

PlantaDoce.

ADN

L. Rodríguez (PwC): “La sanidad necesita alianzas y no grandes monstruos que lo integren todo”

Leticia Rodríguez cree que “los costes de producción de los medicamentos se van a reducir ya que también se acortan los tiempos de desarrollo” y que el mapa sanitario tiene que alejarse de los grandes “monstruos empresariales” que lo integren todo.

A. Escobar
10 may 2018 - 04:50

L. Rodríguez (PwC): “La sanidad necesita alianzas y no grandes monstruos que lo integren todo”

Leticia Rodríguez es responsable del área de sanidad en la consultora PricewaterhouseCoopers (PwC) desde 2005. Rodríguez es licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Comercial de Deusto y Master en Alta Dirección Sanitaria por Arthur Andersen. La experta piensa que a España le queda un “larguísimo recorrido por hacer en tema de utilización de los datos y la orientación al análisis de resultados en salud”.

Pregunta: La sanidad se encuentra ante un cambio de tendencia. ¿Cómo va a afectar este nuevo contexto, influenciado por la revolución tecnológica?

Respuesta: Esta tendencia viene de largo y llevamos subidos a ella desde hace un tiempo. Es cierto que la velocidad de cambio en modelos más maduros se va produciendo de forma lenta, pero afecta en todos los planos, desde la eficiencia hasta la calidad en la atención, y es un *driver* fundamental en la sostenibilidad del sistema.

P.: ¿España está bien posicionada en medicina de precisión?

R.: A España le queda un larguísimo recorrido por hacer en tema de utilización de los datos y la orientación al análisis de resultados en salud. Estados Unidos y los países del norte de Europa están por delante.

1 / 2

<https://www.plantadoce.com/adn/l-rodriguez-pwc-la-sanidad-necesita-alianzas-y-no-grandes-monstruos-que-lo-integren-todo>

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

PlantaDoce.

“A España le queda un largo recorrido por hacer en tema de utilización de los datos y la orientación al análisis de resultados en salud”

P.: ¿Hay suficientes empresas y personal trabajando en este sector?

R.: Hay suficientes profesionales. El problema no está en el personal o en los *skills* que puedan tener estos, sino en las infraestructuras de datos y los modelos y procesos. No obstante, existen competencias para continuar adelante.

P.: ¿Están adaptándose las compañías a este nuevo paradigma? ¿Cualquier empresa puede adaptarse a este cambio o es una cuestión de recursos?

R.: El ritmo es lento. Afecta al conjunto de compañías, el ecosistema tiene que cambiar en general. Cualquiera de los ámbitos de actividad del sistema sanitario se ve afectado por la transformación tecnológica.

P.: ¿Qué especialidades son las que tienen una mayor oportunidad de crecimiento en cuanto a la medicina de precisión?

R.: Quizás la especialidad que tiene una mayor oportunidad de crecimiento en medicina de precisión es la oncología.

P.: ¿La medicina de precisión va a reducir los costes en las compañías? ¿Por qué?

R.: Los costes de producción de los medicamentos se van a reducir ya que también se acortan los tiempos de desarrollo. Lo importante es que el resultado en salud respecto al coste de tratar deba ir reduciéndose, que es lo que va a pasar.

P.: ¿Existen obstáculos que frenan el progreso de las compañías para avanzar en medicina de precisión?

R.: Ni todo el aparato del sistema sanitario ni los mecanismos de financiación ni los procesos asistenciales están tan preparados a día de hoy.

P.: ¿Las grandes compañías, como los laboratorios o farmacéuticas, van a tener que empezar a colaborar con actores u otras empresas más pequeñas y más especializadas para avanzar en medicina de precisión?

R.: Tiene que haber un mapa en el que se aprecien más colaboraciones, más alianzas y no grandes “monstruos” empresariales que lo integren todo.