

NUEVOS NEGOCIOS:

Crean plataforma para que pacientes, médicos y estudios clínicos hagan *match*

MARISA COMINETTI

De la academia al mercado. Así nace Nabu Health, un ejemplo concreto de transferencia tecnológica. Fue en 2020 cuando el médico Matías Jiménez (35), mientras hacía su especialidad de internista, se dio cuenta por experiencia propia de lo difícil que era encontrar pacientes para estudios clínicos. Se enfocó así en buscar una solución y en ese proceso conoce a Francisca Canales, ingeniera civil en Computación (25).

Juntos se lanzan a crear una plataforma B2B para potenciar la investigación clínica, simplificando los procesos con ayuda de la inteligencia artificial (IA), y a través de médicos investigadores que realizan el *match* adecuado entre pacientes, prestadores de salud y estudios clínicos.

“El mayor cuello de botella en la industria farmacéutica es encontrar a los pacientes para dichos estudios. Sin embargo, se ve que más del 70% quiere participar y el 94% de los que han participado lo haría de nuevo. Esta brecha genera un impacto tremendo en ambos. El 80% de los estudios se atrasan en relación a lo planificado por problemas de reclutamiento, costando millones diarios”, dicen los cofundadores.

En 2023 iniciaron actividades y desde entonces han pasado por distintas aceleradoras,

tales como Start-UP Chile, Hub APTA, AvantLab y ChileMass. En la primera fueron elegidos como la *startup* “más invertible” de su generación, mientras que en la última fueron parte de un selecto grupo de 10 empresas que accedieron a mentores, asesores y redes en Boston, uno de los polos de innovación más importantes del mundo. “En Boston nuestra solución llamó la atención. EE.UU. y Europa son los mercados que más realizan estudios clínicos y si bien existen otras alternativas similares, nuestro diferenciador es el uso de IA y tener al médico de por medio, ya que esto permite tener una

Francisca Canales (CTO) y Matías Jiménez (CEO) lanzaron Nabu Health en 2023.



mejor difusión, más efectiva y más rápida”, dice Jiménez, también CEO de Nabu Health.

Modelo de negocio

A la fecha han crecido con recursos propios, aunque no descartan sumar más adelante inversionistas privados. Ya cuentan con una red de 80 médicos evaluadores y dos prestadores de salud, entre ellos el centro de investigación del cáncer Bradford Hill. Además, tienen una lista de espera de otros cuatro, públicos y privados, para sumarlos en el corto plazo.

El modelo de negocio es mediante una suscripción de pago mensual con los centros clínicos. No cobran ni pagan a los médicos de los centros de salud por derivar pacientes, como tampoco a ellos. Solo lo hacen al *staff* de especialistas de la plataforma que filtra y chequea la información.

Hoy se enfocan en ensayos oncológicos, pero sus fundadores dicen que la tecnología les permite abordar otras patologías.

En cuanto al crecimiento, señalan que el mercado natural de expansión es Argentina, que es uno de los países donde más estudios clínicos se realizan en la región, para luego ir a México y/o EE.UU.