

CARLOS FALCATO
CEO de SaludOnNet

“Las aseguradoras son aliadas con las que construir cosas juntos”

salud on net

LO QUE PRIMERO CONOCIMOS CON EL NOMBRE DE CITASONNET, EL PRIMER PORTAL DE CITA MÉDICA ONLINE EN ESPAÑA -Y CASI EN EL MUNDO-, HA EVOLUCIONADO A SALUDONNET, LA PLATAFORMA EHEALTH 360 QUE OFRECE SERVICIOS A ASEGURADORAS, CLÍNICAS Y PACIENTES. YA CON ACUERDOS COMERCIALES CON 9 ASEGURADORAS, SU CEO Y ÚNICO ACCIONISTA -DE MOMENTO, PUESTO QUE HAY CONVERSACIONES PARA ENCONTRAR COMPAÑEROS DE VIAJE- EXPLICA EN ESTA ENTREVISTA EN QUÉ CONSISTE EL CONCEPTO DE ‘HEALTHVOLITION’, EMBLEMA DE LA MARCA, TRAS EL QUE “HAY UNA ESTRATEGIA QUE PERSIGUE CONQUISTAR AL PACIENTE DEL SIGLO XXI”, DICE. “NO PRETENDEMOS SER COMPETENCIA DE LAS ASEGURADORAS, NOS DIRIGIMOS A LOS 35 MILLONES DE PERSONAS QUE NO TIENEN SEGURO MÉDICO PRIVADO”, EXPLICA. FALCATO VE AL SECTOR ASEGURADOR “COMO UN ALIADO CON EL QUE CONSTRUIR COSAS JUNTOS, EVOLUCIONANDO EL SEGURO ACTUAL A MODELOS MIXTOS DE ASEGURAMIENTO” Y CONSIDERA CLAVE “COMPARTIR EN LUGAR DE COMPETIR”. ENTRE LAS NOVEDADES QUE PREPARA ESTÁN EL SEGUIMIENTO AL PACIENTE POR VIDEO CONSULTA Y CHAT MÉDICO, EL LANZAMIENTO DE PRODUCTOS QUE COMBINEN PARTE ASEGURADA Y PARTE PAGO POR USO Y SU INTERNACIONALIZACIÓN A MEDIADOS DE ESTE AÑO.

P. G. D.

‘ACTUALIDAD ASEGURADORA’ (en adelante ‘A.A.’)- ¿Cómo y cuándo surge la idea de SaludOnNet? ¿Quiénes son sus accionistas? ¿Podría explicar brevemente en qué consiste y cómo funciona?

CARLOS FALCATO.- Suelo decir que SaludOnNet es una historia de innovación. Allá por 2003 mis padres me propusieron gestionar la clínica familiar que ellos habían puesto en marcha 10 años antes. Tras pensarlo mucho, decido dejar mi trabajo en Accenture y dirigir el centro médico. Mi primera decisión fue desarrollar un sistema de gestión para la clínica. Una vez implantado, y viendo el efecto positivo que generó tanto en el crecimiento del negocio como en el día a día de los médicos, me di cuenta de que el sector estaba falto de innovación y decidí dedicarme en cuerpo y alma

a crear tecnología y diseñar procesos que aporten valor al sector, centrados sobre todo en el paciente.

En ese momento es cuando nace SaludOnNet, primero con el nombre de CitasOnNet, el primer portal de cita médica online en España, y casi en el mundo, y posteriormente como SaludOnNet, la plataforma eHealth 360 que ofrece servicios a aseguradoras, clínicas y pacientes.

Desde el punto de vista del paciente, el funcionamiento es muy sencillo: a través del portal o la App el usuario busca un servicio médico atendiendo a sus necesidades de localización, calidad o precio. Una vez que adquiere el servicio, recibe un código de autorización que presenta en la clínica, donde se valida a través del sistema de autorización electrónica conPay de SaludOnNet. Tras la consulta le solicitamos que valore su experiencia con objeto de ayudar a otros



“QUE NOS IDENTIFIQUEN COMO UN AGENTE DISRUPTOR DE NUESTRO SECTOR ME GUSTA BASTANTE”

usuarios a la hora de seleccionar a un médico. Este sería el funcionamiento básico, que se completa con alertas y consejos de salud en función del perfil del usuario, así como la posibilidad, dentro de muy poco tiempo, de mantener chats con médicos de SaludOnNet y realizar videoconsultas desde nuestra App.

En cuanto al accionariado, a día de hoy, el 100% de la compañía es mía, aunque estamos en conversación con varios compañeros de viaje para universalizar la HealthVolution.

‘AA.’.- ¿Algún medio ha hecho referencia a vosotros como “el Uber en Salud”. ¿Qué opina de esta mención?

CARLOS FALCATO.- El hecho de que nos identifiquen como un agente disruptor de nuestro sector me gusta bastante, significa que lo que habíamos planificado y por lo que nos esforzamos día a día está calando, tal y como lo proyectamos. Es cierto que, aun con diferencias, coincidimos en parte del modelo. Nos encanta unirnos a esta ola de cambio que esta-

“NOS ENCANTA UNIRNOS A ESTA OLA DE CAMBIO QUE ESTAMOS VIVIENDO EN LA ÚLTIMA DÉCADA, NO SOLO CON UBER, SINO CON OTRAS PLATAFORMAS QUE ESTÁN DEMOSTRANDO CÓMO EMPRESAS PEQUEÑAS CON MODELOS DISRUPTIVOS TRANSFORMAN SECTORES TRADICIONALES DOMINADOS POR GRANDES ORGANIZACIONES”

EL PACIENTE DEL SIGLO XXI

‘A.A.’.- ¿Qué innovaciones preparan para este año en los distintos ámbitos -en productos, alianzas con compañías, en el campo de marketing...-? ¿Cuál es vuestro siguiente paso?

CARLOS FALCATO.- Todas las innovaciones que vamos a poner en marcha van dirigidas a satisfacer las necesidades del paciente del siglo XXI, que es nuestro principal objetivo. Muy pronto vamos a ofrecer la posibilidad de realizar seguimiento a través de videoconsulta y chat médico. Este servicio ya existe en el mercado, pero de manera aislada. En nuestro caso, estará integrado dentro del proceso asistencial global de un paciente. Por otro lado, queremos lanzar varios productos que combinen parte asegurada y parte de pago por uso. Son productos disruptivos que no existen hasta el momento y que persiguen ser una alternativa para aquellas personas que no quieren o pueden pagar un seguro de salud y para aquellos que, teniendo un seguro de salud, no lo utilizan. Tenemos aún más novedades para este año dirigidas a la internacionalización que pretendemos comenzar a mediados de este año.

mos viviendo en la última década, no solo con Uber, sino con otras plataformas que están demostrando cómo empresas pequeñas, con modelos disruptivos, transforman sectores tradicionales dominados por grandes organizaciones, sobre todo cuando estos modelos se fundamentan, como es nuestro caso, en dotar de poder al usuario a través de tecnología e información útil para su toma de decisiones.

MODELOS MIXTOS DE ASEGURAMIENTO

‘A.A.’.- ¿Con cuántas aseguradoras tienen alianzas? ¿En qué consisten estos acuerdos? ¿Y con cuántas clínicas y centros hospitalarios? ¿Qué servicios se prestan?

CARLOS FALCATO.- Actualmente tenemos acuerdos comerciales con 9 aseguradoras. Estos servicios van desde el uso de la plataforma tecnológica (cita médica online, sistema de autorización y validación electrónica conPay y un ERP de gestión integral del proceso asistencial) hasta el servicio de outsourcing de cuadro médico, ofreciendo la



“PRONTO OFRECEREMOS LA POSIBILIDAD DE REALIZAR SEGUIMIENTO A TRAVÉS DE VIDEOCONSULTA Y CHAT MÉDICO (...). QUEREMOS LANZAR VARIOS PRODUCTOS QUE COMBINEN PARTE ASEGURADA Y PARTE DE PAGO POR USO. SON PRODUCTOS DISRUPTIVOS QUE NO EXISTEN HASTA EL MOMENTO”

posibilidad de contar con nuestro cuadro médico en toda España o solo en aquellas zonas en donde la aseguradora lo necesite. La mayor ventaja para las aseguradoras es que tanto el cuadro médico como la tecnología es nuestra, lo que nos permite integrar los procesos y reglas de negocio particulares de cada compañía muy fácilmente.

En cuanto a las clínicas y hospitales, fuimos pioneros en ofrecer a las clínicas un sistema de gestión que recogía todos los procesos desde la cita médica online hasta la facturación electrónica con las aseguradoras, y un módulo de Historia Clínica Electrónica para los médicos, todo en cloud bajo un modelo SaaS (Software as a Services). Esta tecnología está implantada en más de 24.000 proveedores médicos en todo el territorio nacional.

‘A.A.’.- ¿Qué acogida habéis tenido, tanto por parte de la industria aseguradora como de los propios usuarios? A día de hoy, ¿contáis con el apoyo del Seguro o, por el contrario, sois considerados más como una amenaza?

CARLOS FALCATO.- Cuando lanzamos la HealthVolution nuestro objetivo era dar un paso al frente y ocupar un vacío



“LA HEALTHVOLUTION NO ES SOLO UN MARKET PLACE DE SALUD, ES UNA EXPERIENCIA DE ACOMPAÑAMIENTO AL PACIENTE”

‘A.A.’.- **Vuestro lema es ‘Bienvenido a la HealthVolution’. ¿Realmente, habéis supuesto una revolución en salud? ¿Hasta qué punto?**

CARLOS FALCATO.- Detrás del concepto de la HealthVolution hay una estrategia que persigue conquistar al paciente del siglo XXI. La HealthVolution no ha hecho más que empezar y el primer paso ha sido poner a disposición de las personas la posibilidad de adquirir servicios médicos sin necesidad de tener un seguro médico privado, añadiendo valor durante el proceso asistencial, en el antes y en el después. Ayudamos al paciente a gestionar la cita médica en base a sus necesidades, le orientamos en cuanto a las prescripciones que necesita y le ofrecemos alternativas para continuar con el tratamiento propuesto.

En definitiva, la HealthVolution no es solo un market place de salud, es una experiencia de acompañamiento al paciente cuándo y cómo lo necesita. La revolución no está solo en el modelo económico -sin cuotas y

con precios asequibles para la gran mayoría- sino en la experiencia que aportamos al paciente.

‘A.A.’.- **Os definís como la “primera plataforma de servicios médicos con precios asequibles para todos”. ¿Cómo o con quiénes se pactan estos precios?**

CARLOS FALCATO.- Desde mediados de 2011 hemos estado cerrando acuerdos con todos los proveedores médicos a nivel nacional, creando un cuadro médico con capilaridad y competitividad similar al de una aseguradora. De nuevo nos basamos en nuestra plataforma tecnológica para optimizar el proceso de concertación, reduciendo los costes y los tiempos de integración de un proveedor médico en SaludOnNet. Además, el hecho de contar con un sistema de autorización electrónica propio elimina los riesgos de integración con terceros, lo que supone también un gran ahorro de tiempo.

que existía y, a nuestro entender, nadie estaba atendiendo de manera adecuada. Para nosotros era clave tener la misma capilaridad de cuadro médico que el de una aseguradora y un precio asequible para la mayoría de los bolsillos. En principio no pretendemos ser competencia de las aseguradoras, nosotros nos dirigimos a los 35 millones de personas que no tienen seguro médico privado. Pero es cierto que ya tenemos usuarios que provienen del seguro; es un perfil que quiere tener acceso a la medicina privada y que apenas utiliza el seguro porque no lo necesita.

En realidad, vemos a las aseguradoras como un aliado con el que construir cosas juntos, evolucionando el seguro actual a modelos mixtos de aseguramiento, que se adapten mucho más a las necesidades de cada persona. Para eso es clave compartir en lugar de competir; es lo que hemos hecho siempre y así pensamos seguir haciéndolo. Lo que también tenemos muy claro es que si no encontramos el compañero de viaje adecuado, lo haremos por nosotros mismos.

‘A.A.’.- **¿Qué funcionalidades tiene el portal de SaludOnNet para los asegurados?**

CARLOS FALCATO.- Desde nuestro portal, para cualquier asegurado, ofrecemos la cita online pero englobada dentro de un buscador inteligente que permite al usuario buscar por el criterio que más le satisfaga -cercanía o calidad percibida por otro usuario-. En este punto destacamos valores

como la transparencia y el rigor, ya que solo los usuarios que han acudido a consulta pueden valorar.

Además, una persona que tiene seguro médico privado puede utilizar SaludOnNet para comprar servicios médicos que no cubre su seguro por cuestiones de cobertura de su póliza, exclusiones o periodos de carencia.

‘A.A.’.- **SaludOnNet compagina los servicios que un asegurado tenga contratado y permite comprar las pruebas que no cubra su seguro ¿qué más cosas ofrecéis al usuario a nivel de plataforma tecnológica?**

CARLOS FALCATO.- En nuestra versión Premium ofrecemos el Registro Personal de Salud, un servicio que permite mantener la evolución de los principales parámetros de salud, así como recibir alertas y recomendaciones. Además es un repositorio digital de información, donde el usuario almacena y clasifica su información de salud.

“UNA PERSONA CON SEGURO MÉDICO PRIVADO PUEDE UTILIZAR SALUDONNET PARA COMPRAR SERVICIOS MÉDICOS QUE NO CUBRE SU SEGURO POR CUESTIONES DE COBERTURA, EXCLUSIONES O PERIODOS DE CARENCIA”

SALTO INTERNACIONAL Y DIGITALIZACIÓN

‘A.A.’.- ¿Tenéis previsto dar el salto internacional? ¿Cómo sería teniendo en cuenta que los sistemas sanitarios en otros países dejan mucho que desear frente al de España? ¿Cuáles son vuestros potenciales mercados de entrada?

CARLOS FALCATO.- Así es, nuestra andadura internacional comienza este año, y estamos ya con varios acuerdos en Latam que lanzaremos en el segundo semestre de 2017. También valoramos Europa como próximo paso, si bien hay países que por su sistema público sanitario no son objetivo prioritario.

‘A.A.’.- ¿Es la salud digital el presente del sistema sanitario y la medicina? ¿Qué opinión le merecen todas las plataformas digitales que hay sobre salud y bienestar? ¿Y sobre los avances que se están dando en telemática, Big Data, sistema CRISPR/cas9?

CARLOS FALCATO.- Desde luego, hoy nadie entiende casi ningún sector en el que no se pueda acceder a aplicaciones desde su SmartPhone, sea o no nativo digital. Últimamente han proliferado las plataformas de salud y bienestar, y aunque las propuestas desde una perspectiva de usuario pueden parecer las mismas, entre ellas difieren bastante. Existen plataformas que tienen un concierto con un cuadro médico de terceros en un modelo franquiciado; desde mi punto de vista esto genera poco engagement con su usuario. Por otro lado, hay plataformas que tienen acuerdos directamente con los proveedores médicos, estas me parecen mucho más acertadas pero tienen como debilidad su poca capilaridad para ofrecer servicios médicos a cualquier persona, y una orientación más dirigida a servicios de estética y bienestar que de salud.

“NUESTRA ANDADURA INTERNACIONAL COMIENZA ESTE AÑO, Y ESTAMOS YA CON VARIOS ACUERDOS EN LATAM QUE LANZAREMOS EN EL SEGUNDO SEMESTRE DE 2017. TAMBIÉN VALORAMOS EUROPA COMO PRÓXIMO PASO”

CONTROL DEL COSTE SANITARIO

‘A.A.’.- ¿Cómo se controlan los costes sanitarios?

CARLOS FALCATO.- Tanto en sanidad pública como en el mundo del seguro médico privado, el control de los costes sanitarios es fundamental para la sostenibilidad del sistema. En este sentido esto es parte de la HealthVolution, nuestros usuarios son los responsables de la gestión de sus costes sanitarios. SaludOnNet tiene que velar por obtener un precio competitivo y dotarles de herramientas tecnológicas que permitan disponer de información sobre su salud, y en este punto es donde estamos poniendo el foco.

‘A.A.’.- ¿Qué previsiones de negocio tenéis? ¿Vuestros ingresos proceden sólo de comisiones o de un porcentaje de los descuentos?

CARLOS FALCATO.- Nuestras previsiones son que al menos un 20% de las personas que necesiten un servicio médico piensen en nosotros antes de ir al médico. En cuanto al modelo de ingresos, no nos gusta hablar de comisiones o descuentos pues ese modelo es válido para negocios que se basan únicamente en vender pruebas médicas. Nosotros ofrecemos una experiencia de salud global, por lo que no podemos hablar de descuentos. Nuestro modelo se basa en fijar precios a cada prueba en función de múltiples variables (oferta en la zona, recurrencia, inversión en marketing, etc.) de modo que el proyecto a nivel global sea sostenible.



‘A.A.’.- ¿Con cuántos centros médicos tenéis acuerdos? ¿Y profesionales médicos?

CARLOS FALCATO.- Actualmente SaludOnNet mantiene acuerdos con más de 7.000 centros médicos en toda España, que consolidan más de 24.000 profesionales de todo tipo de especialidades. Traducido a servicios médicos, tenemos más de 34.000 servicios publicados. Además, ofrecemos servicios médicos que no están publicados en el portal, como cirugías específicas que cualquier usuario puede contratar a través de nuestro servicio de atención al paciente. □