



Vísteme despacio, que tengo prisa



Early access
por **Álex Casadevall** 
Market Access Associate Director



Álex Casadevall

Market Access Associate Director

Early access: vísteme despacio, que tengo prisa

El acceso, el bien entendido acceso –con el permiso de marketing y ventas– necesita su tiempo. Desde Evidenze lo vemos como pura estrategia y algo de táctica. Es más que el **dosier de valor** y más que **conseguir el reembolso** al precio buscado. Es un traje a medida para cada una de las 17 realidades regionales y de sus tallajes locales.

Cada día más, los sastres y modistas del acceso que trabajan con Evidenze empiezan antes a trabajar en la toma de medidas. Esperar a la **aprobación de la EMA** quizás puede ser prudente, pero si hablamos de **productos innovadores** para los que está todo por hacer, necesitamos tomar medidas cuanto antes: salir y hacer un buen **mapeo de stakeholders** y seguir con entender bien el **posicionamiento del producto**, como se percibe la vía de administración o el mecanismo de acción, la posología o el perfil de seguridad... Es cierto que de global llegan algunas ideas y directrices, pero es que los gustos ya lo tienen: son caprichosos. A cada uno le gusta y favorece un color y un entallado distinto, es por ello que en Evidenze damos apoyo a comprender de la forma más objetiva posible cuáles son los botones que **generarán la mejor evidencia y reducirán ese gap**, ese parche deshilachado debe ser identificado cuanto antes e hilar fino para ir hecho un pincel. Y es que a nadie le gusta que se le vean las costuras!

Hacer de capa un sayo puede ser creatividad... o caos, si vas con un mal patrón.

Es cuando ya has tomado las medidas que te puedes permitir empezar a marcar los patrones y cortar las distintas piezas que bien cosidas te generarán ese traje de alta costura: el **plan de acceso** que debe apuntar a ese **acuerdo –innovador o clásico– de precio y reembolso**, la mejor respuesta a las **preguntas PICO** y un buen IPT.

Los mejores sastres y modistas del acceso que conocemos en Evidenze son aquellos con los que generamos una buena **historia de valor** de su producto y conseguimos explicarlo de forma genuina y auténtica. Evitar dar puntada sin hilo es clave para que cuando llegue el momento de generar el **dosier de valor** tengamos los modelos y las piezas alineadas: un **modelo de coste-efectividad** robusto y un impacto presupuestario perfectamente ajustado a la complejión y las **necesidades del mundo real**.

¿Coser y cantar?

No exactamente. Cada ocasión tiene su atuendo adecuado, debemos de tener un buen muestrario de argumentos para poder gestionar las objeciones, calculadoras para poder recoser rotos y podernos adaptar según requiera la ocasión. Llegados a este punto, es altamente recomendable volver a tomar

medidas, los **advisory board** que dinamizamos desde Evidenze son el lugar perfecto para probarse el vestido, **refinar los argumentos y generar los insights** necesarios para poner el broche de oro al **lanzamiento**.

Dress code

Boda medieval, "arreglado pero informal" o de ibicenco. Existen modas y tendencias. Los **QALYs** fueron tendencia y casi se convierten en moda, es por ello que debemos seguir determinado los **modelos de carga de la enfermedad** para diseñar la mejor evidencia en economía de la salud, porque los mejores trajes son los que no se notan, pero sientan bien.

Tejer alianzas con **sociedades científicas y asociaciones de pacientes** por la vía de la **colaboración público-privada**, generando **rutas asistenciales y protocolos para comunidades autónomas u hospitales**. Puesto que cortar por lo sano difícilmente funcione, es conveniente entender cuáles son los criterios de decisión para cada elección vía un **MCDA o estudios de preferencia**, quizás un **think tank** o buscar el **consenso con metodología Delphi**.

La moda actual marca ir más allá de los costes directos e indirectos, en Evidenze trabajamos para determinar el **retorno social** de la inversión e incluso el **impacto medioambiental**. La puntada final es construir un tejido de evidencia robusto a partir de **datos de vida real**, capaz de sostener y dar forma a **futuras negociaciones**.

Para muestra, un botón

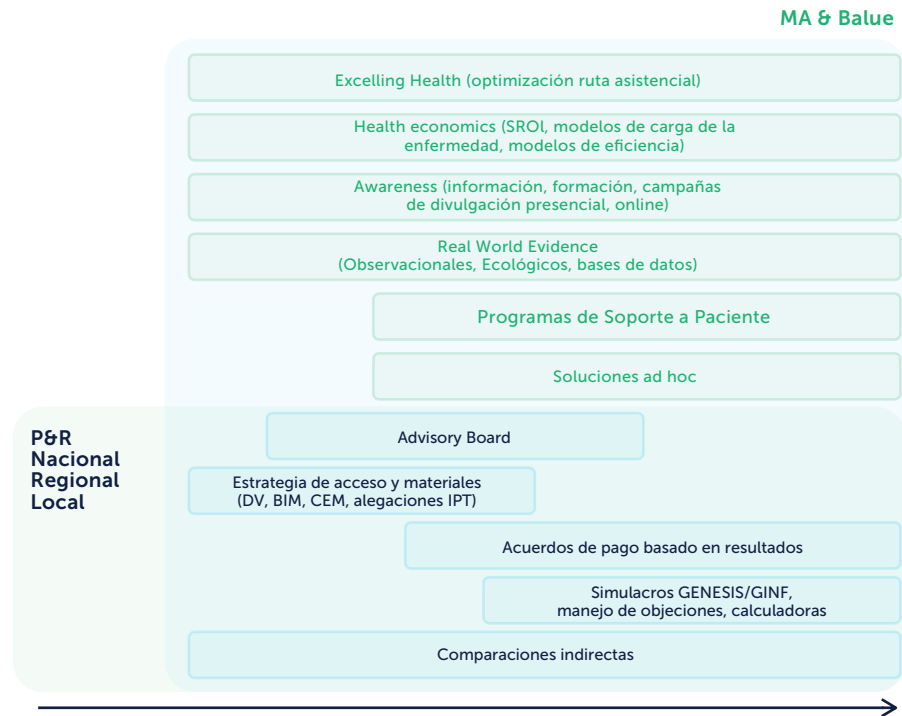
Resumiendo: un buen traje empieza por la **elección de la tela y el primer corte**. En acceso ocurre lo mismo: hay que **seleccionar con cuidado los tejidos** (los datos, las evidencias, los argumentos) y **marcar el patrón antes de presentar la colección**. Si se hace bien, el resto fluye.

En Evidenze ayudamos a **diseñar ese primer boceto**: identificar la indicación con mejor caída, priorizar a qué cohortes se les ajusta mejor el beneficio clínico y, sobre todo, recoger desde el principio datos que luego serán parte del acabado final. Medir en vida real no es solo probar el traje: es comprobar cómo sienta caminando, bajo diferentes luces, en distintos cuerpos.

Y no hay que olvidar los **forros invisibles**: la voz del paciente, la coordinación con el equipo asistencial, los circuitos logísticos... Todos esos detalles que no se ven pero que determinan si un traje realmente funciona.

El acceso es una **pasarela con focos**: hay muchas miradas críticas y cada paso cuenta. Por eso es clave llegar con los dobladillos bien rematados y el **discurso bien hilado**. Un posicionamiento fuerte, consensuado y flexible hará que el sistema lo reciba con agrado... y que el traje no solo luzca bien en la pasarela, sino que se convierta en un imprescindible del día a día asistencial.

Aquí os proponemos de forma gráfica algunas de las acciones que llevamos a cabo para conseguir una buena entrada y el mejor futuro. En Evidenze somos de **medir dos veces y cortar una**, rara vez hacemos vestidos cortados por el mismo patrón. Tómallo como una muestra de nuestro fondo de armario.



Es importante no dar puntada sin hilo y, lo más importante, **no basta con tener buena tela, hay que saber cortar!**

Ya sea seda, lana o polímero inteligente, cada innovación requiere su propio patrón. En Evidenze nos encantará bordarlo contigo. **¿Ponemos hilo a la ajuga?**