

Q4 · 2021

Mexico

Stewards of Health



EXECUTIVE FORECAST

Executive Interviews • Industry Intelligence • Insightful Conclusions





Contents

Liderando hacia modelo copernicano, donde la Salud esta en el centro de nuestro universe	5
MPA: Master en Administración de Pandemias. Aprendizajes:	6
¿Cómo estar preparados para futuras situaciones de gran transformación?	9
KPI'S 2021	9
Volver al futuro	10
CDDO (Chief Digital Data Officer)	11
Entrevistas Satélite	13
- Rodrigo Ruiz - General Manager, Stendhal Pharmaceuticals, Mexico	
- Sandra Ramírez - Gerente General, Bristol Myers Squibb (BMS), México & Colombia	
- Fernando Cruz - Country President, Novartis Mexico	
- Guy Jean Savoir García - Chief Executive Officer, Carnot Mexico	
- Arturo de la Rosa - General Manager, AbbVie México	
- Jorge Ancona - General Manager Conosur, Bayer Mexico	
- Jose Maria Zubiria Maqueo - Centro Médico ABC MÉXICO	
- Juan Carlos Griera - Gerente General, Medica Sur	
- Alejandro Paolini - Managing Director, Siemens Healthineers Mexico President, AMID, Mexico	
- Hector Orellana - VP North Latam, Medtronic	
- Nicolas Linares - Executive Director & General Manager, Ultragenyx Pharmaceutical, Mexico	
- Hector Barillas - General Manager, bioMérieux Mexico	
- Jaime López de Silanes - CFM, Laboratorios Silanes	
- Vincenzo D'Elia - Gerente General, ALFASIGMA, Mexico	
- Alejandro Pineda - General Manager, Astellas	
- Sara Montero - Managing Director, Lundbeck, México, Central America and Andean Countries	
- Arturo Morales Portas - Presidente del Consejo Directivo, AMELAF Mexico	



Executive Forecast Mexico Stewards of Health 2021.

Produced by White Ink House LLC.

Credits: Executive Publisher: Ines Gray / Project Director: Santiago Nandin / Editorial: Arthur Thuot & Flora Mackinnon / Cover credit: Mike Celedonia

For exclusive interviews log onto

www.executiveforecast.com

Copyright: All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means, whether electronic, mechanical or otherwise including photocopying, recording or any information storage or retrieval system without prior written consent of White Ink House LLC. While every attempt is made to ensure the accuracy of the information contained in this report, neither White Ink House LLC. nor the authors accept any liabilities for errors and omissions. Opinions expressed in this report are not necessarily those of the authors.

Tecnología médica y especialistas al servicio de todos nuestros pacientes



En el **Centro Médico ABC** estamos comprometidos con brindarte siempre un trato humano que te hace sentir bien de la mano de nuestros especialistas y con tecnología médica avanzada. **Nuestras certificaciones nos respaldan:**



Consejo de Salubridad General

Contamos con la Certificación Nacional de Hospitales por el Consejo de Salubridad General en nuestros dos campus que reconoce el cumplimiento de los estándares necesarios para brindar servicios con seguridad en la atención médica a nuestros pacientes.



Colegio Americano de Patólogos

Acreditación para nuestro Laboratorio Clínico, Patología Quirúrgica y Banco de Sangre por cumplir con los estándares de calidad del *College American Pathologists (CAP)* en recursos humanos, equipo, instalaciones, metodología analítica y sistemas de informática.



Colegio Americano de Radiología (ACR)

Acreditación del Colegio Americano de Radiología en seguridad en la atención, calidad de la imagen y certeza diagnóstica para estudios de mastografía.



Joint Commission International (JCI)

Nuestros dos campus cuentan con la acreditación en el programa de hospitales de la *Joint Commission International (JCI)*, considerada la acreditación más rigurosa en el cuidado de la salud. Con ello, garantizamos el cumplimiento de altos estándares de seguridad y calidad en la atención médica para que nuestros pacientes reciban la mejor atención posible. Somos el único hospital en México certificado internacionalmente para la atención de enfermedades cerebrovasculares (ictus).



Pathway to Excellence®

Somos el primer hospital en México y Latinoamérica que cuenta con la designación otorgada por la *American Nurses Credentialing Center*, que reconoce que generamos ambientes positivos de trabajo en el personal de enfermería, lo que se refleja en la seguridad y calidad en el cuidado de nuestros pacientes.



Conoce más
de nosotros en
centromedicoabc.com



la vida
**nos
une***

*Registro en trámite



Stewards of Health: México 2021

Liderando hacia un modelo copernicano, donde la Salud esta en el centro de nuestro universo

Documentamos tiempos sin precedentes, la salud ha tomado un rol protagónico a la hora de tomar decisiones. Los líderes del sector de la salud hacen parte de la historia moderna, mientras navegan la nueva geopolítica del mundo, diseñando alianzas y colaborando para un fin común: mantener a la población saludable. *“La pandemia ha puesto en evidencia la capacidad y la falta de capacidad de los países para reaccionar ante una crisis. En los lugares donde históricamente no hubo inversión, hubo problemas. Las personas y empresas que históricamente invirtieron en innovación de alto valor y con capacidad prepa-*

“Las personas y empresas que históricamente invirtieron en innovación de alto valor y tenían capacidad preparada e instalada pudieron reaccionar ante la pandemia,” **Guy Savoiv, presidente de Laboratorios Carnot.**



rada e instalada reaccionaron ante la pandemia” reflexiona **Guy Jean Savoiv, Presidente del Consejo de Laboratorios Carnot.** “El impacto de la pandemia resaltó los desafíos y oportunidades del sector de la salud, no sólo en la lucha contra enfermedades transmisibles, sino también en el caso de las enfermedades crónicas y agudas. La búsqueda de nuevas oportunidades ha provocado un replanteo en la forma de liderar, redefiniendo la forma de hacer negocios y logrando un trabajo colaborativo entre los diferentes actores del sector y del gobierno. *También ha acelerado el uso de las tecnologías digitales y esto será clave para que a futuro los sistemas de salud puedan ser mucho más eficientes en la atención y seguimiento de pacientes.”* comparte **Cristobal Thompson Director General de AMIIF.**



Por su lado el Consejo Farmacéutico Mexicano, CFM está buscando una mayor vinculación de los actores en la discusión de salud, con los gremios médicos para apoyar la capacitación a través de instituciones como la Academia Nacional de Medicina,

de la UNAM. **Jaime López de Silanes, Presidente del CFM y Laboratorios Silanes** comparte “Otra prioridad es impulsar con la Secretaría de Economía un hub de fabricación en México para las Apis (Ingredientes Farmacéuticos Activos) y medicamentos ya que **Estados Unidos está buscando**



un cambio de sus proveedores asiáticos para volcarse a proveedores de estas latitudes y es una alternativa muy interesante para el futuro de nuestra industria.”

Martha Delgado Subsecretaria en la Secretaría de Relaciones Exteriores de México, quien ha tenido un rol protagónico en la geopolítica sanitaria resalta: “Hemos colaborado con la CEPAL para conocer las áreas de oportunidad y crear herramientas para mejorar la respuesta intrarregional contra la pandemia, como el Plan de Autosuficiencia Sanitaria. Es urgente generar esquemas para asegurar un acceso global e igualitario a las vacunas. Para lograrlo *se debe impulsar la producción en distintas regiones del mundo.*”



Producido por:


EXECUTIVE
FORECAST

MPA:

MASTER EN ADMINISTRACIÓN DE PANDEMIAS. APRENDIZAJES:

El MPA es el título que todos los líderes que han estado al frente de compañías durante la pandemia han adquirido al demostrar el dominio de su práctica profesional en un momento sin precedentes. Ante una previsibilidad prácticamente inexistente, adaptabilidad, flexibilidad y estar cómodos con la ambigüedad significó un aprendizaje importante. Los líderes, equipados con 'propósito' demostraron gran elasticidad para trabajar los escenarios cambiantes del presente y el futuro. Líderes del sector salud reflejan sus experiencias de los últimos 18-24 meses, desafíos transformados en aprendizajes.

“Luego de esta crisis las compañías con mejor reputación, serán las que priorizaron a las personas por sobre los resultados operacionales”. Novartis tomó la decisión de preservar la salud, garantizar acceso y proporcionar certeza a sus asociados durante la pandemia nos comparte **Fernando Cruz, Presidente Grupo Novartis México** quien a su vez considera que “un nuevo líder reconoce no tener todas las respuestas; acepta y se siente cómodo con la ambigüedad, porque un líder es tan fuerte como su colaboración con su equipo”.



Hospital Médica Sur celebra este año su 40 aniversario y **Juan Carlos Griera**, su CEO, asevera, “Entendimos que la única constante es ‘el cambio’ ante el cual debemos actuar, aunque no sin antes entender la información a nuestra disposición. Tomar decisiones correctas, hacer medicina responsable, ética, y basada en ciencia siempre trae resultados y rentabilidad, una consecuencia del obrar bien. Una desgracia global, nos ha dado una gran oportunidad de ayudar a las personas.”



“La mayor lección aprendida, es que no debemos depender de otros países” asegura **Jaime López de Silanes, Presidente del CFM**. “Necesitamos conseguir una mayor independencia en vacunas, ser más autosuficientes para no depender de terceros países en momentos claves y buscar otras alternativas”.

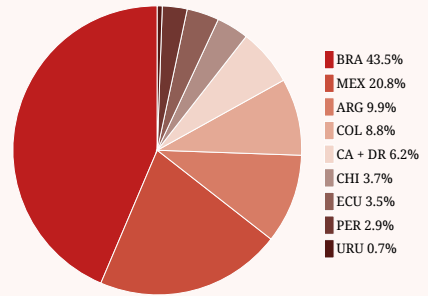


“El acercamiento a los empleados y los clientes y el valor de estar conectado vía plataformas virtuales es fundamental. Usamos este tiempo para fortalecer la relación con los médicos, entender sus necesidades y de qué manera podíamos apoyarlos a brindar una mejor atención a los pacientes y en su rol en las instituciones,” declara **Rodrigo Ruiz COO de Stendhal y Presidente de AMIIF**. “Un aspecto positivo de la pandemia es que creó conciencia y un cambio en la conducta del paciente, una mayor responsabilidad al adherir a sus tratamientos otorgándoles mejor calidad de vida. Nuestros objetivos son claros, ajustamos estrategias pero no cambiamos el propósito, demostrando que



DRUG SPEND IN LATAM ACCELERATED IN ALL COUNTRIES EXCEPT URUGUAY

Latin America Pharmaceutical Market (Retail + Non-Retail*) - MAT Aug 2021
USD billion @ constant exchange rates



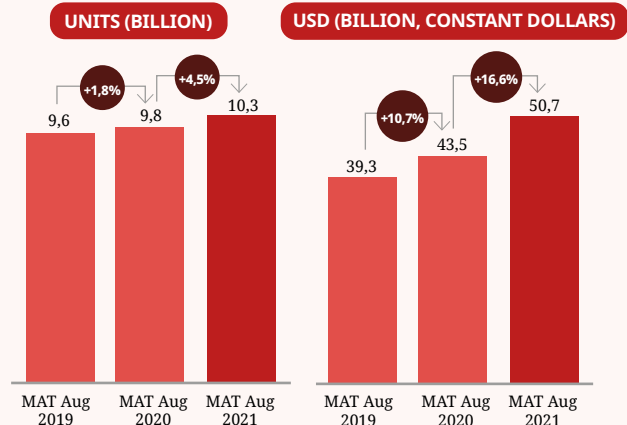
TOTAL MARKET USD 50.7 BILLION

	USD Bi	MAT Aug 2020	MAT Aug 2021	MAT Aug 2020	MAT Aug 2021
BRA	22.1	7.8%	5.0%	10.3%	13.5%
MEX	10.6	4.5%	5.3%	10.8%	14.4%
ARG	5.0	-2.8%	9.0%	57.8%	63.7%
COL	4.4	-11.3%	1.6%	7.4%	11.7%
CA + DR	3.1	4.8%	4.3%	4.7%	10.3%
CHI	1.9	-1.1%	11.7%	1.5%	18.0%
EDU	1.8	2.5%	7.3%	4.5%	12.0%
PER	1.5	-32.9%	-12.2%	-9.9%	-2.6%
URU	0.3	-0.1%	-2.8%	10.9%	5.9%
TOT	50.7	1.8%	4.5%	10.7%	16.6%

↓ Growth decelerated in 2021 ↑ Growth accelerated in 2021

Source: IQVIA

DESPITE ECONOMIC RECESSION, DRUG SPEND IN LATIN AMERICA INCREASED 16.6% DURING THE LAST 12 MONTHS (CONSTANT USD)



During the past 12 months there has been an acceleration in drug demand and drug spend in the region

Source: IQVIA



- **Third** fastest **growing Mexican Pharma** company according to IQVIA.
- Among **top 24 Pharma companies** in Mexico.
- **Multichannel** oriented with **national sales coverage**. (Retail, Public Sector and Emerging Channels)
- **Subsidiaries** in Mexico, **Colombia**, Brazil, **Peru**, and **Argentina** and Indirect presence in the rest of **LATAM**.
- Presence in more than **49 different therapeutic areas**.
- R&D facilities that bring innovation to drive the profitable growth of group.



la colaboración es parte de las estrategias que adoptamos para el bien común. Muchas compañías se han aliado desde el comienzo de la pandemia, instalando al paciente en el centro de la ecuación”, concluye.

⚙️ *“La salud debe continuar, aún durante una pandemia. A pesar de los desafíos continuamos diagnosticando y atendiendo pacientes crónicos con enfermedades raras. Nuestro mayor aprendizaje fue nuestra flexibilidad y poder adaptarnos para seguir operando.*



A lo largo de 2021 establecimos las bases para trabajar con el gobierno y tratar a pacientes en el sector público y a la comunidad en general”, comparte **Nicolás Linares CEO de Ultragenyx México**

⚙️ *“Los acontecimientos del año sirvieron como piloto para los nuevos tiempos. Debemos construir una base sólida que permita integrar soluciones tecnológicas de forma sostenible y resistir la tentación de adelantarnos sin los cimientos adecuados. Tenemos la oportunidad de mejorar nuestra experiencia de atención médica electrónica y nuestro sistema de gestión clínica para tener una base sólida para la interacción con el paciente. Vemos oportunidades de trabajar*



en el espacio de la prevención y la personalización a través de los médicos” comparte **José María Zubiría Maqueo, CEO del Centro Médico ABC, uno de los principales hospitales de México.**

⚙️ **Héctor Barillas, Gerente General de bioMérieux México**, un laboratorio francés líder especializado en el sector de diagnóstico in vitro, sistemas de diagnóstico para uso clínico, comparte: *“La primera lección es la confianza. Aprendimos a resolver problemas con velocidad, y logramos consolidar*



*cinco años de planes de crecimiento en uno. Configuramos interfaces digitales con todos nuestros públicos de interés y en tiempo récord. Pero mi mayor lección fue ante todo **cuidar a mi equipo a nivel físico y mental**, a través de varias iniciativas para buscar un equilibrio entre vida y trabajo.”*

⚙️ *“La búsqueda de nuevas opciones y oportunidades a nivel personal y de negocios, fueron grandes cambios del punto de vista del liderazgo y una redefinición fundamental en negocios. La función del líder ha cambiado y es importante mostrar resiliencia para que la gente trabaje, para hacer negocios y desarrollar compañías, y en nuestro caso, que los pacientes reciban sus medicamentos.”* señala **Sandra Ramírez, Director General de BMS México.**



⚙️ *“Hemos aprendido que al vivir en un mundo completamente interconectado, una pandemia puede acechar a la sociedad en cualquier momento. La segunda lección, es que estamos preparados para operar de una manera completamente diferente a la que solíamos trabajar. El seguir adelante es cuestión de voluntad.”* comparte **Arturo de la Rosa, Director General para Abbvie México.**



⚙️ *“Segmentamos a nuestros clientes y las interacciones más valiosas. En algunos casos visitamos a los médicos en sus consultorios -respetando los protocolos de seguridad- otros eligieron interacciones digitales y otros un sistema híbrido. **Rescato nuestra flexibilidad, adaptación y capacidad de escuchar en momentos complejos**”* **Jorge Ancona, Director General Bayer Pharma México.**



Bienvenidos al futuro de la medicina



¿Cómo estar preparados para futuras situaciones de gran transformación?

⚙️ “Los libros nos enseñan a ser eficientes y en una crisis debemos ser efectivos” opina **Guy Jean Savoie, Presidente de Laboratorios Carnot**, “El costo no importa, los resultados sí importan. El manejo de una crisis trata de ejecución no de análisis y durante una crisis es importante tomar decisiones de forma rápida, decisiva y eficaz con el claro entendimiento de que probablemente no será el uso más eficiente de los recursos.”

⚙️ “Cursos que desarrollen la capacidad de discernir entre *decisiones racionales y analíticas y la capacidad de retar el statu quo para mejorar*” manifiesta **José María Zubiría Maqueo, CEO del Centro Médico ABC**. “El talento humano juega un papel importante en el manejo de las crisis como así también la capacidad de combinar las distintas personalidades para trabajar y desarrollar proyectos en conjunto. *Además de los recursos humanos y el manejo del talento, el manejo de información, en todos los niveles de la empresa, debe tener un propósito, que es crear, mover y distribuir conocimiento.* El conocimiento es la acumulación de información probada para la creación de las buenas prácticas y las decisiones correctas. Las características de las personas, el análisis del sistema y el conocimiento deben combinarse para crear crecimiento”

KPI'S 2021

Operar durante una pandemia. Lo que se mide, se mejora.

1 “Para tomar decisiones locales en el día a día, hemos incorporado indicadores externos de COVID-19, por ejemplo, la tasa de vacunación o de infección para ayudarnos en la toma de decisiones ya sean decisiones tradicionales comerciales o basadas en las personas” **Héctor Orellana VP North Latam Medtronic**.



2 “Los KPI más importantes son aquellos que están estrechamente vinculados a nuestra cultura, el compromiso con nuestro propósito, inspirados y conectados con la organización y enfocados en los objetivos a pesar de la obvia ansiedad por las presente situación. La transformación a lo virtual modificó la forma de medir las interacciones entre nuestra fuerza de campo y los profesionales de la salud, y nos obligó a enfocarnos en distintas áreas”. **Fernando Cruz Presidente de Grupo Novartis**.



3 “Pre-pandemia usábamos KPI financieros y comerciales tradicionales, pero con la llegada de la pandemia empezamos a enfocarnos a medir la adopción de los médicos a lo digital. Analizamos si las tecnologías están para quedarse, si es necesario recurrir a modelos híbridos o volver a lo de antes. También empleamos un KPI para medir el compromiso del equipo para proveer las herramientas correctas para el buen desempeño y para seguir entregando los resultados esperados.” **Rodrigo Ruiz COO de Stendhal**.



4 “Estudiamos y revisamos los KPI, en busca de los más altos estándares. *El cuidado del paciente es el núcleo de nuestro cambio y el resultado de la disciplina está directamente relacionado con la efectividad, seguridad y eficiencia.* Al ser una organización sin fines de lucro es muy importante no perder de vista las eficiencias que mejoran el funcionamiento e invertir correctamente. Revisamos también la experiencia del paciente en búsqueda de los estándares más altos”. **José María Zubiría Maqueo, CEO del Centro Médico ABC**.



The best hospital in Mexico

★ ★ ★ ★ ★
WORLD'S BEST HOSPITALS
2021

Newsweek

POWERED BY
statista

#1 IN MEXICO



VOLVER AL FUTURO

Luego de 24 meses de decisiones tácticas, una mirada a lo estratégico.

'Health is King'. El costo Covid.

“Con todos los recursos dirigidos a Covid-19, padecimientos como diabetes, oncología y otras enfermedades crónicas han quedado relegadas. *Habrà un precio que pagar por la demora y por la desatención en el manejo de enfermedades.* Antes de que sea demasiado tarde, los pacientes deben regresar a sus doctores y a sus tratamientos,” comparte **Nicolás Linares** CEO de **Ultragenyx México**.



HomeWork

“Como ejecutivos nos hemos dado cuenta que ciertos traba-

jos son más eficientes realizados desde casa, ahorrando tiempo y recursos. *Mientras que ciertos trabajos analíticos pasarán a ser parte del modelo híbrido otros necesitan de la presencialidad para su mejor desempeño, por ejemplo en producción y calidad*”, opina **Guy Savoир**, **Presidente de Laboratorios Carnot**.



Homecare

“En lo que se refiere a infraestructura de la salud y el futuro de 'homecare' en CM ABC trabajamos en dos fases para garantizar cimientos sólidos que permitirán las mejores soluciones tecnológicas de forma sostenible. Tenemos la oportunidad *de mejorar la experiencia de la salud electrónica, el sistema de manejo clínico y la base para la interacción con el paciente. Hay trabajo por hacer en prevención y el cuerpo médico debe adquirir los conocimientos digitales.* No es solo cuestión de tener el software, también necesitamos el sistema y el entorno, quizá demore pero será sostenible y permitirá crecimiento futuro.” **José María Zubiría Maqueo**, **CEO del Centro Médico ABC**.



Telemedicina

“Convertimos el hospital, separamos un área para pacientes Covid para evitar contagios y salvaguardar los demás pacientes, para seguir ofreciendo nuestros servicios tradicionales. A pesar de la resistencia a la telemedicina, hoy ya es una realidad y si bien el contacto físico con el médico es algo que los pacientes no quieren perder, la pandemia no ha permitido otra opción que volcarnos a lo virtual.” **Juan Carlos Griera**, **CEO Hospital Médica Sur**.



Infraestructura

“Aquellos que se han preparado para el futuro serán los que podrán reaccionar y tomar ventaja. *Estoy orgulloso de ser parte de Laboratorios Carnot, y espero que sirva como lección acerca de cómo generar la infraestructura necesaria para tecnologías complejas, como biológicos, antiinfectivos o vacunas.* La pandemia de Covid fue generada por un virus pero la próxima podrá ser originada por una bacteria por lo que debemos estar preparados para accionar rápidamente.” **Guy Jean Savoир**, **Presidente del Consejo de Laboratorios Carnot**.

Portafolio

“El volumen de tests que procesamos, tuvo un gran impacto en la evolución de nuestro portafolio de productos. Cuando planificamos para el 2020, algunos de los productos más comercializados no existían. *Definitivamente vimos un cambio en la composición de nuestro portafolio* de productos, ya que las personas dejaron de ir al hospital, nunca vi algo similar en más de 30 años trabajando en el sector. Es desafiante planificar con productos nuevos, cuando no hay visibilidad a futuro”, explica **Alejandro Paolini**, **Gerente General de Siemens Healthineers, México, América Central y el Caribe**.



Talento/ Recursos Humanos

“México en muchos niveles es un país de oportunidades, existe enorme talento y personas muy capaces. Debido a que los líderes latinoamericanos se forjan en un entorno muy complicado privilegian la empatía, un sentido de comunidad y una red de relaciones significativas.” **Fernando Cruz** **Presidente de Grupo Novartis**.



We offer a complete range of in-house services providing a one-stop-shop solution to innovative pharmaceuticals who are looking to thrive in the Latin American market with agility and adaptability. Stendhal is a reliable and trustworthy business partner in the region.

Our value proposition

- We focus on licensing innovative products that offer the best medical treatments for patients in LATAM.
- We deliver access and commercial results over-achieving our partners expectations.
- We are a widely recognized and experienced company with solid compliance processes.
- All of our business is carried out in accordance with the best practices for quality & Pharmacovigilance and under local and international laws and regulations.
- Protecting the intellectual property of our partners' assets is key for our business continuity.
- We make the most out of our partnerships for long-term success, partnering with global premier pharmaceutical companies.
- We have an experienced regional team capable of managing the regulatory approval process of innovative pharmaceutical products.
- Our Medical Affairs team supports all stages of the product lifecycle, from registration to commercialization. Together with our partners we develop medical strategies based on specific needs.
- We offer a broad range of regulatory services in the region with high success rate.



- Affiliates
- Distributorship

Stendhal is the right gateway for your pharmaceutical products in Latin America.

Let's partner



www.stendhalpharma.com

BDstendhal@stendhalpharma.com

“Entre las capacidades necesarias incluiría ‘nuevas reglas de compromiso’ y ‘soft skills’. Si bien generalmente ponemos más atención en las capacidades técnicas y el destino del talento, hoy las ‘soft skills’ dominan el escenario debido a la necesidad de tener un grupo talentoso colaborando juntos en la virtualidad. Esto es cierto no solo para el sector farma, sino para to-

dos los sectores.” **Héctor Barillas, Gerente General de bioMérieux México.**



Salud Mental

“La salud mental debe ser tomada en cuenta para la continuidad del negocio y evitar cualquier tipo de disrupción en la empresa, algo que hace un año jamás

hubiera considerado posible.” **Alejandro Paolini, Gerente General de Siemens Healthineers, México, América Central y el Caribe.**

Diagnóstico

“Un diagnóstico temprano y preciso de enfermedades raras es un diferenciador sustancial para la calidad de vida. La manera de

cerrar brechas existentes en salud es mediante el diagnóstico temprano y el uso de herramientas de pruebas genéticas. Los dispositivos médicos han evolucionado y los costos de testeo de enfermedades raras han caído considerablemente con cientos de genes ya testeados.” **Nicolás Linares, Ultragenyx.**



CDDO

(CHIEF DIGITAL DATA OFFICER)

10 años en 1.

Debido a una mayor disponibilidad de datos la medicina está cambiando y el mayor nivel de información permitirá el avance de la medicina de precisión, con cuidados y tratamientos más personalizados. Cada vez más empoderado, el paciente requerirá acceso y control sobre su información.



Adopción de tecnologías

“La parte más importante en el proceso en iniciativas digitales es dar el primer paso y lanzarse a hacerlo. Al navegar por territorio inexplorado, la colaboración es más necesaria que nunca. Se trata de pequeños pasos, estar cómodos con el error, aprender rápido, recuperarse y avanzar.” **Fernando Cruz del Grupo Novartis para México.**



“Hace dos años comenzamos con la adopción de herramientas digitales y desde esa perspectiva la empresa estaba preparada para cumplir todas las necesidades de los pacientes. Nuestro rol principal durante la pandemia fue proporcionar cuidados a todos los pacientes que reciben nuestras terapias” **Rodrigo Ruiz de Stendhal.**



Profesionales de la Salud

“La relevancia y responsabilidad de capacitar doctores en la adopción y el uso de nuestra tecnología es crucial para tener éxito. La colaboración entre los sistemas de salud públicos y privados es clave. Debido a los presupuestos limitados, incrementamos el acceso a través de la tecnología, la cual ofrece inmensas posibilidades de personalizar y proporcionar capacitación vir-



BIOMÉRIEUX GLOBAL LEADER IN IN VITRO DIAGNOSTICS



A global leader in *in vitro* diagnostics for over **55 years**, bioMérieux has always been driven by a pioneering spirit and unrelenting commitment to improve public health worldwide. The Company is present in **43 countries** and serves **more than 160 countries** with the support of a large network of distributors. It provides diagnostic solutions that improve patient health and ensure consumer safety.

bioMérieux develops and produces *in vitro* diagnostic solutions (systems, reagents, software and services) for private and hospital laboratories,

mainly for the diagnosis of infectious diseases. The results obtained from a patient sample (*blood, urine, stool, cerebrospinal fluid, etc.*) provide doctors with information to support their decisions.

Our innovation strategy is committed to fighting antimicrobial resistance and the appropriate use of antibiotics, as well as seeking to increase the medical value of diagnostic tests and optimize operational performance in clinical and hospital laboratories.



tual. Las diferentes generaciones de doctores deberán estar dispuestas a estar cómodos con las nuevas herramientas que ofrecemos” explica **Héctor Orellana de Medtronic**.



“La medicina seguirá siendo presencial pero la tecnología es un gran complemento de la medicina, acorta distancias. *El cuerpo médico y administrativo ha sido retado para hacer cosas nuevas en lo referente a servicios que se pueden ofrecer, como por ejemplo el auto exprés, servicios a domicilio, telemedicina y consultas virtuales que permiten ahorros en costos, tiempo para los pacientes y es una experiencia agradable y complementaria.* Somos más eficientes en la operación del negocio, en reducir costos y tener recursos” **Juan Carlos Griera, del Hospital Médica Sur**.



Acceso

“La informática es nuestro diferenciador clave para soluciones de valor agregado. En Estados Unidos y Europa ofrecemos soluciones para asistir a profesionales de la salud a

acelerar diagnósticos. Nuestra *tecnología informática permite reunir información de todas las plataformas de un hospital para que un doctor obtenga el diagnóstico en tiempo real*” resalta **Héctor Barillas, de bioMérieux México**.



Patient Journey

“Estamos revisando la experiencia del paciente en busca de los más altos estándares y debido a que he trabajado en el sector bancario y minorista mis estándares son realmente muy altos. El cuidado del paciente es el núcleo de nuestro cambio y el resultado de la disciplina está directamente relacionado con la efectividad, seguridad y eficiencia. Al ser una organización sin fines de lucro es muy importante no perder de vista las eficiencias que mejoran el funcionamiento e invertir correctamente.” **José María Zubiría Maqueo, del Centro Médico ABC**.



Post Pandemia

“Para avanzar en la adversidad y en lo

inesperado, post-pandemia, trabajamos en cuatro pilares estratégicos: i) innovación, ii) acceso, iii) transformación digital y iv) compromiso de nuestros empleados. *La transformación digital es un pilar estratégico porque más allá de la pandemia hay cambios y desafíos en los sistemas de salud, en las empresas, en la forma de trabajar con la comunidad médica y en los distintos públicos de interés. Somos un agente de cambio en este proceso.*” **Sandra Ramírez, de BMS México**.

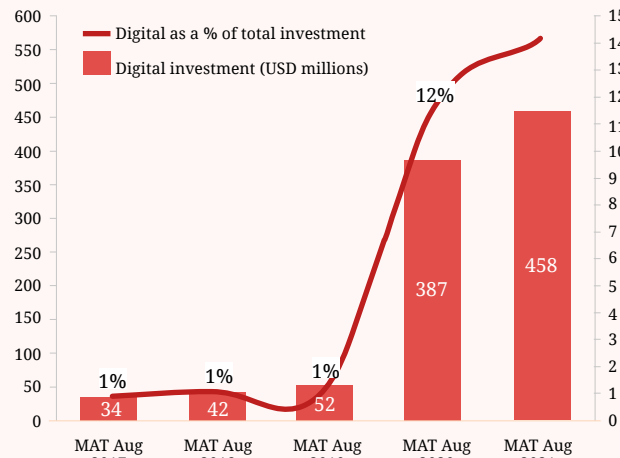


“*La pandemia ha acelerado la transformación digital* y una vez que la transformación sea digerida el resultado en cuanto a lo digital será maravilloso y acercará la salud a los pacientes. A través de la telemedicina se podrá aplicar la inteligencia artificial para diagnosticar enfermedades o hacer diagnósticos digitales que producirá una serie de cambios tanto en la consulta privada como en la pública.” **Jaime López de Silanes, del CFM y Laboratorios Silanes**.



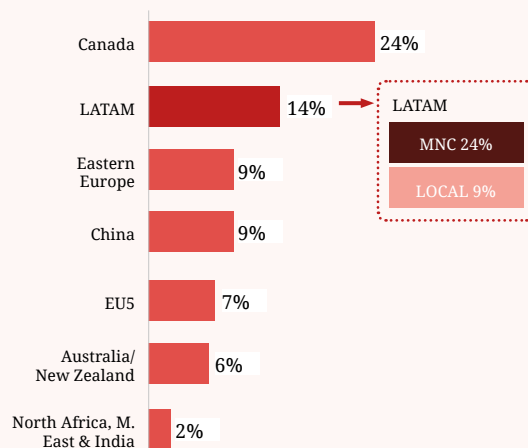
DIGITAL INVESTMENT HAS GROWN TO 14% OF TOTAL INVESTMENT, MOSTLY DRIVEN BY MNCs

Digital Promotional Investment in Latin America* USD million



Source: IQVIA

Digital as a % of total investment - MAT Aug 2021



MNC= multinational corporations based outside of Latin America
LOCAL = corporations based in Latin America

Executive Forecast Mexico Stewards of Health 2021, producido por White Ink House LLC. Créditos: Executive Publisher: Ines Gray / Project Director: Santiago Nandin / Coordinator: Mina Demirel / Editorial: Flora Mackinnon / Cover credit: Mike Celedonia

DESARROLLANDO TRATAMIENTOS PARA ENFERMEDADES GENÉTICAS DE BAJA PREVALENCIA A PARTIR DE BUENAS PRÁCTICAS CIENTÍFICAS.



Portafolio de investigación y desarrollo altamente diversificado



Enfocados en enfermedades raras y ultra raras

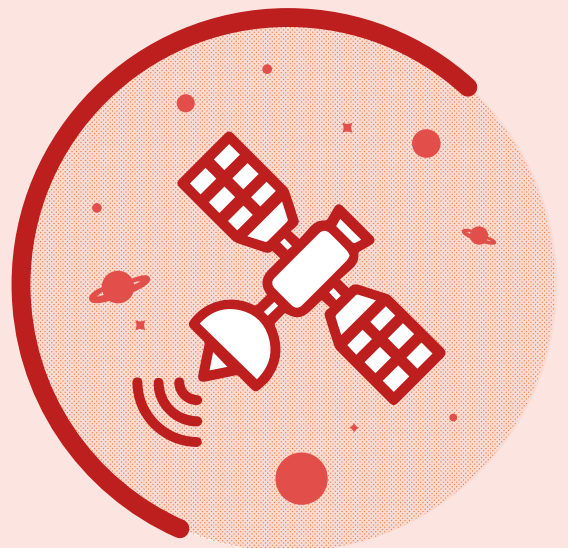


Dedicados a crear tratamientos innovadores



ENTREVISTAS SATÉLITE

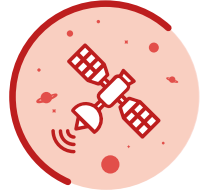
Ilustrando la perspectiva de la industria que va a inspirar a los líderes de negocios a tomar mejores decisiones.





Rodrigo Ruiz

General Manager
Stendhal Pharmaceuticals, Mexico



EF: What was the role of Stendhal during the pandemic?

RR: The role of Stendhal during the pandemic was to continue providing care to all patients that receive our therapies. There were many challenges, especially with patients that were not attending hospitals to receive their treatments, which meant that we had to adopt different approaches to assure all patients received our treatments on time. We implemented new strategies very fast and provided different tools to physicians, for example, telemedicine. Gladly, two years ago we started adopting digital tools, so from that perspective, we had the organization ready to deliver and satisfy all the needs of the patients.

EF: Can you elaborate on the footprint of Stendhal in Mexico and the region?

RR: Our mission is to continue bringing physicians the products to satisfy the unmet needs of patients, in our business model, our R&D department is all around the world. I'm constantly looking at different companies and their developments and seeing if these developments can help our community. In this case, we would work with them to bring the molecule. In some of the cases, we partner with them to represent these companies in Latin America. We operate in Mexico, in Central America, all the Caribbean, and the Andean region: we have business in Colombia, Ecuador, and offices in Venezuela. We also have partners in Brazil and Argentina. So when we have a multinational company that requires us to provide a Latin America access strategy, we work with these companies in Brazil and Argentina, to provide a full solution for the partner.

EF: What are the lessons learned that you can share from managing this past year and throughout the Pandemic?

RR: From a management perspective, I learned the importance of being close to people. To be close does not necessarily mean to be face to face together, but we learned to stay close on a virtual platform, to be mindful. I have been close to all the Stendhal employees, and I encouraged all the executive committee to do the same. We started developing different activities and having different forums with different areas of the company to ensure everybody was up to date, being taken care of, and understanding all the challenges and needs of the different employees at all levels. That was crucial in ensuring everyone was engaged in what we were going through. We have this engagement platform that we measure yearly through "Wilson learning". Last year our score increased beside the pandemic. That also shows that all the initiatives we implemented provided their benefits. We did the same also with our physicians. We stopped calling to promote our products, and we used that time to strengthen our relationship with the physicians. Understand what they were needing at that time, and how we as an industry could support them to provide better care to the patients and on their role in their institutions.

To summarize, the first learning is to be close to the employees and the customers. The second one is to relearn and reinvent yourself. What I value in an executive is for them to have the ability to relearn. The capacity to realize that something does not work anymore, and you need to adapt. Another valued skill is resiliency. All of these learnings brought us very good results.

EF: As a Mexican player, what were the biggest challenges in supply chain and manufacturing capacities?

RR: In Stendhal, we have different partnerships across the globe; we have partners in Asia, in Europe, in Australia, and in the US. With our partners, we need to send them the sales forecast 12 months in advance. Although we didn't have any issues from a supply perspective, at a certain point, we had some delays from the products coming from Asia. This was when the pandemic started, and we needed to find a supplier, but this was a one-time situation that we managed to solve very quickly.

EF: Can you elaborate on your product portfolio, and how it evolved in each therapeutic area during the pandemic?

RR: Fortunately, we achieved outstanding results in all the different therapeutic areas. For the fourth year in a row, we have achieved double-digit growth. The therapeutic areas that grew less were oncology in Mexico, and also MS in Central America.

Suddenly, the flow of patients is reduced. Hospitals did not accept new consultations, which meant no new patients getting their treatment in 2020. For all the other therapies, based on the strategies that we were able to implement, we saw robust growth. In hospital therapies, we have some antibiotics and antimycotics. The use of those products increased because of all the patients that were in the ICUs. We also noticed a shift in patient behaviour. Before the pandemic, treatment adherence was not optimal, and we realized that patients started to be more conscious of the need to adhere to their treatment. This is a positive thing that the pandemic brought us is patient awareness on treatment adherence.

We implemented new strategies very fast and provided different tools to physicians, for example, telemedicine.



Sandra Ramírez

Gerente General

Bristol Myers Squibb (BMS), México & Colombia

EF: ¿Cuáles fueron las lecciones aprendidas de la pandemia?

SR: La pandemia trajo muchos desafíos y cambios muy importantes a nuestras vidas profesionales y laborales, y la resiliencia fue uno de los elementos más importantes, en el sentido de recuperación frente a la dificultad. La búsqueda de nuevas opciones y oportunidades a nivel personal y de negocios, fueron grandes cambios del punto de vista del liderazgo y una redefinición fundamental en negocios. A futuro debemos buscar el justo balance entre los resultados y las personas, prepararnos para la adversidad y para más cambios inesperados. La función del líder es mostrar esta resiliencia para que la gente trabaje, para hacer negocios y desarrollar compañías, y en nuestro caso, que los pacientes reciban sus medicamentos.

EF: BMS ha invertido más de U\$ 11 mil millones a nivel global en investigación y desarrollo. ¿Podrías elaborar sobre el spillover de los ensayos clínicos y su relevancia para México y Colombia?

SR: Investigación y desarrollo es un pilar estratégico de la organización y reafirma nuestra responsabilidad con los pacientes. Durante los últimos cinco años hemos invertido más de U\$ 60 millones en investigación y desarrollo en México, para beneficiar a más pacientes con tratamientos innovadores, sobre todo en espacios con necesidades médicas insatisfechas. *Tenemos más de 300 pacientes en investigación clínica y trabajamos con 80 instituciones y sus pacientes en protocolos clínicos; es una prioridad tanto para nuestra organización como para México continuar invirtiendo en estas áreas.* En Colombia, BMS tiene gran interés en fortalecer las tareas de investigación y desarrollo, siempre enfocados al beneficio de los pacientes y en protocolos clínicos. Ha sido una excelente experiencia y hemos progresado significativamente en tener infraestructura y un proyecto similar a México.

EF: ¿Cómo fue la evolución del portafolio de productos en el último año en el sistema público-privado?

SR: En los últimos años en México hemos tenido una transformación muy importante, consolidándonos como una compañía biofarmacéutica. Estamos totalmente dedicados al apoyo de terapias de oncología, hematología, inmunología y a cardiovasculares. Nos enfocamos en la comunidad médica, a sus públicos de interés y a trabajar un portafolio de medicamentos biotecnológicos. Durante el último año la prioridad estratégica ha sido garantizar el acceso y la disponibilidad de los medicamentos a los pacientes, trabajamos con nuestro equipo de logística para evitar desabastecimiento, y estamos orgullosos de haberlo logrado. Desde el punto de vista de acceso trabajamos en tres elementos:

i) Sistema de innovación: buscando ofrecer nuevas terapias y medicamentos para los pacientes. Al 2024 esperamos lanzar seis medicamentos en inmuno-oncología, hematología e inmunología.

ii) Trabajo integrado y colaborativo entre los diferentes actores del gobierno. Estamos muy atentos y disponibles para trabajar de la mano del gobierno buscando nuevas opciones para que pacientes accedan a sus medicamentos.

iii) Investigación clínica: apoyamos programas de acceso.

Estamos convencidos que el trabajo proactivo en prevención de enfermedades es clave para que los sistemas de salud permitan que más pacientes puedan acceder a medicamentos. Trabajamos en prevención y en programas de pacientes para apoyar a aquellos pacientes que necesitan de nuestra ayuda en situaciones difíciles.

EF: ¿Cuáles son tus expectativas de las oportunidades y los desafíos, en términos de la nueva generación de doctores y de productos que han atravesado una transformación digital?

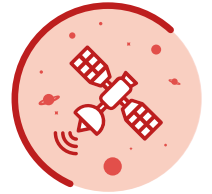
SR: *Para avanzar en la adversidad y de momentos inesperados, post-pandemia, trabajamos en cuatro pilares estratégicos: i) innovación, ii) acceso, iii) transformación digital y iv) compromiso de nuestros empleados. La transformación digital es un pilar estratégico porque más allá de la pandemia hay cambios y desafíos en los sistemas de salud, en las empresas, en la forma de trabajar con la comunidad médica y en los distintos públicos de interés. Somos un agente de cambio en este proceso y tenemos un equipo sólido dedicado totalmente a identificar temas de transformación digital. Nos acercamos de manera efectiva a la comunidad médica y a diferentes públicos de interés para conocer sus necesidades, apoyándolos desde la educación médica y científica e incursionando en proyectos de modelos híbridos. Ha requerido un tiempo de inversión muy grande pero con tenemos un concepto muy claro de la información que hemos recogido de nuestros públicos de interés y entendemos como que esperan que trabajemos con ellos en este nuevo mundo y nueva normalidad. Hemos construido un “Customer Journey” o “Viaje del Cliente” en base a la recolección de información y conocimiento real de lo que necesitan. Como parte de futuros lanzamientos de productos buscamos que la innovación sea parte fundamental del proceso. El compromiso de los empleados es esencial para cumplir los primeros tres objetivos (innovación, acceso y transformación digital). Los empleados deben estar motivados, interesados y orgullosos de participar en el nuevo esquema y en la forma de trabajar para cumplir las nuevas estrategias de trabajo.*

La búsqueda de nuevas opciones y oportunidades a nivel personal y de negocios, fueron grandes cambios del punto de vista del liderazgo y una redefinición fundamental en negocios.



Fernando Cruz

Country President
Novartis Mexico



EF: What were the lessons learnt during managing a pandemic?

FC: I think the companies better remembered will be the ones that put their employees and their communities before the operational results, and I am happily aware that Novartis made a conscious decision to preserve health, guarantee access and keep its workforce. Historically in a big crisis the first thing companies do is let staff go, and not to do so was a lesson learnt. One important lesson is that leadership has changed; there is a new type of leader, a leader that recognizes not having all the answers, a leader that can feel comfortable with ambiguity, a leader that is only as strong as his collaboration with the team. Leaders today bring people together to face a common challenge and work on a co-creative process to tackle the challenges. The new leader admits he doesn't know the answer but believes that together with his team they will figure it out. There are decreasing levels of predictability not only in Mexico and the region but across the world and to feel comfortable with ambiguity is an important lesson learnt and it is very exciting and a joy to see this happening. We were here before and we will be here after the pandemic and believe in our talent and capacity to navigate the storm and overcome it.

EF: What are the KPIs you consider important to follow closely?

FC: The most important KPIs at the center of our organization are close to our culture: keeping people engaged with our purpose, connected with our organization and focused on the bigger picture despite the existing and obvious anxiety that can be felt due to the present circumstances. As a healthcare company we touch people's lives in a way

“One important lesson is that leadership has changed; there is a new type of leader, a leader that recognizes not having all the answers, a leader that can feel comfortable with ambiguity, a leader that is only as strong as his collaboration with the team.”

few industries are able to do. We have a very robust methodology to keep track of these indicators and the outcome has been great, people are excited about their purpose in the organization and have a clear idea of what we are doing and even more importantly why and how we do it. Work-life balance is a challenge, as people are working extra with back to back meetings but it is a working progress and we openly recognize the challenge and are looking for solutions. As a company with a work force in the field that has to interact with healthcare professionals we had to evolve, adapt and change our performance indicators for our workforce's income not to be affected as a result of the pandemic. Changing to virtual affected the way of measuring the interactions between our field force and healthcare professionals to some extent and we had to concentrate on different areas. A third intangible indicator was our bold thinking designing projects in the middle of the pandemic, defining what sort of organization we wanted to be in three to five years down the road. As a result of our bold thinking we are moving from figure based indicators to a model based on impact.

EF: How do you manage to bring resources to Mexico and deliver on the initiatives you mentioned above?

FC: Mexico is a country of opportunities on many levels, there is tremendous talent and a lot of very capable people in the country and across Latin America. I was recently reading an article of the head hunting firm Spencer Steward on how leaders in Latin America lead and their conclusion was that because Latin American leaders are forged in such a complex environment they privilege empathy, a sense of community and meaningful relationships. With the huge talent of the region I think Novartis is an example of this. Five years ago a decision was made to establish in Mexico one of the five global service centers we have worldwide. Secondly as a healthcare company we face certain challenges such as a fragmented system and challenges in access but there also are many opportunities. Mexico has the largest social security institution in Latin America -perhaps the largest in the world- the Instituto Mexicano de Seguridad Social that covers almost 70 million patients. We have the scientists, trained and capable healthcare professionals for clinical trials, the patients and companies such as Novartis with a big appetite to capture them and recover the clinical trial's investment. Mexico has a great ecosystem to drive clinical trials, innovative long term business models and manage agreements of value based propositions. We see massive potential here not to mention its privileged geographical location which makes it easy to sell Mexico to the world. The challenges are considerable when considering universal coverage and trying to deliver more affordable medicines, agility in terms of the country's bureaucracy and in bringing more clinical trials to Mexico. On a positive note both the industry and the government share common ground and we must come together to tackle these challenges, focusing on the opportunities as stakeholders are always willing to invest in good opportunities.



Guy Jean Savoír García

Chief Executive Officer
Carnot Mexico

EF: With COP26 and climate change taking centre stage, what would be your message to world leaders?

GS: If I could address world leaders and people who can change policies, *I would mention that this pandemic showcased countries' capacity and lack of capacity to react to a crisis. The people and companies that historically invested in high-value innovation and had prepared and invested in installed capacity could react to the pandemic.* Within government policy, we need a strategic view of what to support and incentivize -not short term needs, but a strategic view of priorities and potential challenges that might arise.

EF: Could you elaborate on Carnot's role in Mexico over the past nearly two years?

GS: The pandemic showcased what can be achieved in collaboration. Carnot worked in four specific areas, collaborating with others and finding help in unlikely places:

1. Carnot was one of the first companies to register essential commercialized testing for Covid-19. Our natural scope looking for product licenses is in the US and Europe; instead, we found partners in Asia, specifically in China, that were able and ready to provide the necessary products in a shorter amount of time. Getting help from our Chinese partners and Mexican authorities to bring the tests forward in a timely manner. Looking beyond our traditional partners was definitely a lesson learned.

2. Ventilators: we brought in around 180 ventilators supplied by the private sector. We got together with the companies that conform to the Mexican Pharmaceutical Council (CFM) and Grupo Minero Mexico to work on this in record time. With the help of private companies and NGO's like INCIDE and Fundacion Carlos Slim, bringing everybody together, the private sector ventilators were the first ventilators to arrive in Mexico filling an urgent need at the time. Support came from unlikely places; Foreign Affairs aided and lined the import process and the UNAM through the Instituto de Investigaciones Biomedicas ensured the ventilators complied with the technical requirements.

3. Vaccinations: Through Drugmex, one of the companies in our group, we did the first formulation "fill and finish" of a COVID vaccine in Latin America. We had a lot of help; Siegfried Rhein and Silanes lent us equipment free of charge for as long as we needed. Sanfer and other companies which had contracted manufacture of their products in our plant were prepared to forgo revenue supported us regardless. We repeatedly saw industry members getting together to help, and we should learn what can be achieved when there is a priority for society and key players work together to achieve a socially beneficial goal. We should look for mechanisms to continue doing this sort of work.

4. Other friends were the authorities. A Foreign Affairs team led negotiations and coordinated the supply of vaccines from different sources. Their team was always available even giving up personal time to collaborate. As an example, we even spent New Year's Day working with officials from Foreign Affairs in the manufacturing site for the vaccines, as we all wanted to ensure that things were ready in the shortest time possible. While doing the plant's reconversion, we had a lot of technical help, and we benefited from the experience of

the regulator, COFEPRIS, with critique coming in the form of advice. The result was highly positive; we have a compliant plant for 'fill and finish' vaccines in a record time.

The different companies' innovative capacity was on display; we all started clinical trials on our available medicines. Carnot ran clinical trials on two products, in different countries, as well as participated in the clinical trial for the vaccine. Results varied, with some proving their safety and efficacy and some falling short, the important thing is that the innovation capacity was there. In record time, we developed and put into the market a product (VR Protect) that prevents or reduces the inflow of small particles in a person's airways. It is a relatively simple technology using the principle of electrostatic.

The pandemic made priorities very clear, but now we need new ones. An alignment of priorities would resolve some issues that got the government and the private sector into a tricky spot in the first place, such as supply chain dependence.

EF: Moving forward, what do you think collaboration will look like?

GS: Many groups collaborated through the pandemic; the Consejo Farmacéutico Mexicano and Funsalud did incredible work on information regarding Covid and setting up the hospitals together with the government. These associations will probably continue to build on their collaborations, as we certainly will. It would be helpful to have guidance on priorities because the model is there, and we know we can work together in difficult situations. Our priorities must be aligned to face the many needs of our wonderful country. The pandemic made priorities very clear, but now we need new ones. An alignment of priorities would resolve some issues that got the government and the private sector into a tricky spot in the first place, such as supply chain dependence. The United States and Mexico and groups such as CFM have to come together to have the essential infrastructure in North America and ensure we have a robust supply chain. With Covid, many borders closed down, and we couldn't access raw materials to produce many critical products. I hope that we will see something of a hub for vertical integration in North America, allowing us to overcome this issue in the coming years.



Arturo de la Rosa

General Manager
AbbVie México



EF: What was the role of Abbvie during the Pandemic?

AR: Our job is to accompany physicians in the best way possible and Abbvie played a critical role during these unprecedented times. Early on on the pandemic, Abbvie allocated at a global level around U\$35 million to different organizations to fight the pandemic. In Mexico, we were able to deliver around 25 million Mexican Pesos worth of protection equipment for physicians, nurses, and patients' treatments for chronic diseases. We focused on helping to mitigate the indirect effects of the pandemic, which we will face later on, as a result of the crisis of having postponed the chronic care of many patients on several diseases. At least 25% of patients stopped going to hospitals, having consultations, and taking their medicine. This is a concern now. With the vaccines, the situation will normalize and it is then when all the diseases that were overlooked will "re-emerge" that will be important to help patients reconnect to care again.

EF: What are the lessons learned from this pandemic?

AR: First of all, *we learned that, as we are a well connected global society, a pandemic can happen at any time. The second lesson learned is that we are prepared to operate dramatically differently than we used to. It is a matter of willingness to move forward.* In Abbvie Mexico we prepared ourselves to work remotely and completely online for a year, and we took this time to build and strengthen our company culture. Everyone learned that this can be a new way of doing things in the world. We cannot push it back, we need to adapt and move forward.

EF: How receptive were Physicians to learning and adopting this kind of disruptive technology?

AR: As with any new change introductions, you can divide the receptiveness into different physician groups. The first group will get excited

We focused on helping to mitigate the indirect effects of the pandemic, which we will face later on, as a result of the crisis of having postponed the chronic care of many patients on several diseases.

and will adopt technology immediately. Then, there is a considerable group that is open to hearing about new ways of working, but needs guidance. Finally, there is a rather considerable group that will be resistant to adapt because they have been working differently. It is important to identify each group and approach each one of them separately. It is best to treat them differently as they will require different efforts.

EF: How do we restore the importance of chronic diseases in a COVID scenario?

AR: The truth is we are constantly looking for a better answer to solve this problem. Fortunately, self-awareness on healthcare and well-being is growing. We're looking at an interesting change of mindset regarding regular checkups. In regards to prevention, this global pandemic showed us how bad things can get quickly, and how important it is to stay healthy. There is a need to raise awareness and help patients reconnect to care, whether it's in the government setting or the private setting doesn't matter. Patients with chronic conditions continue with their treatments. We have seen an increased attention on items related to healthcare and the new lifestyles associated with remote working, for example an amazing increase in the use of lubricant teardrops. We have put together a campaign raising awareness on eye strain, which was a success. There is also a trend to complement diets with vitamins and supplements, which the pandemic accelerated and a general renewed, sense of self-care in the society.

EF: In a few years' time, you're going to look back at this period in your career, what would you like your tenure to be remembered for?

AR: I believe it will be important for me to look back at how the team was inspired to change things for the better, switch the mindset. *Start thinking differently. I would like people to see and understand how this pandemic brought us a 10-year acceleration on the adoption of technology.* I truly want to embrace the technology, to make that reality in my inner circle, whether it's my family, my direct reports or my affiliate. I believe the way forward is leveraging technology, as it will be able to solve the problems that we have right now, with a fraction of the resources we need. I also believe in leapfrogging, sometimes taking one step at a time is not the right approach, that's what technology is for. A clear example is the aviation industry with ticketing booking, checking and airplane boarding.



Jorge Ancona

General Manager Conosur
Bayer Mexico

EF: ¿Con 100 años de historia en el país, podrías comenzar por la huella que tiene Bayer en México?

JA: Cumplimos 100 años en el país el 23 de junio de este año. Contamos en México con tres divisiones de negocio: agricultura, farmacéutica -bajo mi responsabilidad- y salud del consumidor para las marcas de venta libre. Contamos con tres oficinas en la ciudad de México y 8 plantas de producción: dos son farmacéuticas una en Lerma y otra en Orizaba. Somos la tercera empresa del mercado en farmacéutica según IQVIA con alrededor de 550 colegas en la parte comercial y otros 500 en la parte de manufactura. Tenemos una presencia importante en las siguientes áreas: cardiovascular, oncología, medicamentos de alta especialidad y liderazgo en salud femenina. Nuestro portafolio es muy diverso con marcas de innovación, terapias dirigidas en oncología, medicina de biotecnología combinada y un portafolio de atención primaria muy robusto.

EF: 2020 fue el año de diagnósticos y 2021 el año de las vacunas pero ¿Cuál fue rol de Bayer Farmacéutica durante todo este período?

JA: Ante todo es un honor y un orgullo trabajar en el sector de la salud sobre todo los dos últimos años. Durante la pandemia nos ocupamos de dos frentes: i) dar apoyo con productos que podíamos proveer y contribuir con donaciones a la Cruz Roja, Direct Relief y otras organizaciones a nivel internacional y localmente con equipos de protección, ii) nos dedicamos a estudiar nuestros productos como Cloroquina, Rivaroxaban o Aspirina Protect debido a la necesidad del momento y por su aptitud para pacientes de Covid. Bayer hizo una alianza comercial con una compañía de vacunas de RNA Mensajero

Lo primero que se toma en cuenta es la necesidad médica del producto y la disponibilidad de sustitutos -que pueden ser genéricos u otras alternativas terapéuticas. En medicina de innovación hay productos que no tienen alternativas y en esos casos hay que hablar con casa matriz y destacar la necesidad que tiene el país, el volumen de pacientes, el uso que se le da a los productos y la criticidad que tiene para poder obtener el producto.

llamada CureVac -por ahora solamente en Europa- y si los estudios de fase tres así lo indican se puede ofrecer una tercera alternativa de vacunas de RNA Mensajero que han aportado más valor en eficacia y seguridad en los países que se han aplicado hasta el momento. Bayer entró en soporte regulatorio de desarrollo clínico y en soporte de manufactura y estamos colaborando en aumentar y ampliar la operación de vacunas de CureVac en Europa. Esperamos tenerlas disponibles en Europa para el tercer trimestre pero aún no hay acuerdos comerciales establecidos para traerlas a México.

EF: ¿Cuáles son las lecciones aprendidas gestionando en tiempos de transición?

JA: Primero y principal la seguridad y el bienestar de nuestros empleados, clientes y públicos de interés. Nuestro modelo de negocio tuvo que adaptarse rápidamente a que la salud y la seguridad son de primera importancia. En segundo lugar debimos asegurar y mantener activo el suministro de producto con una estrategia diferente: en turnos, trabajo sano a distancia y medidas estrictas y pudimos proveer los productos en los puntos de consumo, las farmacias, clínicas y hospitales sin faltantes de nuestros productos durante la pandemia. Tercero, a nivel de liderazgo y gestión fuimos flexibles, ágiles y de escucha constante para adaptarnos al esquema de trabajo nuevo -nuestros clientes y médicos querían algo distinto y nos tuvimos que adaptar con rapidez. Un liderazgo con mucha escucha entiende lo que el mercado necesita, lo que piden los clientes y para poder formular una oferta de valor distinta al año anterior. Por ejemplo, todos los laboratorios pasaron a interacciones digitales con los médicos, a la educación médica continua y los médicos estaban totalmente saturados y nosotros intentamos diferenciarnos y agregar valor por otras vías y en la modalidad que ellos prefieran. Segmentamos a nuestros clientes y segmentamos las interacciones más valiosas y la interacción con cada cliente fue distinta. En algunos casos íbamos a verlos al consultorio -respetando ciertos protocolos-, otros eligieron interacciones digitales y otros eran híbridos. Rescato nuestra flexibilidad, adaptación y escucha en momentos complejos.

EF: ¿Con tantas filiales que compiten por los mismos recursos, cómo atraen recursos a México?

JA: Todas las cadenas de suministro de las empresas multinacionales tienen el problema de la asignación de recursos a cada filial. Lo primero que se toma en cuenta es la necesidad médica del producto y la disponibilidad de sustitutos -que pueden ser genéricos u otras alternativas terapéuticas. En medicina de innovación hay productos que no tienen alternativas y en esos casos hay que hablar con casa matriz y destacar la necesidad que tiene el país, el volumen de pacientes, el uso que se le da a los productos y la criticidad que tiene para poder obtener el producto. En nuestro caso el gobierno juega un rol muy importante debido a que en el orden del 35% de nuestras ventas en farma son para el sector público y tener certidumbre es fundamental. Con un contrato firme, una vía logística y legal de entrega podemos cumplir con las cantidades necesarias pero para esto el contrato del gobierno es fundamental. Los modelos de compra en el gobierno están cambiando mucho en México y para nosotros es muy importante que se defina el modelo que va a prevalecer en los próximos tres años porque nos dará certidumbre en la cadena de suministro y podremos apartar lo que el país necesita. Si las reglas de juego cambian constantemente es más difícil conseguir los productos de la casa matriz.



Jose Maria Zubiria Maqueo

Centro Médico
ABC MÉXICO



EF: You were appointed to lead the hospital during the pandemic, what was your given mission and why did you choose Centro Medico ABC?

JMZM: The previous CEO had been leading the organization for over a decade, he had extensive experience and did an outstanding job growing and developing the organization which is both solid and strong. This gave the board the confidence to allow for a change. My background is shaped by experiences in different sectors and being at the helm of a leading healthcare group, in the middle of transformational times was a big opportunity and a very interesting challenge. Since joining, I have had the opportunity to learn and transition into managing CM ABC which is well known for its excellent medical team, (physicians, nurses, operations team, etc.), it has an outstanding base and has performed with excellence developing many strengths. The board was looking for someone to facilitate its evolution towards the new normal post Covid-19. I have over the years developed a specific skill set in other industries which could be of value. I felt honored to be offered this position; it is a challenge and an opportunity to implement what I have learnt over the years while carrying out the Medical Center's ideas, a combination which appealed to me.

I am proud as we managed very well in optimizing our resources while supporting the biggest number of patients possible. In numbers, we have done more than 30 thousand PCR tests, identified more than 3 thousand positive cases, hospitalized more than 1300 patients and developed remote services –a type of telemedicine- for communities around the country to guide and explain the different types of care which was very successful. I am very proud of the people and the institution because we performed in the way we were designed to perform.

Finding common ground will allow us all to move forward delivering to the patient an effective service with quality and safety, both timely and efficient. To ensure and improve efficiency all the groups within the organization must be aligned in discipline and understanding.

EF: What skill set do you bring to the medical team?

JMZM: One of my biggest contributions would be my approach to improvements. My background is in engineering, I have worked in the finance sector, in telecommunications and retail in different periods, and in all the places I have worked there have been challenges and opportunities to change or to create from scratch. I have worked on the design of a program that will allow for the alignment of the organization, for all the stakeholders of the organization to understand their role in the direction we are taking (where and why). This framework of thought and analysis is helpful given the complexity of the environment and the situation of the Medical Center. The hospital has been very successful, its qualifications, standards and certifications are excellent as is the recognition it has. But the challenges of the future require additional work within the current model as well as developing additional areas in an environment which will be deeply affected by the way third party players and patients will use the services we provide. The services will have to be integrated to an important body of physicians –private sector care givers- to create solutions for patients and not just in a crisis mode but systematically in all the areas of the process of care. Finding common ground will allow us all to move forward delivering to the patient an effective service with quality and safety, both timely and efficient. To ensure and improve efficiency all the groups within the organization must be aligned in discipline and understanding. Any success I have had in the past is due to the fact that I have worked with people that do what they do best and I create the environment that will allow it all to develop.

EF: If you had to design a Master in Pandemic Administration course what subjects would you consider necessary to be included?

JMZM: First, a course that develops discerning capabilities, rational and thoughtful decisions and the capacity to challenge in a broad and smart way how things are done to be able to improve them. To acquire this skill set, people need certain tools to understand the basics, for example how a system works, something along the line of operations research is needed because that analysis gives an understanding of how things work.

Talent would also play a big part, how to manage different concerns and conflict and the people behind them. There must be an awareness of personal development tools and management of personality, how different personalities can combine working together to develop something better.

And thirdly information management, there are different levels in the pyramid but there must be a goal and the goal must be to create, move and distribute that knowledge. Knowledge is an accumulation of information that has been proven to create good practices and elements for decisions so the analysis of the system, the characteristics of the people and the knowledge must be combined to create discernment.

Finally I would also add programs to create a comprehensive plan with models that combine people to allocate resources in a wise way.



Juan Carlos Griera

Gerente General
MÉDICA SUR



EF: ¿Cuáles son las lecciones aprendidas en el manejo de un hospital durante una pandemia?

JCG: Una de las primeras lecciones aprendidas es que la única constante es el cambio. Cuando nos enfrentamos con una situación tan desafiante y nueva a nivel mundial tenemos la necesidad de actuar, pero no sin antes entender la información disponible en nuestro poder para adelantarnos a los hechos y combatir esta nueva situación. Sabíamos que era un virus agresivo y con ese concepto en mente convertimos el hospital separando un área para los pacientes con Covid19 para salvaguardar y evitar contagios de los demás pacientes y seguir ofreciendo nuestros servicios tradicionales. Por un lado realizamos la conversión física y por el otro trabajamos en analizar y entender el virus para estar preparados y desarrollar las pruebas de PCR y obtener la certificación ante la COFEPRIS para procesar las pruebas de PCR. Es necesario adaptarse bien y rápido al cambio constante, garantizado a los pacientes, a los médicos y al personal de Médica Sur la seguridad de asistir y trabajar en el hospital, para nosotros la seguridad y el seguimiento de todos los protocolos y procedimientos bajo los cuales siempre nos hemos regido son muy importantes. Otro aprendizaje fundamental es la importancia de la tecnología que hace muchos años ha rondado a la medicina. A pesar de la resistencia a la telemedicina, hoy ya es una realidad, si bien el contacto físico con el médico es algo que los pacientes no quieren perder, la pandemia no ha permitido otra opción que volcarnos a lo virtual. Cuando se agotan las alternativas se generan herramientas para llevar al paciente el mayor número de servicios posible a su casa. Por temor al contagio los pacientes no acudían a los hospitales y Médica Sur desarrolló su plataforma digital uniendo de esta forma al paciente, al médico y al hospital, generando por primera vez un triángulo virtuoso. Con este nuevo sistema el paciente se conecta con el hospital desde el inicio de la consulta y tiene un mucho mejor contacto con el médico logrando mejores soluciones. En Abril fuimos el primer hospital en México en lanzar la plataforma digital usando nuevas herramientas para llevar servicios a los pacientes. Desafortunadamente en medicina hay muchos servicios que forzosamente deben realizarse en el hospital -por los equipos y ciertos procedimientos- pero podemos llevar a domicilio diagnósticos de laboratorio, pruebas de PCR, medicamentos y servicios de enfermería dando soporte y atención médica a los pacientes. Ubicamos al paciente en el centro y aprovechamos las herramientas de la tecnología para estar siempre cerca de ellos.

EF: ¿Cómo ves la tendencia de la plataforma digital, con los cuidados remotos y homecare que ofrecen?

JCG: La tendencia ha sido muy importante, hemos tenido mucha demanda para la plataforma digital y es un auxiliar muy importante para los médicos sobre todo durante el confinamiento. Los médicos ya están de regreso en sus lugares de trabajo y con el paso del tiempo los pacientes han ido regresando a consultas presenciales, hoy estamos en un 75 u 80% de lo que estábamos pre-pandemia y tenemos números mixtos con pacientes haciendo buen uso de la plataforma digital. La medicina no es excepción y esta nueva modalidad digital vino para quedarse, los interesados ya reconocen las ventajas de lo virtual como en el caso de la teleconferencia que ha reemplazado muchas reuniones presenciales. La medicina seguirá siendo lo que siempre ha sido -presencial- pero el cuerpo médico/administrativo ha

sido retado para hacer cosas nuevas en lo referente a servicios que se pueden ofrecer fuera del campus y a domicilio, como por ejemplo el auto exprés, servicios a domicilio, telemedicina y consultas virtuales que permiten ahorros en costos, tiempo para los pacientes y es una experiencia agradable y complementaria. La tecnología complementa a la medicina, acorta distancias sobre todo en ciudades grandes y complejas como México y es muy bien recibida. Sin embargo, han habido retos complicados que nos han llevado a ser más eficiente en la operación del negocio, reducir los costos y tener recursos para la reconversión del hospital. Estamos para ayudar y dar el mejor servicio al mejor precio posible y Médica Sur es realmente la mejor opción, de una desgracia global hemos tenido una gran oportunidad de ayudar a las personas. Es muy satisfactorio poder ayudar, somos muy afortunados de poder tratar a los pacientes con muy buenas alternativas ya que los niveles de recuperación han sido muy altos. Covid-19 nos ha puesto un reto a todos, sobre todo a los médicos y hemos encontrado la capacidad de trabajar como un solo equipo por el bien común de la sociedad de los pacientes y el hospital siempre dando lo mejor de nosotros.

EF: ¿El 2021 Médica Sur Celebra el aniversario número 40 del hospital, cuál sería el mensaje que te gustaría compartir?

Hemos logrado hacer realidad la misión y visión para lo que Médica Sur fue creada, nos hemos centrado en el paciente y nos debemos a ellos. Somos un hospital que nos regimos por los fundamentos de la ética, la docencia y la investigación. Ofrecemos la mejor alternativa de medicina en el país con la mejor calidad clínica y precios justos.

Es muy satisfactorio poder ayudar, somos muy afortunados de poder tratar a los pacientes con muy buenas alternativas ya que los niveles de recuperación han sido muy altos. Covid-19 nos ha puesto un reto a todos, sobre todo a los médicos y hemos encontrado la capacidad de trabajar como un solo equipo por el bien común de la sociedad de los pacientes y el hospital siempre dando lo mejor de nosotros.



Alejandro Paolini

Managing Director

Siemens Healthineers Mexico | President, AMID Mexico

EF: What was Siemens Healthineers' role over these past months?

AP: The crucial role of Siemens Healthineers over the last 18 months was to contribute to fighting the pandemic. We were able to provide several solutions in terms of diagnostics through different tests. We developed new tests and brought these products to the market in a record time, which were very relevant to the pandemic: PCR, serology, and finally antigen tests. We also contributed to the treatment phases of Covid-19 patients with our imaging equipment (CT scanners, x-ray systems –particularly mobile ones- and ultrasound systems, all used to monitor patients infected with Covid-19), mainly looking for pulmonary lesions in ICU patients. I am very proud of our contribution and its impact on our region.

EF: Were there changes in the performance of your portfolio?

AP: There was a huge and impressive recomposition of our portfolio; I have never seen anything like it before in the more than 30 years of working in the sector. It is very difficult to plan ahead when dealing with an unprecedented situation like this one we are living in since last year, especially because we don't know how long it will last. To maintain our sustainable growth, we focused on products and solutions related to Covid-19 and we were very surprised with the results. We are succeeding in keeping our revenue, our numbers are excellent and I am very proud that our technology is helping patients and healthcare professionals to deal with the pandemic while so many other industries are negatively affected. In a positive light, the pandemic has put medical devices and diagnostics on the map, and it is very positive for all of us.

EF: With all countries needing resources, how did you attract resources to Mexico and your region?

AP: Our big challenge, as for companies all over the world, was to get product supply in high demand. Siemens Healthineers, at a global level, applied very logical criteria for the allocation of resources when the shortage was greatest. There was a shortage at a global level for mobile x-ray systems and the company did not privilege developed or rich countries over others but instead allocated the resources in the usual way, considering the usual standard volume, so the countries could get a reasonable amount to attend the local markets, not meeting the demand 100% but we were able to keep supplying our customers.

EF: If you had to create a Master in Pandemic Administration program, which two courses would you consider mandatory?

AP: I would prioritize prevention in every sense of the word; we must prevent and plan ahead in terms of investment and infrastructure. It was very clear in Mexico a year ago that we were not prepared to face a health crisis of this magnitude, lacking both infrastructure and human resources. We must learn to prepare for the future in a sustainable way. The authorities must take this learning to invest in the country's health and every one of us must consider preventive medicine and look after ourselves as according to statistics, more than 50% of the death from Covid presented comorbidities such as diabetes, obesity, or some cardiovascular issue. The health organizations had

I would prioritize prevention in every sense of the word; we must prevent and plan ahead in terms of investment and infrastructure. It was very clear in Mexico a year ago that we were not prepared to face a health crisis of this magnitude, lacking both infrastructure and human resources.

to deal with the huge challenge of coping with the pandemic while keeping the employees safe working in last year's environment, retaining proximity while being physically distant. Mental health was another consideration that needed to be taken into account while working on business continuity and avoiding major disruption. All in all, this is a situation I would have not thought possible at the beginning of last year.

EF: Is there a recipe to be a successful digital leader and lead remotely?

AP: In Siemens Healthineers, digitalization is a central part of our strategy and we believe that the future of healthcare will be 100% digital. For us, the concept of digital relevance is not new, but what is new is the impact of the pandemic which has accelerated the introduction and adoption of digital technology. We were challenged at first working on a remote basis, but that was because the change affected our customers and we wanted to continue serving them in the best possible way and pave the way for them to serve their patients affected by Covid-19.

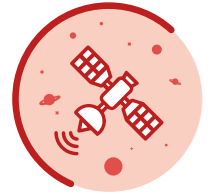
EF: When you look back to this period in your professional career, what would you like your tenure to be remembered for?

AP: I want to be remembered for growing the business and introducing innovative projects, but most importantly, I want to be remembered for being a good leader to the people I worked with. If people are happy, engaged, and passionate about what they do, the results will come. It is part of the business to have problems and find solutions and in a good working environment, problems will always be solved.



Hector Orellana

**VP North Latam
Medtronic**



EF: What was your mission when you were appointed Head of North Latam last November 2020?

HO: My mission is the consolidation of Medtronic in the region. We employ over a hundred and fifty people in the cluster and our priority is to increase access for patients using innovative technology for diagnosis and treatments. We offer innovative technology and solutions for a region that is often neglected.

EF: What was Medtronic's role during the Pandemic and over this last year?

HO: Latam has two differentiated healthcare systems: the public and the private sector. It has been exciting to see the joint effort the sectors have made to face Covid in each country of the region. Early in the pandemic, efforts focused on diagnosis and prevention, at the moment, the focus is on vaccination, but we will very soon be tackling the bubble of unattended surgeries and delayed treatments. The only way new solutions find their way to patients is to partner with either (or both) healthcare systems. Medtronic has been a relevant enabler of technology and access and has learnt to be flexible and adapt to the new environment. We can provide adequate treatment to patients as allies of both systems.

EF: What were the lessons learnt managing a company in a complex environment?

HO: Our message across Latam was to be flexible, enabling and empowering each country to adapt to the needs of each market and business segment. But the most important lessons learnt were:

1. Flexibility and adaptation to new circumstances: the company's response to Covid was to provide the blueprints for a respiratory system -a platform for affordable and easy to use ventilators.
2. Adapt the solution to each patient -we don't have one solution for everybody. Losing a year to Covid affected the patient's situation; in some countries, the private sector was able to advance faster in recovering treatments for the patients. We trained doctors and partners to use our technology and haven't stopped training our surgeons and users over these last eighteen months.

Medtronic made a point of doing the right thing and working in the right way; compliance is in our DNA and culture. Solutions in Panama, Costa Rica or Mexico were different and we all learned from them -the closer we are to the patient, the more we know. I was amazed at our capacity to adapt to the requirements of the different systems, the passion and the ability of the teams to move forward despite facing multiple challenges. They trained surgeons, took care of patients, navigated tricky waters and were decisive. It was a great moment for us to be recognized as a trustworthy partner by our stakeholders in both public and private health systems.

EF: Did you have to introduce any new KPIs to manage operations this past year?

HO: *We worked on understanding and integrating all the external Covid indicators, including vaccination rates -differentiated by country- to make local and day-to-day decisions. Even for traditional business decisions or people-based decisions, we incorporated external envi-*

Latam has two differentiated healthcare systems: the public and the private sector. It has been exciting to see the joint effort the sectors have made to face Covid in each country of the region.

ronment indicators to help our decision-making. Our new company CEO has generated a transformation across the organization over the last eighteen months. With Covid and the present volatile situation, the management style has undergone a massive change.

EF: In terms of delivering technologies, what is your personal definition of 'access'?

HO: There is access when as many patients as possible get treatments and procedures through the benefit of technology, resulting in better outcomes. Healthcare systems -both public and private- have limited resources, so access is not about getting a bigger budget but that our portfolio and solutions are available in each model. We work in alliance with both systems for more patients to benefit from technology. Collaboration is a key factor between public and private healthcare. Medtronic must work on better outcomes for more and more patients.

EF: Was there a change or evolution in the portfolio in this past year?

HO: Medtronic has continued innovating over this last year; it's an excellent opportunity for Latam to increase the number of patients accessing our technology. We have a device called the PillCam, an intestinal visualization device with artificial intelligence that provides better data and results. The pandemic has not stopped us from registering HUGO Robotic Systems technology and we continue to engineer a new medical device revolution for the future of the region.

EF: How can we attract young talent to the healthcare industry?

HO: Young talent today is interested in working in Medtronic. Medtronic strategically works closely with universities and other technological environments. We are committed to inclusion, diversity and social responsibility and these concepts are attractive to young generations. Our mission and purpose: to alleviate pain, restore health, and extend patients' lives also appeals to them. I feel fortunate that every day for the last twenty years, I have had some responsibility in helping a patient recover health, and I think people are aware of this and want to experience that goal themselves. I think the young generations see us as an alternative to develop a career in medical technologies.



Nicolas Linares

Executive Director & General Manager
Ultragenyx Pharmaceutical, Mexico



EF: If health had its own COP26 and you were a speaker, what would be your message to world leaders?

NL: My message would be to bring the patients back to treatment. Covid significantly damaged the doctor-patient interaction, mainly impacting chronic diseases patients. Healthcare is not only about Covid; new diseases could break out and impact health and health resources, and we must be prepared. With all the resources directed to Covid, diseases such as diabetes, rare diseases, oncology, immunology and other chronic ailments have been pushed back. There will be a price to pay for the delay and neglect of disease management. Before it is too late, we must turn our attention back to diagnostics and face the new wave of diseases that will surely come.

EF: What were the lessons learnt from the process of managing through a pandemic?

NL: Health must go on; even with a pandemic around us and the challenges on many fronts, we never stopped diagnosing and serving rare disease patients. Our medical and market access departments navigated the Mexican healthcare system, got treatments to our patients, and communicated with physicians without overloading them with new formats at a time of crisis. Our biggest learning was we continued to operate by adapting and being flexible, not in the timelines we would have liked, but we nevertheless met our objectives. Through 2021 we established the building blocks to work with the government and treat patients in the public sector and the community in general. Despite challenges, we have advanced and achieved our commitments.

EF: How can we restore awareness of rare diseases in the Mexican market?

NL: Innovative treatments and therapies are essential, and there must be a clear objective while navigating the environment. We focus on the patient's story, providing what they lack. With a high-quality product and life-changing therapies, the story tells itself. We are bringing innovation to serve an unmet medical need, and we are gaining credibility with the government and health authorities. It has been hard to get decision-makers to sit down with us as they are more worried about getting vaccines, finding more beds or covering many other decision areas, but it is all part of our job. We must find solutions for the communities that haven't had access to any treatment whatsoever, so we work with the government to give access to Mexicans bringing innovative products to the market. Despite the challenges, in 2021 we have met some of our critical milestones; in October, our first therapy was approved by the Consejo de Salubridad General, coming within the year of the COFEPRIS approval. It was a record-breaking occurrence and *a positive message from the government on prioritizing rare diseases and innovative therapies that bring value to the patients*, the community and the country. We also submitted a second therapy for incorporation in Compendio Nacional de Insumos para Salud and a third treatment was submitted for Orphan Drug Designation to

There will be a price to pay for the delay and neglect of disease management. Before it is too late, we must turn our attention back to diagnostics ...

Cofepris, showing good traction in bringing innovative treatments for Rare Diseases to Mexico.

EF: How can we increase focus and value on rare diseases for future healthcare budgeting in the government's resource allocations?

NL: That is a million-dollar question. The budget is limited, and it isn't easy to know where to place resources, something like having a blanket that won't entirely cover a person when you try to cover your head, then your feet get uncovered and vice versa. The relatively small number of rare diseases patients doesn't significantly impact the healthcare budget system, but the issue lies in that an individual patient uses many resources. Diego Roselli, a health economist from Colombia, wrote a paper on rare diseases, comparing rare diseases to the situation of the thirty-three Chilean miners that survived 70 days trapped 700 meters underground. The cost to get them out was over a million dollars per person, and there was no doubt in investing the money to save them. On the other hand, a Gaucher patient costs around 200 hundred thousand dollars in therapies, but it is considered too high to pay. Because the focus was on those thirty-three lives, there was no price tag. A good message to bring to payers and the government is to focus on rare disease patients born with mutations, who should indeed have the opportunity to receive treatment to live an ordinary life. Limiting treatments for rare disease patients is part of the system's inefficiencies; Brazil has solved this issue through central negotiations with the Ministry of Health. Mexico could do the same, looking for opportunities at the industry as an ally to achieve a win-win for everybody: patients, industry and government. *Value can be gained with all the stakeholders sitting down and collectively finding solutions for the best disease management. There are many actors prepared to bring value to the operation. The Covid vaccine is a case where this has been successful*, with all parts collaborating towards a goal. The micro-economy of rare diseases is very complex, especially at the bottom of the pyramid. Families with children with rare diseases have many difficulties, without access to evolution in the rare disease, no medication, and very few options to move on and improve. Sadly, this is a widespread occurrence in Latam, the highest impact of rare diseases always happens in the lower economic sector.



Hector Barillas

General Manager
bioMérieux Mexico

EF: Can you elaborate on the role of bioMérieux in Mexico during the pandemic?

HB: In our diagnostics division, we work closely with products for Covid-19. Since the beginning of the pandemic, our key role has been monitoring critical patients. We provided all the vital biomarkers, which allowed us to understand how the disease progressed. Initially, nobody knew which markers were the most useful, but after a few months, we were able to identify the most suitable products. We supplied the market flawlessly with these products where mid and low workflow platforms were required -our key segment. In diagnostics, there are high, low and mid-workflow platforms. The high workflow is excellent in facilitating laboratory work, but they aren't available in the less populated areas of Mexico. We were able to provide mid and low workflow platforms in their place. We are one of the government's (IMSS) key providers in microbiology. We were awarded a critical tender in March 2020, making us the first company to install instruments when the pandemic was at its worst. We managed to successfully install the necessary instruments and devices and provide our products. Finally, we were able to accelerate the decision making of critical patients healthcare through our syndromic testing platform, which does multiple testing (respiratory, gastro-intestinal syndromes, etc.). Its power lies in that it can detect SarsCov2 and 20 other pathologies simultaneously, in just 40 minutes.

This way, we were able to make life easier for our doctors and patients. Those were our two key roles in this pandemic in Mexico.

EF: What are the lessons learned from managing during these times?

HB: The first lesson I learned is to trust. I am old-school, as I was used to being in the office. In a blink of an eye, we had to migrate to a remote approach and everything had to continue to work seamlessly. Speed, in terms of providing a solution fast, was the second lesson. I am responsible for digital transformation in Latin America.

All the plans we had for five years, we did it in one year. We were able to set up digital interphases for every stakeholder in record time. By the end of 2020, we were completely digitalized in the key subsidiaries in Latin America. We have since then continuously worked on growing on digital. We turned our digitization project into a digitalization habit.

“One of my biggest lessons learned is to take care of your people first.”

Nowadays, the first place every person goes to find something is online.

One of my biggest lessons learned is to take care of your people first. Both physically and mentally. We introduced several initiatives to develop a work-life balance.

EF: Can you elaborate on how you are leveraging Digitalization in BioMérieux?

HB: One of our key differentiators for value added solutions is informatics. So right now in mostly the US and Europe, we have begun with a lot of these kinds of solutions that help healthcare professionals to accelerate their diagnostics. This is something we were just beginning in one country here in Latin America, which is Costa Rica. Mexico was next on the list. This informatics technology let's you gather all the information that all the platforms have diagnosed that are in a hospital, and allows the doctor to have the diagnosis in real time. The Costa Riquean government just recently adopted this platform. Hopefully, we can have more information to share with you in the following months regarding Mexico.

EF: Do you see that the skill set of the future employee in the pharmaceutical industry in the biotech industry will remain the same? Or what is needed for the future?

HB: Being able to engage outside the regular rules of engagement. Two weeks ago we had our first face to face meeting with my team. 20% of the whole company were hired during the pandemic, and they didn't know each other in person.

It's not the same to share an experience with someone face to face, than it is virtually. Part of the new skills needed would be 'new rules of engagement', and 'soft skills'. Usually we pay more attention to technical skills, and look for proper talent density. But I would say definitely right now, the soft skills are ruling because you need to have a talented group of people that can work together, even though they're so far apart. I would say that's the first thing not just for the pharma sector for all kinds of sectors.

EF: Let's fast forward five years, 10 years, what would you like this moment in your career to be remembered for?

HB: I would like to be remembered as a key player in one of modern history's most challenging years. I had to speak with ambassadors, ministers, government officials in order to be able to bring products to Mexico, all stakeholders were united in order to help. If at least one person was able to go back home, because of our efforts then that is the most rewarding year in my career.

In diagnostics there are players like Roche, Abbott, BD, Siemens healthineers, and in the last IQVIA numbers bioMérieux was part of the big 5. Being so relevant when it was needed the most is a big honor. We are specialized in being stewards of the fight against antimicrobial resistance.



Jaime López de Silanes

CFM

Laboratorios Silanes

EF: ¿Cuál fue el rol de las compañías miembro de CFM durante este último año y la pandemia?

JLS: Desde del inicio de la pandemia estuvimos atentos a apoyar las circunstancias dando seguimiento a la evaluación y a las necesidades que iban surgiendo en las instituciones de salud y nos sumamos en primera instancia al esfuerzo de traer respiradores a México. Colaboramos con La Fundación Slim y el Grupo México para hacer donaciones importantes a través de fundaciones. Trajimos y colocamos 100 respiradores en diversos hospitales y dimos la capacitación correspondiente. Buscamos el apoyo de las instituciones y de la Academia Nacional de Medicina y dimos cursos de capacitación para la utilización de los respiradores porque existía una necesidad imperante de capacitación. Dos empresas grandes de CFM están envasando vacunas en México y otras estamos haciendo diversos estudios Covid. Estamos en trámites para registrar un medicamento para Covid proveniente de Argentina y trabajando con estudios clínicos de un producto nuestro. Diversas empresas de CFM han participado en forma importante en la venta de fármacos adecuados para Covid y con capacidad instalada han dado frente al repunte de este tipo de medicamentos.

EF: ¿Hoy cuáles son las prioridades de la agenda de CFM?

JLS: CFM está buscando una mayor vinculación en la discusión de salud con los gremios médicos para apoyar la capacitación a través de instituciones como la Academia Nacional de Medicina, a través de diferentes plataformas y a través de la UNAM. La Fundación Slim tiene un programa muy amplio para las enfermedades crónicas degenerativas y estamos trabajando en un programa piloto en el estado de Nayarit así como sumándonos con ellos en el tema de capacitación. Otra prioridad es impulsar junto con la Secretaría de Economía un hub de fabricación en México para las Apis y Medicamentos ya que Estados Unidos está buscando un cambio de sus proveedores asiáticos para volcarse a proveedores de estas latitudes y es una alternativa muy interesante para el futuro de nuestra industria.

EF: ¿Cuáles son las lecciones aprendidas luego de gestionar en un año de transición tan complejo?

JLS: Una lección es que no debemos depender de terceros países sobre todo cuando son tan lejanos. En el caso de los ventiladores por ejemplo sufrimos su falta básicamente porque la gran mayoría eran de producción china y en menos cantidad de India. Necesitamos también conseguir una mayor independencia en las vacunas, tenemos un acuerdo con Argentina en vacunas, pero creo que necesitamos volvernos más autosuficientes para así no depender de terceros países en momentos claves y buscar otras alternativas y eso es la mayor lección aprendida. Hubo un tiempo que México prácticamente

no tenía dependencia extranjera en vacunas y con el tiempo ha ido adquiriendo una dependencia extranjera muy importante. Debemos re-convertirnos en un lugar importante de producción de vacunas y la industria tiene que buscar cómo regresar a eso.

EF: ¿Cómo fue la evolución o los cambios –si los hubo– en el portafolio durante este último año considerando que tienen un enfoque en enfermedades crónicas?

JLS: Nuestro portafolio es en enfermedades crónico-degenerativas, participamos con faboterápicos que son anti venenos para picaduras y mordeduras causadas por animales ponzoñosos (serpientes, alacranes y arácnidos), participando con estos productos en México, Estados Unidos, Latinoamérica y un poco en África. Lo importante dentro de la pandemia es que se están analizando medicamentos existentes y se están desarrollando estudios clínicos para ver su efectividad contra el Covid-19. En faboterápicos hemos evolucionado muchísimo y somos prácticamente el líder mundial en venta de unidades en este tipo de productos. En Estados Unidos, nuestra participación está creciendo de forma exponencial. Estamos empezando con el envasado de un producto faboterápico producido en conjunto con Argentina y dependiendo del resultado a futuro tenemos planes de hacer otros productos también con Argentina. Las empresas farmacéuticas deben trabajar muchos años en sus respectivos campos para desarrollar sus productos, no es un caso de que en seis meses de casualidad encontremos algo nuevo. Nos hemos podido volcar a Covid más rápidamente porque ya teníamos productos afines que podrían servir. Es lo mismo para la vacuna, ya había trabajo hecho y el milagro de la humanidad es haber podido desarrollar vacunas en tiempo record.

Diversas empresas de CFM han participado en forma importante en la venta de fármacos adecuados para Covid y con capacidad instalada han dado frente al repunte de este tipo de medicamentos.



Vincenzo D'Elia

Gerente General
ALFASIGMA MEXICO



EF: ¿Cuál fue el rol de ALFASIGMA durante este último año?

DV: Los que hemos estado mucho tiempo en la industria farmacéutica, hemos visto varias crisis en América Latina. Para mí, fue muy evidente en Marzo cuando llegó la pandemia que las cosas ya no serían iguales. Desde el primer momento en Alfasigma visualizamos la verdadera transformación que se avecinaba. Esta crisis tenía varias características muy distintas e interesantes:

- i) Nos enfrentábamos a una crisis económica y humanitaria,
- ii) No era una crisis clásica financiera de devaluación y recuperación Latinoamericana típica a la que estamos acostumbrados a tener cada década sino que era un problema de más largo plazo.
- iii) Con impacto general y para todos: una crisis en el trabajo, casa y en el medio social de dimensiones brutales. Desde el primer momento empezamos a implementar medidas dirigidas a proteger nuestro personal y negocio (comunidad médica, clientes y proveedores). Hicimos stress financiero sobre escenarios económicos del año protegiendo los objetivos financieros y manejando el flujo de caja.
- iv) Buscamos las oportunidades que el cambio ofrece e intentamos visualizarlos y tomarlos.
- v) Fuimos entre los primeros en cambiar rápidamente el modelo de comunicación a medios digitales, realizando programas de medicina continua vía webinars. Recurrimos a los medios digitales porque identificamos muy rápidamente hacia donde iba el mundo, tomado las iniciativas correspondientes. Estoy muy feliz de haber logrado el presupuesto y por los objetivos superados. Estamos felices de haber tenido muy poca gente infectada con el virus -era muy importante proteger a nuestra gente.
- vi) La comunicación con la gente: es fundamental comunicar mucho, ser transparente y abierto, tocar los temas y discutirlos con nuestra gente para tener la organización alineada y comprometida.

EF: ¿A partir de tu propia experiencia cuales fueron las lecciones aprendidas y si tuvieras que elegir dos cursos para un Master en Administración de Pandemia cuáles serían?

DV: El éxito en toda organización lo logran las personas -no los productos- por lo que es fundamental tener una fotografía de cómo está conceptualmente preparado el grupo de personas de la organización. En México la gente tiende a ser conservadora y un poco temerosa a los cambios por lo que hay que invertir mucho dinero en la formación de gente, en darles nuevas herramientas de trabajo del futuro, en cambiar el proceso de comunicación y en adaptarlos a los procesos de cambio. Para un MPA: yo comenzaría enseñando la importancia de invertir en la gente y en segundo lugar haría un inventario. Los procesos de cambio ofrecen oportunidades que permite que la marca crezca o caiga y todas mis marcas terminaron el año creciendo tanto en participación de mercado como en prescripciones, cada una con un manejo diferente. Es una historia de éxito aunque también hemos tenido fracasos de los que también aprendimos mucho.

El éxito en toda organización lo logran las personas -no los productos- por lo que es fundamental tener una fotografía de cómo está conceptualmente preparado el grupo de personas de la organización.

EF: ¿Podes compartir un caso de éxito o alguna oportunidad encontrada?

DV: Cambiamos mucho los medios digitales y la forma de comunicarnos, por ejemplo por las primeras seis semanas no promovimos nuestros productos, sino que usamos los medios de comunicación para promover empatía y asistencia psicológica a los médicos, por medio de un programa llamado "Mindfulness". Fuimos los primeros en ofrecer este tipo de iniciativa que fueron más necesarias en Latam por la sencilla razón de que en Europa y en Estados Unidos nunca se dejó de invertir en salud. En América Latina el estado en casi todos los países tuvo problemas en la adquisición de medicamentos, en México trabajando con la UNOPS los niveles de compra son preocupantes con escasez de productos de oncología para niños que es inconcebible para este país. La gente se volcó a comprar en el mercado privado y es un motivo más porque a este mercado le fue bien. La reacción de la demanda externa con respecto al mercado privado hizo que las ventas se dispararan. Lo que se ha hecho muy bien en México son los 80 o 85 productos relacionados con COVID aunque lamentablemente no tenemos de esos productos.

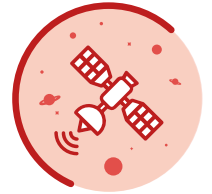
EF: ¿Cómo crees que será el futuro de la tecnología y cuáles serán los diferenciadores?

DV: En los próximos años veremos un modelo híbrido en el sentido que habrá uso de medios audiovisuales para invitar a médicos a participar de cierto tipo de conferencias o eventos médicos y también habrán eventos presenciales por lo menos en el caso de México y Latino América. Es posible que en Estados Unidos el proceso para alcanzar un modelo totalmente digital sea más acelerado. La gran ventaja de lo digital es la posibilidad de incorporar grandes especialistas mundiales en las actividades, algo que antes era mucho más complejo y exigía horas de vuelo y hoy con el entorno digital es mucho más simple. Otro cambio que será clave es el contenido, ahora los eventos deben tener un valor agregado para distinguirse de los demás y para tener llegada a más personas. Importa el concepto de audiencia y el impacto del evento.



Alejandro Pineda

General Manager
Astellas



EF: Why was Astellas the right choice for you and what was your mission given when appointed?

AP: Astellas is a company that invests in technology and innovation. It's focused on the patient and on delivering medicines that treat rare diseases and oncology. Diseases that do not have enough treatments and we patients are in need. I see Astellas and the industry, in general, have advanced a lot, allowing patients to get access to new drugs and a better quality of life. On top of the innovative portfolio, I also found their decision to start their affiliate in Mexico in the middle of a pandemic interesting, and I wanted to help. Several companies are hesitating to invest in Latin America. Personally, I believe it is the right time to invest in Latin America, as there are several opportunities. Mexico is the second-largest market in the pharmaceutical industry in Latin America. Mexico is Astellas' next step after launching Brazil and Colombia.

In regards to the challenge, it was clear: to build the affiliate from scratch and bring the latest technologies and innovation to patients in Mexico. In order to achieve this, we need to work together with the government, different institutions, healthcare professionals, associations, and other key stakeholders. After 26 years in the industry, my leitmotif is helping patients, and I saw this opportunity to help.

EF: What are the lessons learned that you can grasp from these past months?

AP: The pandemic has put a lot of pressure on everyone. Because of how the highly regulated the pharma industry is, it is challenging to include the latest technologies, and stay agile if you compare it to other industries such as mass-consuming companies. Despite the big challenge of operating remotely, and learning to do things in a different way, the existing technology we had has provided us with great tools to deliver and to do our job.

One of the biggest challenges we faced was how to learn skills fast in a way we could produce a similar outcome as we interacted with physicians and other key-players digitally rather than face to face. Being flexible and moving fast in adapting the model were key to success. This came along with a correct change management plan, as people were used to working in the field, and they shifted to doing it remotely from home. Having different generations working together helped to transition better, as they helped each other. This has been key to ensure business continuity.

This also led to the importance of balancing personal life with work. With this we have learned that after all, we are all humans. We have families, and we have other responsibilities.

In the future, a hybrid model will take place, where we will be able to interact more with our group members.

EF: What were the KPIs you used to manage throughout the Pandemic?

AP: Of course, sales revenue is a typical key performance indicator. However, there are more qualitative aspects behind that do not translate directly into this indicator. While we are in the startup stage, building the company, there are other indicators that we would use, such as the quality of the service that we're providing. We have a partner that has been commercializing part of our product portfolio. As we transition we are establishing the brand. Rather than sales, we use different KPIs to measure how well we are interacting with stakeholders, and accomplishing the milestones we set. We have been working in building relationships with physicians and segmenting the stakeholders.

There is a transformation of the health system in Mexico beyond COVID-19, where all stakeholders need to be involved. This translates into challenges in terms of how fast patients can get access to these products in the public sector. On top of that, there is a need for continuity. Treatments cannot be interrupted, and this is where patients are basically struggling today.

EF: How can we restore the importance of chronic diseases in a world focused on COVID-19?

AP: COVID-19 has changed a lot of things. It's a worldwide emergency. All the countries had to adapt their budgets and try to contain the COVID-19 pandemic. Today, different companies from the pharmaceutical industry need to collaborate together, regardless if they are oncologic, rare diseases or other therapeutic areas. The industry is realizing that working together with the governments is becoming more and more important. COVID-19 is a very good example of the impact of health in the social and economical aspects of a country. In the near future, when COVID-19 is under control, the pharma industry is going to reshape. We're going to be closer to the agencies and countries, and develop a health strategy together.

We have the genome that we have been working with for the last 20 years. I have never seen a vaccine developed in such a short time.

Being flexible and moving fast in adapting the model were key to success.



Sara Montero

Managing Director

Lundbeck, México, Central America and Andean Countries

EF: What was Lundbeck's role this past year during the pandemic?

SM: Mental Health has always been a challenge and after the COVID-19 pandemic its incidence is increasing and becoming an even bigger challenge. Lundbeck as a leader in neuroscience collaborates proactively in giving a better medical and mental health to our society. With COVID also come isolation, depression and anxiety, a lot of people lost their jobs and the impact on mental health has been one of the consequences. For Lundbeck mental health goes far beyond a simple diagnosis, we take care of the patients and their careers, of the society as a whole and for a better awareness of the issues involved. Mental health is a big issue in Mexico and not everybody has the possibility of having access to treatment, so we have an important role working with other stakeholders to allow the use of new and innovative products. The data tells us that more than 2 million people suffer from depression in Mexico, but of those estimated 2 million suffering depression only 700 thousand are diagnosed and of those diagnosed only 250 thousand have treatment. This same pattern repeats itself in Colombia, Peru, Panama and other Latam countries which means the gap between prevalence to getting diagnosis and treatment is huge and the same goes for schizophrenia. As a company we are committed to innovation and to developing new treatments investing approximately 500 million dollars in R&D, and we predict depression will be the new pandemic in the years to come. According to the WHO, worldwide there are approximately 322 million people suffer depression, a disabling illness which impacts 7.5% of the people worldwide, not to mention its correlation to suicide. Approximately 800 thousand people commit suicide every year. Depression is bigger than most people realize, and it has only got worse since the pandemic. For all these reasons Lundbeck has had and will have a huge role to play.

Mental health is a big issue in Mexico and not everybody has the possibility of having access to treatment, so we have an important role working with other stakeholders to allow the use of new and innovative products.

EF: What were the lessons learnt managing many countries over this last year during a pandemic?

SM: We all had to get used to working alone at home, we had to reinvent ourselves, something none of us thought possible a little more than a year ago. Now we must find new ways to approach physicians both as individuals and as companies, opening our minds to interact with our stakeholders and customers. We implemented new activities and strategies linked to employee wellbeing to operate at a digital level. Even after the government allowed people to return to the offices we are still working from home with constant and very open channels of communications trying to understand what our colleagues are going through, the challenges and anxiety they face on a day-to-day basis. It hasn't been an easy year for anybody, but we have managed quite well and even with all the drawbacks, things are improving. Today we still have a lot of online activities and some face-to-face meetings. As a mental health company, we know the dangers of isolation and depression and Lundbeck Global gave us a lot of tools to deal with the circumstances.

EF: Do you think the level of awareness on mental health has changed over this last year in Mexico?

SM: Despite it being an excellent moment for awareness to grow, and in fact it has, but this has not been reflected in the budget as it is lower than in previous years. It is very important to invest as mental health impacts a lot of people; health and education are in my opinion the two pillars to make for a better society. We are still far behind Europe and the US in this aspect, investing around 2.2% of the total budget and it's important to invest more, the average in other countries is 3%. People talk about awareness growing but we will only be able to deal with this situation by investing more in mental health and this year unfortunately the budget is smaller possibly because more money has gone to medicines, services and hospitals.

EF: When you look back at this period what would you like your tenure to be remembered for?

SM: It has been quite a journey for me on a personal as well as professional level. I moved with my family from Spain to Mexico last year in January and even though there are similarities between the countries there are also big differences both on a cultural level and in managing the team. I am very grateful for the journey of learning the country and region and have given me. Latam has is rich in possibilities and its people are incredibly warm, I love the region and especially Mexico and we are taking advantage of a lot of opportunities. We are at a sweet moment now -probably because last year wasn't at all sweet- gathering what we planted last year. The learning project I and my colleagues have been through will forever be memorable to me, for the journey we made together, for the very tough moments, the very good ones and for leaving this learning process to the next change-managements.



Arturo Morales Portas

Presidente del Consejo Directivo
AMELAF Mexico

EF: ¿Podrías compartir información sobre la huella de Landsteiner en México?

AMP: Landsteiner es una de las empresas farmacéuticas jóvenes de México. Con sus 25 años, y al igual que todas las empresas farmacéuticas mexicanas es manejada por sus dueños y fundadores. Iniciamos con una planta en Toluca pero hace cinco años se construyó un campus con la más avanzada tecnología en el parque industrial de Toluca llamada Campus Landsteiner. Invertimos más 200 mil millones de pesos en infraestructura, una inversión muy seria para una empresa familiar. En sexenios anteriores, la banca de desarrollo fomentó créditos para apoyar a empresas mexicanas y parte de esos créditos se cubren con garantías de la propia infraestructura. El gobierno apostó por nosotros, tenemos un compromiso con ellos y como nuestros socios es de su interés que a la empresa tenga éxito y pueda cubrir sus créditos. La planta cumple con estándares internacionales y la COFEPRIS tiene un alto nivel de exigencia, comparables con los mejores del mundo. La planta no se desarrolló para genéricos comunes sino para biogénicos que son medicamentos biotecnológicos inyectables de altísimo nivel de complejidad, la planta está enfocada a biotecnología y a oncológicos de alta especialidad de medicamentos que han perdido la patente. México fabrica medicamentos de alta especialidad reduciendo con ello el costo de los presupuestos gubernamentales. Se trata de que el gobierno pueda abastecer mayor parte de la población –a menor precio mayor cantidad de piezas que implica más mexicanos atendidos con bigenéricos, biocomparables y medicamentos oncológicos de alta especialidad.

El gobierno apostó por nosotros, tenemos un compromiso con ellos y como nuestros socios es de su interés que a la empresa tenga éxito y pueda cubrir sus créditos. La planta cumple con estándares internacionales y la COFEPRIS tiene un alto nivel de exigencia, comparables con los mejores del mundo.

Tenemos en Sevilla, España una empresa llamada Genmed, que hace algunos años desarrolla estudios de biotecnología y desarrollos de medicina genómica. Fue una gran oportunidad de internacionalizarnos con un laboratorio de alta calidad y tecnología. Nos enfocamos en obesidad y diabetes ya que los costos de este padecimiento son los que más impactan en México en términos económicos y sociales. El 30% del presupuesto médico del seguro social se destina a gastos de diabetes y sus consecuencias: insuficiencias renales, algunas enfermedades cardiovasculares y a incapacidades. El seguro social no solo cubre los gastos médicos, sin también el salario de los días no trabajados del paciente. Nos hemos enfocado en diabetes porque estamos en los primeros puestos mundiales en este padecimiento. Somos también pioneros en la investigación de cannabis medicinal, tenemos una empresa alterna que se dedica a estudios y protocolos clínicos de cannabis ya probados en otros países sobre dolor y estimulación anímica.

EF: La pandemia sirvió para realzar la importancia de las enfermedades transmisibles o contagiosas; ¿pero cómo se puede restaurar el enfoque en las enfermedades crónicas o no transmisibles?

AMP: Recuperar la atención integral es la fórmula para reenfocarnos en enfermedades crónicas. El Seguro Social es una institución de 500 mil trabajadores, 200 mil son profesionales de la salud, trabajando todos los días en todas las ciudades y pueblos de México. Al ser una institución tan grande, puede perderse la atención integral en enfermedades crónico-degenerativas. La importancia de la atención integral de las enfermedades crónicas degenerativas reside en que el mismo día a la misma hora y en el mismo lugar se ofrece toda la atención que requiere un paciente crónico. Un diabético, por ejemplo, requiere estudios de oftalmología, estudios de sangre, atención dental, la atención de un médico familiar o internista, un nutriólogo y una farmacia para acceder a medicamentos. Hemos trabajado con Pemex particularmente en zonas que no tienen infraestructura con este modelo integral en el que en una sola localidad y en un solo día el trabajador pueda acceder rápidamente a todas las áreas y servicios necesarios perdiendo solo un día de trabajo. El trabajador tiene que acudir a citas en diferentes instalaciones. Trabajamos para que la atención integral vuelva a la atención de las enfermedades crónicas degenerativas porque es fundamental que el paciente no pierda interés sobre todo porque la diabetes es una enfermedad silenciosa y el diabético no tiene dolor hasta que la enfermedad está muy avanzada y no siempre le dan la importancia que se merece. Los padecimientos crónicos degenerativos, particularmente la diabetes tiene consecuencias de altísimo costo que se podrían atenuar con la atención integral y con educación para el paciente y sus familiares, que juegan un papel fundamental en la vida del paciente.

Nuestra planta de Landsteiner tiene también la capacidad de producir vacunas y esperamos poder trabajar con el gobierno mexicano en el futuro cercano produciendo una vacuna para Covid-19. La vacuna será necesaria por muchos años y se aplicará anualmente como la vacuna antigripal. Estamos listos y preparados para trabajar con el gobierno en tecnologías de vacunas.