

## Nota de Actualidad Número 11-Marzo de 2008

### Drogas customizadas, ¿el futuro de la industria farmacéutica?

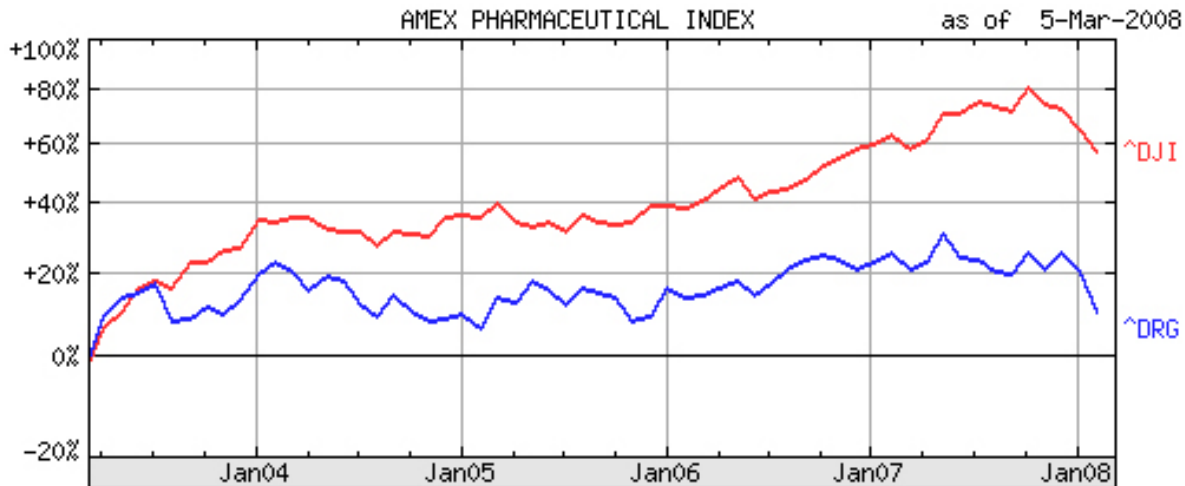
Gabriel Foglia  
Decano  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de Palermo  
[gfogli@palermo.edu](mailto:gfogli@palermo.edu)

La industria farmacéutica, que genera ingresos anuales de más de 650.000 millones de dólares a nivel mundial, está pasando por un período de transición. Algunos de los problemas que enfrenta tienen que ver con la falta de nuevas drogas que generen grandes ingresos (blockbusters), el vencimiento de las patentes y la competencia por parte de los genéricos. La dinámica de los negocios en esta industria está muy emparentada con las del software o la del cine, es decir con los negocios digitales:

- altos costos de investigación y desarrollo,
- alta incertidumbre,
- rendimientos crecientes con la escala (el primer producto que sale de la línea de producción cuesta millones de dólares de investigación, luego el costo baja radicalmente).

En definitiva, esta industria depende fuertemente del desarrollo de nuevos productos que a su vez insumen grandes costos de desarrollo y, si son exitosos, generan grandes ganancias. Sin embargo, estos no son los mejores tiempos.

Una de las formas de comprender la situación es viendo el desempeño del mercado accionario. El Índice Farmacéutico DRG (Pharmaceutical Index) permite comprender el comportamiento de las acciones más representativas de la industria farmacéutica. El peso de cada acción dentro del índice depende de la capitalización de mercado de cada empresa y está compuesto, entre otros, por Abbott, Amgen, AstraZeneca, Glaxo Smith Kline, Merck, Pfizer, Johnson & Johnson, etc. Si analizamos su comportamiento en los últimos cinco años, registra una suba de sólo 10%, versus 60% del Dow Jones Industrials Average y 75% del Nasdaq.



Los libros de estrategia nos enseñan que los mercados maduros (este mercado es uno de ellos, con crecimiento de un dígito año contra año) típicamente se consolidan mediante fusiones y adquisiciones. De esa forma las empresas más grandes logran más ingresos mediante la absorción de nuevas empresas y sus productos. Algo de esto está pasando en la industria farmacéutica, por esto vale la pena mirar hacia el mediano y largo plazo.

Desde hace menos de dos meses, una empresa llamada 23andme ([www.23andme.com](http://www.23andme.com)) decodifica el ADN de cualquier cliente por mil dólares. Esto permite conocer qué enfermedades y condiciones físicas están asociadas con los genes. Simplemente mandando por correo una muestra de saliva, podemos conocer posibilidades de desarrollar problemas cardíacos, intolerancia a la lactosa, problemas de visión, etc. De esa forma, cada individuo puede saber su riesgo genético específico en lugar del riesgo promedio de la población. El nombre de la compañía hace referencia a los 23 pares de cromosomas que contiene el ADN.

Si bien el genoma humano está compuesto por más de 6.000 millones de puntos y esta empresa hace un escaneo de sólo algunos cientos de miles, es el comienzo de una nueva era. Una de las ventajas de este desarrollo es que brinda información para poder realizar tratamientos y actividades preventivas en lugar de actuar cuando los síntomas físicos aparecen. Si varios miembros de la misma familia hacen el análisis, se pueden comparar los perfiles de ADN y conocer los orígenes de determinadas características físicas. Este puede ser el comienzo de las drogas "customizadas" según los genes de cada consumidor. De hecho, una empresa llamada Herceptin ya lo está haciendo.

Una de las fundadoras de 23andme es Anne Wojcicki, esposa de Sergey Brin, cofundador de Google. Obviamente, Google es uno de los inversores en la empresa. Todavía es muy temprano para saber cómo terminará la historia, pero se aproximan años apasionantes en esta industria.

*Publicado en "El Economista", 7 de marzo de 2008.*

**Center for Business Research and Studies  
Graduate School of Business  
Universidad de Palermo**

Av. Madero 942, 8° piso  
C1106ACV – Buenos Aires, Argentina  
Tel. (5411) 5199-1399  
[www.palermo.edu/gsb](http://www.palermo.edu/gsb)

**Director:**

Daniel Seva  
[dseva@palermo.edu](mailto:dseva@palermo.edu)

**Coordinador general de investigación:**

Diego Gauna  
[dgauna@palermo.edu](mailto:dgauna@palermo.edu)

**Finanzas y economía:**

Conrado Martínez  
[cmarti1@palermo.edu](mailto:cmarti1@palermo.edu)

Rubén Ramallo  
[rramal1@palermo.edu](mailto:rramal1@palermo.edu)

**Marketing:**

Gabriel Krell  
[gkrell@palermo.edu](mailto:gkrell@palermo.edu)

**Management:**

Patricio O' Gorman  
[pogorman@palermo.edu](mailto:pogorman@palermo.edu)

