



Mercado

Desde hace más de 150 años, Pfizer ha enfocado sus esfuerzos en la búsqueda de una vida más saludable, más larga y de mayor calidad, a través de la innovación en productos farmacéuticos, de consumo y de salud animal.

Tan sólo durante el 2004 la compañía tuvo ingresos por 52,500 millones de dólares en todo el mundo... En nuestro país, Pfizer concentra el 9.15% de la participación en un mercado altamente fragmentado, y con esto se posiciona en el 9o. mercado más importante para la empresa a nivel mundial.

Pfizer invierte cerca de 8,000 millones de dólares anuales en investigación y 800 millones en actividades de responsabilidad social, con el único propósito de contribuir para una comunidad más saludable, educada y próspera. En resumidas cuentas, Pfizer trabaja por amor a la vida.

Logros

Pfizer es una de las compañías líderes, más innovadoras y de mayor crecimiento en el mundo, y este éxito se debe a un cuidadoso balance entre productos de primera calidad y un equipo de colaboradores que mantiene como norma fundamental el respeto a las cualidades humanas, la ética y el trabajo en equipo.

Pero más allá de cifras comerciales, la labor social desarrollada por esta compañía se ha visto distinguida con el otorgamiento de varios premios:

- Del 2o. semestre del 2004 a la fecha recibió los galardones: "Premio Nacional de Tecnología 2004", "Industria Limpia", "Excelencia Ambiental" y "Empresa Incluyente".
- Como ha revolucionado la responsabilidad social corporativa a través de novedosos programas de apoyo a proyectos sociales, los cuales están orientados, sobre todo, a la salud y a la educación, ha recibido el reconocimiento "Empresa Socialmente Responsable" durante los últimos 3 años.



Historia

Pfizer fue fundada en Brooklyn, Nueva York, en 1849 por Charles Pfizer y Charles Erhart, quienes instalaron una modesta planta de químicos.

Muchos años después, durante la Segunda Guerra Mundial, el laboratorio Pfizer obtuvo renombre inter-



nacional al conseguir abatir los costos de la producción industrial de la penicilina, y para 1950 descubrió el antibiótico llamado Terramicina, lo que la llevó a convertirse en una empresa multinacional.

Pfizer inició sus operaciones en México en junio de 1951 con la distribución y venta de diversos medicamentos, y más adelante, en 1957, inauguró la primera planta farmacéutica de la República Mexicana.



LIPITOR

El continuo crecimiento de la empresa dio lugar al surgimiento de su división de salud animal en el año de 1967.

Durante el último lustro Pfizer concretó 2 importantes fusiones: en el 2000 integró al Grupo Warner-Lambert (con lo que tuvo lugar la creación de la división de productos de consumo), y, en el 2003, adquirió Pharmacia, lo cual fortaleció la expansión de su área farmacéutica.

En la actualidad, Pfizer emplea a 2,279 personas en nuestro país.

Producto

Lipitor®. Es el medicamento más vendido del mundo y el primero en la industria farmacéutica en exceder la marca de 10 billones de dólares al año en ventas. Posee una participación de mercado de aproximadamente 40% en el segmento de los reductores de colesterol y un crecimiento superior al promedio de su categoría (18%).

En México las cosas no son diferentes: Lipitor® es el producto líder en el segmento, con ventas superiores a 31 millones de dólares. Este récord se debe, en gran medida, a que se trata del producto con mayor soporte clínico y científico en su categoría, ya que cuenta con el Programa de Estudios Clínicos de Lipitor® (Atorvastatin Landmark Program®), que es el más grande en la historia de las estatinas, con más de 400 estudios clínicos, terminados o en curso, y más de 80,000 pacientes enrolados. En la actualidad, más de 100 millones de pacientes utilizan este medicamento para mantener aceptables sus niveles de colesterol y prevenir el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares.

Viagra®. No existe, desde la píldora anticonceptiva, un medicamento que haya provocado una revolución social como la observada desde el lanzamiento de Viagra®. Este medicamento no sólo ha transformado la vida sexual de millones de hombres en todo el mundo, sino que impulsó un cambio cultural al poner, en boca de todos, las verdades y mentiras de la vida erótica de las parejas contemporáneas. Hoy Viagra® no solamente es un medicamento de gran eficacia y seguridad, sino que además es tema de leyendas urbanas, mitos, rumores, chistes y anécdotas, y se ha integrado a la imaginación colectiva y a la cultura mundial como un ícono de la nueva sexualidad surgida después de los años 60.

En tan sólo 7 años Viagra® –que ha sido usado por más de 25 millones de varones– pasó de ser el primer tratamiento oral para la disfunción eréctil a convertirse en la insignia de la virilidad que nunca cesa.



Listerine®. Es una de las líneas de productos más importantes y con mayor presencia dentro del portafolio de productos de Pfizer Consumer Health Care. La historia de Listerine® inició en 1895 a partir de la línea de enjuagues bucales de Pfizer, y hoy en día se ha consolidado como el enjuague bucal más vendido no sólo en México, sino en todo el mundo. El éxito de Listerine® viene acompañado de un esfuerzo constante de promoción de la educación respecto a la higiene bucal del consumidor, así como por una continua introducción al mercado de productos cada vez más especializados, orientados a cubrir las necesidades de los consumidores.



Lubriderm®. Es mucho más que la clásica crema corporal del cocodrilo: Después de su relanzamiento, hace poco más de 10 años, hoy es la marca líder en México dentro del segmento de cremas líquidas corporales. En un mercado altamente competitivo, Lubriderm® ha crecido al proporcionar productos especializados en el cuidado de la piel, atendiendo diferentes necesidades de los consumidores y manteniendo siempre presente su atributo principal dentro de su eje de comunicación: "Lubriderm®, Humectación Más Tiempo Contigo".

Desarrollos Recientes

Comparado con otras industrias, la farmacéutica es la que más recursos destina a la investigación y desarrollo (17% de sus ingresos), seguida por la de software y servicios computacionales (con 10.5%). Particularmente Pfizer destina 8,000 millones de dólares al año a la investigación y el desarrollo de nuevos medicamentos para aliviar diferentes padecimientos.

El portafolio de moléculas que Pfizer tiene en desarrollo incluye, aproximadamente, 2 millones de compuestos, y se está trabajando en el desarrollo de más de 130 nuevos tratamientos potenciales.

Una muestra del compromiso de Pfizer con la investigación es el hecho de que hoy en día 9 medicamentos se encuentran en la etapa final de desarrollo, previo a su lanzamiento. Estos medicamentos abarcan áreas terapéuticas tan importantes para la salud pública como la diabetes, el cáncer, la osteoporosis, el asma y el SIDA.

Promoción

Las Unidades de Diagnóstico Pfizer (UDP) son consultorios móviles especialmente equipados para prestar servicios de detección de diversas enfermedades al público en general, de manera totalmente gratuita. Este proyecto se inició hace 3 años como una iniciativa para desarrollar una cultura del diagnóstico oportuno y la prevención en México, y al

mismo tiempo se logró sensibilizar a los pacientes sobre su cuerpo y la importancia de tomar en cuenta el diagnóstico médico.

"Alianza por el Corazón" es una estrategia innovadora dentro del sector farmacéutico. Pfizer y Bimbo trabajaron en esta iniciativa desde finales del 2004 para concretar una verdadera campaña informativa que alerte y eduque a la población mexicana sobre los factores del riesgo cardiovascular. El objetivo de esta alianza es capitalizar

los conocimientos y fortalezas de ambas empresas para generar sinergias a favor de la prevención y la educación para la salud.

Valores de Marca

Ser líder dentro de la industria de innovación farmacéutica y una de las empresas más reconocidas del mundo representa una gran responsabilidad que Pfizer se enorgullece de cumplir cabalmente...

A 156 años de su fundación, Pfizer busca convertir-

se en un modelo de excelencia en todos los procesos requeridos para llevar sus productos a los pacientes que los necesitan.

Pfizer se mantiene seriamente comprometida en responder a las necesidades de sus clientes, centrán-

Lubriderm



HUMECTACIÓN MÁS TIEMPO CONTIGO

dose constantemente en su satisfacción, por lo que apoya la creatividad y busca siempre nuevas oportunidades para ampliar los métodos de su investigación y capacidad de desarrollo, con la intención de que sus productos y servicios sean de la mayor utilidad para sus clientes, además de que sus prácticas, procesos y sistemas de negocio sean más eficientes y productivos.

Además, Pfizer mantiene una política de escuchar y colaborar con sus clientes, con el fin de identificar necesidades y poner a su disposición nuevos productos.



Por otra parte, Pfizer reconoce en su personal al cimiento de su éxito y valora la diversidad, a la que considera una fuente de fortaleza. Actualmente la empresa se muestra orgullosa de la auténtica tradición que

ha alcanzado en lo referente al trato que da a todos sus empleados, el cual siempre se ha mantenido dentro de los cauces del respeto y la dignidad.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Pfizer

- En los últimos 14 años, Pfizer ha visto aumentar sus ingresos de 5,900 a 52,500 millones de dólares.
- Viagra® tiene en su historial 7 años de exitosa comercialización para el tratamiento de la disfunción eréctil; sin embargo, los primeros estudios clínicos pretendían obtener su registro sanitario como un medicamento para tratar la angina de pecho.