

PlantaDoce.

Entorno

Especialización y tecnología o cómo el 'farma' sobrevivió al fin del modelo 'blockbuster'

Durante años, el sector farmacéutico se agarró a la venta de productos masivos y con un elevado potencial de ventas. Ahora, la industria vira hacia un modelo más concreto y con una mayor apuesta por tecnología e Inteligencia Artificial (IA).

Albert Martínez
22 mar 2023 - 04:58



El *farma* encuentra su séptima vida tras el fin del modelo *blockbuster*. Después de décadas en las que el sector pronosticaba el final de una época marcada por productos masivos y con una alta capacidad de ventas, el *farma* se ha reinventado hacia un modelo más especializado, con un porfolio más amplio de productos y una mayor apuesta en tecnología e Inteligencia Artificial (IA) para el desarrollo de nuevas soluciones.

En primer lugar, uno de los puntos de partida del futuro del *farma* es la apuesta por tratamientos más especializados. Así lo consideran desde la farmacéutica catalana Almirall, quien en declaraciones a PlantaDoce asegura que “el incremento de la

PlantaDoce.

competencia y la llegada de nuevas modalidades terapéuticas **han dirigido los tratamientos a grupos más específicos de pacientes o a enfermedades que comparten mecanismos de acción idénticos**".

Una vez los grandes medicamentos *blockbuster*, que llenaron las arcas de la industria décadas atrás, han perdido sus patentes, las compañías han tenido que reinventarse en el marco de un aumento generalizado de costes. "Ahora, la innovación debe estar mucho más enfocada a nichos concretos: el valor es más fácil si trabajas con segmentos de población más reducidos", señala María López, responsable de salud y *farma* en España de Boston Consulting Group (BCG).

López también asegura que **"ahora las compañías farmacéuticas deben tener un portafolio de productos más amplio**, que tenga en cuenta tanto medicina de precisión, como medicina genómica o terapias más *targeteadas*".

Desde BCG apuestan por usar la tecnología para desarrollar productos ligados a "una necesidad concreta"

En la misma línea avanza el estudio *The future of pharma operations strategy*, elaborado por McKinsey, que señala que el fin del modelo *blockbuster* ha disparado un 21% la producción de nuevos fármacos. Este aumento del número de medicamentos responde a una industria "con **productos con ciclos de vida más cortos y mucho más fragmentada**".

Otro de los aspectos que mejor proyección de futuro presentan para la industria es la inversión en tecnología. Desde Almirall asumen que el gasto en tecnología, junto al aumento de la competitividad, ha disparado los precios de la industria. Pese a ello, la compañía **apuesta por invertir en tecnología para desarrollar moléculas complejas como los biológicos o las terapias avanzadas**, así como incorporar tratamientos basados en el ácido ribonucleico (ARN) mensajero.

Desde BCG, María López identifica que **el *farma* debe usar la tecnología para desarrollar productos ligados a una "necesidad concreta"**, uniendo la apuesta tecnológica con la mencionada especialización. "Durante la época del *blockbuster* farmacéutico, las compañías te ofrecían un producto y ya: ahora, debemos usar la tecnología para servicios y diagnósticos digitales, que ofrezcan una propuesta de valor diferente", señala López, quien apunta que "las inversiones farmacológicas ahora no pueden ser sólo a largo plazo, tienes que pensar cómo puedes ser diferencial

PlantaDoce.

en el presente”.

Según el citado informe de la consultora McKinsey, **otra de las perspectivas que potenciará la inversión en tecnología son los modelos de colaboración entre diferentes actores del sector**. Si bien en la época *blockbuster* las compañías buscaban la máxima rentabilidad a través de sus propias investigaciones, en la actualidad asociaciones como la de Pfizer y BioNTech o AstraZeneca y Huma demuestran que **la prestación y colaboración en materia tecnológica pueden aumentar la innovación de la salud digital y de la investigación**.

Almirall asume que los tratamientos deben orientarse ahora a grupos más específicos de pacientes

Almirall también asume que su área de innovación contará con “**la colaboración con otras empresas biofarmacéuticas**” como gran apuesta, especialmente en el tratamiento de enfermedades más nicho, como las dolencias derivadas de inflamaciones de la piel. “Hoy, la eficiencia en la investigación la encontramos en las colaboraciones entre compañías y con centros académicos y hospitales, siempre que exista una coordinación de los recursos públicos con la industria”, concluyen desde el laboratorio catalán.

Para el mercado español, Almirall apuesta por un incremento de la inversión en I+D y una capitalización del talento local. “Una de las oportunidades actuales para España es la multitud de farmacéuticas jóvenes, con perfil biotecnológico, que están apareciendo”, aseguran fuentes del grupo.

Por su parte, María López contrapone que la industria española del *farma* aún no está bien articulada y requiere de una mayor cohesión desde el descubrimiento inicial hasta el momento de comercialización. “Hay algo en el país que aún no está bien organizado y si bien es cierto que nuestra industria es muy innovadora, las compañías aún no tienen la estructura de otras empresas globales”, indica.

Para capitalizar innovación y tecnología en el país, López también apunta a la apuesta por la Inteligencia Artificial (IA). “Tanto en la parte de *small molecule* como en la biología, los nuevos recursos reducirían costes y aumentarían la eficiencia en el país”, detalla.

Los últimos coletazos del ‘blockbuster’

PlantaDoce.

Con la pandemia, el modelo *blockbuster* vivió un breve resurgir. La necesidad de investigar una sola enfermedad en todo el mundo recuperó una tendencia dormida. En 2022, las dueñas de las vacunas del Covid (J&J, Pfizer, Moderna y AstraZeneca) alcanzaron un beneficio global conjunto de 60.968 millones de dólares, que se sumaron a los 55.174 millones de dólares ganados el año anterior. Sólo Pfizer, ganador de la pandemia, pulverizó su récord de beneficios gracias a la vacuna y el medicamento contra el Covid-19, hasta 31.000 millones de dólares.

“Siempre se ha reconocido en la industria que las vacunas son las terapias que mayor retorno de inversión ofrecen y durante la pandemia el sector *farma* se paralizó con ese objetivo”, detalla María López, quien puntualiza que “**el boom de la vacuna del Covid-19 también se dio porque el tratamiento siguió un camino regulatorio distinto**”.

McKinsey concluye su informe resaltando la “hazaña del *farma* al suministrar vacunas del Covid-19 a una inmensa población, en un entorno complejo y de riesgo, sin dejar de atender la demanda de otros medicamentos”.