

Pfizer da un paso más en su apuesta por los biosimilares con la adquisición de Hospira

■ El gigante americano realizará un desembolso estimado en torno a los 17.000 millones de dólares

FRANCISCO ROSA
Madrid



En un momento en el que los analistas del sector especulaban sobre las intenciones de Pfizer de enmendar la adquisición fallida de AstraZeneca con otra operación, el laboratorio con sede en Nueva York ha sorprendido a todos anunciando la compra de Hospira, compañía por la que pagará unos 17.000 millones de dólares.

Para Pfizer, se trata de una transacción estratégica que servirá de motor para el crecimiento de sus ingresos en varios segmentos. Esto será gracias al amplio *portfolio* de Hospira, que se nutre de biosimilares, donde cuenta con una posición destacada que podría contribuir a consolidar la apuesta de Pfizer por estos productos; de inyectables genéricos en áreas como la oncología, las enfermedades infecciosas y cardiovasculares, la analgesia o la anestesia; así como de inyectables innovadores para enfermedades infecciosas, antiinflamatorios y citotóxicos.

En este sentido, la firma adquiriente considera que su estructura comercial, que tiene una dimensión global, así como su experiencia en la investigación y el desarrollo de medicamentos, le servirán para optimizar el rendimiento de los productos de Hospira más allá del mercado estadounidense, en el que se concentraba el 80 por ciento del negocio



Imagen de la sede central de la americana Pfizer, que acaba de anunciar la adquisición de Hospira, especializada en inyectables genéricos y biosimilares.

de esta en el año 2013 (la presentación de los resultados correspondientes a 2014 se realizará el próximo día 12 de febrero). Concretamente, Pfizer espera aprovechar su presencia sólida en Europa y los mercados emergentes para aumentar la penetración de estos fármacos en dichas regiones.

Algunos datos de Hospira

Junto a estas razones, habría que tener en cuenta, a la hora de analizar la

transacción, los datos presentados por Hospira a cierre de 2013. A este respecto, cabe destacar que la firma con sede en Lake Forest (Illinois) facturó más de 4.000 millones de dólares, con una ligera caída.

Al término de aquel ejercicio, la compañía daba cuenta de un catálogo conformado por unas 200 moléculas dentro del apartado de genéricos inyectables, a los que habría que añadir unos 73 fármacos adicionales que por entonces figuraban en su *pipeline*.

Asimismo, Hospira presumía de ser el único laboratorio con biosimilares comercializados en Estados Unidos, Europa y Australia. En este caso, hacía alusión a Retacrit (de la epoetina zeta), Nivestim (de filgrastim) e Inflectra (de infliximab). Unido a estos, aparecían otras 11 moléculas, que son las que componían su *pipeline* en este segmento.

Por último, cabe señalar la actividad de esta compañía en dispositivos para la infusión o la fabricación a terceros.



Con la venia

Jordi Faus
Abogado y socio de
Faus & Moliner

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha anunciado esta semana el inicio de un estudio para analizar el mercado de distribución minorista de medicamentos y evaluar los efectos de las restricciones a la competencia presentes en los distintos modelos de ordenación farmacéutica. El anuncio publicado indica que la CNMC se centrará en las restricciones de acceso al mercado resultantes de la regulación de las oficinas de farmacia. Se volverá a hablar, por tanto, de propiedad, titularidad, y distancias; y dentro de unos meses saldrá a la luz un nuevo informe con recomendaciones sobre estas cuestiones.

Ante el inicio de este nuevo debate, creo que es oportuno apuntar algunas reflexiones. En primer lugar, parece adecuado no perder de vista que el

derecho de la competencia, desde sus orígenes, ha apuntado hacia la liberalización.

El primer *Statute of Monopolies* se aprobó en 1.623 contra los abusos que propiciaba la reglamentación de la época. Entre estos, destacaba la imposición del carácter hereditario de la maestría en detrimento de oficiales y aprendices cualificados.

En España, en 1678, las Cortes de Calatayud formularon peticiones de supresión de los gremios. En Francia, cuando las corrientes liberalizadoras alcanzaron su máximo apogeo a principios del siglo XIX, la Ley Chapelier suprimió las corporaciones; y en España un Decreto de 8 de Julio de 1.813 declaró el derecho de todo ciudadano de ejercer libremente cualquier industria u oficio sin necesidad de afiliarse a gremio alguno.

El derecho de la competencia, por otro lado, es una disciplina especialmente dinámica, en constante evolu-

ción. Hace ya muchos años que impera la convicción de que la competencia perfecta es una utopía que además puede generar efectos indeseables, y que los reguladores deben centrarse en la defensa de la dosis de competencia que es razonable en cada mercado, lo que se denomina la competencia efectiva o *workable competition*. Bajo esta perspectiva, se trataría de garantizar, en cada mercado, un grado de rivalidad suficiente que permita al consumidor disfrutar de posibilidades razonables de elección; así como la existencia de incentivos suficientes para el desarrollo y crecimiento de las empresas.

Por ello será muy importante que la CNMC, en su análisis, tenga en cuenta la importancia que la distribución eficiente de medicamentos tiene para la salud pública, y es muy positivo que esto se haya expresado de forma diáfana en la comunicación anunciando el lanzamiento de su

proyecto. También será muy importante bajar a la realidad y analizar en qué elementos del modelo puede ser necesario introducir más competencia para que ello beneficie al consumidor.

En las farmacias, además de llevarse a cabo una actividad asistencial de incalculable valor, se venden ciertos productos. El grado de competencia que existe entre los proveedores para que las farmacias compren sus productos es muy elevado; y la competencia que existe entre las oficinas de farmacia para captar clientes también es sustancial, de modo que la situación actual aconseja prudencia.

Es posible que la liberalización de la propiedad beneficie, en este caso, a grandes grupos inversores y a algunos titulares de oficinas que, llegado el momento, decidiesen vender sus negocios, pero ¿reportaría algún beneficio al consumidor?