

Entorno

Médicos del futuro: las tecnológicas se hacen hueco entre los grandes ‘players’ sanitarios

Un informe de PwC señala que más de la mitad de los consumidores estaría dispuesto a acceder a servicios de salud a través de compañías ajenas al sector como Apple o Facebook.

Albert Cadanet
13 may 2019 - 04:56

Médicos del futuro: las grandes tecnológicas se hacen hueco entre los grandes ‘players’

Los avances en digitalización y control de la información han marcado los inicios del siglo XXI. El auge y posterior burbuja de las empresas puntocom inauguraron un cambio de periodo dominado actualmente por la conectividad y la omnicanalidad. En este contexto, compañías como Amazon, Apple o Facebook se han convertido en auténticos gigantes, no sólo en el sector tecnológico. Sus innovaciones, fácilmente aplicables a otros campos, les han permitido irrumpir en otros sectores para competir con los *players* más tradicionales. La sanidad es uno de ellos.

En un ecosistema donde el uso de datos y la medicina predictiva cobran especial relevancia, **las grandes tecnológicas tienen una oportunidad de oro para dictar hacia donde evolucionará la medicina del futuro**. De hecho, los consumidores ya les han dado carta blanca.

Según el informe *Global Consumer Insights 2019*, elaborado por la consultora PwC, más de la mitad de los encuestados (un 66% de un total de 21.000 personas) se muestran dispuestos a acceder a los servicios de salud y bienestar a través de compañías ajenas al sector. España, con una muestra de 1.000 habitantes, exhibe unos resultados que coinciden con la media de la consulta.

El 75% de los españoles admite que no tendría

PlantaDoce.

ningún problema en aglutinar todo su historial clínico en un único lugar

En este sentido, **un 78% de los consumidores españoles se sentirían “cómodos o muy cómodos” utilizando compañías como Amazon, Apple o Facebook para visitar a un médico en una clínica**, acceder a un seguro de salud (77%) o realizarse pruebas diagnósticas (71%). A su vez, tres de cada cuatro encuestados no tendría problema en aglutinar en un mismo lugar toda su información sobre salud, tal y como señala el estudio.

Aun así, los canales digitales todavía “están poco desarrollados”. En España, sólo tres de cada diez personas dispone de aplicaciones médicas o relacionadas con la salud en su *smartphone*. Con todo, **los que cuentan con este tipo de plataformas hacen un uso intensivo de ellas** (la mitad de los consumidores con una aplicación instalada tiene dos o tres plataformas de este tipo).

El 42% utilizan las *apps* médicas para cerrar citas o prescripciones médicas, el 39% para controlar el sueño, el 38% para realizar y monitorizar el ejercicio físico y el 36% para controlar la dieta y cuestiones relacionadas con la nutrición, apunta el estudio.

Cuatro de cada diez usuarios de aplicaciones de salud utilizan su *smartphone* para cerrar citas con profesionales médicos

Farmacéuticas y aseguradoras ya notan el aliento de las grandes tecnológicas. Es por eso que algunas de ellas ya han empezado a dar pasos para no quedarse atrás en la carrera de la digitalización. Mapfre fue una de las últimas empresas que lanzaron una plataforma propia para facilitar la interacción entre pacientes y profesionales, una lista en la que también se encuentran compañías como Sanitas, Axa o MediQuo.

A pesar del avance de la digitalización, **el informe todavía resalta la importancia del trato personal en un entorno cada vez más informatizado**. “La interacción humana entre humanos es necesaria para explicar el producto y entender que la solución que se está aportando es correcta”, concluye el estudio.