

Los 4 pilares de apoyo de la distribución de productos farmacéuticos

Fuente: Pasajes de un artículo publicado por IBS

A pesar del bajón económico mundial reciente, se calcula que el mercado farmacéutico mundial está valorado en unos US\$300.000 millones y que está aumentando, según la Organización Mundial de la Salud (OMS). La OMS dijo recientemente que más de la mitad del mercado está controlado por 10 grandes compañías de medicamentos situadas en Estados Unidos (6) y en Europa (4) y que, en conjunto, las Américas, Europa y Japón comprenderán el 85% del mercado en el futuro cercano. Según el comentario, las compañías farmacéuticas gastan la tercera parte de sus ingresos en comercialización, que según se calcula es alrededor del doble de lo que se gasta en investigación y desarrollo, implicando que la competencia en la industria farmacéutica es feroz.

El sitio web SelectUSA informa que en el mundo hay más de 5.000 nuevos medicamentos en desarrollo y que cerca del 70% de ellos están siendo estudiados en Estados Unidos. Gracias a los incentivos de diversos beneficios impositivos y de ciertas reformas de la Dirección de Alimentos Fármacos de Estados Unidos que agilizarán las aprobaciones de fármacos, nuevos fármacos están entrando a Estados Unidos y, por lo tanto al mundo, a un ritmo acelerado. Esto incluye medicamentos genéricos en un momento en que los vencimientos de patentes abren la puerta a lo que, según se espera, será un crecimiento sin precedentes de las ventas de genéricos a lo largo de los próximos cinco años. Un informe vaticina que el mercado de genéricos alcanzará los US\$137.000 millones alrededor de 2017.

La apertura sienta las bases para una gran expansión de la industria a mercados emergentes, tales como los de Brasil, Rusia, India y China, donde el crecimiento de la población y las reformas de la atención de la salud están generando momento para el crecimiento de las alternativas genéricas; por el otro lado, los medicamentos falsificados también están inundando el mercado, en un momento en que las ventas en Internet están adquiriendo cada vez más popularidad y las economías emergentes abren las puertas al libre comercio. Estas mezclas al azar de sustancias tóxicas y dañinas no solamente son ilegales, sino que también son extremadamente peligrosas. Es por eso que gobiernos del todo el mundo están apresurándose a responder. Recientemente, han surgido requisitos en el mundo entero para contrarrestar las ventas de medicamentos falsificados. En Europa, EFPIA, EAEPC, GIRP, EDQM y PGEU están diseñando una solución de identificación estandarizada, mientras que en EE UU, la FDA y la DEA están instituyendo sistemas de monitoreo de fármacos para proteger a la población. En ambos casos, en los próximos años las nuevas leyes crearán una carga para los fabricantes y mayoristas de medicamentos, así como para los farmacéuticos y distribuidores.

Ante todo esto, ¿qué pueden esperar las compañías de distribución de productos farmacéuticos al planificar sus actividades para los próximos 10 años? ¿Qué tendencias afectarán la

continúa en la pagina 2

- ◆ **IMS Health**, un líder mundial de servicios de información y tecnología, anunció que en el segundo trimestre de su ejercicio fiscal sus ingresos aumentaron un 8.1%, a US\$802 millones. Los ingresos de servicios de tecnología aumentaron un 13,8% en el segundo trimestre, según informó la empresa, un 14,3% más que en el mismo período del ejercicio fiscal anterior. Los ingresos decayeron US\$47 millones, a US\$24 millones de un año a otro. La reducción se atribuye a los gastos de reestructuración en 2016

- ◆ **Mylan** anunció que finalizó el convenio de su oferta pública recomendada a los accionistas de **Meda** para la adquisición de todas las acciones de Mylan. Los accionistas de Meda aceptaron la oferta de Mylan y Mylan adquirió el paquete accionario según los términos de la oferta, haciendo que Meda sea una filial bajo el control de Mylan.

- ◆ **Jo-Jo Drugstores** (de China) anunció planes para expandir sus farmacias minoristas a 100 en el curso de los próximos 12 meses. Las farmacias estarán situadas en Hangzhou. Algunas de ellas cambiarán de nombre y otras serán nuevas. “Nos complace mucho expandir nuestra red de farmacias minoristas en Hangzhou”, dijo el Sr. Liu Lei, presidente de la junta directiva y CEO de Jo-Jo. Jo-Jo, una de las principales compañías de China de la industria, cuenta con farmacias minoristas y distribución mayorista y en línea de productos farmacéuticos para la atención de la salud. Alrededor del 26 de julio de 2016 contaba con 62 farmacias minoristas.

- ◆ **Cardinal Health** informó que en su ejercicio fiscal 2016 sus ingresos ascendieron a US\$121.500 millones, lo que representa un aumento del 19%. En su cuarto trimestre, los ingresos de la división farmacéutica aumentaron un 14%, a US\$28.200 millones. El aumento se atribuye a clientes de distribución farmacéutica existentes y nuevos, así como al desempeño de su división de especializaciones. Los ingresos de la división farmacéutica aumentaron un 19%, a US\$2.500 millones, para el año entero. En otro orden de cosas, Cardinal Health anunció los 13 ganadores de sus Subsidios E3 de Seguridad de Pacientes, otorgados por la Fundación Cardinal Health. Las organizaciones ganadoras se concentrarán en lograr la participación de los pacientes y de sus cuidadores en su cuidado personal y en mejorar el uso seguro de medicamentos durante los períodos de transición, tales como la transición del hospital al hogar.

- ◆ **AmerisourceBergen Corporation** anunció que en el tercer trimestre de 2016 sus resultados subieron un 7,7%, a US\$39.600 millones. La división de distribución farmacéutica – incluyendo ABDC y AmersourceBergen Specialty Group – tuvo ingresos de US\$35.400, lo que representa un aumento del 8% frente al año anterior. “Estoy complacido con nuestro sólido desempeño en el trimestre de junio”, expresó *Steve Collis*, el presidente de la junta directiva y CEO de la empresa. “Nuestras adquisiciones más recientes, MWI Veterinary Supply y PharMEDium, han realizado fuertes aportes y nuestro grupo de especializaciones ha tenido un desempeño sobresaliente”.

continúa en la pagina 3

Los 4 pilares (cont.) . . .

cadena de suministro y cómo deberán responder los distribuidores proactivos? El libro electrónico *The Right IT Prescription for Today's Pharma Supply Chain* se fija en cuatro pilares necesarios para asegurar la competitividad en la industria farmacéutica en los próximos cinco años. Estas soluciones, que se presentan en reacción a las tendencias actuales, pero que también son prácticas y accesibles y están disponibles ahora, son las siguientes:

1. *Una solución intuitiva* para empresas capaz de manejar la proliferación de productos de atención de la salud de un creciente número de fabricantes que por lo general se almacenan en un centro de distribución de productos farmacéuticos.

2. *Un proceso de pedidos fiable*, integrado a través de canales de ventas múltiples y la capacidad de manejar los miles de pedidos que llegan a diario a los centros de distribución de productos farmacéuticos.

3. *Capacidad de almacenamiento de productos especializados*, suficientemente flexible como para poder responder rápidamente a emergencias médicas mundiales cambiantes, a retiros del mercado, a desastres y a dinámicas cambiantes en los mercados.

4. *Tecnología End-to-End Track-and-Trac*, en cumplimiento de la jurisprudencia emergente contra la falsificación e integrada en toda la cadena de suministro capaz de cumplir con los requisitos del manejo de productos especializados y las entregas a tiempo.

Los distribuidores de productos farmacéuticos fuertes en estos cuatro aspectos estarán bien colocados para competir exitosamente por las oportunidades en expansión del creciente, complejo y extremadamente lucrativo mercado de productos farmacéuticos, según el libro electrónico de IBS *4 Pillars Pharma Distributors Can Stand On*, que se puede obtener en el sitio web IBS.net.

Los objetivos de calidad, acceso y costo

Fuente: pasajes de una entrevista con Peyton Howell, de AmerisourceBergen, concedida a William Looney, de Pharmaceutical Executive

En la actualidad, la distribución de medicamentos es mucho más que el acto pasivo de mover productos de la fábrica a la farmacia; de hecho, ahora es una de las funciones más “centradas en el paciente” del sector de la salud, desempeñando un papel significativo en prácticamente todos los pasos del largo continuo de la atención de los pacientes. Cambios estructurales en la cadena de suministro, avances tecnológicos y el creciente deseo de los pagadores y de los pacientes de obtener más valor por su dinero, están creando nuevas oportunidades para servir a los clientes de maneras que trascienden lo que tradicionalmente se hubiera esperado de un asociado de distribución. Para poner de relieve esta transformación, Pharm Exec se sentó recientemente con Peyton Howell, presidenta de Adquisiciones Globales y de Relaciones con los Fabricantes y miembro del equipo administrativo ejecutivo de AmerisourceBergen (AB), uno de los tres principales distribuidores integrados de fármacos de EE UU. Howell explica la manera en que la compañía está navegando por vientos de proa inesperados relativos a los precios de los genéricos, así como su creación de una organización más centrada en servicios que crean valor para los pacientes y el deseo de la compañía de desempeñar un papel más prominente en la política de toda la industria y de los temas vinculados con la reputación. Mencionó asimismo que AB invertirá sumas significativas para mantener su posición relevante en asociaciones estratégicas.

En cuanto a esto último, Howell detalla nuevas inversiones importantes en curso para reforzar el pacto que AB firmó en 2013 con Walgreens Alliance Boots, que en mayo, al ser extendido por tres años posteriores a los 10 años originales, es decir hasta 2026, colocó a AB en buena posición para reforzar su base de genéricos y su participación en el lucrativo sector de especialidades. Su mejor consejo es entrar y permanecer en contacto en las etapas iniciales de la fase de lanzamiento de productos.

En lo referente a los cambios perturbadores en la industria, Howell dijo que hay un gran cambio perturbador en la atención de la salud a causa del cambio de honorarios por servicios -- en el que el éxito se mide por el aumento de volumen -- a un sistema basado en valor centrado en resultados. El consenso de la industria es que se avecinan cambios, pero las consecuencias en tiempo real del lado operativo todavía no están claras. La reacción de AB es crear más eficiencia en la manera en que sirve al cliente. Para obtener más resultados basados en calidad y por menos dólares por episodio de atención, AB se está concentrando en mejorar el acceso a la atención, a pesar de que las estructuras y las plataformas de dicha atención están cambiando. En general, AB está convencido de que los productos farmacéuticos impulsan la eficiencia en el sistema de atención de la salud. Es un mensaje vital y pertinente todavía más persuasivo ante el debate interno que está ocurriendo sobre los precios elevados de los medicamentos. En la opinión de ella, este debate ignora el panorama más general de la manera en que la industria puede trabajar junto con los pacientes para gestionar el gasto en atención de la salud y mejorar los resultados de los pacientes.

Para recalcar este punto, señaló que los medicamentos genéricos representan cerca del 90% de las recetas médicas de EE UU y que, por lo tanto, son una parte fundamental de la cadena de suministro... y que los precios de este segmento tan importante están bajando. Esa es una buena noticia para el consumidor, continuó. En general, AB cree que el hecho de que los precios de los genéricos seguirán bajando -- a pesar de los evidentes vientos de proa contra los ingresos -- es en realidad una oportunidad, porque una de las prioridades de la compañía es facilitar el acceso de los pacientes a terapias capaces de salvarles la vida. La fuerte posición de AB en genéricos está suplementada por la igualmente fuerte posición de la compañía en los segmentos de marca y de especialidades, algo que cuadra con el deseo de AB de incrementar el acceso.

Alcanzar el “triple objetivo” de calidad, acceso y costo es fundamental para el papel de liderazgo de la división de Adquisiciones Globales y de Relaciones con los Fabricantes. En lo referente al costo, AB ocupa una posición inigualada en la distribución de productos genéricos que llegan al paciente con seguridad, fiabilidad y puntualidad. AB está consciente de lo importantes que son los genéricos para los pagadores en un medio de reembolso comprimido. De hecho, el formulario de genéricos de propiedad de AB, PRxO, está estructurado para contar con un equilibrio apropiado entre el costo, la calidad y el acceso.

La entrevista completa se puede ver en Pharmexec.com, Volumen 36, Número 8, del 1º de agosto de 2016

Nuevas tendencias emergentes

Fuente: Extractos de un artículo redactado por David Salazar sobre una presentación de Doug Long, vicepresidente relaciones industriales de IMS Health y publicado por Drug Store News

Las especialidades farmacéuticas siguen dominando, pero están surgiendo nuevas tendencias, según dijo Doug Long, vicepresidente de relaciones industriales de IMS Health en una presentación sobre el estado del gasto de EE UU en medicamentos de receta y en el futuro del mercado. A mayo de 2016, el gasto anual total había aumentado un 9,9% frente al de 2015, alcanzando US\$438.000 millones. Cerca del 36% del gasto total se atribuyó a productos especializados y un 6% a genéricos, algo muy diferente a lo ocurrido en 2012, cuando los genéricos representaron cerca del 28% del gasto total en medicamentos. Estas cifras, según el Sr. Long, reflejan dos tendencias: la gran innovación en el espacio farmacéutico, con 943 nuevas sustancias activas a lanzarse alrededor del año 2020; y, al mismo tiempo, el número de medicamentos tradicionales que están perdiendo sus patentes se está reduciendo y, por lo tanto, habrá menos oportunidades alrededor del año 2020. Long dijo, "lo que pasó es que se nos están acabando las oportunidades de genéricos de pequeña molécula y la innovación está de vuelta". Continuó, "Alrededor de los años 2019 a 2020, las oportunidades empezarán a desaparecer. Habrá menos pérdida de exclusividad en pequeñas moléculas que [en los primeros años de la década de los 2010]". Junto con los vencimientos de patentes de pequeñas moléculas viene la llegada esperada de los biosimilares. El primer biosimilar fue lanzado el año pasado y se esperan otros dos lanzamientos este año. Eso puede ser solamente el principio, a medida que las compañías desarrollen alternativas menos costosas que los costosísimos fármacos biológicos. Sin embargo, el mercado de biosimilares no lucirá como el mercado de genéricos, dijo Long. "La mayoría de los biosimilares en ciernes son de compañías de marca, así que este será un mercado de marca", señaló Long. "No se va a parecer en nada al negocio de genéricos de pequeñas moléculas". A medida que estos cambios ocurren, la demanda de medicamentos de receta está en aumento, como lo indican los 42,4 millones de recetas de medicamentos emitidas a mayo de 2016. IMS Health predijo un aumento general de entre el 1,8% y 2,2% del número total de recetas médicas para fines de este año, con la expectativa de que las farmacias minoristas y de pedidos por correo excedan el aumento promedio.

ABC lanza nuevos programas para farmacias

Fuente: El mayorista estadounidense de productos farmacéuticos Amerisource Bergen Corporation (ABC)

AmerisourceBergen está lanzando varios programas para ayudar a las farmacias independientes a mejorar su desempeño comercial y a la vez cumplir con las crecientes necesidades de los pacientes. "En AmerisourceBergen estamos abogando por el farmacéutico independiente", dijo el presidente de Good Neighbor Pharmacy, Brian Nightengale, RPh, Ph.D. "Ya sea si es prestar atención a los comentarios de nuestros clientes sobre cómo mejorar su experiencia en la farmacia o presentar nuevas soluciones para mejorar la rentabilidad y la atención de los pacientes, estamos plenamente comprometidos a apoyar el éxito de las farmacias de propiedad independiente".

La compañía puso de relieve tres nuevas soluciones diseñadas para impulsar mejores resultados en toda la farmacia, desde las

ventas a la entrada hasta el desempeño operativo en las oficinas.

Recursos de defensa: Como parte del apoyo que AmerisourceBergen brinda a los farmacéuticos independientes, la compañía añadió un nuevo recurso, OurIndependentVoice.com. Este sitio web de reciente lanzamiento proporciona a los farmacéuticos un lugar centralizado para tener acceso a herramientas y recursos para unirse a los movimientos de defensa que afectan la atención de los pacientes en medios comunitarios, a las políticas que tienen un impacto sobre las farmacias independientes y a cartas modelo para escribir a los legisladores. Además, el mencionado sitio web ayuda a los farmacéuticos a conectarse con otras farmacias y con organizaciones de farmacias.

Especialización en medios minoristas: El rápido crecimiento de los productos especializados proporciona una intersección natural para que las farmacias comunitarias brinden atención personalizada a pacientes en terapias complejas. Estos productos especializados a menudo vienen con una gran carga de tareas administrativas que las farmacias independientes pueden tener dificultad para operarlas económicamente. AmerisourceBergen está creando un programa de especializaciones para farmacias minoristas que permitirá que las farmacias afiliadas presten un mejor servicio a los pacientes y a la vez diversifiquen fuentes de ingresos. Mediante este programa, las farmacias independientes podrán concentrarse más en la atención de los pacientes, en lugar de dedicar tiempo y recursos a tareas administrativas.

Ventas minoristas sobresaliente: Good Neighbor Pharmacy está ofreciendo a sus miembros servicios integrales para optimizar las ventas en las farmacias, incluyendo acceso a capacitación comercial, promociones de fabricantes, datos de punto de venta y herramientas de información, así como Retail Remedy, una publicación mensual con noticias, sugerencias y promociones de productos centrados en estrategias minoristas.

Noticias (cont.) . . .

♦ **Teva Pharmaceuticals** anunció un acuerdo para adquirir **Anda Inc.**, de **Allergan**. Anda es el cuarto mayor distribuidor de genéricos de EE UU. También distribuye productos de marca especializados y de venta libre de más de 300 fabricantes a hogares de recuperación, hospitales, clínicas, consultorios de médicos y farmacias independientes y de cadenas. Teva también adquirirá tres centros de distribución como parte del trato.

♦ **GlaxoSmithKline (GSK)** y **Verily Life Sciences**, una división Alphabet, de la compañía matriz de Google, firmaron un acuerdo de asociación que resultó en la creación de **Galvani Bioelectronics**. La compañía de formación reciente, que tendrá su sede en el Reino Unido, se dedicará a la investigación, el desarrollo y la comercialización de medicamentos bioelectrónicos. GSK poseerá el 55% y Verily retendrá el 45% restante. El objetivo del campo de la bioelectrónica es tratar una serie de enfermedades con el uso de una amplia variedad de pequeños dispositivos implantables diseñados para modificar las señales eléctricas en el cuerpo, incluyendo impulsos irregulares y alterados presentes en muchas enfermedades.

(Fuentes: Drug Store News, IFPMA, Pharmafile, PR Newswire y comunicados de prensa de las compañías).