

PlantaDoce.

Entorno

La salud, la última carta de las 'big tech' para seguir buscando rentabilidad

Amazon, Apple, Google y Microsoft han entrado en la última década en el sector de la salud con inversiones en servicios médicos, creación de nuevos fármacos, almacenamiento de datos, procesos de digitalización o venta online.

A. Martínez / M. Tamayo
25 nov 2022 - 04:58



Hay un nuevo invitado en la mesa de la salud. Entre las grandes compañías europeas y estadounidenses del sector se ha hecho imprescindible otro gran actor: las *Big Tech*. En los últimos años, **Amazon, Apple, Google y Microsoft han redoblado sus inversiones para hacerse un hueco en el mercado de los servicios médicos, el *farma* o la Inteligencia Artificial (IA)**. ¿El objetivo? Diversificar su modelo de negocio entrando en un sector que demanda a la tecnología como una herramienta para recortar costes, almacenar datos y digitalizar procesos.

Tras revolucionar el comercio minorista, el entretenimiento o la logística, las *Big Tech* se han acercado a un mercado que genera 3,6 billones de euros anuales en Estados

PlantaDoce.

Unidos y que puede ser su último gran golpe sobre la mesa. La necesidad de transformación digital del sector de la salud, el cambio en las demandas de los consumidores o la fragmentación del sistema estadounidense han sido la gran puerta de entrada de estas compañías a **un sector que aún no sabe si catalogarlas como complemento o competencia.**

Además, la ambición ha topado con la regulación. La intención de las *Big Tech* por crear registros de pacientes, identificar objetivos farmacológicos o predecir medicamentos ha topado de lleno con la ley estadounidense y europea, que considera que el manejo de datos personales pone a las compañías en situación de ventaja frente a sus competidores. “El sector farmacéutico ve a estas empresas como falsos amigos y eso que, hasta ahora, ninguna ha dado en el clavo para meterse de lleno en salud”, asegura Víctor de Pedro, especialista farmacológico en Parc Taulí Hospital Universitari, a PlantaDoce.

No cogió a nadie por sorpresa que Tim Cook, consejero delegado de Apple, asegurara en 2020 que quería que la mayor contribución de la compañía a la humanidad fuera la inversión en salud: el gigante de Cupertino lleva años demostrándolo. Desde 1999, **Amazon, Apple, Google y Microsoft habían anunciado la adquisición o inversión en 22 empresas orientadas a la salud.**

Los gigantes tecnológicos intentan buscar sus oportunidades centrándose en tres ámbitos: la integración de *hardwares* y *wearables* en el día a día de los pacientes, la integración de la IA y el uso de datos para descubrir medicamentos o procesas biomarcadores y, finalmente, el ofrecimiento de servicios médicos, con Amazon a la vanguardia.

Los servicios médicos, territorio Amazon

Desde su nacimiento hasta hoy, Amazon ha intentado meterse de lleno en los servicios médicos. **En 2018, la empresa propiedad de Jeff Bezos realizó su primera incursión en salud junto a JPMorgan y Berkshire Hathaway, con una inversión conjunta de 100 millones de dólares en Haven Healthcare, una compañía de atención médica que finalmente bajó la persiana en 2021.**

PlantaDoce.

Ese mismo año, **Amazon compró PillPack, una de las mayores farmacias online de Estados Unidos por 750 millones de dólares** y en 2019 adquirió la *start up* Health Navigator, especializada en el desarrollo de una plataforma que hace un seguimiento de los parámetros de salud y facilita el triaje de pacientes en los hospitales y centros sanitarios.

En 2020, Amazon lanzó su división Amazon Pharmacy, su farmacia online para la venta de medicamentos con receta, tras obtener la aprobación de varios consejos farmacéuticos estatales para convertirse en un distribuidor mayorista de medicamentos con receta. Ese mismo año, llevó a cabo una inversión de 15.000 millones de dólares en laboratorios de prueba contra el Covid-19.

Ya en 2021, vio la luz el servicio Amazon Care, con el objetivo de **permitir a sus usuarios realizar teleconsultas con médicos y enfermeras** a través de un chat o una videoconferencia, que se complementaba con servicios médicos presenciales en casa del paciente cuando fuera necesario. Sin embargo, el gigante del ecommerce anunció en agosto el cierre del servicio, tras no alcanzar los objetivos previstos.

Un mes antes de clausurar Amazon Care, la compañía estadounidense llegó a un acuerdo para adquirir la red de clínicas de salud One Medical **por 3.900 millones de dólares**. La compañía, ahora en manos de Amazon, ofrece un modelo de suscripción donde los usuarios pagan una tarifa mensual para obtener servicios médicos tanto de forma física como virtual y cuenta con 113 clínicas de atención primaria.

La semana pasada, Amazon volvió a impulsar su apuesta por la telemedicina con un servicio para patologías comunes, como las alergias, el acné y la pérdida de cabello. Bajo el nombre **Amazon Clinic, el nuevo servicio comunicará a pacientes y médicos a través de mensajes**. Pese a que el servicio no acepta seguros médicos, los clientes pueden usar sus planes para pagar los medicamentos prescritos desde la plataforma.

“Parece que hasta el momento Amazon no ha dado con la tecla exacta para introducirse en el sector, quizás porque no ha podido ofrecer el valor añadido que, por ejemplo, ofrece en logística, o puede ser que simplemente la gente no tenga ganas de contarle sus intimidades médicas a Amazon”, añade Víctor de Pedro.

‘Wearables’ y ‘hardwares’, cuando tu reloj lo sabe todo de ti

Apple ha decidido en la última década aprovechar sus productos para dar servicios de salud y, **para ello, su piedra angular es el Apple Watch**. La compañía busca que su reloj digital sea una herramienta clínica para usar en la investigación médica, con más de

PlantaDoce.

150 tipos de datos recogidos a través de la monitorización de las constantes vitales. Cuando salió al mercado, el reloj se comercializó como una síntesis entre tecnología y moda, pero cuando Apple pasó a presentarlo como una herramienta de salud, las ventas se dispararon y ahora mismo representa el 30% de las ventas mundiales de *wearables* deportivos.

Además, el iPhone puede integrarse con dispositivos médicos, como el portador de ultrasonido Butterfly, el dispositivo de electrocardiograma AliveCor o el procesador de signos vitales Binah. El gigante de Cupertino también ha desarrollado el accesorio Beddit, que registra el tiempo de sueño, el ritmo cardíaco o la respiración, así como Tuo Health, un sensor que registra y procesa la respiración de los niños asmáticos.

Google también apostó por los *wearables* para aproximarse a la monitorización de datos en pacientes. El gigante tecnológico compró Fitbit en 2021 por 2.100 millones de dólares, una plataforma que ofrece datos sobre la variabilidad del ritmo cardíaco, la frecuencia respiratoria y la saturación de oxígeno a través de relojes inteligentes y cuenta con más de 30 millones de usuarios activos actualmente.

En España, la compañía de cardiología Idovent firmó un acuerdo con Astrazeneca donde también estaba implicado Google, que ofrecía la plataforma Fitbit para realizar un electrocardiograma cada día a los pacientes sin necesidad de acudir al hospital. “Un reloj o un móvil, al contrario que un médico, está a tu servicio todas las horas del día; y con las listas de espera al máximo, es una forma de reducir los costes de producción”, detalla Manuel Marina, consejero delegado de Idovent, a PlantaDoce.

Pese a que aún no ha salido al mercado, Google está desarrollando actualmente su proyecto Google Tag, que actúa como un sensor de todo el cuerpo para recopilar y procesar información. El objetivo de la empresa es trasladar los datos de captura de movimiento, para que los pacientes puedan controlar su biomecánica a lo largo del día.

El uso de datos, punta de lanza para recortar costes y crear nuevos fármacos

Las farmacéuticas han registrado una caída del retorno del I+D del 65% desde 2014 hasta 2020, según datos del estudio anual realizado por Deloitte.

Ante la pérdida de rendimiento de la investigación, **la tecnología se perfila como una herramienta para recortar costes y aumentar el retorno en la creación de nuevos fármacos**. El descubrimiento de nuevos fármacos a través de IA está alcanzando cifras de récord en inversión, hasta 2.600 millones de dólares en 2021.

PlantaDoce.

Entre las cuatro *big tech* del sector, **Microsoft está luchando por llevarse un pedazo del pastel usando datos de pacientes para el desarrollo de pruebas clínicas** y dando apoyo a las grandes farmacéuticas para desarrollar nuevos fármacos. Entre los colaboradores de la compañía se encuentra Novartis, desde que ambas empresas firmaron un convenio de colaboración en 2019, Jackson Laboratory y UCB Pharma.

La tecnológica de Redmon (Washington) lanzó en septiembre de 2020 su solución Cloud dirigida al sistema sanitario y este mismo año la amplió con nuevas soluciones que la colocan como el principal operador de SaaS especializado en sanidad. A principios de año, la compañía cerró la compra de Nuance Communications, empresa especializada en IA conversacional e inteligencia ambiental en industrias como las finanzas, las telecomunicaciones y la salud.

En la creación de fármacos, una de las principales incursiones en el mercado del último año fue la nueva estrategia firmada con Novo Nordisk, especializada en el descubrimiento de fármacos.

Otra de las grandes compañías que está trabajando en la creación de fármacos es Alphabet. **La matriz de Google lanzó en 2021 su propia empresa dedicada al descubrimiento de fármacos: Isomorphic Labs.** De esta forma, se suma a otras compañías de Alphabet enfocadas a la salud como Calico, especializada en el envejecimiento, o Verily que desarrolla tecnología para el sector.