

LAS 4 ESTRATEGIAS QUE LIDERAN

LA INVERSIÓN EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA



LUIS FERNÁNDEZ-SANGUINO

Socio-Director
Líder Industria Life Sciences & Chemical
stratesys



CARLOS TESEDO PÉREZ

Consultor Experto
Life Sciences & Chemical
stratesys

Además de los procesos relacionados a la investigación, calidad y producción, la pandemia del COVID-19 ha acelerado una tendencia que se había iniciado durante los últimos años en la industria farmacéutica, que es la revisión, adaptación y evolución de sus procesos vinculados a la cadena de suministro y la atención e interlocución con clientes y pacientes. La tecnología ha experimentado grandes avances y los procesos que había en curso han sufrido una prueba de fuego, lo que ha provocado un vertiginoso cambio para poder poner en marcha la adaptación y evolución que se requiere a las cadenas de suministro de las empresas del sector, para seguir suministrando sus productos y manteniendo los estándares de calidad que exige la altísima regulación que gobierna este sector.

La industria farmacéutica necesita una cadena de suministro ágil y resiliente donde todos los sistemas estén conectados, los datos se obtengan en tiempo real, cada proceso sea trazable de principio a fin y puedan asegurar la calidad de todos los actores implicados. La

interlocución con los profesionales médicos ha dado un cambio de 180 grados porque las necesidades de informar y compartir los avances de los diferentes productos para que se disponga de la mejor información a la hora de diseñar un tratamiento sigue siendo fundamental, pero ahora la videoconferencia o la comunicación multicanal son los medios que se están demandando y no la visita tradicional. Por último, los pacientes cada vez tienen más medios para informarse y para comunicarse con los laboratorios, esperando tener respuestas en tiempo real.

En nuestra experiencia con clientes de este sector, estamos viendo que la mayoría de los proyectos de inversión están impulsando una, varias o todas las siguientes cuatro estrategias, con el objetivo de dar cobertura a este nuevo paradigma al que se enfrentan.

1 CADENA DE SUMINISTRO DIGITAL

La forma más eficaz de agilizar y optimizar la cadena de suministro es mediante la automatización y la digitalización, es decir, desarrollando una cadena de suministro digital. Las empresas necesitan tener una visibilidad de los procesos de principio a fin, una recopilación de datos centralizada y herramientas que interpreten los datos y permitan realizar previsiones precisas, todo ello en tiempo real.

Para conseguirlo, las empresas del sector están implantando sistemas software que recopilan, analizan y transforman los datos en tiempo real, de acuerdo con los criterios de negocio, con un doble objetivo:

- 1.- inferir, utilizando algoritmos predictivos, la creación de escenarios de gestión y planificación de la demanda
- 2.- identificar posibles escenarios de riesgo en la cadena de suministro para implementar acciones preventivas o de mitigación

Estos sistemas ofrecen herramientas potentes para la elaboración de informes orientados a usuarios de negocio y, además, para la integración con otros sistemas existentes para automatizar las acciones derivadas de las decisiones que estos tomen.

El capital empleado para mejorar los procesos suele suponer un alto retorno de la inversión incluso a corto plazo, mejorando la velocidad, la eficiencia y la productividad, reduciendo el despilfarro y evitando la escasez de materias primas, lo que en conjunto contribuye a un menor gasto, mayor rentabilidad y ayuda al cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad (ODS) 9, 12 y 13.

2 REDUCCIÓN DE LA FALSIFICACIÓN

Como muestra vale un botón. En esta **NOTICIA** publicada por la INTERPOL el 2 de marzo de 2022, se dan detalles del resultado de su primera operación conjunta con AFRIPOL. Se ve el enorme volumen de productos farmacéuticos ilegales que son capaces de mover las organizaciones delincuentes. Para evitar la adulteración y falsificación de productos farmacéuticos, y para garantizar su integridad, las instituciones gubernamentales llevan varios años reforzando su control e imponiendo exigentes normativas a las empresas fabricantes. Para cumplirlas y facilitar la autenticación de los productos en toda la cadena de suministro, las empresas del sector utilizan una combinación de etiquetas especiales denominadas serializadas y soluciones de seguimiento y localización.

A medida que las tecnologías de envasado e impresión se vuelven más sofisticadas, las empresas están implementando diferentes estrategias para la combinación de elementos tecnológicos visibles (hologramas, códigos de serie, códigos de barras) y encubiertas (estampado, troquelado, tintas de seguridad) que permitan proteger sus productos de actividades de posible falsificación.

Dado que también es necesario aportar visibilidad en las operaciones realizadas con proveedores de materias primas, las empresas farmacéuticas también están trabajando en acelerar y automatizar los procesos de verificación y cualificación de proveedores, para involucrar a todos los participantes en los procesos de innovación para optimizar y acelerar la evaluación continua de su rendimiento.



3 INVENTARIO 'ZERO'

El modelo operativo tradicional de las empresas farmacéuticas se caracteriza por largos plazos de entrega y ciclos de producción lentos. El avance de los medicamentos genéricos y la expiración de las patentes están reduciendo los márgenes comerciales, por lo que la estrategia que se está llevando a cabo para liberar capital circulante es principalmente, mantener un estricto control de las existencias.

Para una mejor planificación de la producción, las empresas farmacéuticas deben conocer el pulso del mercado y hacer previsiones precisas de la demanda. La mejora y la aceleración de la recogida de datos de los clientes y la interpretación de estos datos permiten segmentar el inventario en función de los patrones de demanda: los medicamentos con patrones predecibles suelen tener inventarios más bajos, mientras que los que son impredecibles más altos.

Para ello, las empresas farmacéuticas están implementando soluciones en dos áreas: la identificación de objetos físicos mediante radiofrecuencia (RFID) unida a la implantación de soluciones de predicción para la planificación de la demanda. La utilización de RFID; aporta una mayor agilidad en la operativa diaria gracias a la lectura de datos en tiempo real por lo que al incorporar esos datos en sistemas que permiten establecer, gracias al uso de tecnologías como machine learning o algoritmos holísticos, escenarios de orientados a optimizar la producción, se pueden tomar decisiones operativas que ayuden a la reducción del inventario fabricado y a evitar realizar compras innecesarias de materias primas para la producción.

4 CUSTOMER CENTRIC

Los cambios en los patrones de las enfermedades, la atención sanitaria más participativa, las terapias personalizadas y el comercio electrónico están ampliando gradualmente el foco de atención de las empresas farmacéuticas desde los clientes tradicionales como hospitales, farmacias, gobiernos y aseguradoras hacia el cliente final, el paciente.

La tendencia más destacada que ha sido impulsada por el consumidor es la compra en línea. Las farmacias electrónicas son cada vez más populares porque ofrecen tarifas relativamente más bajas, comodidad, entrega las 24 horas del día y el acceso a información detallada sobre los medicamentos, entre otras cosas. Otro de los elementos que han acelerado el disponer de esas líneas de comunicación con los clientes finales son las redes sociales. Cada vez mas, los pacientes comunican, comparten, preguntan sobre productos y tratamientos por lo que se están lanzando diferentes proyectos para mejorar el modelo de comunicación, la escucha activa y la atención a pacientes más allá de las actividades que ya se hacían desde el área de farmacovigilancia.

Para aquellas empresas que pueden vender sus productos de forma directa, las ventajas empresariales de participar en un mercado en línea son muchas, desde la reducción de los costes operativos y el mejor control de las existencias hasta la mejora del servicio al cliente y la expansión del mercado como resultado de la presencia virtual. Por ello las estrategias de e-commerce y experiencia de cliente son otras de las grandes áreas de inversión que estamos viendo en el sector

NECESIDAD DE ACELERAR EL CAMBIO EN EL SECTOR

Por las características del sector farmacéutico, la necesidad de acometer estrategias que favorezcan la transformación digital de sus procesos adquiere si cabe, un mayor nivel de urgencia que en otros sectores. Los productos farmacéuticos, se encuentran entre los artículos más regulados, y su cadena de suministro debe ser capaz de adaptarse a su vulnerabilidad y, al mismo tiempo, apoyar la evolución y las necesidades cambiantes de sus clientes. La reinversión de la cadena de suministro farmacéutica exige inversión en tecnología y un cambio obligado en la perspectiva de los líderes de la cadena de suministro y de la dirección de las empresas.