

Pfizer etiquetará el fármaco Celebrex

El fabricante de medicamentos utilizará tecnología RFID de Gen 2 para hacer el seguimiento de los palets y testear el concepto de serialización a nivel de caja y autenticación, lo cuál podrá ayudar a los vendedores a localizar las falsificaciones de Celebrex

El año pasado, Pfizer etiquetó de manera satisfactoria más de 2 millones de botellas, 55.000 cajas y 400 palets de Viagra. Ahora, el productor de medicinas está preparado para empezar a etiquetar otro de sus medicamentos más vendidos: el Celebrex.

En 2007, Pfizer planea fijar tags RFID UHF Gen 2 a todas las cajas y palets del medicamento, un aliviador del dolor y anti-inflamatorio, destinados al mercado de Estados Unidos. Esta iniciativa forma parte de un esfuerzo de la compañía para expandir el ámbito de la iniciativa RFID. Pfizer hizo este anuncio en la conferencia RFID Health-Care Industry Adoption Summit que tuvo lugar recientemente en Washington, D.C. El proyecto de Celebrex requerirá que Pfizer extrapole su infraestructura RFID y experiencia más allá de su planta en Francia, donde se produce y se empaqueta la Viagra, para una planta mucho mayor que se encuentra en Caguas, Puerto Rico.

La iniciativa incorporará cuatro líneas de ensamblaje utilizadas para producir y empaquetar Celebrex, cada una de ellas opera a una velocidad cuatro veces mayor que en la línea de Viagra. La expansión permitirá a Pfizer y a sus partners comerciales investigar los logros establecidos el año pasado con el proyecto RFID de Viagra. Por ejemplo, según argumenta Byron Bond, director de operaciones comerciales y servicio al cliente para la división farmacéutica de Pfizer en E.E.U.U., el piloto de Celebrex proporcionará a Pfizer una imagen mucho más precisa de los ratios de lectura de los tags, los cuáles han demostrado ser muy altos en el proyecto de Viagra, involucrando sólo un producto y una sola línea de ensamblaje.

“Éste será un entorno todavía más desafiante”, comenta Bond. “Los altos volúmenes ayudarán a validar lo que hemos aprendido y a entender mejor los costes RFID. Celebrex cuenta con importantes volúmenes, además de distribuidores, tal como ocurre en general con Pfizer, quién realmente pretende buscar las eficiencias operacionales. Todos seremos capaces de obtener una idea más clara”, añade.

Los volúmenes anuales de Celebrex son significativamente más altos que los de Viagra y, además, más costosos de etiquetar. Debido a esto, Pfizer ha optado por no etiquetar a nivel de unidad. Por otra parte, el etiquetaje de las cajas y los palets de Celebrex permitirá al fabricante testear el concepto de serialización a nivel de caja y autenticación, lo cuál podrá ayudar a los vendedores a identificar las falsificaciones de las medicinas. “Estamos convencidos que la validación a nivel de caja es la única solución, pero puede permitir una detección de las falsificaciones sistemática”, explica Bond. “No hay que acudir siempre al coste del etiquetaje a nivel de ítem”.

La falsificación de medicamentos continua siendo un problema para Pfizer y para otras compañías farmacéuticas. Durante la primera mitad de 2006, la organización global de seguridad de Pfizer documentó más de 4,9 millones de pastillas de Viagra falsificadas y 304 kilogramos de *sildenafil citrate* (1 kilo es suficiente para producir cerca de 7.000 tabletas de 100



mg de Viagra). Durante el mismo período de tiempo, la compañía también descubrió 100 pastillas falsificadas de Celebrex.

Hasta ahora, los vendedores y distribuidores han autenticado 300.000 botellas etiquetadas de Viagra verificando el código EPC único de cada tag. La verificación de la autenticidad de cada tag ayuda a asegurar que un producto es genuino. No obstante, ninguna farmacia u hospital ha autenticado todavía ninguna de las botellas etiquetadas que han recibido, excepto aquellos involucrados en tres pilotos específicos. Aunque Bond apunta que una docena de farmacias han empezado a registrar para certificar el código EPC de cada tag, su retraso en empezar a hacerlo ha estorbado los planes RFID de Pfizer para 2007. "Es una de las razones por las cuáles no estamos etiquetando a nivel de ítem para Celebrex", concluye Bond.

