

Se divide en tres negocios

El gigante farmacéutico Pfizer se reestructura para afrontar el futuro

Crea una nueva división de productos hospitalarios

Separa las áreas de genéricos y de medicamentos sin receta

A. S.
MADRID

El mayor laboratorio estadounidense, la compañía Pfizer, ha decidido dividir su actual estructura en tres diferentes negocios. Por un lado, se agrupa la división más importante en ingresos, la de fármacos innovadores junto a la que se añade una nueva línea llamada de hospitales, que incluirá productos antiinfecciosos y algún tipo de inyectables. Por otro, se da autonomía a un área de genéricos y terapias que han perdido la patente (como Viagra). Y por último, se separa la comercialización de los productos de *consumer health* (autocuidado de la salud, sin receta).

Los cambios serán efectivos en 2019. "Esta nueva

estructura representa una evolución natural de estos negocios", señaló ayer en un comunicado Ian Read, presidente y consejero delegado de Pfizer, quien recordó que la compañía perderá a partir de diciembre de 2018 la patente de Lyrica, el medicamento junto a la vacuna Prevenar que más ingresos aporta. La compañía facturó el pasado año 3.900 millones de euros con ese producto antiepiléptico y analgésico. "Pasaremos a un periodo posterior a 2020 donde esperamos un perfil de crecimiento de ingresos más alto y sostenido, vemos que esta nueva estructura posiciona mejor a cada negocio para lograr su potencial de crecimiento", añadió.

Pfizer, que cuenta con una capitalización bursátil de 218.650 millones de dólares, ingresó el pasado año un 1% menos debido a la madurez de sus productos estrella del pasado, con unas ventas de 42.223 millones de euros. El corazón del negocio seguirá siendo la división de fármacos innovadores, ya que el gran negocio de estas multinacionales proviene de investigar y poner en el mercado nuevos medicamentos para



Sede de Pfizer en Irlanda. REUTERS

Viagra, en una nueva área

▶ **Genéricos.** En esa área incluirá productos muy reconocidos y que han sido superventas como Lyrica, Lipitor, Norvasc y Viagra, y que ahora aportan "modestos crecimientos en ventas", reconoce la compañía. Operará en todo el mundo, con un claro objetivo de llegar a mercados emergentes donde el crecimiento económico y el mayor acceso a sistemas sanitarios ofrecen nuevas oportunidades.

patologías no resueltas. Sumará la parte recién creada de negocio hospitalario además de los biosimilares, que son nuevos productos que se aprueban a un precio menor cuando los originales biológicos pierden la patente. Precisamente las grandes farmacéuticas como Pfizer investigan en este campo para competir con las marcas que van a ir perdiendo la patente de estas novedosas terapias en los próximos tiempo.

En el área de genéricos incluirá productos muy reconocidos y que han sido superventas como Lyrica, Lipitor, Norvasc y Viagra, y que ahora aportan "modestos crecimientos en ventas", reconoce la compañía.