

EMPRESAS[\[HOME \]](#)**NOTICIAS**[Genómica y Proteómica](#)[Tratamientos](#)[Empresas](#)[Bioinformática](#)[Nanotecnología](#)[Actualidad](#)**ENTREVISTAS****ENLACES DE INTERÉS****NEWSLETTER****ARCHIVO****AGENDA**

Consulte sus próximas citas y compromisos en la agenda personal

LA BOLSA

Todos los mercados online.
[IBEX35] [DOW JONES]
[NASDAQ] [EURO STOXX]

ESPECIALIDADES

Todo sobre las especialidades que más le interesan

ARCHIVO DE NOTICIAS

Guarde las noticias en un archivo personalizado

TABLÓN DE ANUNCIOS

Visite nuestro tablón

Antonio Ramírez de Arellano: "Los productos estrella se están agotando"

La situación actual del sector farmacéutico y biotecnológico está marcada por una falta de fármacos estrella y un exceso de información heterogénea derivada de la decodificación del genoma humano.

ANA CALLEJO MORA 03/12/2007

La inteligencia competitiva consiste en el paso de la información a la estrategia. Partiendo de esta definición, Antonio Ramírez de Arellano, especialista en economía sanitaria y miembro del equipo de Desarrollo Comercial de Roche Farma, ha explicado la situación del sector biotecnológico en la mesa sobre experiencias en biomedicina y salud de la conferencia internacional La Inteligencia Competitiva: factor clave para la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones, convocada por **Madri+d**, organismo de la Comunidad de Madrid que ofrece servicios de innovación tecnológica, investigación y desarrollo, celebrada en la Universidad Carlos III de Madrid.

En primer lugar, Ramírez ha señalado que "hay una menor presencia de fármacos blockbuster o estrella", es decir, los que superan anualmente los mil millones de euros en ventas. El 80 por ciento de las nuevas moléculas no superan la fase III ya que se ha producido un incremento en el coste de los ensayos clínicos. Además, los precios están ligados a los resultados en salud.

"El problema en biomedicina es que no existen publicaciones de errores y fracasos ni de los resultados de los ensayos clínicos cuando éstos no son satisfactorios. Debido a esta causa se reabren líneas de investigación que han fracasado en ocasiones anteriores".

Según Ramírez, "ser más grande ya no es la cuestión, porque las ideas de bombilla parece que no vienen de los departamentos de investigación de las grandes compañías farmacéuticas, sino de las pequeñas empresas biotecnológicas. Por tanto, hay que buscar masa crítica en ellas".

Otra dificultad de la situación actual es que "con la decodificación del genoma humano se ha producido una cascada de información heterogénea en donde los investigadores no saben cómo navegar. Hay demasiados clusters sin conexión entre ellos".

Por otra parte, ha destacado que la nueva frontera de las compañías farmacéuticas se encuentra en proveer medicinas y servicios, o lo que es lo mismo, gestionar la enfermedad.

Soluciones

Una de las soluciones que ha planteado Ramírez es la "construcción de puentes. Hay que traer la disciplina de negocio al laboratorio.

Sólo existen diez cursos de posgrado en el mundo donde se les enseña a los investigadores técnicas de negocio. Uno de estos programas se da en el Instituto de Empresa de Madrid". Compartir la información constituye una nueva estrategia. "Es necesario crear consorcios entre compañías farmacéuticas para compartir métodos y procedimientos de laboratorio."

Junto a Ramírez han estado en la mesa sobre biomedicina Javier Benito, director del Círculo de Innovación en Biotecnología de Madri+d (CIBT); Ulf Staginnus, director asociado del Instituto de Investigación Farmacéutica de Bristol-Myers Squibb; Carlos Malpica, director internacional de Márketing y Ventas de Progenika, y José Antonio Gutiérrez Fuentes, director general de la Fundación Lilly.

Staginnus ha recordado que los tres pilares sobre los que se sustenta el éxito biotecnológico son la propiedad y protección intelectual, la financiación y el acceso al mercado. "Para establecer un proceso de inteligencia competitiva hay que recolectar la información necesaria, y tras analizarla y sintetizarla, es preciso comunicar la inteligencia".