



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
ICADE

Grado en Administración y dirección de
Empresas

Reputación y Responsabilidad: El desafío
de la industria farmacéutica en la
fabricación y suministro de vacunas: Un
análisis anterior y posterior al Covid-19

Autor: Ignacio de Juan Álvarez
Director: Raúl González Fabre

Título: Reputación y Responsabilidad: El desafío de la industria farmacéutica en la fabricación y suministro de vacunas: Un análisis anterior y posterior al Covid-19

Autor: Ignacio de Juan Álvarez

Director: Raúl González Fabre

El presente trabajo, analiza cómo la pandemia de Covid-19 transformó la reputación y las estrategias de responsabilidad social corporativa (RSC) de la industria farmacéutica. Este estudio se centra en cuatro empresas clave: GSK, Pfizer, Johnson & Johnson y AstraZeneca, destacando sus iniciativas y respuestas durante la crisis sanitaria. Además, el análisis incluye entrevistas con profesionales de estas organizaciones para enriquecer los hallazgos con perspectivas de primera mano.

La pandemia de Covid-19 marcó un antes y un después en la percepción pública del sector farmacéutico. Durante años, esta industria enfrentó críticas por cuestiones como los altos precios de los medicamentos, la desigualdad en el acceso a tratamientos y la falta de sostenibilidad en sus prácticas. Sin embargo, la respuesta ágil y efectiva frente a la crisis sanitaria global, especialmente en el desarrollo de vacunas en un tiempo récord, permitió no solo mitigar los efectos de la pandemia, sino también abrir una ventana de oportunidad para mejorar su reputación y consolidar prácticas corporativas más responsables y sostenibles.

El enfoque metodológico de este estudio combina análisis cuantitativos y cualitativos para ofrecer una visión integral de los cambios en el sector. Por un lado, los datos cuantitativos incluyeron estudios de reputación pre y post-pandemia, así como análisis de mercado, para identificar tendencias clave. Por otro lado, se realizaron entrevistas semiestructuradas con representantes de empresas líderes como GSK, Pfizer, AstraZeneca y Farmaindustria. Guillermo de Juan, de GSK, destacó los esfuerzos en equidad sanitaria y sostenibilidad; Fernando Méndez, de Pfizer, abordó la estrategia de desarrollo y distribución de vacunas junto con avances en RSC; Marta Moreno, de AstraZeneca, reflexionó sobre las lecciones aprendidas y su impacto en la salud global; mientras que Juan Yermo, de Farmaindustria, proporcionó una perspectiva sectorial y subrayó la importancia de la colaboración en la gestión de la pandemia. Estas entrevistas enriquecieron el análisis, permitiendo contrastar datos cuantitativos con experiencias prácticas del sector.

Antes de la pandemia, la reputación del sector farmacéutico era baja en mercados como Estados Unidos, donde solo el 27% de los ciudadanos tenía una percepción positiva de la industria, según un estudio de Gallup de 2019. En España, en cambio, empresas como Pfizer y AstraZeneca ya ocupaban posiciones destacadas en rankings de reputación como el de MERCO. La llegada del Covid-19 supuso una aceleración sin precedentes en la innovación, con la creación de vacunas como las de ARNm de Pfizer-BioNTech y Moderna en tiempo récord. Empresas como AstraZeneca lideraron iniciativas globales de distribución equitativa, aportando la mayor parte de sus vacunas a países de ingresos bajos y medios a través de COVAX. Sin embargo, también enfrentaron retos logísticos complejos, como el transporte a temperaturas extremadamente bajas, necesario para las vacunas de ARNm.

Las transformaciones en las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) también fueron significativas. GSK reforzó su compromiso con la equidad sanitaria y la sostenibilidad ambiental, desarrollando iniciativas para mejorar el acceso a medicamentos en países en desarrollo. Pfizer emitió el primer bono de sostenibilidad del sector biofarmacéutico, además de fortalecer sus políticas de inclusión y diversidad. Johnson & Johnson centró sus esfuerzos en proteger a sus empleados y fomentar la equidad sanitaria a través de su programa "Race to Health Equity". AstraZeneca, por su parte, lanzó programas como "Accelerating Change Together", enfocados en abordar las disparidades sanitarias en comunidades vulnerables.

La reputación del sector farmacéutico mostró cambios marcados tras la pandemia. En España, empresas como Pfizer, AstraZeneca y GSK escalaron posiciones en los rankings de reputación, liderando la clasificación en 2023. En Estados Unidos, sin embargo, la percepción del sector, que inicialmente mejoró, volvió a deteriorarse debido a resistencias a la vacunación y críticas a los altos precios de los medicamentos.

Las entrevistas realizadas confirmaron que la pandemia aceleró la innovación y fomentó la colaboración entre empresas y gobiernos, factores clave para enfrentar la crisis. Los expertos subrayaron la importancia de consolidar la sostenibilidad y mantener una comunicación transparente como herramientas fundamentales para recuperar y fortalecer la confianza pública. Asimismo, coincidieron en la necesidad de abordar desafíos

pendientes, como la equidad en el acceso a medicamentos y una gestión ética de las patentes.

En conclusión, este trabajo revela que la pandemia actuó como un catalizador de cambios profundos en el sector farmacéutico, fortaleciendo su capacidad de respuesta a crisis globales y promoviendo un enfoque más responsable y sostenible. No obstante, desafíos estructurales como la desigualdad en el acceso a medicamentos y la percepción pública en mercados clave siguen requiriendo atención prioritaria. Se propone un marco estratégico basado en la innovación, la colaboración internacional y la sostenibilidad para consolidar la reputación del sector y prepararlo para enfrentar retos futuros. Las estrategias implementadas por empresas como GSK, Pfizer, Johnson & Johnson y AstraZeneca, junto con las perspectivas aportadas por los entrevistados, ofrecen valiosas lecciones para construir una industria farmacéutica más confiable, innovadora y socialmente responsable

Title: *Reputation and Responsibility: The Challenge of the Pharmaceutical Industry in the Manufacturing and Supply of Vaccines: An Analysis Before and After COVID-19*

Author: Ignacio de Juan Álvarez

Director: Raúl González Fabre

This study analyzes how the COVID-19 pandemic transformed the reputation and corporate social responsibility (CSR) strategies of the pharmaceutical industry. It focuses on four key companies: GSK, Pfizer, Johnson & Johnson, and AstraZeneca, highlighting their initiatives and responses during the health crisis. Additionally, the analysis incorporates interviews with professionals from these organizations to enrich the findings with first-hand perspectives.

The COVID-19 pandemic marked a turning point in the public perception of the pharmaceutical sector. For years, the industry faced criticism for issues such as high drug prices, inequality in treatment access, and unsustainable practices. However, the swift and effective response to the global health crisis, particularly the development of vaccines in record time, not only mitigated the pandemic's impact but also created an opportunity to improve the industry's reputation and consolidate more responsible and sustainable corporate practices.

The methodological approach of this study combines quantitative and qualitative analyses to offer a comprehensive view of changes in the sector. Quantitative data included pre- and post-pandemic reputation studies and market analyses to identify key trends. Semi-structured interviews were conducted with representatives from leading companies such as GSK, Pfizer, AstraZeneca, and Farmaindustria. Guillermo de Juan of GSK highlighted efforts in health equity and sustainability; Fernando Méndez of Pfizer discussed vaccine development and distribution strategies along with advances in CSR; Marta Moreno of AstraZeneca reflected on lessons learned and their impact on global health; while Juan Yermo of Farmaindustria provided an industry-wide perspective, emphasizing the importance of collaboration in managing the pandemic. These interviews enriched the analysis by allowing quantitative data to be contrasted with practical sector experiences.

Before the pandemic, the pharmaceutical sector's reputation was low in markets like the United States, where only 27% of citizens had a positive perception of the industry,

according to a 2019 Gallup study. In Spain, however, companies like Pfizer and AstraZeneca already held prominent positions in reputation rankings such as MERCO. The arrival of COVID-19 prompted an unprecedented acceleration in innovation, with the creation of mRNA vaccines like those of Pfizer-BioNTech and Moderna in record time. Companies such as AstraZeneca led global equitable distribution initiatives, supplying the majority of their vaccines to low- and middle-income countries through COVAX. However, they also faced logistical challenges, such as the extremely low temperatures required for transporting mRNA vaccines.

Transformations in Corporate Social Responsibility (CSR) policies were also significant. GSK reinforced its commitment to health equity and environmental sustainability by developing initiatives to improve access to medicines in developing countries. Pfizer issued the first sustainability bond in the biopharmaceutical sector and strengthened its inclusion and diversity policies. Johnson & Johnson focused on protecting employees and promoting health equity through its "Race to Health Equity" program. AstraZeneca launched programs like "Accelerating Change Together," aimed at addressing health disparities in vulnerable communities.

The pharmaceutical sector's reputation showed marked changes after the pandemic. In Spain, companies such as Pfizer, AstraZeneca, and GSK rose in reputation rankings, leading the 2023 classifications. In the United States, however, the sector's perception, which initially improved, deteriorated again due to vaccine resistance and criticism of high drug prices.

The interviews confirmed that the pandemic accelerated innovation and fostered collaboration between companies and governments, key factors in addressing the crisis. Experts emphasized the importance of consolidating sustainability and maintaining transparent communication as fundamental tools to regain and strengthen public trust. They also highlighted the need to tackle pending challenges, such as equity in access to medicines and ethical management of patents.

In conclusion, this study reveals that the pandemic acted as a catalyst for profound changes in the pharmaceutical sector, strengthening its ability to respond to global crises and promoting a more responsible and sustainable approach. However, structural challenges such as inequality in medicine access and public perception in key markets still require priority attention. A strategic framework based on innovation, international collaboration, and sustainability is proposed to consolidate the sector's reputation and prepare it to face future challenges. The strategies implemented by companies like GSK, Pfizer, Johnson & Johnson, and AstraZeneca, along with insights from interviewees, offer valuable lessons for building a more trustworthy, innovative, and socially responsible pharmaceutical industry.



Índice de contenido

1	Introducción.....	1
1.1	Contexto y relevancia del estudio.....	1
1.2	Objetivos del trabajo	1
1.3	Metodología de investigación.....	2
2	Marco teórico.....	3
2.1	Definición de ESG, RSC, reputación y sostenibilidad.....	3
2.2	Enfoque integral en el sector farmacéutico en sostenibilidad, RSC, ESG y reputación.....	4
2.2.1	Políticas ambientales.....	5
2.2.2	Políticas Sociales	7
2.2.3	Políticas de gobernanza.....	7
	Diversidad e inclusión:	7
2.3	Críticas a la industria farmacéutica	9
3	La industria farmacéutica antes del Covid-19	12
3.1	Introducción	12
3.2	Situación del mercado farmacéutico prepandemia	12
3.3	Reputación de las empresas farmacéuticas anterior al Covid-19	14
3.3.1	Reputación de las empresas farmacéuticas antes del Covid-19 en EE. UU.	14
3.3.2	Reputación de las empresas farmacéuticas antes del Covid-19 en España	17
3.3.3	Reputación a nivel Global.....	17
4	Impacto del Covid-19 en la industria farmacéutica.....	22
4.1	Desarrollo	22
4.2	Empresas productoras de vacunas COVID-19.....	23
4.3	Desafíos en el desarrollo y distribución de las vacunas por empresas y su impacto en la percepción del sector	26
4.4	Cambio de opinión en cuanto a la vacunación durante el Covid-19.....	31



4.5	Cambios en las políticas RSC de las empresas farmacéuticas	33
4.5.1	AstraZeneca	33
4.5.2	Pfizer	34
4.5.3	Johnson y Johnson	35
4.5.4	GlaxoSmithKline	36
5	La industria farmacéutica post Covid-19.....	38
5.1	Introducción	38
5.2	Situación del mercado postpandemia	39
5.3	Reputación de las empresas farmacéuticas posterior al Covid-19.....	43
5.3.1	Reputación de las empresas farmacéuticas después del Covid-19 en EE. UU.	43
5.3.2	Reputación de las empresas farmacéuticas en España después del Covid-19	44
5.3.3	Reputación a nivel global después del Covid-19.	46
6	Entrevistas con profesionales del sector	52
6.1	Introducción	52
6.2	Entrevista GlaxoSmithKline – Guillermo de Juan.....	53
6.2.1	Presentación de resultados y discusión	54
6.2.2	Cambios en la Percepción Pública y Reputación.....	54
6.2.3	Iniciativas de RSC y sostenibilidad (ESG)	54
6.2.4	Desafíos y aprendizajes.....	55
6.2.5	Impacto en la salud global	55
6.2.6	Conclusión	55
6.3	Entrevista Pfizer – Fernando Méndez.....	56
6.3.1	Cambios en la percepción pública y reputación	57
6.3.2	Iniciativas de RSC y sostenibilidad (ESG)	57
6.3.3	Desafíos en el desarrollo y distribución de vacunas	57
6.3.4	Innovación y futuro de la estrategia de I+D.....	57
6.3.5	Conclusión	58
6.4	Entrevista AstraZeneca – Marta Moreno	59
6.4.1	Cambios en la percepción pública y reputación	60
6.4.2	Iniciativas de RSC y sostenibilidad (ESG)	60
6.4.3	Desafíos y aprendizajes.....	60
6.4.4	Conclusión	60



6.5	Entrevista Farmaindustria – Juan Yermo	61
6.5.1	Cambios en la percepción pública y reputación	62
6.5.2	Iniciativas de RSC y sostenibilidad (ESG)	62
6.5.3	Colaboración y desafíos en el desarrollo y distribución de vacunas	62
6.5.4	Impacto en la confianza pública y futuro de la industria	63
6.5.5	Conclusión	63
7	Conclusiones.....	64
8	Bibliografía.....	69
9	Anexos.....	ii
9.1	Entrevista GSK.....	ii
9.2	Entrevista Pfizer	xvi
9.3	Entrevista AstraZeneca.....	xxi
9.4	Entrevista Farmaindustria	xxvii



Índice de Figuras

Figura 1.	Objetivos desarrollo Sostenible	5
Figura 2.	Mercado farmaceutico en % de ventas.	12
Figura 3.	Ranking de reputacion por sectores en EEUU en 2019.....	16
Figura 4.	Mercado Farmacéutico en % de ventas 2023.	39
Figura 5.	Ranking de reputacion por sectores en EEUU en 2023.....	44
Figura 6.	Guillermo de Juan (GlaxoSmithKline).....	53
Figura 7.	Fernando Méndez (Pfizer).....	56
Figura 8.	Marta Moreno (AstraZeneca).....	59
Figura 9.	Juan Yermo (Farmaindustria).....	61

Índice de Tablas

Tabla 1.	10 primeras empresas por facturación en 2021	4
Tabla 2.	Inversión en la industria farmaceutica europea año 2019. (millones de €)	14
Tabla 3.	10 primeras empresas del Ranking top 100 de MERCO 2019.....	17
Tabla 4.	Ranking Trust & Like Score 2019.....	20
Tabla 5.	Tipos de vacunas.	24
Tabla 6.	Inversión industria farmacéutica europea 2023 (valores en millones de €).....	40
Tabla 7.	10 primeras empresas del ranking top 100 de MERCO en 2023	45
Tabla 8.	Ranking Trust & Like Score 2023.....	46
Tabla 9.	Ranking empresas framacéuticas 2023.....	49



Índice de Gráficos

Gráfico 1. Capitalización del mercado en 2019.....	13
Gráfico 2. Reputación de la industria farmacéutica en EE.UU. 2000-2019.....	15
Gráfico 3. Ranking farmacéutico por países.....	18
Gráfico 4. Reputación y Acceso.	19
Gráfico 5. Desarrollo de las vacunas anterior y posterior al Covid-19.....	23
Gráfico 6. Financiación de las vacunas.	25
Gráfico 7. Precio por dosis de las vacunas.	29
Gráfico 8. Actitud frente a la vacunación en Europa.....	31
Gráfico 9. Actitud frente a la vacunación en el resto del mundo.....	32
Gráfico 10. Capitalización del mercado en 2024.....	41
Gráfico 11. Reputación de la industria farmacéutica en 2023.....	43
Gráfico 12. Visión de la industria farmacéutica.	47



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA
ICAI ICADE CIMS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS

ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA (ICAI)

Grado en Administración y dirección de empresas

ÍNDICES



1 Introducción

1.1 Contexto y relevancia del estudio

El presente estudio se centra en la reputación y responsabilidad de la industria farmacéutica con respecto a las vacunas en los períodos anterior y posterior al Covid-19. Durante la pandemia, surgieron grandes polémicas en todo el mundo sobre la seguridad y efectividad de las vacunas, así como sobre la responsabilidad de las diversas empresas farmacéuticas del sector para hacer frente a las dificultades sanitarias generadas por el Covid-19.

Este estudio es relevante debido a la trascendencia de la pandemia en la percepción pública sobre las vacunas y la industria farmacéutica. Las conclusiones obtenidas pueden ofrecer valiosas perspectivas sobre cómo las experiencias recientes han moldeado las actitudes y confianza en las vacunas, y cómo esto podría influir en futuras estrategias de comunicación y políticas de salud pública.

1.2 Objetivos del trabajo

Principal: Evaluar cómo el desarrollo y distribución de vacunas durante la pandemia de COVID-19 han influenciado la reputación de las empresas farmacéuticas.

Secundarios:

- Identificar y analizar las principales críticas y elogios en cuanto a reputación y ESG en la industria farmacéutica pre-pandemia para establecer una línea base que permita comparaciones post-covid-19.
- Determinar los principales desafíos y éxitos en la respuesta de la industria farmacéutica al Covid-19 en términos de desarrollo y distribución de vacunas, y cómo estos influyeron en las políticas ESG y reputación durante la pandemia
- Explorar la relación entre las prácticas de RSC adoptadas durante la pandemia y los cambios en la percepción pública y la reputación corporativa.
- Comparar y contrastar las opiniones de los profesionales del sector con los resultados obtenidos en los análisis de datos para identificar discrepancias o confirmaciones entre la teoría y la práctica real.

- Analizar casos específicos de empresas que han enfrentado desafíos éticos y de sostenibilidad, identificando factores comunes que pueden servir como lecciones aprendidas para toda la industria.
- Desarrollar un marco de acción proactivo para la industria farmacéutica, basándose en los hallazgos del estudio, que permita a las empresas anticipar y gestionar mejor los problemas de reputación y responsabilidad social en el futuro

1.3 Metodología de investigación

El estudio adoptará un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos para analizar la reputación y las prácticas de RSC en la industria farmacéutica.

La recolección de datos se realizará a través de los siguientes métodos:

- Entrevistas Semiestructuradas: Se realizarán entrevistas con ejecutivos de empresas farmacéuticas para obtener información detallada sobre sus experiencias y percepciones en cuanto a la reputación y las prácticas de RSC durante y después de la pandemia de Covid-19.
- Análisis de estudios: Se buscarán y analizarán estudios ya realizados en el sector farmacéutico, comparando datos entre distintos países para identificar tendencias y diferencias.

En cuanto al análisis de estos datos:

- Análisis Temático: Se aplicará un análisis temático a las entrevistas y encuestas para identificar patrones y temas recurrentes relacionados con la reputación y las prácticas de RSC.
- Representación de Resultados: Los resultados del análisis cualitativo y cuantitativo se presentarán utilizando gráficos y tablas para ilustrar las tendencias y hallazgos de manera clara y concisa.

2 Marco teórico

A lo largo de este capítulo se va a introducir la importancia de la reputación de las empresas farmacéuticas en nuestra sociedad actual, y se definirán los contenidos teóricos de la responsabilidad social corporativa. Así como se proporcionará una visión general de la reputación corporativa de las principales corporaciones farmacéuticas actuales.

2.1 Definición de ESG, RSC, reputación y sostenibilidad

La integración de criterios ESG, la implementación de políticas de RSC, la construcción de una sólida reputación y el compromiso con la sostenibilidad son factores esenciales para el éxito a largo plazo de las empresas farmacéuticas.

ESG son las siglas en inglés de «environmental, social, and governance» (medioambiental, social y de gobernanza). Los criterios medioambientales miden cómo una empresa protege el medio ambiente. Los criterios sociales examinan cómo gestiona sus relaciones con empleados, proveedores, clientes y comunidades. La gobernanza mide el liderazgo de la empresa, la remuneración de los ejecutivos, las auditorías, los controles internos y los derechos de los accionistas. (Brown, 2024)

Por otro lado según SERES la responsabilidad social corporativa (RSC) se define como “la integración voluntaria por parte de la empresa, en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y de los impactos que derivan de sus acciones”. (Fundacion SERES, s.f.)

En cuanto a la reputación: “La reputación corporativa implica una evaluación duradera y acumulativa por parte de los grupos de interés, comprendida a lo largo de un período prolongado, sobre la organización empresarial” (Gioia, 2013). Es una de las principales razones de supervivencia del negocio, así como de rentabilidad de este.

La sostenibilidad, en el contexto de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas, se define como la capacidad de satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de futuras generaciones para



satisfacer sus propias necesidades. Esta definición abarca tres dimensiones clave: el crecimiento económico, la inclusión social y la protección ambiental, asegurando que los recursos naturales y humanos se gestionen de manera responsable y equitativa para mantener el bienestar de la sociedad a largo plazo. (Naciones Unidas, 1987)

2.2 Enfoque integral en el sector farmacéutico en sostenibilidad, RSC, ESG y reputación

La industria farmacéutica se dedica a la fabricación, preparación y comercialización de productos químicos medicinales para el tratamiento o la prevención de enfermedades. Las compañías farmacéuticas realizan tareas de investigación y desarrollo (I+D) con el fin de introducir nuevos tratamientos mejorados y obtener beneficios económicos de ello (Jara, 2015).

Entre las principales empresas farmacéuticas mundiales por facturación destacan: Pfizer, Johnson & Johnson, Roche, Novartis, GSK, AstraZeneca. Todas ellas han incorporado desde hace años la sostenibilidad, la responsabilidad social corporativa (RSC) y la reputación como partes fundamentales de su modelo de negocio. Este trabajo se va a focalizar fundamentalmente en las empresas desarrolladoras de vacunas y las concedentes de entrevistas.

Posición	Empresa Farmacéutica	Facturación 2021 (millones de \$)
1	Janssen (Johnson & Johnson)	93.700
2	Pfizer	81.290
3	Roche	68.700
4	AbbVie	56.200
5	Novartis	51.630
6	Merck	48.700
7	Bristol Myers Squibb	46.400
8	GlaxoSmithKline	45.980
9	Sanofi	44.670
10	AstraZeneca	37.420

Tabla 1. 10 primeras empresas por facturación en 2021



Todas estas empresas son responsables con la agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, adoptada por todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas en 2015, establece 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que son un llamado urgente a la acción global. Estos objetivos buscan abordar desafíos globales, incluyendo la pobreza, la desigualdad, el cambio climático, la degradación ambiental, la paz y la justicia. La sostenibilidad, en este marco, implica integrar estrategias que promuevan la salud y la educación, reduzcan las desigualdades y estimulen el crecimiento económico, todo mientras se lucha contra el cambio climático y se preservan los océanos y bosques.

La industria farmacéutica está directamente relacionada con 4 de los 17 objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030. Son los **DS 3, 9, 12, 17**.

ODS 3: Garantizar salud y bienestar para todos.

ODS 9: Fomentar infraestructuras resilientes e innovación sostenible.

ODS 12: Promover consumo y producción sostenibles.

ODS 17: Fortalecer alianzas para el desarrollo sostenible.



Figura 1. Objetivos desarrollo Sostenible

2.2.1 Políticas ambientales

En cuanto a la reducción de las emisiones de carbono:

- Johnson & Johnson: Se ha comprometido a lograr la neutralidad de carbono para 2030 y a mejorar la eficiencia energética en sus operaciones. En su informe 2023, J&J destaca la inversión en tecnologías limpias y la implantación de energías renovables en sus instalaciones mundiales. (Johnson & Johnson, 2023)
- AstraZeneca: Aspira a ser neutra en carbono en sus operaciones para 2025 y en toda su cadena de valor para 2030. En 2023, informaron de una reducción



del 67,6% en las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de Alcance 1 y 2 desde 2015. (Astrazeneca, 2023)

- GSK (GlaxoSmithKline): Ha establecido objetivos para reducir las emisiones de carbono en un 25% para 2030. Han mejorado la eficiencia energética y aumentado el uso de energías renovables en sus instalaciones. (GSK, 2023)
- Pfizer ha hecho inversiones significativas en energía solar y eólica, firmando contratos de compra de energía (PPA) a largo plazo para abastecer sus operaciones con electricidad renovable. (Pfizer, 2022)

La reducción de las emisiones de carbono no sólo responde a las exigencias de la normativa y el mercado, sino que también puede traducirse en un ahorro de costes y una mejora en la eficiencia operativa.

Gestión sostenible de productos y envases:

- Johnson & Johnson se propone reducir el impacto de sus productos tras su uso, enfocándose en su diseño para facilitar la recuperación, reprocesamiento, reciclaje y reutilización. En 2020, la compañía implementó en Alemania una iniciativa destinada a reciclar componentes de instrumental médico desechable, y actualmente recoge productos de alrededor de 190 hospitales en Europa. (Johnson & Johnson, 2022)
- AstraZeneca: Centra sus esfuerzos en la reducción de residuos plásticos y la implantación de envases sostenibles. Ha conseguido que el 97,6% de los materiales de embalaje a base de papel procedan de fuentes sostenibles. (Astrazeneca, 2023)
- Pfizer: Implementa materiales reciclables y trabaja para reducir el uso de plásticos en sus envases. En su informe 2023, Pfizer destaca el uso de envases sostenibles y la reducción de residuos plásticos. (Pfizer, 2023)

La aplicación de prácticas sostenibles de gestión de productos y envases puede reducir costes, minimizar residuos y mejorar la aceptación de los productos en mercados concienciados con el medio ambiente.

2.2.2 Políticas Sociales

Equidad sanitaria:

- Johnson & Johnson: El programa “Our Race to Health Equity” pretende reducir las disparidades sanitarias entre diversas comunidades fomentando un acceso equitativo a los servicios sanitarios. (Johnson & Johnson, 2023)
- GSK: Desarrolla programas para mejorar el acceso a los medicamentos en comunidades desfavorecidas y ha puesto en marcha iniciativas para erradicar las enfermedades tropicales desatendidas. (GSK, 2023)
- AstraZeneca: A través de su programa “Healthy Heart Africa”, trabaja para aumentar el acceso al tratamiento de enfermedades cardiovasculares en África, habiendo realizado más de 47,9 millones de revisiones de la presión arterial desde su lanzamiento. (Astrazeneca, 2023)
- Pfizer: con el programa ‘Un Acuerdo por un Mundo Más Saludable’ se propone ofrecer, de manera no lucrativa, toda la gama de medicamentos y vacunas patentados y no patentados de los cuales Pfizer posee derechos globales. Esta iniciativa está dirigida a 1.2 mil millones de personas que viven en 45 países de ingresos más bajos en todo el mundo. (Pfizer, 2022)

Promover la equidad en salud puede fortalecer las relaciones comunitarias, mejorar la reputación y cumplir con las expectativas de responsabilidad social.

2.2.3 Políticas de gobernanza

Diversidad e inclusión:

- Johnson & Johnson: busca reducir las disparidades en salud y promover la diversidad en todos los niveles, mediante el apoyo a grupos subrepresentados y la creación de un entorno laboral inclusivo. (Johnson & Johnson, 2023).
- AstraZeneca: con el programa “Ambition Zero Carbon” Aunque enfocado en sostenibilidad ambiental, este programa también impulsa la inclusión a través de políticas de contratación diversas, fomentando una cultura laboral inclusiva en todos los niveles. (AstraZeneca, 2023).



- GSK: A través de "Trust in Science", GSK promueve la representación de mujeres y minorías en el liderazgo, asegurando que su equipo refleje la diversidad de sus pacientes y comunidades. (GSK, 2023).
- Pfizer: trabaja para brindar acceso a medicamentos en países de bajos ingresos mediante "An Accord for a Healthier World", reforzando su compromiso con la equidad en salud y promoviendo un ambiente laboral diverso e inclusivo. (Pfizer, 2023).

Fomentar la diversidad y la inclusión no solo mejora el entorno laboral y la innovación, sino que también puede atraer talento diverso y mejorar la satisfacción del empleado.

Ética y transparencia:

- Johnson & Johnson: se rige por "Our Credo", un compromiso que establece altos estándares de responsabilidad y transparencia en cada decisión, poniendo en primer lugar a pacientes, médicos y comunidades. Este enfoque ético asegura que cada operación de Johnson & Johnson se alinee con sus principios de integridad. (Johnson & Johnson, 2023)
- AstraZeneca: promueve una cultura ética sólida mediante su "Code of Ethics", que orienta a sus empleados hacia prácticas responsables y transparentes en todas las etapas de investigación, desarrollo y comercialización de sus productos. De esta forma, AstraZeneca refuerza su compromiso con la ética empresarial. (AstraZeneca, 2023).
- GSK: implementa su "Ethics and Compliance Program" para asegurar la integridad en sus procesos y la transparencia en sus relaciones con proveedores y clientes. Este programa es fundamental para que GSK mantenga prácticas comerciales éticas y de confianza. (GSK, 2023).
- Pfizer fomenta altos estándares éticos y transparencia a nivel global a través de su "Global Policy on Business Conduct". Esta política orienta a los empleados de Pfizer hacia prácticas responsables, asegurando que sus operaciones reflejen sus valores de integridad y responsabilidad. (Pfizer, 2023).



Mantener altos estándares de ética y transparencia puede reducir riesgos legales, mejorar la confianza del consumidor y cumplir con regulaciones.

Innovación y calidad:

- Johnson & Johnson impulsa la innovación a través de su iniciativa "JLABS", un ecosistema de incubación que permite a emprendedores desarrollar soluciones de salud innovadoras. Este compromiso con la calidad y la investigación de vanguardia posiciona a Johnson & Johnson como un líder en innovación sanitaria. (Johnson & Johnson, 2023).
- AstraZeneca: Invierte significativamente en I+D para desarrollar nuevos tratamientos y mejorar los existentes, manteniendo la transparencia en sus procesos de investigación. (Astrazeneca, 2023)
- GSK lidera con su "Innovation Lab", un programa que busca integrar tecnologías avanzadas en sus procesos de desarrollo para garantizar productos de la más alta calidad. La inversión de GSK en investigación y desarrollo fortalece su capacidad para innovar y ofrecer soluciones efectivas y seguras a nivel global. (GSK, 2023).
- Pfizer lleva adelante "Pfizer Ignite", una plataforma que colabora con empresas biotecnológicas para acelerar el desarrollo de medicamentos innovadores. Este esfuerzo de Pfizer por garantizar la calidad y eficacia en sus productos refleja su dedicación a mejorar continuamente la salud de las personas en todo el mundo. (Pfizer, 2023).

La inversión en I+D y la transparencia en los ensayos clínicos son cruciales para mantener la competitividad, garantizar la seguridad de los productos y cumplir las expectativas normativas.

2.3 Críticas a la industria farmacéutica

A pesar de los grandes esfuerzos de las compañías del sector en incluir estas prácticas, son muchas las personas que consideran poco ética la actuación de las grandes farmacéuticas, en los siguientes aspectos:

1. Coste de los medicamentos: el fin de las grandes corporaciones es obtener rentabilidad. A pesar de ello, continuamente se enfrentan a críticas acerca del



precio de los medicamentos. Estas críticas se centran en la percepción de que las empresas priorizan las ganancias sobre la accesibilidad y la equidad.

Así, un artículo del BMJ destaca que los precios de los nuevos tratamientos para enfermedades raras y cáncer han aumentado significativamente, sin mejoras proporcionales en los resultados del tratamiento. Por ejemplo, el fármaco Sovaldi para la hepatitis C se lanzó al mercado a un precio de 84.000 dólares por un tratamiento de 12 semanas, lo que desató la polémica sobre los precios de los medicamentos. (Morgan, 2020)

2. Acceso a medicamentos en países de desarrollo: El acceso desigual a medicamentos en países de bajos y medianos ingresos es otro problema importante. La falta de disponibilidad de medicamentos esenciales y vacunas en estas regiones pone en evidencia las disparidades globales en salud.
3. Transparencia y ética: existe cierta desconfianza acerca del desarrollo de ciertos ensayos clínicos y sus efectos adversos. Morgan destaca cómo las negociaciones confidenciales de precios y la opacidad en los costes de desarrollo de los medicamentos contribuyen a la desconfianza pública en la industria farmacéutica. (Morgan, 2020)
4. Impacto ambiental: La producción y el desecho de productos farmacéuticos pueden dañar el medio ambiente. La gestión inadecuada de desechos farmacéuticos y la contaminación del agua son preocupaciones que van en aumento. (Moreno-Barragán, 2023)
5. Propiedad intelectual y de patentes: Las políticas de propiedad intelectual y patentes pueden limitar el acceso a medicamentos genéricos asequibles. Las extensiones de patentes y las tácticas para retrasar la entrada de genéricos en el mercado son vistas como prácticas anticompetitivas. (Spinelli, 2015)

Comprender los intereses tanto de las empresas farmacéuticas como de sus detractores es fundamental para evaluar exhaustivamente la eficacia y el impacto de las prácticas de RSC en el sector. Mientras que las empresas se centran en mejorar su sostenibilidad, eficiencia y reputación, los críticos insisten en la necesidad de una mayor transparencia,

equidad y responsabilidad ética y medioambiental. Las iniciativas de RSC deben abordar estas preocupaciones para fomentar una industria más responsable y sostenible a largo plazo.

3 La industria farmacéutica antes del Covid-19

3.1 Introducción

El objetivo de este capítulo es describir el estado de la reputación de la industria farmacéutica antes de la pandemia. Este análisis permitirá entender cómo se percibía la industria en términos de confianza pública antes de la crisis sanitaria global.

La pandemia ha tenido un impacto significativo en la percepción pública y en las políticas de las empresas farmacéuticas. Comparar la situación antes y después del Covid-19 nos ayudará a identificar los factores que han influido en la transformación de la industria y en la percepción de sus prácticas y responsabilidades.

3.2 Situación del mercado farmacéutico prepandemia

La industria farmacéutica era un motor crucial de la economía europea, invirtiendo aproximadamente 36.500 millones de euros en investigación y desarrollo (I+D) en 2018, y proporcionando empleo directo a unas 765.000 personas. Además, generaba empleo indirecto en sectores relacionados, lo que amplificaba su impacto económico. Sin embargo, enfrentaba desafíos significativos, como los altos costes de I+D y las políticas de austeridad fiscal impuestas por muchos gobiernos europeos. (EFPIA, 2019)

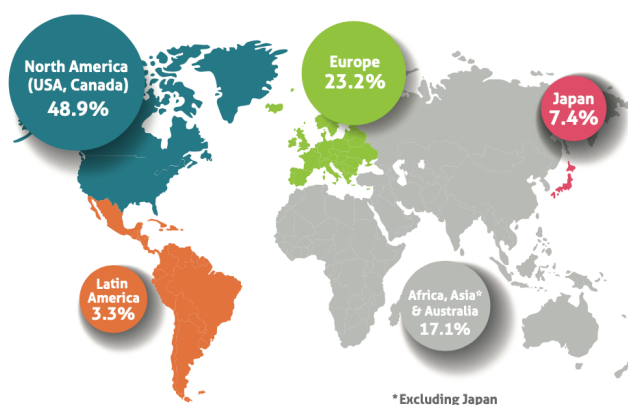


Figura 2. Mercado farmacéutico en % de ventas.

El mercado farmacéutico mundial estaba dominado por América del Norte, que representaba casi la mitad de las ventas globales en 2018. Europa, aunque importante, tenía una cuota menor del mercado global. Las economías emergentes, como Brasil,

China e India, mostraban un crecimiento rápido, atrayendo actividades económicas y de investigación hacia estos mercados en expansión. (EFPIA, 2019).

Las principales compañías futuras desarrolladoras de las vacunas contra el Covid-19, tenían la siguiente capitalización.

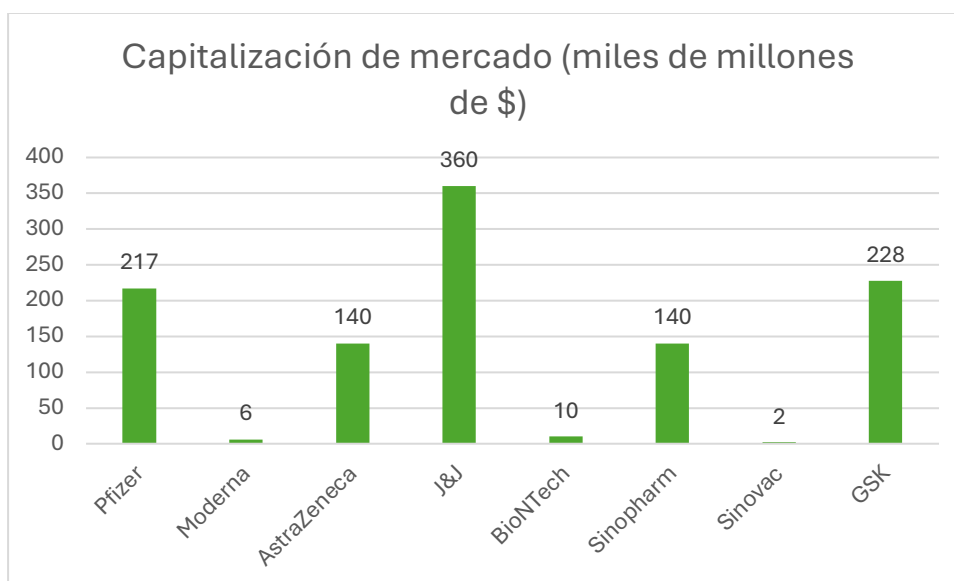


Gráfico 1. Capitalización del mercado en 2019

Como se puede apreciar en el gráfico J&J es la que mayor capitalización tenía en 2019 (360 miles de millones de \$), siguiendo su curso GSK con 228 miles de millones de \$ y Pfizer con 217 miles de millones de \$.

En capítulos posteriores se analizará si esta capitalización se vio influenciada por las vacunas y su gestión del Covid-19. A nivel europeo, en el año 2019 esta era la inversión en la industria farmacéutica:



 INDUSTRY (EFPIA total)		2000	2010	2017	2018
 Production		127,504	199,400	250,868	260,000 (€)
 Exports (1) (2)		90,935	276,357	396,036	410,000 (€)
 Imports		68,841	204,824	294,632	305,000 (€)
 Trade balance		22,094	71,533	101,404	105,000 (€)
 R&D expenditure		17,849	27,920	35,318	36,500 (€)

Tabla 2. Inversión en la industria farmacéutica europea año 2019. (millones de €)

Se puede observar como la industria farmacéutica del año 2000 al año 2019 ha tenido un crecimiento significativo. En el caso de la producción tiene un crecimiento desde el año 2000 de aproximadamente 130.000 millones de €, lo que indica una tasa de crecimiento anual grande y una expansión robusta. (EFPIA, 2019)

En el caso del comercio, las exportaciones experimentaron en 20 años una subida vertiginosa de más de 300.000 millones de € desde el año 2000. Estos datos indican el auge en el que se encontraba el sector farmacéutico europeo en el año 2019. En el siguiente epígrafe, se evaluará la reputación y las críticas recibidas al sector y desarrolladores de las vacunas a pesar del auge vividos en la década del 2010.

3.3 Reputación de las empresas farmacéuticas anterior al Covid-19

3.3.1 Reputación de las empresas farmacéuticas antes del Covid-19 en EE. UU.

En un estudio realizado por Gallup en 2019 sobre la percepción de la población estadounidense acerca de diversos sectores industriales, la industria farmacéutica ocupaba el último lugar en el ranking. Un 58% de los encuestados valoraba negativamente a esta industria, mientras que solo un 27% la valoraba positivamente. En contraste, la industria de la restauración se encontraba en el primer lugar, con un 66% de valoraciones positivas y solo un 8% de valoraciones negativas. (McCarthy, 2019)

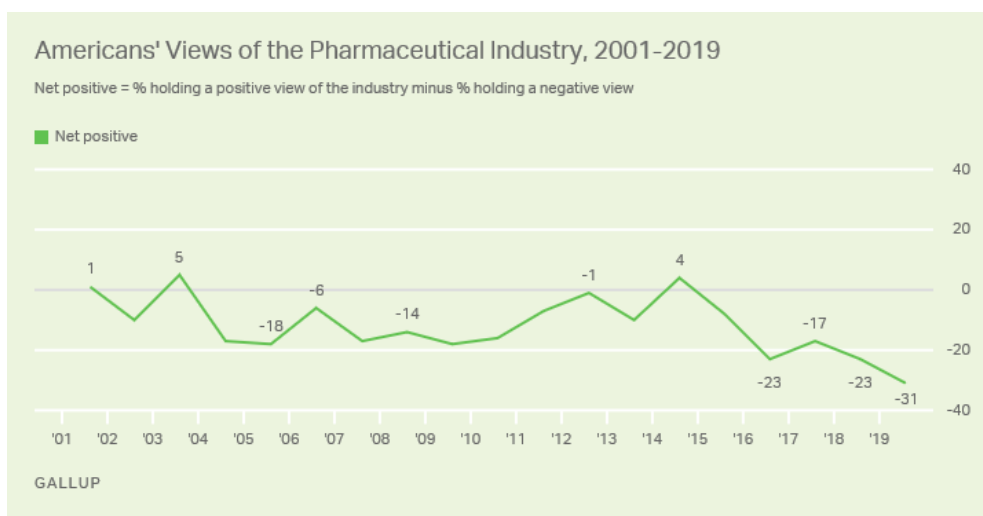


Gráfico 2. Reputación de la industria farmacéutica en EE.UU. 2000-2019.

Cabe destacar en el año 2019, la farmacéutica J&J fue condenada a pagar una multa de 572 millones de USD por la crisis de los opioides, la crisis del caso Vioxx fue en el año 2004 es por ello, que la reputación de la industria en esos años era un poco convulsa en EE. UU. con algunos años de subidas como 2010 o incluso llega a tener más valoraciones positivas que negativas en el año 2015, alcanzando el pico negativo en el año 2019, justo el año anterior al Covid-19.

La industria farmacéutica en comparación con el resto de los sectores industriales ocupaba en 2019 la última posición en cuanto a reputación para la población estadounidense.



	Total positive	Neutral	Total Negative	Net positive
	%	%	%	
Restaurant industry	66	25	8	+58
Computer industry	61	28	11	+50
Grocery industry	58	27	15	+43
Farming and agriculture	58	24	17	+41
Travel industry	52	35	13	+39
Accounting	45	45	9	+36
Automobile industry	53	29	18	+35
Retail industry	50	28	19	+31
Real estate industry	49	31	19	+30
Banking	50	25	25	+25
Electric and gas utilities	47	28	24	+23
Sports industry	45	29	25	+20
Airline industry	42	32	23	+19
Telephone industry	42	32	26	+16
Publishing industry	39	36	24	+15
Internet industry	43	26	30	+13
Movie industry	41	31	28	+13
Education	45	18	35	+10
Television and radio industry	40	27	32	+8
The legal field	35	34	30	+5
Oil and gas industry	39	25	36	+3
Advertising and public relations industry	33	32	34	-1
Healthcare industry	38	14	48	-10
The federal government	25	23	52	-27
Pharmaceutical industry	27	15	58	-31

Figura 3. Ranking de reputación por sectores en EEUU en 2019.

Parte de esta mala reputación se debe a la cobertura de los medios de comunicación. Un estudio realizado en 2020 determinó que la cobertura mediática de las grandes farmacéuticas había sido predominantemente desde un enfoque económico, dejando de lado las perspectivas sociales y de salud pública. Esta falta de atención de los medios hacia la responsabilidad social de la industria contribuyó al aumento de la desconfianza del público en los últimos años (Pampulevski, 2020). Como se mencionó en el capítulo anterior, una de las principales críticas hacia el sector farmacéutico es el precio de los medicamentos, el cual está directamente relacionado con los aspectos económicos del sector. Según este estudio, los principales críticos son los medios de comunicación, los



cuales podrían influenciar en la opinión pública de las personas hacia las grandes farmacéuticas.

3.3.2 Reputación de las empresas farmacéuticas antes del Covid-19 en España

En un estudio realizado por MERCO (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) en España en el año 2019, el ranking de las empresas farmacéuticas mejor valoradas era el siguiente.

Posición	Empresa Farmacéutica	Puntos
1	Novartis	10000
2	Pfizer	8935
3	Janssen	6886
4	Bayer	6780
5	Sanofi	6687
6	Roche	6489
7	GlaxoSmithKline	6417
8	Lilly	6345
9	MSD	6279
10	AstraZeneca	6092

Tabla 3. 10 primeras empresas del Ranking top 100 de MERCO 2019

Entre los desarrolladores de la vacuna contra el Covid-19, según Merco, únicamente Pfizer, Janssen, GSK, AstraZeneca se encontraban en el top 10 de reputación corporativa del sector. En el caso de J&J no aparece en el ranking entre el top 100 de Merco como tal, pero teniendo en cuenta que Janssen pertenece a J&J, se encuentra en la tercera posición. En el caso de Moderna, Sinopharm y Sinovac no aparecen en el top 100.

3.3.3 Reputación a nivel Global

Según un estudio realizado en 2020 por la consultora Caliber Group, la industria farmacéutica ocupa el puesto 12 entre todos los sectores. Este estudio entrevistó a más de 13.000 personas en todo el mundo y reveló puntuaciones de reputación muy diferenciadas por países. En 2019, la industria farmacéutica mundial obtuvo una puntuación de Trust & Like de 67,3. (Caliber Group, 2020)

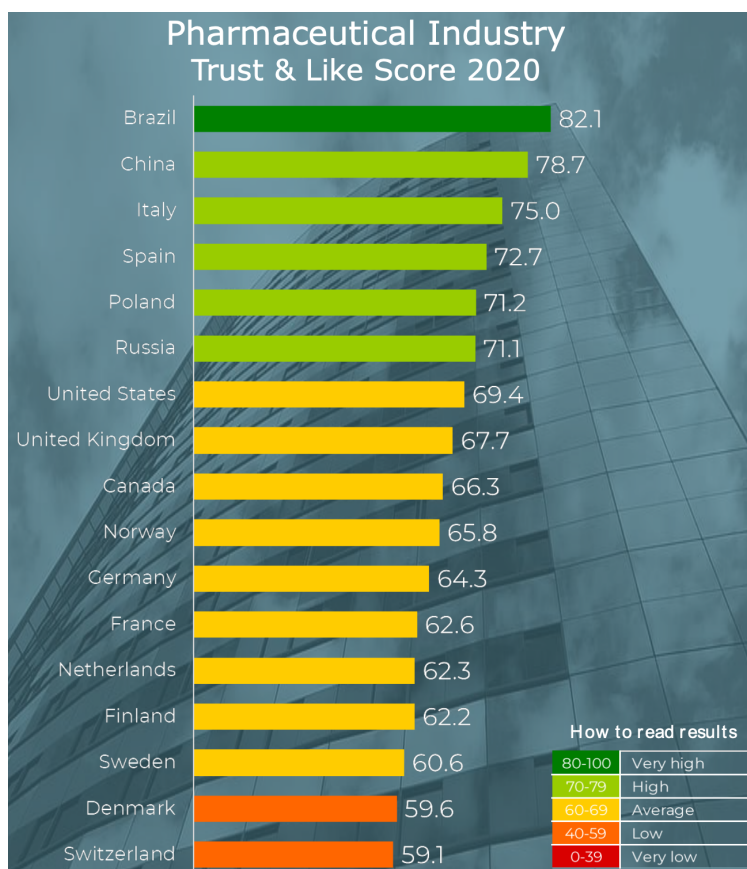


Gráfico 3. Ranking farmacéutico por países

El gráfico 3 muestra una notable variabilidad en la percepción de la industria farmacéutica entre los distintos países. Brasil, por ejemplo, tiene un nivel muy alto de confianza y aprecio (82,1), mientras que países como Dinamarca (59,6) y Suiza (59,1) tienen puntuaciones significativamente más bajas. Esto sugiere que las actitudes hacia la industria farmacéutica son complejas y varían considerablemente según el contexto regional y la cultura. (Caliber Group, 2020)

En el caso específico de Estados Unidos, aunque en 2019 se encontraba en una posición desfavorable a nivel nacional, el gráfico indica que en 2020 ocupa una posición menos negativa en el contexto global con una puntuación de 69,4, lo que lo sitúa por encima de la media mundial. (Caliber Group, 2020)



El acceso sanitario en cada país puede ser un índice de análisis para saber cómo cambia la reputación en función del acceso sanitario a todos los niveles.

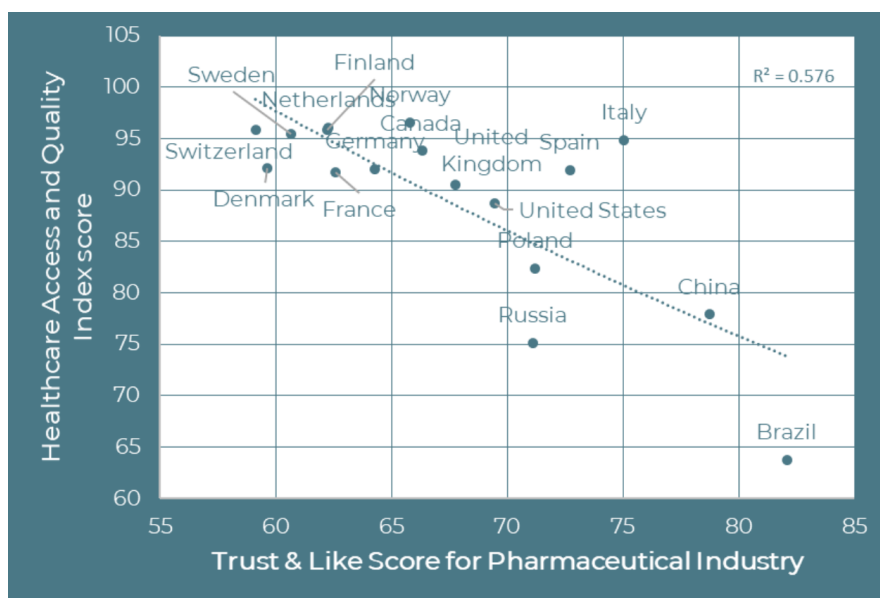


Gráfico 4. Reputación y Acceso.

El gráfico 4 muestra una correlación inversa entre la confianza y la apreciación de la industria farmacéutica y la calidad del sistema sanitario de un país. En muchos casos, los países con sistemas sanitarios de alta calidad tienden a tener menos confianza y aprecio por la industria farmacéutica. En cambio, en los países con sistemas sanitarios menos desarrollados, la confianza en la industria farmacéutica puede ser mayor como es el caso de Brasil. (Caliber Group, 2020)

Además de la calidad del sistema sanitario, hay otros factores que influyen en la percepción pública de la industria farmacéutica. Entre estos factores se encuentran las políticas gubernamentales, la historia de la industria farmacéutica en cada país y la percepción general del público. Además, el acceso a los medicamentos y tratamientos también se considera un punto de interés crucial para los críticos, ya que influye significativamente en la percepción y la confianza en la industria.



Volviendo a las compañías desarrolladoras de la vacuna contra el Covid-19 e incluyendo las del ranking MERCO en 2019, los resultados de Caliber Group en 2020 son los siguientes:

Empresa	Trust & Score
Laboratories Servier (FR)	36,3
Actelion (CH)	59,8
Pfizer (Global)	63,1
GlaxoSmithKline (GSK) (Global)	65,7
AstraZeneca (Global)	66,9
J&J (Johnson & Johnson) (Global)	67,2
Merck & Co (Global)	67,8
Roche (Global)	66,5
Sanofi (Global)	68,8
Eli Lilly (Global)	67,4
Bayer (Global)	64,4
Novartis (Global)	66,1
Janssen (J&J)	67,2
MSD (Global)	67,8
Aché (BR)	83,0

Tabla 4. Ranking Trust & Like Score 2019

Comparando los resultados de Caliber Group y MERCO, existen diferencias en la percepción de las empresas farmacéuticas en los distintos mercados antes de la pandemia de Covid-19:

- Discrepancias regionales: Compañías como Novartis y Janssen (parte de J&J) tienen una sólida reputación en el ranking MERCO en España, mientras que sus puntuaciones en Trust & Like varían a nivel global.



- Reputaciones globales frente a regionales: Compañías como Pfizer, J&J, AstraZeneca y GSK aparecen en ambos estudios, pero con puntuaciones diferentes, lo que muestra cómo las percepciones pueden cambiar dependiendo del contexto regional y de los criterios específicos utilizados.

Las diferencias en las percepciones regionales ponen de relieve la necesidad de mejorar la transparencia y la comunicación global de las empresas farmacéuticas. Deberían explicar mejor sus políticas de precios, estrategias de I+D y esfuerzos de responsabilidad social, y adaptar sus estrategias de comunicación y marketing a las sensibilidades regionales para mejorar las percepciones locales.

En cuanto a las oportunidades de mejora, invertir en iniciativas de responsabilidad social corporativa (RSC) puede mejorar la reputación, especialmente en mercados con percepciones negativas. Los programas para mejorar el acceso a los medicamentos y la colaboración con gobiernos y ONG son esenciales. Además, trabajar con las partes interesadas locales y mundiales puede ayudar a mitigar las percepciones negativas. Las asociaciones para desarrollar soluciones innovadoras de salud pública pueden demostrar el valor social de la industria.

La relación inversa entre la calidad del sistema sanitario y la confianza en la industria farmacéutica, así como las diferencias regionales observadas en los estudios del Grupo Caliber y MERCO de 2019, subrayan la necesidad de abordar la reputación en la industria. La mejora de la transparencia, la responsabilidad social y las colaboraciones estratégicas son fundamentales para mitigar las críticas y reforzar la posición de la industria en diversos mercados mundiales. Aunque la pandemia Covid-19 aún no había tenido impacto en 2019, las percepciones ya se habían visto moldeadas por diferentes factores regionales y de comunicación que las empresas deberían tener en cuenta en sus estrategias de reputación.

4 Impacto del Covid-19 en la industria farmacéutica

4.1 Desarrollo

El Covid-19 ha tenido un impacto sin precedentes en la industria farmacéutica, desencadenando cambios rápidos y significativos en el desarrollo de vacunas y tratamientos. Antes de la pandemia, el ciclo de desarrollo de una vacuna podía durar entre 10 y 15 años (Krammer, 2020) . Sin embargo, la urgencia de la situación llevó a una aceleración sin precedentes de estos procesos, llegándose a desarrollar vacunas en un año y medio.

Las empresas farmacéuticas se vieron obligadas a reevaluar su cadena de producción y centrar el foco en combatir el coronavirus, buscando posibles soluciones a una pandemia que entre enero de 2020 y el 31 de diciembre de 2021 se cobró la vida de aproximadamente 14,9 millones de personas en todo el mundo (WHO, 2022).

Durante la pandemia, la ciudadanía tuvo la oportunidad de acercarse más a las empresas farmacéuticas y conocer cómo se desarrollan las vacunas y las medidas que tuvieron que tomar las empresas para hacer llegar una vacuna viable a todas las partes del mundo. Este acercamiento supuso una mejora de la reputación de estas empresas por sus enormes esfuerzos en materia de I+D a nivel global.

En este capítulo se examinan el impacto y los desafíos que tuvieron las empresas farmacéuticas en el desarrollo y distribución de las vacunas, así como los cambios en las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y los criterios de Gobernanza Ambiental y Social (ESG).



4.2 Empresas productoras de vacunas COVID-19

Durante la pandemia del coronavirus la aceleración del proceso de desarrollo de las vacunas fue enorme. Anteriormente el proceso de desarrollo de una vacuna era el siguiente:

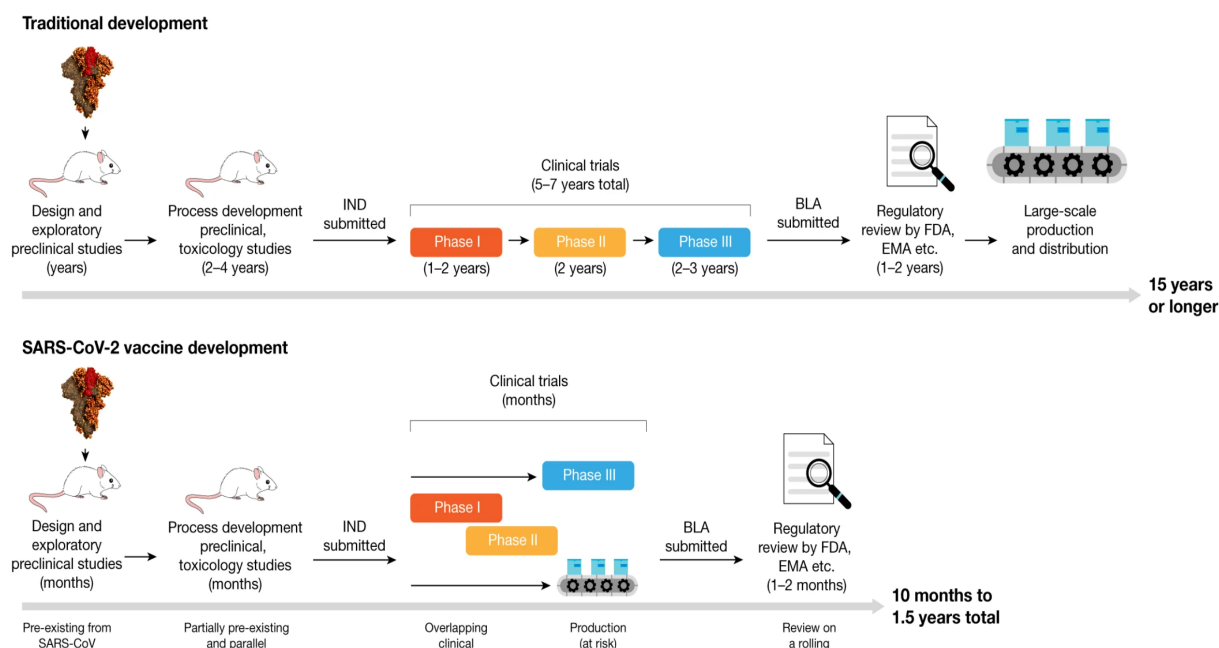


Gráfico 5. Desarrollo de las vacunas anterior y posterior al Covid-19.

Se puede observar, como con anterioridad al coronavirus las fases previas de los estudios clínicos exploratorios requerían años, en época Covid-19 únicamente meses. Las fases I, II, III de los ensayos clínicos durante el Covid-19 se realizaban en paralelo abarcando meses donde en el modelo tradicional era un proceso de años. Durante el coronavirus, a pesar de empezar la producción con riesgos de que el fármaco no fuese aprobado se logró el hito de desarrollar una vacuna viable y eficaz, pero con algunas dudas acerca de su seguridad por su rápida creación.

Así, la primera vacuna contra el Covid-19 aprobada por la FDA fue el 23 de agosto de 2021, un año y medio después aproximadamente de que estallase el coronavirus a nivel global. Esta vacuna fue aprobada de manera condicional por la EMA (European Medicines Agency) el 27 de diciembre de 2020. La vacuna aprobada fue la vacuna de ARNm desarrollada por Pfizer y Bio-N-Tech; tiempo después se aprobaron el resto de las vacunas.



Vacuna	Tipo de vacuna	Dosis	Eficacia	Almacenamiento
Pfizer-BioNTech	ARNm ¹	2 dosis (21 días entre dosis)	95% después de la segunda dosis	Congelación a -70°C
Moderna	ARNm	2 dosis (28 días entre dosis)	94.1% después de la segunda dosis	Congelación a -20°C, refrigeración hasta 30 días
AstraZeneca	Vector viral ²	2 dosis (4-12 semanas entre dosis)	70.4% después de la segunda dosis	Refrigeración normal 2-8°C
Johnson & Johnson	Vector viral	1 dosis	66% después de la primera dosis	Refrigeración normal 2-8°C
Novavax	Subunidad proteica ³	2 dosis (21 días entre dosis)	89.7% después de la segunda dosis	Refrigeración normal 2-8°C
Sinopharm	Inactivada	2 dosis (21-28 días entre dosis)	79% después de la segunda dosis	Refrigeración normal 2-8°C
Sputnik V	Vector viral	2 dosis (21 días entre dosis)	91.6% después de la segunda dosis	Refrigeración normal 2-8°C

Tabla 5. Tipos de vacunas.

Poniendo estos datos en contexto, en la UE el 73% de la vacunación contra el Covid-19 han sido administradas con la vacuna de Pfizer/BioNTech, el 17,15% con la vacuna de

¹ ARNm: El ARNm de la vacuna COVID-19 indica a nuestras células que fabriquen proteínas inocuas como las del virus. Las vacunas Pfizer y Moderna funcionan de esta manera.

² Vector Viral: Utilizan otro virus que se ha hecho seguro para suministrar material que indica a nuestras células que fabriquen proteínas inocuas exclusivas del virus COVID-19.

³ Subunidad Proteica: Las vacunas de subunidades proteicas, como la vacuna Novavax, contienen trozos inofensivos de proteínas exclusivas del virus COVID-19.



Moderna, el 7,33% con la vacuna de AstraZeneca, el 2,04% con la vacuna de Johnson & Johnson, y el restante se divide entre otros fabricantes. (Our World in Data, s.f.).

Estas vacunas fueron financiadas por tres partes: gobierno, privada y organizaciones sin ánimo de lucro.

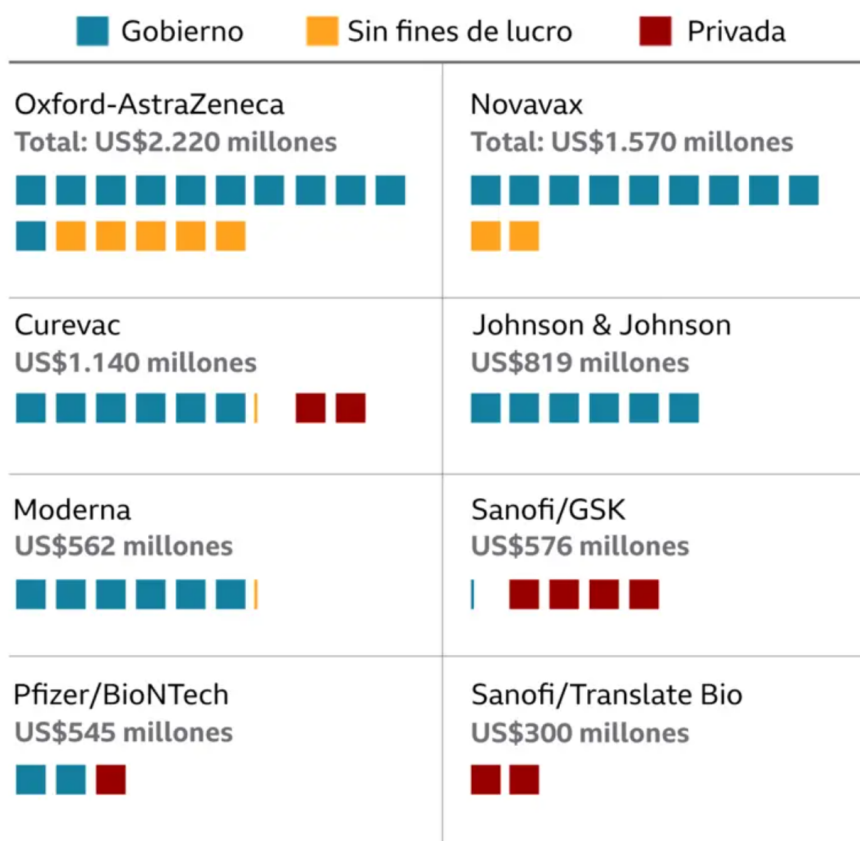


Gráfico 6. Financiación de las vacunas.

Los gobiernos aportaron un total de 8.600 millones de USD, 1.900 millones de USD los aportaron las organizaciones sin fines de lucro y 3.400 millones de USD provinieron de inversiones propias de las empresas, muchas de las cuales dependieron en gran medida de financiación externa. (Hooker, 2020).

Estas empresas se enfrentaron a numerosos desafíos de distribución, logística, organización y desarrollo, para poder vacunar a la población global en tiempo récord.



4.3 Desafíos en el desarrollo y distribución de las vacunas por empresas y su impacto en la percepción del sector

El desarrollo y distribución de vacunas contra el coronavirus planteó desafíos importantes para la industria farmacéutica, afectando la logística y la percepción pública de la industria. A continuación, se destacan los principales desafíos del período y su impacto.

El mayor desafío de todos fue desarrollar la vacuna en tiempo récord, esto en parte fue posible gracias al uso de las nuevas tecnologías como ARNm que permitió lograr la inmunización de la población en tiempo récord. Aun así, existieron otros desafíos no menos importantes:

1. Desafíos Logísticos

Control de la cadena de frío: El transporte y almacenamiento de vacunas requirieron un estricto control de la temperatura para evitar interrumpir la cadena de frío. Dependiendo del tipo de vacuna, requirió condiciones específicas, como el uso de nitrógeno líquido, hielo seco o refrigeración, en el caso de Pfizer y Moderna las temperaturas de transporte y almacenamiento son de -20 y -70 °C.

Para asegurar la integridad de la vacuna durante el transporte, se instalaron indicadores de tiempo y temperatura en los contenedores, lo que permitió a los profesionales de la salud verificar que las vacunas se mantuvieran en óptimas condiciones (Navarro, 2021)

Dependencia Geográfica: La dependencia geográfica es el segundo factor. La pandemia llamó la atención sobre la dependencia mundial de los principales fabricantes (para producir ingredientes farmacéuticos activos (API). “Hasta 1995, EE. UU., Japón y Europa eran responsables de la producción del 90% de ingredientes farmacéuticos activos; en 2020 el 80% estaban en China e India” (Heras, 2020).

Esto señaló la necesidad crucial de distribuir la producción en varias ubicaciones geográficas para evitar interrupciones en la cadena de suministro en el futuro.



Logística de Reacción Rápida: El crecimiento de la demanda de productos sanitarios llevó a las empresas a mejorar su logística, que debería ser preventiva, basada en las necesidades, garantizar el flujo de materiales de un punto a otro y la continuidad de las operaciones de la cadena de suministro.

2. Desafíos Sostenibles

Sostenibilidad: La distribución masiva de vacunas también presentó desafíos en términos de sostenibilidad. La industria farmacéutica trabajó en el desarrollo de soluciones de embalaje sostenibles, utilizando materiales reciclables y compostables. Además, se promovió el ecodiseño de envases para minimizar el impacto ambiental durante la distribución de las vacunas (Navarro, 2021)

3. Desafíos de Seguridad

Tecnologías de Trazabilidad: Para mejorar la seguridad y eficiencia en la distribución de las vacunas, se integraron tecnologías como blockchain y etiquetas RFID en el embalaje farmacéutico. Estas herramientas permitieron un seguimiento exhaustivo de las vacunas desde su producción hasta su administración, ayudando a detectar y corregir cualquier irregularidad en la cadena de suministro (Navarro, 2021).

Seguridad de los Medicamentos: La falsificación de medicamentos fue un problema creciente durante la pandemia. Para combatir esto, se implementaron medidas como la serialización de estuches y la inclusión de etiquetas de seguridad y medidas antifalsificación, como tintas invisibles y hologramas. Además, la ejecución de ensayos clínicos seguros y responsables fue fundamental para desarrollar tratamientos efectivos, asegurando la protección de los participantes mediante seguros de responsabilidad civil. (Solanes, 2020)

La industria también advirtió que la liberación de patentes para acelerar la fabricación y distribución de las vacunas no era la solución adecuada para el acceso equitativo, ya que podría aumentar el riesgo de falsificaciones y interrupciones en la cadena de suministro. (Farma Industria, 2021)



4. Desafíos de innovación

Digitalización: La pandemia aceleró la digitalización en la cadena de suministro farmacéutica. Tecnologías como Big Data, Inteligencia Artificial y el Internet de las Cosas (IoT) se utilizaron para mejorar la previsión de demanda, la producción y la distribución, incrementando la eficiencia y competitividad del sector. (Solanes, 2020)

5. Desafíos Políticos

Riesgo Reputacional: La urgencia de encontrar tratamientos efectivos aumentó el riesgo reputacional para las empresas farmacéuticas. Las declaraciones públicas sobre el desarrollo de medicamentos fueron seguidas de cerca por los mercados financieros, y cualquier incumplimiento de las expectativas podía resultar en reclamaciones de accionistas descontentos. (Solanes, 2020)

Distribución Equitativa de Vacunas: La distribución equitativa de vacunas fue un desafío político importante. La iniciativa COVAX, liderada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), tenía como objetivo garantizar un acceso equitativo a las vacunas para todos los países, independientemente de sus capacidades financieras. Sin embargo, las empresas farmacéuticas enfrentaron presiones políticas para priorizar los acuerdos bilaterales con los países ricos, lo que complicó los esfuerzos por lograr una distribución equitativa. (Farma Industria, 2021)

Precios y Ganancias de las Vacunas: La fijación de precios de las vacunas fue un desafío político importante. Aunque algunas empresas, como Johnson & Johnson y AstraZeneca, se comprometieron a vender las vacunas a precio de costo durante la pandemia, otras, como Moderna, fijaron precios más altos para obtener beneficios. (Hooker, 2020)

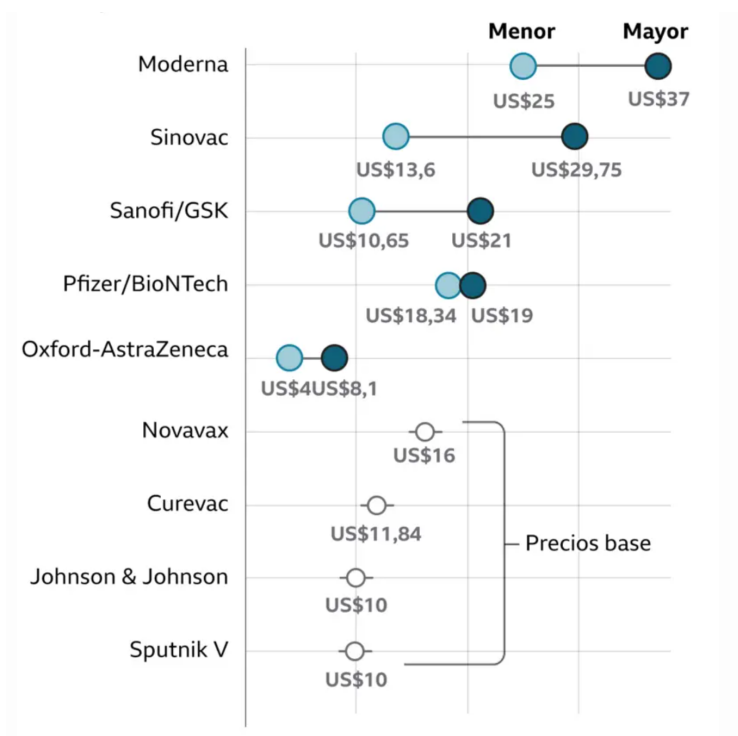


Gráfico 7. Precio por dosis de las vacunas.

En general, los precios de las vacunas son variables, con las vacunas Moderna y Sinovac en los rangos de precios más altos y la vacuna Oxford-AstraZeneca en los rangos de precios más bajos. Otras vacunas tienen un precio medio, con precios base similares de entre 10 y 16 dólares. (Hooker, 2020)

Los analistas predijeron que empresas como Moderna y Pfizer-BioNTech podrían ganar miles de millones de dólares, pero también enfrentaron críticas por los altos precios, especialmente después de recibir financiación pública significativa.

La promesa de precios bajos por parte de AstraZeneca se limitó a la duración de la pandemia, con la posibilidad de aumentos de precios posteriormente, dependiendo de la trayectoria de la enfermedad. Cabe destacar, que estos precios de las vacunas están limitados a acuerdos realizados por las propias compañías, dependiendo del nivel económico de los países. (Hooker, 2020)

Nacionalismo de las Vacunas: El nacionalismo de las vacunas surgió como un desafío político importante, con varios países priorizando el acceso a las vacunas para sus propias poblaciones antes de permitir la exportación a otros países. Esta postura generó tensiones políticas y críticas, ya que obstaculizó los esfuerzos globales para controlar la pandemia de manera equitativa.

La tendencia de las naciones más ricas a acumular dosis excesivas de vacunas (como resultado del nacionalismo vacunal) privó a muchos países más pobres del acceso a vacunas adecuadas (Heras, 2020). Esto no solo fue poco ético, sino que pudo ser aún más perjudicial para la población humana mundial al permitir que el virus siguiera propagándose y evolucionando en regiones no inmunizadas. Programas como COVAX contrarrestaron en cierta medida, estas iniciativas nacionalistas.

Los desafíos en el desarrollo y distribución de vacunas obligaron a las empresas farmacéuticas a innovar y adaptarse rápidamente. Mejoraron la logística, diversificaron la producción, adoptaron prácticas sostenibles y aseguraron la autenticidad y trazabilidad de los productos. Estas acciones fueron esenciales para enfrentar la pandemia y también influyeron significativamente en la percepción del sector, destacando su capacidad para gestionar crisis y su compromiso con la seguridad y sostenibilidad.

La cooperación internacional y el enfoque en la equidad y sostenibilidad serán cruciales para enfrentar futuras pandemias y garantizar una respuesta efectiva y justa.



4.4 Cambio de opinión en cuanto a la vacunación durante el Covid-19

La pandemia planteó desafíos sin precedentes a los sistemas de salud mundiales, no sólo por la necesidad de desarrollar y distribuir rápidamente vacunas eficaces, sino también por la tarea crítica de garantizar que toda población acepte y utilice estas vacunas, lo que es evidentemente necesario para el control de una epidemia.

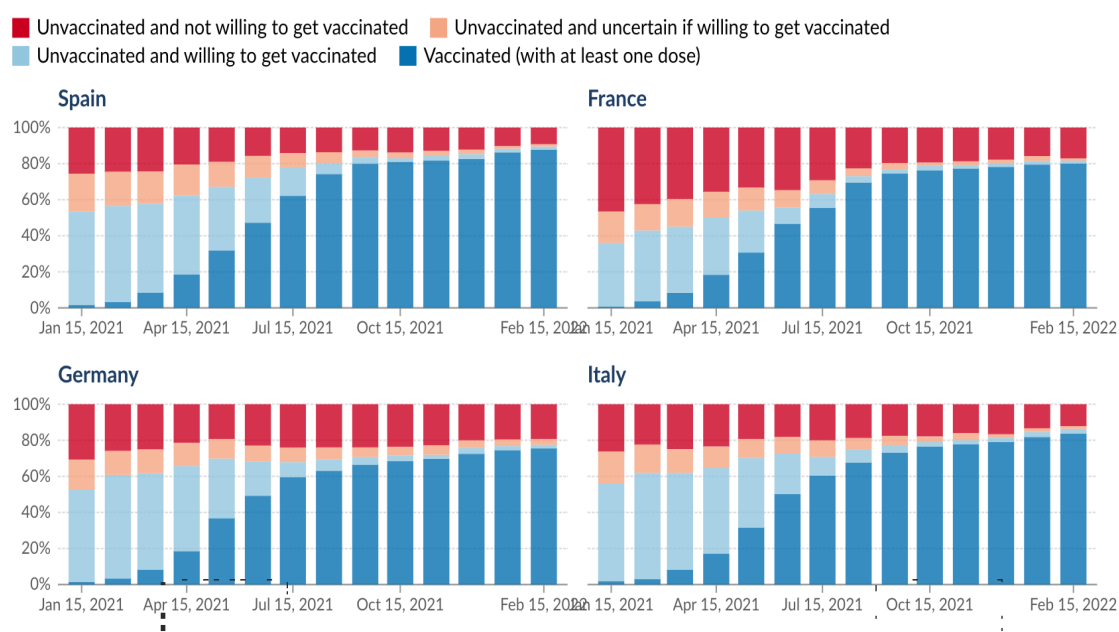


Gráfico 8. Actitud frente a la vacunación en Europa.

El gráfico 8 ilustra la progresión de la disposición a vacunarse y las tasas de vacunación en numerosos países entre enero de 2021 y febrero de 2022. Hay algunas tendencias notables que se pueden observar a partir de los datos:

España e Italia: Un aumento notable con el tiempo en el número de personas vacunadas. Se observó una reducción notable en el porcentaje de individuos no vacunados dispuestos a vacunarse.

Francia y Alemania: Mantuvieron un nivel relativamente alto de escepticismo sobre las vacunas. Una parte importante de la población seguía sin vacunarse y no estaba dispuesta a vacunarse.

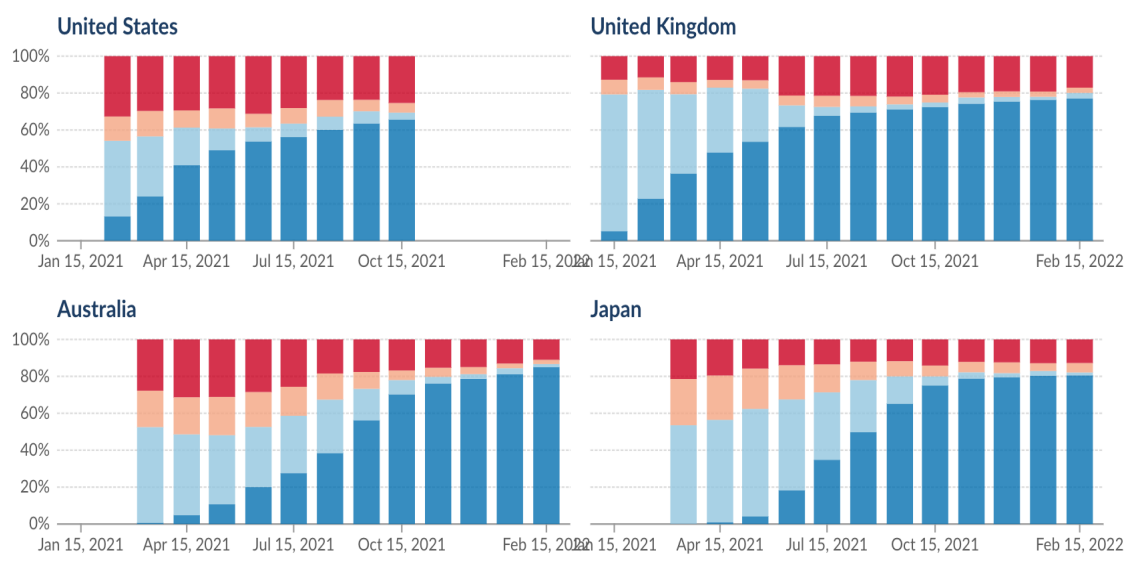


Gráfico 9. Actitud frente a la vacunación en el resto del mundo.

Reino Unido y EE. UU.: Aunque hubo altas tasas de vacunación, persistió una alta resistencia a las vacunas.

Australia y Japón: Experimentaron una mejora significativa en las tasas de vacunación, aunque inicialmente hubo gran incertidumbre y reticencia.

Estos datos reflejan que a medida que avanzaba la confianza en la vacuna proporcionada por las empresas farmacéuticas, más eran las personas que se mostraban dispuestas a vacunarse. A pesar de existir países como Reino Unido y EE. UU. que se mostraban reticentes a medida que pasaba el tiempo, la gran mayoría de los países vio aumentada la disposición de su población a vacunarse. Esto puede ser debido a los siguientes factores:

- **Confianza en las políticas gubernamentales:** las políticas gubernamentales del coronavirus acercaron a la población la idea de la vacunación contra el Covid-19. Reencontrar el equilibrio económico y social era un requisito fundamental para los distintos países entre 2021 y 2022, esto solo era posible encontrando la inmunidad de rebaño (vacunando a más del 60% de la población).
- **Seguridad en la vacunación:** tras la aprobación de las vacunas por parte de la FDA y la EMA, la percepción de la población cambió. La aprobación por estas



autoridades dio mayor confianza a las personas en la seguridad y eficacia de las vacunas.

- Eficacia manifestada en la vida real: a medida que se observaron resultados significativos entre las personas vacunadas en términos de disminución de casos graves, ingresos hospitalarios y muertes, creció la confianza en la vacunación. Las personas pudieron ver que las vacunas eran efectivas y esto aumentó su disposición para recibir la vacuna.
- Campañas de información y concientización: una gran cantidad de gobiernos, organizaciones de salud y canales de medios participaron en elaboradas campañas de información y concientización sobre la importancia de la vacunación. Estos esfuerzos desempeñaron un papel crucial a la hora de impartir conocimientos a las masas sobre los aspectos positivos de las vacunas.

Estos factores fueron clave para aumentar la disposición de la población a vacunarse, como se observa en la mejora de las tasas de vacunación a lo largo del tiempo en varios países. El Covid-19 influyó en la percepción del público, pero también impulsó nuevas medidas dentro de las empresas farmacéuticas.

4.5 Cambios en las políticas RSC de las empresas farmacéuticas

En el período de la pandemia, las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Ambiental, Social y de Gobernanza (ESG) de AstraZeneca, Pfizer, Johnson & Johnson y GSK cambiaron significativamente. Estos cambios se basaron en ajustes en respuesta a los desafíos planteados por la emergencia sanitaria global, sin abandonar el compromiso con la sostenibilidad y el cuidado del bienestar de la sociedad. Aquí se analiza más de cerca cómo cada empresa tuvo que adaptar sus políticas ante esta exigencia:

4.5.1 AstraZeneca

AstraZeneca al igual que Pfizer, J&J y GSK tuvo que cambiar sus políticas para adecuarlas a la crisis sanitaria.

Justicia sanitaria para todos: AstraZeneca hizo mucho énfasis en la equidad en la salud y particularmente en la entrega de su vacuna contra el coronavirus. En 2022, proporcionaron alrededor de dos tercios de sus vacunas a países de ingresos bajos y medios a través de COVAX, lo que fue una clara demostración de su compromiso con la



justicia sanitaria mundial. Esto no solo contribuyó a luchar contra la pandemia, sino que también ayudó a AstraZeneca a fortalecer su posición como líder responsable dentro del sector farmacéutico. (Astrazeneca, 2021)

Innovación y colaboración: la aceleración de la innovación y la colaboración fue resultado de la pandemia. AstraZeneca se concentró en la innovación para llevar al mercado medicamentos que transformaban vidas y se unió a los gobiernos locales, el mundo académico y los organismos internacionales para abordar los desafíos de salud global a través de sus esfuerzos por encontrar una solución sostenible. Este enfoque jugó un papel importante para garantizar que pudieran desarrollar rápidamente su vacuna contra el Covid-19 y distribuirla ampliamente. (Astrazeneca, 2021)

AstraZeneca presentó la iniciativa "Accelerating Change Together (ACT) on Health Equity" en los Estados Unidos: una inversión de cinco años introducida para reconocer y financiar innovaciones que abordaban la equidad en salud. El programa abordaba las disparidades de salud que afectaban de manera desproporcionada a las poblaciones históricamente excluidas y desfavorecidas, lo que subrayaba la intención de la empresa con encontrar la equidad sanitaria. (Astrazeneca, 2021)

Protección de los empleados: AstraZeneca implementó campañas para reforzar el ambiente de trabajo y lanzó un programa interno de pruebas de PCR. Esto se hizo con el objetivo de proteger a sus empleados y garantizar que el ambiente de trabajo fuese seguro y saludable.

4.5.2 Pfizer

El primer bono de sostenibilidad de la industria biofarmacéutica fue emitido por Pfizer en marzo de 2020 y pudieron recaudar 1.250 millones de dólares a través de él. Los proyectos apoyados por este fondo implicaban el desarrollo de nuevas instalaciones de diseño ambientalmente eficiente y el aumento de la accesibilidad de medicamentos y vacunas, lo que representaba su capacidad de respuesta a las necesidades emergentes.



Acceso y precios equitativos: en respuesta a la necesidad de medicamentos asequibles, Pfizer puso énfasis en garantizar un acceso equitativo. Esto fue visto como un medio para proteger a las personas de enfermedades infecciosas, y la política ganó aún más importancia durante la pandemia cuando Pfizer se hizo cargo de encabezar los esfuerzos para desarrollar y suministrar la vacuna del coronavirus más el tratamiento oral (Paxlovid), ambos aprobados con carácter de emergencia por la FDA. Su enfoque se centró en hacer que estos productos innovadores estuvieran al alcance de los más vulnerables. (Pfizer, 2022)

En el ámbito de la diversidad, la equidad y la inclusión: Pfizer logró avances significativos en las áreas de diversidad, equidad e inclusión, no solo dentro de su compañía sino también dentro de las comunidades a las que servía. Al reconocer que la pandemia amplió las disparidades existentes, la empresa elevó sus esfuerzos para fomentar la inclusión. (Pfizer, 2022)

La respuesta de Pfizer al Covid-19 fue más allá de la simple creación de una vacuna. Se implicaron en la rápida creación de la vacuna y su posterior implementación, desarrollaron políticas internas que garantizaran la seguridad de sus empleados, así como la continuidad de su negocio.

4.5.3 Johnson y Johnson

Gestión del capital humano: Johnson & Johnson colocó a su fuerza laboral en el centro de sus estrategias a través de su programa Our Credo y sus Employee Resource Groups (ERG), que buscan fomentar un ambiente inclusivo y de pertenencia. Además, la empresa lanzó el Global Learning Day y la plataforma de aprendizaje impulsada por IA para fortalecer el desarrollo de talento y mejorar las oportunidades de capacitación. Estas iniciativas se enfocan en la diversidad, equidad e inclusión, alineándose con su compromiso de promover un entorno laboral inclusivo (Johnson & Johnson, 2023)

Salud y seguridad de los empleados: Johnson & Johnson implementó estrictas medidas de seguridad bajo su estrategia Health for Humanity, incluyendo protocolos de salud y estándares para un lugar de trabajo seguro. Estas medidas abarcaron el suministro de

Equipos de Protección Personal (EPP) y programas de salud mental para garantizar el bienestar integral de los empleados. (Johnson & Johnson, 2023)

Acceso a las vacunas: J&J aplicó la política de Race to Health Equity para abordar las disparidades de salud, no solo con la vacunación de su fuerza laboral, sino también apoyando comunidades vulnerables. La iniciativa de vacunación obligatoria incluyó exenciones para casos médicos o religiosos, demostrando flexibilidad en sus políticas de acceso a la salud. (Johnson & Johnson, 2023)

4.5.4 GlaxoSmithKline

Acceso a vacunas y medicamentos: GSK reforzó su compromiso con el acceso equitativo, alcanzando a 89 millones de personas en países de ingresos bajos y medios a través de colaboraciones con COVAX y otros organismos para precios accesibles en vacunas como Mosquirix. (GSK, 2023)

Innovación y colaboración: En colaboración con otros actores del sector, GSK trabajó para acelerar el desarrollo de vacunas contra el Covid-19, así como contra otras enfermedades infecciosas. Esto incluyó asociaciones clave como la de Sanofi para compartir recursos y tecnología. Además, GSK impulsó su investigación en malaria y tuberculosis, avanzando en la fase III de ensayos para su candidato a vacuna contra la tuberculosis, M72/AS01E. Además, crearon la primera vacuna contra el VRS (Virus Respiratorio Sincitial), todas estas colaboraciones subrayaron su compromiso con el desarrollo de soluciones de salud accesibles y sostenibles. (GSK, 2023)

Sostenibilidad ambiental: GSK trabajó en reducir su impacto ambiental con una reducción del 10% en sus emisiones de carbono en 2023, además de compromisos de abastecimiento sostenible y metas a largo plazo para emisiones netas cero.

Protección de empleados: Implementaron medidas de seguridad para empleados, como pruebas de Covid-19 y opciones de trabajo flexible, junto con programas de apoyo emocional, reconociendo el impacto de la pandemia en la salud mental. (GSK, 2023)



Diversidad e inclusión: GSK promovió la diversidad en su fuerza laboral, alcanzando un 45% de mujeres en cargos de liderazgo y aumentando la diversidad étnica, demostrando un compromiso con la inclusión dentro y fuera de la empresa. (GSK, 2023)

La pandemia de Covid-19 impulsó a AstraZeneca, Pfizer, Johnson & Johnson y GSK a ajustar sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Ambiental, Social y de Gobernanza (ESG), en línea con sus compromisos declarados. Estas empresas implementaron iniciativas orientadas a mejorar el acceso a servicios de salud y a proteger a sus empleados, además de fomentar la innovación en el desarrollo de soluciones frente a la pandemia. Estos cambios forman parte de su estrategia para fortalecer sus vínculos con la sociedad y abordar los desafíos globales de salud

5 La industria farmacéutica post Covid-19

5.1 Introducción

La pandemia ha tenido un impacto profundo y duradero en numerosos aspectos de la sociedad, incluida la percepción pública del sector farmacéutico. Durante la crisis sanitaria, la industria farmacéutica jugó un papel crucial en el rápido desarrollo y distribución de vacunas, cambiando significativamente su reputación. Este capítulo se centra en analizar cómo ha evolucionado la reputación de las empresas farmacéuticas en la era post-Covid-19.

Para ello, se examinan los métodos de medición de la reputación de las empresas, se presentan resultados de estudios de percepción y se compara la reputación de las empresas farmacéuticas antes y después de la pandemia. Este análisis proporciona una comprensión integral de los desafíos y oportunidades que enfrenta el sector farmacéutico en su lucha por mantener y mejorar su imagen pública tras una de las mayores crisis sanitarias de la historia reciente.

Además de la reputación, este capítulo también examina el impacto de la pandemia en el mercado farmacéutico mundial. La pandemia ha redefinido la dinámica del mercado, cambiando tanto la demanda como la oferta de productos farmacéuticos y destacando la importancia de la innovación y la resiliencia en la cadena de suministro. Se analizan las tendencias del mercado posteriores al Covid-19, incluidos los cambios en las inversiones en investigación y desarrollo (I+D), las fluctuaciones en la producción y distribución de medicamentos y el papel de las nuevas tecnologías en la transformación del sector.

El objetivo de este apartado es proporcionar una visión detallada de la percepción de la industria y la dinámica de la reputación, así como un análisis del mercado global e individual para las empresas desarrolladoras de la vacuna. Este enfoque ayuda a diseñar estrategias efectivas para el futuro, tanto en términos de gestión de la reputación como de adaptación a las nuevas realidades.



5.2 Situación del mercado postpandemia

La inversión en I+D en 2018 era de €36.500 millones, 4 años después gracias a la pandemia la inversión se elevó hasta la cifra de €44.500 millones. La pandemia trajo consigo una gran inversión en I+D, impulsada por las necesidades de encontrar una vacuna contra el Covid-19. (EFPIA, 2023)

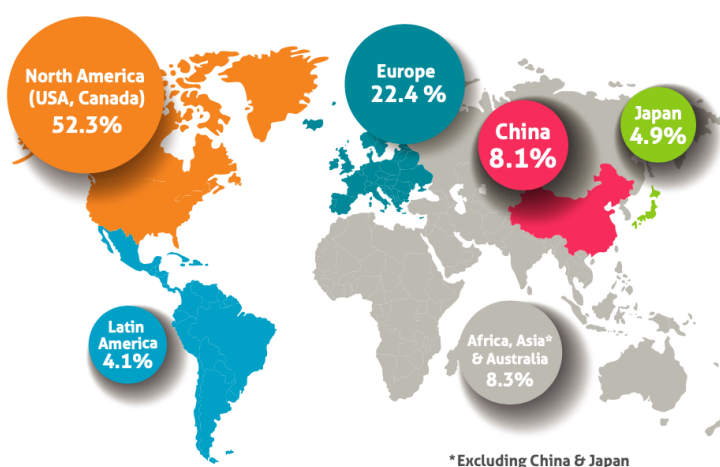


Figura 4. Mercado Farmacéutico en % de ventas 2023.

De 2019 a 2023, la cuota de mercado de América del Norte experimentó un aumento notable, pasando del 48,9% al 52,3%. (EFPIA, 2023) Este crecimiento del 3,4% se puede atribuir a varios factores, como la mayor demanda de productos farmacéuticos resultante de la pandemia, las mayores inversiones en investigación y desarrollo y la implementación de políticas de salud pública que promuevan el uso de medicamentos.

El porcentaje de China no se especificó en 2019, pero representó el 8,1% del mercado farmacéutico mundial en 2023. Este crecimiento es una clara indicación de los rápidos avances de China en la industria, impulsado por su gran capacidad de producción, por una mayor inversión en biotecnología y la capacidad para ampliar su mercado sanitario nacional.



Europa y Japón han seguido caminos distintos. El primero ha experimentado una caída marginal: disminuyendo del 23,2% al 22,4%. Una indicación de estabilidad, aunque escasa, también refleja una posición firme, pero con un ligero desvío en el control del mercado. Japón presenta un panorama contrastante, ya que sufre una reducción sustancial del 7,4% al 4,9%. Esta desaceleración podría deberse a una mayor competencia internacional. Por el contrario, el resto del mundo ha visto su participación caer significativamente del 17,1% al 8,3%. (EFPIA, 2023)

En términos globales comerciales, en el año 2022 la producción aumentó en €89.132 millones en comparación con las cifras de 2017. Las exportaciones ascendieron en €273.964 millones, un indicador de que la esfera farmacéutica europea aumentó el suministro de medicamentos durante la crisis sanitaria. (EFPIA, 2023)

	INDUSTRY (EFPIA total)	2000	2010	2020	2021	2022
	Production	127,504	199,730	290,309	323,950	340,000 (e)
	Exports (1) (2)	90,935	276,357	509,828	567,009	670,000 (e)
	Imports	68,841	204,824	347,124	395,250	455,000 (e)
	Trade balance	22,094	71,533	162,704	171,759	215,000 (e)

Tabla 6. Inversión industria farmacéutica europea 2023 (valores en millones de €)

La balanza comercial en 2022 mejoró en €113.596 millones respecto a 2017 (EFPIA, 2023), lo que significa que el valor de las exportaciones fue mucho mayor que el de las importaciones, mostrando un escenario prometedor para el comercio exterior en el sector farmacéutico.

Todos estos cambios positivos en la producción y comercio del sector son un indicador de que la industria pudo adaptarse y crecer durante la pandemia de Covid-19.



Estos cambios en el porcentaje de ventas e inversión entre el año 2019 y el año 2023 han producido cambios en la capitalización de las principales empresas productoras de la vacuna contra el Covid-19.

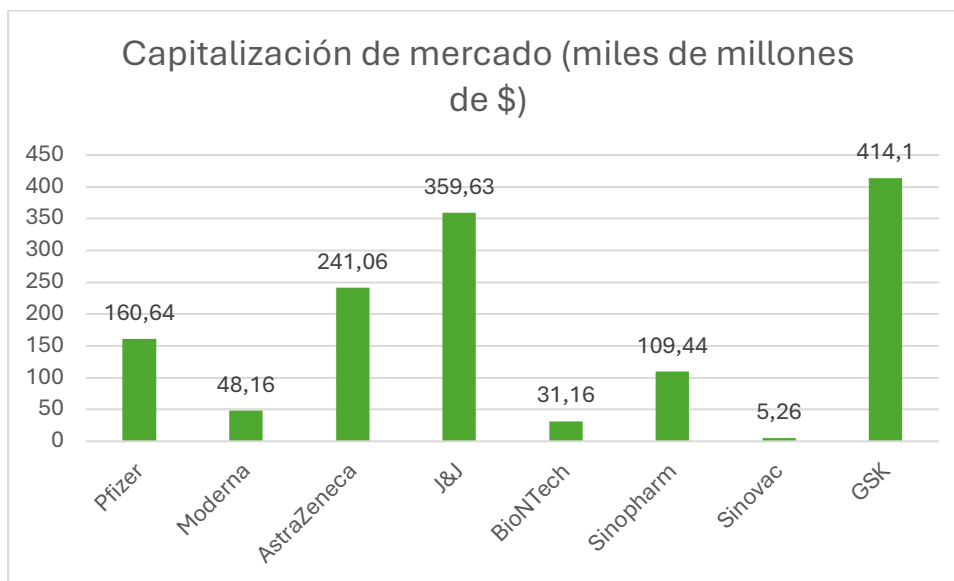


Gráfico 10. Capitalización del mercado en 2024.

La capitalización de Pfizer y BioNTech combinadas fue de \$227.000 millones en 2019, pero se redujo a \$191.800 millones en 2023 (CompaniesMarketCap, s.f). La asociación entre las dos empresas condujo al desarrollo de una de las primeras vacunas de ARNm aprobadas y ampliamente distribuidas, pero redujo drásticamente su valor de mercado conjunto en \$35.200 millones. Esta reducción podría deberse a la normalización después de un aumento inicial de la demanda de vacunas y las presiones competitivas en la industria que siguieron a la producción exitosa.

En un lapso de cuatro años, Moderna creció exponencialmente desde \$6.000 millones hasta alcanzar la asombrosa cifra de \$48.160 millones en 2023, una mejora sustancial debido al éxito de su vacuna de ARNm. El crecimiento en sí, que ascendió a \$42.160 millones, era indicativo de hasta qué punto la pandemia había influido en el valor de su cuota de mercado. (CompaniesMarketCap, s.f)

El crecimiento más destacado lo obtuvo GSK con un aumento de 186 miles de millones de \$, a pesar de no realizar una vacuna contra el Covid-19 de distribución masiva su colaboración con Sanofi y la realización de la primera de las vacunas de otras enfermedades infecciosas como el VRS (virus respiratorio sincital) le han llevado a obtener la mayor capitalización de mercado de las empresas estudiadas en este trabajo. (GSK, 2023)

Otro crecimiento notable lo observó AstraZeneca, cuya capitalización de mercado aumentó a \$241.060 millones en 2023 desde \$140.000 millones en 2019. (CompaniesMarketCap, s.f) La diferencia de \$101.060 millones se debió gran parte a su vacuna y a la ampliación continua de la cartera de productos farmacéuticos.

La estabilidad de Johnson & Johnson es interesante, ya que ha mantenido su capitalización de mercado en un nivel constante de \$360 mil millones en 2019, que solo ha disminuido ligeramente en \$0,37 mil millones hasta \$359,63 mil millones en 2023.

El valor total de mercado de Sinopharm y Sinovac cayó significativamente de \$142 mil millones a \$114,7 mil millones, perdiendo \$27,3 mil millones entre 2019 y 2023. (CompaniesMarketCap, s.f) Aunque son productores de vacunas en China, esta drástica caída podría tener sus raíces en los desafíos de rivalidad local junto con las potencias mundiales que impiden su crecimiento. No obstante, ambas entidades mantuvieron su esfuerzo hacia el suministro de vacunas para los países en desarrollo.

La aparición de la pandemia ha tenido un efecto profundo en la industria farmacéutica. El ascenso de GSK, Moderna y Pfizer-BioNTech gracias a sus innovadoras vacunas demuestra un crecimiento exponencial, mientras que actores importantes como J&J ha podido mantener su participación de mercado incluso cuando ésta fluctúa. El valor de AstraZeneca se ha disparado, aunque Sinopharm y Sinovac disminuyeron juntas aún destacan en el mercado. Estas dinámicas subrayan la importancia de la innovación, así como la capacidad de respuesta rápida a nivel global dentro del sector farmacéutico.



5.3 Reputación de las empresas farmacéuticas posterior al Covid-19

5.3.1 Reputación de las empresas farmacéuticas después del Covid-19 en EE. UU.

El gráfico más reciente de 2023 muestra un empeoramiento significativo respecto a 2019.

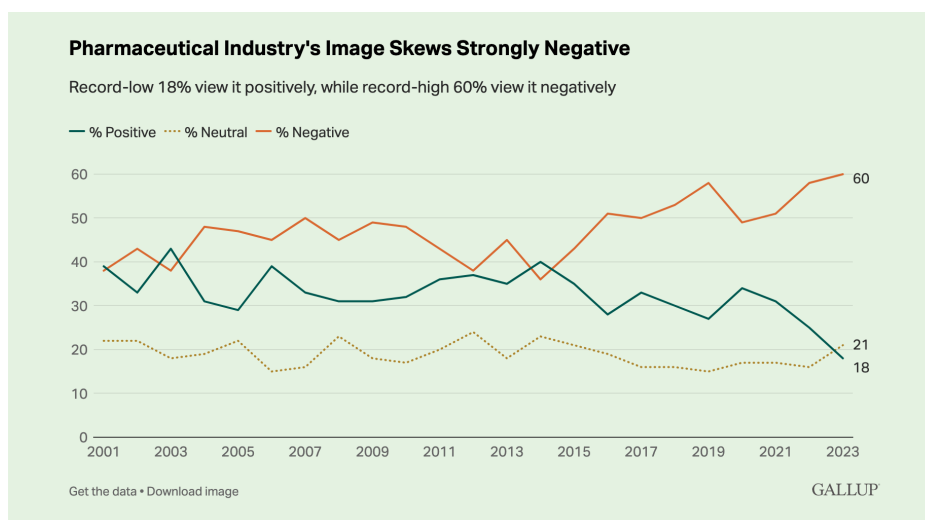


Gráfico 11. Reputación de la industria farmacéutica en 2023.

La percepción positiva de la industria farmacéutica ha disminuido significativamente desde 2019, pasando del 27% al 18%. La percepción negativa ha aumentado ligeramente, de 58% a 60%, reflejando una creciente insatisfacción con la industria en EE. UU.

Además, en junio de 2020 las encuestas mostraban que aproximadamente el 34% de la población estadounidense aceptaría una vacuna contra el Covid-19, mientras que el resto mostraban resistencia o dudas. (Bolsen T, 2022), lo que supuso que EE. UU. fuese uno de los países con mayores resistencias a la vacunación. Esto junto a los precios de los medicamentos y la facturación del sector en época de crisis, afectó negativamente a la visión de la población estadounidense. En el resto de los sectores industriales la visión de los ciudadanos es completamente diferente.

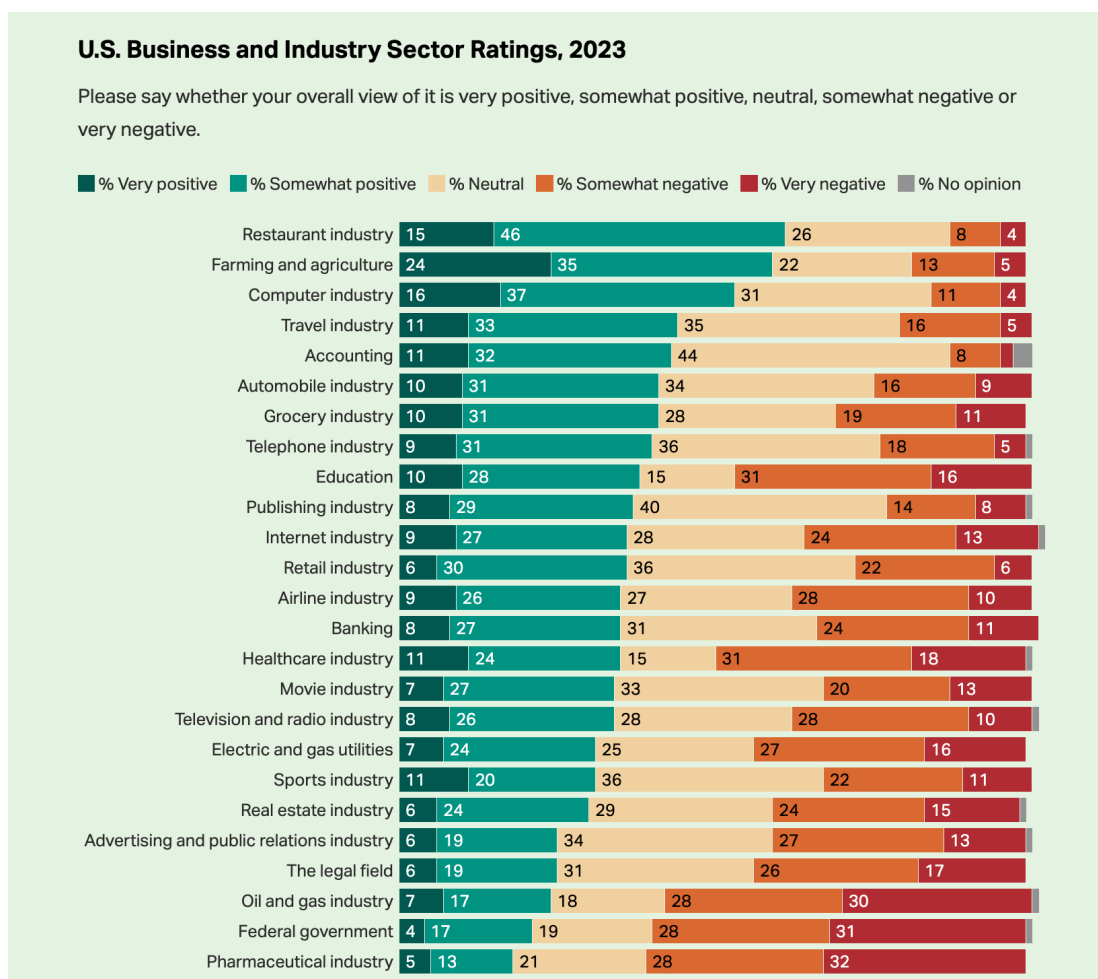


Figura 5. Ranking de reputación por sectores en EEUU en 2023

La industria de la restauración disfrutó de una percepción muy positiva en 2019 con un 66% de críticas positivas, en 2023 esta misma industria tenía unas críticas positivas del 61%. En cambio, la industria farmacéutica estaba en 2019 en el último puesto y seguía estando en 2023, pero esta vez con una calificación 9 puntos peor.

5.3.2 Reputación de las empresas farmacéuticas en España después del Covid-19

La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la reputación de las empresas farmacéuticas. La reputación de quienes están a la vanguardia del desarrollo de vacunas ha crecido significativamente debido a su papel fundamental en la respuesta de la crisis sanitaria. La siguiente tabla representa el ranking de las empresas según su reputación en España en el año 2023.



Posición	Empresa Farmacéutica	Puntos
1	Pfizer	10000
2	Novartis	9676
3	AstraZeneca	8107
4	Janssen	7608
5	GlaxoSmithKline	7506
6	Lilly	7325
7	Sanofi	7217
8	Roche	7153
9	Bayer	7040
10	Boehringer Ingelheim	6095

Tabla 7. 10 primeras empresas del ranking top 100 de MERCO en 2023

La reputación de Pfizer y AstraZeneca ha mejorado significativamente. En particular, Pfizer ocupa el primer lugar en España en el año 2023, lo que refleja que su vacuna ha ganado el reconocimiento y la confianza del público en España. El ascenso de AstraZeneca del décimo al tercer puesto también pone de relieve el impacto positivo de su implicación en la lucha contra la Covid-19 en España. En el caso de J&J paso de encontrarse en el tercer puesto en 2019 a estar en el cuarto en 2023. GSK en cambio ha visto como su puntuación ha pasado de 6417 en 2019 a 7506 en 2023, lo que le ha permitido crecer dos puestos en reputación en el mercado español. En el caso de Moderna, en 2019 no aparecía en el top 100. En 2023 se encuentra en el puesto 56, en el top 100 pero muy alejado de sus competidores. (Merco, s.f)

Las puntuaciones de las empresas farmacéuticas muestran un aumento general este año en comparación con 2019. Esto puede verse como un reconocimiento nacional de la importancia y el impacto positivo de la industria farmacéutica en la era de la pandemia. Por ejemplo, Roche, la octava empresa en la lista de 2023 obtuvo una puntuación de 7153, que es más alta que la puntuación de la octava empresa en la lista de 2019 (Lilly, 6345).

La comparación de 2019 con 2023 muestra claramente que la pandemia influyó en gran medida en la reputación corporativa de las empresas farmacéuticas: aquellas que desarrollaron vacunas vieron un enorme aumento en su reputación en España, mientras que otras fluctuaron ligeramente y salieron de la lista. Los puntajes crecientes indican un reconocimiento y gratitud más amplios por los esfuerzos realizados por estas organizaciones, lo que subraya aún más cómo los grandes acontecimientos mundiales pueden moldear drásticamente la opinión pública, solidificando para siempre la posición de una entidad a nivel regional en términos de su percepción por parte de las masas.

5.3.3 Reputación a nivel global después del Covid-19.

La percepción pública general del sector se mantuvo estable, aunque hubo fluctuaciones en mercados particulares como Alemania y Estados Unidos. y Brasil, China, Francia, Japón y el Reino Unido, donde empeoró.

País	Puntuación TLS
Brasil	81 (-1)
China	73 (-1)
EE. UU.	69 (+2)
Reino Unido	66 (-1)
Alemania	64 (+2)
Francia	60 (-2)
Japón	59 (-2)

Tabla 8. Ranking Trust & Like Score 2023.

El Trust & Like Score global en el año 2023 era el mismo que en el año 2019 con una puntuación media de 67. (Caliber Group, 2023)

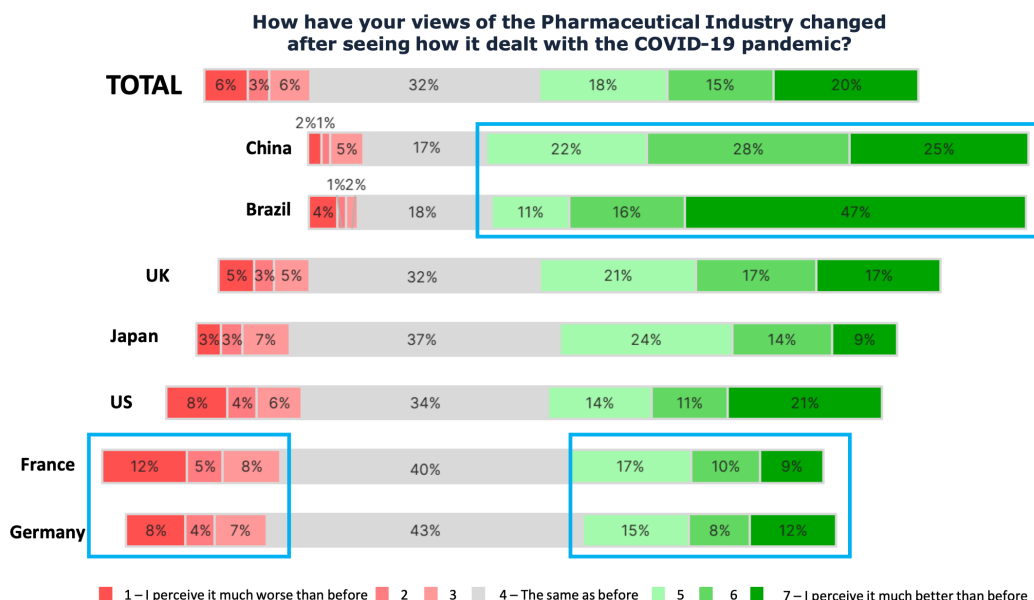


Gráfico 12. Visión de la industria farmacéutica.

El gráfico presenta cómo han cambiado las percepciones de la industria farmacéutica después de ver cómo se ha manejado la pandemia. El lado positivo es que el 20% de las personas ve la industria farmacéutica de una manera “mucho mejor” que antes, mientras que el 15% la ve “mejor”. En territorio neutral, el 32% de los participantes en la encuesta mantienen su percepción de la industria sin cambios desde antes de la pandemia. Sin embargo, también hay quienes ven la industria con una visión negativa postpandemia: el 6% la percibe “mucho peor” y otro 3% la considera “peor” que antes.

En general, después del Covid-19, la mayoría de los países perciben a la industria farmacéutica mejor que antes. En particular, las mejoras son más pronunciadas en China y Brasil.

Siguen existiendo diferencias entre regiones al igual que en 2019. Por ejemplo, en Francia y Alemania un gran número de su población tiene opiniones neutrales. Por otro lado, las mayorías en China y Brasil ven cambios positivos. Es importante señalar la diferencia observada entre el estudio de Gallup y el estudio de Caliber en relación con Estados Unidos.

Puede atribuirse a diferencias en el enfoque y los factores medidos en cada estudio. Gallup captura una percepción exclusivamente nacional, donde los estadounidenses

expresan una alta insatisfacción con la industria farmacéutica debido a los altos precios de los medicamentos, problemas de accesibilidad y controversias como la crisis de los opioides. En contraste, Caliber se basa en una muestra global que suaviza estas percepciones negativas específicas de EE. UU., enfocándose en aspectos positivos como la innovación y el liderazgo en salud pública, que tienen mayor impacto en otros países.

Además, el enfoque global de Caliber permite que la percepción de EE. UU. se diluya al compararse con países donde la industria farmacéutica es vista de forma menos crítica, reflejando una perspectiva más equilibrada y menos negativa. Esta diferencia metodológica explica por qué Gallup muestra una visión más crítica en EE. UU., mientras que Caliber presenta una evaluación global más neutral o incluso positiva de la industria.

Es importante destacar que la inflación de 2022 causó más daño a la reputación del sector que el Covid-19. La invasión rusa de Ucrania, sumada a la escalada de los costes energéticos, rápidamente desvió la atención mundial de la pandemia hacia los inminentes atolladeros financieros y geopolíticos. (Caliber Group, 2023) . Este cambio llevó a que la gente relegara el Covid-19 a un segundo plano, con solo el 30% de los entrevistados ubicándolo entre sus tres principales preocupaciones. En cuanto al ranking de empresas farmacéuticas en el año 2023.

Empresa	Trust & Score 2023	2019 vs 2023
Haleon	73	nueva
Merck & Co (Global)	70	+3
Roche (Global)	69	+3
Sanofi (Global)	68	=
GlaxoSmithKline (GSK) (Global)	67	+2
Bayer (Global)	66	+2
Novartis (Global)	66	=
Eli Lilly (Global)	66	-1



J&J (Johnson & Johnson) (Global)	63	-4
Pfizer (Global)	60	-3
AstraZeneca (Global)	59	-7

Tabla 9. Ranking empresas farmacéuticas 2023.

A diferencia del ranking MERCO en España, el estudio proporcionado por Caliber Group acerca de la reputación de las empresas muestra claras diferencias. Por un lado, las empresas desarrolladoras de vacunas en España en el año 2023 se encuentran en un alto nivel de reputación, pero esto no ocurre a nivel global.

J&J tuvo una caída significativa en su puntuación de 67,2 en 2019 a 63 en 2023 (Caliber Group, 2023). La reputación global de la compañía podría haberse visto afectada por problemas relacionados con efectos secundarios raros. Una de las razones de esta bajada de puntuación son los seis casos de trombosis entre 7 millones de vacunados a mediados de 2021, los cuales produjeron la pausa temporal de la vacunación en varios países. (Noain, 2021)

La puntuación de AstraZeneca en 2019 fue de 66,9, pero cayó a 59 en 2023. (Caliber Group, 2023) La disminución de la confianza a nivel mundial se puede atribuir a la controversia en torno a la seguridad y eficacia de su vacuna, junto con cuestiones sobre comunicación pública. Por ejemplo, en 2021, varios países europeos retiraron la vacuna de AstraZeneca debido a casos graves de coágulos sanguíneos, que resultaron en algunas muertes relacionadas con la vacunación (ABC, 2021). En cuanto a los problemas de comunicación, recientemente se ha informado sobre la retirada de todas sus dosis contra el Covid-19, lo que ha afectado su imagen pública. Esta retirada no se debió a la existencia de casos graves, sino a la falta de efectividad frente a las cepas actuales de Covid-19. (Robins, 2024)

Durante 2019, Pfizer tuvo un Trust & Like Score de 63,1 que bajó a 60 en el año 2023 (Caliber Group, 2023). Esta caída podría estar relacionada con diversos desafíos y controversias experimentados durante el proceso de implementación y distribución de la

vacuna. Por ejemplo, en 2021 tanto Moderna como Pfizer aumentaron el precio de sus vacunas, lo que a nivel global provoca una disminución del acceso a los países menos desarrollados.

En el año 2023, GlaxoSmithKline (GSK) experimentó un incremento de dos puntos en su Trust & Like Score global, alcanzando una puntuación de 67. GSK ha demostrado un compromiso creciente con la innovación y la accesibilidad. Buena prueba de ello es el premio recibido en 2023 por “Fundamed” donde fue reconocida como la mejor compañía en I+D+i. (Gail, 2023)

El impacto de la pandemia ha sido significativo en la reputación de las empresas farmacéuticas. Los niveles de percepción global de Pfizer, AstraZeneca y J&J fluctuaron ampliamente debido a diversas preocupaciones relacionadas con la seguridad, la eficacia y la distribución de las vacunas.

En España, sus contribuciones han influido favorablemente en la opinión pública hacia ellos como actores importantes en los esfuerzos de contención de la pandemia, de ahí sus altas clasificaciones en MERCO, que difieren según las regiones.

La forma en que se ve a las empresas farmacéuticas a nivel global y local puede ser muy diferente. Sin embargo, ciertas medidas como la comunicación local, el suministro de productos y los programas locales podrían contribuir a ambas percepciones. GSK tiene una posición algo mejor tanto a nivel mundial como en España, lo que sugiere buenas tácticas y una imagen de la marca exitosa, siendo la única de las cuatro empresas analizadas en este trabajo que mejoro su reputación en el estudio de Caliber en comparación al 2019.

Por todas estas razones, es fundamental realizar entrevistas con profesionales del sector para obtener información de primera mano sobre cómo las vacunas contra el coronavirus

han afectado la reputación de las principales empresas farmacéuticas en España y en el mundo.

6 Entrevistas con profesionales del sector

6.1 Introducción

Este capítulo proporciona un análisis en profundidad de la reputación de las principales empresas farmacéuticas antes y después de la pandemia. Para ello, entrevistamos a cuatro profesionales destacados en el campo farmacéutico.

Entre los entrevistados se encuentran representantes de tres de los cuatro gigantes farmacéuticos analizados en este trabajo: GlaxoSmithKline, Pfizer y AstraZeneca. Estas empresas han estado en el centro de atención mundial por su papel fundamental en el desarrollo y distribución de las vacunas contra el Covid-19. Se analizará cómo ha evolucionado su reputación a raíz de la pandemia, y cuáles han sido los principales retos y logros durante este periodo.

Además, para obtener una perspectiva más amplia e integral de la industria farmacéutica, también se entrevista a un representante de Farmaindustria, la asociación empresarial nacional de la industria farmacéutica española. Esta entrevista brindará una mirada a la dinámica general de la industria y cómo la industria en su conjunto se ha visto afectada por la crisis sanitaria global.

El objetivo no es sólo evaluar la reputación de estas empresas, sino también explorar el impacto directo de las vacunas en sus percepciones públicas y operaciones comerciales. Se investigarán nuevas medidas de responsabilidad social corporativa (RSC) y estándares ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) implementados por estas empresas para adaptarse a las nuevas expectativas y requisitos de la sociedad.

A través de estas entrevistas se espera brindar una visión clara y precisa de la evolución de la industria farmacéutica en tiempos de pandemia, destacando tanto los aspectos positivos como los desafíos que aún quedan por resolver.



6.2 Entrevista GlaxoSmithKline – Guillermo de Juan

Guillermo de Juan es una figura destacada de la industria farmacéutica, con una carrera que abarca más de 30 años y ha ocupado puestos clave en algunas de las empresas más influyentes de la industria. Su carrera ha estado marcada por su experiencia laboral en gigantes farmacéuticos como GlaxoSmithKline (GSK) y AstraZeneca, donde dejó una importante huella a través de su liderazgo y visión estratégica.



Figura 6. Guillermo de Juan (GlaxoSmithKline)

Guillermo de Juan ocupa actualmente el puesto de vicepresidente de Asuntos Gubernamentales y Comunicaciones para Europa y España en GSK, cargo en el que tiene incidencia directa en las Políticas y Regulaciones de la Industria Farmacéutica. Su profundo conocimiento de la industria, combinado con su capacidad para navegar en entornos regulatorios complejos, lo convierte en una voz autorizada y respetada.

Antes de unirse a GlaxoSmithKline, Guillermo pasó más de nueve años en puestos clave en AstraZeneca. Anteriormente se desempeñó como director de Asuntos Legales y Liderazgo Europeo para EMEA, así como Director de Asuntos Corporativos, Acceso al Mercado y Legal. Estos puestos le brindaron una amplia experiencia en la gestión de asuntos legales y de acceso a mercados en diversas regiones, incluidas Europa, Medio Oriente y África.



En esta entrevista, Guillermo de Juan ofrece su perspectiva sobre la evolución de la reputación de GSK antes y después de la pandemia del Covid-19. Abordará temas cruciales como las iniciativas de RSC y ESG implementadas, los desafíos enfrentados en el desarrollo y distribución de vacunas y medicamentos, y las estrategias adoptadas para mejorar el acceso a medicamentos en regiones de bajos ingresos. Su conocimiento y experiencia proporcionan una visión valiosa para comprender las dinámicas actuales y futuras del sector farmacéutico.

6.2.1 Presentación de resultados y discusión

La entrevista con Guillermo, representante de GSK, pone de manifiesto cómo la compañía ha enfrentado los retos de la pandemia y ha adaptado sus estrategias en áreas clave como la reputación, la sostenibilidad y la innovación responsable. Estos aspectos se analizan en concordancia con los temas tratados en este trabajo, mostrando el impacto de las prácticas empresariales en la percepción pública.

6.2.2 Cambios en la Percepción Pública y Reputación

Guillermo destaca que la pandemia de Covid-19 supuso un punto de inflexión para la industria farmacéutica, al permitir que la sociedad reconociera su papel fundamental en la respuesta global ante la crisis sanitaria. Aunque GSK no lideró la carrera inicial por las vacunas, sus contribuciones, como el desarrollo de vacunas de refuerzo en colaboración con Sanofi y el tratamiento con anticuerpos monoclonales (Xevudy), han sido bien valoradas. Según Guillermo, estas iniciativas ayudaron a reforzar la percepción pública de GSK como una compañía comprometida con la innovación responsable y la salud global.

6.2.3 Iniciativas de RSC y sostenibilidad (ESG)

Guillermo subraya que GSK ha reforzado significativamente sus políticas de sostenibilidad y responsabilidad social durante la pandemia. Entre las iniciativas destacadas, menciona el papel del Centro de I+D de Tres Cantos, que se ha consolidado como un referente en el desarrollo de tratamientos para enfermedades desatendidas como la malaria y la tuberculosis. Estas actividades reflejan el compromiso de GSK con la innovación en salud global y con la mejora del bienestar de las poblaciones más vulnerables.

En términos de sostenibilidad, GSK ha establecido objetivos ambiciosos, como alcanzar un impacto neto cero en el clima para 2030. Guillermo menciona inversiones específicas en energías renovables y la reducción de emisiones, elementos que responden a las crecientes demandas sociales en materia de sostenibilidad.

6.2.4 Desafíos y aprendizajes

Uno de los puntos que Guillermo destaca es la importancia de la colaboración y la flexibilidad para enfrentar los retos de la pandemia. La participación de GSK en consorcios internacionales, como PAN-TB, ha permitido a la compañía adoptar modelos de innovación abierta, un enfoque que resulta crucial para gestionar las crisis globales y fortalecer la confianza pública. Además, Guillermo resalta cómo estos aprendizajes han ayudado a GSK a prepararse para futuros desafíos, especialmente en el contexto de la salud global.

6.2.5 Impacto en la salud global

Guillermo enfatiza el compromiso de GSK con la equidad en salud, reflejado en iniciativas como su alianza con Save the Children y su participación en la Plataforma One Health. Estas acciones buscan no solo mejorar el acceso a tratamientos y vacunas en regiones desfavorecidas, sino también fortalecer los sistemas sanitarios locales para hacerlos más resilientes frente a futuras crisis.

6.2.6 Conclusión

La entrevista con Guillermo permite concluir que GSK ha logrado fortalecer su reputación mediante un enfoque estratégico basado en la innovación responsable, la sostenibilidad y la colaboración. Estos elementos destacan cómo las políticas de responsabilidad social y sostenibilidad no solo contribuyen a mejorar la percepción pública, sino que también posicionan a las empresas farmacéuticas como actores clave en la construcción de un modelo de salud más equitativo y sostenible.

6.3 Entrevista Pfizer – Fernando Méndez

Fernando Méndez es una figura influyente en la industria farmacéutica, con una impresionante carrera de más de 20 años en una de las empresas más reconocidas del mundo, Pfizer. Durante su carrera, ocupó varios puestos clave y realizó importantes contribuciones al éxito y la reputación de la empresa.



Figura 7. Fernando Méndez (Pfizer)

Actualmente, Fernando Méndez se desempeña como director de Políticas y Asuntos Públicos, reportando directamente al Director de Políticas Globales y Asuntos Públicos de Pfizer en la sede de Pfizer en Nueva York. En su cargo, es el punto de contacto único para asuntos corporativos en España, cubriendo áreas clave como política, asuntos públicos, defensa del paciente y comunicaciones externas. Su papel es fundamental en la gestión y el desarrollo de estrategias de políticas públicas que impacten a Pfizer y a la industria farmacéutica en su conjunto.

Este epígrafe explora las opiniones de Fernando Méndez sobre la reputación, la vacuna de Pfizer contra el Covid-19, los desafíos y las oportunidades futuras de la industria farmacéutica. Su amplia experiencia y posición estratégica brindan información valiosa sobre la dinámica actual de Pfizer, particularmente en el contexto de la pandemia de Covid-19 y su impacto en las políticas públicas y las percepciones de RSC y ESG.

6.3.1 Cambios en la percepción pública y reputación

Fernando explica que, antes de la pandemia, Pfizer enfrentaba críticas relacionadas con sus precios elevados y algunas prácticas comerciales, generando desconfianza en el sector. Sin embargo, con el desarrollo de la vacuna en colaboración con BioNTech, Pfizer experimentó un cambio significativo en su imagen pública, consolidándose como un líder en innovación y compromiso con la salud global. A pesar de este avance, Fernando reconoce que surgieron críticas sobre el acceso desigual a la vacuna y su coste en algunos mercados, lo cual afectó la percepción de la empresa en ciertos contextos regionales.

6.3.2 Iniciativas de RSC y sostenibilidad (ESG)

Desde el inicio de la pandemia, Pfizer intensificó sus iniciativas de RSC, y entre las más destacadas, Fernando menciona la donación de más de 70 millones de dólares a organizaciones en primera línea de respuesta al Covid-19, así como el apoyo directo a sus empleados y proyectos de innovación social. Estas medidas, explica, han tenido un impacto positivo en la percepción de Pfizer, alineándose con la relevancia de la RSC en la confianza pública hacia las farmacéuticas. Además, Fernando señala que Pfizer reforzó su compromiso con la sostenibilidad, aumentando el uso de energías renovables y optimizando el consumo de recursos para reducir su huella ambiental.

6.3.3 Desafíos en el desarrollo y distribución de vacunas

Sobre los retos que enfrentó Pfizer, Fernando comenta que la demanda global de vacunas y la necesidad de una producción a gran escala fueron desafíos importantes, especialmente en un entorno lleno de desinformación. La empresa tuvo que adaptarse a un escenario cambiante, requiriendo una coordinación constante entre sus áreas internas y socios externos para asegurar la disponibilidad de las vacunas en el menor tiempo posible. La experiencia, explica Fernando, destacó la importancia de la transparencia y colaboración con entidades sanitarias, factores clave en la percepción pública de la industria farmacéutica.

6.3.4 Innovación y futuro de la estrategia de I+D

Fernando menciona también que, tras esta experiencia, Pfizer ha integrado la tecnología de ARNm como una de las bases de su estrategia de investigación y desarrollo futuro. Este enfoque en la innovación y la flexibilidad ante nuevas necesidades de salud refuerza



la imagen de Pfizer como una empresa comprometida con soluciones que impacten de manera positiva en la salud pública global.

6.3.5 Conclusión

En conjunto, los resultados de la entrevista muestran cómo la respuesta de Pfizer a la crisis, basada en una combinación de innovación y responsabilidad social, fortaleció su reputación. Tal y como se destaca en este estudio, la experiencia de Pfizer durante la pandemia resalta cómo las políticas de RSC y ESG pueden ser fundamentales para consolidar la confianza pública y fortalecer la posición de las farmacéuticas en el contexto actual.

6.4 Entrevista AstraZeneca – Marta Moreno

Marta Moreno es una destacada profesional de la industria farmacéutica con una trayectoria de más de 26 años en diversas empresas líderes del sector. Durante su carrera, ha ocupado puestos clave en empresas como Janssen, Novartis, Celgene y, más recientemente, AstraZeneca. Su amplia experiencia en las áreas de acceso a mercados, relaciones institucionales y asuntos públicos la han convertido en una figura influyente y respetada en la industria.



Figura 8. Marta Moreno (AstraZeneca)

Actualmente, Marta Moreno ejerce como directora de Asuntos Corporativos y Acceso al Mercado de AstraZeneca España. Desde febrero de 2021 lidera Relaciones Institucionales, Comunicaciones, Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Fundación AstraZeneca y Acceso a Mercados. Su papel es fundamental en la implementación de estrategias para mejorar la percepción pública y la sostenibilidad de las empresas, especialmente en un entorno postpandémico.

En esta entrevista, Marta Moreno da su perspectiva sobre la evolución de la reputación de AstraZeneca antes y después de la pandemia. Se discutirán temas importantes como la responsabilidad social corporativa y las iniciativas ambientales, sociales y de gobernanza implementadas, los desafíos enfrentados en el desarrollo y distribución de vacunas y las colaboraciones globales que dan forma a la percepción pública de AstraZeneca. Su

conocimiento y experiencia brindan información valiosa sobre la dinámica actual y futura de la industria farmacéutica.

6.4.1 Cambios en la percepción pública y reputación

Según menciona Marta, la colaboración de AstraZeneca con la Universidad de Oxford para desarrollar y distribuir una vacuna sin fines de lucro fue fundamental para salvar más de 6,5 millones de vidas y suministrar 3.000 millones de dosis en el mundo. En España, esta acción estratégica elevó la reputación de la empresa, logrando el tercer puesto en el Monitor de Reputación Sanitaria de 2023 y consolidando su imagen de compañía comprometida con el acceso equitativo a la salud.

6.4.2 Iniciativas de RSC y sostenibilidad (ESG)

Marta destaca que AstraZeneca ha priorizado la sostenibilidad ambiental con su programa Ambition Zero Carbon, que busca alcanzar cero emisiones para 2025. Además, su colaboración con COVAX ha sido clave en la distribución de vacunas en países de ingresos bajos, reforzando su compromiso con la equidad en salud. Estas acciones, como apunta Marta, no solo cumplen con regulaciones ambientales, sino que también fortalecen la relación de la empresa con la sociedad y el entorno.

6.4.3 Desafíos y aprendizajes

La rapidez en el desarrollo de la vacuna y su distribución global fueron desafíos significativos, especialmente para una compañía que, como comenta Marta, no tenía una tradición en el desarrollo de vacunas. Sin embargo, la colaboración con entidades globales permitió a AstraZeneca superar estos obstáculos, subrayando la importancia de la cooperación y de la innovación para enfrentar crisis sanitarias y mejorar la percepción pública de la industria farmacéutica.

6.4.4 Conclusión

La experiencia de AstraZeneca muestra cómo el enfoque en responsabilidad social y sostenibilidad refuerza la reputación de las farmacéuticas. Tal y como sugiere Marta, las iniciativas estratégicas en ESG y el compromiso con la equidad en salud son esenciales para afrontar futuros retos en el sector, validando los planteamientos de este estudio.



6.5 Entrevista Farmaindustria – Juan Yermo

Juan Yermo es un distinguido profesional en políticas públicas y asuntos estratégicos con una carrera de más de veinte años en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Desde mayo de 2022, Yermo ejerce como director general de FarmaIndustria, la asociación empresarial nacional de la industria farmacéutica española. En su cargo actual, Yermo lidera los esfuerzos de Farmaindustria para representar y defender los intereses de las compañías farmacéuticas y crear un entorno regulatorio y económico propicio para el desarrollo de nuevos medicamentos y tecnologías sanitarias.



Figura 9. Juan Yermo (Farmaindustria)

Farmaindustria es la principal asociación empresarial de la industria farmacéutica española, representando a más de 100 empresas farmacéuticas que operan en el país. La asociación trabaja para promover un marco regulatorio y económico que favorezca la investigación, el desarrollo y la comercialización de nuevos medicamentos, garantizando al mismo tiempo que los pacientes españoles tengan acceso a tratamientos innovadores. (FarmaIndustria, s.f.)

Además, Farmaindustria juega un papel vital en la defensa de los intereses de la industria ante instituciones nacionales e internacionales y en el fomento de la cooperación entre el sector público y privado.

En esta entrevista, Juan Yermo nos aporta su perspectiva sobre la evolución de la reputación de la industria farmacéutica y los cambios en las políticas de gobernanza y sostenibilidad. Su amplio conocimiento y experiencia en políticas públicas brindan una visión integral y valiosa para comprender las dinámicas actuales y futuras de la industria farmacéutica.

6.5.1 Cambios en la percepción pública y reputación

Según Yermo, la percepción social de la industria farmacéutica en España ha experimentado una evolución significativa, gracias al impacto visible y a la exposición mediática durante la pandemia. Los datos del monitor de reputación de Farmaindustria, proporcionado por la consultora “Thinking Heads”, revelan un aumento en la “reputación emocional” del sector, alcanzando niveles altos en 2021, disminuyendo en 2022 y recuperándose en 2023, situándose nuevamente en el rango de “reputación fuerte”. Este cambio en la percepción, impulsado por la alta visibilidad y las contribuciones de la industria en el desarrollo de vacunas, refleja una tendencia similar a la observada en este estudio sobre la mejora de la reputación en el sector farmacéutico a nivel global y el reconocimiento del impacto positivo de las farmacéuticas en la salud pública.

6.5.2 Iniciativas de RSC y sostenibilidad (ESG)

Yermo destaca que, durante la pandemia, las empresas farmacéuticas han reforzado su responsabilidad corporativa y su compromiso ético a través de la colaboración y la transparencia, algo que la sociedad ha valorado positivamente. Explica cómo Farmaindustria ha promovido iniciativas específicas como la plataforma “Jóvenes en Farma” y el informe sobre sostenibilidad, “Sostenibilidad en cifras,” que subraya el impacto social y medioambiental del sector. Estas iniciativas, según Yermo, no solo responden a una mayor demanda social por la transparencia y sostenibilidad, sino que también muestran el esfuerzo por fortalecer el vínculo entre la industria y la sociedad, un aspecto que el presente estudio identifica como clave para la reputación en el contexto actual.

6.5.3 Colaboración y desafíos en el desarrollo y distribución de vacunas

Uno de los puntos que Yermo resalta es la importancia de la colaboración público-privada, especialmente entre las farmacéuticas y los organismos gubernamentales y de



salud pública, para enfrentar la crisis sanitaria. Esta cooperación, explica, permitió una producción y distribución de vacunas en tiempo récord, un logro sin precedentes que mejoró la confianza en la industria y que la sociedad reconoció. En línea con los hallazgos de este estudio, Yermo señala que la alianza entre Pfizer, AstraZeneca y otros actores fue fundamental para la producción a gran escala de vacunas, así como para facilitar el acceso equitativo a través de acuerdos anticipados de compra centralizada en la Unión Europea.

6.5.4 Impacto en la confianza pública y futuro de la industria

Yermo enfatiza que la pandemia reforzó la confianza de la sociedad en la industria farmacéutica, ya que la rápida respuesta en el desarrollo y la producción masiva de vacunas mejoró la percepción pública de su profesionalismo y rigor científico. Además, destaca que España, con una sólida cultura de vacunación, registró altos niveles de aceptación de las vacunas, lo que evidenció el respaldo social hacia la industria farmacéutica. Estos resultados, como se menciona en este estudio, confirman que una estrategia de transparencia y compromiso ético es fundamental para construir una reputación positiva y sostenible en el sector.

6.5.5 Conclusión

La entrevista con Yermo subraya cómo la pandemia impulsó una transformación en la percepción de la industria farmacéutica, enfatizando la importancia de la responsabilidad social, la colaboración y la comunicación efectiva para fortalecer la confianza pública. En consonancia con los hallazgos de este estudio, los datos y las estrategias presentadas por Yermo demuestran cómo una gestión ética y proactiva en tiempos de crisis puede consolidar la reputación del sector y mejorar su aceptación y legitimidad en la sociedad.



7 Conclusiones

La industria farmacéutica ha atravesado una transformación significativa debido a la pandemia de COVID-19. Antes de la pandemia, las farmacéuticas se enfrentaban a una percepción pública predominantemente negativa, especialmente en países como Estados Unidos, donde se cuestionaban las prácticas de fijación de precios y la accesibilidad a los medicamentos. Un estudio realizado por Gallup en 2019 mostró que el 58% de la población estadounidense tenía una opinión negativa sobre la industria farmacéutica, mientras que solo el 27% tenía una visión positiva. Sin embargo, la respuesta al COVID-19, especialmente en el desarrollo y distribución de vacunas, ha contribuido a mejorar la reputación de varias empresas del sector en distintas regiones del mundo, como se reflejó en el aumento de confianza hacia empresas como Pfizer y AstraZeneca en España.

Uno de los principales éxitos de la industria ha sido la colaboración sin precedentes entre farmacéuticas, gobiernos y organizaciones sin fines de lucro, lo cual facilitó la producción y distribución de vacunas en tiempo récord. Las empresas adoptaron modelos de innovación ágil, con fases de ensayos clínicos simultáneas, logrando reducir los tiempos de desarrollo de más de una década a tan solo 18 meses. Por ejemplo, Pfizer y BioNTech desarrollaron su vacuna de ARNm en un periodo de aproximadamente un año y medio, lo cual contrastó con los tiempos históricos de desarrollo de vacunas que usualmente se extendían de 10 a 15 años. Esta aceleración mejoró la percepción de la capacidad de la industria para responder rápidamente ante una crisis sanitaria global, logrando que la vacuna de Pfizer se convirtiera en la más administrada en la Unión Europea, con un 73% del total de dosis.

Las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) también sufrieron cambios importantes. Empresas como Pfizer, AstraZeneca, Johnson & Johnson y GlaxoSmithKline (GSK) se comprometieron a mejorar el acceso equitativo a las vacunas, especialmente en países de bajos ingresos, por ejemplo GSK invirtió significativamente en innovación, especialmente en el desarrollo de vacunas para enfermedades desatendidas como la malaria y la tuberculosis a través de iniciativas como COVAX. AstraZeneca, por



ejemplo, distribuyó dos tercios de sus vacunas a países de ingresos bajos y medios, lo cual contribuyó a fortalecer su compromiso con la equidad en la salud. Asimismo, hubo esfuerzos importantes en la sostenibilidad medioambiental, como la reducción de emisiones y el uso de envases sostenibles. Johnson & Johnson se comprometió a lograr la neutralidad de carbono para 2030 y ha implementado tecnologías limpias para mejorar la eficiencia energética. AstraZeneca también informó de una reducción del 67,6% en las emisiones de gases de efecto invernadero desde 2015. Estos esfuerzos han contribuido positivamente a la reputación del sector, ayudando a mitigar algunas de las críticas ambientales históricas.

Se realizaron entrevistas con ejecutivos de varias empresas farmacéuticas que revelaron los desafíos y aprendizajes clave. Por ejemplo, Guillermo de Juan de GlaxoSmithKline mencionó la importancia de la colaboración internacional para acelerar el desarrollo de vacunas, mientras que Fernando Méndez de Pfizer destacó el papel crucial de la inversión en tecnologías de ARNm. Marta Moreno de AstraZeneca subrayó la necesidad de un enfoque en la equidad en la distribución, lo cual motivó la participación de AstraZeneca en COVAX. Además, Juan Yermo de Farmaindustria señaló la importancia de mantener la capacidad de producción local para evitar futuras dependencias críticas de otras regiones del mundo, un problema que quedó en evidencia con la crisis de suministro durante la pandemia.

Pese a estos logros, persisten algunos desafíos. Las preocupaciones sobre la equidad en el acceso a medicamentos y la fijación de precios continúan siendo motivo de crítica. Durante la pandemia, el "nacionalismo de las vacunas" y la acumulación de dosis por parte de países desarrollados dificultaron el acceso global, evidenciando una desigualdad en la distribución. Esto fue particularmente evidente cuando países como Estados Unidos y Reino Unido compraron una gran cantidad de dosis, dejando a otros países con acceso limitado a vacunas esenciales. Además, la percepción negativa en algunos países, como Estados Unidos y Francia, aún se mantiene debido a la desconfianza en las motivaciones lucrativas de estas empresas. Un estudio del Caliber Group en 2023 mostró que la



puntuación de "Trust & Like" en Estados Unidos apenas había mejorado desde 2019, manteniéndose en un nivel inferior al promedio global.

Para el futuro, se recomienda a las empresas del sector reforzar sus políticas de transparencia y comunicación para abordar las preocupaciones éticas y medioambientales. Un ejemplo específico es la necesidad de proporcionar una mayor claridad sobre la fijación de precios de los medicamentos, especialmente aquellos desarrollados con fondos públicos, como la vacuna de Pfizer, que recibió inversiones significativas por parte del gobierno estadounidense. Además, es esencial mejorar la comunicación sobre los beneficios de las vacunas y los esfuerzos que las empresas realizan para garantizar su seguridad y eficacia, especialmente en mercados con gran escepticismo, como Francia y Estados Unidos.

El compromiso con precios accesibles y la colaboración con gobiernos y organizaciones internacionales puede ayudar a fortalecer la confianza pública y mejorar la equidad en el acceso a los medicamentos. Una estrategia que se podría implementar es la expansión de programas como el de Pfizer, "Un Acuerdo por un Mundo Más Saludable", que tiene como objetivo proporcionar medicamentos y vacunas a países de bajos ingresos de manera no lucrativa. Ampliar este tipo de iniciativas podría ayudar a mitigar la percepción negativa sobre la priorización de ganancias en lugar del bienestar público.

Además, continuar invirtiendo en innovación y sostenibilidad contribuirá a que la industria se perciba no solo como rentable, sino también como socialmente responsable y comprometida con el bienestar global. La inversión en tecnologías sostenibles y la implementación de prácticas de economía circular en la producción y distribución de medicamentos ayudarían a la industria a reducir su huella ambiental y cumplir con las expectativas de los consumidores y reguladores. Es fundamental que empresas como Johnson & Johnson, AstraZeneca y GSK sigan liderando estos esfuerzos, utilizando su posición de liderazgo para impulsar un cambio positivo en el sector.

En conclusión, la pandemia ha representado una oportunidad para que la industria farmacéutica mejore su reputación y demuestre su capacidad de respuesta frente a las crisis. Aun así, pasados 4 años la industria enfrenta el desafío de mantener y consolidar estas mejoras, especialmente en áreas como la equidad, la sostenibilidad y la transparencia.

Se recomienda un enfoque continuo en la colaboración internacional, la transparencia en la fijación de precios y la inversión en innovaciones sostenibles, para asegurar que la industria farmacéutica no solo esté preparada para futuras crisis sanitarias, sino que también sea percibida como un aliado confiable en la promoción de la salud pública global.

Este trabajo ofrece una visión detallada sobre la reputación y responsabilidad social de las farmacéuticas en el contexto de la pandemia de COVID-19, pero presenta ciertas limitaciones que merecen ser consideradas. Una de ellas es la dependencia de datos secundarios y entrevistas específicas, lo que restringe la amplitud de perspectivas incluidas en el análisis. Además, el enfoque está mayoritariamente dirigido a las grandes farmacéuticas, dejando fuera el papel de empresas más pequeñas que también tuvieron un impacto relevante. Asimismo, el marco temporal limitado a los años inmediatamente previos y posteriores a la pandemia no permite observar tendencias de largo plazo, mientras que el alcance geográfico prioriza regiones como Europa y Estados Unidos, sin explorar a fondo las percepciones en otras áreas como Asia, África o América Latina.

Estas limitaciones abren oportunidades para futuras investigaciones que complementen los resultados obtenidos. Sería valioso realizar estudios longitudinales que analicen la evolución de la reputación y las prácticas de responsabilidad social a lo largo del tiempo, así como explorar más a fondo las dinámicas regionales y multiculturales que influyen en la percepción pública. También resultaría pertinente investigar el impacto de las políticas de transparencia en la confianza del sector y comparar las estrategias de responsabilidad social de grandes y pequeñas empresas para identificar buenas prácticas. Por último,



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIMS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS
ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA (ICAI)

Grado en Administración y dirección de empresas

MEMORIA

evaluar cómo las iniciativas de sostenibilidad ambiental contribuyen a la percepción positiva del sector permitiría seguir avanzando hacia un modelo más equilibrado entre rentabilidad y bienestar global.

Estas reflexiones completan el análisis realizado y ofrecen una base para ampliar el conocimiento sobre cómo las farmacéuticas pueden consolidar su papel como actores clave en la promoción de la salud pública global.



8 Bibliografía

Astrazeneca. (2021). *Sustainability Report*.
https://www.astrazeneca.com/content/dam/az/Sustainability/2022/pdf/Sustainability_Report_2021.pdf

Astrazeneca. (2023). *Sustainability Report*
<https://www.astrazeneca.com/content/dam/az/Sustainability/2024/pdf/Sustainability-Report-2023.pdf>

Bolsen, T., & Palm, R. (2022). Politicization and COVID-19 vaccine resistance in the U.S. *Progress in molecular biology and translational science*, 188(1), 81–100.
<https://doi.org/10.1016/bs.pmbts.2021.10.002>

Brown, J. (2024, 21 de Marzo). *What is ESG?* Investopedia.
<https://www.investopedia.com/terms/e/environmental-social-and-governance-esg-criteria.asp>

Caliber Group. (2023). *Pharma Report*. <https://www.groupcaliber.com/global-pharma-report-2023/>

Caliber Group. (2020). *Global Pharma Study*. <https://www.groupcaliber.com/global-pharma-study-2020/>

CompaniesMarketCap. (s.f). <https://companiesmarketcap.com/>

EFPIA. (2019). *Pharma Industry in figures*. <https://www.efpia.eu/media/412931/the-pharmaceutical-industry-in-figures-2019.pdf>

EFPIA. (2023). *Pharma Industry in figures*. <https://efpia.eu/media/rm4kzdlx/the-pharmaceutical-industry-in-figures-2023.pdf>

Farmaindustria. (Mayo de 2021). *Comunicado: Patentes y vacunas contra la Covid-19*.
<https://www.farmaindustria.es/web/prensa/notas-de-prensa/2021/05/06/patentes-y-vacunas-contra-la-covid-19/>

Farmaindustria. (s.f.). *Quiénes somos*. FarmaIndustria:
<https://www.farmaindustria.es/web/quienes-somos/>

Fundación SERES. (s.f.). RSC. SERES.
<https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/BuenasPracticas.aspx?IDe=83>

Gail, M. (2023, 27 junio). GSK, reconocida como la Mejor Compañía en I+D+i. El Globalfarma. <https://elglobalfarma.com/mas/premios-fundamed/gsk-reconocida-como-la-mejor-compania-en-idi/>



Gioia, D. A. (2013). *Organizational Identity Formation and Change*. Academy of Management annals, 7(1), 123-193.

https://www.researchgate.net/publication/262853067_Organizational_Identity_Formation_and_Change

GSK. (2023). *ESG performance report*. <https://www.gsk.com/media/11009/esg-performance-report-2023.pdf>

GSK. (2023). *US FDA approves GSK's Arexvy, the world's first respiratory syncytial virus (RSV) vaccine for older adults*. <https://www.gsk.com/en-gb/media/press-releases/us-fda-approves-gsk-s-arexvy-the-world-s-first-respiratory-syncytial-virus-rsv-vaccine-for-older-adults/>

Heras, P. d. (2020, 18 de Agosto). *Por qué el virus del nacionalismo nos aleja de la vacuna contra la covid-19*. Ethic. <https://ethic.es/2020/08/nacionalismo-de-vacunas-un-obstaculo-geopolitico-contra-la-covid/>

Hooker, L. (2020, 15 de Diciembre). *Vacunas contra el coronavirus: Cuánto dinero puede ganar realmente las farmacéuticas con la inmunización*. BBC News. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55293057>

Jara, L. (3 de Septiembre de 2015). *Industria Farmacéutica*. Observatorio Económico y Social. <https://observatorio.unr.edu.ar/industria-farmaceutica/>

John Hopkins Medicine. (2021). *COVID-19 Vaccines: Infographic*. <https://www.hopkinsmedicine.org/coronavirus/covid-19-vaccine>

Johnson & Johnson. (2022). *Health for humanity report*. <https://www.jnj.com/latest-news/2022-health-for-humanity-report-and-dei-impact-review>

Johnson & Johnson. (2023). *Health for humanity report*. <https://healthforhumanityreport.jnj.com/2023/>

Krammer, F. (2020). *SARS-CoV-2 vaccines in development*. Nature. 586, 516–527. <https://doi.org/10.1038/s41586-020-2798-3>

Merco. (s.f.). *Monitor de reputación sanitaria: Empresas farmacéuticas*. <https://www.merco.info/es/monitor-reputacion-sanitaria-empresas-farmaceuticas>

McCarthy, J. (2019, 3 de Septiembre). *Big Pharma Sinks to the Bottom of U.S. Industry Ranking*. Gallup. <https://news.gallup.com/poll/266060/big-pharma-sinks-bottom-industry-rankings.aspx>



- Moreno-Barragán, A., Benalcázar-Pozo, C., & Bermúdez-del Sol, A. (2023). Contaminación ambiental por productos farmacéuticos y su impacto en la salud humana. *Revista de Ciencias Médicas de Pinar del Río*, 27(1), 5855.
<https://revcmpinar.sld.cu/index.php/publicaciones/article/view/5855>
- Morgan, S. (2020). *Pricing of pharmaceuticals is becoming a major challenge for health systems*. BMJ. 368, l4627. <https://www.bmj.com/content/368/bmj.l4627>
- Naciones Unidas. (1987). *Sostenibilidad*. <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/sostenibilidad>
- Navarro, P. (2021). *Los 7 retos de la logística farmacéutica tras la COVID-19*. Interempresas. <https://www.interempresas.net/Farmacia/Articulos/365740-Los-7-retos-de-la-logistica-farmaceutica-tras-la-COVID-19.html>
- Noain, I. (2021, 13 de Abril). *Janssen pausa el reparto de su vacuna en Europa mientras se estudia la incidencia de trombos*. El Periódico. <https://www.elperiodico.com/es/sanidad/20210413/janssen-paraliza-distribucion-vacuna-europa-11653357>
- Our World in Data. (s.f.). *COVID-19 vaccine doses administered by manufacturer, European Union*. <https://ourworldindata.org/grapher/covid-vaccine-doses-by-manufacturer?facet=none>
- Pampulevski, V. (2020). *Sentiment of Media Coverage and Reputation of the Pharmaceutical Industry*. Therapeutic Innovation & Regulatory Science. 54, 220–225. <https://doi.org/10.1007/s43441-019-00048-8>
- Pfizer. (2022). *Environmental, Social & Governance Report*. https://www.pfizer.com/sites/default/files/investors/financial_reports/annual_reports/2022/files/Pfizer_ESG_Report.pdf
- Pfizer. (2023). *Impact Report*. https://s28.q4cdn.com/781576035/files/doc_financials/2023/ar/Pfizer_2023_Impact_Report_11MAR2024.pdf
- Robins, R. (2024, 9 de Mayo). *AstraZeneca retira su vacuna contra la covid en todo el mundo por baja demanda, afirma la farmacéutica*. New York Times. <https://www.nytimes.com/es/2024/05/09/espanol/astrazeneca-vacuna-covid.html>
- Saad, L. (2023). *Retail, Pharmaceutical Industries Slip in Public Esteem*. Gallup. <https://news.gallup.com/poll/510641/retail-pharmaceutical-industries-slip-public-esteem.aspx>
- Spinelli, S. (2015). Access to medicines: patents and generic drugs. The consequences of considering drugs as a market commodity and not as a social value. *Revista de*



Bioética y Derecho. 81-89.

https://www.researchgate.net/publication/317480515_Access_to_medicines_patents_and_generic_drugs_The_consequences_of_considering_drugs_as_a_market_commodity_and_not_as_a_social_value

Solanes, F. B. (Junio de 2020). *Los retos y los riesgos a abordar por la industria farmacéutica ante el Covid-19*. AON. <https://noa.aon.es/industria-farmaceutica-covid-19/>

WHO. (2022). *14.9 million excess deaths associated with the COVID-19 pandemic in 2020 and 2021*. <https://www.who.int/news/item/05-05-2022-14.9-million-excess-deaths-were-associated-with-the-covid-19-pandemic-in-2020-and-2021#:~:text=New%20estimates%20from%20the%20World,13.3%20million%20to%2016.6%20million>

9 Anexos

9.1 Entrevista GSK

P: ¿Cómo ha cambiado la percepción pública de su empresa antes y después de la pandemia de Covid-19?

R: La pandemia del Covid-19 supuso un enorme replanteamiento estratégico para el sector. Fuimos muy conscientes de las carencias del modelo asistencial en España ante una crisis sanitaria, y del importante papel que debía desempeñar la industria farmacéutica como proveedora de medicamentos y vacunas a toda la población, en un tiempo récord. Ello acrecentó los niveles de colaboración de todos los agentes de forma exponencial poniendo el foco en lo que era realmente prioritario frente a lo importante: contribuir a salvar vidas.

Nuestra respuesta ante la aparición de la COVID-19 fue una de las más amplias de la industria farmacéutica, tanto desarrollando tratamientos como aportando nuestro adyuvante para desarrollar vacunas candidatas

Una de las vacunas que desarrollamos fue con la colaboración con Sanofi. La Comisión Europea autorizó esta vacuna de refuerzo de nueva generación en noviembre de 2022. Estaba indicada como refuerzo para adultos mayores de 18 años para la inmunización activa contra el SARS-CoV-2 en personas que recibieron previamente una vacuna de ARNm o adenovirus frente a la COVID-19. Es cierto que a pesar de ser uno de los mayores fabricantes de vacunas en el mundo no pudimos adelantarnos a otros competidores como Pfizer, Moderna o AstraZeneca en la producción de vacunas COVID-19, pero el público en general valoró nuestros esfuerzos de colaboración con la sociedad y nuestro desarrollo de tratamiento de anticuerpos monoclonales

Colaboramos con la compañía Vir Biotechnology para investigar dos anticuerpos monoclonales como tratamientos para la COVID-19. Uno de ellos (Xevudy) ha demostrado que reduce de forma significativa el riesgo de hospitalización o muerte entre los pacientes ambulatorios adultos con COVID-19 leve a moderada (una reducción del

79%). - Xevudy (sotrovimab) es un anticuerpo monoclonal neutralizante de doble acción frente al SARS-CoV-2. Tiene el potencial de bloquear la entrada del virus en las células sanas y eliminar las células infectadas. El anticuerpo se une a un epítipo del SARS-CoV-2 que también está presente en el SARS-CoV-1 (el virus que causa el SARS), lo que indica que el epítipo se mantiene altamente conservado y esto puede dificultar más el desarrollo de resistencia. En mayo de 2021 recibimos la autorización de uso de emergencia de la FDA de Estados Unidos para Xevudy. En diciembre de 2021, la Comisión Europea aprobó el mismo anticuerpo monoclonal para su uso en la Unión Europea y también fue aprobado por la AEMPS con código nacional. Estamos muy orgullosos de haber ofrecido una nueva solución terapéutica para hacer frente a este virus. Los tratamientos con anticuerpos monoclonales han sido una parte fundamental de una solución integral para la COVID-19.

Tras la pandemia la reputación de GSK en el mundo y en España se ha visto reforzada. La población general tiene ahora más información de lo que estamos contribuyendo a la sociedad general y especialmente en áreas como la prevención y la salud global

P: ¿Qué medidas ha tomado su empresa para mejorar o mantener su reputación durante y después de la pandemia? ¿Crees que la reputación es diferente en España que a nivel global?

R: La compañía a nivel global y en España están haciendo enormes esfuerzos en áreas diferenciadoras para fortalecer su reputación. Especialmente hay que destacar el trabajo que estamos haciendo en **Salud Global**.

En 2022 se cumplieron 30 años desde la inauguración de nuestro centro de I+D de Salud Global en España, el primer centro privado español de investigación –y uno de los pocos del mundo- dedicado en exclusiva al descubrimiento de nuevos tratamientos para la malaria, la tuberculosis, la resistencia a los antimicrobianos (RAM) y enfermedades producidas por kinetoplástidos.

Son enfermedades infecciosas que asolan mayoritariamente a los países en vías de desarrollo y que cada año causan millones de muertes.

En este centro trabajan 142 investigadores, y el 65 % de ellos son mujeres.

Nuestra ambición es tener un impacto positivo en la salud de 2 500 millones de personas para finales de 2030 (incluyendo 1 300 millones de ellas procedentes de países con bajos recursos). Nuestro compromiso es cambiar la trayectoria de las enfermedades infecciosas de alta carga que afectan de manera desproporcionada a las poblaciones más vulnerables del mundo, con especial foco en la prevención y el tratamiento.

Las áreas de Salud Global en las que actualmente trabajamos en nuestro centro de I+D son las siguientes:

Tuberculosis: queremos contribuir a acabar con la epidemia de tuberculosis, transformando el actual abordaje tanto en su prevención como en el tratamiento.

Malaria: con el objetivo de erradicar la malaria en todo el mundo, trabajamos para conseguir mejoras en la prevención y el tratamiento de esta enfermedad en niños y poblaciones vulnerables.

Enfermedades tropicales desatendidas, como la leishmaniasis y el Chagas.

RAM: en GSK somos conscientes de la amenaza que suponen las resistencias antimicrobianas (RAM) para la salud global, y por ello es una de nuestras áreas de investigación.

Investigamos tratamientos para abordar las resistencias antimicrobianas (RAM) que afectan desproporcionadamente a las poblaciones más vulnerables, conscientes de las necesidades clínicas no cubiertas y de la limitada innovación que existe actualmente en el desarrollo de nuevos antibióticos adecuados para los países con menos recursos.

La estrategia científica de nuestro centro nos ha llevado a desarrollar **cuatro plataformas pioneras** en este ámbito con el potencial de vencer las resistencias antimicrobianas, reducir el uso de otros medicamentos y, en combinación con otras estrategias clásicas, cambiar el paradigma de los tratamientos y adelantarnos a la RAM.

Las actividades de I+D de las tres unidades del Centro de I+D de Tres Cantos se realizan en un entorno de colaboración con otras instituciones y grupos de investigación. Un ejemplo es que formamos parte de **PAN-TB**, la primera alianza mundial para desarrollar tratamientos innovadores contra la tuberculosis y co-lideramos el proyecto europeo ERA4TB que busca acortar los tiempos para diseñar nuevos medicamentos.

Tres hitos recientes de este centro son:

1.- Los resultados positivos observados en fase IIa de una nueva clase de medicamento candidato para pacientes con tuberculosis.

Ganfeborole (GSK3036656) ha demostrado una potente actividad bactericida temprana después de 14 días de tratamiento en monoterapia en pacientes con tuberculosis pulmonar sensible a los medicamentos de primera línea. La tuberculosis sigue siendo la principal causa de muerte por enfermedades infecciosas a nivel mundial y se necesitan urgentemente nuevos tratamientos. Cada año, esta enfermedad afecta a más de 10 millones de personas y se cobra la vida de aproximadamente 1,5 millones en todo el mundo. Los tratamientos actuales son de larga duración (generalmente de 6 a 18 meses), mal tolerados y suponen una carga significativa de pastillas para los pacientes que deben ser tratados con múltiples medicamentos en combinación. Todo ello puede provocar una mala adherencia, lo que impulsa aún más el desarrollo de la tuberculosis resistente a los medicamentos.

Uno de los participantes del estudio PARADIGM4TB de fase IIb ya ha recibido una dosis que investigará el potencial de ganfeborole (GSK3036656) como parte de un régimen de tratamiento para la tuberculosis más corto, simple y seguro

Ganfeborole es un tratamiento prometedor que es activo contra cepas de tuberculosis sensibles y resistentes a los medicamentos, y potencialmente podría acortar y simplificar el tratamiento de la tuberculosis como parte de un régimen novedoso. En febrero 2024 se publica en la revista Nature Medicine los resultados positivos del estudio de fase IIa de ganfeborole en pacientes con tuberculosis realizado en Sudáfrica en colaboración con investigadores de Alemania, EE. UU. y Sudáfrica. o

2.- El comienzo de la **fase IIa con el compuesto BVL-GSK098**, una molécula desarrollada en colaboración con la compañía farmacéutica suiza BioVersys, el Instituto Pasteur de Lille y la Universidad de Lille dentro del consorcio bEto-TB, financiado por el European & Developing Countries Clinical Trials Partnership (el programa EDCTP2), y apoyado por la Unión Europea. o El descubrimiento de una molécula (harmame) producida por una cepa específica de una bacteria (*Delftia tsuruhatensis* TC1) que está presente de manera natural en el medioambiente (y que se desarrolla de forma natural en el intestino del mosquito) y que detiene el desarrollo del parásito de la malaria sin ningún tipo de manipulación genética por parte de los humanos

3.- El Centro de I+D de Salud Global de Tres Cantos acoge las actividades de la Fundación Tres Cantos Open Lab, desde la que se impulsa un nuevo modelo de innovación abierta para albergar y financiar proyectos en enfermedades infecciosas de todo el mundo en nuestras instalaciones de Tres Cantos.

El centro cuenta con el insectario más grande de la industria de Europa, donde se crían más de 10.000 mosquitos a la semana para la investigación en malaria.

El centro cuenta con laboratorios de nivel de bioseguridad 3 (BSL-3) y está en construcción el siguiente nivel, BSL-4.

El centro de I+D de Salud Global de Tres Cantos **contará con el primer laboratorio de máxima bioseguridad (BSL-4) con el que contará la industria farmacéutica a nivel mundial.**

o La instalación será una de las pocas en Europa, y la primera de una compañía farmacéutica en el mundo, una muestra del compromiso de GSK con la salud global.

o El laboratorio permitirá estudiar patógenos causantes de enfermedades infecciosas graves, así como la eficacia de los nuevos tratamientos que se están desarrollando contra microorganismos que han adquirido resistencias que hacen que los tratamientos disponibles no sean eficaces. Por ejemplo, la tuberculosis multirresistente, uno de los grandes desafíos actuales en salud global. Por otro lado, esta instalación servirá, trabajando en colaboración, como herramienta para afrontar futuras epidemias o pandemias desconocidas en la actualidad. o Las obras para la construcción del laboratorio BSL-4 han comenzado en febrero de 2024 y se prevé que terminen a finales de año. Y la compañía realizará una inversión inicial de más de 4,5 millones de euros en estas nuevas instalaciones

Todo este trabajo está fortaleciendo considerablemente nuestra reputación como compañía diferenciadora a nivel nacional y global

P: ¿Qué iniciativas de RSC ha implementado su empresa desde el inicio de la pandemia? ¿Cómo evalúa el impacto de estas iniciativas en la comunidad y en la percepción pública de su empresa?

R: GSK siempre ha tenido un foco claro en la Responsabilidad Social Corporativa

Como compañía nos guiamos por la **innovación responsable** en nuestro negocio. Acompañamos la palabra innovación del adjetivo “responsable” porque vamos más allá de la innovación centrada en avanzar en el descubrimiento de vacunas y tratamientos transformadores para los pacientes, innovamos también para crear valor económico, cuidar la salud del planeta y contribuir al desarrollo de la sociedad a corto y largo plazo,

fomentando así la mejora del bienestar y poder aportar nuestro granito de arena al progreso de las generaciones presentes y futuras. Por tanto, hemos acometido muchas iniciativas que están teniendo gran impacto en la comunidad y una gran acogida por los pacientes y la sociedad general. Me gustaría destacar algunas colaboraciones en este sentido.

Estamos trabajando con nuestro socio **Save the Children** para impulsar la resiliencia de los sistemas sanitarios en países de ingresos bajos y medianos bajos. Estamos invirtiendo en ayudar a fortalecer las herramientas, los sistemas y los planes de acción de las comunidades locales para prepararse mejor de cara a posibles impactos por cuestiones climáticas y evitar así crisis humanitarias a gran escala.

En abril del 2022 nos adherimos a la **Plataforma One Health en España** para seguir avanzando en el camino de la innovación responsable.

El concepto “One Health” entiende la salud desde un punto de vista integral; cuidar de la salud del planeta significa cuidar de la salud de todos: de las personas, de los animales y del medio ambiente. La Plataforma One Health aúna los esfuerzos de más de 100 compañías, entidades y organismos, y nace en respuesta a problemas transversales y complejos, como la lucha contra el cambio climático, la preservación de los ecosistemas o la erradicación de la pobreza y la malnutrición. Uno de los principales objetivos de la Plataforma consiste en impulsar la estrategia One Health a nivel estatal, con una línea de diálogo con todas las instituciones clave en la toma de decisiones sociales y de salud pública. Para GSK, la adhesión a la Plataforma One Health viene a reforzar su compromiso con el planeta y la salud de las personas, un compromiso especialmente presente a lo largo de esta última década, en la que la compañía ha avanzado sustancialmente en su compromiso con los ODS de la Agenda 2030.

Colaboración con ECODES en el proyecto “+10 Hospitales por el programa de salud de Glasgow” dentro de la iniciativa Sanidad #PorElClima (ejemplo 100% local de España):

Los +10 hospitales por el Programa de Salud de Glasgow, una iniciativa que cuenta con el apoyo de Comunidad #PorElClima, reconoce el compromiso y la ambición de centros hospitalarios que ya están actuando según el acuerdo de Glasgow, con el fin de visibilizar su acción e impulsar las propuestas más ambiciosas en materia de descarbonización, y cuyo ejemplo puede servir de inspiración a otros hospitales que quieran avanzar en esta dirección.

Sanidad #PorElClima es la plataforma que aúna la comunidad de actores sanitarios comprometidos frente a la emergencia climática. Su objetivo es acelerar la acción climática del sector, ayudando a disminuir su huella de carbono y lograr la neutralidad de emisiones de carbono antes de 2050. Se trata de una iniciativa que se engloba en la Comunidad #PorElClima –la plataforma multiactor para implementar con ambición el Acuerdo de París- y que cuenta con el apoyo de ECODES y la compañía biomédica MSD y con la colaboración de la Red Sanitaria de Responsabilidad Social.

Colaboración con Liga F: en septiembre de 2023 anunciamos nuestra colaboración con Liga F. El objetivo de esta colaboración es impulsar el papel de la mujer en el deporte y, a la vez, ayudar a promocionar un estilo de vida saludable entre las mujeres. La actividad física y el ejercicio mejoran la salud, reducen el riesgo de padecer algunas enfermedades y ayudan a controlar el sobrepeso. Somos la única compañía del sector farmacéutico colaboradora de Liga F.

Es muy relevante poder extender nuestro compromiso en áreas que contribuyen al empoderamiento y liderazgo de las mujeres, como el deporte.

Colaboración con el Grupo Español Crecimiento Verde (GECV): anunciada en septiembre de 2023, este grupo es una asociación formada por más de 50 empresas de diversos tamaños y perfiles en la que compartimos un enfoque ambicioso a la hora de abordar los retos medioambientales. Forman parte grandes empresas que representan al 40% del IBEX y también pymes implicadas en la innovación, que suman un total de

250.000 trabajadores. Sus objetivos son: ▪ Fomentar la colaboración público-privada para avanzar conjuntamente en los retos ambientales ▪ Contribuir a la generación y difusión del conocimiento necesario para el desarrollo sostenible ▪ Influir en la creación de unas condiciones favorables para una economía baja en carbono ▪ Colaborar en la protección de la biodiversidad, la calidad del aire, del suelo y del agua ▪ Incidir en las políticas que permitan activar los cambios necesarios

P: ¿Qué políticas de sostenibilidad y ESG ha reforzado su empresa a raíz de la pandemia? ¿Qué retos han enfrentado en la implementación de estas políticas y cómo los han superado?

R: En GSK trabajamos desde hace más de 20 años para conseguir un impacto neto cero en el clima y un impacto neto positivo en la naturaleza, compromiso que nos ha llevado a ser reconocidos por **el Dow Jones Sustainability Index** (DJSI del S&P Global CSA) de 2021 como la compañía farmacéutica más sostenible del mundo.

En 2023 fuimos nuevamente incluidos en el DJSI global y europeo. o CDP, organización mundial sin ánimo de lucro que gestiona el sistema mundial de divulgación medioambiental para empresas, ciudades, estados y regiones, ha publicado en diciembre de 2022 su puntuación anual de rendimiento medioambiental corporativo.

Se calificaron las presentaciones de 15 000 empresas, de las cuales solo 330 lograron una puntuación máxima en una de las siguientes categorías: clima (emisiones de carbono), seguridad hídrica y actividades de deforestación relacionadas con la madera y el aceite de palma. GSK obtuvo la calificación A- por clima, B por seguridad hídrica, A- por aceite de palma y B por madera.

Estos son excelentes resultados porque la CDP eleva regularmente el nivel de lo que califica como liderazgo ambiental. Y son un reconocimiento al trabajo que todos hacemos todos los días para reducir el impacto ambiental de GSK.

GSK ocupó el 2º lugar en nuestra industria en resultados ESG (criterios ambientales, sociales y de gobernanza), según la **Evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA) de Standard & Poor's del 2022 y en 2023** avanzamos más, siendo la compañía de nuestro sector con que alcanzó la puntuación más alta en esta evaluación

Este reconocimiento demuestra nuestro fuerte enfoque en ser una compañía responsable en nuestras **6 áreas ESG: medio ambiente, acceso, salud global y seguridad sanitaria, diversidad, equidad e inclusión, gobernanza de nuestros productos y estándares éticos.**

Hemos sido reconocidos en enero de 2023 con el sello **Terra Carta de la iniciativa Sustainable Markets Initiative** -que se puso en marcha en Davos 2020- por nuestro compromiso y acciones en sostenibilidad. El sello reconoce a las compañías que tienen un firme compromiso en poner la naturaleza, las personas y el planeta en el centro de su negocio. o

En 2023, y por quinto año consecutivo, hemos sido reconocidos por la revista Science dentro de las 20 mejores empresas biotech y farma como top employer (posición 12)

En 2023 también hemos sido reconocidos por Stonewall como una compañía Top Global Employer por su compromiso con el apoyo de la comunidad LGTBIQ+ en nuestro sitio de trabajo.

Todos estos reconocimientos son un ejemplo de los esfuerzos realizados en sostenibilidad tras la pandemia

Desde el año 1998 hemos avanzado mucho en materia de sostenibilidad, trabajando por la implementación de un sistema de gestión del medioambiente, la seguridad, la salud, el bienestar y la sostenibilidad de acuerdo con los Standards internacionales ISO 14001, ISO 45001 y Modelo de Empresa Saludable (basado este último en la guía establecida por la Organización Mundial de la Salud).

En GSK nos adelantamos a la enfermedad tomando medidas relacionadas con el clima y la naturaleza, porque sin un planeta sano, no tendremos personas sanas.

La emergencia climática también es una emergencia sanitaria. Por ejemplo, la contaminación del aire empeora las enfermedades respiratorias, el clima más cálido y húmedo pone a más personas en riesgo de malaria y otras enfermedades transmitidas por mosquitos, y la destrucción de los bosques aumenta el riesgo de pandemias. Cuidar del planeta es otra forma más de prevención.

El sector de la salud en su conjunto (del que también forman parte los sistemas sanitarios) también son parte del problema, contribuyendo con casi el 5% de las emisiones globales de carbono a nivel mundial siendo la mitad de ellas a causa de las cadenas de suministro de fabricación

Estamos trabajando con distintos partners para construir sistemas sanitarios más ecológicos y resistentes que puedan hacer frente al cambio climático y a la pérdida de biodiversidad a la vez que contaminan menos. Hemos mapeado nuestra huella de carbono a lo largo de toda nuestra cadena de valor para asegurarnos de entender bien dónde debemos enfocar nuestros esfuerzos. Como resultado, sabemos que aproximadamente el 8% de nuestra huella de carbono proviene directamente de nuestras propias operaciones y alrededor del 92% de las emisiones son indirectas, es decir, de nuestros proveedores, pacientes y logística.

Durante esta última década, hemos transformado sustancialmente nuestros modelos de producción, reduciendo, por ejemplo, en hasta un 34% las emisiones de carbono, y

realizando importantes inversiones en energías renovables (más de 58 millones de euros en 2021).

En 2021 redujimos las emisiones indirectas de carbono de nuestras propias operaciones a nivel global en un 13% en comparación con 2020. o En 2022 el 73% de la energía que utiliza la compañía proviene de fuentes renovables y para 2030 el compromiso es que sea el 100%.

En GSK España, en el site de Tres Cantos, el 100% de la electricidad proviene ya de fuentes renovables. En 2023 en el site de Aranda de Duero se ha puesto en marcha un huerto solar. El total de superficie aproximada ocupada por las placas es de 37.000 metros cuadrados, con la instalación de 6 000 placas y con una inversión de 4 millones de euros. Creemos que se podrán generar más de 5.700 MWh al año en energía renovable, lo que supone un 30% del consumo energético actual de la planta y una reducción de casi 1.500 toneladas de CO₂. Esto se suma a que en los últimos años se han puesto en marcha diversas medidas como la utilización de maquinaria más eficiente o la instalación de estaciones de carga de vehículos eléctricos. En noviembre del 2022, ya se había logrado una disminución de un 11% en el gasto de electricidad, gas natural y gasoil en la planta.

En febrero de 2024 anunciamos un Acuerdo Virtual de Compra de Energía (VPPA) entre con IGNIS al que se ha llegado gracias al trabajo de Schneider Electric. Gracias a este acuerdo: Cubriremos aproximadamente el 50% de nuestra demanda total de electricidad en Europa continental durante 12 años, a partir de mediados de 2026. Se producirán 200 GWh de certificados de electricidad renovable al año (el equivalente a suministrar energía a unos 32.900 hogares europeos durante un año.) Reduciremos, aproximadamente, 72.000 toneladas de emisiones de CO₂ anuales. Se van a construir dos huertos solares en España para poner en marcha este acuerdo

Además, anunciamos el pasado noviembre de 2020 nuevos objetivos de sostenibilidad ambiental (que se actualizaron en 2023), con el objetivo de tener un impacto neto cero en

el clima y un impacto neto positivo en la naturaleza con metas ambiciosas establecidas para 2030 y 2045.

Estamos invirtiendo mil millones de libras entre 2020 y 2030 para lograr estos objetivos de sostenibilidad.

En concreto, estos objetivos son: o

Impacto neto cero en el clima: - 100% de uso de electricidad de fuentes de energía renovables para 2025 (alcance 2).

- Reducción del 80 % de las emisiones de carbono e inversión en soluciones basadas en la naturaleza para compensar el 20 % restante de nuestra huella para 2030 (todos los alcances) - Cero emisiones netas en toda nuestra cadena de valor para 2045 (todos los alcances) o Impacto neto cero en la naturaleza:

- Agua: Buena administración del agua en todas nuestras instalaciones para 2025 y reducción del uso general de agua en un 20% para 2030. Operaciones neutras en uso de agua, y con proveedores clave, en regiones con escasez de recursos hídricos para 2030. Uso de niveles de ingredientes farmacéuticos activos de impacto cero (1) para todos los sitios con presencia de GSK y proveedores clave para 2030.

- Deshechos y materiales: Residuos operativos cero (2), incluida la eliminación de plásticos de un solo uso (3) para 2030. Reducción del 25 % del impacto ambiental de nuestros productos y embalajes para 2030. 10% de reducción de residuos de la cadena de suministro para 2030.

- Biodiversidad Impacto positivo en la biodiversidad en todos los sitios en los que GSK tiene presencia (4) para 2030. 100 % de uso de materiales de origen sostenible (los materiales derivados de la agricultura, la silvicultura y el mar obtenidos de forma sostenible) y libres de deforestación para 2030 (5).

En 2022 alcanzamos nuestro objetivo del 90 % de papel y aceite de palma de origen sostenible.

En esta línea, a partir de 2023 la compañía requerirá a sus **proveedores** que tomen medidas en sus compromisos con la sostenibilidad y los acompañará en este camino para que realicen mejoras en sus emisiones, energía, calor, transporte, residuos, agua y biodiversidad.

Las cadenas de suministro representan una proporción significativa de la huella ambiental de la industria farmacéutica, en particular la fabricación de ingredientes farmacéuticos activos (API), cuya producción requiere muchos recursos en términos de calor, energía y agua.

El 40 % de la huella de carbono de GSK se encuentra dentro de su cadena de suministro, y los proveedores representan una parte sustancial del impacto de la compañía en el agua, los residuos y la biodiversidad a nivel mundial. Por ello, para nosotros es fundamental trabajar con nuestras cadenas de suministro para lograr nuestros ambiciosos objetivos ambientales de carbono neto cero y restaurar la biodiversidad.

Todas estas iniciativas se añaden a los excelentes progresos conseguidos ya en los últimos 10 años, como los siguientes:

- Una reducción del 34 % de las emisiones de carbono de alcance 1 y 2 desde 2017.
- Una reducción del 78 % de los residuos que van a vertedero en todas las operaciones mundiales.
- Una reducción del 31 % en el uso total del agua
- Hemos sido el partner de salud de la COP26 de Glasgow.

P: ¿Cuáles han sido los principales desafíos que su empresa ha enfrentado en el desarrollo y distribución de vacunas/medicamentos durante la pandemia?

R: Sin lugar a dudas garantizar el suministro de nuestras vacunas y medicamentos durante la pandemia. Muchos de ellos considerados medicamentos crítico, especialmente los antibióticos y los medicamentos para enfermedades respiratorias

P: ¿Qué lecciones ha aprendido su empresa de la gestión de la crisis del Covid-19 y cómo las está aplicando para el futuro?

R: Como dice nuestra misión unimos ciencia, tecnología y talento para adelantarnos a la enfermedad. Creo que la pandemia nos ha enseñado que debemos invertir más en la prevención y convencer a los Gobiernos que estén mejor preparados

P: ¿Puede describir los principales programas de equidad en salud que GSK ha implementado durante la pandemia? ¿Qué Estrategias ha adoptado GSK para mejorar el acceso a medicamentos en regiones de bajos ingresos?

R: Lo que hemos contribuido siempre es no diferenciar a los pacientes sin perjuicio en qué lugar se encuentren en el mundo. Llevamos más de 7 años consecutivos siendo la empresa líder en proveer medicamentos a los países en vías de desarrollo que más lo necesitan. Así lo reconoce la *Access to Medicine Foundation*

P: ¿Cómo ha afectado la pandemia a estos esfuerzos y crees que ha mejorado la reputación?

R: En los últimos barómetros de reputación del sector nuestra contribución a la prevención, la vacunación en adultos y la salud global son áreas que se han valorado muy positivamente. Pero debemos seguir trabajando en este sentido

9.2 Entrevista Pfizer

P: ¿Cómo ha cambiado la percepción pública de su empresa antes y después de la pandemia de Covid-19?



R: La percepción pública de Pfizer ha cambiado significativamente antes y después de la pandemia de Covid-19. Antes de la pandemia, Pfizer era una de las compañías farmacéuticas más grandes y rentables del mundo, pero también enfrentaba críticas por sus altos precios, sus prácticas de marketing y sus escándalos legales. Muchas personas desconfiaban de la industria farmacéutica en general y de sus motivaciones e intereses. Después de la pandemia, Pfizer se convirtió en una de las empresas líderes en el desarrollo y distribución de una vacuna eficaz contra el coronavirus, en colaboración con BioNTech. Gracias a este logro, Pfizer mejoró su imagen pública y su reputación como una empresa innovadora, responsable y comprometida con la salud global.

Sin embargo, también hubo algunos aspectos negativos que afectaron a la percepción pública de Pfizer durante y después de la pandemia. Algunos de ellos fueron:

- La escasez y la desigualdad en el acceso y la distribución de la vacuna, que generó frustración y resentimiento en algunos países y regiones que no pudieron obtener suficientes dosis o que tuvieron que pagar precios muy elevados.
- La desinformación y las teorías conspirativas sobre la vacuna, que difundieron falsedades y temores sobre su seguridad, su eficacia y sus posibles efectos secundarios. Algunas personas también cuestionaron la transparencia y la ética de Pfizer en el proceso de investigación y aprobación de la vacuna.
- La controversia sobre la protección de la propiedad intelectual y las patentes de la vacuna, que enfrentó a Pfizer con algunos gobiernos y organizaciones que pedían su liberación para facilitar la producción y el acceso global.

Es posible que la reputación de Pfizer sea diferente en España que, a nivel global, ya que España ha tenido un alto nivel de vacunación y una buena relación con Pfizer, que ha suministrado la mayoría de las dosis recibidas por el país.

P: ¿Qué iniciativas de RSC ha implementado su empresa desde el inicio de la pandemia? ¿Cómo evalúa el impacto de estas iniciativas en la comunidad y en la percepción pública de su empresa?

R: Entre las iniciativas de RSC que Pfizer.inc ha implementado desde el inicio de la pandemia, podemos destacar las siguientes:



- Donado más de 70 millones de dólares a organizaciones humanitarias y sanitarias que trabajan en la primera línea de respuesta al COVID-19.
- Creado un fondo de ayuda para los empleados afectados por la crisis, que ofrece apoyo financiero, asistencia psicológica y orientación laboral.
- Ampliado nuestro programa de voluntariado corporativo, facilitando que los empleados puedan dedicar parte de su tiempo de trabajo a colaborar con entidades sociales que necesitan ayuda.
- Impulsamos proyectos de innovación social, como el desafío Pfizer Breakthrough, que premia las mejores ideas de emprendimiento social relacionadas con la salud y el bienestar.
- Hemos reforzado nuestro compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión, lanzando iniciativas de formación, sensibilización y mentoría para fomentar una cultura inclusiva y combatir la discriminación.
- Conseguimos reducir nuestra huella ambiental, incrementando el uso de energías renovables, optimizando el consumo de agua y reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero.

Evaluamos el impacto de estas iniciativas mediante indicadores cuantitativos y cualitativos, que nos permiten medir el alcance, la eficacia y la satisfacción de los beneficiarios y los involucrados. También realizamos encuestas de clima laboral, reputación corporativa y responsabilidad social, que nos dan una visión de cómo percibe la comunidad y la opinión pública nuestra empresa.

P: ¿Qué políticas de sostenibilidad y ESG ha reforzado su empresa a raíz de la pandemia? ¿Qué retos han enfrentado en la implementación de estas políticas y cómo los han superado?

R: Entre las políticas de sostenibilidad y ESG que hemos reforzado a raíz de la pandemia se encuentran:

- El compromiso con la salud y el bienestar de nuestros empleados, clientes, proveedores y comunidades, garantizando medidas de prevención, protección y apoyo psicológico, así como facilitando el teletrabajo y la conciliación familiar.

- La colaboración con entidades públicas y privadas, nacionales e internacionales, para acelerar el desarrollo, la producción y el acceso equitativo a vacunas, medicamentos y diagnósticos contra el Covid-19, contribuyendo al esfuerzo global por salvar vidas y frenar la pandemia.
- La contribución a la recuperación económica y social de los países y regiones donde operamos, mediante el apoyo a proyectos de innovación, educación, emprendimiento y desarrollo sostenible, especialmente enfocados en poblaciones vulnerables y desfavorecidas.
- La transparencia y la rendición de cuentas sobre nuestro desempeño ambiental, social y de gobernabilidad.

Algunos de los retos que hemos enfrentado en la implementación de estas políticas han sido:

- Rápida y eficiente adaptación a un escenario cambiante y complejo, que ha requerido una coordinación constante entre nuestras distintas áreas y departamentos, así como con nuestros socios externos.
- Gestión de la cadena de suministro y la logística, que ha supuesto un gran desafío para asegurar la calidad, seguridad y disponibilidad de nuestros productos, especialmente de las vacunas, que tienen unas condiciones de almacenamiento y transporte muy específicas.
- La comunicación efectiva y veraz con nuestros públicos internos y externos.

Para superar estos retos, hemos aplicado las siguientes estrategias:

- Fortalecimiento de nuestro liderazgo, fomentando el trabajo en equipo, la agilidad, flexibilidad y resiliencia, así como el reconocimiento y la motivación de nuestros profesionales.
- Hemos intentado mejorar nuestros procesos y recursos, aprovechando las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías y la digitalización.
- Pfizer se ha esforzado en asumir el rol de ser parte de la solución en caso de que hubiera potencialmente nuevas pandemias.



P: ¿Cuáles han sido los principales desafíos que su empresa ha enfrentado en el desarrollo y distribución de vacunas durante la pandemia?

R: Los principales desafíos han sido la escala y la velocidad de la producción, la logística y almacenamiento de las dosis, así como la coordinación con las autoridades sanitarias y los gobiernos. Hemos tenido que adaptarnos a un entorno dinámico y complejo, donde las necesidades y las condiciones cambian constantemente.

P: ¿Qué lecciones ha aprendido su empresa de la gestión de la crisis del Covid-19 y cómo las está aplicando para el futuro?

R: Algunas de las lecciones que hemos aprendido son:

- La importancia de la colaboración y la asociación entre los sectores público y privado, así como con otras empresas farmacéuticas, para acelerar el desarrollo y la entrega de vacunas seguras y eficaces.
- La necesidad de invertir en capacidades digitales y de datos
- Innovar y transformar nuestra forma de trabajar, aprovechando la flexibilidad, la agilidad y la diversidad de nuestro talento.
- El compromiso de seguir siendo una empresa socialmente responsable, que contribuye a la equidad sanitaria global, al acceso asequible a las vacunas y al cuidado del medio ambiente.

Las estamos aplicando, implantando las lecciones en la operativa diaria de los equipos.

P: ¿Cómo ha influido el desarrollo de la vacuna de ARNm en la estrategia de I+D de Pfizer para futuros productos?

R: El desarrollo de la vacuna de ARNm ha demostrado el enorme potencial de esta tecnología para generar respuestas inmunitarias robustas y rápidas contra diferentes patógenos. Pfizer ha incorporado la tecnología de ARNm como una de las plataformas clave de su estrategia de I+D.

P: ¿Qué planes tiene Pfizer para expandir el uso de la tecnología de ARNm en otras áreas terapéuticas?



R: Los planes en este momento se encuentran en desarrollo, siendo supervisado por nuestro departamento médico.

P: ¿Cómo ha manejado Pfizer la crítica sobre los precios de las vacunas durante la pandemia?

R: Pfizer ha defendido el precio de sus vacunas basado en un hecho contrastable como es, el valor que aportan las vacunas a la sociedad y a la economía, así como en el costo de investigación y desarrollo que Pfizer llevó a cabo.

P: ¿Qué estrategias están implementando para garantizar un acceso equitativo a sus productos en países de ingresos bajos y medios?

R: Pfizer ha ofrecido precios diferenciales según el nivel de ingreso de cada país, y ha donado importante cantidad de dosis a iniciativas globales como COVAX.

9.3 Entrevista AstraZeneca

P: ¿Cómo ha cambiado la percepción pública de su empresa antes y después de la pandemia de Covid-19?

R: La percepción pública de AstraZeneca ha evolucionado considerablemente desde la pandemia. Durante la crisis sanitaria, AstraZeneca se convirtió en un actor clave en la lucha contra el virus a través de su asociación histórica con la Universidad de Oxford para desarrollar y suministrar a nivel mundial una vacuna sin fines de lucro. Según estimaciones independientes, solo en el primer año de uso se salvaron más de 6,5 millones de vidas y se suministraron más de 3.000 millones de dosis en todo el mundo. Nuestros esfuerzos han sido reconocidos por gobiernos de todo el mundo y son ampliamente considerados como un componente fundamental para poner fin a la pandemia mundial.

En España llevamos a cabo una sólida estrategia basada en la colaboración y la comunicación proactiva que nos ha permitido fortalecer nuestra reputación en España. En 2023 alcanzamos un importante hito: nuestra compañía fue reconocida como la tercera compañía farmacéutica con mejor reputación en España según el Monitor de Reputación

Sanitaria (MRS), realizado por MERCO. Se trata del único estudio independiente que analiza la reputación de toda la sanidad española y cuenta con el aval de las organizaciones colegiales de médicos y enfermeros, así como de las asociaciones de pacientes y periodistas sanitarios.

P: ¿Qué medidas ha tomado su empresa para mejorar o mantener su reputación durante y después de la pandemia? ¿Crees que la reputación es diferente en España que a nivel global?

R: En AstraZeneca nos apoyamos en tres palancas clave para gestionar la reputación durante la pandemia en España: la preparación, la comunicación proactiva y abierta con nuestros diferentes públicos, y la colaboración con todo el ecosistema: los gobiernos e instituciones, expertos y líderes de opinión, la comunidad médica y científica, las asociaciones de pacientes y los medios de comunicación.

Tanto en España como a nivel global AstraZeneca ha trabajado para posicionarse como una de las principales compañías farmacéuticas del mundo y destacar su orgullo por contribuir a la lucha contra la mayor crisis sanitaria del siglo.

P: ¿Qué iniciativas de RSC ha implementado su empresa desde el inicio de la pandemia? ¿Cómo evalúa el impacto de estas iniciativas en la comunidad y en la percepción pública de su empresa?

R: En AstraZeneca queremos aportar valor a la sociedad más allá de nuestros medicamentos. Desde el inicio de la pandemia, impulsamos varias iniciativas de RSC, como el suministro equitativo de vacunas a través de COVAX y programas de apoyo a comunidades vulnerables. Desde el fin de la pandemia, hemos reafirmado nuestro compromiso para contribuir a un futuro más sostenible para las personas, la sociedad y el planeta. Nuestra estrategia de RSC se sustenta y tres pilares: acceso a los cuidados básicos de salud, protección del medioambiente y ética y transparencia.



Nuestro objetivo es ser un aliado estratégico de los sistemas sanitarios y estamos trabajando junto a todo el ecosistema de salud para impulsar un modelo de salud cada vez más preventivo, participativo y personalizado. Evaluamos el impacto de todos nuestros proyectos e iniciativas, analizando distintos indicadores y haciendo un seguimiento de la percepción pública de nuestra empresa. A través de este firme compromiso, estamos contribuyendo a fortalecer nuestra reputación como empresa comprometida con la salud global, generando un impacto positivo en las comunidades en las que operamos.

P: ¿Qué políticas de sostenibilidad y ESG ha reforzado su empresa a raíz de la pandemia? ¿Qué retos han enfrentado en la implementación de estas políticas y cómo los han superado?

R: La pandemia marcó un antes y un después en todas las compañías. Desde entonces, en AstraZeneca hemos reforzado aún más nuestra colaboración con sistemas sanitarios para garantizar el acceso equitativo a medicamentos y abordar los grandes desafíos de salud de nuestro tiempo, como el envejecimiento de la población o las enfermedades crónicas. Queremos contribuir activamente a la sostenibilidad del sistema sanitario, promoviendo la prevención, el diagnóstico precoz y la medicina de precisión. Aunque enfrentamos retos en la integración de estas políticas, trabajamos para superarlos mediante la colaboración y la innovación en los procesos.

P: ¿Cuáles han sido los principales desafíos que su empresa ha enfrentado en el desarrollo y distribución de vacunas durante la pandemia?

R: El gran reto fue la necesidad de desarrollar una vacuna para una enfermedad totalmente desconocida en un tiempo récord, garantizando al mismo tiempo su seguridad y eficacia. En AstraZeneca asumimos con determinación ese desafío desde el principio de la pandemia, y eso a pesar de que no éramos una compañía dedicada al desarrollo de vacunas. Gracias a la innovación científica y la colaboración sin precedentes logramos desarrollar una vacuna que ha contribuido a salvar millones de vidas.



Otro desafío clave fue el ser capaces de producir y distribuir nuestra vacuna para dar respuesta a una demanda mundial. Trabajamos sin descanso para asegurar que la vacuna llegara a todas las regiones del mundo, incluidas aquellas con infraestructuras sanitarias limitadas. Para lograrlo, trabajamos estrechamente junto a las instituciones y gobiernos locales e internacionales, y establecimos acuerdos de colaboración con aliados estratégicos para asegurar que millones de dosis estuvieran disponibles para toda la población lo antes posible.

P: ¿Qué lecciones ha aprendido su empresa de la gestión de la crisis del Covid-19 y cómo las está aplicando para el futuro?

R: La gestión de la crisis del Covid-19 nos dejó valiosas lecciones que están moldeando nuestro enfoque hacia el futuro, destacando la importancia crucial de la innovación y la colaboración. En primer lugar, aprendimos que la innovación es esencial para enfrentar desafíos globales. Durante la pandemia, la velocidad con la que desarrollamos y distribuimos la vacuna fue posible gracias a una combinación de investigación científica avanzada y la adopción de nuevas tecnologías.

En segundo lugar, la colaboración fue fundamental para superar la crisis. Nuestra alianza con la Universidad de Oxford y nuestra participación en iniciativas globales como COVAX demostraron que el trabajo conjunto con gobiernos, instituciones científicas y organizaciones internacionales puede acelerar soluciones y maximizar el impacto. Este espíritu de colaboración sigue siendo un pilar de nuestra estrategia, y estamos fortaleciendo alianzas para abordar futuros desafíos en salud pública, asegurando que el acceso equitativo y la innovación continúen siendo prioritarios en nuestra misión.

P: ¿A qué se ha debido la retirada de vuestra vacuna contra el Covid-19? ¿Cómo habéis manejado las críticas acerca de este asunto?

R: La retirada de la vacuna contra la Covid-19 se debió a la solicitud presentada por AstraZeneca por razones comerciales. Dado que desde el fin de la pandemia se han desarrollado múltiples variantes de vacunas contra la COVID-19, se ha producido una



disminución en la demanda de Vaxzevria, que ya no se fabrica ni suministra. Por ello, en AstraZeneca hemos tomado la decisión de iniciar la retirada de las autorizaciones de comercialización de Vaxzevria en Europa.

La sólida relación establecida por AstraZeneca con los medios de comunicación, los líderes de opinión del sector de la salud y los miembros de la comunidad científica durante la pandemia ha sido fundamental para facilitar una gestión proactiva de esta información y mitigar cualquier impacto negativo en la reputación de AstraZeneca en relación con la retirada. Los medios de comunicación y los propios expertos no tardaron en contrarrestar las desinformaciones que surgieron alrededor de la noticia, gracias al diálogo abierto mantenido con el equipo de comunicación.

P: ¿Cómo ha influido la colaboración con entidades globales como COVAX en la reputación de AstraZeneca?

R: La colaboración con COVAX ha puesto en valor nuestro compromiso con la equidad en el acceso a la vacunación contra la Covid-19, especialmente en países de ingresos bajos y medios. A través de COVAX, AstraZeneca pudo suministrar millones de dosis de su vacuna a comunidades que, de otra manera, habrían tenido un acceso limitado a la inmunización. Asimismo, esta alianza ha subrayado nuestra capacidad de cooperación efectiva con organizaciones internacionales, gobiernos y otros actores clave del sector salud.

P: ¿Qué avances ha realizado AstraZeneca en la reducción de su huella de carbono y la implementación de envases sostenibles?

R: En AstraZeneca queremos ser parte activa del cambio necesario para garantizar un futuro saludable y sostenible. Estamos implementando iniciativas para reducir la huella medioambiental en todos los procesos y potenciando la inversión en capital natural y soluciones basados en la naturaleza. A través de nuestra estrategia Ambition Zero Carbon nos hemos comprometido lograr cero emisiones de carbono en nuestras operaciones globales para 2025 y garantizar que nuestra cadena de valor tenga una huella de carbono negativa para 2030.

Asimismo, estamos avanzando en el desarrollo de envases más sostenibles, apostando por tecnologías que mitiguen el impacto medioambiental de nuestros productos y fomentando el uso de materiales reciclables. Por ejemplo, estamos impulsando el uso de inhaladores de próxima generación, que reducen las emisiones de gases de efecto invernadero. En el caso de España, formamos parte del proyecto piloto de la AEMPS trabajando en la introducción de ePI (Electronic Product Information) que busca eliminar el prospecto en papel en algunos de nuestros medicamentos para una atención sanitaria más sostenible.

P: ¿Cómo evalúa el impacto de estas políticas en la percepción pública y en la operación de la empresa?

R: Este enfoque está generando mayor confianza entre nuestros stakeholders y fortaleciendo nuestra relación con la sociedad. Y operativamente, estas políticas nos están permitiendo optimizar procesos y alinearnos con regulaciones ambientales más estrictas. De este modo, nuestro compromiso genuino con la sostenibilidad no solo contribuye al bienestar del planeta, sino que también mejora nuestra competitividad y resiliencia frente a futuros desafíos ambientales.

Un hito en este sentido en España es nuestra adhesión en 2023 al Pacto por la Biodiversidad y el Capital Natural, una iniciativa respaldada por el Ministerio de Transición Ecológica. A través de esta adhesión, evaluamos continuamente nuestro impacto ambiental y trabajamos activamente para contribuir a la restauración del ecosistema natural. Asimismo, llevamos años recibiendo el triple sello MITECO 'calculo, reduzco y compenso' que reconoce los esfuerzos de las organizaciones en la lucha contra el cambio climático. Estos logros muestran cómo nuestras políticas de sostenibilidad no solo benefician al medio ambiente, sino que también fortalecen nuestra relación con la sociedad y alinean nuestros objetivos empresariales con un futuro más sostenible.

9.4 Entrevista Farmaindustria

P: Desde la perspectiva de Farmaindustria, ¿cómo ha cambiado la percepción de la industria farmacéutica en España y a nivel global desde el inicio de la pandemia?

R: En Farmaindustria medimos con un monitor de reputación realizado por la consultora Thinking Heads la percepción social de la industria farmacéutica en España desde el año 2021. Este monitor realiza de forma mensualizada 2.500 encuestas cualificadas (solo completan la encuesta aquellas personas que el entrevistador sitúa en los niveles 3, 4 y 5 de conocimiento del sector) al año. Gracias a los análisis realizados por este monitor hemos podido comprobar cómo la percepción social de nuestro sector ha mejorado su reputación en los últimos años tras la pandemia, sobre todo la componente emocional de la misma. En este sentido, la reputación emocional también ha sufrido altibajos en estos últimos años. Llegó a alcanzar niveles de lo que se considera reputación fuerte (70-80) durante 2021, pero bajó en 2022 situándose en valores moderados (60-70). No obstante, en 2023 los valores de reputación emocional han vuelto a situarse en el rango de la reputación fuerte, superando de nuevo los 70 puntos

.

La pandemia desde luego ha dado a la industria una exposición y un reconocimiento social innegable que podemos percibir en estos estudios de percepción. No disponemos de datos globales propios de reputación, pero los que elaboran nuestros colegas de las patronales europea (EFPIA) y mundial (IPFMA) apuntan en la misma dirección.

P: ¿Qué iniciativas ha liderado Farmaindustria para mejorar la reputación del sector farmacéutico durante y después de la pandemia?

R: Farmaindustria tiene una actividad intensa de comunicación y de generación de evidencia del impacto positivo de la industria farmacéutica en España dirigida precisamente a mejorar la reputación del sector. El impacto de las más de 120 notas de prensa, reportajes y notas informativas que publica Farmaindustria anualmente supera las 700 publicaciones en medios de comunicación tanto especializados como generalistas en todos los soportes: digital, impreso, radio y televisión. Además de la actividad



informativa y de la intensidad de la comunicación a través de redes sociales propias (casi 70.000 seguidores en LinkedIn y + de 35.000 en Twitter), desde Farmaindustria se han liderado en los últimos años distintos proyectos con un enorme potencial de impacto sobre la percepción social de las compañías farmacéuticas. Quizá la simple cifra de realización de 46 actos públicos propios en el año 2023 (presentación de informes, encuentros profesionales, reuniones técnicas, etc...) ya habla por sí sola de las iniciativas lideradas por Farmaindustria para mejorar la percepción social de la industria. Por citar sólo algunos de los mejores ejemplos de proyectos concretos del último año pueden ser:

- Informe ‘El valor del medicamento desde una perspectiva social’ realizado por la Fundación Weber desde el año 2019 (última edición, 2024).
- Lanzamiento de la plataforma Jóvenes en Farma
- Primer informe de Sostenibilidad de la industria farmacéutica: ‘Sostenibilidad en cifras: Impacto social y medioambiental de la industria farmacéutica’

P: ¿Qué cambios en las políticas de gobernanza han observado entre las empresas farmacéuticas miembros de Farmaindustria durante la pandemia?

R: Durante la pandemia pudimos ver cómo compañías rivales establecieron en muchos casos alianzas para mejorar la producción y distribución de medicamentos y material sanitario de todo tipo. Esas buenas prácticas tan necesarias en aquel momento de crisis sanitaria han venido para quedarse y la sociedad percibe ahora un sector farmacéutico comprometido en primer lugar con el bienestar de los pacientes y de la sociedad en su conjunto.

P: ¿Cómo cree que estos cambios han influido en la confianza del público y en la percepción de la responsabilidad corporativa en el sector?

De nuevo cito los datos de los que disponemos gracias al monitor de reputación de la industria farmacéutica porque las compañías están situadas en valores de reputación fuertes (+75) en lo que a responsabilidad social y calidad de producto. Y en términos de



Gobernanza la reputación ha subido cuatro puntos sólo en el último año, aunque sigue situado en valores de reputación moderada en este campo.

P: ¿Cómo han influido las colaboraciones de Pfizer, AstraZeneca y GSK con organismos internacionales y gobiernos en la reputación del sector farmacéutico? ¿Qué papel ha jugado Farmaindustria en facilitar o apoyar estas colaboraciones?

R: La pandemia puso la mirada de toda la sociedad sobre la industria farmacéutica y quizá pudo percibirse mejor el enorme trabajo de colaboración público-privada y la relación de confianza y trabajo estrecho que las compañías tienen desde hace años con las administraciones, gobiernos y organismos internacionales. Seguramente, estas tres compañías, y algunas otras, ayudaron a visibilizar este papel de la industria farmacéutica y desde luego ayudaron a mejorar la reputación y la confianza de la sociedad en este sector basado en la I+D.

Durante la pandemia, las investigaciones para el desarrollo de las vacunas abrían los telediaris, por lo que Farmaindustria tuvo una fuerte presencia en los medios para explicar cómo se estaban sumando todos los esfuerzos públicos y privados para obtener vacunas en tiempo récord. El trabajo compartido de científicos de todo el mundo, tanto en la academia como en la industria, la colaboración con las agencias reguladoras y la existencia de múltiples proyectos de muchas compañías farmacéuticas y centros de investigación para tener opciones terapéuticas fueron elementos críticos de ese proceso. Pero con el descubrimiento y aprobación de las vacunas no habíamos hecho más que empezar: la industria tenía que escalar la producción para poner a disposición de los gobiernos miles de millones de dosis en el menor tiempo posible. Esto se consiguió gracias, entre otras cosas, a los acuerdos de compra anticipada, que fue el sistema elegido por la Unión Europea para que todos los ciudadanos de la Unión dispusieran de vacunas en el mismo momento, mediante una negociación centralizada con las compañías. Farmaindustria siguió muy estrechamente todo el proceso, apoyando sobre todo en el plano mediático en unos momentos muy críticos y con alta incertidumbre.



P: ¿Qué desafíos enfrentaron Pfizer, AstraZeneca y GSK en la distribución de vacunas en España y cómo los abordaron? ¿Cómo evaluaría Farmaindustria la eficacia de estas empresas en superar dichos desafíos?

R: Los desafíos fueron enormes. La industria farmacéutica tuvo, no sólo que desarrollar una vacuna en tiempo récord, sino que escalar su producción y distribución a escala global en un plazo vertiginoso desconocido hasta esta pandemia. En España, varios de los desarrolladores de vacunas globales hicieron acuerdos con compañías farmacéuticas españolas, que participaron en esa proeza de escalar la producción de vacunas para todo el mundo. Rovi firmó acuerdos con Moderna, Reig Jofre con Janssen. Por su parte, varias compañías líderes en vacunas como GSK y Sanofi tenían sus propios proyectos de desarrollo que no llegaron a buen término, pero colaboraron con otras compañías aportando su tecnología y know how.

En cuanto a la evaluación de la capacidad de dichas empresas, y otras, para afrontar esta situación inédita y dar respuesta a la necesidad de la sociedad no puede ser otra que de excelencia, es algo reconocido por Gobiernos, agencias reguladoras, sistemas de salud, profesionales sanitarios y, en definitiva, por la sociedad en su conjunto.

P: ¿Cómo ha afectado la actuación de Pfizer, AstraZeneca y GSK la confianza pública en las vacunas y la industria farmacéutica en general?

R: España ya gozaba de una más que saludable cultura vacunal. La sociedad española confía en las vacunas, y prueba de ello fue el gran porcentaje de cobertura que se logró ya en el primer año. No obstante, sí hemos podido percibir, tanto en las encuestas de percepción como en nuestra experiencia cotidiana, que ayudaron a mejorar la percepción y la confianza en industria farmacéutica. La velocidad de desarrollo, la producción masiva en tiempo récord y los resultados de la vacunación dieron sin duda un espaldarazo a la confianza, la solvencia y la profesionalidad y rigor científico que tiene la industria farmacéutica.

P: ¿Qué medidas adicionales podrían tomar estas empresas para seguir mejorando la confianza pública?



R: Sin duda, seguir trabajando para que se conozca mejor la labor que se hace desde las compañías farmacéuticas. Un ejemplo magnífico es el del [Código de Buenas Prácticas de la Industria Farmacéutica](#), que lleva más de 20 años velando por el buen comportamiento y la conducta ética de las compañías farmacéuticas. Este código y el sistema de autorregulación son pioneros en Europa y suponen el más riguroso proceso de control de las prácticas empresariales y de relación con terceros de todos los sectores económicos en España. Pero quizá no es del todo conocido por la opinión pública. Por ese motivo, debemos intensificar la presencia pública a todos los niveles y utilizar canales propios y medios de comunicación para seguir contando a la sociedad el ejemplar comportamiento que tienen las compañías y el enorme valor que aporta la industria farmacéutica. Y no hablamos sólo de salud, sino también de impacto económico, fomento del empleo de calidad, impulso de la investigación e innovación en el país, de la producción de medicamentos y de autonomía estratégica... En definitiva, tenemos que seguir contándole a la sociedad lo que nuestras compañías hacen en el día a día y hacerlo desde una perspectiva humana, cercana, porque somos personas queriendo mejorar la vida de personas.

