

Big data, medicina personalizada y apoyo a los profesionales sanitarios

¿Qué es lo que impulsará a la industria en 2024?



Chris Moore
Presidente de Veeva Systems
en Europa

En 2023, la medicina personalizada, la mejora del flujo de información entre los representantes y los profesionales sanitarios (HCPs), y los avances en los ensayos clínicos han impulsado la adopción de nuevas tecnologías. Pero esto solo es el principio. Con estos avances llegan datos más valiosos y la posibilidad de tomar decisiones mejor informadas. El uso de datos y procesos mejor conectados contribuirá a reducir los costes y las fricciones en la toma de decisiones para acelerar la administración de tratamientos a los pacientes.

A medida que avanzamos en 2024, vemos cómo todas estas áreas siguen madurando y evolucionando. Las empresas que puedan adoptar con éxito los datos, los análisis y las plataformas digitales serán las mejor posicionadas para triunfar este año y los posteriores.

LOS EQUIPOS DE DESARROLLO USARÁN BIG DATA PARA APOYAR LA MEDICINA PERSONALIZADA

El sector de las ciencias de la vida lleva mucho tiempo esperando que el *big data* transforme la viabilidad comercial de la medicina personalizada. Los equipos de I+D ya pueden automatizar procesos usando datos que estén limpios, estandarizados, y sean interoperables y *compliant*.

En 2024, las empresas se centrarán en sacar más partido al *big data* (que podrían abarcar desde datos específicos de un ensayo clínico o de un centro hasta datos más relevantes en IT como los tiempos de ciclo) resolviendo puntos débiles comunes en torno a la limpieza, la propiedad y los estándares de datos. Como resultado, el volumen y la frecuencia de acceso a los datos de los estudios aumentará exponencialmente. Esto requerirá un modelo de datos transparente con estrictos controles de acceso para abordar los problemas de privacidad y ciberseguridad de los datos.

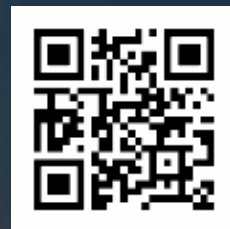
Las empresas líderes utilizarán la automatización para conseguir cientos de mejoras graduales e incrementales en la eficiencia del desarrollo de un producto, ya se trate de protocolos de consulta exhaustiva, la detección de patrones durante el análisis de imágenes médicas o la verificación del origen de los componentes químicos. El creciente impulso de la industria conducirá a APIs de datos más directas entre patrocinadores de ensayos, institutos de salud y autoridades reguladoras, de modo que el "*big (clean) data*" se convierta en una realidad, creando las condiciones adecuadas para que los medicamentos personalizados y comercialmente viables lleguen a los pacientes que los necesitan.

A MEDIDA QUE EVOLUCIONEN LAS TERAPIAS DIGITALES, LOS PRINCIPALES FABRICANTES DE DISPOSITIVOS SE HARÁN UN HUECO EN ESTE SECTOR

Cuando Pear Therapeutics se convirtió en 2021 en la primera empresa en recibir financiación para una aplicación móvil destinada a tratar el trastorno por consumo de sustancias, parecía que el sector se preparaba para que la llegada de las terapias digitales se generalizará.

Muchas cosas han cambiado en tres años. El mercado de soluciones de salud digital ha sufrido algunas pérdidas que han ensombrecido el incipiente sector, con algunas empresas que se han declarado en quiebra y otras que han abandonado el mercado de los pagadores para dirigirse directamente al consumidor. A pesar de estos contratiempos, las terapias digitales seguirán ganando terreno en 2024, especialmente para las grandes empresas que tengan los recursos necesarios para aprender de los pioneros en este espacio.

En los próximos años, esperamos que las principales em-



VISITA NUESTRA NUEVA WEB

www.alsicocleanroom.com



MOBILIARIO



CICLO DE VIDA DE
VESTUARIO EN BODY BOX



ULTRALIMPIEZA



RETIRADA DE RESIDUOS
Y CORROSIÓN



DESINFECCIÓN

Principal fabricante mundial de vestuario para la industria farmacéutica.
Tus expertos para el Control de la Contaminación en Sala Blanca.

our performance
protects yours

presas experimenten con diversas estrategias comerciales para terapias digitales, como la venta directa al consumidor o el desarrollo de aplicaciones digitales que complementen terapias ya existentes. Grandes empresas como Pfizer, AstraZeneca, Boehringer Ingelheim y Roche ya se han unido a la Digital Therapeutics Alliance, y es probable que otras se unan al recién creado Digital Health Advisory Committee de la FDA.

LOS MEDICAMENTOS ESPECIALIZADOS EMPUJARÁN A LAS BIOFARMACÉUTICAS A RESPONDER A LOS PROFESIONALES SANITARIOS EN EL MOMENTO DE NECESIDAD

Las interacciones en persona con los profesionales sanitarios están volviendo al volumen anterior a la pandemia, pero el acceso es ahora más selectivo. Los profesionales priorizan el acceso en función del valor de la interacción y si esta puede ocurrir en el momento oportuno. Esto plantea una nueva pregunta inevitable: ¿El modelo tradicional “push” apoya a los profesionales sanitarios en el momento en que lo necesitan?

La complejidad y precisión de los medicamentos especializados ejercen una presión cada vez mayor sobre la industria para que adopte un modelo centrado en el servicio o “service-centric model”. Los profesionales sanitarios tienen que hacer un seguimiento de un desconcertante abanico de tratamientos y de los distintos niveles de acceso a los mismos en función de las guías de tratamiento y reembolso.

Una mayor colaboración entre los equipos comerciales y médicos será fundamental para proporcionar a los profesionales sanitarios la formación y los recursos adecuados en el momento en el que los necesiten, incluso en el momento de atender al paciente. A medida que el enfoque cambia de ser promocional a estar centrado en el servicio, los equipos de campo aumentarán los puntos de contacto en persona con la posibilidad de contacto *inbound* que conecte a los profesionales de la salud y a los representantes en tiempo real, y priorice la capacidad de respuesta y el valor para el cliente sobre los KPIs de ventas y frecuencia de interacción.

Los primeros en adoptar este modelo están creando más del doble de interacciones digitales con los médicos sin reducir las visitas en persona. El éxito requiere patrocinio de ejecutivos, inversiones en formación a los equipos de campo, una tecnología *compliant* y un reajuste de los incentivos para centrarse en KPIs que midan la calidad de la relación con HCPs.

Y lo que es más importante, esto requiere que cada interacción con el médico construya sobre la anterior y añada valor al médico en el momento oportuno, lo que exige una fusión de interacciones presenciales, digitales y *on-demand*. De hecho, el uso de videoconferencias junto con reuniones en persona aumenta la eficiencia y el impacto de las interacciones. Cuando se interactúa


con los profesionales sanitarios a través de una combinación de canales presenciales y virtuales, la interacción por vídeo triplica la respuesta promocional en comparación con las reuniones presenciales por sí solas, lo que supone una ventaja significativa. También vemos que cuando se aprovecha un canal de entrada adicional, como el chat, los profesionales de la salud se ponen en contacto con el sector, iniciando el 30 % de las conversaciones con representantes en busca de información.

LA ANALÍTICA AVANZADA DE DATOS CLÍNICOS Y MÉDICOS SE CONVERTIRÁ EN UN FACTOR DIFERENCIADOR CLAVE PARA ACELERAR LA COMERCIALIZACIÓN

Los equipos comerciales llevan años utilizando analítica avanzada para medir el impacto comercial. En I+D, los patrocinadores emplean ejércitos de científicos de datos para analizar los datos, pero los equipos clínicos y médicos todavía están en las fases iniciales a la hora de utilizar la analítica para seleccionar centros de ensayo adecuados o para impulsar la inscripción de pacientes. Esto cambiará en 2024 a medida que la competencia y las presiones externas como la Ley de Reducción de la Inflación impulsen una mayor necesidad de velocidad y agilidad en I+D.

Los equipos clínicos y médicos aprovecharán la analítica avanzada para ayudar a seleccionar centros, apoyar la inscripción de pacientes e identificar lagunas en los estándares de tratamiento. De este modo, estos equipos influyen más en la estrategia de *go-to-market* de las empresas que los equipos comerciales.

Ganarán las empresas que puedan definir mejor el mercado para sus productos, identificar a las poblaciones de pacientes adecuadas, conectar a los proveedores de atención sanitaria y avanzar más rápido que la competencia. Unos datos limpios y conectados con una arquitectura común entre clientes, pacientes, KOLs y la empresa serán una necesidad fundamental no solo para desarrollar los productos de forma eficiente y eficaz, sino también para sentar las bases de su consumo futuro.

A medida que nos adentramos en 2024, el panorama sanitario se prepara para cambios transformadores. La convergencia de la tecnología, la medicina personalizada y el análisis de datos redefinirá la atención al paciente, haciéndola más personalizada, eficiente y receptiva que nunca. Adoptando estos avances, los proveedores sanitarios y las empresas farmacéuticas estarán a la vanguardia de la innovación, preparados para abordar los retos cambiantes y mejorar los *outcomes* para pacientes. La clave del éxito radica en no limitarse a reconocer estas tendencias, sino en participar activamente en su evolución, fomentando un futuro en el que la asistencia sanitaria no sea solo un servicio, sino una experiencia dinámica que beneficie a cada persona involucrada en ella. 

_Tratamiento por rayos gamma Co-60

Irradiamos confianza desde 1970

_La primera empresa española
y la única planta industrial de
tratamiento por rayos gamma
de Co-60 en España.

Autorizaciones:
4824PS
NCF: 4156-E (GMP)
RSIPAC B-001/05

Certificación:
ISO 13485 / ISO 11137
FFDA - CDER
FDA Medical Device

- _Método efectivo
- _Fácil de monitorizar
- _No precisa cuarentena
- _Rápido y fiable
- _Esterilización final
- _Ausencia de residuos

Aplicaciones:

- _Productos sanitarios
- _Productos farmacéuticos
- _Productos cosméticos
- _Productos alimentarios
- _Investigación (pólen, electrónica)



Aragogamma

Crta. de Granollers-Cardedeu, (C-251 km 3,5)
08520 Les Franqueses del Vallés
Barcelona
+34 93 849 66 39

Oficinas: Salvador Mundí, 11
08017 Barcelona
+34 93 204 97 03
www.aragogamma.com
info@aragogamma.com

