



Alejandro Villalon Acacio,
Digital Strategy Lead – everis life
sciences, miembro Grupo Sociedad
de la Información Autelsi.

La digitalización de una industria al servicio del paciente. El futuro del medicamento

No te olvides que tenemos que ir a la agencia de viajes para preparar estas merecidas vacaciones. Pero antes, ¿Por qué no bajas al quiosco a comprar la prensa? Se que me has dicho que habías quedado para que Michael (el vecino) te tradujese ese artículo que tanto te gusta. No tardes mucho que también tenemos que ir a hacer la compra y quiero llegar lo antes posible para ver la serie que me gusta, que empieza a las siete, aunque si no llegamos a tiempo, podemos pasar por el videoclub y alquilamos una peli y recogemos comida del restaurante de debajo de casa.

Por cierto, reserva un hueco mañana para preparar tu curriculum y poder ir a dejarlo a varias empresas, asegúrate de pedir un taxi para llegar a tiempo.

Si lees de nuevo el comienzo del artículo te darás cuenta de cómo ha cambiado la vida en 10 años y como las tecnologías han cambiado de lleno todas esas industrias.

Las organizaciones públicas o privadas del sector de la salud al igual que el resto de las industrias en el mundo, están sometidas a una exigencia casi estranguladora. O aportan valor en todos los puntos de su cadena, o corren el riesgo de ser sustituidos por otros modelos que sí que lo hagan. Ampararse bajo el paraguas de las regulaciones, empieza a ser una excusa para algunos sectores, donde la cuota de buenos augurios está casi cubierta.

Así, los modelos clásicos de intermediación en el sector de la salud tienden a desaparecer. La cadena de valor del medicamento desde su producción hasta el consumo por parte de los pacientes pasa por dos agentes principales, la distribución y las farmacias, es aquí donde las tecnologías están cambiando la manera en que las personas y los agentes se relacionan. Y así lo van a seguir haciendo.

En este modelo desintermediado futuro, los medicamentos pasarían desde la industria directamente al consumo por parte

de los pacientes, impactando en el modelo tradicional que se encontrará en una situación de riesgo por la plataformización de los intermediarios, donde tanto la distribución, como la farmacia deberán aportar valor para posicionarse como agentes indiscutibles en el modelo futuro del medicamento.

En este contexto, las farmacias han de generar valor tanto en lo físico, monitorizando a sus pacientes y posicionándose como figura principal para la salud y el bienestar de los ciudadanos con un modelo de proximidad e inmediatez en la respuesta, como en lo digital, prestando el mismo servicio que se presta actualmente, pero de manera remota y por supuesto dando la posibilidad a los pacientes de relacionarse de una manera personalizada, en cualquier lugar y a través de cualquier canal.

Para la farmacia, posicionarse como referente en el mundo digital no es tarea fácil, ni mucho menos si se trata de un sector donde no existen agrupaciones y las casi 22.000 farmacias intentan aportar valor por sí solas. La única manera de posicionarse es uniendo a todo el sector bajo una estrategia común y dotarlo de las herramientas y tecnologías necesarias.

Vivimos en la era de las tecnologías exponenciales, la robótica, el internet de las cosas, la biotecnología, la realidad virtual y aumentada, el Blockchain, la impresión 3D, y sobre todo la inteligencia artificial. Estas tecnologías son los cimientos para construir el futuro del sector de la salud, donde los profesionales de esta industria deberán replantearse el modelo actual que se ha consolidado y regulado durante muchos años, y a partir de una página en blanco, construir un nuevo modelo para todos los agentes de la cadena de valor del medicamento. Donde cada uno aporte valor de manera indiscutible y sea percibido por todos.

Este será el futuro de la salud, donde las tecnologías, los pacientes y los profesionales convivirán en un ecosistema digital conectado, que ya está llamando a la puerta.●