El coste oculto de las fusiones farmacéuticas: medicamentos más caros

Un estudio muestra que las fusiones y adquisiciones reducen el gasto comercial, pero elevan el precio de los medicamentos casi un 27%.

23 de abril de 2026

Cuando dos farmacéuticas anuncian una fusión, suelen destacar sus ventajas: la suma de

©IESE Business School

capacidades de ambas empresas, la mejora de una I+D unificada y una mayor eficiencia y ahorro para los pacientes.

Sin embargo, una investigación de la profesora del IESE Vardit Landsman y Stefan Stremersch, publicada en el *Journal of Marketing Research*, cuestiona este relato. Tras analizar 375 fármacos implicados en operaciones de fusiones y adquisiciones, el estudio concluye que estas operaciones reducen los costes comerciales, pero no se traducen en precios más bajos para los medicamentos.

Por qué las farmacéuticas recurren a las fusiones y adquisiciones

Las fusiones y adquisiciones son una herramienta habitual para ganar ingresos y cuota de mercado en muchos sectores. En la industria farmacéutica, además, resultan especialmente atractivas: las compañías con medicamentos cuya patente está a punto de caducar suelen adquirir empresas más jóvenes para diversificar su cartera. En 2023, el sector farmacéutico, médico y biotecnológico concentró el 15% del valor mundial de este tipo de operaciones, lo que equivale a 472.000 millones de dólares.

En el sector farmacéutico, el motivo más evidente de estas operaciones es reforzar la I+D, pero también hay incentivos comerciales. La industria depende en gran medida de la promoción directa a médicos a través de visitadores. Dado el coste que implica esta actividad, tiene sentido que una empresa con una cartera más amplia aproveche cada visita para promocionar el mayor número posible de medicamentos. Landsman y Stremersch cuantifican este efecto: en los dos años posteriores a la operación, el gasto en visitas promocionales cae 3,18 millones de dólares por medicamento en el conjunto analizado.

Este ajuste responde, en parte, a una gestión más eficiente de la cartera. También influye que las compañías con experiencia en determinadas áreas terapéuticas conocen mejor cómo comercializar esos medicamentos y ya tienen relaciones consolidadas con médicos clave. Todo ello les permite recortar costes sin frenar el crecimiento de los ingresos. De hecho, entre los 375 medicamentos de marca analizados, las empresas compradoras generaron más de 23.000 millones de dólares adicionales en los dos años posteriores a la operación y, al mismo tiempo, redujeron en unos 1.000 millones su gasto en visitas promocionales respecto a los dos años previos.

©IESE Business School

Las fusiones farmacéuticas no abaratan los medicamentos

Las farmacéuticas suelen sostener que el ahorro de costes acaba repercutiendo en el precio que pagan los pacientes. Sin embargo, el estudio muestra lo contrario: tras las fusiones y adquisiciones, los precios de los medicamentos tienden a subir de forma significativa.

Medicamentos más caros

Los ahorros obtenidos en una fusión o adquisición no revierten en los pacientes.

26.9 %

Es el incremento mediano que experimenta el precio de un medicamento tras la fusión de dos farmacéuticas.

Un caso especialmente llamativo es la compra de Salix Pharmaceuticals por Valeant en 2015: tras la operación, el precio de varios medicamentos se disparó. Entre ellos, Glumetza, un fármaco para la diabetes, cuyo precio llegó a multiplicarse por ocho.

Más poder de mercado, menos competencia

Tras una fusión, las compañías ganan poder de mercado: son más grandes y pueden afrontar menos competencia al controlar una mayor parte de los tratamientos para una misma enfermedad. Esto les da margen para subir precios.

Los organismos reguladores vigilan de cerca las fusiones y adquisiciones precisamente por eso. Estos resultados sugieren que la industria farmacéutica merece una atención especial. Aunque el precio de los medicamentos lleva años al alza, en el caso de los fármacos de marca adquiridos a través de fusiones o adquisiciones, el incremento es aún mayor.

©IESE Business School

En Estados Unidos, la reforma de los precios de los medicamentos empieza a avanzar, con medidas legislativas que permiten a Medicare (el seguro médico federal para mayores de 65 años) negociar algunos fármacos y con órdenes ejecutivas recientes impulsadas por la administración Trump para aumentar la transparencia. Pero, dado el impacto de estas subidas en pacientes y en el conjunto de la sociedad, quizá sean necesarias medidas adicionales que limiten cuánto puede encarecer una empresa un medicamento tras adquirirlo, en comparación con otros similares o con su precio en otros países.

Sobre la investigación

El estudio compara 375 medicamentos objeto de operaciones de fusión y adquisición en Estados Unidos entre 2007 y 2020.

TAMBIÉN PUEDE INTERESARTE:

¿Promocionar o retirarse? El dilema de las farmacéuticas ante los genéricos

Has adquirido una tecnología. ¿Y ahora qué?

Vardit Landsman

Profesora de Marketing en el IESE. Su investigación se centra en la intersección entre la estrategia, la toma de decisiones y la generación de modelos empíricos.

©IESE Business School