

## Las múltiples facetas de la innovación.

Oficina de Economía Sanitaria, publicado por Farmaindustria, 2005

### RESUMEN

El informe recalca que la innovación es una cuestión de grado, no una cualidad dicotómica. Se trata de un proceso continuo que puede estar presente en una o más dimensiones. La innovación depende de una combinación de conocimientos científicos, oportunidades tecnológicas, incentivos institucionales y fuerzas del mercado y de la demanda.

Normalmente, el juez de la innovación es el usuario final, que decide si el precio extra compensa o no la novedad del producto. En el sector sanitario se da la peculiaridad de que el paciente-consumidor no es quien paga el producto. En este caso, el estado pagador será quien decida qué medicamentos novedosos financiar, atendiendo a la contención de costes.

Los autores recuerdan que las empresas innovan para obtener beneficios, aprovechando la ventaja temporal que les da la patente o la duración del proceso imitador de sus competidores, que cada vez es menor. Dadas las posibles direcciones de los cambios tecnológicos (mejoras tecnológicas, reducciones de costes y competencia con otras tecnologías) y la incertidumbre sobre el éxito de la I+D, resulta difícil anticipar la repercusión social y económica final de la innovación.

Se critica la clasificación de los nuevos medicamentos, que diferencia solo entre "grandes avances" y "simples mejoras de los fármacos ya existentes" alegando la naturaleza acumulativa e interactiva de la innovación y la importancia de los pequeños avances adicionales.

En la industria farmacéutica, la innovación puede referirse al tratamiento de una nueva enfermedad o indicación, a mejores resultados en salud en comparación con los tratamientos existentes, a mejoras más rápidas en salud, a menos reacciones adversas, a menos indicaciones negativas con otros medicamentos o a la posibilidad de tratar mejor a un determinado grupo de pacientes. Se señalan asimismo los efectos positivos indirectos que puede tener la innovación sobre los recursos sanitarios y sobre la productividad, al mejorar la salud de la población. Se muestran determinados ejemplos del efecto de las innovaciones en indicaciones como la diabetes, la depresión, la hepatitis C, la leucemia mieloide crónica o la insuficiencia cardiaca crónica, entre otras.

En el informe se pone de manifiesto que la I+D farmacéutica presenta efectos de derrama (spillover), ya que resulta menos costoso que una misma empresa realice dos proyectos diferentes de I+D que dos empresas llevando a cabo cada una uno de dichos proyectos. Así, la inversión adicional en actividades de I+D puede tener efectos externos positivos sobre la I+D realizada en otras áreas terapéuticas.

Por último, se alerta de que cualquier política puede terminar desincentivando la inversión en actividades de I+D de valor añadido potencial, en lugar de fomentarlas. Ponen como ejemplo la financiación selectiva de medicamentos, que puede ignorar las ventajas de disponer más de un producto dentro de un área terapéutica.

## COMENTARIO

En la actualidad, no existe ninguna duda acerca de la enorme importancia de la innovación tanto para el éxito empresarial como para el bienestar de la sociedad, aunque hay cierta controversia sobre cómo incentivarla de la forma más adecuada. Esto se complica especialmente en el sector farmacéutico por su doble vertiente: por un lado, al repercutir sobre la salud de la población, la innovación se convierte en algo muy deseable y en ocasiones sumamente necesario; por otro lado, la financiación pública -con la consecuente escasez de recursos- impide financiar todo tipo de innovación a cualquier coste.

El presente informe hace mucho hincapié en el riesgo potencial que corren las actividades de I+D llevadas a cabo por la industria farmacéutica si no se modifica la definición y clasificación de *innovación*. Una posible reforma del Ministerio español de Sanidad contemplaría la evaluación de la utilidad o interés terapéutico de los nuevos medicamentos, y solo aquellos con un nivel de innovación "excepcional" serían reembolsables de inmediato y con una prima de precio. En el informe se señala que, de este modo, los medicamentos nuevos con características valiosas y mejoradas podrán recibir el mismo trato que medicamentos genéricos, dificultando así los incentivos a invertir en I+D.

Si bien la definición exacta de innovación "excepcional" aún no está del todo definida, desde el punto de vista económico sí parece lógico pensar que se prime más a aquellos productos que mayor grado de innovación -beneficio- aporten. El resto deberá competir en precios (siempre y cuando la regulación pública les deje espacio) con otros fármacos de menor aportación innovadora.

Por otro lado, debe quedar claro que la inversión en I+D *per se* no tiene por qué llevar acarreada mejoras en el crecimiento, ventas o beneficio empresarial. Según múltiples estudios<sup>1</sup>, para obtener buenos resultados empresariales, lo importante no es invertir más en I+D, sino mejorar la eficiencia de dicha inversión. Para ello, las empresas deben basarse en tres pilares. Deben entender el funcionamiento de su curva de efectividad de la innovación. Mejorar (pasar a la curva siguiente) se traduce en la introducción en el mercado de más productos nuevos de mayor calidad, de una forma más rápida y a unos costes menores. Además, deben prestar atención a la cadena de valor completa del producto: desde la generación de la idea hasta la

---

<sup>1</sup> Kandybin A, Kihn M (2004) Raising your Return on Innovation Investment. Booz Allen Hamilton  
Jaruzelski B et al (2005) Money isn't everything. Booz Allen Hamilton

comercialización del producto, pasando por la selección de proyectos y el desarrollo del producto. Por último, es importante externalizar algunas de las etapas (generación y desarrollo), para beneficiarse del intercambio de ideas y de la mayor eficiencia de otros agentes. En general, para identificar, anticipar y generar necesidades de mercado, y que realmente el producto funcione, resulta crucial hacer incursiones en el mercado de clientes, mantener un amplio contacto con proveedores, contar frecuentemente con un "pool" de ideas, disponer de procesos de producción flexibles, conectar la comercialización con la fabricación y realizar una planificación paralela de las distintas fases, entre otras acciones.