha enfermedad. Fue establecido por un periodo de 2 años del 2006 al 2008, ayuda a las personas a tener una mejor alimentación, al trabajar en conjunto con universidades, éstas promueven programas que les permiten dar asesorías a personas con este problema y con ello mejorar su calidad de vida.

A Healthier World Podcast: Con la ayuda de la tecnología hoy en día Pfizer, llega a diversas personas alrededor del mundo, difundiendo a través de Podcast, información de utilidad para las personas que están interesados en noticias de salud mundial.

¹⁰⁰ Véase Pfizer en:

<http://www.pfizer.com/responsibility/global_health/global_health_fellows.jsp>

En relación al Programa “**Community Program**” Pfizer de igual forma va a la vanguardia de este tipo de iniciativas, pues su objetivo principal es llegar a los lugares que como su nombre lo indica, donde vivimos y trabajamos, a partir de la premisa que la salud debe estar en cualquier lugar donde se desarrolla el ser humano”¹⁰¹.

Caso específico es el programa “Local Citizenship” el cual está dividido en dos grandes estructuras como son Amigos En Salud® (Friends in Health) y Balance It Out®, este último se focaliza en niños y sus familias teniendo como objetivo primordial el crear conciencia sobre las enfermedades crónicas que padece la sociedad actual como son la diabetes, asma, presión arterial y colesterol alto. Llegando hasta las escuelas o comunidades que deseen acoger este tipo de ayuda a través de personal especializado que les ayude a promover el mejoramiento en la salud y sobre todo llevar un estilo de vida más activo.

Por su parte el programa En Salud® (Friends in Health) se ve enfocado en la comunidad hispana, como una de las principales comunidades que viven en Estados Unidos y que cuenta con altos niveles, en enfermedades como colesterol alto, obesidad, desnutrición. Este tipo de programas, pudieran tener un alto impacto en la sociedad estadounidense, ya que actualmente la población de hispanos es muy grande, y pudiera ser un gran objetivo de venta al contar con este tipo de programas que ayuden a la concientización de las personas en su salud, pero sobre todo al consumo de su producto indicado en Colesterol Alto (Lipitor).

Bajo el rubro de **Grants and Payments** Pfizer da a conocer cual es su preocupación ante problemas existentes en la sociedad internacional y que afectan directamente el desarrollo de su negocio, es por ello que existen tres grandes áreas dirigidas a diversos sectores a los cuales se quiere tener acceso o un acercamiento directo, para este laboratorio es importante establecer lazos de comunicación con los diversos actores de la sociedad como es el gobierno. Este laboratorio no se queda en la simple venta de medicamentos, por el contrario dedica un rubro específico a lo bien llama “**Lobbying and Political Contributions**”, ya que el mismo sabe la importancia de contar con un acercamiento directo con aquellas personas que se involucran en los problemas actuales que la industria farmacéutica enfrenta, como son las barreras de acceso, la importación ilegal, la protección intelectual, etc. Esto de igual forma le permite tener una posición frente a la sociedad y a la política misma de como se abordan, estos problemas en la política actual de los Estados Unidos.

Esta tendencia lo menciona Campbell en su libro de Economía “Para mantener o aumentar los beneficios económicos correspondientes, el monopolista puede gastar grandes cantidades de servicios legales, en lobby y en relaciones públicas para convencer al gobierno de la necesidad de otorgar o mantener una posición privilegiada.”¹⁰²

Actualmente Pfizer cuenta con una asociación regulada por el gobierno con fines de conseguir fondos para financiar campañas, la cual es llamada PAC (Political Action Committee). En su último reporte dado a conocer, por Richard Bagger, Presidente de Pfizer PAC, menciona como se dan estos tipos de apoyos al gobierno: “Me complace

¹⁰¹ Véase Pfizer: <http://www.pfizer.com/responsibility/global_health/global_health_fellows.jsp>

¹⁰² McConnell Campbell R., *Economía...*, Op. Cit. Pág. 524

compartir este reporte de contribuciones políticas, que incluye una lista de los candidatos y de comités políticos, donde Pfizer PAC ha dado soporte durante la mitad del 2009. Pfizer PAC es independiente, tenemos la capacidad de dar soporte a 265 candidatos durante un periodo de seis meses en todos los niveles de gobierno y para ambos partidos políticos”.¹⁰³ Su apoyo va dirigido a aquellos Senadores, Representantes y Candidatos, ubicados en cualquier Estado de la Unión Americana, que simpaticen con las ideas o estrategias que Pfizer tienen en material de Salud. Asimismo, Pfizer cuenta con una fundación dirigida al apoyo de la investigación contribuyendo con becas o apoyos a instituciones que lo requieran, en conjunto con las actividades que el gobierno de Estados Unidos requiere, a través también de Asociaciones Médicas, Asociaciones Científicas, Organizaciones Civiles, Centros Médicos dedicados a la Academia y ayudas caritativas como donaciones a instituciones.

Otra característica que tiene Pfizer es el llamado “**Working with Health Care Professionals**”, lo cual le permite tener contacto con aquellos profesionales que directamente recetan sus productos y tener contacto directo con los pacientes que reciben el tratamiento, comercializado por Pfizer.

El contar con el acercamiento directo con médicos especializados le permite a Pfizer, continuar fortaleciendo su imagen y sobre todo verificar como sus medicamentos son aceptados en la sociedad. Con ello Pfizer establece programas que continúen haciendo evaluaciones de sus medicamentos, permitiéndole validar la eficacia de sus productos, que requiera la última fase de investigación. En ocasiones realizan mesas redondas, donde los médicos dan su opinión acerca del uso y efectividad de producto, de esto puede resultar una publicación de las conclusiones a las cuales se llegan y esto puede redundar tanto en beneficio para el médico como para el laboratorio. De igual forma se invita a Doctores quienes tienen un grado de especialización para dar conferencias acerca del tratamiento o evolución de alguna enfermedad, y por ende, explicar cómo podrían beneficiarse los pacientes al ser medicados con productos que el laboratorio promueve.

Por otro lado, el mercado farmacéutico, ha tenido que realizar un cambio de mentalidad en sus empleados, especialmente en las áreas de marketing y ventas, apuntando a lo que ahora se llama “**Compliance**”, y no es más que acciones encaminadas a propiciar prácticas ligadas a la ética. Para Pfizer es de suma importancia que esto se lleve a cabo, en su empresa. Ello se hace a través de la transparencia y sobre todo la difusión con total libertad de los beneficios y riesgos que los pacientes corren al ser medicados, bajo un tratamiento nuevo.

Pfizer se ha convertido en una empresa interesada en la protección del medio ambiente, ha desarrollado programas en apoyo a esta problemática. Uno de estos programas es denominado “**Sustentabilidad Ambiental**”, donde ha establecido un

¹⁰³ “I am pleased to share this political contributions report, which includes a list of candidates and political committees that the Pfizer PAC supported during the first half of 2009. Pfizer PAC is nonpartisan; we were able to support 265 candidates during this six month period in all levels of government and from both political parties”. Traducción Propia. Véase about Pfizer en:

<http://media.pfizer.com/files/investors/corporate/2009_jan_jun_pac_report.pdf>

Comité Ambiental dedicado única y exclusivamente al seguimiento de estas acciones y sobre todo al buen desarrollo de las mismas, sus objetivos son creados para acatar problemas tanto a corto como a largo plazo. El compromiso va también encaminado en tener estándares de calidad que permitan reducir el impacto ambiental. Esto a su vez tiene como objetivo el reducir costos, en la producción y desarrollo de productos que a largo plazo puede traducirse en el mejoramiento de proceso internos y por ende contar con ahorros importantes, es por ello que practican diversas iniciativas como:

- Minimizar costos
- Reducción de emisiones contaminantes
- Evaluación de riesgos de operaciones
- Adaptarse a los cambios del Calentamiento global¹⁰⁴

De acuerdo a estos objetivos, sus procesos como empresa han tenido que ser cambiados por ejemplo: La reducción del uso de energía a través del desarrollo e implementación de equipos tecnológicos y ecológicos, para el año 2012 Pfizer tiene como objetivo, que sus operaciones se lleven a cabo a través de energía ecológica en un 21.3 por ciento.

Pocas empresas apuestan a este tipo de desarrollo, antes que nada se interpone el beneficio propio, sin interesar cualquier impacto al medio ambiente se tenga, hoy en día Pfizer es también líder en este sentido, pues su preocupación va más allá de un simple compromiso, sino de acciones concretas.

Otra de las características principales que Pfizer ha establecido en su negocio, se centra en la continua búsqueda de productos innovadores que permita a la sociedad tener una mejora de vida, en la actualidad los laboratorios han girado la vista hacia la biotecnología, es por ello que Pfizer ha creado dos organismos que se especializan en la investigación de nuevas moléculas con base en la biotecnología o el desarrollo de vacunas, estos organismos son: “The PharmaTherapeutics Research & Development Group focuses on the discovery of small molecules and related modalities; and The BioTherapeutics Research & Development Group focuses on large-molecule research, including vaccines.”¹⁰⁵

Como hemos visto, Pfizer es una empresa sumamente estructurada, a pesar de que es una empresa muy grande a nivel mundial, esta ha sabido establecer objetivos muy bien definidos, los cuales la han llevado a ser el primer laboratorio a nivel mundial. Este tipo de empresa nos demuestra que no sólo debe enfocarse a la comercialización de productos, sino por el contrario deben tener una visión global, los cual no solo les redundará en ganancias, sino también en tener un prestigio importante dentro del sector que sin lugar a dudas les beneficia en gran medida.

¹⁰⁴ Véase protecting environment Pfizer en:

http://www.pfizer.com/responsibility/protecting_environment/our_focus_areas.jsp

¹⁰⁵ Véase Pfizer annual review en:

http://www.pfizer.com/investors/financial_reports/annual_reports/2009/itl-researchunits.jsp

3.3 Posición de Pfizer en el mercado internacional

La industria farmacéutica es reconocida como uno de los sectores más importantes de acuerdo a sus ingresos obtenidos, según la revista Industry Week en el 2009 este sector contaba en Estados Unidos con 20 compañías y sus ingresos eran por \$304,193 mdd. En su ranking de las 500 empresas más importantes, Pfizer se ubica en la posición 20 con un total de ingresos de \$48,296 mdd, solo atrás de Johnson & Johnson y seguida por Abbott Laboratories.¹⁰⁶

De igual forma, durante mucho tiempo Pfizer se ha caracterizado por ser una empresa líder y pionera en este sector, en el 2007 según datos de IMShealth Pfizer se ubicaba en el primer lugar en ventas con 23.52 billones de dólares a demás de contar con el producto más vendido (Lipitor) dentro de la industria con un total de ventas de 8.66 billones de dólares, de igual forma era la empresa número uno en inversión Promocional con 2,200.00 millones de dólares¹⁰⁷ lo cual la coloca como una empresa con grandes ganancias y sobre todo como una empresa que necesita seguir creciendo para continuar siendo el líder en este sector.

En este sentido de líder en el mercado, Pfizer también entra en el ranking de las llamadas empresas verdes, preocupadas por el medio ambiente y que realizan diversas actividades encaminadas al mejoramiento de este aspecto, bajo esta óptica según la revista Poder, Pfizer se encuentra en el lugar 15 teniendo en marcha los siguientes proyectos en marcha: 1)Proyectos anuales de ahorro de energía, 2) Incremento en la cantidad de residuos no peligrosos enviados a reciclaje.3)Programas periódicos de reforestación , impresiones a doble cara y uso del papel reciclado en oficinas.¹⁰⁸

A nivel mundial Pfizer ha recibido diferentes reconocimientos entre los que destacan:

- Lanzamiento del año en medicamento de Prescripción: Este es uno de los premios más reñidos. El ganador fue el impresionante y exitoso lanzamiento global del medicamento para la artritis reumatoide Celebrex. El panel de evaluación destacó la “excelente cobertura global de prescriptores, estrechamente dirigidos a mejores resultados” del lanzamiento.
- Obtuvo más de cuatro premios de Global Pharmaceutical Awards 2000
- Pfizer, considerada por Interbrand como el gigante de la industria farmacéutica, figura entre las 100 marcas reconocidas a nivel mundial en el 2003. Cada año la empresa Interbrand realiza el proceso de selección para establecer, del modo más justo posible, el valor de las marcas a nivel mundial.¹⁰⁹

¹⁰⁶ Véase The IndustryWeek U.S. 500 en:

<<http://www.industryweek.com/research/us500/2009/iwus500ranksort.asp?Input=20>>

¹⁰⁷ Véase Top 20 pharma companies en:

<http://www.imshealth.com/imshealth/05_01_08MM&MPharmaTopDiana.pdf>

¹⁰⁸ Jimenez Ismael, Castillo Alejandro, Empresas Verdes, Revista Poder y Negocio, martes 11 de mayo del 2010, Pag. 41-49

¹⁰⁹ Véase reconocimientos a Pfizer en:

<<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=home.interior&SectId=13&CatId=53&ArtId=40>>

Las cifras mostradas con anterioridad, nos dan muestra de que Pfizer como empresa es reconocida, por las distintas acciones que ha llevado a cabo para posicionarse como una de las principales empresas que buscan una constante mejora y crecimiento.

3.4. Fusiones de Pfizer que lo han colocado como primer laboratorio a nivel mundial

Pfizer-Warner Lambert

A finales de la década de los noventa Pfizer gozaba de un mercado amplio y reconocido por sus productos Fluconazol (utilizado para infecciones en las mucosas –Meningitis y Candidiasis Sistémica, mucocutánea y esofágica-, también indicado en VIH) y Amlodipino medicado en pacientes con hipertensión arterial. A finales de esta década lanza un producto que fue desarrollado por este laboratorio llamado Viagra y que entre 1999 y 2001 le generarían ventas anuales por un billón de dólares, también lanzaba Celebrex.

Al cumplir sus 150 años de existencia Pfizer celebraba y la revista Fortune en 1999 lo ubicaba en el ranking de las mejores 500 mejores empresas, ubicándose en la posición 106, mientras que Warner-Lambert se ubicaba en la posición 157, ambos laboratorios se ubicaban dentro de los 10 primeros lugares en el sector farmacéutico.¹¹⁰

En este tiempo Pfizer contaba con productos nuevos que podían funcionar en el mercado y consolidar sus ventas, sin embargo tenía que dar un golpe mayor para cumplir con sus objetivos, de ser la primera empresa a nivel mundial.

Por su parte Warner-Lambert, era también una empresa norteamericana que comenzó sus operaciones en mediados del siglo XIX, teniendo entre sus principales productos a Listerine®, ya que fue comercializado en primera instancia, solo a profesionales de la salud, pero después fue vendido en consumo masivo, lo que le generó grandes ganancias, con lo cual la empresa fue creciendo con un buen ritmo, lo que le permitió hacerse de varias empresas más Pfeiffer Química, manteniendo siempre su nombre. Ese sería solo el inicio, ya que la historia de Warner Lambert, esta rodeada de muchas adquisiciones, la más importante “en 1962, cuando la compañía compró American Chicle Company, una empresa de Nueva York -based que fue uno de los mayores productores mundiales de gomas y mentas”.¹¹¹

En el ámbito farmacéutico Warner- Lambert también había realizado contribuciones importantes para el desarrollo de este sector, como el sistema de visita médica para el testeo de medicamentos, de igual forma estaba involucrado en el desarrollo de nuevas fórmulas por lo que “En la primera mitad del siglo 20 , Parke -Davis introdujo una serie de productos innovadores , incluyendo la primera vacuna bacteriana, una forma pura

¹¹⁰ Véase revista FORTUNE en http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune500_archive/snapshots/1999/1553.html

¹¹¹ Véase Pfizer and Warner Lambert en: http://www.pfizer.com/about/history/pfizer_warner_lambert.jsp

de adrenalina , y Dilantin® (fenitoína), El primer tratamiento ampliamente disponible para la epilepsia y las convulsiones. Dilantin® sigue siendo una terapia útil contra las convulsiones”.¹¹² Como consecuencia, de este crecimiento, Warner-Lambert, fue convirtiéndose, poco a poco en una empresa multinacional.

El descubrimiento de la Estatina, hizo que Pfizer y Warner-Lamber se unieran en la comercialización, de un producto en franco desarrollo llamado Lipitor. Warner Lambert fue quien desarrollo diferentes estudios clínicos, que le permitirán posicionar un producto joven llamado (Lipitor), pero que fuera diferente a los ya comercializados en ese tiempo. “Es así como en un ensayo clínico en 24 empleados de Warner-Lamber demostró que los estudios en animales habían subestimado al Lipitor. La dosis más baja en seres humanos, 10 miligramos, redujo el colesterol en un 38%, convirtiéndolo en más efectivo que los medicamentos de los competidores en la dosis más alta recomendadas por la FDA”.¹¹³

Con estos resultados, Warner-Lamber se dio cuenta que había encontrado una mina de oro, sin embargo no contaba con la capacidad de comercializar y realizar una campaña mercadológica suficientemente fuerte, como para competir ante los otros laboratorios que se encontraban en este mismo segmento.

Es así como recurre a Pfizer y ambas compañías en 1996 acuerdan realizar co-marketing con Lipitor. Debido a que la estrategia planteada por Pfizer, era más agresiva, su campaña de comercialización se convirtió en una de las mejores en el mercado para esta clase terapéutica y debido también a las bondades que presentaba el nuevo producto, dieron a ambas compañías gratas sorpresas, provocando gran confianza entre los médicos, que día con día recetaban más el producto y para 1998 “Lipitor tenía el 18% del mercado, era el segundo después de Zocor que tenía el 37%. Los analistas de Wall Street bautizaron a Lipitor como la estatina Turbo; entre mediados de 1997 y mediados de 1998 las acciones de Pfizer y Warner-Lambert aumentaron en un 102 y un 83% respectivamente”.¹¹⁴

A pesar de este negocio que produjo a ambas compañías ganancias importantes, Warner-Lamber comienza a tener negociaciones con Amercian Home Products, para hacer una fusión entre estas dos empresas. Sin embargo Pfizer, sabía que este producto era una gran inversión y un negocio muy rentable, por lo que no dejaría que se le fuera de las manos, así que contra ofertó y a pesar de que ya las negociaciones estaban muy avanzadas, finalmente se quedo con Warner-Lambert a través de una fusión que involucro una inversión de 84.000 millones de dólares, acordando pagar 1,800 millones de dólares a la empresa American Home Products, por indemnización para que disolviera el acuerdo con Warner Lambert.

¹¹² Véase Pfizer and Warner Lambert en:

<http://www.pfizer.com/about/history/pfizer_warner_lambert.jsp>

¹¹³ Peruggia, Marcelo, Fusionmanía: Tendencias de los laboratorios a unir esfuerzos y recursos con un fin común, Editorial, Grupo percano de Editoras Asociadas, S.A. de C.V., numero 12, año 11, agosto del 2009.

¹¹⁴ Véase Boletín Fármacos noticias en:

<<http://www.boletinfarmacos.org/042003/noticias%20de%20la%20industria.htm>>

Ambas compañías, creaban así al segundo laboratorio más grande a nivel mundial y quedaba claro cuan agresiva podía ser Pfizer, para poder quedarse con un negocio que hasta ahora representa una de las mejores ventas del laboratorio.

De esta forma ambos laboratorios, se dividían de la siguiente manera:

ESTRUCTURA POR DIVISIONES DE PFIZER Y WARNER LAMBERT ANTES DE LA FUSION	
SALUD HUMANA SALUD ANIMAL	SALUD HUMANA
UNIDAD DE INVESTIGACION Y DESARROLLO GLOBAL	PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO (GOLOSINAS, PRODUCTOS PARA AFEITAR ETC.)

Fuente: Elaboración propia información obtenida en pagina Pfizer ¹¹⁵

Con la fusión de esta compañía -entendiendo que las fusiones en la teoría se manejan como la unión de empresas, sin embargo en la práctica es necesario plantear una adquisición (el mismo autor Victor Libio, comenta que en ocasiones la adquisición precede a una fusión), que ante las autoridades por cuestiones fiscales, requieren que exista una empresa compradora, que sea la que va a tomar las decisiones sobre este rubro.- Es por ello que Pfizer, que se dice que adquiere una estructura de productos como Norvasc, Lipotor, Soloft, Zithromax, Diflucan, Celebrex y Viagra, con lo cual obtiene un gran portafolio de productos en diferentes áreas terapéuticas como Cardiovascular, anti-colesterol y diabetes. Con ello Pfizer se convirtió en la empresa que más rápido creció dentro del sector farmacéutico, “sus responsables destacan que se sitúa a la cabeza en descubrimientos de nuevas medicinas. De hecho, Pfizer Inc., como pasará a llamarse, contará con un presupuesto anual de 4.700 millones de dólares en investigación. Los ingresos anuales de la nueva compañía ascenderán a 4,77 billones de pesetas”.¹¹⁶

Con la combinación de estas dos grandes empresas Pfizer incluiría en su grupo de investigación un staff de más de 1200 empleados. Y las formulas de investigación se ampliarían a 138 en diferentes áreas investigación y desarrollo, como oncología, cardiovascular y enfermedades infecciosas.

A partir de esta fusión Pfizer se da cuenta que sin haber desarrollado un producto propio, pudo hacer un negocio rentable, solo a través de la comercialización del mismo.

Aun cuando su inversión en investigación y desarrollo sigue en pie y nuevas formulas se desarrollan y se integran a su portafolio de posibles nuevos lanzamientos, esto no es una garantía, ya que durante el proceso de investigación muchas de ellas pueden quedarse en el camino, ya sea por que se descubren condiciones adversas para ser administradas en seres humanos, o finalmente no ser aprobadas por las instituciones como la FDA.

¹¹⁵ Véase historia Pfizer en: http://www.pfizer.com/about/history/pfizer_warner_lambert.jsp

¹¹⁶ Véase Pfizer y Warner Lambert cierran fusión en: <http://prensa.vlex.es/vid/pfizer-warner-lambert-cierran-billones-16731563#>

Con la fusión Pfizer también se hizo de un instituto de investigación, el cual era el más reconocido a nivel mundial en cuanto a biotecnología se refiere -Agouron-. Lo que le permitiría contar con una mayor base científica que desarrollará sus objetivos en las clases terapéuticas, que contaba después de la fusión. Así Pfizer afianzaría un futuro menos preocupante debido a la pérdida de sus patentes, ya que antes de ella como habíamos indicado sus principales productos eran Fluconazol y Amlidipino. El primero perdería su patente en enero de 2004 y tres años después en 2007 el de Amlidipino.

Pfizer-Pharmacia

Con la estructura que Pfizer había adquirido después de la fusión con Warner-Lambert, se consagraba como un gran competidor dentro de la industria farmacéutica, ya que en un futuro cercano se convertiría en uno de los principales laboratorios, líder dentro de este sector ocupando con ello el primer lugar.

Pfizer había aprendido la importancia de la comercialización de productos a través de llamado Co-marketig con otros laboratorios y con Pharmacia, no había sido la excepción ya que desde 1998, tenía negocios comerciales con el producto Celebrex un antiinflamatorio respetable, este producto fue desarrollado por Searle, empresa que había sido adquirida, a través de una fusión por Pharmacia años atrás, y que había tenido este producto un mayor empuje debido a que la FDA había autorizado a dicha empresa para ser vendido también, en el tratamiento de la artritis.

Pharmacia, también era una empresa que se había fortalecido tras varias fusiones una de ellas y la más comentada fue la realizada con Upjohn en 1995, aun cuando había realizado varios negocios de este tipo con otros laboratorios y centros de investigación más tarde esta misma, los vendería, tal es el caso de Monsanto Company, quien la había adquirido en el 2000, pero más tarde en 2002 fue vendida.

En julio del 2002, se anunciaba que Pfizer y Pharmacia realizarían una fusión entre ambas empresas, adquiriéndola por un total de 60 millones de Dólares, esta transacción superaría la realizada anteriormente por Glaxo, Laboratorio Inglés que se perfilaba también como uno de los más grandes. Con esta transacción Pfizer continuaba fortaleciendo su negocio, pues con ello Pfizer esperaba “ventas anuales de 48 mil millones de dólares, producto de una cartera de investigación de siete mil millones de dólares.”¹¹⁷ El mayor porcentaje de esta venta estaba destinado al consumo a través de receta médica, y en menor cantidad las ventas por concepto de productos de confitería y para afeitar entre otros, recordemos que estos últimos fueron adquiridos después de su última fusión con Warner Lambert.

Es importante señalar que Pharmacia en este periodo contaba con productos fuertes en ventas, y no se preocupaba por el vencimiento de patentes ya que un solo producto -Compostar-, es el que se vencería en 2007.

Tras esta fusión Pfizer se colocaría como la empresa líder en el desarrollo e investigación de productos innovadores, y tendría una participación de mercado del 11%.

¹¹⁷ Peruggia, Marcelo, Fusionmanía...Op. Cit. Pág. 8

FUSION PFIZER-WYETH

La reciente fusión realizada por Pfizer, fue anunciada a inicios del año 2009, ambos laboratorios contaban con un prestigio importante dentro del sector y sus productos eran recetados por los profesionales de la salud. Lo cual nos indica que tenían cierta estabilidad, que a corto plazo podrían continuar por separado, luchando en el mercado.

La fusión anunciada en varios periódicos no era más que el resultado de arduas negociaciones entre dos laboratorios que eran competencia Pfizer y Wyeth, sin lugar a dudas uno de los objetivos de dichas negociaciones fue convertir a Pfizer en el primer laboratorio farmacéutico a nivel mundial.

Aun cuando ambos laboratorios, tenían fuertes productos que en mercado que les permiten seguir creciendo y dando buenos rendimientos a corto plazo, Pfizer se enfrentan a una realidad que parece alcanzar a cualquier laboratorio, -el vencimiento de patente y el gran auge que tienen las empresas de genéricos-. Para estas fechas Pfizer ya visualizaba este gran problema, ya que pronto vencería la patente de su producto Lipitor “que representa casi un tercio de los ingresos del grupo y más de un 40% de sus beneficios”, la cual vence en 2011.¹¹⁸

La fusión, fue concretada por 68 mil mdd, cifra que se considera ser la mayor de la dentro de la industria farmacéutica en casi 10 años, sin embargo dicha compra no fue pagada en su totalidad por dinero corriente, Pfizer a pesar de ser un laboratorio solvente fue tocado también por la gran crisis que el mundo sigue viviendo, ya que en el 2008: “la compañía registró unas ganancias de 266 millones de dólares, un 90 por ciento menos que en el mismo periodo de 2007, en el que su beneficio neto fue de 2.724 millones de dólares.”¹¹⁹ Es por ello que tuvo que recurrir a préstamos de bancos y acciones de bolsa. Dándose se de la siguiente forma “El acuerdo alcanzado entre las dos compañías establece que por cada acción de Wyeth, Pfizer ofrecerá 33 dólares en efectivo y 0.985 títulos propios”.¹²⁰

La estrategia sin lugar a dudas seguida por Pfizer fue la compra de una empresa que le permitiera a corto plazo seguir comercializando productos, en ese entonces Wyeth contaba con varios productos en fase III, es de esperarse que en muy poco tiempo pudiera lanzarlos al mercado.

Sin embargo, la pregunta obvia podría ser, ¿Porqué Pfizer decide fusionarse con Wyeth y no con otro laboratorio?, la estrategia obedece de igual forma, a buscar

¹¹⁸ Véase Pfizer ha iniciado negociaciones para adquirir a su rival Wyeth en: <<http://www.expansion.com/2009/01/23/financiertimes/1232715730.html>>

¹¹⁹ Véase Pfizer y Wyeth protagonizan la mayor fusión farmacéutica en diez años en: <<http://www.elimparcial.es/economia/pfizer-y-wyeth-protagonizan-la-mayor-fusion-farmaceutica-en-diez-anos-31876.html>>

¹²⁰ Véase periódico el informador, Pfizer anuncia fusión con Wyeth en: <<http://www.informador.com.mx/economia/2009/73388/6/pfizer-anuncia-su-fusion-con-wyeth.htm>>

empresas que tengan productos prontos a comercializarse, debe coincidir que dichos productos estén dentro de las clases terapéuticas, en las que se quiere afianzar o hacia donde quiere el laboratorio continuar fortaleciéndose o creciendo.

Para estas fechas Pfizer ya había contemplado, la necesidad de crecer a través de la biotecnología, de hecho al realizar la fusión con Pharmacia, -quien tenía una historia importante en biotecnología-, se iniciaba esta directiva hacia la búsqueda de nuevos medicamentos a través de esta rama científica. Bajo esta base, el comparativo con Wyeth, -empresa a fusionar- es muy similar a la estructura que a lo largo de los años Pfizer había consolidado, Wyeth por su parte contaba con una área llamada Wyeth Farmacéutica que son productos de prescripción, otra conocida como Wyeth OTC productos de venta libre, y Fort Dodge Salud Animal. Estas áreas eran ya conocidas y desarrolladas dentro de su misma empresa por Pfizer.

De igual forma como lo habíamos mencionado en el apartado de 2.3 de la industria Farmacéutica, uno de los grandes retos del sector es desarrollar e investigar productos biotecnológicos y vacunas es por ello que Wyeth, fue uno de los principales laboratorios en los cuales Pfizer fijo sus ojos.

Ya que en su reporte de ventas menciona que sus principales objetivos, al concretar su fusión, son:

- “Convertirse en un líder en Biológicos: Wyeth trae Enbrel, producto de excelente manufactura.
- Entrar al mercado de Vacunas: Wyeth trae Prevnar, con una fuerte estructura de producto.
- Invertir en nuevas áreas: con Wyeth se aumentara el portafolio de productos, en inflamación, neurociencia, oncología y enfermedades infecciosas.
- Consolidar la posición en mercados emergentes: Wyeth solidifica la posición de Pfizer con los nuevos productos.
- Crear nuevas oportunidades para el establecimiento de productos: Wyeth aumentará el número del portafolio de productos.
- Invertir en negocios complementarios: Wyeth agrega el negocio de consumo y nutrición y,
- Realzar el negocio de salud animal de Pfizer.”¹²¹

¹²¹ “•*Become a Leader in Biologics: Wyeth brings Enbrel, manufacturing excellence, and pipeline.*

- *Enter the Vaccines Market: Wyeth brings Prevnar, and a strong late-stage vaccines pipeline*
- *Expand Invest to Win Areas: Wyeth augments in-line and pipeline portfolios in inflammation, neuroscience, oncology and infectious disease*
- *Strengthen Leadership in Emerging Markets: Wyeth solidifies Pfizer’s leading position with new products*
- *Create New Opportunities for Established Products: Wyeth increases the breadth and depth of portfolio*
- *Invest in Complementary Business: Wyeth adds Consumer and Nutritionals businesses, and Enhances Pfizer’s Animal Health business”. Traducción propia.*

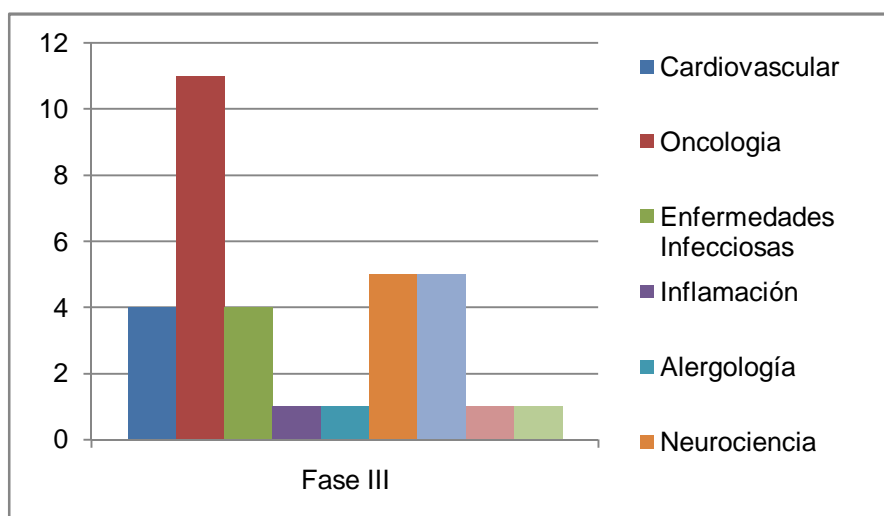
Con estos objetivos, es entendible que Pfizer apuesta por ir a la vanguardia en cualquier nivel, hoy en día ya no es rentable, simplemente el mejoramiento de una sal o hacerlo en diferentes presentaciones, ya sea capsulas, soluciones o grageas, por el contrario es hacer frente a las enfermedades presentes en nuestra sociedad y que hoy en día están causando grandes muertes.

Con esta fusión Pfizer, acrecentaría su negocio y tendría nuevas formulas para comercializar, tomando como suyas nuevas áreas de oportunidad, con marcas dentro del mercado ético, productos biotecnológicos, vacunas y productos nutricionales. Los productos de Wyeth se centraban en las siguientes clases terapéuticas:

- Neurociencia
- Musculoesquelético
- Vacunas
- Productos nutricionales
- Gastroenterología
- Sistema inmunológico
- Oncología

Si hacemos un recuento de las clases terapéuticas en las cuales Pfizer se enfoca actualmente, las cuales son 10: Dolor, Oftalmología, Oncología, Neurociencia, Inflamación, Enfermedades Infecciosas, Genitourinarias, Gastroenterología, Endocrinología, Alergología. Y en todas ellas cuenta con medicamentos a desarrollar.

PRODUCTOS EN FASE III DE ACUERDO A CLASE TERAPEUTICA (PFIZER)



Fuente:

Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la página de Pfizer en Pfizer Pipeline – as of January 27, 2010 ¹²²

Véase Wyeth transaction View the Wyeth Proxy / Prospectus for Additional Information about the Pfizer / Wyeth Transaction en: <http://media.pfizer.com/files/investors/shareholder/Pfizer_WyethProxy_Prospectus.pdf pag. 100.>

¹²² Véase Pfizer:

http://media.pfizer.com/files/research/pipeline/2010_0127/pipeline_2010_0127.pdf

Con lo anterior, Pfizer tiene casi en todas sus áreas terapéuticas, productos ya con un alto avance dentro de sus procesos de investigación, con lo cual el futuro es más prometedor. De igual forma, nos damos cuenta que su especialización va en crecimiento, la búsqueda de mercados en donde actualmente la población está siendo más vulnerable, tal es el caso de la Oncología.

Como consecuencia de esta fusión actualmente Pfizer cuenta con una gran cantidad de sales que están en proceso de desarrollo, en total son 133, 49 en fase I, 44 en fase II, 34 en fase III, 6 en proceso de registro.¹²³

Lo cual nos indica, que con la fusión con Wyeth, Pfizer logro asegurar un futuro más prometedor, estando a la vanguardia, en cualquier rubro que dentro del sector sea desarrollado. Hoy en día Pfizer da muestras de ser un laboratorio, con objetivos claros y directos, no puede seguir tratando de inventar el hilo negro, pues con sus fusiones a asegurado tener el primer lugar como laboratorio farmacéutico, por un largo tiempo.

Al término de este ensayo, se ha dado a conocer que Pfizer esta interesado en adquirir un nuevo laboratorio, su nombre King Pharmaceuticals, "Pfizer pagará 14,25 dólares por cada acción de King Pharma, cifra que supone una prima del 40% respecto a su cierre de ayer. La compañía prevé que la operación tenga un efecto positivo de 2 centavos de dólar en el beneficio por acción del grupo en 2011 y 2012, y de entre 4 y 4 centavos anuales entre 2013 y 2015. Prevé que la adquisición le permita ahorrar unos 200 millones de dólares en gastos operativos. La operación, que espera cerrar en 2013, aún debe recibir el visto bueno de las autoridades regulatorias."¹²⁴

¹²³ Véase Pfizer pipeline en:

http://media.pfizer.com/files/research/pipeline/2010_0127/pipeline_2010_0127.pdf pag. 3

¹²⁴ Véase PMFARMA en: <http://www.pmfarma.com.mx/noticias/5009-pfizer-se-hace-con-king-pharma-por-3.600-millones-de-dolares.html>

Conclusiones

El mundo en el que actualmente vivimos, es un mundo completamente distinto al que conocíamos a mediados del siglo pasado, marcado por dos polos con visiones económicas distintas, (capitalista y comunista), hoy en día la mayoría de los países en el mundo han adoptado al capitalismo como sistema económico propio. Lo cual ha repercutido, en pagar un precio caro al adoptar este sistema, debido a que el pensamiento de que el mercado es el que se regula por si mismo, ha llevado a países como Grecia, a caer en una crisis económica, que les costará mucho tiempo para poder estabilizar su economía. Este modelo económico de igual forma ha conducido al mundo a varias crisis económicas como la que vivimos en el 2008, y ha permitido que empresas y sectores en particular el financiero, hayan cometido errores importantes que han dejado en la calle a muchas personas en el mundo. Por lo anterior, es importante, hacer notar que el Estado se ha quedado al margen de la actuación de este sector, solo apoyándolo cuando este se ve perdido, y no hay nada más que hacer que rescatarlo, y ayudarlo a salir del “error” lo más pronto posible. Como lo menciona Stiglitz en su libro caída libre, es necesario aprender de la historia “Si conseguimos comprender lo que produjo la crisis del 2008 y por qué algunas de las políticas iniciales fracasaron tan claramente, podemos hacer que las futuras crisis sean menos probables, más cortas y con menos víctimas inocentes. Podemos incluso preparar el camino para un crecimiento continuado basado en crecimientos sólidos; e incluso podernos ser capaces de garantizar que los frutos de ese crecimiento se compartan entre la inmensa mayoría de los ciudadanos”. Pero esto solo se logrará si el Estado regula de manera efectiva, cualquier acción del mercado.

Por otro lado las empresas multinacionales, han venido consolidado una posición importante en el escenario internacional, lo que ha repercutido en que éstas tengan una influencia en la toma de decisiones, es por ello que nos dimos a la tarea de estudiar que en el sector farmacéutico y en especial Pfizer ha creado un área especializada para el apoyo a parlamentarios en la toma de decisiones de iniciativas de ley, que les beneficien directamente. Con ello, nos damos cuenta que aun cuando las empresas tengan como objetivo, el tener ganancias económicas, la cuestión política no puede dejarse de lado. De igual forma estas corporaciones, han crecido enormemente y actualmente en el sector farmacéutico, se encuentran 15 laboratorios que manejan el mercado a nivel mundial.

La industria farmacéutica es un sector muy dinámico y con gran poder económico, en México representa el “1.3 % del PIB genera 78,500 empleos fijos y directos y más de 330,000 indirectos”¹²⁵. Pero también a nivel mundial, se enfrenta a problemas como el vencimiento de patentes, el cual lo ha llevado a replantear sus objetivos, y poner los ojos en las llamadas fusiones.

Hablar de fusiones es de suma importancia ya que en la actualidad a nivel internacional muchas empresas multinacionales han tenido que recurrir a esta práctica, durante los últimos años el crecimiento de estas operaciones se han

¹²⁵ Véase datos económicos industria farmacéutica en:
http://www.canifarma.org.mx/01_datosEco.html

incrementado, sobre todo en los mercados emergentes. IMSHEALTH hace referencia a siete países, entre ellos China, México y Rusia, como “mercados farmacéuticos emergentes”, y prevé que las ventas en esos países crezcan de 12% a 14%, en 2010, y de 13% a 16% en los próximos cinco años. Sólo China representará un 21% del crecimiento total en 2013.”¹²⁶

“Hoy en día casi todas las empresas farmacéuticas existentes han estado involucradas en una compra, fusión, o alianza estratégica, convirtiéndose en una práctica común de hacer negocios con compañías competidoras. El mapa definitivo de las transacciones entre laboratorios apunta a que las empresas se agruparan en tres grandes regiones: América, Europa y una naciente Asia que comienza a despuntar en el escenario farmacéutico”.¹²⁷ Es por ello que, el mundo de las fusiones y el comercio internacional ha ido cambiando considerablemente, hoy en día las empresas buscan oportunidades de crecimiento y si para esto es necesario el llevar a su compañía a fusionarse, las fusiones en este sentido seguirán en aumento.

Durante el presente trabajo nos hemos dado a la tarea de mostrar una visión global de cómo el sector farmacéutico ha cambiado a lo largo de estas dos últimas décadas, las aspiraciones por lograr mantenerse y subsistir en un mercado cada vez más competitivo han dado muestras de que este sector se ha visto vulnerable ante el surgimiento de empresas que al perder la patente de sus productos, abanderan el mercado con la misma sal (principio activo) pero con costos más bajos.

Aunado a ello, los laboratorios farmacéuticos a pesar de hacer grandes inversiones en el desarrollo de nuevos productos, esto no ha sido suficiente pues el proceso por el cual deben de pasar para la creación de una molécula les lleva alrededor de 12 años, esto implica un enorme tiempo y costo, que en la actualidad no les permite soportar una carga administrativa y sobre todo cuando existe una competencia tan voraz.

La estrategia a desarrollar para seguir subsistiendo en este ambiente, es la fusión con empresas consolidadas, pero que en su proceso de investigación ya se encuentren en la fase III es decir como ya hemos explicado, casi a punto de ser aprobada por las autoridades sanitarias correspondientes, eso le permitirá estar a la vanguardia, seguir innovando y aumentas sus ingresos con productos nacientes, que no tienen la oportunidad de ser producidos por la industria de genéricos.

Hoy en día se piensa también, en buscar nuevas alternativas focalizándose en nichos de mercados, es decir voltear hacia padecimientos, como cáncer y diabetes, que en la actualidad se han acrecentado y resulta ser para muchos países problemas importantes de salud pública y en el desarrollo de las llamadas biotecnologías, es por ello que ya a principios de la pasada década Pfizer, pensaba en adquirir empresas que se especializaran en el desarrollo de medicamentos bajo esta base, tal es el caso que en el 2005 adquirió a Vicuron empresa dedicada a la biotecnología y que tenía en ese momento dos medicamentos a punto de ser lanzados ya que estaban aprobados o en vías de serlo por la FDA. Una de ellas es, Eraxis, la cual fue aprobada por la FDA en febrero del 2006.

¹²⁶ Véase Receta de Innovación para la Industria farmacéutica en:
<http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewArticle&ID=1794>

¹²⁷ Peruggia, Marcelo, Fusionmanía...Op. Cit. Pag.3

Las Fusiones de empresas pequeñas y/o emergentes por parte de los grandes laboratorios, les permite a estos últimos reducir sus costes de I&D, a la vez que adquieren nuevas tecnología que integran a sus procesos.

Con las fusiones, no solo se logra tener un mayor número de productos prontos a lanzarse sino también se logra tener mayores y más grandes centros de investigación, que le permitirán fortalecerse como empresa multinacional, pero sobre todo tener un mayor control del mercado y de los medicamentos que se comercializan. Esto lo podemos concluir, tras las últimas fusiones realizadas por Pfizer, un laboratorio a nivel mundial que requiere seguir creciendo y fortaleciéndose en el mercado, y que a través de fusionarse con Warner- Lambert, Pharmacia y recientemente con Wyeth, ha podido hacerse de nuevos medicamentos, y consolidarse en áreas terapéuticas como cardiovascular y oncología.

También podemos concluir que una de las consecuencias, que se producen tras el surgimiento de este gran monopolio al fusionarse, es el hecho que los consumidores, contarán con menos capacidad de elección, ya que el mercado se ve compactado y con ello, las opciones para el tratamiento de cierta enfermedad, se reducen. Debido al monopolio que se ejerce temporalmente a través de la adquisición de patentes.

Bibliografía:

- Admetlla Benavet Emilio, *Marketing Farmacéutico*, Barcelona, Ediciones Gestión, 2000.
- Auger Petter, *Information Sources in Patets*, Ed. Bowker Saur, Great Britain, 1992.
- Cardiel Reyes Raúl, *El próximo orden mundial*, Ed. Seminario de cultura Mexicana, México, 1994
- Dieguez Morales, Maria Isabel, *Relaciones Internacionales terminología básica*, Universidad Católica de Chile, Facultad de Letras, 1992.
- De los Ríos Cortés Víctor Livio, *Las Fusiones y adquisiciones en México en el período reciente 1986-2005*, Economíaunam, México, Septiembre-Diciembre, 2007.
- Durán Quintana, José Antonio. "*Investigación en Terapéutica clínica: Ensayos clínicos con medicamentos*". *Educ. méd.*
- Frias Dolores, *marketing farmacéutico*, Editorial Pirámide, Madrid, 2000.
- Guzman Alenka, Viniegra Gustavo, *Industria farmacéutica y Propiedad Intelectual en países en desarrollo*, México, Porrúa, 2005.
- Halliday Fred, *Las relaciones internacionales en un mundo en transformación*, Ed. Catarata, 2002, Madrid.
- Hays Richard D., *Comercio Internacional Introducción al mundo de la empresa multinacional*, Ed. Prentice/Hall international, New Jersey, 1974.
- Howe Martyn, *Empresas Multinacionales*, Ediciones Economía y empresa, Buenos Aires, Argentina 1973.
- Krugman Paul, *La crisis económica mundial*, Debate la oveja negra, 2009
- Mc Cann Joseph, *Fusiones y Adquisiciones de empresas*, Prentice-Hall Inc., Madrid, 1990.
- McConnell Campbell R. y Brue Stanley L., *Economía*, McGraw Hill Interamericana, Santafé de Bogotá, Colombia, 1997.
- Mascareñas Juan, *Manual de fusiones y adquisiciones de empresas*, Mc Graw Hill Interamericana, México, 2005.
- Pearson Frederic S., Rochester J. Martin; tr. Jaramillo Arango Rodrigo, *Relaciones Internacionales: Situación Global en el siglo XXI*, McGraw-Hill Interamericana, Santafe de Bogota, 2000.
- Philip W. Grubb, *Patents for chemicals, pharmaceuticals and biotechnology*, New York, Ed. Oxford University Press Fourth, 2004.
- Stiglitz Joseph E, *Caída Libre el libre mercado y el hundimiento de la economía mundial*, Ed. Santillana, Ediciones Generales, 2010.

- Sudarsanam P.S., *La esencia de las fusiones y adquisiciones*, Prentice-Hall, México, 1996.
- Valdalisio Santiago López Jesús Ma, *Historia económica de la empresa*, Crítica, Barcelona, 2000.
- Vargas Sánchez Gustavo, *Introducción a la teoría económica*, Ed.Pearson Educación, 2002.
- Zorrilla Santiago, *Introducción a la metodología de la investigación*, Océano, México, 2002.

Hemerografía:

- Carvajal Villanueva Oswaldo, Futuro de las fusiones en la industria farmacéutica mundial, *Revista NEGOTIUM*, Año 1, No. 1, 2005
- Comas-Mata Carmen, Patentes y Medicamentos, Oficina Técnica Iberoamericana del Medicamento, DS Vol. 7, Enero-Diciembre 1999
- José Antonio García Vilar, Las Empresas multinacionales como actores autónomos de las Relaciones Internacionales, en Revista de Estudios Internacionales, Universidad Complutense de Madrid, España, ISSN 0210-9794, Número 1, 1980
- León-Prado, Miguel, Estrategia y poder de las multinacionales, Nueva Sociedad, Num.38, Septiembre-Octubre 1978, PP. 55-66
- Jiménez Ismael, Castillo Alejandro, Empresas Verdes, Revista Poder y Negocio, martes 11 de mayo del 2010
- Notimex, Industria farmacéutica invirtió 150 mdd en 2009, El economista, 28 de marzo del 2010. HD9665.5 I53
- Peruggia, Marcelo, Fusionmanía: Tendencias de los laboratorios a unir esfuerzos y recursos con un fin común, Editorial, Grupo percano de Editoras Asociadas, S.A. de C.V., numero 12, año 11, agosto del 2009.
- Partida Juan Carlos, Imponen transnacionales políticas públicas a naciones pobres, critica el nobel Stiglitz, La Jornada, jueves 30 de noviembre del 2006.

Referencias electrónicas:

- Vease revista FORTUNE en:
http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune500_archive/snapshots/1999/1553.html
- Véase Pfizer annual review en:
http://www.pfizer.com/investors/finacial_reports/annual_reports/2009/itl-researchunits.jsp
- Vease The IndustryWeek U.S. 500 en:
<http://www.industryweek.com/research/us500/2009/iwus500ranksort.asp?Input=20>
- Véase about Pfizer en:
http://media.pfizer.com/files/investors/corporate/2009_jan_jun_pac_report.pdf

- Vease quienes somos en:
http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=press.details&ID_PressRoom=1072&ID_Usertype=2&ID_PressType=1&SectId=1376
- Véase Propiedad Intelectual: Protección y Observancia en:
http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm7_s.htm
- Vease en Expansión CNN: <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2009/06/09/bajan-las-dosis>
- Véase empresas productivas en México en:
<http://www.siem.gob.mx/siem2008/portal/cadenas/Sql52002.asp?cad=18&personalizada=1&arbol=Cadena Productiva, Directorio de toda la cadena, Farmacéutica&lenguaje=0>
- Vease en Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial:
http://www.impi.gob.mx/web/docs/patentes/index_patentes.html
- Véase Pfizer and Warner Lambert en:
http://www.pfizer.com/about/history/pfizer_warner_lambert.jsp
- Véase Investigación y Desarrollo en:
<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=home.interior&SectId=1369&CatId=1435>
- Véase COFEPRIS Visión en: <http://www.cofepris.gob.mx/wb/cfp/mision>
- Véase AMIIF en:
http://www.amiif.org/cms/images/stories/pub_amiif/p_investigacion_ymedicina.pdf
- Véase Abbott nuestros valores en:
http://www.abbott.es/bienvenidos_fd/nuestros_valores.asp
- Véase Responsibility en Pfizer:
http://www.pfizer.com/responsibility/global_health/global_health.jsp
- Véase Glosario de términos financieros y de negocios en:
<http://www.intracen.org/tfs/docs/glossary/es.htm>
- Véase AF-Carnot Quienes Somos en: <http://www.carnot-af.com.mx/quienes.htm>
- Véase Af-Carnot filosofía en: <http://www.carnot-af.com.mx/filosofia.htm>
- Véase ¿Qué es la OMPI? En: http://www.wipo.int/about-wipo/es/what_is_wipo.html
- Véase Canifarma Función de la Industria farmacéutica en la Sociedad en:
http://www.canifarma.org.mx/01_funcion.html
- Véase La caída de Vioxx en:
<http://www.elmundo.es/elmundosalud/2004/10/04/dolor/1096912029.html>
- Véase Pfizer y Warner Lambert cierran fusión en: <http://prensa.vlex.es/vid/pfizer-warner-lambert-cierran-billones-16731563#>
- Véase Receta de Innovación para la Industria farmacéutica en:
<http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewArticle&ID=1794>
- Véase Manuel M. Collazo , El poder del mercado en la industria farmacéutica, Revista Cubana de Farmacia, en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75151997000200009

- Véase IMSHEALTH
http://www.imshealth.com/deployedfiles/imshealth/Global/Content/StaticFile/Top_Line_Data/Global-Top_15_Companies.pdf
- Véase Pfizer pipeline en:
http://media.pfizer.com/files/research/pipeline/2010_0127/pipeline_2010_0127.pdf pág. 3
- Véase CANIFARMA investigación Clínica en México en:
http://www.canifarma.org.mx/01_investigacion.html
- Véase AMIF en: http://www.amiif.org/cms/images/stories/sala_prensa/amiifbroch.pdf
- Véase OMPI resumen del convenio de Berna para la protección de Obras Literarias y Artísticas (1886) en: http://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/summary_berne.html#f1
- Véase La caída de Vioxx en:
<http://www.elmundo.es/elmundosalud/2004/10/04/dolor/1096912029.html>
- Véase enfermedades importantes en la OMS en: <http://www.who.int/es/>
- Véase Manuel M. Collazo , El poder del mercado en la industria farmacéutica, Revista Cubana de Farmacia, en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75151997000200009
- Véase IMSHEALTH
http://www.imshealth.com/deployedfiles/imshealth/Global/Content/StaticFile/Top_Line_Data/Global-Top_15_Companies.pdf
- Véase Cadenas productivas SIEM en:
<<http://www.siem.gob.mx/siem2008/portal/cadenas/Sql52002.asp?cad=18&personalizada=1&arbol=Cadena Productiva, Directorio de toda la cadena, Farmacéutica&lenguaje=0>>
- Véase datos económicos agregados de la industria farmacéutica en:
http://www.canifarma.org.mx/01_datosEco.html
- Véase AMIF en: http://www.amiif.org/cms/images/stories/sala_prensa/amiifbroch.pdf
- Véase Fusiones en la industria farmacéutica I en:
<http://bitacorafarmaceutica.wordpress.com/2009/05/03/fusiones-en-la-industria-farmaceutica-i/>
- Véase Consolidación farmacéutica en:
<http://bitacorafarmaceutica.wordpress.com/2010/03/02/consolidacion-farmaceutica-argentina/>
- Véase las Marcas Farmacéuticas en:
<http://bitacorafarmaceutica.wordpress.com/2009/08/03/las-marcas-farmaceuticas/>
- Véase en Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial:
<http://www.impi.gob.mx/web/docs/patentes/index_patentes.html>
- Véase Investigación y Desarrollo en :
<http://www.pfizer.com.mx/index.asp?action=home.interior&SectId=1369&CatId=1435>
- Véase protecting enviroment Pfizer en:
http://www.pfizer.com/responsibility/protecting_environment/our_focus_areas.jsp
- Véase Top 20 pharma companies en:
<http://www.imshealth.com/imshealth/05_01_08MM&MPharmaTopDiana.pdf>
- Véase Top 20 pharma companies en:
<http://www.imshealth.com/imshealth/05_01_08MM&MPharmaTopDiana.pdf>
- Véase Boletín Fármacos noticias en:
<<http://www.boletinfarmacos.org/042003/noticias%20de%20la%20industria.htm>>
- Véase periódico el informador, Pfizer anuncia fusión con Wyeth en:
<<http://www.informador.com.mx/economia/2009/73388/6/pfizer-anuncia-su-fusion-con-wyeth.htm>>
- Véase Industria Farmacéutica en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Industria_farmac%C3%A9utica
- Véase PMFARMA en: <http://www.pmfarma.com.mx/noticias/5009-pfizer-se-hace-conking-pharma-por-3.600-millones-de-dolares.html>