



Gloria F. Vilches. *Cof cof cof*, 2008. Collage, 22 x 21,2 cm.

# VENDRE MEDICAMENTS ARREU DEL MÓN

L'EMPRESA FARMACÈUTICA BURROUGHS WELLCOME & CO.

Tilli Tansey

*Selling Medicine around the World: Burroughs Wellcome & Co's pharmaceutical enterprise.*

The overwhelming success of the pharmaceutical enterprise founded by Burroughs and Wellcome in England at the end of the 19th century lay not only in the incorporation of scientific work in developing its products but also in the solid reputation it held amongst the medical profession. This, in turn, derived additional prestige, which was used implicitly in marketing and novel strategies to sell their medical products.

El 1880 dos joves farmacèutics formats a Amèrica, Silas Mainville Burroughs (1846-1895) i Henry Solomon Wellcome (1853-1936), van fundar una empresa farmacèutica a Londres. Burroughs Wellcome & Co. (BW&Co.) esdevindria una de les empreses més importants del sector a finals del segle XIX, una posició capdavantera que va mantenir a escala internacional fins a la Segona Guerra Mundial (1939-1945). Aquest èxit es basava tant en la renovació de productes rendibles o en unes quantes estratègies de comercialització reeixides com en una qualitat única en l'època: moltes d'aquestes iniciatives es recolzaven en la recerca científica realitzada en els propis laboratoris. El treball científic no solament es va aprofitar per desenvolupar i produir nous i millors compostos, sinó que també es va incorporar explícitament a les campanyes publicitàries de l'empresa. La recerca dels seus laboratoris també es va guanyar l'aprovació de científics importants i això al seu torn va incrementar el seu prestigi, especialment entre la professió mèdica, el que va ser aprofitat implícitament en la comercialització i venda dels productes de la companyia.

## ■ BURROUGHS WELLCOME & CO., 1880-1895

Mainville Burroughs va arribar a Londres en la primavera del 1878 format en les tècniques més modernes de fabricació i comercialització de fàrmacs, i fascinat per les oportunitats de negoci que oferia llavors la capital

**«BURROUGHS WELLCOME & CO. ESDEVINDRIA UNA DE LES EMPRESES MÉS IMPORTANTS DEL SECTOR DE FINALS DEL SEGLE XIX, UNA POSICIÓ CAPDAVANTERA QUE VA MANTENIR A ESCALA INTERNACIONAL FINS A LA SEGONA GUERRA MUNDIAL»**

d'un imperi d'abast mundial com el britànic. Llicenciat pel Col·legi de Farmacèutics de Filadèlfia, havia treballat per a una de les companyies més importants del seu país, John Wyeth & Son, i va arribar a la Gran Bretanya per actuar com a agent d'aquesta firma. A més va fer els seus propis contactes comercials i va fundar una companyia, S. M. Burroughs & Co., que va promoure productes com ara un suplement alimentari, el Beef and Iron Wine,

i un inhalador d'amoní comercialitzat sota el seu propi nom; també va adquirir una participació en la Kepler Company, que fabricava una preparació d'extracte de malt. Les perspectives de Burroughs a Londres semblaven optimistes i a començament de 1880 va escriure a Henry Wellcome per invitar-lo a reunir-se amb ell a Londres. «Trobe que faríem un bon equip en el ram de la farmàcia», li va proposar. Wellcome, llicenciat pel Col·legi de Farmàcia de Filadèlfia i venedor amb experiència internacional, treballava llavors per a McKesson & Robbins, una gran majorista farmacèutica de Nova York. No sabem què va contestar a Burroughs, però a la tardor d'aquell any ja era a Londres, i al setembre la societat conjunta ja s'havia constituït.

L'experiència professional i els interessos dels dos socis eren bastant similars, per bé que en els quinze anys següents, fins a la mort prematura de Burroughs, la seua relació va anar plena de desavinences i discussions, algunes de les quals van acabar en els tribunals a instàncies de tots dos. Tanmateix en els primers mo-







ments compartien agenda i estratègies per assolir els seus objectius. Actuaven com a importadors d'un cert nombre d'«especialitats farmacèutiques» americanes, incloent-hi comprimits, per a unes quantes empreses per a les quals la seua companyia feia d'agent; desenvolupaven una gamma de productes diversos com ara articles de tocador i l'extracte de malt de Kepler, del qual BW&Co. havia adquirit totes les accions; a més es preocupaven de promocionar els seus productes extensivament i desenvoluparen unes quantes tècniques per arribar a públics molt diferents. Entre aquests mètodes hom pot destacar els habituals anuncis en premsa i la publicació de material promocional cridaner. Van ser pioners en la introducció a la Gran Bretanya d'una figura americana, el *detail men*, que es va conèixer com a «representant» o «viatjant» –els actuals visitadors mèdics–, van obrir agències i magatzems arreu del món i van crear i aixoplugar internacionalment una llarga sèrie de marques importants.

■ BURROUGHS WELLCOME & CO., 1895 – 1936,  
I LA CREACIÓ DELS LABORATORIS DE RECERCA

El 1895, quan la companyia ja gaudia de prestigi internacional, Mainville Burroughs va morir sobtadament arran d'una grip. Malgrat algunes complicacions financeres inicials causades per Olive, la vídua de Burroughs, Wellcome esdevingué l'únic propietari de l'empresa. Inmediatament va posar en marxa plans per desenvolupar la recerca i va emprendre altres canvis, especialment en les bases científiques de l'empresa. Uns mesos abans, a finals de 1894, la companyia havia pres una iniciativa molt inusual i innovadora, havia muntat un petit laboratori al centre de Londres per produir un medicament biològic nou en aquella època, el sèrum antitòxic. Tot i que llavors encara vivia Burroughs, no ha perdurat cap testimoni que ens permeta saber si va prestar suport a aquesta iniciativa, i poc després de morir, aquests laboratoris eren coneguts oficialment com els Wellcome Physiological Research Laboratories (WPRL). Vuit dies després de la mort del fundador, Wellcome va escriure a un químic amic seu dels EUA, el doctor Frederick Belding Power, per invitar-lo a establir nous laboratoris de recerca que ben aviat serien coneguts com els Wellcome Chemical Research Laboratories (WCRL). Els van seguir altres laboratoris, però van ser els WPRL i els WCRL els principals responsables del desenvolupament de productes i

«LA COMPANYIA ES VA  
DOTAR D'UN DEPARTAMENT  
PUBLICITARI PER PRODUIR  
ELS SEUS ANUNCIS,  
A CADASCUN DELS QUALS  
WELLCOME HAVIA DE DONAR  
EL SEU VISTIPLAU ABANS  
QUE ES PUBLICARA»

de la gran reputació científica que va assolir la companyia. Els WPRL van ser responsables de produir, provar, embotellar i etiquetar el sèrum antitòxic que venia la companyia. A més cada vegada es van implicar més en treballs inèdits en el camp de la fisiologia i la farmacologia, i el 1914 qui llavors era director dels WPRL, Henry Dale, esdevingué la primera persona relacionada amb una companyia farmacèutica que era elegida membre de la Royal Society, la distinció acadèmica més important de la ciència britànica. Altres científics més d'aquests laboratoris van ser recompensats amb el mateix honor i el 1936 Dale, que ja havia obtingut el títol de sir i que treballava per al Medical Research Council en el seu National Institute for Medical Research, va compartir el premi Nobel de Fisiologia o Medicina pel seu treball sobre intermediaris químics en els mecanismes fisiològics comuns, treball que havia iniciat mentre treballava en els WPRL. Per la seua banda els WCRL també van emprendre recerques inèdites,

i, encara que aquest equip realment mai no va assolir les distincions dels seus col·legues de fisiologia, va contribuir en gran mesura a incrementar el catàleg de compostos de la companyia elaborant noves tècniques d'extracció, de síntesi i de producció i assajant i comprovant la puresa dels productes químics comercialitzats per BW&Co.

La feina dels WPRL i dels WCRL, tant pel que fa a contribucions directes a la varietat i qualitat dels pro-



L'equip directiu dels Wellcome Physiological Research Laboratories (WPRL) el 1900.

PIONEERS AND EMPIRE BUILDERS: FIRST PERIOD, No. 4  
1,000,000 to 500,000 B.C. (Continued)

## SEASONABLE SERA and VACCINES

### THE 'WELLCOME' BRAND INFLUENZA VACCINE (MIXED)

Answers all the requirements formulated at the Conference on Preventive Vaccines for Influenza, held at the War Office, October 14th, 1918.

THE 'WELLCOME' BRAND  
PNEUMOCOCCUS VACCINE  
Used in pneumococcal infections—Pneumonia, Empyema, Pericarditis, Endocarditis, Meningitis, Septicæmia, etc.

### THE 'WELLCOME' BRAND CORYZA VACCINE, No. 4

Used for prophylaxis and treatment. It presents those organisms most frequently found in coryzal infections and possesses all the advantages of a stock vaccine.

### THE 'WELLCOME' BRAND ANTI-STREPTOCOCCUS SERUM (POLYVALENT)

This serum is reported to be very successful in cases of toxic scarlet fever.

When ordering specify 'WELLCOME' brand

'WELLCOME' BRAND SERA AND VACCINES are scientifically prepared under expert supervision at the WELLCOME PHYSIOLOGICAL RESEARCH LABORATORIES.

For complete list, see Wellcome's Medical Diary



BURROUGHS WELLCOME & CO., LONDON  
NEW YORK MONTREAL SYDNEY CAPE TOWN MILAN  
SHANGHAI BUENOS AIRES BOMBAY

All communications intended for the Head Office should be addressed to SNOW HILL BUILDINGS, LONDON, E.C. 1  
London Exhibition Route: 24, Wigmore Street, W.



IMAGINED PICTURE OF PITHECANTHROPUS RECTUS AS PIONEER—No pioneering handicraft work has as yet been found that can be attributed to *Pithecanthropus erectus*, but since even apes use stones for cracking nuts and are able to employ sticks and stones as missiles, it is inferred that *Pithecanthropus* with his considerably higher brain capacity and increasing power to respond to new external stimuli, must at least have used such rough tools as he found ready to hand—nutshells. Did he even make these for himself by cracking one pebble with another as he would crack a nut? In the accompanying illustration he is represented breaking open a nut with a stone: he may also have used this tool to crack the skulls of fish and to scrape into form rude implements of wood. On the left the head of a chimpanzee is reproduced for comparison. The points of resemblance and difference are apparent. CULTURE PHASE: BOLTHTIC?



22

Anunci de sèrums i vacunes produïts pels WPRL, publicat en *The Lancet* el 1920.

ductes de la companyia com al prestigi acadèmic que van guanyar-se, van realçar enormement la reputació de la companyia i van actuar com a publicitat indirecta per a BW&Co. entre la comunitat científica i mèdica. No va ser fins després de la Primera Guerra Mundial que altres companyies farmacèutiques, com ara May & Baker i Allen & Hanbury's, van començar a desenvolupar al país la mena de recerca científica en què havia estat pionera BW&Co.

### ■ ANUNCIS

De bon començament, BW&Co. es va anunciar en la premsa farmacèutica i mèdica, és a dir, adreçada solament als prescriptors i distribuïdors professionals de medecines i no al públic en general. És una diferència important, perquè BW&Co. aspirava a situar-se com una empresa «ètica», proveïdora de productes de composició coneguda, a diferència dels fabricants de medecines patentades, que s'anunciaven al públic en general sense revelar els ingredients dels seus «remeis», és més, sovint

THE PERFECTED  
WYETH  
BEEF  
JUICE

THIS HIGHLY CONCENTRATED PRODUCT IS A GOOD MODEL OF WHAT SUCH PREPARATIONS SHOULD BE

BURROUGHS WELLCOME AND CO.  
LONDON AND SYDNEY

Publicitat mèdica del brou de carn de bou Wyeth, un producte americà de John Wyeth & Son per al qual BW&Co. actuava com a agent. L'anunci associa amb el tònic una poderosa imatge de força i vigor.

afirmant que eren secrets. BW&Co. es va dotar d'un departament publicitari per produir els anuncis de la companyia, a cadascun dels quals Wellcome havia de donar el seu vistiplau abans que es publicara. Sovint comentava o suggeria canvis en el material, encara que això es va fer més infreqüent a partir de la Primera Guerra Mundial. També es van editar targetes comercials i cartells publicitaris, en general articles resistents fets de metall o de cartró fort perquè els exhibiren les farmàcies en els seus mostradors, o per muntar-los a les finestres. Molts d'aquests materials eren extraordinàriament cridaners.

### ■ AGÈNCIES D'ULTRAMAR I REPRESENTANTS

Tots dos joves farmacèutics estaven d'acord a considerar un punt important de la seua estratègia obrir-se als mercats d'ultramar, i en aquest sentit van començar a coordinar esforços ben aviat, tot just fundar l'empresa. Entre octubre del 1881 i febrer del 1884 Burroughs va viatjar gairebé contínuament arreu del món. Pel que fa a Europa, va visitar centres a Itàlia, Portugal, Gibraltar, Espanya,





# 'HAZELINE' TRADE MARK CREAM



COMPROVAT CIENTÍFICAMENT!

MONOGRÀFIC

Targeta comercial de la crema facial "Hazeline", una il·lustració que suggereix immediatament connotacions de suavitat i luxe i de l'atractiu que proporcionarà a les dones usar-ne.

Grècia i Turquia; però també va anar a Malta i Egipte, i va estar-se uns quants mesos a l'Índia, la Xina, el Japó i Austràlia. La correspondència amb Wellcome, que es va quedar a Londres per aixecar i dirigir una fàbrica, muntar la seu comercial de la companyia i des-

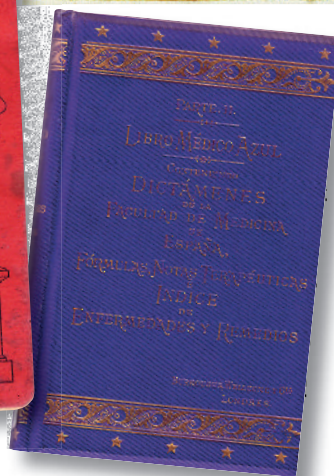
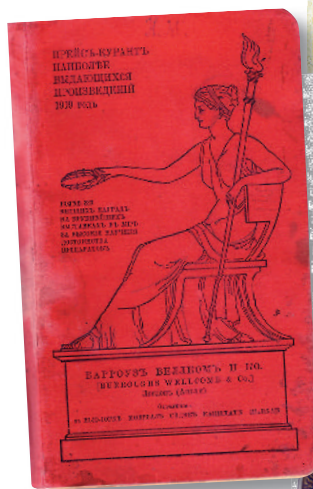
envolupar i mantenir la distribució a la Gran Bretanya i la xarxa de vendes, revela moltes coses sobre la relació que mantenien els dos homes i els seus diferents punts de vista. Sens dubte va ser mèrit de Burroughs l'èxit de comandes estables, però la seua actitud era bastant



informal a l'hora de buscar i contractar farmacèutics locals com a representants de BW&Co., sense investigar com cal les seues referències, experiència i idoneïtat. Wellcome sovint protestava i insistia que el seu soci havia de seleccionar i entrenar acuradament els agents més adequats. A poc a poc, la indisciplina de Burroughs, la manera tan negligent d'actuar, va anar controlant-se i totes les agències de l'exterior van acabar sota la direcció directa de l'oficina central de la companyia a Londres.

Tornant a la Gran Bretanya, els representants eren seleccionats principalment entre homes preferentment amb formació mèdica o com a farmacèutics i se'ls ensinistrava acuradament en el coneixement de tota la gamma de productes de l'empresa. Cada visita a una farmàcia o a un metge s'enregistrava en una targeta amb les dades de vendes i també s'avaluava cada establiment o consulta, és a dir, es consignava si es tractava d'un establiment corrent o d'un de més categoria. Els representants arreu del món tornaven totes aquestes targetes a les oficines centrals de la companyia a Londres, i el nombre de trucades realitzades, l'acceptació de cada campanya i el tipus d'establiment visitat s'analitzaven exhaustivament i servien per retroalimentar noves vendes.

A començament del segle xx tant els representants del país com els de l'estranger havien de seguir un curs de formació inicial i després havien d'assistir a conferències periòdiques en les quals aprenien d'altres experiències i també eren informats pel personal dels WPRL i els WCRL sobre els darrers avenços científics i aplicacions dels productes Wellcome perquè pogueren promocionar els articles entre farmacèutics i metges. A més la companyia enviava mensualment circulars a cada venedor, tant del país com de l'exterior, en què els proporcionava informació actualitzada sobre els productes, resums d'articles mèdics recents d'interès sobre qualsevol compost i consells sobre tècniques de promoció. Per ajudar els seus representants i promoure les vendes, la companyia editava informació dels productes, anuncis i fullets publicitaris i targetes comercials en una gran varietat de llengües i dialectes perquè es pogueren repartir arreu del món. També es distribuïen gratuïtament fullets de «notes terapèutiques» i anuaris per als facultatius i farmacèutics de tot el món, sovint traduïts a altres idiomes i sempre amb la llista de productes i de preus de BW&Co.



標 [金來威] 商  
(形絮) 寧奎酸硫  
TRADE MARK 'WELLCOME' 商標  
QUININE SULPHATE (LARGE FLAKE)

力 服 熱 稱 很 寧 確 有 的 奎  
固 了 症 許 靈 品 的 的 寧  
體 是 納 許 驗 質 功 多 的 是  
質 有 不 大 療 非 效 是 雜 醫  
使 益 強 有 治 常 效 而 家  
人 的 和 效 瘡 純 不 要  
不 能 重 驗 疾 正 過 藥  
致 壯 病 驗 疾 功 市 常  
容 精 將 以 功 上 所  
易 愈 及 效 有 準 常

A dalt, etiqueta en xinès mandarí corresponent a una botella de sulfat de quinina de BW&Co., cap a 1926.

A l'esquerra, portada de la traducció íntegra de la llista de preus de BW&Co. al rus, 1909. A la dreta, traducció al castellà del formulari, les notes terapèutiques i les recomanacions mèdiques de BW&Co., publicat en dos volums, 1883-1884.

## ■ MARQUES

BW&Co. era formidable creant i conservant les marques comercials dels seus productes. La primera que va controlar va ser Kepler, aquella companyia que Mainville Burroughs havia comprat originalment el 1878 i que BW&Co. havia absorbit. El catàleg de productes Kepler no solament incloïa l'extracte de malt original, sinó també oli de fetge de bacallà i una mescla de tots dos productes, i diverses mescles d'un dels dos productes primitius amb altres ingredients addicionals. Els compostos Kepler eren un pilar financer per a la companyia, li van proporcionar bons ingressos fins després de la Segona Guerra Mundial.

Els representants viatjaven arreu del món oferint productes Kepler en condicions extremadament avan-

COMPROVAT CIENTÍFICAMENT!




MONOGRÀFIC







April 20, 1918 THE CHEMIST AND DRUGGIST 21




**A Chinese Imitation**

designed to deceive customers for

**'KEPLER'**

(TRADE MARK)

**Cod Liver Oil with Malt Extract**



The Genuine The Imitation

The genuine packing is closely copied—the colour and pattern of the bottle, with raised wording on the shoulder, and a metal cap. The colour and printing of the label and the carton, are almost facsimile—see illustrations which show the fronts of the cartons.


**Proceedings secure an Undertaking**

TRANSLATION OF THE UNDERTAKING FROM THE ENG AN TONG DISPENSARY, FORMOSA.

We will not in future manufacture or sell any products bearing trade marks similar to Burroughs Wellcome & Co.'s preparations.

17th day, 1st moon (Sgd.) ENG AN TONG  
7th year Ta Chin Tainan, Formosa

We prosecute offenders rigorously, in the interest of prescribers, dispensers, patients and ourselves.

 **BURROUGHS WELLCOME & CO.**  
LONDON

小號自今以後無再製造及賣出  
藥行所有標頭相同之藥品也  
大正七年一月十七日 蔡安堂  
台灣台南

0 833

A dalt, anunci publicat a *The Chemist & Druggist* el 1918, per donar a conèixer un èxit judicial contra una farmàcia xinesa que havia imitat la solució Kepler.

A la dreta, portada d'un fullet de BW&Co. amb consells sobre primers auxilis per a les mares australianes, dècada dels anys vint.



nyia va defensar enèrgicament aquesta marca en vida de Henry Wellcome.

Totes aquestes activitats, doncs, des de la publicitat explícita i els visitadors mèdics fins la promoció implícita associada a la defensa de les marques o al suport a la recerca científica, van ser els recursos que BW&Co. va fer servir per promoure els seus productes arreu del món. ☺

#### BIBLIOGRAFIA

- AMERICAN CHEMICAL SOCIETY, 2008. *The pharmaceutical century*. [En línia].  
 Pàgina web de l'American Chemical Society. ACS Publications. Washington. Disponible en <http://pubs.acs.org/journals/pharmcent/index.html>.
- LOUDON, I., (ed.), 1997. *Western medicine. An illustrated history*. Oxford University Press. Oxford.
- SNEADER, W., 2005. *Drug discovery: a history*. John Wiley & Sons Ltd. Chichester.
- TANSEY, E. M. i R. Church, 2007. *Burroughs, Wellcome & Co.: Knowledge, trust and profit and the transformation of the British pharmaceutical industry, 1880-1940*. Crucible Books. Lancaster.
- WEATHERALL, M., 1990. *In search of a cure: a history of pharmaceutical discovery*. Oxford University Press. Oxford.



Anunci de l'equip de primers auxilis "Tabloid" il·lustrat amb la mena de situacions en què aquesta farmaciola pot ser d'utilitat; sense data.

**Tilli Tansey**, Grup d'Història de la Medicina del segle xx. Wellcome Trust Centre for the History of Medicine, University College, Londres.

COMPROVAT CIENTÍFICAMENT! MONOGRÀFIC

