

ARCO MEDITERRÁNEO DE LAS TECNOLOGÍAS

PROYECTO FEDERADOR: SECTOR BIOMÉDICO

Ricardo Dejoz

INSTITUTO DE BIOMECÁNICA DE VALENCIA

El Arco Mediterráneo de las Tecnologías

El Arco Mediterráneo de las Tecnologías es una agrupación de interés económico de 10 regiones españolas, francesas e italianas (Tabla 1), representadas por sus Agencias de Desarrollo Regional u Organismos de Transferencia de Tecnología, cuyos objetivos son el fomento del desarrollo de acuerdos de cooperación tecnológicos entre las empresas de sus regiones y la sensibilización de los actores económicos y el traslado de la problemática mediterránea a las autoridades de la Unión Europea, responsables de adoptar iniciativas en este campo.

Para alcanzar sus objetivos fundacionales, en el marco del Arco Mediterráneo de las Tecnologías se ha puesto en marcha un proyecto federador, orientado al sector biomédico, cuyos objetivos son:

- Explorar el mercado biomédico en las 10 regiones, a nivel de demanda y oferta, para detectar carencias y oportunidades del mismo y

difundir los resultados a empresas del sector.

- Desarrollar una metodología de exploración de sectores de mercado que, tras su prueba en el sector biomédico, pueda ser exportada a otros sectores para promover iniciativas empresariales en el mismo sentido que el emprendido en el sector biomédico.
- Fomentar colaboraciones a corto plazo entre empresas mediante la creación de bolsas de oportunidades de intercambio tecnológico entre empresas y realización de cruces de intereses entre empresas.

El IMPIVA, como nuevo



Uno de los objetivos del Arco Mediterráneo es fomentar los acuerdos de cooperación tecnológicos entre las empresas de regiones de diferentes países

España	Francia	Italia
Murcia Comunidad Valenciana Cataluña	Midi-Pyrénées Languedoc - Roussillon Provence - Alpes - Côte d'Azur	Piamonte Toscana Liguria Lombardia

Tabla 1. Regiones representadas en el Arco Mediterráneo de las Tecnologías

	Consumo	Producción	Saldo	Producción/ Consumo	% de consumo de productos de fabricación propia
España	260	149	-111	57 %	42 %
Francia	579	471	-108	81 %	29 %
Italia	348	271	-77	78 %	34 %
Reino Unido	387	448	61	116 %	38 %
Alemania	1.044	1.465	421	140 %	40 %
USA	5.679	6.336	657	112 %	86 %

Tabla II. Datos de mercado de productos sanitarios. Cifras en miles de Millones de pesetas

gerente del Arco Mediterráneo de las Tecnologías, ha impulsado las actividades del proyecto federador tras un periodo anterior en el que la coordinación de actividades entre regiones resultaba poco efectiva. Para poner en marcha el proyecto, el IMPIVA ha contado con el IBV, que durante un año va a trabajar en la definición, planificación y seguimiento del proyecto a nivel de todo el Arco Mediterráneo de las Tecnologías, así como en la exploración del mercado biomédico en la Comunidad Valenciana.

Posición competitiva en el sector biomédico

El mercado mundial de productos sanitarios alcanza una cifra anual en torno a los 13,5 Billones de pta., representando entre un 3 y un 4% del gasto sanitario mundial total. Su tasa anual de crecimiento ronda el 5% y el análisis de la distribución del consumo por países muestra algunos resultados interesantes:

- Existen fundadas expectativas de crecimiento del mercado a largo plazo, como lo demuestra el hecho de que un 16% de la población mundial (Europa Occidental, USA y Japón)

consume el 81,4% del total de productos sanitarios.

- El consumo *per capita* de productos sanitarios duplica en USA al consumo *per capita* europeo, lo que representa expectativas de crecimiento del mercado a corto y medio plazo.

La posición competitiva de España, Francia e Italia resulta bastante desventajosa respecto a otros países de su entorno (Tabla II). Sus industrias no llegan a tener capacidad suficiente para cubrir el mercado interno y, adicionalmente, su consumo de productos de fabricación propia es reducido, lo que significa que como consumidores se es más exigente que como fabricante o, lo que es lo mismo, que la tecnología de sus productos es suficiente para exportar pero es

insuficiente para las prestaciones que demanda su mercado interior.

El proyecto federador en el sector biomédico

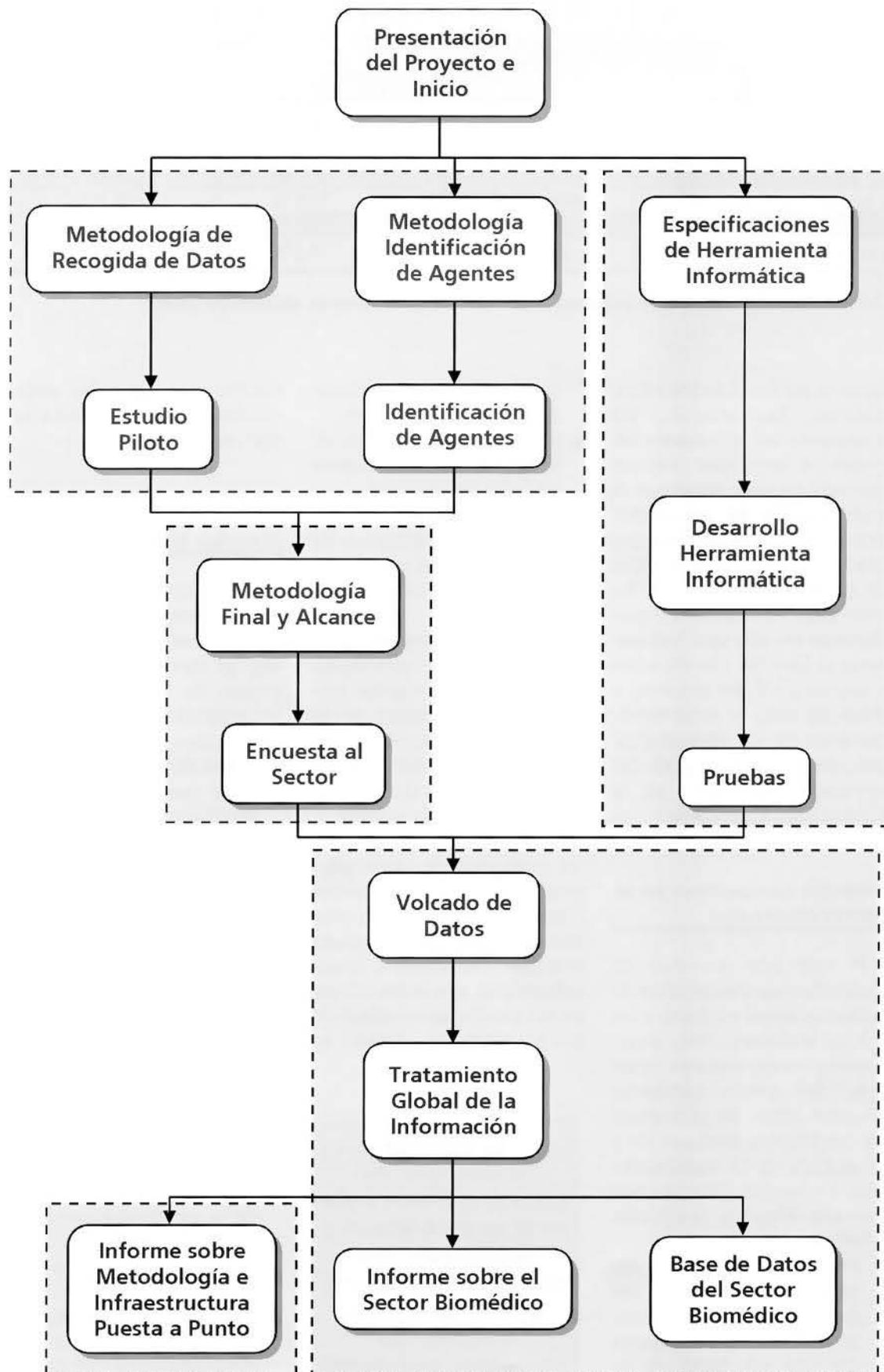
El proyecto federador en el sector biomédico se estructura en 6 grandes etapas, que a su vez se desglosan en fases, según lo indicado en el organigrama del proyecto. Las etapas son:

- **Inicio del proyecto**, etapa en la que se han definido los objetivos, compromisos, etapas y fases, participantes, etc, del proyecto.
- **Metodologías de exploración de mercado**, etapa en la que se definirán los planes y procedimientos de extracción de datos del mercado. En este sentido, el mercado se descompondrá en agentes de diversa naturaleza (fabricantes, subcontratistas, empresas comerciales, centros de consumo, centros de I+D, organismos de la administración) y los datos a obtener de cada uno de ellos serán, lógicamente, distintos.
- **Exploración de mercado**, etapa en la que se desarrollarán los trabajos de

La posición competitiva de España, Francia e Italia en el sector biomédico resulta bastante desventajosa respecto a otros países del entorno. Sus industrias no cubren el mercado interno



Implantes



campo exploratorio del mercado biomédico.

- **Herramientas de soporte informático**, etapa en la que se desarrollarán aplicaciones informáticas para análisis de los datos de mercado y soporte y mantenimiento de datos.
- **Análisis del sector biomédico**, etapa en la que se extraerán los resultados y conclusiones del sector biomédico y se difundirán hacia las empresas.
- **Recopilación metodológica**, etapa en la que se detallarán los procedimientos utilizados en el análisis del sector biomédico y se realizarán recomendaciones para su exportación a otros sectores.

Resultados para las empresas

El proyecto federador está orientado en función de su utilidad para las empresas del sector biomédico. Por ello, en su desarrollo se explorarán diversas categorías de agentes del mercado con los cuales las empresas fabricantes podrían llegar a establecer acuerdos por uno u otro motivo:

- **Otros fabricantes**, para establecer acuerdos de cooperación técnica y no emprender inversiones en fines ya cubiertos en el mercado por otros fabricantes.
- **Subcontratistas**, para establecer acuerdos de cooperación ante picos de producción o para la fabricación de determinados productos o partes de productos para los que los subcontratistas se encuentran mejor preparados que los fabricantes.
- **Distribuidores**, para esta-

Los resultados del análisis de mercado que se va a efectuar en el sector biomédico serán puestos a disposición de las empresas

blecer acuerdos de cooperación comercial que faciliten la llegada de sus productos a mercados alejados.

- **Vendedores**, para establecer acuerdos de cooperación comercial que faciliten la llegada de sus productos a mercados más próximos.
- **Compradores**, para saber quiénes son, qué consumen y cuánto consumen, de forma que los fabricantes puedan analizar el mercado, sus tendencias y sus límites.
- **Centros de I+D**, para establecer acuerdos de cooperación técnica que conduzcan a productos con mayores prestaciones y técnicamente más competitivos.
- **Administraciones Públicas**, para saber cuáles son los programas de apoyo, incentivos a la creación de empresas y de empleo, regímenes fiscales, etc.
- **Ferias, congresos y eventos** relacionados con el sector de los productos sanitarios, para utilizarlos de apoyo a la promoción empresarial y como foro para establecer acuerdos con otros agentes del mercado.

Por último, los resultados del análisis de mercado que se va a efectuar serán puestos a disposición de las empresas, para que puedan aprovechar esta información para mejorar

su competitividad bien en base a acuerdos de colaboración, bien en base a inversiones en líneas de negocio mejor focalizadas

Bibliografía de interés

DIRECTIVA 93/42/CEE DEL CONSEJO de 14 de Junio de 1993 relativa a los Productos Sanitarios. Diario Oficial de las Comunidades Europeas, NºL 169/1 a 169/43.

MDIS (1996): The World Medical Market Fact File. 1997 - Volume I. MDIS Publications Limited.

MDIS (1996): The World Medical Market Fact File. 1997 - Volume II. MDIS Publications Limited.

PEYDRO, J. (1990): Análisis de Mercado de las Áreas de Traumatología y Cirugía Ortopédica y Cirugía Cardiovascular de la Industria Médica de la Comunidad Valenciana. Proyecto Fin de Carrera. Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia.

PHILLIPS, M. (1997): Gestión de Suministros Médicos en España y Europa. Recoletos Compañía Editorial, S.A., Madrid.

PRAT, J.; VERA, P. y PEYDRO, J. (Coordinadores) (1995): Análisis de Mercado de la Tecnología de la Rehabilitación. Instituto de Biomecánica de Valencia, Valencia.

□