

Eli Lilly and Company

Informe anual 2007

*Aviso de reunión anual
de 2008*

Declaración de apoderados



Lilly

Respuestas que importan.



En la portada

Candy Edwards es esposa, madre, abuela y artista autodidacta, cuya pasión es ayudar a los demás. También es una paciente que recibe tratamiento con Cymbalta®.

Hace sólo dos años, Candy desarrolló una infección por estafilococos que la mantuvo hospitalizada y en cama por varios meses. La infección fue tan grave que la tuvo al borde de la muerte. Si bien Candy sobrevivió, se encontró en un mundo de intenso dolor, temor, rabia y desesperación. La enérgica mujer que su familia, sus amigos y la comunidad conocían tan bien pronto se convirtió en alguien irreconocible. Candy perdió interés en todo lo que antes le preocupaba, incluso su familia y su arte.

“Solía llorar todo el tiempo y sufría de terribles cambios anímicos”, dice Candy. “Me sentía dentro de un profundo agujero, parecía como si me hubiesen inmovilizado. El suicidio me parecía la única solución”.

Afortunadamente, el marido de Candy desde hace 30 años, Freddie, reconoció que algo grave le ocurría a la mujer que amaba, y le rogó que hablara con su médico. Aunque al principio se demostró reacia a aceptar el diagnóstico de depresión e inicialmente se negó a tomar el medicamento que le recetó su médico, con el tiempo, Candy decidió probar.

El médico de Candy le recetó Cymbalta, y recuerda que a la semana siguiente ya podía notar una diferencia.

“Cymbalta funciona para mí”, señala. El momento decisivo fue el día que se levantó y decidió maquillarse, algo que no había hecho durante casi seis meses. “Finalmente comencé a sentir que había regresado”.

Actualmente, Candy utiliza su amor al arte para ayudar a crear conciencia sobre la seguridad en las carreteras en su estado natal de Georgia. Ha creado personajes como “Boostie”, que promueve la importancia de los asientos de seguridad para niños pequeños y “Buckley”, un personaje que insta a los conductores a usar los cinturones de seguridad.

A Candy no le asusta contar su historia a los demás y al hacerlo ha pasado a ser una fuente de esperanza e inspiración para otros que sufren de depresión en su comunidad.

“Siempre les digo que hablen con su médico”, explica Candy. “Si yo no hubiera buscado ayuda, podría haberlo perdido todo. Tengo de regreso a mi familia y mi vida. Fue una bendición”.

Hechos destacados del ámbito financiero durante 2007

ELI LILLY AND COMPANY Y SUS SUBSIDIARIAS

(En millones de dólares, salvo los datos por acción)	Año finalizado el 31 de diciembre de	2007	2006	% de cambio
Ventas netas		\$18.633,5	\$15.691,0	19
Ventas netas (pro forma) ¹		18.706,2	16.446,2	14
Investigación y desarrollo		3.486,7	3.129,3	11
Investigación y desarrollo como porcentaje de las ventas netas		18,7%	19,9%	
Ingreso neto		\$ 2.953,0	\$ 2.662,7	11
Utilidades por acción (diluidas)		2,71	2,45	
Partidas de conciliación ² :				
Investigación y desarrollo en proceso adquirido		0,63	—	
Cargos por deterioro de activos, reestructuración y otros cargos especiales		0,15	0,73	
Reducción en las indemnizaciones de seguro previstas por responsabilidades de productos		0,06	—	
Ajuste pro forma como si la adquisición de ICOS se hubiese concluido el 1 de enero de 2006 ¹		(0,01)	(0,15)	
Utilidades ajustadas por acción (diluidas).		3,54	3,03	17
Dividendos pagados por acción		1,70	1,60	6
Gastos de capital		1.082,4	1.077,8	—
Empleados		40.600	41.500	(2)

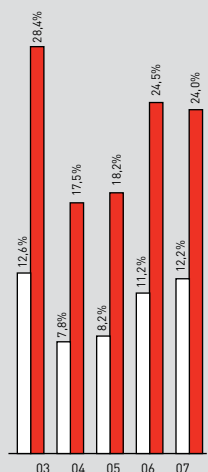
¹Las ventas y utilidades pro forma por acción suponen que la adquisición de ICOS se concluyó el 1 de enero de 2006. Los resultados pro forma se presentan con el objeto de proporcionar puntos de vista adicionales de las tendencias subyacentes del negocio.

²Para obtener más información sobre estas partidas de conciliación, consulte la sección Resultados financieros de la Visión general ejecutiva que aparece en la página 10.

Rendimiento sobre los activos y el capital propio de los accionistas

(ROA basado en el ingreso neto dividido por el balance de activos trimestral promedio; ROE basado en el ingreso neto dividido por el capital propio de los accionistas promedio)

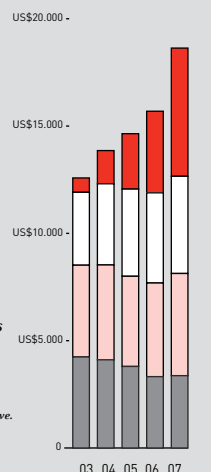
El ingreso neto aumentó 11% en 2007 en comparación con 2006. El ingreso neto, el ROA y el ROE se vieron afectados por decisiones estratégicas para obtener los derechos de varias moléculas y tecnologías en diversas etapas clínicas de desarrollo, conforme se describe en la nota al pie 3, así como el deterioro de activos, la reestructuración y otras partidas relacionadas. Estas decisiones estratégicas dieron origen a cargos de US\$1,05 mil millones, lo cual limitó el crecimiento del ROA a 1,0 punto porcentual, llegando a un rendimiento de 12,2%, y causó una leve disminución en el ROE de 0,5 puntos porcentuales, llegando a un rendimiento de 24,0%.



Los productos lanzados esta década han motivado nuestro crecimiento en las ventas (millones de dólares)

Las ventas netas combinadas de nuestros productos lanzados esta década (Cymbalta, Strattera, Alimta, Forteo, Xigris, Cialis, Symbyax, Byetta y Yentreve) aumentaron un 57% sobre 2006, lo que representa US\$6 mil millones (un 32% de las ventas netas totales), en comparación con los US\$3,8 mil millones (o un 24%) obtenidos en 2006. Si asumimos que nuestra adquisición de ICOS ocurrió el 1 de enero de 2006, las ventas netas combinadas de estos productos aumentaron un 33% en comparación con el año 2006. Las ventas netas combinadas de Gemzar, Humalog, Evista y Actos aumentaron un 8% hasta llegar a los US\$4,5 mil millones (lo que equivale al 24% de las ventas). Las ventas de Zyprexa aumentaron un 9% en 2007.

■ Productos lanzados esta década:
Cymbalta, Strattera, Alimta, Forteo, Xigris, Cialis, Symbyax, Byetta y Yentreve.
□ Otros productos establecidos Gemzar, Humalog, Evista y Actos
■ Zyprexa
■ Otro



A nuestros accionistas

Los resultados de Eli Lilly and Company en el año 2007 fueron excelentes, con un 14% de crecimiento en las ventas pro forma, un 17% de aumento en el ingreso neto ajustado pro forma y el movimiento de un mínimo de 16 nuevas moléculas a pruebas clínicas. Si se evalúa de manera más amplia de acuerdo con el crecimiento de nuestros productos recientemente lanzados en diversos mercados, el éxito de los esfuerzos de desarrollo de nuestra compañía y el avance en materia de descubrimientos a través de nuestra proyección de desarrollo, el año 2007 se perfiló como uno de los años más exitosos en la historia de Lilly.

Del mismo modo, en 2007 reafirmamos una nueva visión de la compañía enfocada a mejorar los resultados para los pacientes en forma individual y aceleramos la transformación de Lilly a fin de concretar dicha aspiración.

La presente carta tiene por finalidad informarles todos estos logros en mayor detalle.

Transición al liderazgo

A fines de 2007, anunciamos la transición al liderazgo entre nosotros, la cual había sido minuciosamente planificada durante algún tiempo. Sidney Taurel dejará de ejercer sus funciones como director ejecutivo a fines del mes de marzo de 2008, y su cargo pasará a manos de John Lechleiter. Taurel continuará desempeñándose como presidente del directorio hasta fines de 2008.

Lechleiter asume su nueva función con tanta preparación como lo hicieron sus nueve antecesores que estuvieron al mando de Eli Lilly and Company. Lechleiter es un químico que se incorporó a Lilly en 1979 al área de investigación y desarrollo (I+D) en proceso. También aporta una vasta experiencia en desarrollo de productos, asuntos reglamentarios y operaciones globales. Ya ha tomado las riendas como líder operacional de Lilly durante más de dos años, un período de crecimiento sólido en las ventas y de desempeño estable en I+D, fabricación y comercialización.

Nuestra asociación para guiar a Lilly en el transcurso de los últimos dos años ha sido cercana y fructífera, y la naturaleza de nuestra transición demuestra una coherencia de objetivos más amplia dentro de la compañía. La visión de Lilly de obtener resultados óptimos para cada paciente no es la visión de "Sidney" o "John". Es una visión que compartimos y que implica la promesa de la nueva ciencia, las realidades del ambiente externo y las aspiraciones de nuestros colegas de Lilly en todo el mundo.

Asimismo, compartimos la creencia de que la función más importante del director ejecutivo de Lilly es fortalecer siempre los valores fundamentales de excelencia, integridad y respeto por las personas de la compañía. A la luz de las expectativas y el control de nuestra industria en la actualidad, nunca ha sido más importante para todos en Lilly cumplir con estas normas, demostrando su mejor desempeño y conducta por encima de toda crítica.

Resultados financieros

Según lo informado en los informes financieros, las ventas de Lilly en 2007 aumentaron un 19%, llegando a US\$18,634 mil millones. Sobre una base proforma, que supone que éramos los propietarios de ICOS en 2006 y 2007, nuestras ventas aumentaron un 14%, llegando a US\$18,706 mil millones. Nuestro crecimiento en las ventas superó al del

sector farmacéutico general en cada uno de los mercados más importantes del mundo, es decir, Estados Unidos, Europa y Japón, y logramos un aumento de un 7% en el volumen de las ventas a nivel mundial sobre una base proforma.

A modo de demostración de nuestro continuo compromiso con un crecimiento en las ventas más rápido que los gastos operacionales, el ingreso neto ajustado pro forma y las utilidades ajustadas por acción (UPA) experimentaron un incremento de 17% en 2007, llegando a US\$3,863 y US\$3,54 mil millones, respectivamente. Según lo informado en los informes financieros, el crecimiento correspondió a 11%, llegando a US\$2,953 y US\$2,71 mil millones. Los resultados pro forma ajustados asumen que ambos años éramos propietarios de ICOS y también se ajustan para los gastos por responsabilidad de producto, deterioro de activos y reestructuración en ambos años y cargos relacionados con la adquisición de compuestos en desarrollo en 2007 (para obtener una conciliación, consulte la página 1).

Desempeño del producto

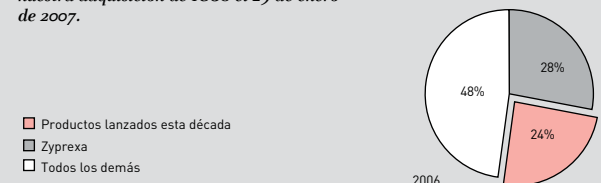
El producto de mayor venta de Lilly, Zyprexa, comienza a enfrentar la competencia de formulaciones genéricas en algunos países, principalmente en Canadá y Alemania, pero la demanda general por esta terapia de neurociencia aumentó en mercados externos a los Estados Unidos durante 2007, lo que permitió un aumento internacional en las ventas de un 9%, llegando a US\$4,761 mil millones. En los Estados Unidos, una sostenida tendencia a la baja en la participación de Zyprexa en las nuevas recetas al detalle comenzó a disminuir en 2007, a pesar de nuevos productos competitivos, cambios en las etiquetas y una publicidad negativa por parte de abogados litigantes.

La mayor pérdida de la protección de las patentes de Zyprexa y de otros productos a principios de la siguiente década aumenta la importancia de un crecimiento sólido en las ventas entre nuestros productos más nuevos, que están a la altura del desafío. En conjunto, las ventas pro forma de Lilly de productos que se lanzaron en esta década aumentaron un 33% en 2007 y representaron el 32% del total de nuestras ventas, que correspondieron a 28% en 2006.

Cymbalta continúa siendo de especial importancia para el desempeño general de Lilly para el futuro, y nos

Los productos lanzados esta década aportaron US\$6.000 millones en ventas durante 2007

Los productos lanzados esta década incluyen Cymbalta, Strattera, Alimta, Forteo, Xigris, Cialis, Symbyax, Byetta y Yentreve. Estos productos aportaron US\$6.000 millones a las ventas netas y continuaron diversificando nuestra cartera. Las ventas totales del producto Cialis a nivel mundial se incluyen a partir de nuestra adquisición de ICOS el 29 de enero de 2007.





John C. Lechleiter, Ph.D.

Sidney Taurel

*Presidente y director
de operaciones*

*Presidente del directorio y
director ejecutivo*

complace que su éxito en 2007 haya sido esencialmente claro. En 2007, las ventas de Cymbalta a nivel mundial aumentaron un 60%, superando la marca de US\$2.000 millones en las ventas anuales por primera vez. Creemos que la calidad de las interacciones de nuestro personal de venta, nuestras inversiones en publicidad directamente con los consumidores y el fuerte acceso del producto a los formularios desempeñan una función en su éxito, pero ningún factor es más significativo que la capacidad de Cymbalta para atender necesidades médicas importantes. La paciente que aparece en la portada de este informe anual es una de los muchos pacientes cuya salud ha mejorado gracias a Cymbalta.

Cymbalta también se ha beneficiado en 2007 de la aprobación de nuevas indicaciones. La Administración de Drogas y Alimentos de los EE.UU. (FDA) aprobó Cymbalta para el trastorno por ansiedad generalizada y para el tratamiento de mantenimiento del trastorno depresivo grave (TDG) en adultos. En 2007, también enviamos Cymbalta para su consideración como tratamiento para la fibromialgia.

La terapia contra el cáncer de Lilly, Alimta, fue otro gran producto en 2007, con un aumento de un 40% a nivel internacional, llegando a US\$854 millones. En la actualidad, Alimta está aprobado en 86 países, es líder en el mercado mundial en el tratamiento de segunda línea del cáncer

pulmonar de células no pequeñas y estamos en la búsqueda de indicaciones adicionales para otros tipos de tumores.

Nuestro tratamiento de la osteoporosis, Forteo, también tuvo un buen año en algunos países, con un crecimiento de un 19% en su quinto año en el mercado. Para demostrar nuestro compromiso con los resultados de cada paciente, desarrollamos programas para mejorar el seguimiento del tratamiento con Forteo, un factor importante en la determinación de su éxito, y fuimos testigos de significativas mejoras en el porcentaje de pacientes que continuaron usando el producto durante el período óptimo de 18 a 24 meses.

Byetta, el producto para la diabetes de Lilly, desarrollado en conjunto con Amylin, logró un crecimiento en las ventas de 51% en 2007, principalmente en los Estados Unidos. Las ventas fuera de EE.UU. comenzarán a contribuir en mayor escala, ya que lanzamos Byetta en 22 países durante el año 2007 y planificamos lanzarlo en 45 más en 2008. Estamos complacidos con la trayectoria de Byetta en cuanto a su acceso al mercado y reembolso, basándonos en su favorable evaluación como un verdadero avance en el tratamiento de la diabetes tipo 2. Las investigaciones clínicas demuestran que Byetta ayuda a muchos pacientes a lograr un mejor control de la glucosa y a la vez, a perder peso.

En nuestra carta dirigida a ustedes el año pasado, señalamos que reaccelerar el negocio de la diabetes más

importante de Lilly, basándonos fuertemente en la familia de la insulina de Humalog, era un objetivo clave. Lilly avanzó para lograr dicho objetivo en 2007, aunque todavía no estamos satisfechos. Humalog está logrando nuevamente participación en algunos mercados, con un crecimiento de 20% fuera de EE.UU. para el año 2007 completo y 32% en el cuarto trimestre. En EE.UU., nuestro volumen total de recetas de Humalog aumentó en 2007 por primera vez en cuatro años, y nuestro objetivo es sostener esa tendencia al lograr una participación en el mercado de nuevas recetas.

Nuestro resumen del avance de Lilly en 2007 no estaría completo sin mencionar los notables aportes de nuestra unidad de negocios Elanco Animal Health. Las ventas internacionales de Elanco alcanzaron aproximadamente los mil millones en 2007, un aumento de 14%. La adquisición en 2007 de Ivy Animal Health y los continuos lanzamientos de productos para animales de compañía (se han planificado seis dentro de cuatro años) permiten a Elanco lograr un importante crecimiento en el futuro.

Avance en las proyecciones

La salud a largo plazo de cualquier compañía farmacéutica está determinada por sus proyecciones de I+D, la promesa de futuros avances. De acuerdo con ello, creemos que la perspectiva para Lilly es sólida. En 2007, Lilly colocó 16 nuevas entidades moleculares (NEM) en ensayos humanos, un récord sin precedentes en nuestra historia. Aumentamos nuestra cartera de nuevas moléculas bajo prueba en pacientes en aproximadamente 50%, llegando a 44, y en 2008 estamos listos para agregar otros 15 candidatos clínicos.

Un aspecto destacado de nuestro desarrollo en última etapa en 2007 fue la presentación de prasugrel a la FDA para su aprobación al final del año, después de un gran esfuerzo de los equipos médico y de asuntos reglamentarios de Lilly. Prasugrel (la marca comercial propuesta es Effient™) es un posible nuevo tratamiento para pacientes con síndrome coronario agudo (SCA) que se someten a una angioplastia.

Además de prasugrel, Lilly tiene otras NEM o terapias tipo NEM en ensayos de Fase III o pendientes de aprobación reglamentaria, incluidos posibles nuevos tratamientos para la osteoporosis, diabetes, esclerosis múltiple y linfoma no Hodgkin, una versión de insulina inhalable, una formulación semanal de Byetta y una forma inyectable de acción prolongada de Zyprexa. Lilly también tiene más de una docena de nuevas indicaciones, continuación de la línea de productos y dispositivos de administración en ensayos de Fase III o bajo revisión reglamentaria.

De tener éxito, la mayoría de estas terapias se aprobará entre 2008 y 2011, lo que fortalecerá la cartera de productos de Lilly a medida que venzan las patentes más antiguas. Al mismo tiempo, Lilly cuenta con la proyección de moléculas en fase intermedia más sólida de su historia, y estamos acelerando el desarrollo de algunas de ellas en una estrategia concertada. En consecuencia, para el año 2001, Lilly debería tener al menos 10 NEM en ensayos de Fase III, con la meta de lanzar dos nuevos medicamentos por año a partir de ese momento, aumentando a tres por año en 2014.

Desarrollo comercial

Con el objeto de aumentar el flujo de caja, Lilly invirtió aproximadamente US\$3.000 millones en adquisiciones

y licencias en 2007 para fortalecer nuestro desempeño en ventas y nuestra proyección de I+D. En forma más destacada, nuestra exitosa integración de operaciones ICOS nos permitió lograr considerables mejoras en la venta y comercialización de Cialis, lo que significó un incremento de 25% en las ventas a nivel mundial en 2007, llegando a US\$1,216 mil millones.

La adquisición que Lilly hizo de Hypnion en 2007 nos brindó acceso a un prometedor nuevo compuesto para trastornos del sueño y una mayor presencia en esta área de investigación. Asimismo, firmamos acuerdos de licencia con OSI Pharmaceuticals y MacroGenics para obtener acceso a interesantes compuestos y plataformas de investigación centradas en la diabetes y en diversos trastornos de autoinmunidad, con Glenmark Pharmaceuticals para obtener los derechos a una cartera de posibles compuestos para aliviar el dolor y con BioMS Medical para una posible terapia para la esclerosis múltiple.

El mayor flujo de caja también nos permitió aumentar nuestro dividendo trimestral en el cuarto trimestre de 2007 en aproximadamente 11%, y nos dará una libertad permanente para buscar oportunidades de crecimiento y un mejor valor de la proyección a través de las adquisiciones y licencias en los años venideros.

Transformación

Anteriormente, nos referimos a la visión de Lilly respecto de que debe ser una empresa enfocada en el paciente, dedicada a optimizar los resultados de cada uno de ellos. Si bien somos conscientes de que tardaremos años en lograr esta visión, nos sentimos felices, ya que en 2007 pudimos comprobar de manera temprana y tangible la transformación de Lilly en una compañía que ofrece una propuesta de valor inequívoca para las personas que dependen de sus productos.

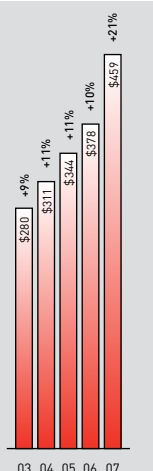
Por ejemplo, el esfuerzo de “adaptar” nuestros medicamentos a las necesidades de cada paciente, vale decir, administrar el medicamento correcto en la dosis correcta, está dando frutos. Con ello, los pacientes, médicos y pagadores entenderán de manera más clara los beneficios y los riesgos, basados en un mayor grado de confianza en que el medicamento funcionará de manera efectiva con efectos secundarios manejables.

El importante ensayo clínico de prasugrel de Lilly constituye un excelente ejemplo. Finalizado en 2007, el estudio TRITON reveló datos sólidos sobre pacientes para quienes los beneficios de prasugrel claramente superan los riesgos, de pacientes que se beneficiaron con el medicamento, pero que también tenían un mayor riesgo de hemorragia (y para quienes en consecuencia sería mejor una dosis más baja) y del pequeño porcentaje de pacientes que al parecer no obtuvo mayor beneficio de prasugrel comparado con el posible riesgo.

Lilly también ha logrado un notable avance en su transformación de ser una compañía farmacéutica completamente integrada, el antiguo modelo “FIPCO”, para convertirse en lo que conocemos como una *red* farmacéutica completamente integrada, “FIPNET”. En el nuevo modelo, recurrimos a una amplia gama de recursos externos a la compañía para aumentar nuestra capacidad efectiva y acceso a capacidades externas, para reducir nuestro nivel de riesgo y acelerar el desarrollo, y finalmente para ayudar a disminuir nuestro costo promedio de I+D por molécula.

Las ventas netas por empleado continúan en aumento (miles de dólares)

En 2007 continuamos nuestro enfoque en la productividad, guiados por nuestro equipo de cinturones negros Seis Sigma. Las ventas netas por empleado aumentaron un 21%, llegando a US\$459.000. El aumento se atribuyó a la inclusión de las ventas de Cialis a partir de nuestra adquisición de ICOS y una continua reducción del recuento de personal.



Parte de esta transformación incluye una tercerización bastante tradicional, por ejemplo, el trabajo de desarrollo en etapa inicial de nuestras asociaciones con ChemExplorer y PharmExplorer en China y nuestros esfuerzos de descubrimiento con Jubilant en India. Sin embargo, al mismo tiempo, estamos impulsando nuevas formas de compartir riesgos y recompensas, como nuestra asociación con Nicholas Piramal. A cambio de pagos por hito y una regalía si un producto se lanza al mercado, esta empresa con sede en India está desarrollando moléculas seleccionadas de nuestra proyección hasta el final de la Fase II, período durante el cual podemos optar por devolverlas a nuestra cartera de Lilly. Lilly cuenta con una colaboración de riesgos compartidos con Suven Pharmaceuticals en Hyderabad, la cual se ampliará en 2008. Además, hemos firmado una asociación en el terreno preclínico con Hutchison MediPharma de China, enfocada a objetivos en oncología e inflamación.

El surgimiento de Lilly como el eje de una "FIPNET" debe contribuir a nuestras ganancias de productividad en la empresa. Desde el año 2003, Lilly ha reducido su recuento de personas en aproximadamente 11% a nivel mundial, aumentado sus ventas netas por empleado en un 64%, mejorado su margen bruto como porcentaje de ventas y reducido la infraestructura de fabricación, I+D y administrativa y aumentado su producción general.

Ahora más que nunca, Seis Sigma ha pasado a ser una disciplina de un valor incalculable para Lilly, como un importante impulsor de la productividad y transformación más amplia. Desde que comenzamos a aplicar Seis Sigma en 2005, Lilly ha concluido más de 2.000 proyectos que no sólo tienen un impacto sobre los gastos, sino que también han mejorado las ventas, reducido los tiempos de ciclo de I+D y realmente mejorado todos los aspectos de la empresa.

Reuniones

Sin duda, 2007 nos habría dejado recuerdos muy favorables en Lilly, como un año de excelente desempeño y mayor confianza en nuestra transformación. No obstante, el año concluyó con una nota particularmente esperanzadora, con una "Reunión de visión" global en la que participaron más de 22.000 empleados y contratistas de Lilly. Gracias a IBM, el evento de cuatro días ininterrumpidos reunió al personal de Lilly en línea para aportar nuevas ideas y explorarlas de manera desinhibida. La Reunión literalmente dejó a Lilly con miles de ideas frescas, hilos de conversación

y debates bien argumentados centrados en nuestra transformación. Muchas de las ideas se implementarán antes de que la impresión de este informe, en tanto que otras se implementarán pronto.

La Reunión también nos dejó más convencidos que nunca de que Lilly cuenta con la creatividad y el compromiso necesarios entre su gente para *superar* las expectativas de nuestros clientes.

La difícil naturaleza del ambiente externo de Lilly no ha cambiado en el último año. En promedio, las poblaciones son más sanas y están en proceso de envejecimiento en la mayoría del mundo, lo que genera una mayor demanda de atención de salud y en consecuencia, su costo general. Los medicamentos de venta con receta por lo general corresponden a una pequeña parte del gasto en atención de salud total de los gobiernos y aseguradores privados, y el uso de nuestros productos generalmente reduce el gasto en formas de tratamiento de mayor costo. Sin embargo, la industria farmacéutica experimenta regularmente una gran presión sobre los niveles de reembolso y el acceso al mercado prácticamente en todos los lugares en que hacemos negocios hoy. Desafortunadamente, normalmente se nos ve como un objetivo fácil en los intentos por limitar el gasto en el cercano plazo o atribuir culpas por las inevitables deficiencias de los sistemas de atención de salud en general. Al mismo tiempo, las crecientes expectativas de los reguladores de la industria sólo se han sumado al gasto y la complejidad de la I+D farmacéutica.

En Lilly, hemos optado por considerar dichas realidades ambientales no como excusas para rechazar sino como motivadoras de nuestro propio desempeño y transformación permanente. No podemos eliminar las condiciones subyacentes que mantienen a la industria farmacéutica bajo presión y análisis. Sin embargo, podemos controlar nuestros propios gastos y mejorar la forma en que trabajamos. Podemos aprovechar lo que aprendemos sobre la biología humana para mejorar la eficacia y los perfiles beneficioso-riesgos de los productos que se generan de nuestra proyección. Podemos hacer muchas cosas para mejorar la forma de diagnóstico de los pacientes y las terapias utilizadas. Podemos ayudar a mejorar el acceso de los pacientes a nuestros productos y lograr el entendimiento de nuestras prácticas comerciales a través de la transparencia. Asimismo, podemos asumir más responsabilidad por los desafíos en materia de atención de salud que enfrenta la sociedad como un todo, como lo demuestra nuestro informe de responsabilidad social corporativa (consulte la página 9).

Si hacemos lo anterior, y las hacemos bien, Lilly hará realidad su visión de mejorar los resultados para cada paciente, incluso garantizando nuestro propio gran futuro.

Para el directorio,

Sidney Taurel
Presidente del directorio y director ejecutivo

John C. Lechleiter
Presidente y director de operaciones

Innovación en Lilly: cartera y proyecciones

Principales productos comercializados

(Las fechas indican el año del primer lanzamiento global)

2005	Byetta [®]	para la diabetes tipo 2 para ser utilizado en combinación con una tiazolidinediona (2007) (en colaboración con Amylin Pharmaceuticals, Inc.)
2004	Cymbalta [®]	para el trastorno depresivo grave para el dolor neuropático periférico provocado por la diabetes (2004) para trastorno por ansiedad generalizada (2007) para el tratamiento de mantenimiento del trastorno depresivo grave (2007) (en colaboración con Quintiles Transnational Corp. en EE.UU., Shionogi & Co. Ltd. en Japón y Boehringer Ingelheim en el resto del mundo)
2004	Alimta [®]	para el mesotelioma pleural maligno para el tratamiento de segunda línea del cáncer pulmonar de células no pequeñas (2004)
2004	Symbyax [®]	para la depresión bipolar
2004	Yentreve [®]	para la incontinencia urinaria por esfuerzo (aprobado y lanzado fuera de los EE.UU.)
2003	Cialis [®]	para la disfunción eréctil para una dosis diaria (2007)
2003	Strattera [®]	para el trastorno de hiperactividad y déficit de atención (ADHD) en niños, adolescentes y adultos
2002	Forteo [®]	para el tratamiento de hombres y mujeres posmenopáusicas con osteoporosis que tengan un alto riesgo de sufrir fracturas
2001	Xigris [®]	para pacientes adultos con sepsis aguda con alto riesgo de muerte
1999	Actos [®]	para la diabetes tipo 2 (en colaboración con Takeda fuera de los EE.UU.)
1998	Evista [®]	para la prevención de la osteoporosis en mujeres posmenopáusicas para el tratamiento de la osteoporosis en mujeres posmenopáusicas (1999) para reducir el riesgo de cáncer de mama invasivo en mujeres posmenopáusicas con osteoporosis (2007) para reducir el riesgo de cáncer de mama invasivo en mujeres posmenopáusicas con alto riesgo de cáncer de mama invasivo (2007)
1996	Zyprexa [®]	para la esquizofrenia para la manía bipolar aguda (2000) Zyprexa [®] Zydis [®] en tabletas (2000) para el mantenimiento de pacientes con esquizofrenia (2001) como terapia combinada con litio o valproato para la manía bipolar aguda (2002) para el mantenimiento de pacientes bipolares (2003) Formulación intramuscular de acción rápida (2004) Zyprexa [®] en gránulos (2004; lanzado sólo en Japón)
1996	Humalog [®]	Insulina de acción prolongada Lyspro para el tratamiento de la diabetes tipos 1 y 2 Humalog [®] Mix 75/25 (1999) Humalog [®] Mix 50/50 (1999)
1995	Gemzar [®]	para el cáncer pulmonar de células no pequeñas para el cáncer de páncreas (1996) para el cáncer de vejiga (1999; aprobado y lanzado fuera de los EE.UU.) para el cáncer de mama metastásico (2003) para el cáncer de ovario recurrente (2004) para el cáncer en la vesícula biliar (2006; Japón)

1995	ReoPro®	para la prevención de las complicaciones isquémicas cardíacas en pacientes sometidos a intervención coronaria, como la angioplastia para la angina inestable asociada a procedimiento con stent (1997) <i>(en colaboración con Centocor, excepto en Japón)</i>
1987	Humatrope®	para irregularidades del crecimiento provocadas por la deficiencia de la hormona del crecimiento en niños para terapia de reemplazo para la deficiencia de la hormona del crecimiento en adultos (1995) para baja estatura provocada por el síndrome de Turner (1997) para baja estatura idiopática (2003)
1983	Humulin®	para la diabetes tipos 1 y 2

Nuevas aplicaciones del fármaco presentado para revisión ante la Administración de Drogas y Alimentos de los EE.UU.

Duloxetina	para la fibromialgia
Olanzapina	para la esquizofrenia y el trastorno bipolar en adolescentes
Olanzapina LAI	inyección de acción prolongada para la esquizofrenia
Olanzapina-Fluoxetina	para la depresión resistente al tratamiento
Pemetrexed disódico	para el tratamiento de primera línea del cáncer pulmonar de células no pequeñas
Prasugrel	para la prevención/reducción de eventos aterotrombóticos en pacientes con síndromes coronarios agudos que se someten a una intervención coronaria percutánea (ICP) <i>(en colaboración con Daiichi Sankyo Company, Ltd.)</i>
Ruboxistaurina mesilato	para la retinopatía diabética
Teriparatida (origen ADN recombinante o ADNr) inyección	para la osteoporosis inducida por glucocorticoide (OIGC)

Fármacos candidatos seleccionados en su última fase de investigación

Arzoxifeno	para la prevención y el tratamiento de la osteoporosis y para reducir el riesgo de cáncer de mama
AIR® Insulina inhalable	para la diabetes tipos 1 y 2 <i>(en colaboración con Alkermes, Inc.)</i>
Duloxetina	para el dolor crónico
Enzastaurina	para pacientes con prognosis deficiente con linfoma difuso de células B grandes
Exenatida	para dosis una vez a la semana
MBP8208	para la esclerosis múltiple secundaria progresiva (EMSP) y la esclerosis múltiple recidivante-remite (EMRR) <i>(en colaboración con BioMS Medical Corp.)</i>
Teplizumab	para la diabetes tipo 1 <i>(en colaboración con MacroGenics)</i>

(continúa en la página siguiente)

Fármacos candidatos seleccionados en fase intermedia de investigación

Anticuerpo A-beta	para la enfermedad de Alzheimer
Reductor de A-beta (inhibidor de gamma secretasa)	para la enfermedad de Alzheimer
Anti-CD20 (AME133v)	para el linfoma no Hodgkin (LNH)
ASAP	para tratar tumores sólidos
Inhibidor del Factor Xa	para tromboembolismo venoso (TEV) profilaxis, tratamiento del TEV y profilaxis del tromboembolismo de fibrilación auricular
Profármaco de gemcitabina	para tratar tumores sólidos
GLP-Fc análogo	para la diabetes tipo 2
Activador de la glucoquinasa	para la diabetes tipo 2 (en colaboración con OSI Pharmaceuticals, Inc.)
HY10275	para el insomnio
Anticuerpo de IL-1 beta	para la artritis reumatoide
LP10152 (FGF-21)	para la diabetes
Profármaco de mGlu2/3	para la esquizofrenia
NERI IV	para la depresión (fase II); para el ADHD (fase I)
OpRA II	para la dependencia al alcohol
Survivin ASO	para tratar tumores sólidos
Antagonista TRPV1	para el tratamiento de diversas afecciones con dolor, incluido dolor osteoartrítico (en colaboración con Glenmark Pharmaceuticals)

La información está actualizada al 31 de enero de 2008. La investigación de nuevos fármacos es riesgosa e incierta y no existen garantías. Los obstáculos científicos y reglamentarios que aún queden pueden hacer que los compuestos en proyección se demoren o incluso no alcancen a llegar al mercado.

Más allá del medicamento: respuestas que importan

En nuestra historia, Lilly ha sido un ciudadano corporativo líder. Si bien nuestras mayores contribuciones a la sociedad son medicamentos avanzados para pacientes de todo el mundo, sabemos que los resultados positivos en los pacientes implican más que sólo el medicamento.

En Lilly, nuestra responsabilidad corporativa se centra en lograr una diferencia en el negocio y la sociedad. Nuestro compromiso es operar nuestro negocio de acuerdo con las más altas normas, lo que incluye ser un líder en la industria en términos de transparencia, usar nuestros recursos para fortalecer las comunidades en las que vivimos y trabajamos y ver más allá de nuestras operaciones para ayudar a abordar los desafíos médicos.

Si bien consideramos esto como un viaje, nos enorgullecemos de nuestro récord como un ciudadano corporativo global. Los siguientes son algunos ejemplos:

Compromiso con la transparencia

Continuamos siendo un líder en la industria en materia de transparencia. En 2004, fuimos la primera compañía farmacéutica en publicar en Internet los resultados de todos nuestros ensayos clínicos. Tenemos un compromiso inquebrantable de informar al público los resultados de las investigaciones médicas, ya sean favorables o no para Lilly, de una manera precisa, objetiva y equilibrada con el fin de garantizar que nuestros clientes cuenten con la información que necesitan acerca de nuestros productos.

Además, en 2007 Lilly se convirtió en la primera compañía farmacéutica en informar públicamente todas nuestras subvenciones a organizaciones no gubernamentales, instituciones de investigación y otros de los EE.UU. Esta información se encuentra disponible en línea en www.lillygrantoffice.com.

Filantropía y apoyo a la comunidad

Lilly también mantiene su antigua tradición de filantropía y apoyo a la comunidad. De acuerdo con Chronicle of Philanthropy (Crónica de Filantropía), las donaciones de la compañía en 2006 se ubicaron en el sexto lugar entre las 91 compañías estadounidenses más importantes que respondieron a su encuesta. En 2007, nuestros aportes filantrópicos incluyeron donaciones de productos por casi US\$350 millones, incluidos aproximadamente US\$240 millones en productos para programas de ayuda a pacientes y causas humanitarias internacionales. Nuestras donaciones totales del año 2007 representan alrededor del 6% de nuestro ingreso ajustado antes de impuestos y ha posicionado a Lilly una vez más como una de las compañías más caritativas del mundo.

Asimismo, lanzamos una nueva iniciativa voluntaria para los empleados llamada "Hands and Hearts" (Manos y Corazones), cuya finalidad es optimizar la participación de los empleados en organizaciones sin fines de lucro a la vez de permitirnos hacer un seguimiento y una evaluación de los resultados. Al fomentar el voluntariado, fortalecemos a nuestras comunidades y aumentamos el compromiso y la participación de nuestra fuerza laboral.

Mejoramiento del acceso de los medicamentos

El acceso a la atención médica y a medicamentos de precio razonable es un gran problema en muchos países, y Lilly ha tomado las medidas para ayudarlos. Por ejemplo, en 2007 ayudamos a más de 145.000 pacientes en los EE.UU. a obtener medicamentos por medio de seis programas de asistencia diferentes. Estos programas forman parte de un esfuerzo industrial más amplio. A través del programa Partnership for Prescription Assistance (Asociación para Asistencia con las Recetas, PPARx), la industria farmacéutica ha ayudado a más de 4 millones de personas a lograr un acceso a los medicamentos necesarios. Puede encontrar más información acerca de PPARx en www.pparx.org.


Lucha contra la tuberculosis resistente a múltiples fármacos (MDR-TB)

MDR-TB es una amenaza para la salud en crecimiento a nivel mundial. Iniciada en 2003, la revolucionaria MDR-TB Partnership (Asociación con la MDR-TB) pretende aumentar el suministro y la disponibilidad de dos importantes medicamentos para tratar la mortal enfermedad en los países más fuertemente atacados. En marzo de 2007, aumentamos nuestro compromiso financiero en otros US\$50 millones. Y en junio, anunciamos la creación de un ambicioso consorcio público-privado en Seattle para realizar una investigación de descubrimientos en etapa inicial de nuevos medicamentos que se requieren con urgencia para tratar la tuberculosis, incluida cadenas resistentes emergentes, con otra inversión de US\$15 millones, con lo que nuestros aportes totales ascienden a US\$135 millones. En 2007, nuestros esfuerzos fueron reconocidos por la Global Business Coalition (Coalición Empresarial Global), que describió nuestro programa MDR-TB como un "modelo superlativo" a seguir por otras empresas.

Apoyo a nuevos métodos en la batalla contra la diabetes

De acuerdo con el fuerte e histórico compromiso de Lilly con la diabetes, Lilly Foundation aporta hasta US\$15 millones a la American Academy of Family Physicians Foundation para establecer "Peers for Progress" (Colegas en pro del avance), un programa que identificará y capacitará a voluntarios legos con diabetes y los facultará para ser "mentores de diabetes". Dichos mentores luego ayudarán a otras personas con diabetes a controlar mejor las exigencias emocionales, sociales y de autocuidado diario de la enfermedad. El objetivo de esta ambiciosa iniciativa es facultar a 200.000 voluntarios, o el 1% de los estadounidenses con diabetes, para que se conviertan en mentores de diabetes y ampliar este programa a nivel internacional. Adicionalmente, Lilly otorga una subvención de US\$10 millones a la International Diabetes Federation para financiar el "Proyecto BRIDGES" (PUENTES), un esfuerzo global para identificar y compartir estrategias exitosas para controlar la diabetes.

Para obtener un informe completo de las iniciativas corporativas de Lilly, visite www.lilly.com/about/citizenship.



*Eli Lilly and Company
Lilly Corporate Center
Indianapolis, Indiana 46285 USA
www.lilly.com*

Lilly
Respuestas que importan.