

Social network, perchè devono spingersi verso il settore sanitario

06 Dicembre 2017

Ormai ogni investitore è consapevole che il governo Trump vuole abrogare l'Obamacare. Una lotta che perdura da un anno e che ha portato il presidente degli Stati Uniti a firmare l'abrogazione scavalcando camera e senato che non erano d'accordo con la nuova formula del Medicaid, nemmeno quelli dello stesso partito repubblicano. Il costo sociale dell'assistenza sanitaria, che è già insostenibilmente alto, continuerà a salire. Ad esempio, si prevede che le spese del Medicare aumenteranno del 75% entro il 2025 e continueranno a peggiorare con l'invecchiamento dei baby boomer. Qui potrebbero entrare in gioco i social network.

L'unico modo per ridurre la spesa sanitaria è abbassare i prezzi e impedire alle persone di ammalarsi. Il sistema sanitario degli Stati Uniti non è un sistema sanitario; è un sistema di malattia e disabilità. Dal punto di vista del business la cosa peggiore che potrebbe accadere al sistema attuale è concentrarsi proprio sulla salute.

Ci sono molte persone ben intenzionate nell'ecosistema sanitario che lavorano per migliorarlo. Ma, a causa degli attuali modelli di business sanitario, gli attuali stakeholder organizzativi come il governo, gli assicuratori, gli ospedali, le compagnie farmaceutiche, i gruppi di medici, ecc., sono preoccupati della spaccatura dei costi (e dei profitti) e dei conflitti nei loro interessi a lungo termine.

Se la riforma sanitaria non risolverà l'assistenza sanitaria, cosa lo farà? Ecco cinque motivi per cui i giganti della tecnologia orientati al consumatore come [Apple](#), [Amazon](#), [Alphabet](#) e [Facebook](#) potrebbero essere i futuri distributori che guideranno la riprogettazione fondamentale dell'assistenza sanitaria.

1. L'assistenza sanitaria è matura per la trasformazione digitale.

Molte società tecnologiche, soprattutto quelle che offrono spazi social hanno a disposizione enormi quantità di dati dei loro clienti, perchè non farli diventare anche pazienti. L'infrastruttura digitale esiste, manca quel passaggio che permetta a queste piattaforme di interagire con medici, ospedali e assistenti

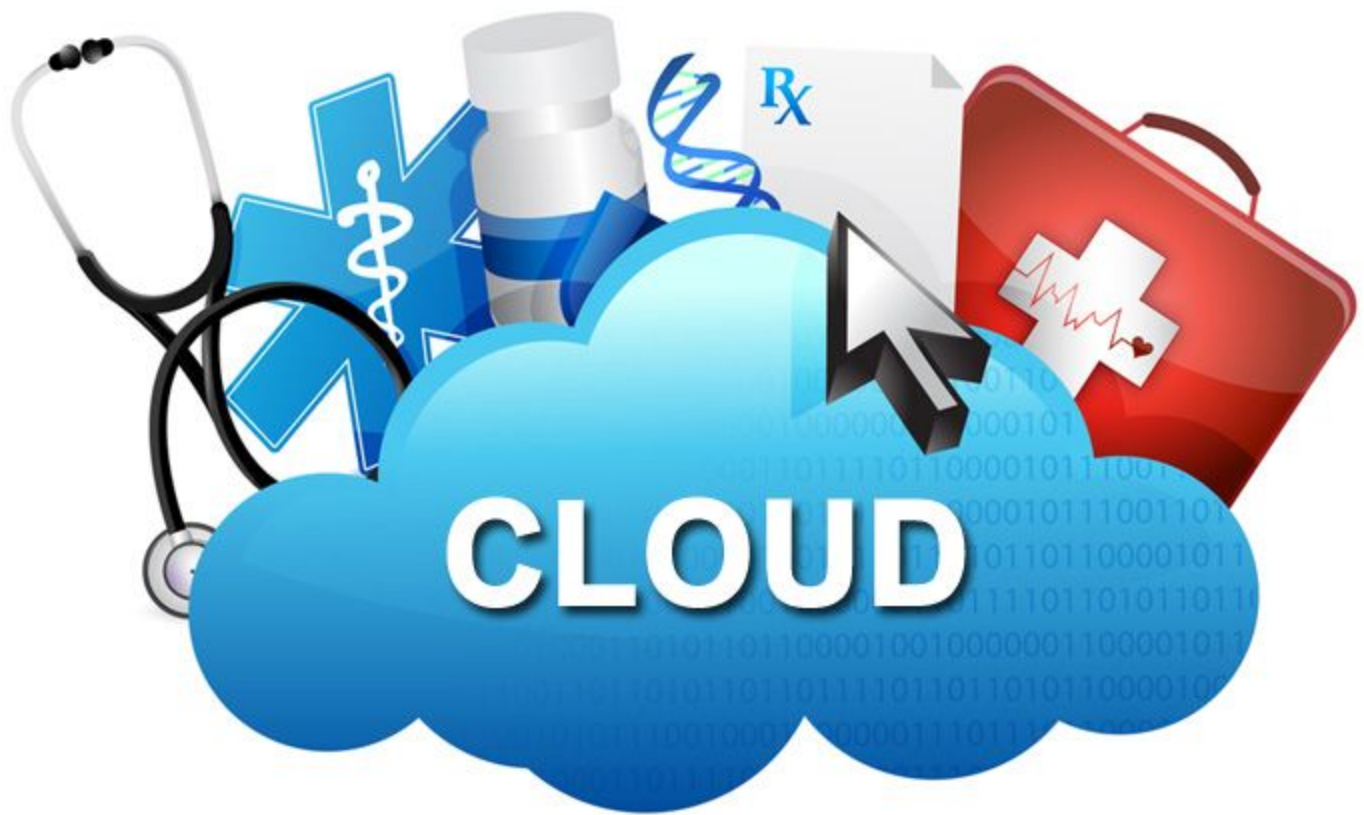
sanitari per condividere le informazioni in modo che anche il paziente sia coinvolto telematicamente senza dover avere un montagna di documenti o presentarsi per richiedere una visita specialistica.

Immaginate di attivare funzionalità comuni in altri settori, come la trasparenza dei prezzi, registrazioni dei pazienti e le valutazioni dei fornitori fino all'assistenza sanitaria. Immaginate di applicare la tele-presenza e l'intelligenza artificiale per far fronte alla carenza di medici e migliorare l'accesso alle cure. Le società di tecnologia stanno portando capacità analoghe ad altri settori dell'economia.

2. le società tecnologiche hanno capacità, credibilità, relazioni con i clienti e denaro.

[Esistono già giganti tecnologici nel settore sanitario](#), come Cerner, Epic, GE e Oracle. Ma le loro controparti tecnologiche offrono una maggiore esperienza nelle tecnologie emergenti, tra cui social network, dispositivi mobili, esperienza utente, Internet of Things e intelligenza artificiale. Le aziende di tecnologia di consumo hanno anche un grande riconoscimento del marchio e relazioni esistenti con pazienti e operatori sanitari che potrebbero accelerare l'adozione.

Esiste anche un aspetto economico non indifferente che va tenuto in considerazione, Alphabet potrebbe comprare Cerner 20 volte e con una acquisizione avere a disposizione i suoi dati con quelli di una società già inserita nel settore sanitario. Un bel vantaggio. Aziende come Facebook, Apple o Amazon, hanno fondi e capitalizzazioni sufficienti per espandersi senza troppe pretese.



3. Il mercato è talmente ampio che c'è spazio per tutti.

Diamo qualche numero, il valore stimato per la spesa sanitaria annua negli Stati Uniti si aggira intorno ai 3.2 trilioni di dollari. Se pensiamo ai rispettivi mercati delle aziende tech social networking, sono nulla a confronto a questa massa di denaro spesa ogni anno. Apple con i suoi telefoni è ridicola di fronte ad una tale scommessa, per non parlare degli introiti di Facebook o Google. Amazon con le vendite si sta già muovendo in quella direzione ma è lontana anni luce.

4. Partire da zero a volte è un vantaggio

Oltre alle opportunità e alle capacità, le società citate finora hanno pochi conflitti di interesse nel settore sanitario. Non hanno clienti aziendali esistenti da placare, sistemi legacy da aggiornare o modelli aziendali da proteggere. Una fondamentale disconnessione nell'assistenza sanitaria è che il paziente non è il cliente. Ciò porta ad una dinamica malsana, ma una grande opportunità per un nuovo modo di pensare.

L'attenzione si è concentrata sulla realizzazione di prodotti che possono essere

rimborsati attraverso le compagnie assicurative, attraverso Medicare o Medicaid. E così in qualche modo si porta una visione totalmente nuova nel settore per aiutare il paziente.

5. L'accesso all'assistenza sanitaria offre potenziali sinergie con le imprese esistenti.

Punto finale ma pur sempre importantissimo, ognuna delle aziende citate ha delle una sua caratteristica peculiare capace di fornire un vantaggio nel settore sanitario. pensiamo a Google e al suo motore di ricerca, alla tecnologia di Apple, la distribuzione di Amazon, l'interazione di Facebook. Pazzesche ed uniche nel loro genere. Allo stesso tempo, entrare in questo business potrebbe rafforzare modelli di business esistenti molto redditizi, come il business di dispositivi e app store di Apple. La prospettiva di guidare semplicemente la crescita in quei core business giustifica il tempo e le risorse necessarie per entrare nel settore.

Amazon secondo il mio punto di vista è la più avvantaggiata. Da un tradizionale punto di vista industriale, potrebbe sembrare poco sensato che Amazon entri nel sistema sanitario. È un settore lento e regolamentato con concorrenti trincerati ed enormi ostacoli. Ma Amazon non ha mai prestato molta attenzione ai confini del settore o ai competitors. Amazon affronta la competizione come una battaglia senza esclusione di colpi e possiede una maggiore quota di portafogli clienti paganti. È difficile trovare un segmento più grande nel quale coltivare e acquisire una maggiore quota di profitti.

DISCLAIMER:

Le opinioni e le informazioni contenute nel presente documento sono state ottenute o derivano da fonti ritenute attendibili, ma Domino Solutions non può garantire l'accuratezza e la completezza. I dati sono forniti da Compustat Xpressfeed, Standard & Poors e una divisione di The McGraw-Hill Companies così come altri fornitori di dati di terze parti.

Questo rapporto di ricerca contiene pareri ed è fornito solo a scopo informativo. Si consiglia di non fare affidamento esclusivamente sul documento di ricerca a fini di transazioni di titoli o altri investimenti, essi incoraggiano a condurre la propria ricerca e chiedere il parere di un professionista qualificato prima di fare qualsiasi investimento. Nessuna delle informazioni contenute nella presente relazione costituisce o è destinato a costituire una raccomandazione.

L'utilizzo di questo rapporto è disciplinato dalle condizioni di utilizzo di Domino Solutions, ne è vietata la divulgazione a scopo commerciale ed è ad uso privato del cliente Domino Solutions. Vendere o linkare tale report costituisce una violazione del diritto d'autore degli analisti di Domino Solutions, ogni violazione di tale diritto è punito con il ban da eventuali report e potrebbe precludere l'esclusione dalla lista dei nostri clienti.