



## Mercado

Pfizer, una compañía con más de 150 años de trayectoria, ocupa el puesto N° 1 entre las empresas farmacéuticas a nivel mundial. Se instaló en la Argentina en 1956, en la localidad bonaerense de Moreno, y desde entonces puso al alcance del cuerpo médico local las mejores alternativas terapéuticas de última generación para el cuidado de la salud de los pacientes. Se posicionó siempre a la vanguardia en investigación y desarrollo de nuevos productos, con una calidad de excelencia, ocupando los primeros lugares del mercado farmacéutico.

Progresivamente, su protagonismo en el campo de la medicina farmacéutica se afianzó hasta llegar a ser el referente que es en la actualidad. Cada día, 40 millones de personas alrededor del mundo son tratadas con un medicamento de Pfizer de alguna de sus áreas terapéuticas: inflamación y dolor, salud del hombre y la mujer, anti-infectivos, neurociencias, cardiología, endocrinología, oftalmología y oncología. La compañía está presente en más de 150 países y cuenta con unos 120.000 empleados, cuya característica común es el compromiso con la innovación.

En Pfizer se destinan, por año, unos 8.000 millones de dólares a Investigación & Desarrollo de nuevos productos. A nivel local, invierte anualmente 10 millones de dólares; es una de las compañías farmacéuticas que más recursos destina a esta área en la Argentina.

Esta filosofía indeclinable de apostar al descubrimiento científico para mejorar la salud define el slogan de la compañía: "Trabajamos por la Vida".

## Logros

La compañía tiene un compromiso con la investigación desde sus inicios, presentando hitos como ser la primera en desarrollar un caramelo antiparasitario a mediados del siglo XIX,



ser la primera en elaborar productos mediante la fermentación a gran escala, pionera en diversas áreas de la medicina: puso en las farmacias del mundo el primer anticonceptivo oral, el primer tratamiento para la cinetosis o 'mareo del viajero', el primer laxante a granel, el primer antiséptico bucal, la primera hormona de crecimiento sintética, la primera prostaglandina para el tratamiento del glaucoma y el revolucionario desarrollo de Viagra® para el tratamiento de la disfunción eréctil.

## Historia

Desde que en 1849 Charles Pfizer instaló en Brooklyn, Nueva York, su pequeña compañía de productos químicos, miles de voluntades se unieron con una visión en común para labrar el camino que llevó al laboratorio a ser líder en el mundo entero.

La impronta de sus fundadores marcó un estilo de empresa que le hace frente a los desafíos y encuentra en ellos las oportunidades para crecer. Así, por ejemplo, cuando en 1917 sufrió los problemas de importación de materias primas para su principal producto, investigó y en 1923 logró obtenerlas a partir de la fermentación del azúcar, transformándose en la primera compañía en elaborar productos mediante la fermentación a gran escala. Este hallazgo también le permitió -años más tarde- ser el mayor productor mundial de penicilina.

A partir de mediados de los años 50, Pfizer comienza a expandirse a nuevos mercados y a crear nuevas filiales en distintos países, instalándose en los principales mercados. Para esa época crea su división de Sanidad Animal aportando innovaciones como Bicon, un antibiótico enriquecido con vitamina B12 que resultó ser una medicación sumamente útil en veterinaria.

Y la historia de crecimiento no cesa como

tampoco cesa el espíritu que lo lleva a ser más que el número uno en un ranking. Pfizer sueña con trascender los números de una posición y lograr su misión de ser la empresa más admirada en las comunidades donde opera.

## Producto

Uno de los activos intangibles más importantes de una empresa es su nombre. Pfizer entiende muy bien de qué se trata esto: según el último análisis de marcas a nivel mundial de Interbrand®, ocupa la posición N° 31, convirtiéndose en la primera compañía farmacéutica del ranking en donde sólo figuran dos empresas del sector entre las 100 marcas destacadas. Esta posición de privilegio indica lo que Pfizer representa para la gente, ya que la creación de una marca depende del vínculo emocional que ésta genera con sus públicos.

Dentro de los públicos de mayor interés para Pfizer se encuentra la comunidad médica con quien, a través de los años, ha desarrollado un vínculo sólido y de respeto mutuo. La confianza se ha ganado día a día, en la práctica clínica, donde la respuesta eficaz de los productos a las necesidades de sus pacientes le brindan al médico el respaldo y la tranquilidad al prescribir, sabiendo que detrás de cada producto de Pfizer se encuentra el aval de numerosos estudios clínicos y un riguroso control de calidad y farmacovigilancia.

Además de este logro, de por sí significativo, la empresa cuenta con varias marcas número uno en el mundo, que forman parte de la vida cotidiana, ya sea por su uso (Ibupirac®), por su implicancia en la salud de las personas Lipitor® (hipercolesterolemia), Amloc® (hipertensión), Aldactone® (insuficiencia cardíaca), Xalatan® (Glaucoma), Genotropin® (hormona de crecimiento), Zitromax® (antibiótico), Zoloft® (depresión), Dramamine® (mareos), Dolten® (dolor), o por el cambio revolucionario producido,





como el desarrollo de Viagra® , que marcó un antes y un después en la vida de millones de personas y permitió incluir la salud sexual como un indicador de calidad de vida de los pacientes.

Una marca se incorpora a tal punto a la vida de las personas, la sociedad y la cultura, que podemos encontrar una de las marcas de Pfizer en el diccionario "The American Heritage de la lengua Inglesa" (4ta edición). Allí figura como definición: "viagra: marca usada para la droga citrato de sildenafil".

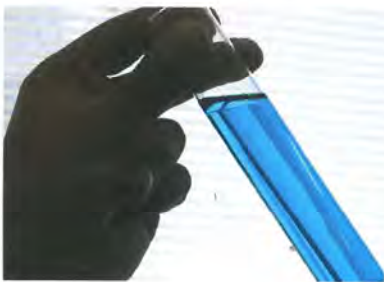
En la Argentina, Pfizer detenta el privilegio de contar con una planta de elaboración propia. Esto es, una vez más, la acabada prueba del interés de esta compañía en la comunidad donde opera. Desde allí, no sólo se elaboran algunos productos para el mercado local, sino que también se produce para exportación dando trabajo directo a más de 250 personas e indirecto a otras 700.

La planta en Villa Soldati opera con altos estándares de calidad:

- Se asegura la excelencia de los productos aplicando sistemas de calidad desde el diseño básico hasta su comercialización.
- Los laboratorios de control de calidad están equipados para el análisis y microanálisis químico y microbiológico de materia prima, material de empaque y productos generales y altamente activos, contando con personal altamente calificado.
- Los productos son fabricados respetando altos estándares de medio ambiente, salud y seguridad, y con tecnología de última generación, tanto en los equipos productivos como en los servicios utilizados.
- A través de un muy exigente programa de gestión de mantenimiento, la planta está preparada para responder en forma eficiente y flexible a las demandas operativas.
- Se basan en estrictos estándares de calidad de casa matriz, asegurando el cumplimiento de normas GMP y otros requerimientos regulatorios.
- El nivel de calidad de la planta ha sido reconocido por las autoridades sanitarias argentinas y brasileras, otorgándoles la certificación GMP OMS'92.
- Fue la primera planta farmacéutica argenti-



**VIAGRA®**  
(sildenafil)



na en tener certificados tanto el Sistema de Gestión de Medio Ambiente (normas ISO 14001/2004), como el de Gestión en Salud Ocupacional y Seguridad Industrial (normas OHSAS 18001).

- Su desafío es la mejora continua para alcanzar una operación de excelencia.

### Desarrollos recientes

Fiel a su misión, Pfizer sigue trabajando para desarrollar nuevos tratamientos en aquellas áreas donde se encuentran necesidades médicas insatisfechas. De esa manera pone en práctica su decisión de obtener mayores conquistas para una humanidad que podrá vivir no sólo una vida más saludable, sino mejor.

Prueba de este compromiso son los 12.000 científicos que trabajan en los siete centros de investigación que Pfizer posee en el mundo: La Jolla, Ann Arbor, Nerviano, New London/Groton, Nueva York, Sandwich y Tokio. En ellos se trabaja en más de 400 proyectos en proceso, con más de 100 nuevas moléculas que representarán un punto de inflexión en el tratamiento de enfermedades que se encuentran con necesidades insatisfechas como el VIH/SIDA, colesterol, tabaquismo y oncología, entre otros.

Asimismo, como buen innovador, Pfizer cuenta con 95 proyectos para evaluar nuevas indicaciones y una intensa investigación en las siguientes áreas terapéuticas: alergia & respiratoria, diabetes/obesidad, gastrointestinal, inmunología, inflamación, oncología, dermatología, antibacterianos, antifúngicos, antivirales, cardiovascular, sistema nervioso central, oftalmología, osteoporosis, dolor, salud sexual y urología.

### Promoción

Pfizer pertenece a una industria cuya particularidad es que su cliente no es quien consume el producto. Este hecho marca sensiblemente la estrategia promocional a utilizar.

En la Argentina, siempre buscando la optimización de recursos, se decidió por tomar lo mejor de las distintas corrientes de promoción dividiendo las acciones en "primary care", donde se llega a gran cantidad de profesionales de la salud que atienden patologías que padecen numerosas personas, y en "especialidades" donde se cubre -a través de equipos altamente especializados en un área terapéutica determinada- a aquellos especialistas que tratan patologías específicas. En ambos casos, se cuenta con una fuerza de ventas altamente entrenada y con las herramientas adecuadas para cada estilo de promoción.

### Valores de la marca

Responsabilidad social empresarial es lo que define el rol de Pfizer en la comunidad local y global, y el esfuerzo que realiza para llevar adelante su negocio de manera responsable en un mundo cambiante.

- Operativamente, esto significa:
- Fomentar el cuidado de la salud.
- Comprometerse con el diálogo con los diferentes sectores.
- Proteger el medio ambiente.
- Optimizar la gestión corporativa.

Pfizer, a nivel global, es una empresa que se enorgullece de su labor social, a la que dedica

más de 800 millones de dólares. En la Argentina, demuestra su compromiso facilitando el acceso a los medicamentos, a través de donaciones a instituciones médicas y ONG's habilitadas para la distribución responsable de ellos.

Durante años ha sostenido la firme decisión de colaborar con la formación de jóvenes profesionales de la salud, con el propósito de ofrecer a la comunidad atención de primer nivel.

También apoya a organizaciones de pacientes que colaboran con la concientización de diversas patologías, para lograr un rápido diagnóstico que favorezca un mejor tratamiento y prevención de la enfermedad.

La responsabilidad también es demostrada a nivel interno, por lo que se invierten importantes recursos para la capacitación y desarrollo de sus casi 600 empleados, se mantiene un fuerte foco en el cuidado del medio ambiente y se vive de acuerdo con los valores y conductas corporativas de respeto, desempeño e integridad.

### Valores de Pfizer



[www.pfizer.com.ar](http://www.pfizer.com.ar)

### Lo que usted no sabía sobre Pfizer

- En 1850 desarrolló el primer caramelo anti-parasitario aprovechando los conocimientos de confitero de uno de sus fundadores.
- En 1878 introdujo en su estructura el teléfono. Fue la primera empresa dentro de la industria químico-farmacéutica que adoptó el invento de Alexander Graham-Bell.
- Estaba desarrollando un nuevo vasodilatador coronario (citrato de sildenafil), pero un extraño y consistente efecto adverso se repetía en los pacientes... nació Viagra®.

