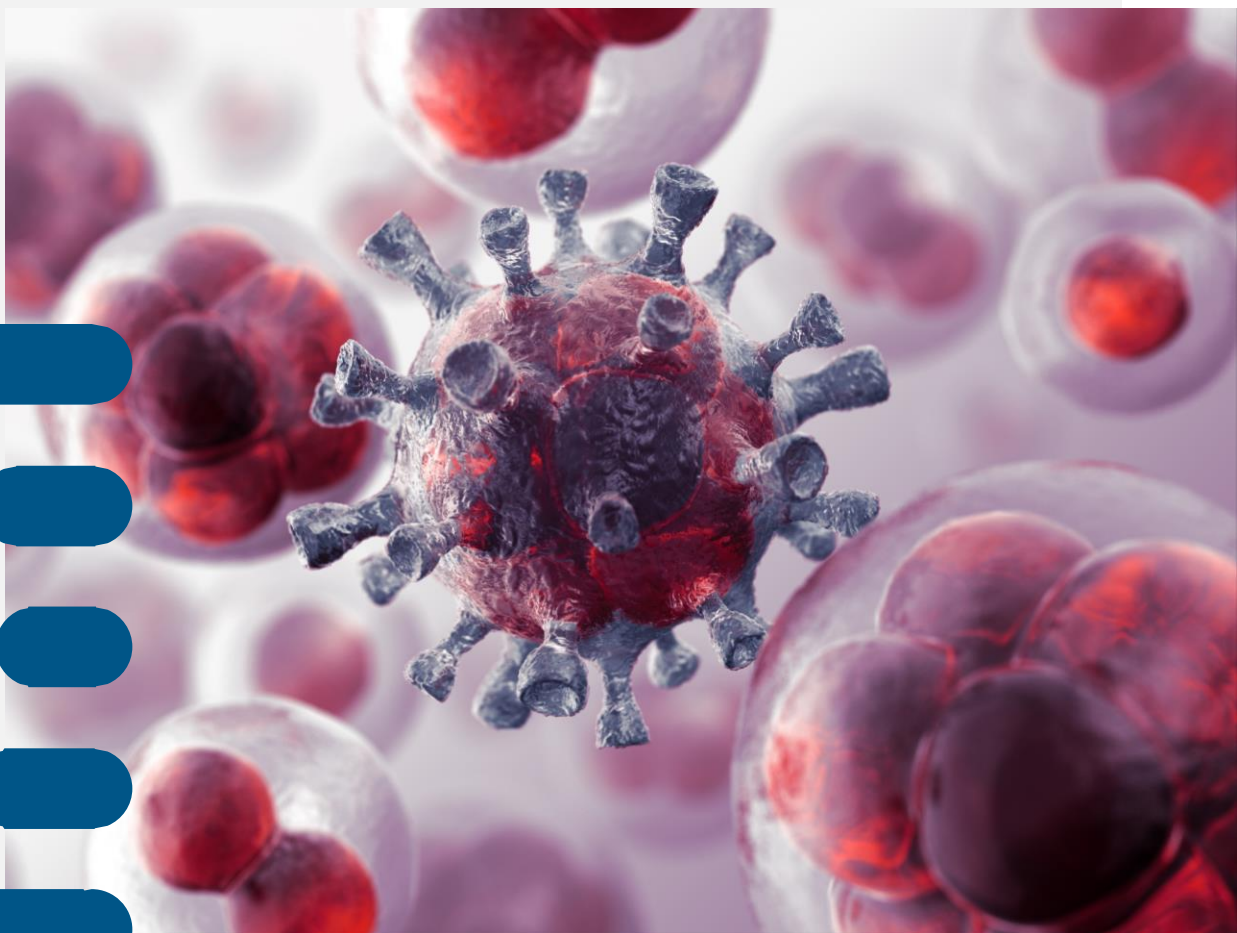


Edição 18 – 17/07/20

Newsletter Especial IQVIA: COVID-19

Com atualizações semanais, a IQVIA Brasil está disponibilizando uma newsletter com conteúdos exclusivos sobre os impactos do COVID-19 no mercado farmacêutico total, englobando as áreas farma, consumer health, institucional, medtech entre outras, com análises de mercado e insights consultivos desenvolvidos pelo nosso time de especialistas. Essa iniciativa busca apoiar suas próprias análises e conclusões à medida que todos nós buscamos entender as inúmeras e complexas questões resultantes desse cenário desafiador e atípico que enfrentamos atualmente.

As informações contidas neste material são de propriedade intelectual da IQVIA Brasil. A reprodução das mesmas são estritamente proibidas, salvo se autorizado pela IQVIA Brasil.



Sumário

Panorama COVID-19 no Brasil	1
Promoção Médica no Brasil e América Latina	10
Impacto do isolamento social sobre a visita médica	12
Impacto no Mercado Farmacêutico	14
Mercado Total Retail	14
eCommerce	17
Análise dos Canais Distribuição	19
Canal Hospitalar	20
Conteúdos Globais	21

Brasil lidera cenário de estabilidade da pandemia na LATAM e mercado brasileiro com crescimento em Junho`20.

Ainda como País que se destaca pelo elevado número de casos e óbitos no mundo, o Brasil apresentou taxas de crescimento menores com relação a novos casos e mortes nas últimas semanas, o que sugere que estamos próximos a uma estabilização da pandemia no país.

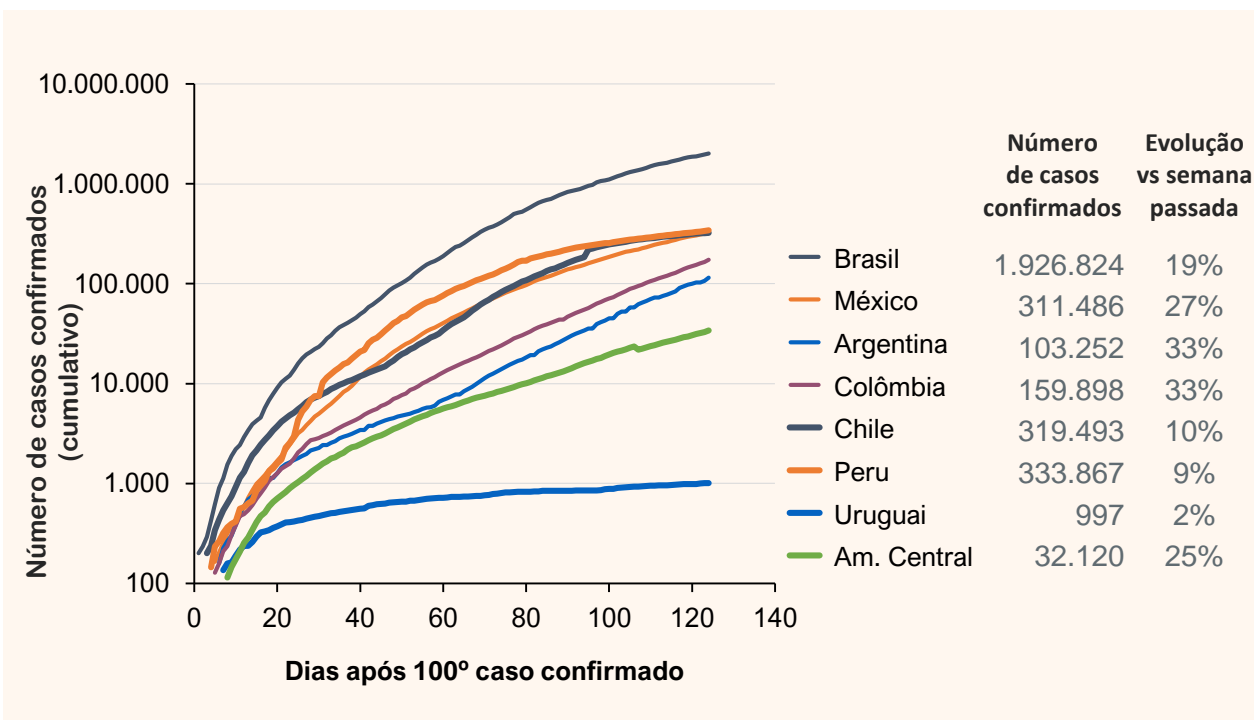
Pela segunda semana consecutiva, os estados da Região Sudeste apresentam taxas menores que a média Brasil com relação ao número de casos confirmados e óbitos, contribuindo para a tendência de maior estabilidade nacional. No governo federal, os esforços continuam ligados a assegurar iniciativas de testagem em massa e aplicação de vacinação com a máxima brevidade possível.

Com relação aos impactos no mercado, o mês de Junho demonstra crescimento de +11,4% em volume (Junho`20 vs. Junho`19). Na visão semanal, a semana 27, primeira semana do mês de Julho, apresentou retração de -3,0% (Semana 27`20 vs. Semana 27`19) em volume.

Uma série de eventos importantes relacionados à COVID-19 podem ser destacados desde a confirmação do primeiro caso da doença no Brasil

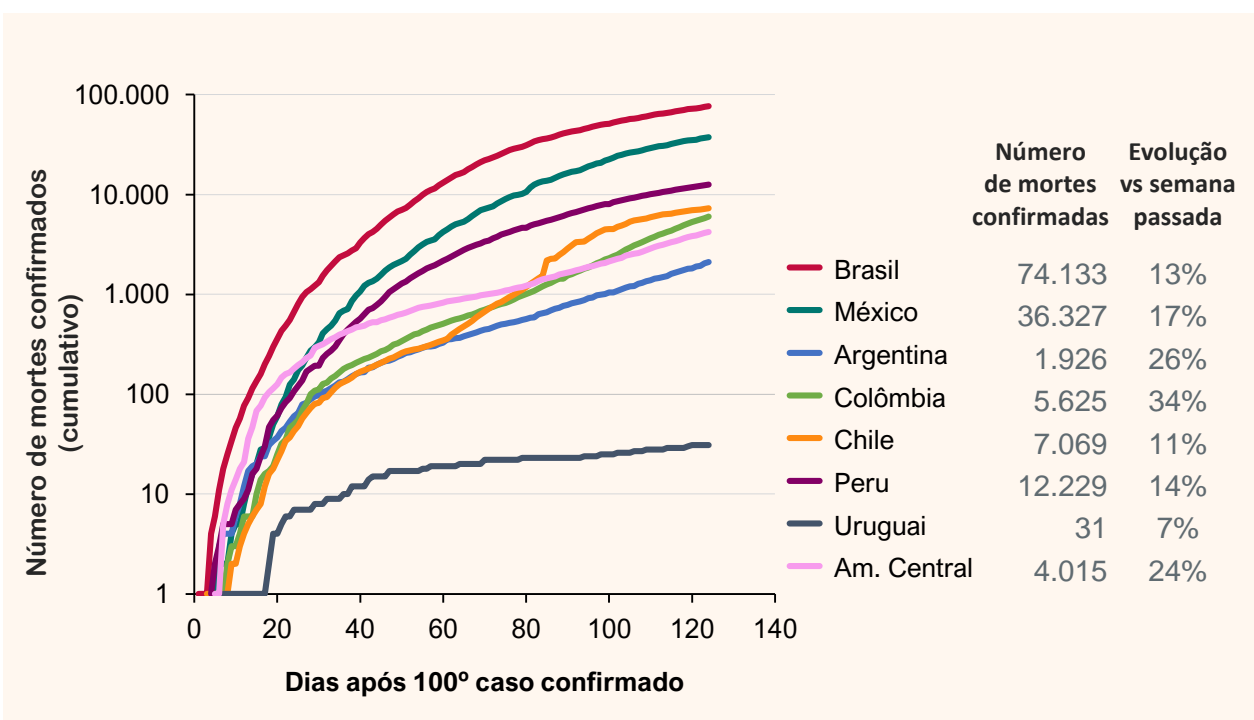
- **26/02** Ministério da Saúde confirma primeiro caso da doença COVID-19 no Brasil. O paciente havia retornado da Itália recentemente, após viagem a trabalho
- **11/03** A Organização Mundial da Saúde declara o surto da doença COVID-19 como uma pandemia
- **12/03** A ANS aprova, em reunião extraordinária, a inclusão do exame para detecção de COVID-19 no Rol de Procedimentos obrigatórios
- **19/03** Prefeituras e governos estaduais estabelecem medidas de restrição de circulação à população e determinam o fechamento de comércios, exceto os considerados essenciais, como mercados e farmácias
- **20/03** Anvisa enquadra a hidroxicloroquina e a cloroquina como medicamentos de controle especial, em resposta ao aumento na demanda por estes produtos
- **26/03** Governo zera tarifa de importação de produtos utilizados na prevenção ou tratamento do COVID-19
- **01/04** Reajuste de preços de medicamentos tarjados adiados por 60 dias
- **03/04** Corrida global por produtos essenciais no enfrentamento do vírus aumenta o risco de desabastecimento no Brasil, tanto de EPIs quanto de insumos para medicamentos
- **16/04** Nelson Teich assume o Ministério da Saúde no lugar de Luiz Henrique Mandetta
- **28/04** Anvisa aprova realização de testes diagnósticos rápidos em farmácias e drogarias
- **05/05** São Luís se torna a primeira capital a adotar paralisação total (*lockdown*).
- **08/05** Outras capitais, como Belém e Fortaleza, implementam o lockdown também.
- **15/05** Nelson Teich deixa o comando do Ministério da Saúde após pouco menos de um mês no cargo.
- **22/05** A OMS declara que a América do Sul se tornou o novo epicentro da doença
- **26/05** Aprovação no Senado de projeto de lei que autoriza o uso dos leitos privados para pacientes de COVID-19 internados no SUS
- **01/06** Publicado em edição extraordinária do Diário Oficial da União (DOU) em decisão da Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos (CMED) o aval para o reajuste dos preços dos medicamentos.
- **03/06** Senado aprova projeto de lei que torna obrigatória a cobertura de medicamentos oncológicos orais por planos de saúde, após registro na Anvisa. A medida ainda precisa ser avaliada na Câmara dos Deputados
- **07/07** Senado aprova projeto de lei que determina que prescrições médicas e odontológicas tenham prazo indeterminado durante a pandemia.

Os países latinos analisados apresentaram taxa de crescimento alinhado a últimas semanas, com exceção de Brasil e Uruguai que seguem com redução do crescimento.



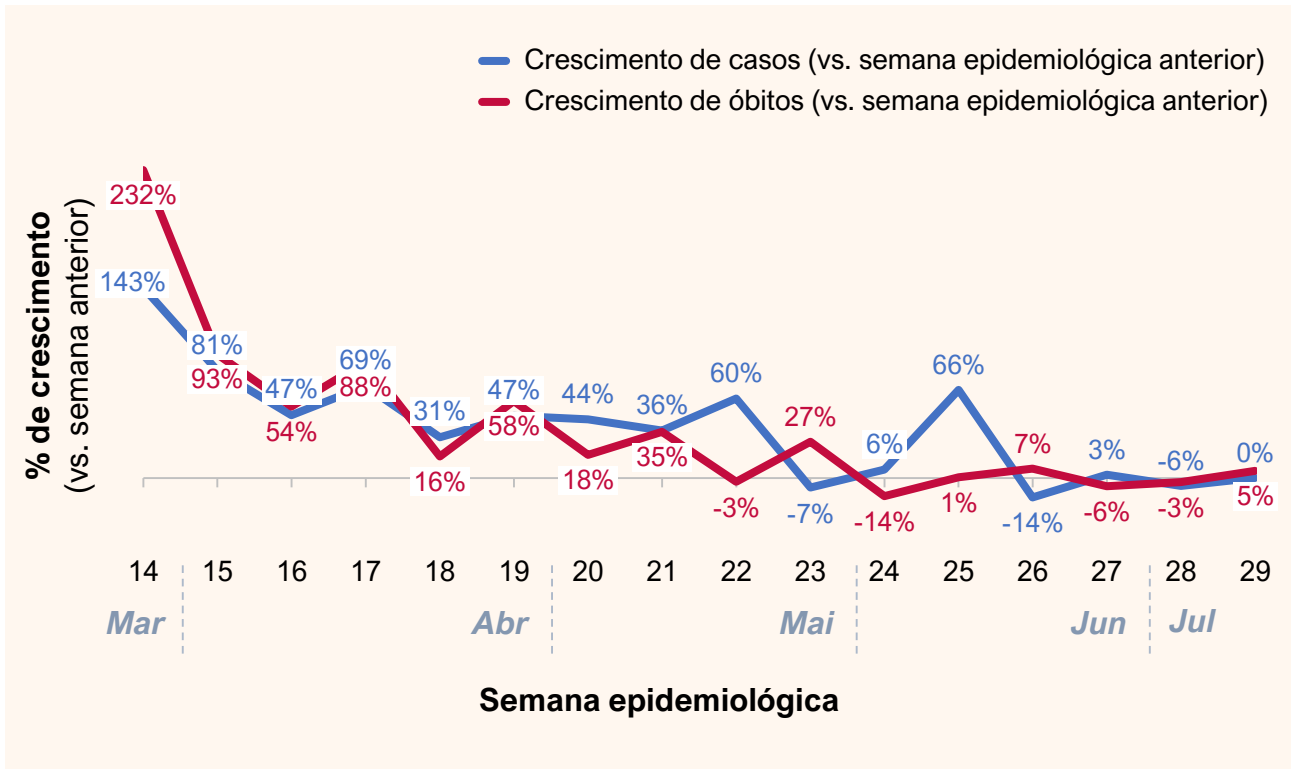
*Países considerados da América Central (5): Panamá, Guatemala, Costa Rica, Honduras e República Dominicana
 Número de casos confirmados acumulados de COVID-19, após centésimo caso confirmado, em escala logarítmica.
 Fonte: European Centre for Disease Prevention and Control e OMS Organização Mundial da Saúde, atualizado em 14/07/2020.

A taxa de crescimento em óbitos se manteve estável na última semana, ainda preocupante na Argentina, Colômbia e América Central.



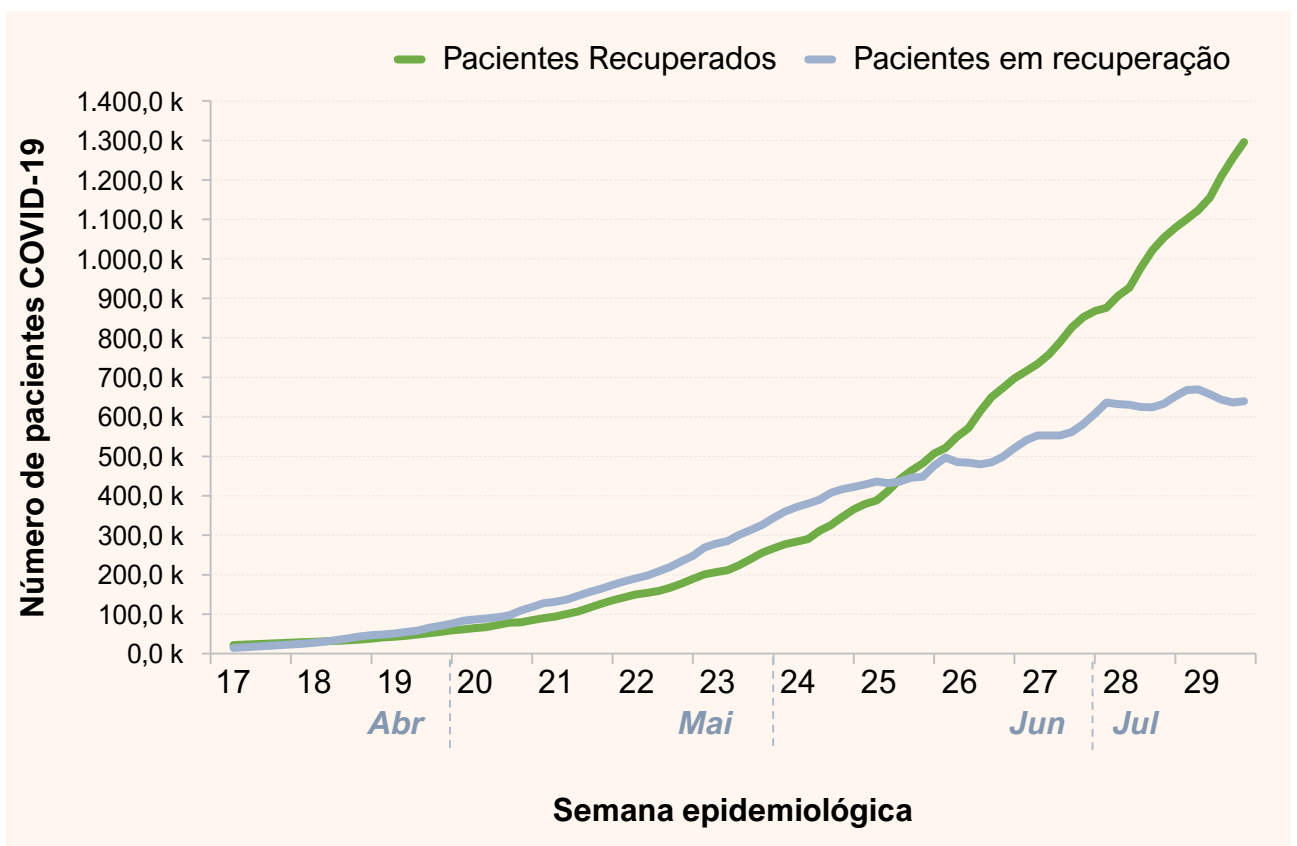
*Países considerados da América Central (5): Panamá, Guatemala, Costa Rica, Honduras e República Dominicana
 Número de mortes confirmadas por COVID-19, em escala logarítmica.
 Fonte: European Centre for Disease Prevention and Control e OMS Organização Mundial da Saúde, atualizado em 14/07/2020.

No Brasil, os números mostram oscilações nas últimas 3 semanas indicando um cenário de estabilidade.



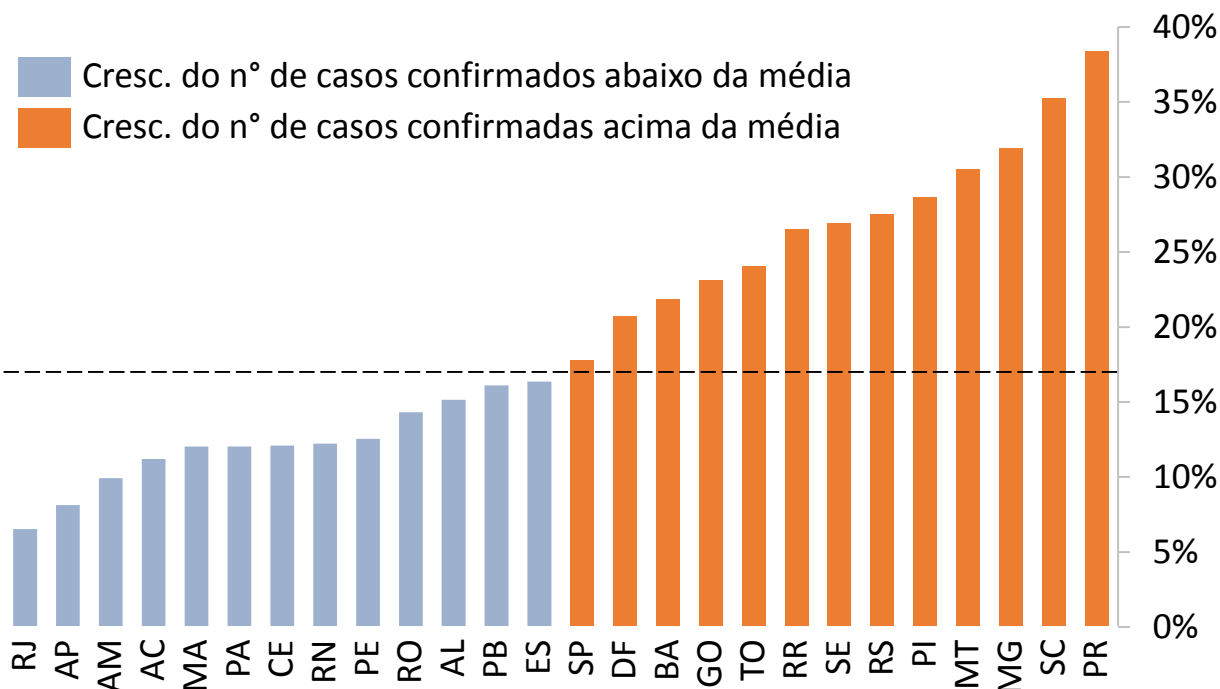
Fonte: Ministério da Saúde: <https://covid.saude.gov.br/>. Atualizado em 16/07/2020.

O número de pacientes recuperados alcança de 1,4 milhões enquanto o pacientes em recuperação mantem-se estável em torno de 640 mil casos.



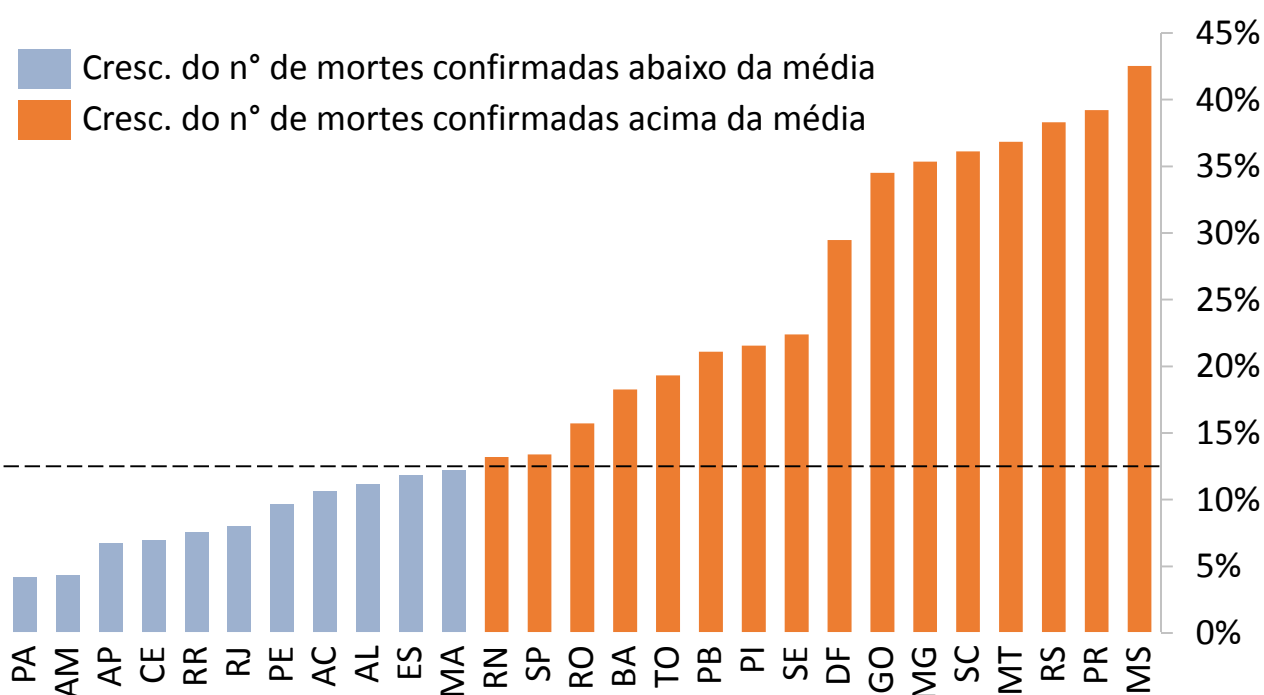
Fonte: Ministério da Saúde: <https://covid.saude.gov.br/>. Atualizado em 16/07/2020.

Região Sul, MT e MG representam os maiores crescimentos do número de casos confirmados nas últimas semanas, enquanto o país reduz a média nacional.



Crescimento do total de casos confirmados de COVID-19 por estado na última semana.
 Fonte: Ministério da Saúde. Atualizado em 16/07/2020.

Em relação a óbitos relacionados à COVID-19, há redução da média nacional, com alguns estados ainda apresentando taxas de crescimento elevadas.



Crescimento do total de mortes relacionadas ao COVID-19 por estado na última semana.
 Fonte: Ministério da Saúde. Atualizado em 16/07/2020.

Governo federal anuncia acordo sobre produção de vacinas em território brasileiro



O Instituto Butantã fechou parceria com um laboratório chinês para testar e produzir uma vacina contra o novo coronavírus. No momento, o tratamento em desenvolvimento se encontra em fase 3. O acordo prevê testes clínicos no cerce de 9 mil voluntários brasileiros a partir de julho.

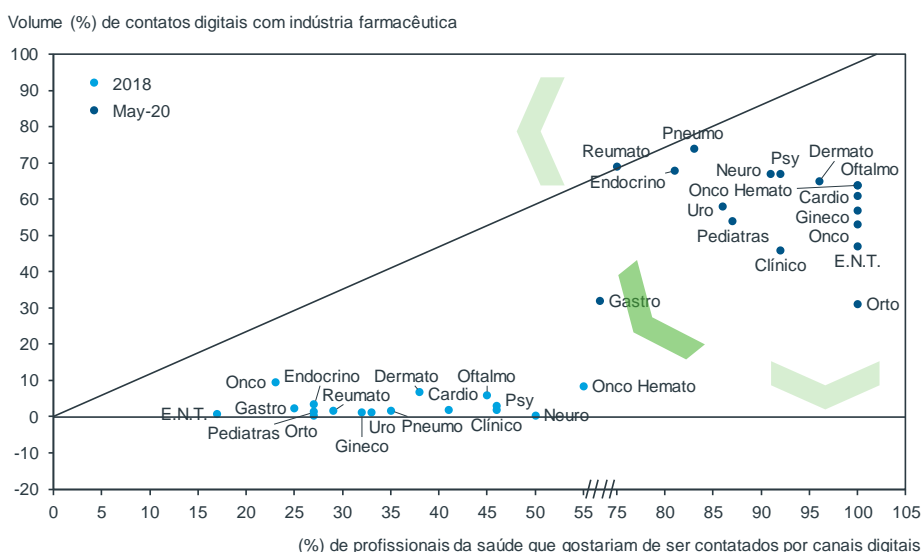
Se a eficácia da vacina for comprovada, a tecnologia poderá ser fornecida para o sistema público do país para produção em larga escala já no primeiro semestre de 2021 de acordo com o Governo de São Paulo. Os grupos prioritários para aplicação da vacina devem ser os de maior risco, como idosos e pacientes com comorbidades.

Além disso, o governo anunciou também na última semana o acordo para testar e fabricar as vacinas de Oxford. A previsão é de produção de até 100 milhões de doses, com cerca de 30 milhões previstas para dezembro e janeiro.

No webinar World Review Business Transformation, abordamos o aumento da preferência do médico em receber interações digitais e o aumento desta tipo de interação.

Seguindo a avaliação mensal dos médicos sobre as interações da Indústria Farmacêutica, o ChannelDynamics IQVIA registra o aumento significativo do uso de interações remotas no trabalho de Promoção Médica. Em paralelo, Pesquisa Sindicalizada IQVIA com médicos de todas as especialidades (n=243), abordou os impactos da COVID na rotina do médico, onde destaca-se a preferência dos médicos pelos canais digitais.

Volume¹ vs. Preferência²



Q: De que forma você gostaria de ser contatado pela indústria farmacêutica¹?

34% Preferem Digital

Q: De que forma você gostaria de ser contatado pela indústria farmacêutica²?

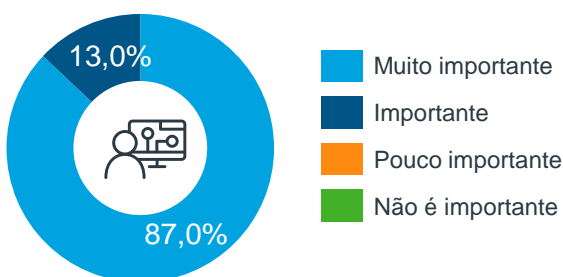
89% Preferem Digital

O executivo da indústria reconhece a importância da Transformação Digital, porém cerca de 42% afirma estar em estágio inicial com iniciativas isoladas

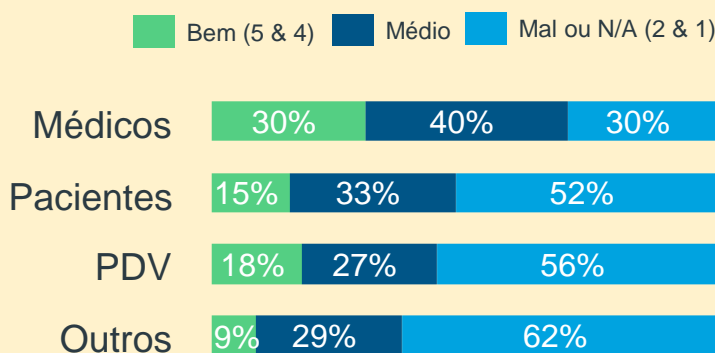
A transformação digital está sendo aplicada com mais intensidade na relação com os médicos

Pesquisa Sindicalizada IQVIA realizada com executivos da Indústria Farmacêutica com o objetivo de entender o cenários da Transformação digital/negócios no Brasil, contou com 193 respondentes de 90 diferentes organizações e enfatiza a relevância do tema ainda que com boas oportunidades de desenvolvimento dentro das organizações.

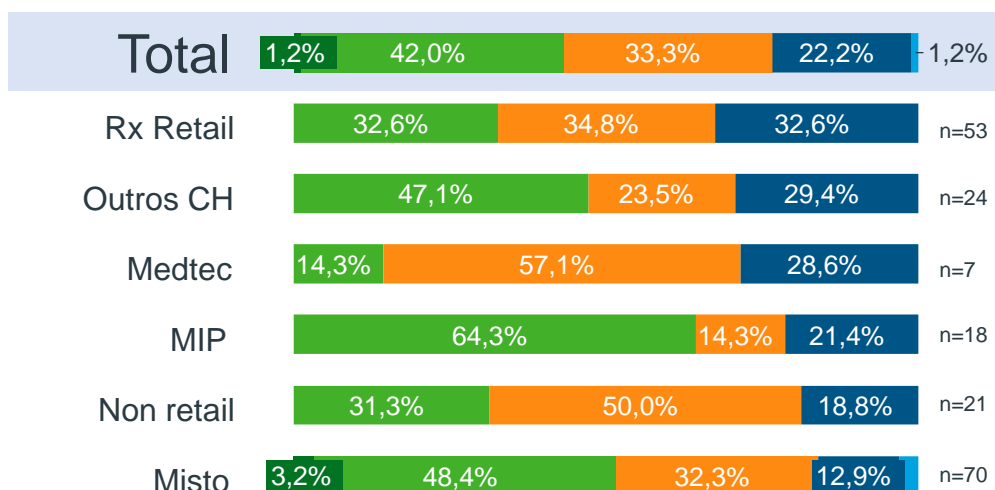
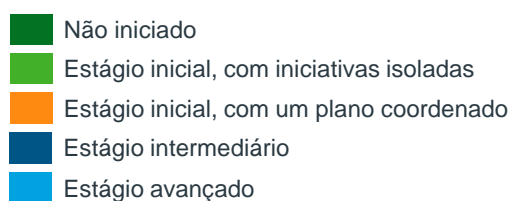
Q. Na sua opinião qual a importância da transformação digital na indústria da saúde?



Q. Como você julga que sua empresa está aplicando transformação digital para engajar com os stakeholders mencionados abaixo? (sendo 1 Não aplica e 5 Aplica muito Bem)



Em qual estágio você considera que esteja a sua companhia na transformação digital? n=193



Na visão da indústria, para viabilizar e influenciar a jornada de cada stakeholder é necessário aplicar tecnologias e serviços aos diferentes para prover uma boa experiência ao seu cliente.



Médicos

Q. Sobre a promoção médica, indique o que “**Não possuo e PRETENDO possuir no futuro.**”



Um CRM médico capaz de fazer a automação de jornadas para diferentes grupos de médicos



Serviços destinados a classe médica disponibilizados por ferramentas digitais (site, aplicativo, software)



Uma estratégia digital que viabiliza a interação com médicos por mídias digitais



Um CRM médico que viabilize a interação remota por áudio e vídeo



Representantes de vendas **EXCLUSIVAMENTE** remotos interagindo com um painel médico



Pacientes

Q. Sobre a interação com os pacientes indique o que “**Não possuo e PRETENDO possuir no futuro.**”



CRM tecnológico para gerir as interações feitas no programa de suporte ao paciente



Programa de suporte ao paciente



Uma estratégia digital que viabiliza a interação com pacientes por mídias digitais



Programa de desconto a medicamentos



Serviços destinados a pacientes disponibilizados por ferramentas digitais (site, aplicativo, software)



Farmácia

Q. Sobre a interação com o ponto de venda/ Farmácias, indique o que “**Não possuo e PRETENDO possuir no futuro.**”



Serviços destinados ao PDV disponibilizados por ferramentas digitais (site, aplicativo, software)



Um canal digital de e-commerce que permita que a farmácia faça a compra de meus produtos



Uma estratégia digital que viabiliza a interação com PDVs por mídias digitais



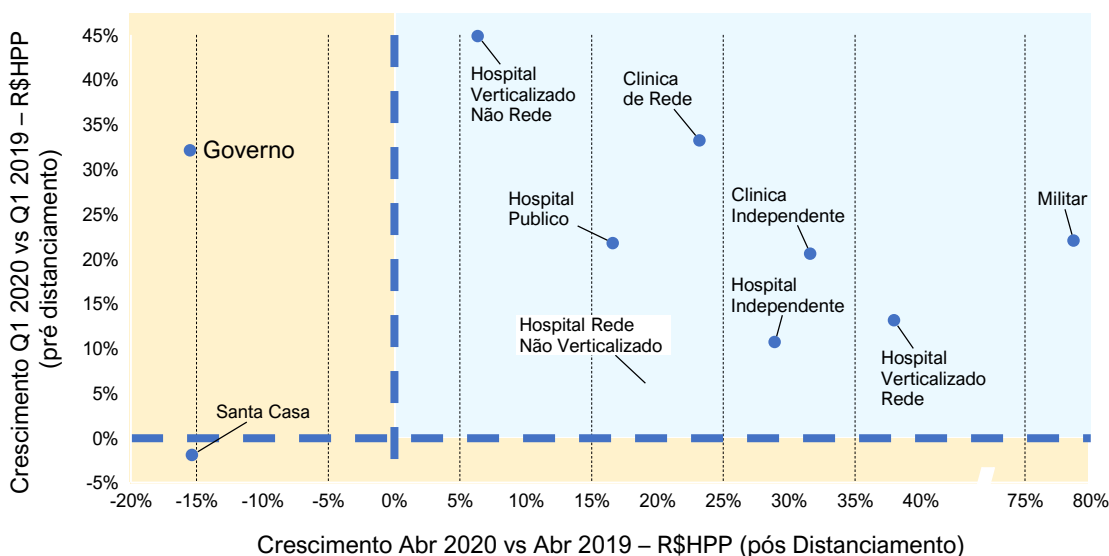
Telesales para fazer venda remotamente



Um CRM capaz de fazer a automação de jornadas para diferentes grupos de PDVs

Mercado Institucional, seguiu em alta na pandemia, mesmo com as dificuldades apresentadas pelos provedores.

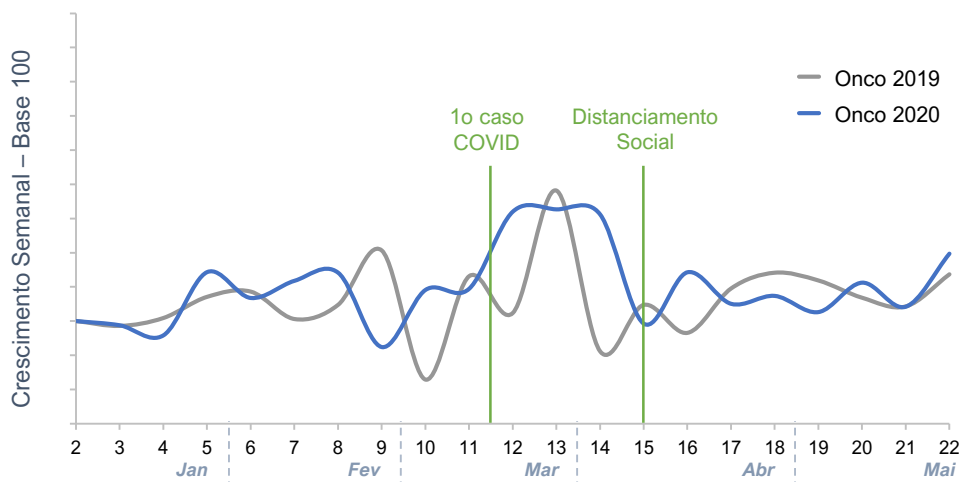
Avaliação do impacto para diferentes canais - Hospital Mapping



Destaques

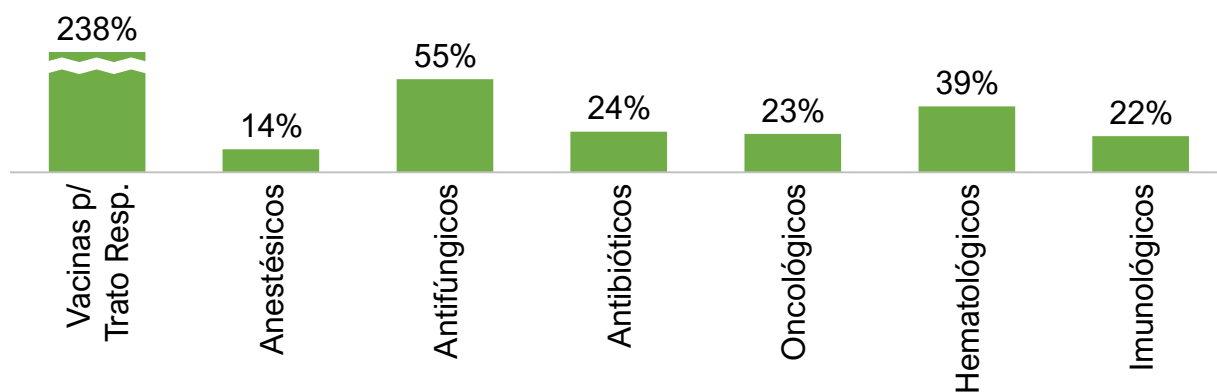
- Os hospitais privados em SP perdem cerca de R\$6bi/mês com a pandemia (Sindhosp – SP)
- Santas Casas pedem ajuda de R\$25bi ao Governo Federal;
- Algumas instituições anteciparam a compra, pensando na falta de medicamentos e na pré-alta.

Avaliação de Impacto Semanal (BASE 100) – IQVIA FMB - Unidades

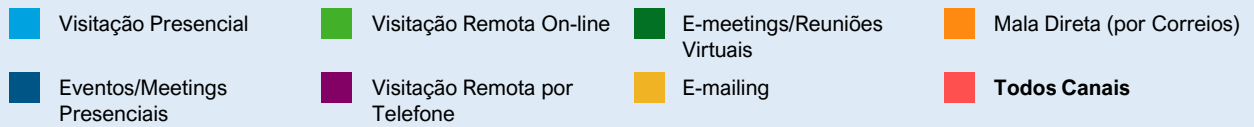


A curva de demanda de 2020 se mantém seguindo a tendência de 2019

Consumo Médio – Q1 2019 vs Q1 2020 - Hospital Mapping - R\$ HPP



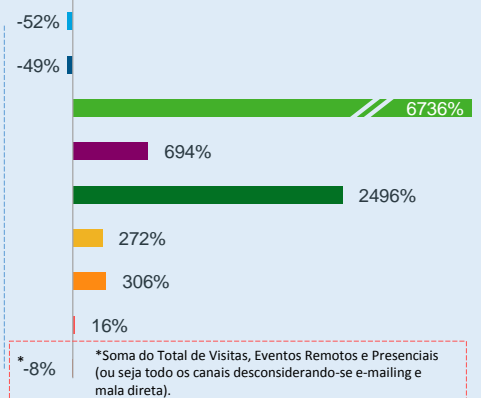
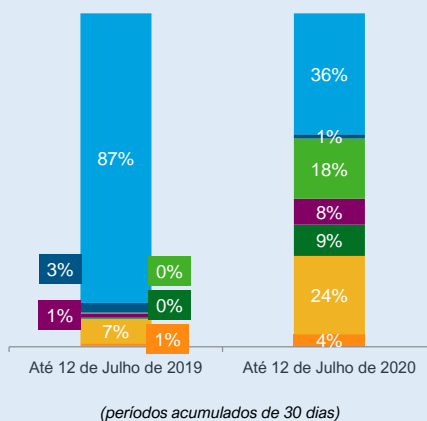
A visitação presencial no Brasil permanece como o canal mais utilizado na promoção médica, apesar de constituir um volume absoluto menor que no mesmo período de 2019 (-52%).



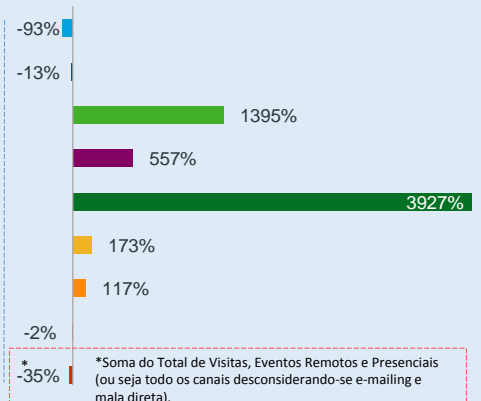
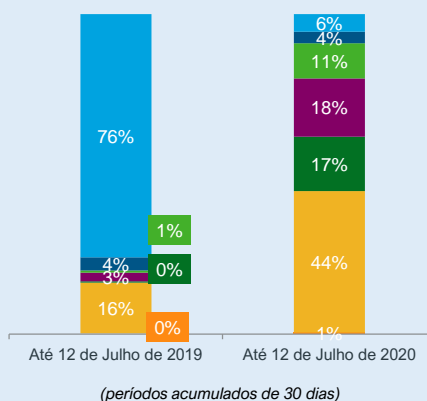
Promoção Médica por Canal
(em volume de contatos)

Variação do Volume de Contatos Promocionais por Canal (%)
(12 de Julho de 2019 vs 12 de Julho de 2020*)

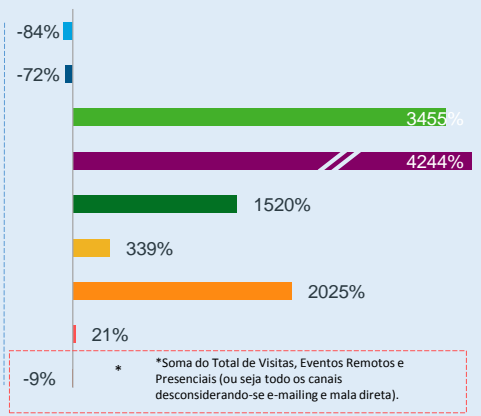
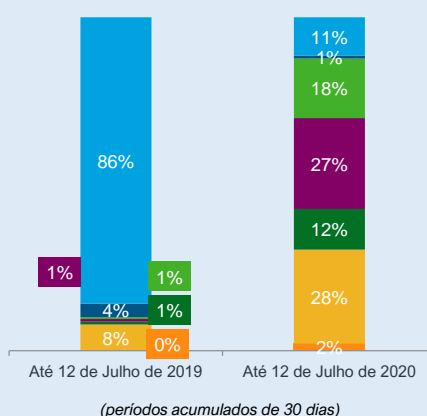
No Brasil, a visitação presencial constitui mais de um terço dos contatos feitos atualmente. Porém ainda permanece com um volume inferior ao mesmo período em 2019.



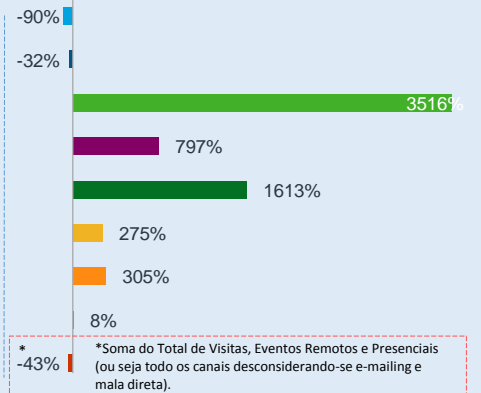
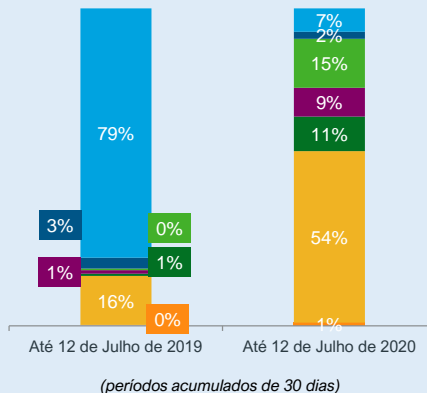
A Argentina teve uma queda de 35p.p. no volume de contatos em comparação com o ano anterior. E-mail agora corresponde a quase metade dos contatos gerais.



Visitação remota e por telefone ainda são os canais com maior crescimento. Contatos telefônicos agora possuem o mesmo volume de e-mailing.

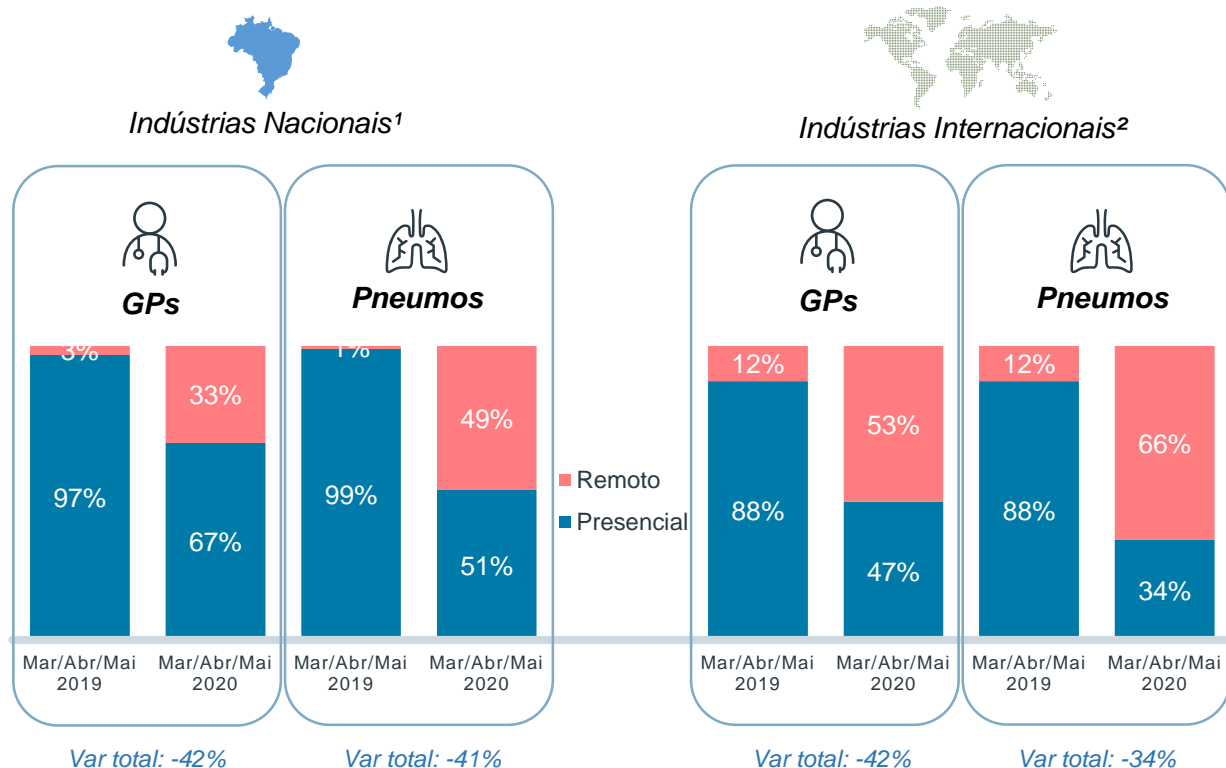


No México, o canal de e-mailing continua como o mais utilizado no último período, com mais da metade do volume total. Além disto, visitação/eventos virtuais tiveram um crescimento notável.



As indústrias internacionais tem usado um mix promocional mais amplo incluindo um uso mais intensivo dos canais remotos com visitação on-line e por telefone versus as indústrias nacionais.

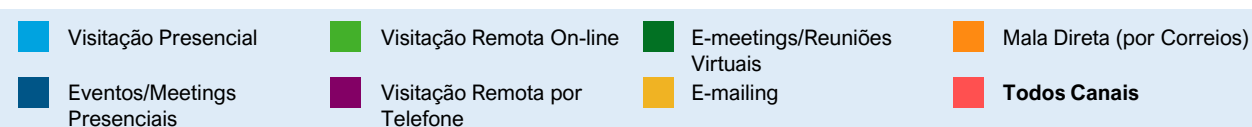
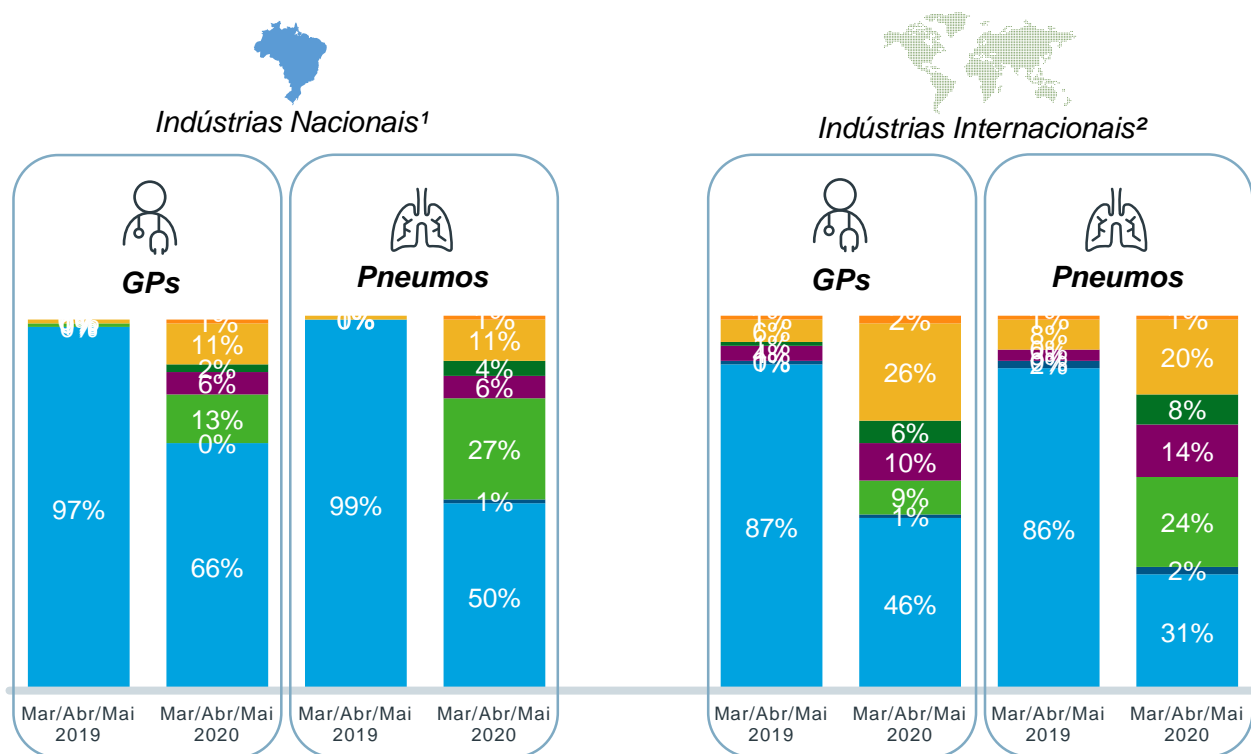
Comparação entre contatos promocionais presenciais e remotos - Especialidades
Indústrias nacionais¹ vs Internacionais² - Mar/Abr/Mai 2019 vs Mar/Abr/Mai 2020



Split por canais

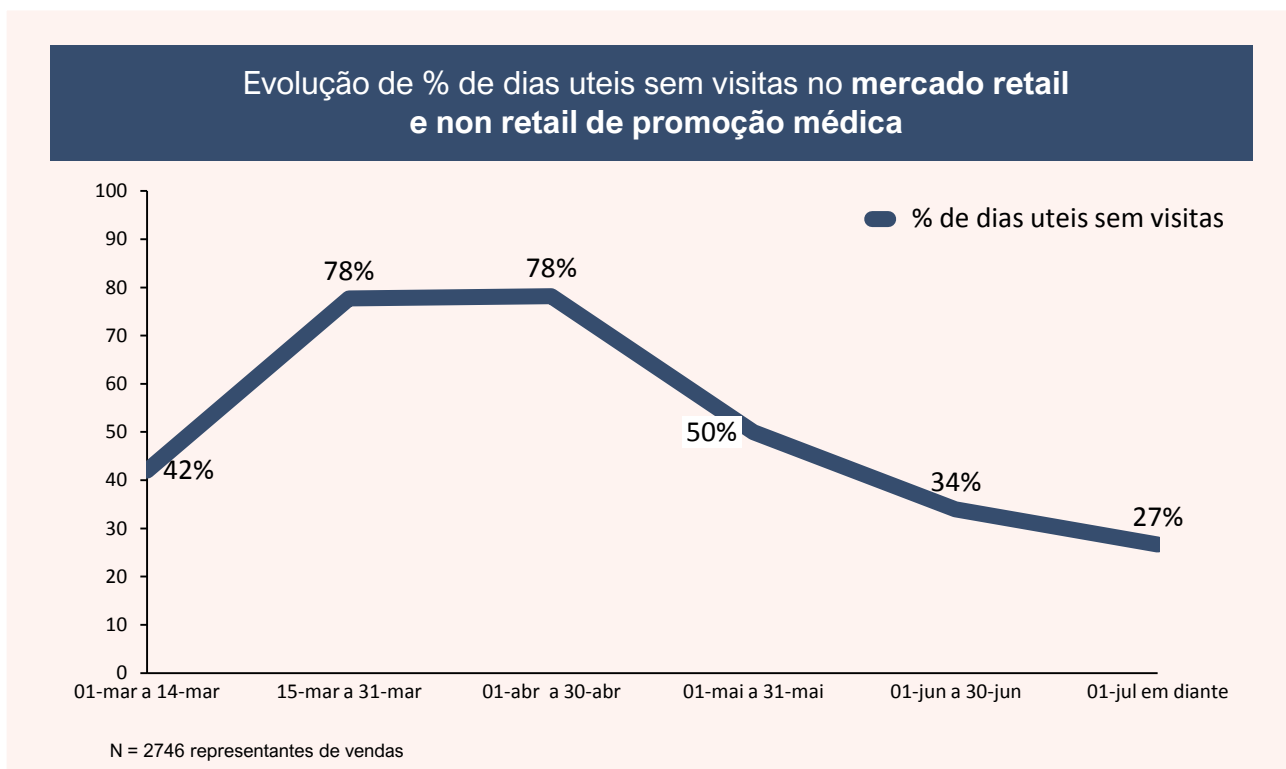
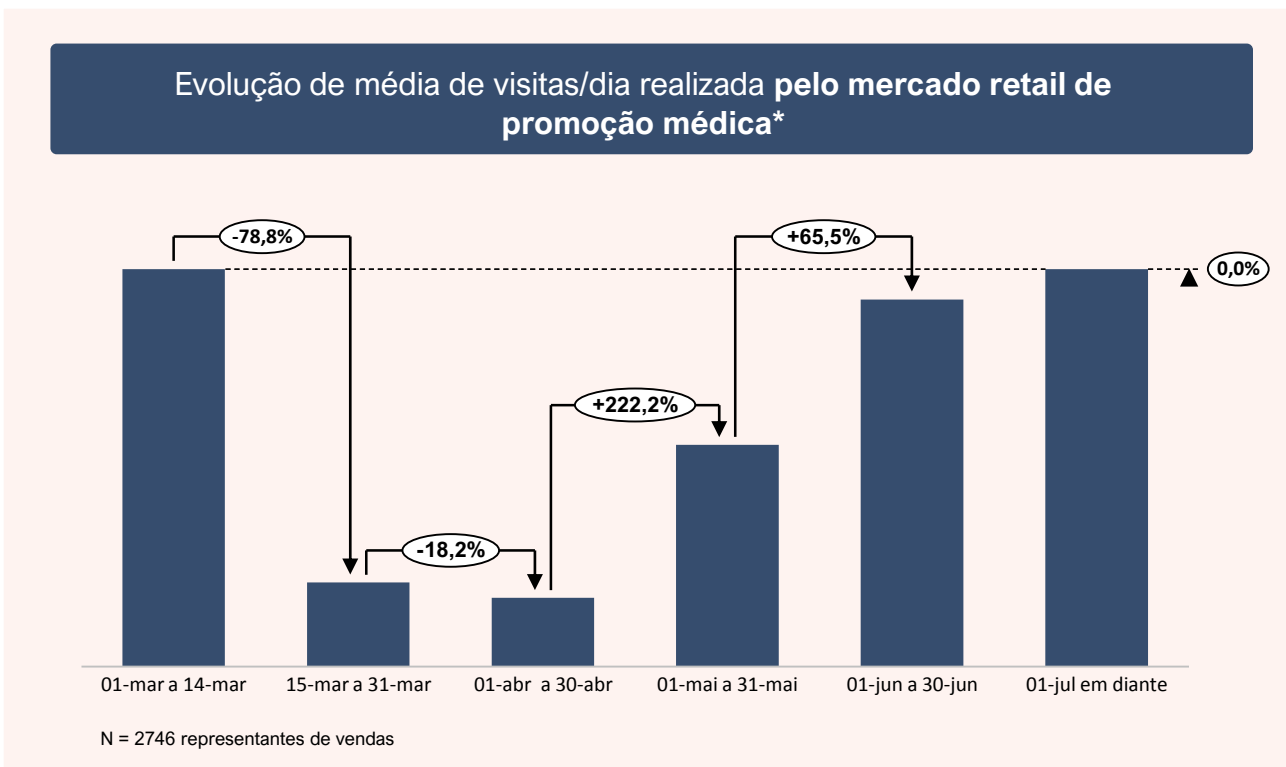
Indústrias nacionais¹ vs Internacionais² - Mar/Abr/Mai 2019 vs Mar/Abr/Mai 2020

As indústrias internacionais tiveram mais da metade de seus contatos promocionais através de meios remotos, sendo e-mailing, visitação online e telefone os principais canais, com uma variabilidade maior para os Pneumos.



Impacto do isolamento social sobre a visitação médica

Continuamos a avaliar a média de visitas diárias realizadas pelos representantes da indústria farmacêutica aos médicos



Avaliando as visitas totais (presenciais e remotas) de 2746 representantes de vendas de mercados retail e non retail, podemos observar que atingimos os mesmos patamares da primeira quinzena de março, período pré isolamento.

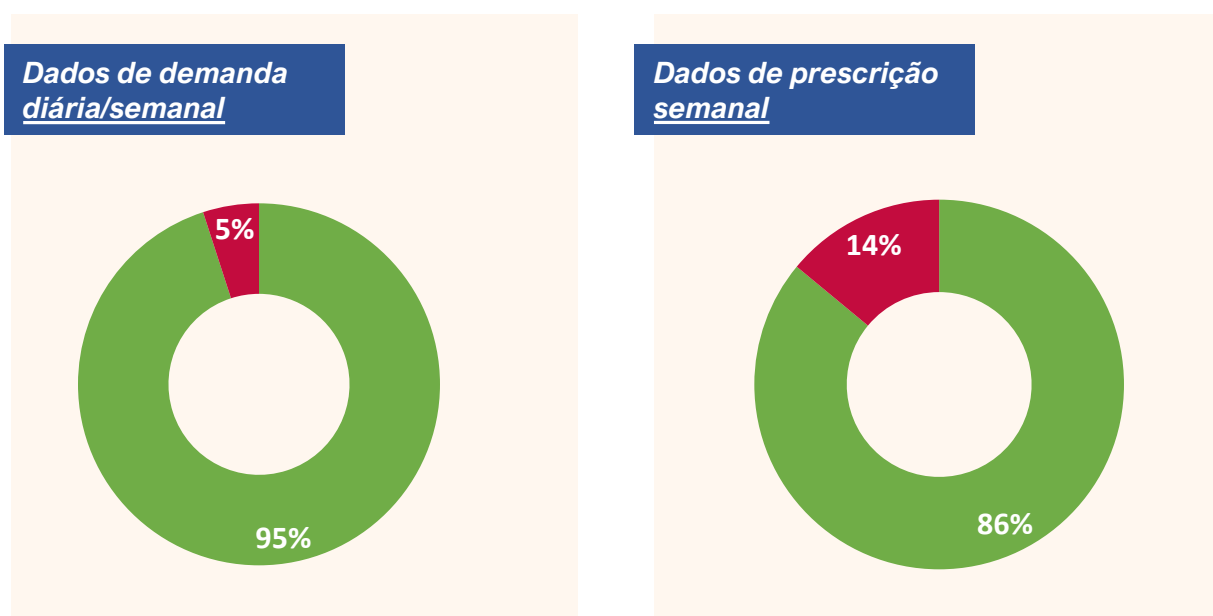
Observamos também que o percentual de dias uteis sem visita atingiu o pico em Abril, desde então o percentual de vem caindo, o que indica que as forças de vendas estão mais ativas seja por terem voltado a fazer a promoção presencial, seja por estarem mais preparados para fazer a visita remota.

*Fonte: Nexus MI/OCE. Visitas totais (presenciais e remotas). Times de visitação retail e non retail, uma variação grande de especialidades e produtos. Cálculo de produtividade não exclui dias que representantes ficaram sem fazer visitas.

A IQVIA continua a agradecer a seus mais de 1.000 Parceiros Estratégicos e Provedores de Dados que, mesmo em meio as dificuldades do atual momento, mantém o envio regular, diário e semanal, das informações de demanda, prescrição, preços e outras.

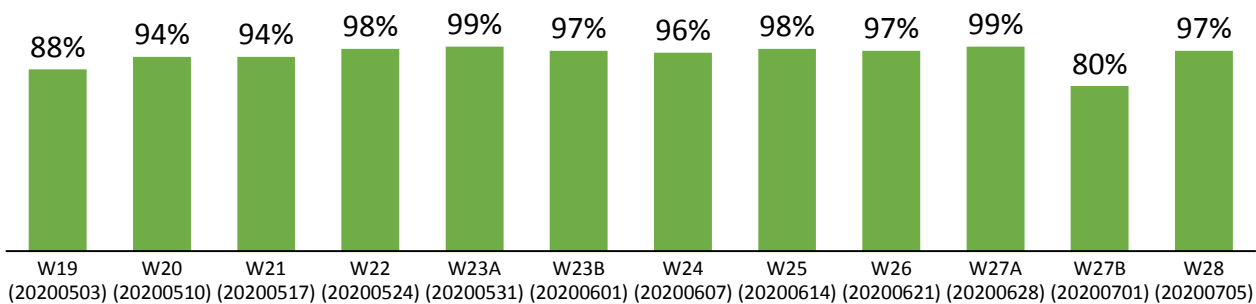
Os altos níveis de captação e cobertura de dados de demanda e prescrição nas últimas semanas, garantem continuamente aos clientes e parceiros IQVIA, usuários da informação, as mais completas e confiáveis visões de mercado, tão importantes nesse momento complexo que vivemos. Informações, desde nível nacional até nível de farmácia e médico continuam com alta qualidade e confiabilidade, auxiliando as empresas nas mais diversas análises e tomadas de decisão.

■ Envio regular ■ Faltantes

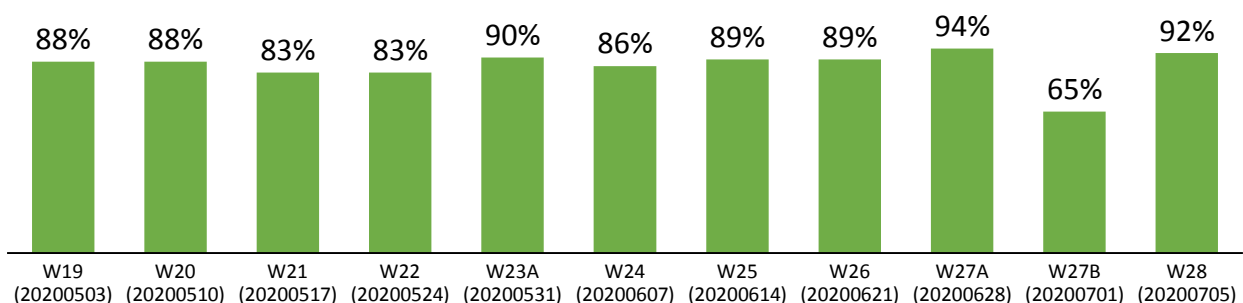


A queda mais acentuada em dados de prescrição é resultante das dificuldades de acesso aos médicos e lojas fechadas em Shopping Centers: As análises de cobertura consideram dados enviados ao longos das semanas de Maio, Junho e Julho

Progressão semanal da cobertura para dados diários de demanda:

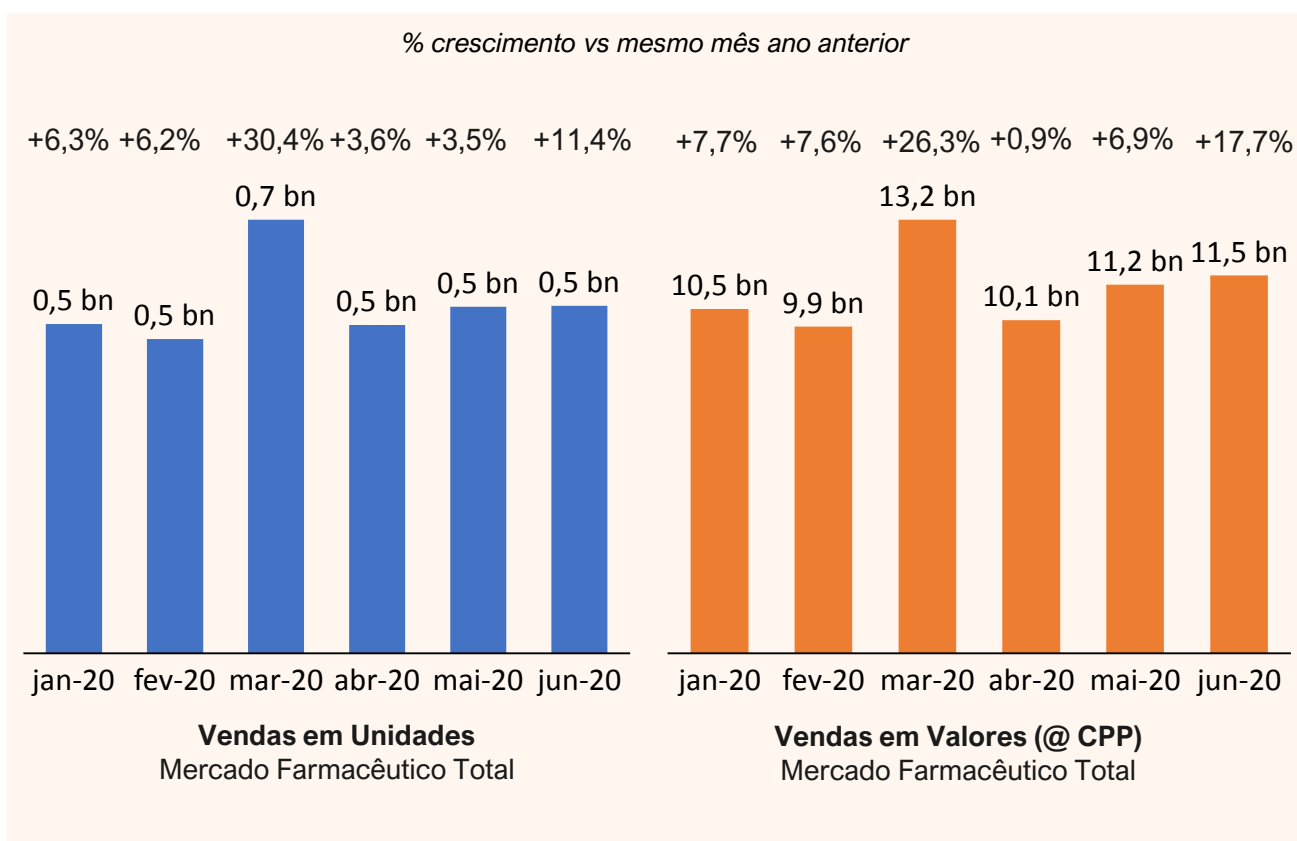


Progressão semanal da cobertura para dados de prescrição:



Impactos no mercado farmacêutico - Brasil

Em junho 2020, o mercado farmacêutico total apresenta crescimento de 2 dígitos em valor e volume na comparação com Junho 2019.



Com o objetivo de qualificar as discussões sobre os impactos COVID-19 no mercado farmacêutico brasileiro, adotamos as segmentações de mercados abaixo explicadas, e que ao longo das próximas análises, serão aperfeiçoadas à medida que nos aprofundamos e entendemos com maior clareza tais mercados²:

Segmentação por tipo de produto:

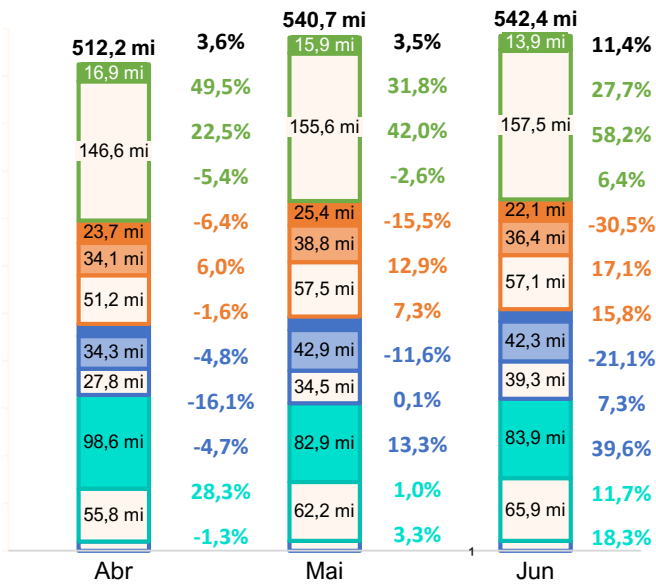
	Consumer Health	OTC	RX Agudo	RX Crônico
Tipo de produto	Não-medicamentos vendidos em farmácias	Medicamentos isentos de prescrição	Medicamentos de prescrição para uso pontual	Medicamentos de prescrição para uso crônico
Exemplos	Fraldas Sabonetes Desodorantes	Analgésicos Vitaminas Antiácidos	Antibióticos Antiinflamatórios Descong. Nasais	Depressão Diabetes Hipertensão

Segmentação por relação com COVID-19:

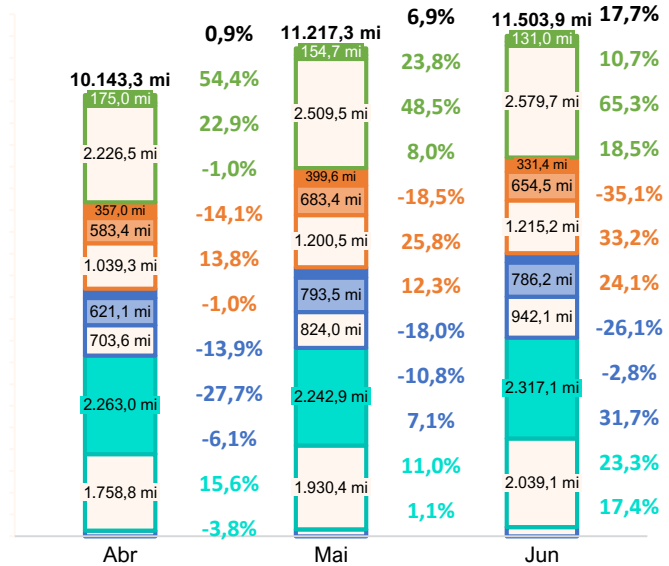
	Relação direta	Relação indireta	Não relacionados
Relação com COVID-19	Medicamentos ligados aos sintomas do COVID ou à sua prevenção	Medicamentos ligados ao tratamento de grupos de risco	Não relacionados aos sintomas ou grupos de risco do COVID
Exemplos	Álcool em gel, máscaras cirúrgicas, medicamentos para febre, tosse	Medicamentos para diabetes, doenças e complicações respiratórias ou cardiovasculares	Protetores solares Desodorantes Hidratantes

- Consumer Health - Relação DIRETA
- OTC - Relação DIRETA
- Rx Agudo - Relação DIRETA
- Rx Crônico - Relação INDIRETA
- Consumer Health - Relação INDIRETA
- OTC - Relação INDIRETA
- Rx Agudo - Relação INDIRETA
- Rx Crônico - NÃO relacionado
- Consumer Health - NÃO relacionado
- OTC - NÃO relacionado
- Rx Agudo - NÃO Relacionado

Vendas em Unidades

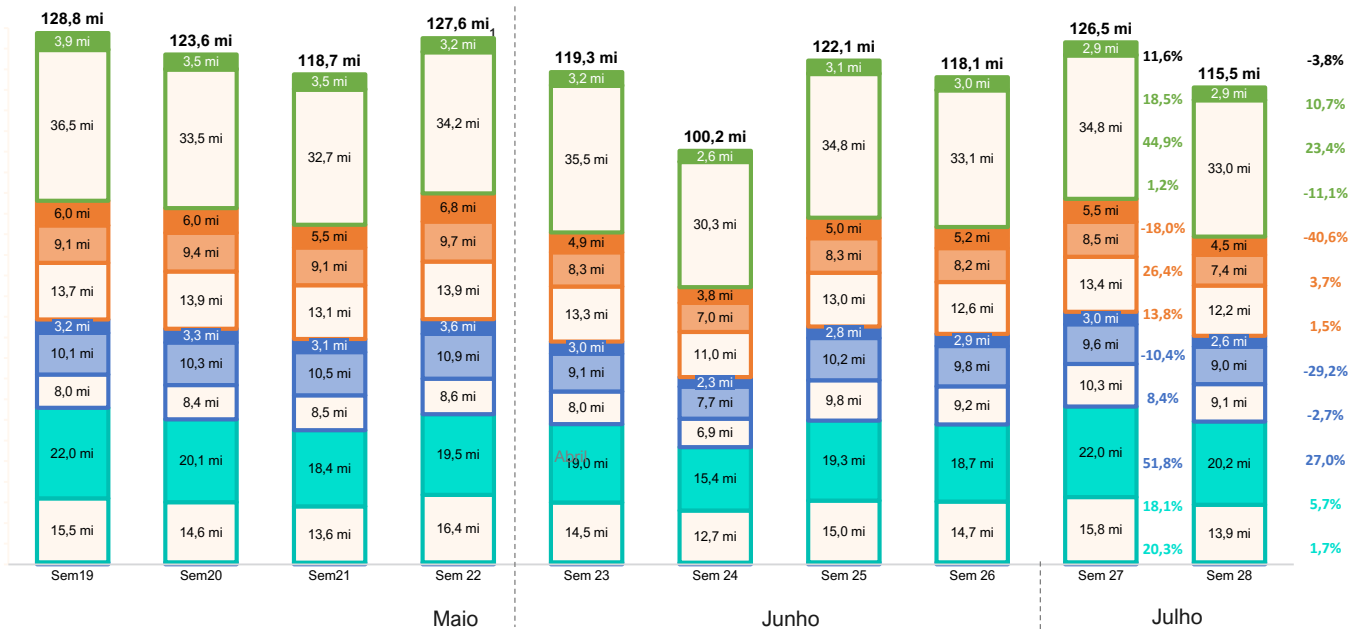


Vendas em Valores (@ CPP)



Nesse cenário, todos os segmentos crescem em unidades, com exceção de OTC Relação Direta e RX Agudo Relação Direta. Em valores, RX Agudo Relação Indireta também apresenta queda.

Consumer Health Relação Indireta e Rx Agudo não relacionado são os segmentos com maior crescimento versus Junho de 2019, tanto em valor quanto em volume.

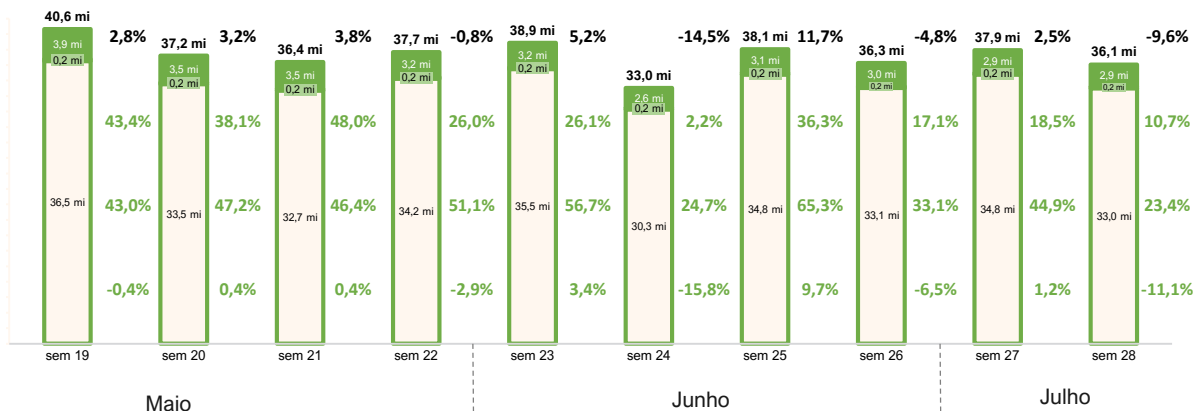


CH

Evolução semanal – Total CH

Venda Unidades

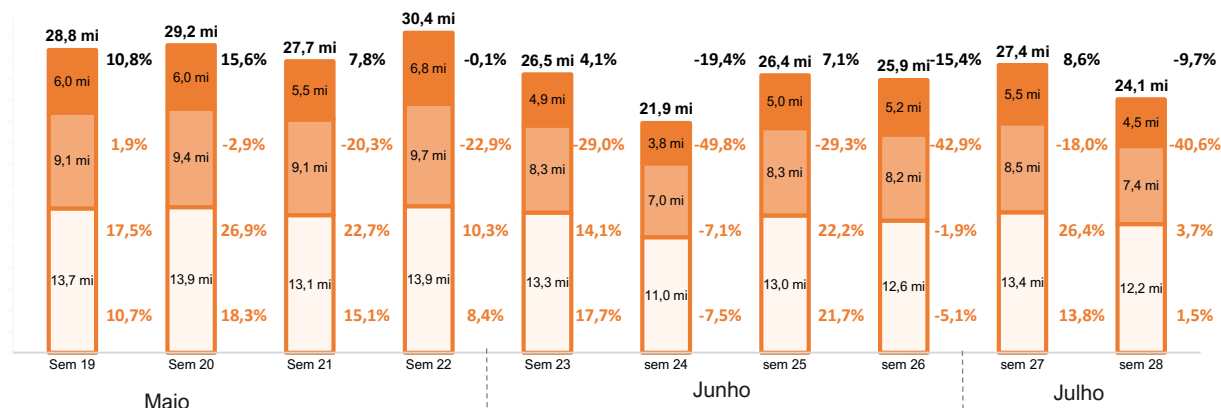
■ Consumer Health - Relação DIRETA
 ■ Consumer Health - Relação INDIRETA
 ■ Consumer Health - NÃO relacionado



Evolução semanal – Total OTC

Venda Unidades

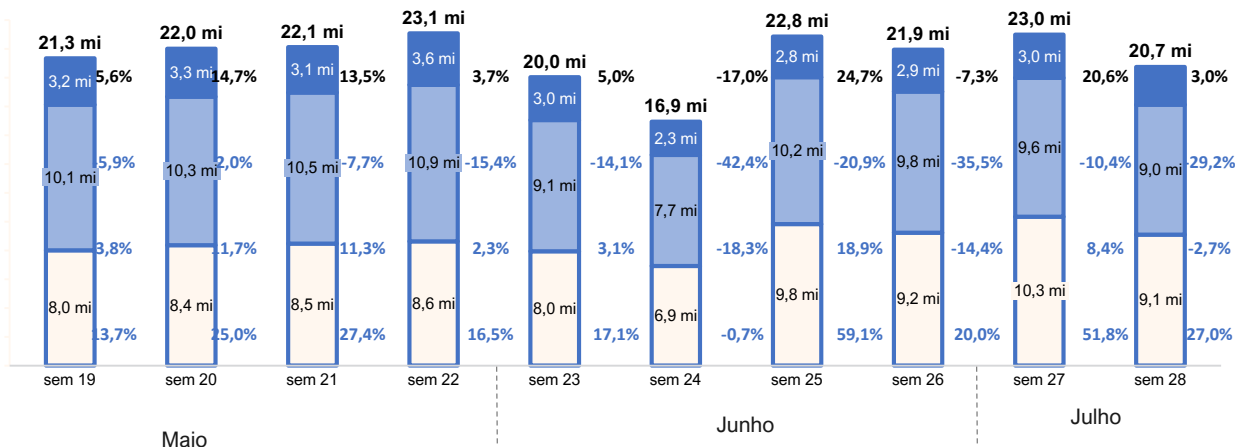
■ OTC - Relação DIRETA
 ■ OTC - Relação INDIRETA
 ■ OTC - NÃO relacionado



Evolução semanal – RX Agudo

Venda Unidades

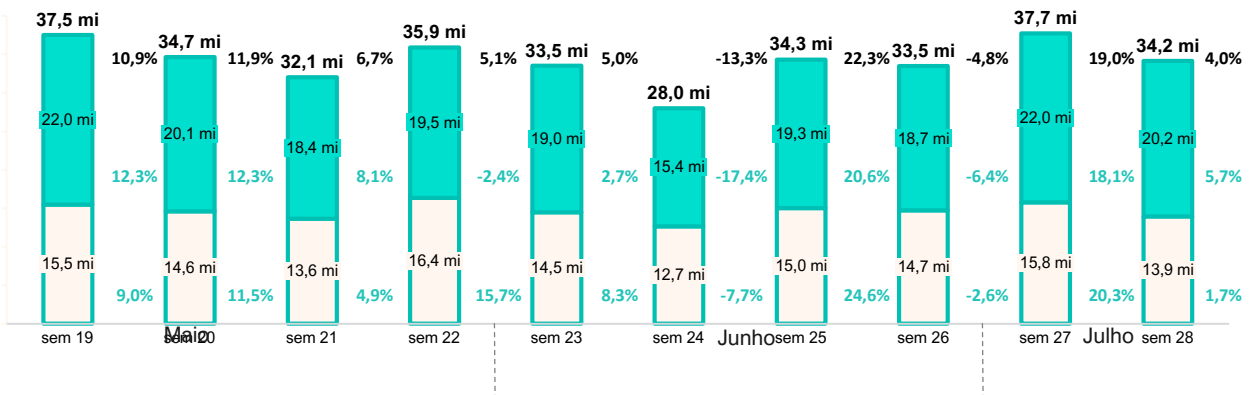
■ Rx Agudo - Relação DIRETA
 ■ Rx Agudo - Relação INDIRETA
 ■ Rx Agudo - NÃO Relacionado



Evolução semanal – RX Crônico

Venda Unidades

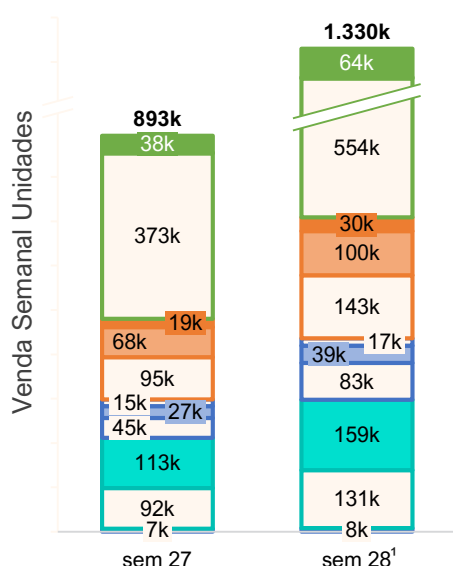
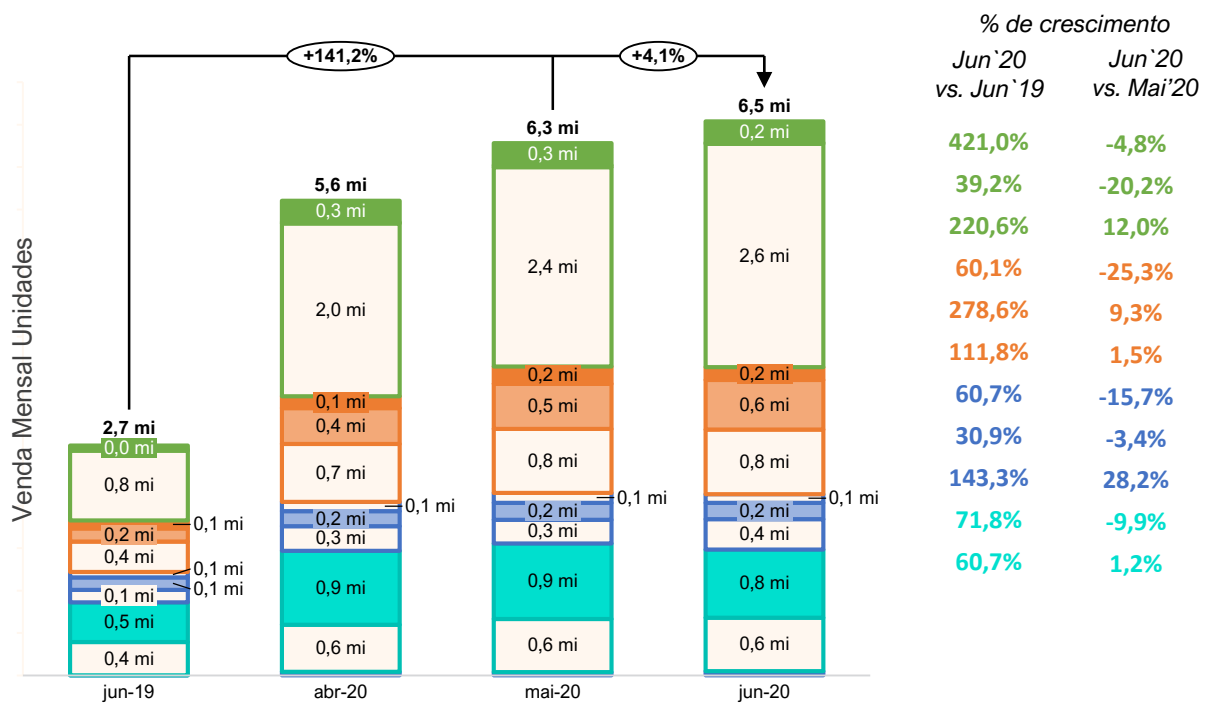
Rx Crônico - Relação INDIRETA (Cyan) Rx Crônico - NÃO Relacionado (Light Cyan)



E-commerce

O canal e-commerce segue com crescimento expressivo no comparativo de Junho 2020 vs Junho 2019.

■ Consumer Health - Relação DIRETA ■ OTC - Relação DIRETA ■ Rx Agudo - Relação DIRETA ■ Rx Crônico - Relação INDIRETA
■ Consumer Health - Relação INDIRETA ■ OTC - Relação INDIRETA ■ Rx Agudo - Relação INDIRETA ■ Rx Crônico - NÃO relacionado
■ Consumer Health - NÃO relacionado ■ OTC - NÃO relacionado ■ Rx Agudo - NÃO Relacionado

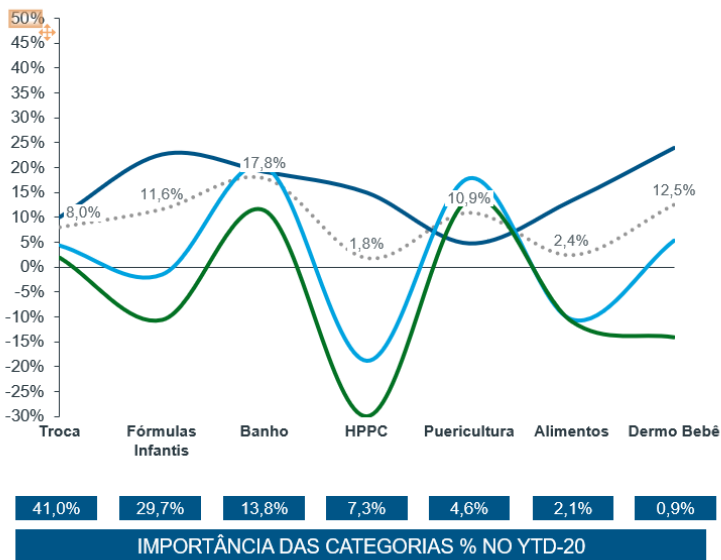


Além das visões de relação e não relação com a COVID-19, as categorias de *Consumer Health* foram segmentadas também de uma forma diferente, considerando a macro jornada de compras do consumidor para melhor diagnosticar as tendências em CH.

Universo Infantil

Segmento Infantil segue tendo um bom desempenho, ainda que com quedas importantes no período de Abril/Maio-20

Crescimento das Categorias – R\$ Consumidor → Top Categorias



MKT

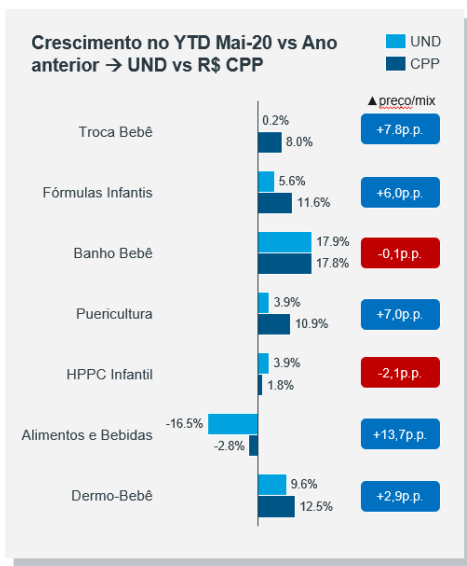
- Cresc. YTD Mai-20 vs ANO anterior **+9,9%**
- Cresc. Fev-Mar/20 vs ANO anterior **+15,4%**
- Cresc. Abr-Mai/20 vs ANO anterior **+3,4%**
- Cresc. Abr-Mai/20 vs Fev-Mar/20 **-3,1%**

KEY FACTS

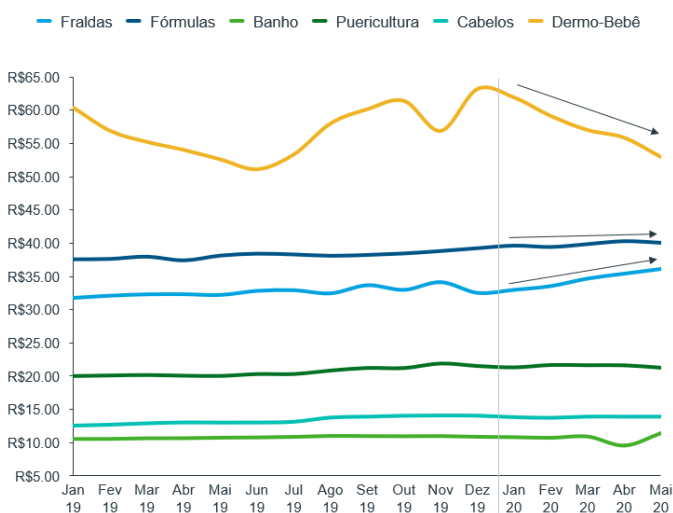
- Troca (Fraldas = 82% do segmento)**, que é a principal categoria infantil do canal farma, apresenta crescimento em todos os períodos analisados – nesse contexto, embalagens maiores ganham relevância
- Apesar da queda no curto prazo, **Fórmulas Infantis** teve um março forte e mantém crescimento de dois dígitos no YTD.
- Banho** é o segmento de maior crescimento, inclusive sustentando essa tendência em abril-maio/20, puxado pelas categorias de higiene, principalmente **Lenços Umedecidos**.
- Puericultura** acelera crescimento nos últimos períodos em todas as categorias (Chupeta, Mamadeira...)
- Dermo-Bebê**, apesar da queda de abr-mai/20, mantém um dos melhores crescimento do mercado no YTD

Fonte: IQVIA Analysis; PM_Mix Maio-20 – Total Canal Farma – Consumer Health – Preço consumidor

Troca, Fórmulas/Alimentos, Puericultura aumentam preço médio no YTD. Importante avaliar oscilações de preço no curto prazo.



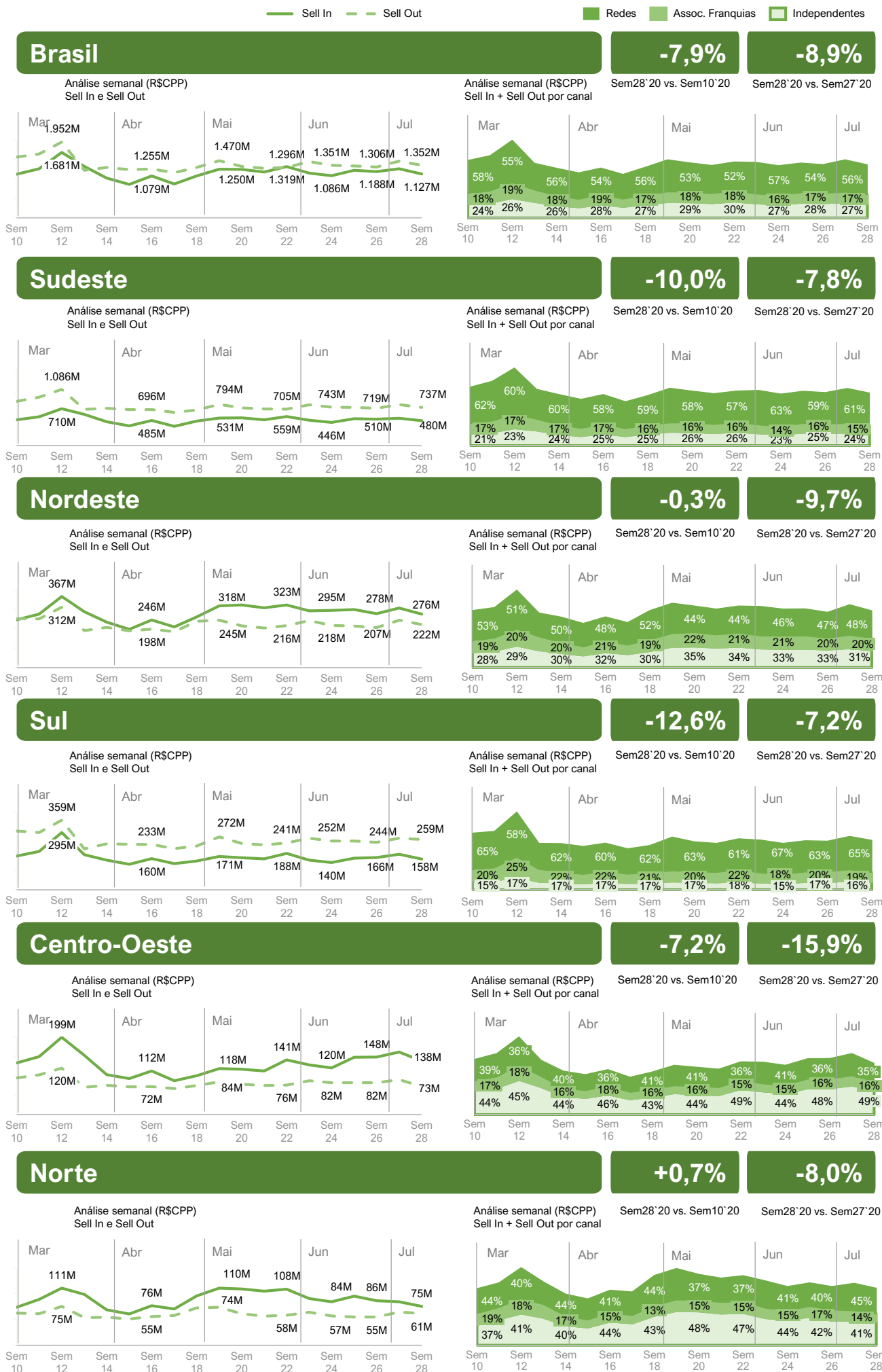
Evolução do Preço Médio das Categorias (R\$ Consumidor)



Fonte: IQVIA Analysis; PM_Mix Maio-20 – Total Canal Farma – Consumer Health – Preço consumidor

Análises dos Canais de Distribuição

Nesta primeira metade de Julho o varejo brasileiro apresentou leve retomada de crescimento. Podemos ver que as regiões Norte e Nordeste já apresentam nível de vendas próximos aos do início da série. No país, os volumes de Sell In e Sell Out vem permanecendo com menores variações, o que podemos inferir como reflexo das reaberturas de algumas cidades e da estabilidade dos consumidores em relação ao comportamento de compra.

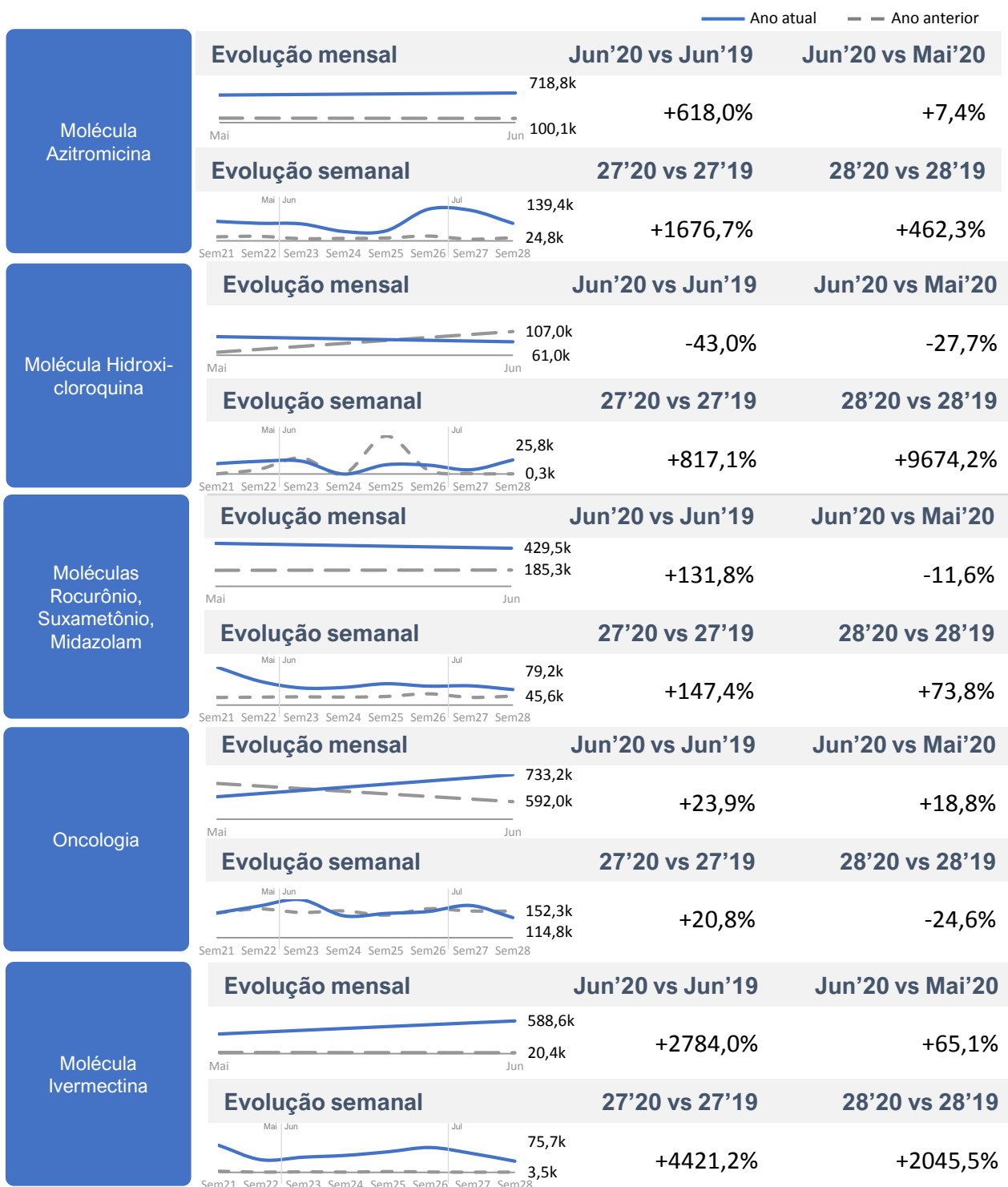


Canal Hospitalar

Continuamos monitorando o canal hospitalar em relação aos impactos do COVID-19. Nessa semana, novamente foi observado que esse canal como um todo ainda não apresentou mudanças significativas em seus volumes e mix. As classes terapêuticas e moléculas com mudança mais expressiva devido ao COVID-19 são:

- Azitromicina: houve aceleração de demanda a partir de março, principalmente nos hospitais privados, por ser usada em internações relacionadas à problemas respiratórios. Essa tendência continua sendo observada nas últimas semanas.
- Hidroxicloroquina: tendência de crescimento observada nas últimas semanas de março e primeiras de abril já se reduziu.
- Rucurônio, Suxametônio e Midazolam: essas moléculas anestésicos com uso indicado no protocolo de intubação de pacientes com COVID-19 da Associação de Medicina Interna do Brasil (AMIB). O rocurônio e o midazolam tem maior crescimento em hospitais privados, enquanto o suxametônio é alavancado pelo canal governo.
- Oncologia: produtos oncológicos não tiveram mudança de tendência em março e abril. Porém, em maio é possível ver uma desaceleração, decorrente do adiamento do início de tratamento de novos pacientes
- Ivermectina: a partir do início de junho, essa molécula apresentou grande crescimento em relação a 2019. Esse comportamento é observado em todos os canais, mas com maior destaque no canal privado

Outros mercados, como imunologia, Antibióticos e Antifúngicos, também não apresentaram impacto em sua demanda relacionado ao COVID-19.



Confira também conteúdos de outros países produzidos pelos especialistas IQVIA ao redor do mundo

A IQVIA entende que durante tempos de incertezas, as informações, mais do que nunca, são essenciais para o seu negócio.

Como uma empresa global e presente em mais de 100 países, estamos mobilizando recursos e capacidades para disponibilizar conteúdos relevantes de outros países para que você possa entender os impactos da pandemia ao redor do mundo, se juntar a luta e continuar impulsionando a área da saúde.

Clique no botão abaixo para acessar os materiais já disponíveis.

[Acesse aqui](#)

The screenshot displays the IQVIA website's COVID-19 resource page. At the top, the IQVIA logo is visible on the left, and navigation icons and a 'MENU' button are on the right. The main heading reads 'A time for action: fighting COVID-19', with a sub-heading 'Last updated April 12, 2020'. Below this, a paragraph states: 'COVID-19 has created both immediate and long-term consequences for people and systems around the world. At IQVIA, we want you to have what you need to understand the impact, join the fight, and keep healthcare moving forward. We are here to help.' A green button labeled 'A MESSAGE FROM IQVIA LEADERSHIP' is positioned below the text. To the right of the text is a blue-tinted image of a virus particle. Further down, the section 'Staying informed, and empowered' includes a paragraph: 'During times of uncertainty and disruption, information and analytics provide a steady force. A counterbalance to panic. We have mobilized resources and capabilities across our business and around the world to ensure you have what you need to understand our new reality, and make strong, informed decisions.' Below this is a blue box titled 'THE BIG PICTURE' with the sub-heading 'Navigating the immediate impact of COVID-19' and the text 'An IQVIA perspective for headquarters of pharmaceutical and biotech companies'. A white button labeled 'VIEW WEBINAR' is located at the bottom of this box. The bottom section, 'CURRENT THINKING ON IMPACT AND ACTIONS', features three columns of content: 'WHITE PAPER' (Rising to the challenge: Five key focus areas for Life Sciences during and after the COVID-19 pandemic), 'PUBLICATION' (The Impact of the COVID-19 Pandemic on Global Pharmaceutical Growth: IQVIA Market Progress provides its perspective on the potential impact of COVID-19 on global pharma markets), and 'BLOG' (Virtual Patient Communities: A Response to COVID-19 and other infectious disease). Each column includes a 'LEARN MORE' button.