

Wyeth fue adquirida por 68 mil mdd

Hasta 2012 venderá Pfizer sus productos nuevos de nutrición

• Abarcará no sólo el segmento infantil, sino el mercado de saludables

México ▶ Mario Maldonado

Será hasta 2012, cuando Pfizer lanzará su nueva línea de productos enfocados al sector de nutrición en México, en el que planea aumentar su participación de mercado e incursionar en nuevos segmentos.

Uno de los principales objetivos de Pfizer con la adquisición de su competidor Wyeth el año pasado —por un monto de 68 mil millones de dólares—, fue incrementar su presencia en el mercado de productos nutricionales.

Ernesto Loboguerrero, gerente general de Pfizer Nutrición, explicó en entrevista que actualmente trabajan en la integración operativa de las dos compañías, y rediseñando la “nueva visión” de la empresa, razón por la cual tardarán en el lanzamiento de nuevos productos.

Aunque declinó dar más detalles sobre los nuevos productos, el directivo afirmó que no necesariamente estarán enfocados al segmento infantil, sino a todo el mercado de productos de nutrición.

“Una de las primeras noticias las estaremos dando en aproximadamente un año y medio”, dijo el ejecutivo.

claves

Cálculos

• Pfizer posee 15 por ciento del mercado de fórmulas lácteas, cuyo valor se calcula en 300 millones de dólares. El segmento de nutrición representa 13 por ciento de las ventas totales de Pfizer en el país.

• La firma espera obtener un ritmo de crecimiento casi de tres por ciento este año. En el primer trimestre la demanda repuntó y sus directivos confían en que se mantenga en crecimiento durante los próximos meses.

• Casi 70 por ciento de la producción nacional es para el mercado local y el resto de exportación, manifiesta Pfizer. Para la investigación y desarrollo de productos, Pfizer invierte 77 mil millones de dólares anuales.

Añadió que el crecimiento futuro va a implicar la ampliación de su planta de producción ubicada en la Ciudad de México, donde se elaboran productos para el mercado local y de exportación.

Comentó que hace 8 años los productos de fórmulas infantiles se importaban de Irlanda y que hasta 2004, mediante una inversión de 18 millones de dólares, se triplicó la capacidad de producción de su planta de la Ciudad de México. ■ M

