

DIGITALIZACIÓN SECTOR SANITARIO

Estudio con profesionales sanitarios

IPSOS
Julio 2021



**PUNTO DE
PARTIDA**

1

METODOLOGÍA



MUESTRA

60 profesionales médicos de diferentes especialidades que llevan **entre 3 y 35 años ejerciendo** su profesión y dedican **al menos un 70%** de su tiempo a la **atención de pacientes**.



METODOLOGÍA

Entrevista **online** autoadministrada, de **15 minutos** de duración.



FECHAS DE CAMPO

Del **11** al **28** de **Junio de 2021**.

Después de más de un año de pandemia, de una fuerte inmersión y transformación digital del sector, **¿hasta qué punto de digitalización ha llegado el sector sanitario?**

Esta transformación que ha habido durante la pandemia, **¿se está manteniendo ahora que estamos volviendo a la presencialidad?**

¿Qué puede aportar la digitalización en el futuro próximo?

¿Es una digitalización real?

PRINCIPALES INSIGHTS

1

La digitalización no es del todo real: **OPORTUNIDAD DE INNOVAR EN LA RELACIÓN CON EL PROFESIONAL SANITARIO Y CON EL PACIENTE**

2

El modelo híbrido gana pero no cualquier modelo sino el que sepa potenciar de forma adecuada las interacciones con el profesional sanitario: **ACERTAR EN EL CÓMO Y EL CUÁNDO**

3

La digitalización del sector está todavía por conquistar: **SERÁ IMPORTANTE CONECTAR CON EL PROFESIONAL SANITARIO**

PARA ELLO ANALIZAREMOS

¿CÓMO HA EVOLUCIONADO LA DIGITALIZACIÓN?



**EN LA RELACIÓN CON LOS
PACIENTES**



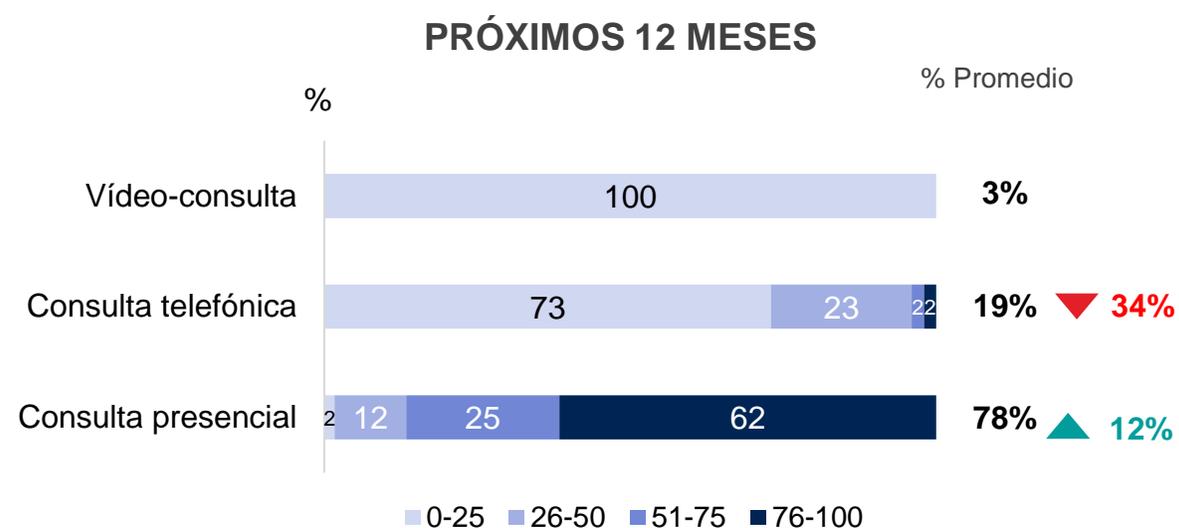
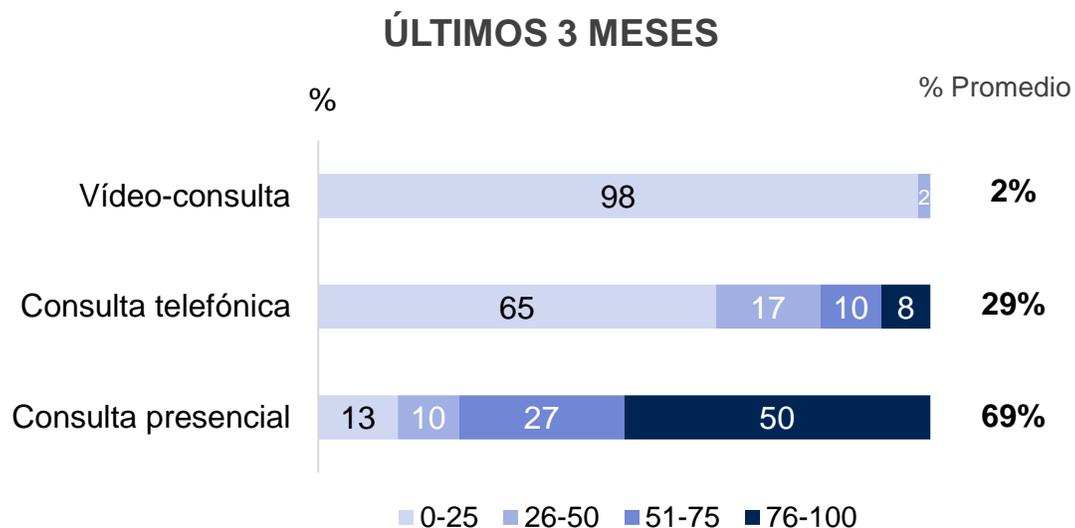
**EN LA RELACIÓN CON LA
INDUSTRIA**

**¿CÓMO HA
EVOLUCIONADO LA
DIGITALIZACIÓN EN
LA RELACIÓN CON
LOS PACIENTES?**

2

OPORTUNIDAD PARA SEGUIR AVANZANDO HACIA UNA TELEMEDICINA IDEAL

La ventaja de la consulta telefónica es la desaturación de la consulta presencial, de ahí que se mantenga a futuro



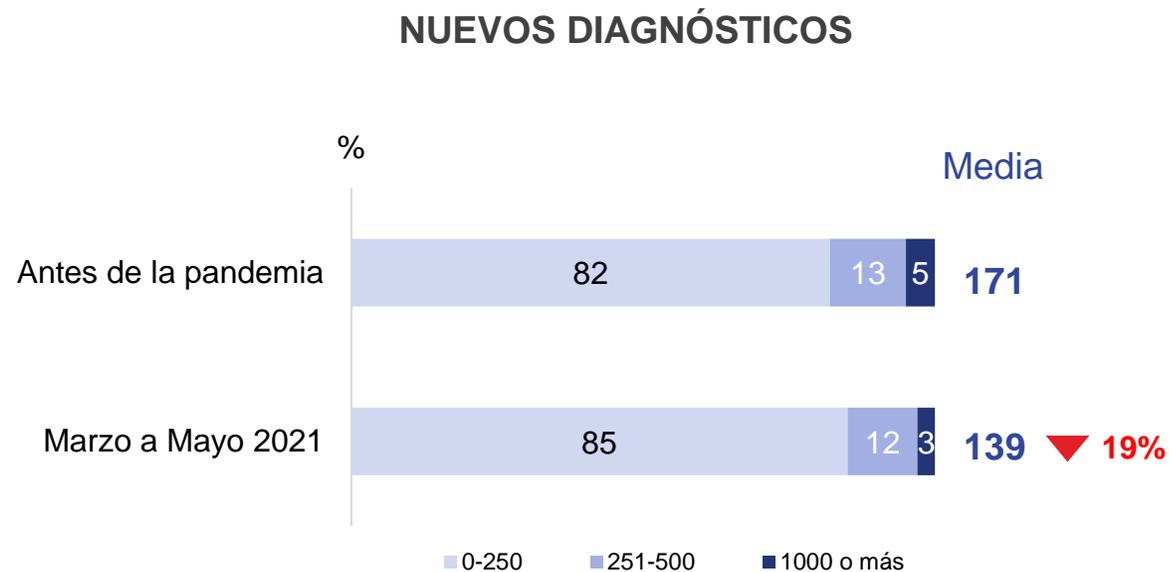
Q1. Pensando en los últimos 3 meses, ¿cómo reparte el volumen de consultas que ha mantenido con sus pacientes en función de si han sido...? / Q2. ¿Cómo estima que se repartirán estas consultas en los próximos 12 meses?

Base: Total especialistas (60)

*Base reducida < 30.

UNA TELEMEDICINA IDEAL OFRECERÍA UNA MEJOR ATENCIÓN

Se percibe un descenso de nuevos diagnósticos. Una telemedicina real y de calidad generaría una mejor atención médica a favor del paciente y del sistema sanitario.



NIVEL DE GRAVEDAD

Antes pandemia		Marzo – Mayo 2021
45%	Leves	38%
34%	Moderados	35%
21%	Grave	27%

Q3. Pensando en los pacientes que atendía normalmente en un trimestre típico antes de la pandemia y los que ha atendido en los meses de marzo, abril y mayo de 2021, ¿cómo ha variado el volumen de nuevos diagnósticos? / Q4. En términos porcentuales, ¿cómo ha variado el nivel de gravedad de estos nuevos diagnósticos entre un trimestre típico antes de la pandemia y los que ha atendido en los meses de marzo, abril y mayo de 2021?

Base: Total especialistas (60)

*Base reducida < 30.



Gran **oportunidad de innovar** a través de la telemedicina para un buen seguimiento y diagnóstico del paciente

**¿QUÉ HA VENIDO
A APORTAR LA
DIGITALIZACIÓN
EN LA RELACIÓN
CON LA
INDUSTRIA?**

3

EN BUSCA DEL EQUILIBRIO EN EL MODELO RELACIONAL

El formato virtual sigue siendo la forma de comunicación con la industria a día de hoy



62%

De las interacciones han sido en formato **VIRTUAL**



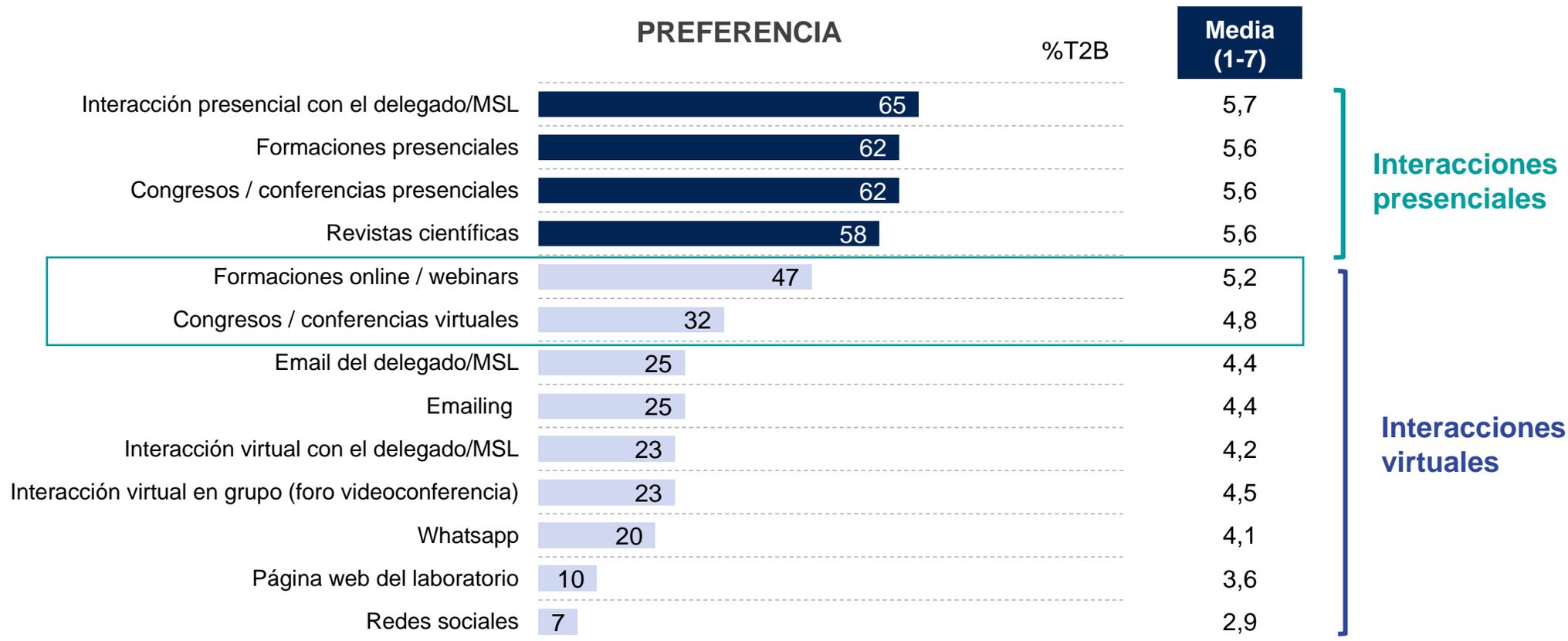
38%

De las interacciones han sido en formato **PRESENCIAL**

Q11. En las últimas 2 semanas, ¿qué porcentaje de interacciones con cada uno de estos laboratorios han sido presenciales y cuántas, virtuales?
Base: Han tenido contacto con el laboratorio.

DEMANDAN MAYOR PRESENCIALIDAD DE CALIDAD

Los webinars y congresos virtuales son los preferidos dentro de los formatos digitales



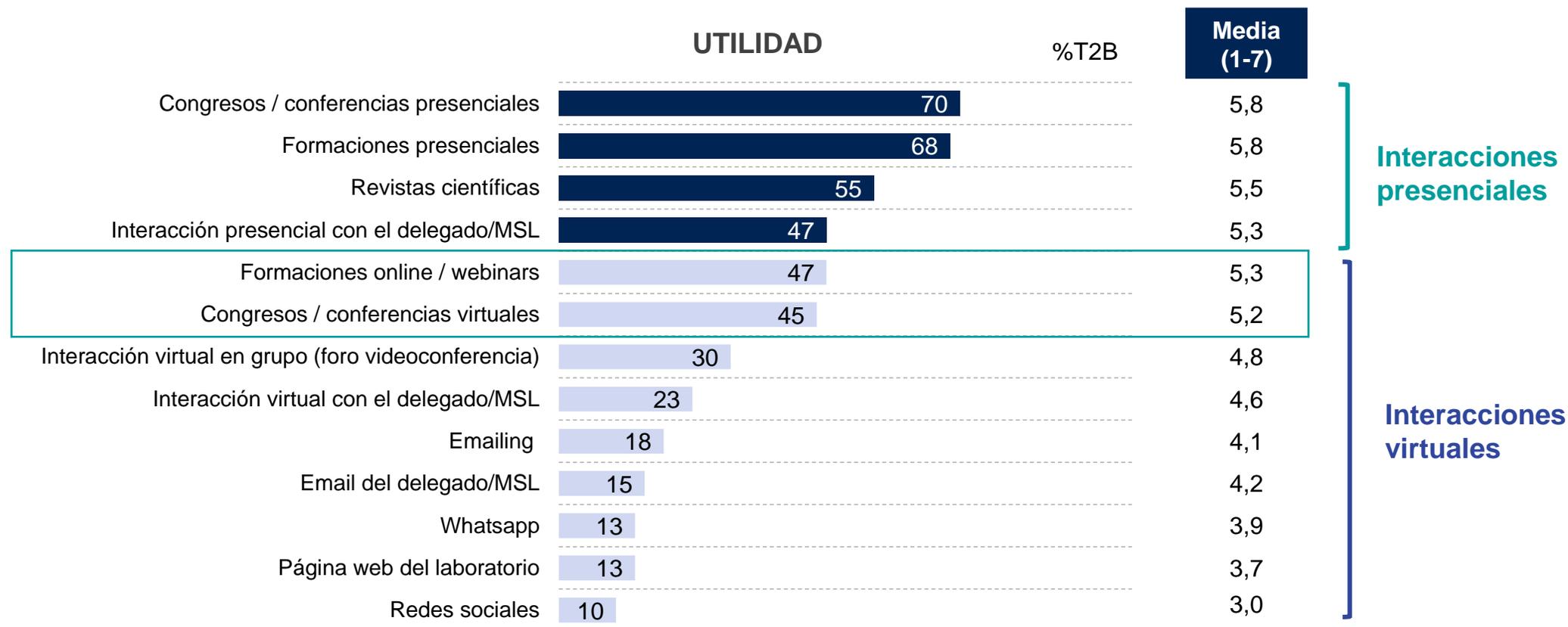
Q6. Indique su PREFERENCIA para cada uno de los siguientes canales de comunicación con la industria farmacéutica.

Base: Total especialistas (60)

*Base reducida < 30.

PRESENCIALIDAD QUE FACILITE EL NETWORKING Y LA SOCIALIZACIÓN

De nuevo, dentro de los formatos digitales, los webinars y los congresos virtuales son los más útiles porque ofrecen flexibilidad y comodidad



Q7. Indique la utilidad que tiene para usted cada uno de los siguientes canales de comunicación con la industria farmacéutica.

Base: Total especialistas (60)

*Base reducida < 30.

HOMOGENEIDAD EN EL MODELO RELACIONAL OFRECIDO POR LA INDUSTRIA

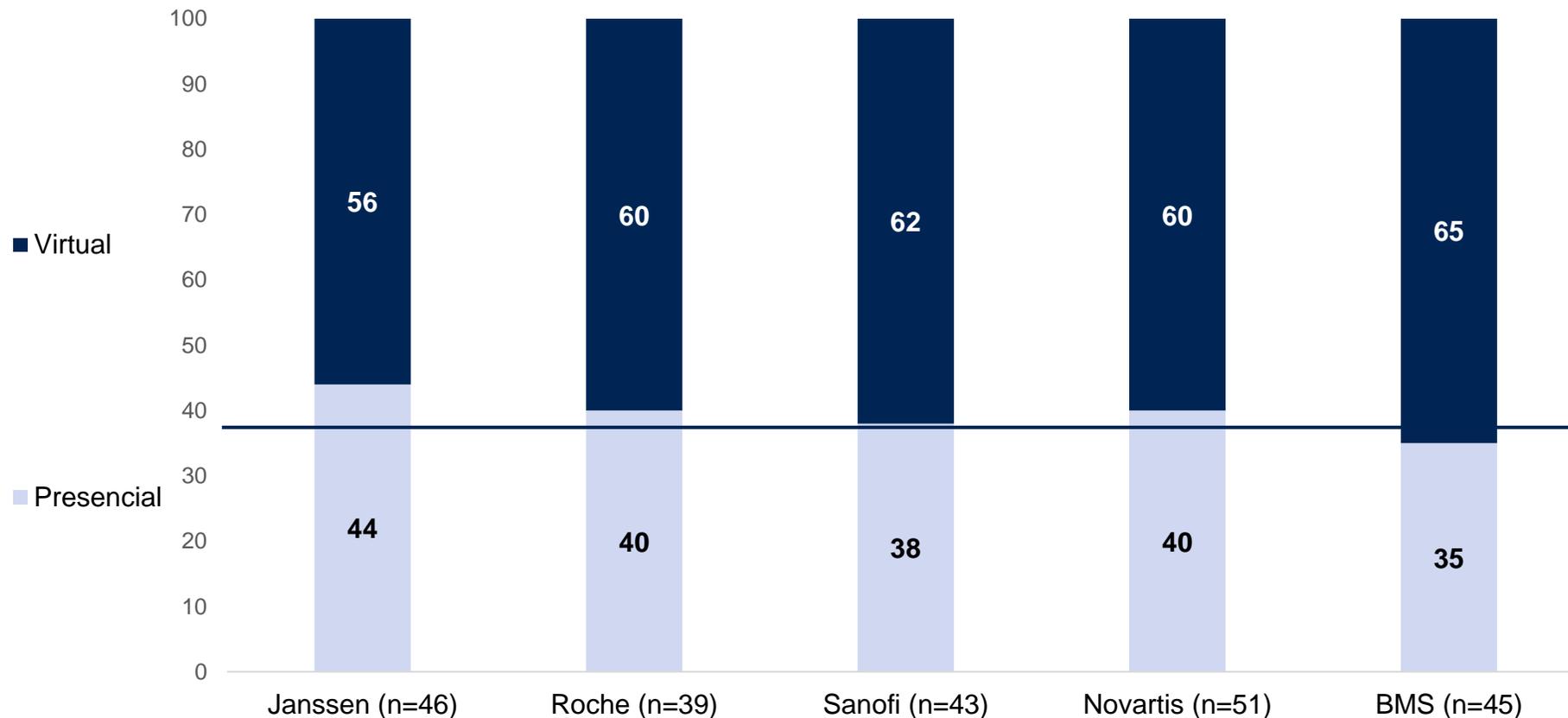
Janssen destaca por una mayor presencialidad

62%

Media Virtual

38%

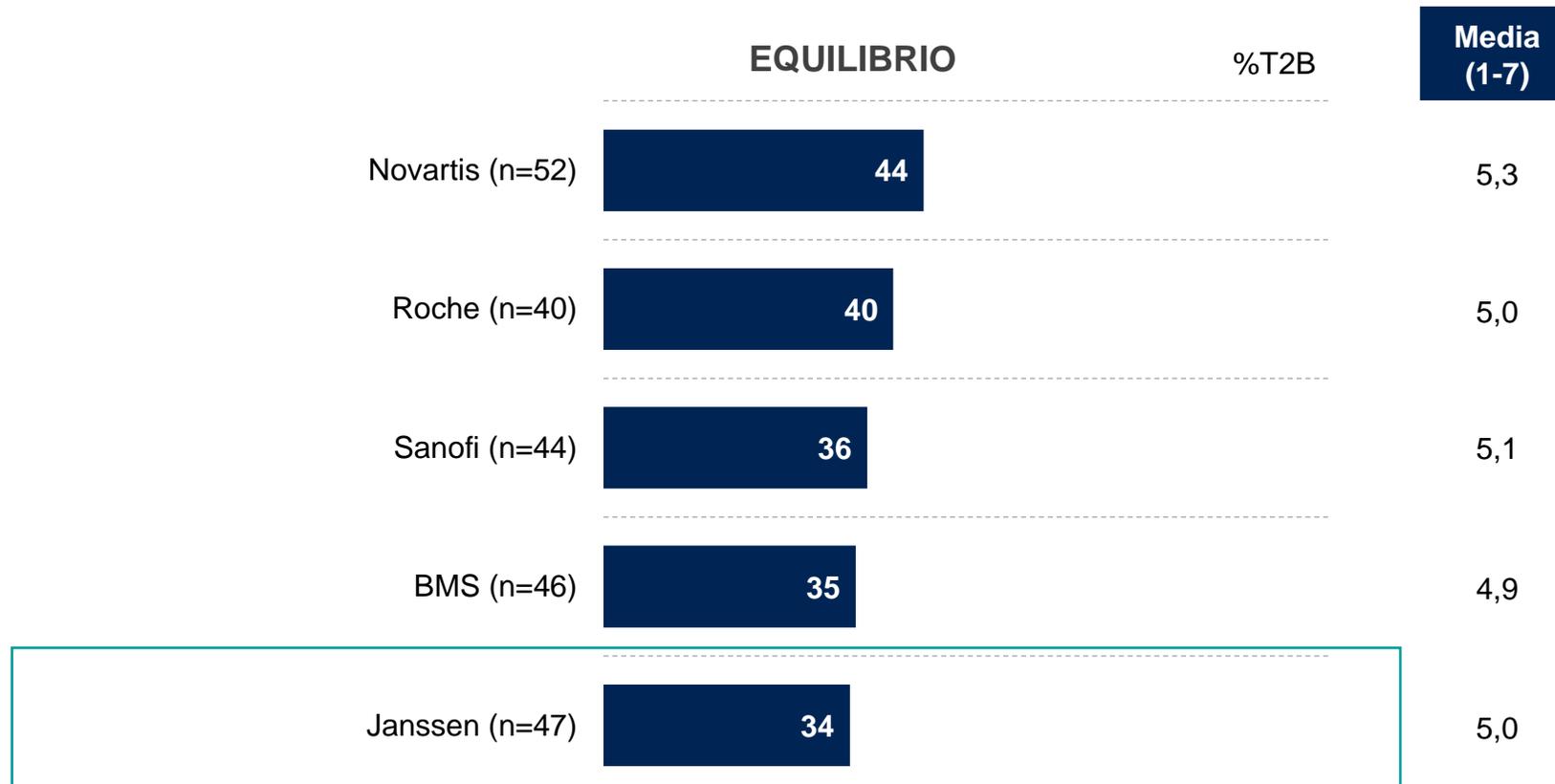
Media Presencial



Q11. En las últimas 2 semanas, ¿qué porcentaje de interacciones con cada uno de estos laboratorios han sido presenciales y cuántas, virtuales?
Base: Han tenido contacto con el laboratorio.

NO ES TANTO LA CANTIDAD SI NO LA CAPACIDAD DE IMPACTO

El reto está en encontrar el equilibrio del uso de ambos formatos, buscando los beneficios del online en el offline y viceversa, y que respondan a las necesidades y deseos del profesional



Q12. Valore el EQUILIBRIO entre interacciones presenciales y virtuales de cada uno de los laboratorios con los que ha tenido algún tipo de interacción en las últimas dos semanas.
Base: Han tenido contacto con el laboratorio.

¿ESTÁN BIEN ENFOCADAS LAS INTERACCIONES EN ESTE MODELO HÍBRIDO?

Todavía falta encontrar las claves de un buen impacto



55%

De los entrevistados consideran de **ALTA CALIDAD** las interacciones recibidas en las últimas 2 semanas



Q9. Valore el NIVEL DE CALIDAD DE LAS INTERACCIONES con cada uno de los laboratorios con los que ha tenido algún tipo de interacción en las últimas dos semanas.

Base: Han tenido contacto con el laboratorio.

*Base reducida < 30.

AMBIVALENCIA EN LA **SATISFACCIÓN** CON EL MODELO HÍBRIDO ACTUAL DE RELACIÓN CON LA INDUSTRIA

Todavía existe un debate sobre el nuevo modelo de relación post-pandemia



51%

De los entrevistados están **ALTAMENTE SATISFECHOS** con los laboratorios con los que ha tenido algún tipo de interacción en las últimas 2 semanas

Q8. Valore el NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL con cada uno de los laboratorios con los que ha tenido algún tipo de interacción en las últimas dos semanas.

Base: Han tenido contacto con el laboratorio.

*Base reducida < 30.



LA NUEVA RELACIÓN DIGITAL NO ESTÁ DESARROLLANDO TODO SU POTENCIAL

Se está replicando la relación offline a online



36%

De los entrevistados consideran **MUY INNOVADORAS** las interacciones recibidas en las últimas 2 semanas

Q10. Valore el NIVEL DE INNOVACIÓN DE LAS INTERACCIONES con cada uno de los laboratorios con los que ha tenido algún tipo de interacción en las últimas dos semanas.

Base: Han tenido contacto con el laboratorio.

*Base reducida < 30.





La pandemia ha puesto en **valor la presencialidad** de las interacciones con la industria, pero...

...la digitalización ofrece unos beneficios a los que no se quiere renunciar. Así, la **estrategia multicanal** se tiene que orientar pensando en las ventajas que cada formato ofrece.

MODELO HÍBRIDO CON LO MEJOR DE CADA UNO



Digitalización sí pero no a cualquier precio.

Es necesario desarrollar todo el potencial de los canales digitales y desarrollar una estrategia multicanal que conecte con las necesidades y deseos del profesional sanitario.

MOMENTO DE REFLEXIONAR POR QUÉ Y PARA QUÉ HAY QUE UTILIZAR CADA CANAL

**MUCHAS
GRACIAS**

