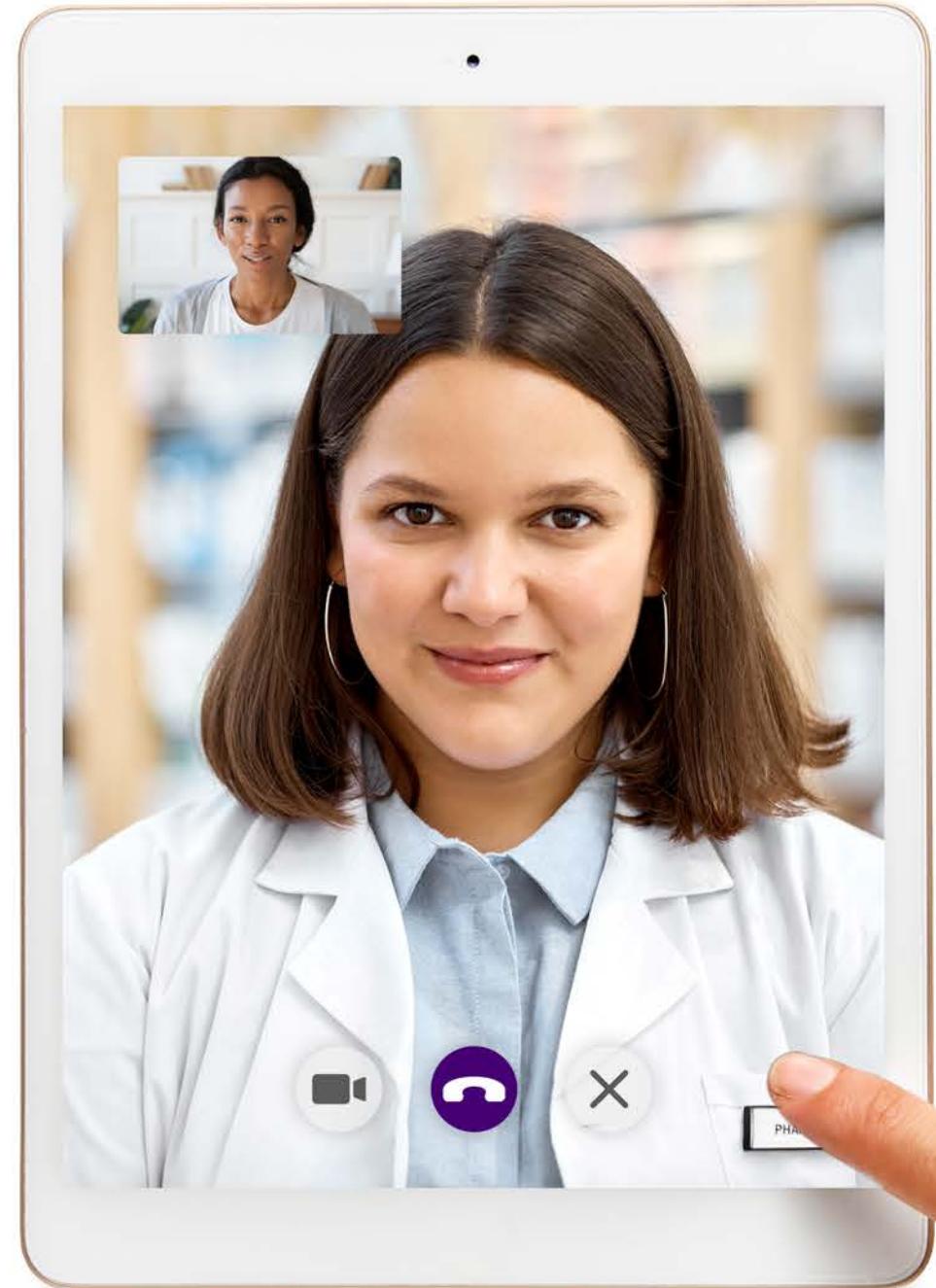




ENCUESTA DIGITAL CONSUMER 2020 DE ACCENTURE PARA ESPAÑA

Crecimiento sostenido de la sanidad digital



Resumen ejecutivo

La encuesta de salud digital de Accenture 2020 confirma que el interés por la sanidad digital es mayor en España que en muchos otros países analizados antes de la pandemia y que este se ha incrementado desde el brote de COVID-19. La tarea de mantener esta inercia tras la pandemia no recaerá solo en los pacientes, sino también en los médicos y profesionales sanitarios, que cuentan con un alto grado de credibilidad entre los pacientes. Los principales retos serán transmitir confianza en relación a la seguridad y privacidad de los datos, aumentar la eficacia y valor añadido de las herramientas y tecnologías digitales y gestionar adecuadamente la “brecha digital” en España.

Nuestro análisis se ha centrado en el comportamiento de los pacientes ante:



Sanidad virtual

Incluye los servicios y el soporte necesarios para el bienestar, diagnóstico y tratamiento, con independencia de dónde se encuentre el paciente. Profesional sanitario y paciente están en lugares diferentes y los servicios se realizan a través de vídeo, apps móviles, correo electrónico seguro, mensajes de texto/SMS o plataformas sociales en Internet.



Sanidad digital

Incluye el conjunto de herramientas y tecnologías tales como historias médicas electrónicas, soluciones móviles, wearables que miden señales de fitness, estilo de vida y constantes vitales, básculas inteligentes y chatbots.

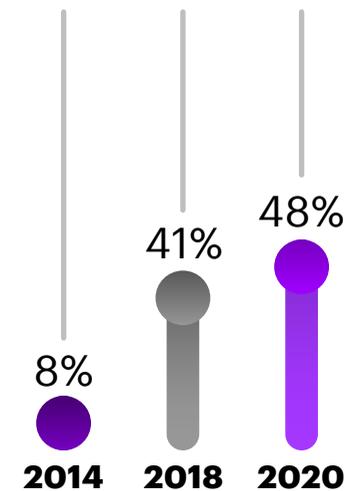
Una explosión de la sanidad virtual

Nuestro estudio indica que el 21% de los ciudadanos españoles ya había recibido asistencia virtual antes de la COVID-19 (muy por encima de la media a nivel global, que se sitúa en el 16%) y que más de dos tercios (68%) se mostraban dispuestos a recibir atención virtual de sus proveedores de servicios de salud tradicionales. Estos datos reflejan un creciente aumento del interés por la sanidad virtual. El uso de aplicaciones para gestionar su salud había pasado del 41% en 2018 al 48% a principios de 2020, mientras que el uso de dispositivos móviles aumentó del 23% al 27%.

Figura 1. A principios de 2020, casi la mitad de los españoles utilizaban alguna app para gestionar su salud

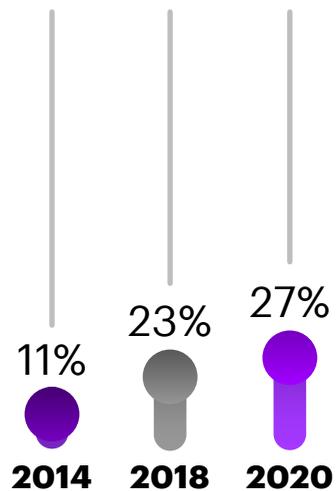
Aplicaciones para teléfono móvil/tablet

(por ejemplo, control de actividad personal/ dieta/fitness/pérdida de peso, etc.)



Dispositivos móviles

(por ejemplo, dispositivos médicos o de consumo para obtener información sobre la salud de una persona, estilo de vida y constantes vitales)



P: ¿Cuáles de las siguientes herramientas tecnológicas ha utilizado hasta ahora para gestionar su salud?

Datos de la encuesta del 2020 obtenidos el 11/12/2019, por lo que reflejan las actitudes de los consumidores antes de la pandemia de COVID-19.

La COVID-19 y el confinamiento han hecho que los consumidores españoles se acostumbren a la sanidad digital. Por ejemplo, en algunas CCAA el 70% de las consultas que antes se realizaban presencialmente fueron virtuales y se extendió el uso de la receta electrónica. Incluso se llegaron a ofrecer gratuitamente algunas consultas privadas a través de vídeo para hablar con los médicos. El incremento en el número de consultas de telemedicina se debió en parte a nuevas formas de colaboración, que permitieron la incorporación de soluciones de tecnología médica al modelo de prestación.



Dudas sobre la seguridad y privacidad de los datos

Pese a ello, los consumidores españoles mostraban serias dudas antes de la pandemia en relación con la seguridad y privacidad de sus datos sanitarios. De hecho, esas dudas eran el mayor obstáculo para la adopción de la sanidad digital para el 36% de los encuestados en España, que también se mostraban más proclives que los consumidores de otros países a citar problemas de privacidad como un motivo para no acudir a proveedores sanitarios no tradicionales (43% frente a una media global del 34%).

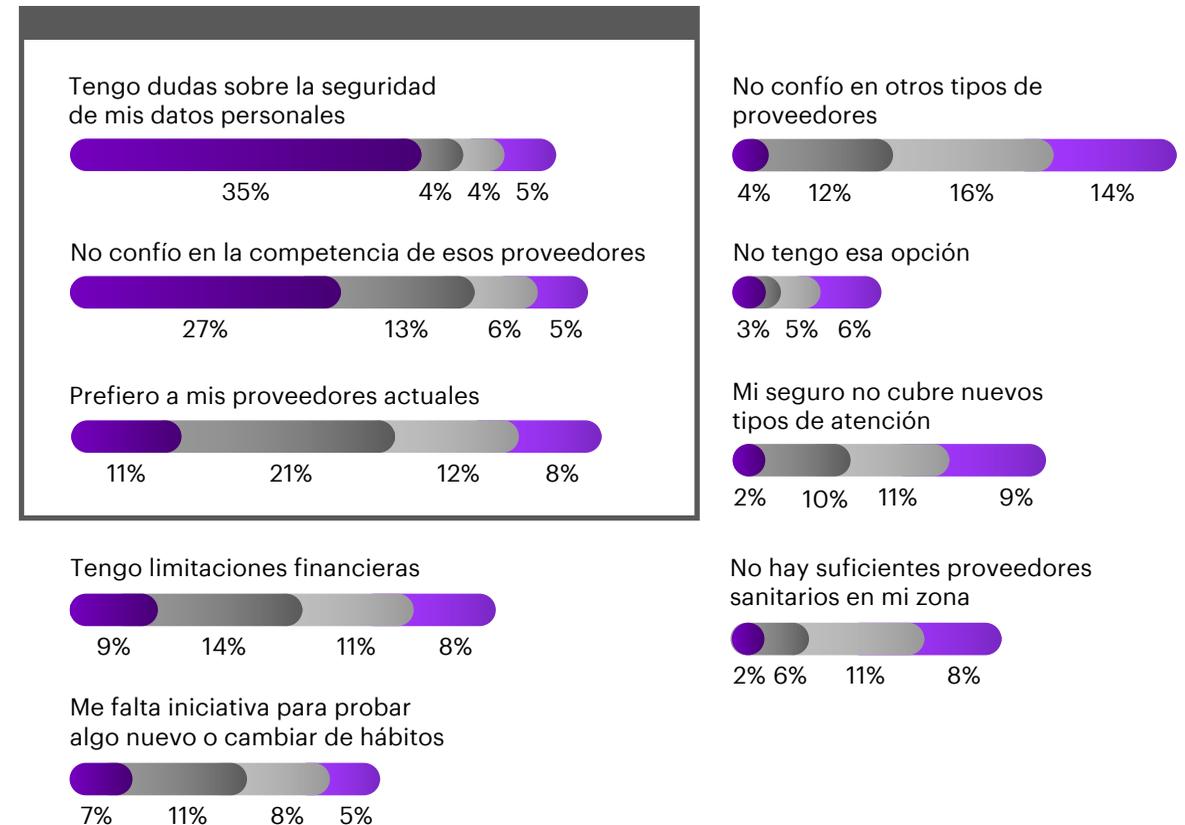
Por otra parte, y aunque los consumidores españoles están bastante más dispuestos que los de otros países a hablar con un chatbot, un ordenador o un sistema digital con fines médicos o sanitarios (61% frente al 49% de media global), poco más de la mitad (53%) cree que los proveedores médicos deban tener acceso a datos relevantes para la salud desde sus sistemas digitales. Es evidente que la pandemia hizo que muchos reticentes adoptaran la tecnología digital, pero las dudas sobre la privacidad persisten y algunos médicos y farmacéuticos piden que se preste más atención a la confidencialidad en las consultas virtuales.

Satisfacer las expectativas sobre la privacidad y seguridad de los datos será clave para impulsar la sanidad digital.

Figura 2. Las dudas en relación con la seguridad y privacidad de los datos frenan el crecimiento de otros proveedores...

● Rank 1 ● Rank 2 ● Rank 3 ● Rank 4

Hasta cuatro motivos; se excluye el 4,4% que contestó "Ninguno de los anteriores"



P: ¿Qué podría hacer que no acudiera a otros proveedores sanitarios que no son médicos?

Datos de la encuesta del 2020 obtenidos el 11/12/2019, por lo que reflejan las actitudes de los consumidores antes de la pandemia de COVID-19.

Figura 3. ...y chatbots

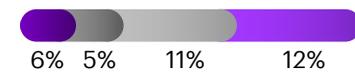
● Rank 1 ● Rank 2 ● Rank 3 ● Rank 4

El 4,5% del rango que respondió "Ninguno de los anteriores" están excluidos

Preocupaciones sobre la seguridad y privacidad de mis datos



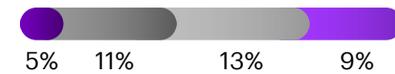
No he oído hablar de ninguno



No confío en la eficacia del servicio



Falta de acceso o asequibilidad de los dispositivos que necesito



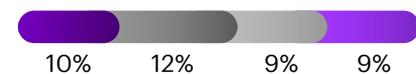
Prefiero a mis proveedores actuales



No sé por dónde empezar



No me interesa probar algo nuevo o cambiar de hábito



P: ¿Qué podría impedir el uso de chatbots, ordenadores o dispositivos digitales en su atención médica?

Datos de la encuesta del 2020 obtenidos el 11/12/2019, por lo que reflejan las actitudes de los consumidores antes de la pandemia de COVID-19.

Ambigüedades en torno a un nuevo sistema

Los consumidores españoles muestran ambigüedades similares con respecto a la sanidad digital. Como ocurre en casi todos los países incluidos en el estudio, en España hay una gran confianza en los proveedores tradicionales. Ante la pregunta de cuáles son las organizaciones o personas en las que más confían para mantener la seguridad de sus datos de salud, el 83% optó por los hospitales, el 78% por su médico y el 74% por su farmacia.

La confianza en las empresas de tecnología es mucho menor con solo un 51%, aunque sigue siendo algo más alta que la media global (42%) y hay indicios claros de un interés creciente antes de la COVID-19. Los encuestados en España que ya estaban familiarizados con algún tipo de sanidad virtual tienen una confianza mucho mayor en las empresas de tecnología (65% frente al 47% del resto). Sin embargo, los proveedores tradicionales (citados por el 63% de los consumidores españoles como las entidades con más probabilidades de convencerles para gestionar más activamente su propia salud) no se muestran demasiado entusiastas en recomendar la sanidad digital. Apenas el 9% de los encuestados declara que su médico le ha recomendado herramientas digitales (frente al 13% global).

Los profesionales de la sanidad tradicional serán muy importantes para impulsar la adopción de la sanidad digital en el futuro.

9%

de los encuestados declaró que su proveedor sanitario habitual le había recomendado herramientas digitales para gestionar su salud

63%

de los encuestados declaró que "profesionales sanitarios de confianza" podrían convencerle para participar más activamente en la gestión de su salud



Figura 4. La confianza en mantener la seguridad de la información sanitaria digital disminuye significativamente para las empresas tecnológicas y el gobierno

83%

Hospitales
a los que
acudo



78%

Mi médico
u otros
proveedores
sanitarios



74%

Mi farmacia



69%

Laboratorios
que realizan
mis análisis



66%

Mi compañía
de seguro
médico



77%

Servicios de
urgencias y
ambulatorios a
los que acudo



56%

Personal no
médico en la
consulta de
mi médico o
proveedor sanitario



58%

Gobierno



51%

Empresas
de tecnología



P: En general, ¿hasta qué punto confía en cada una de las siguientes organizaciones o personas para mantener la seguridad de su información sanitaria digital (historias médicas electrónicas y otra información)? (Respuestas “Mucho” y “Bastante”)

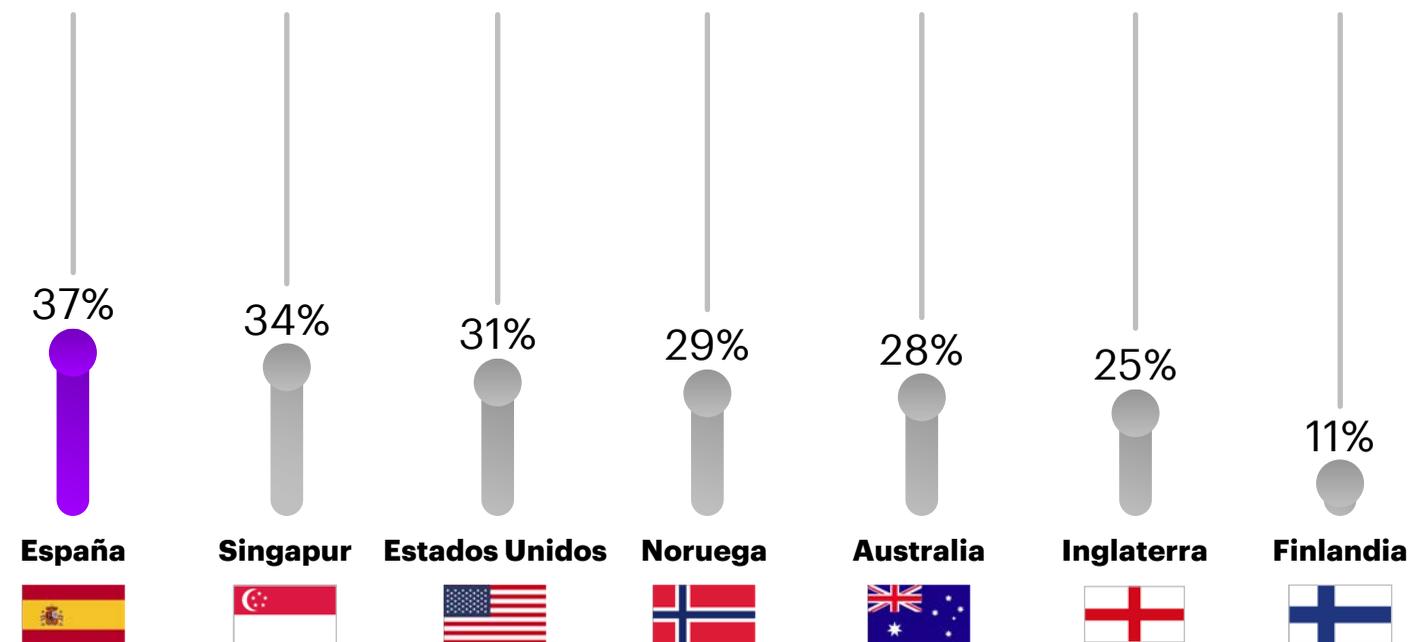
Datos de la encuesta del 2020 obtenidos el 11/12/2019, por lo que reflejan las actitudes de los consumidores antes de la pandemia de COVID-19.

La curva de madurez tecnológica

Parece claro que los consumidores de sanidad en España están entre los más dispuestos a aceptar las tecnologías digitales. Con un 51%, por ejemplo, la confianza en médicos apoyados por IA es muy similar a la de Noruega (52%) y los Estados Unidos (52%). El nivel de confianza en decisiones adoptadas solo por una máquina inteligente es bajo (37%), pero más alto que en cualquier otro país incluido en el estudio.

Figura 5. Niveles de confianza en el mundo: Decisiones tomadas exclusivamente por IA

Respuestas "Mucho" y "Bastante"



P: ¿Hasta qué punto confía en lo siguiente?

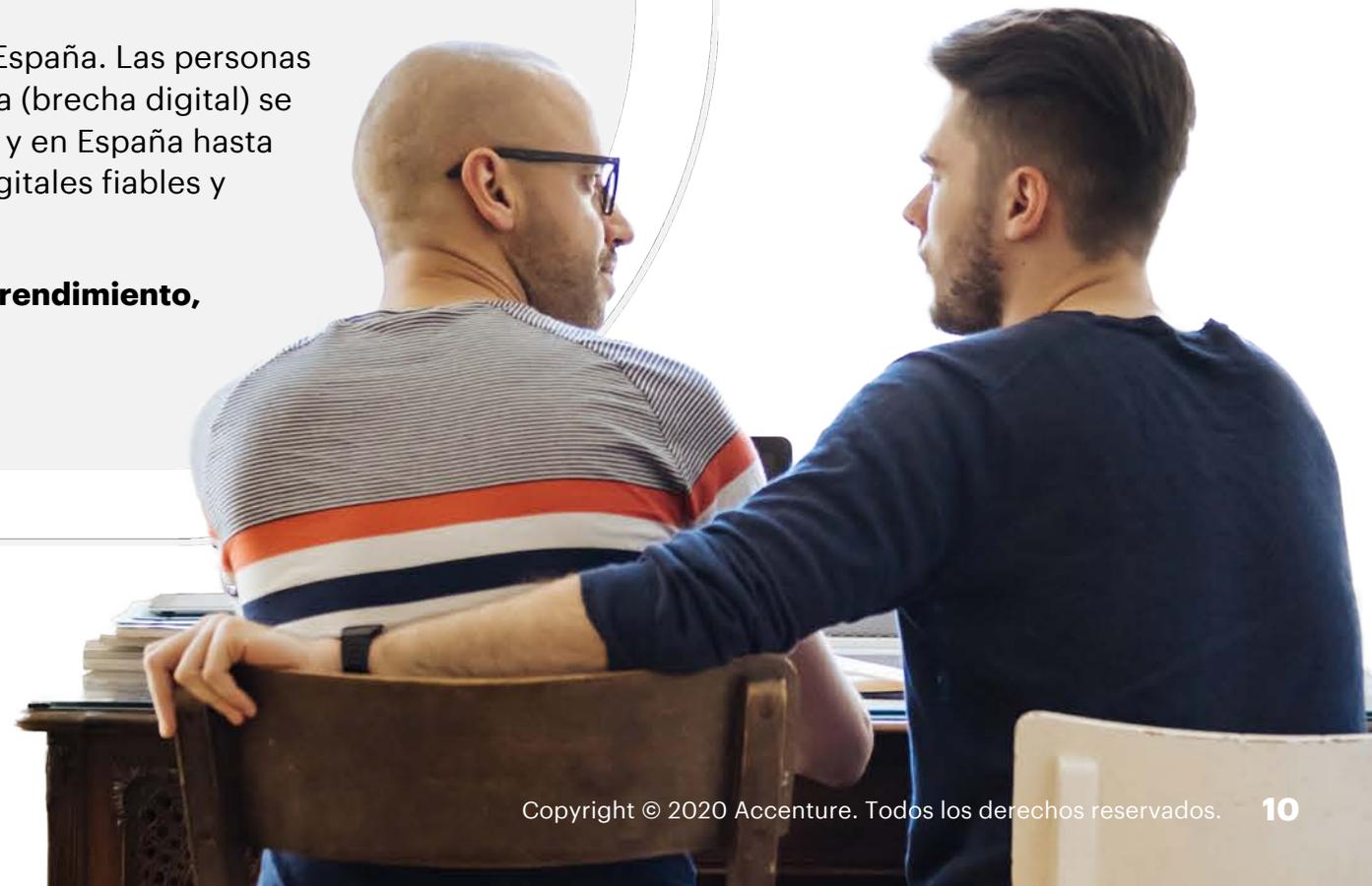
España n=1,000; Australia n=1,000; Inglaterra n=1,200; Finlandia n=800; Noruega n=800; Singapur n=900; Estados Unidos n=2,302

Datos de la encuesta del 2020 obtenidos el 11/12/2019, por lo que reflejan las actitudes de los consumidores antes de la pandemia de COVID-19.

A pesar de todo, la confianza de los consumidores en la eficacia de chatbots y otras herramientas digitales no era demasiado alta en España antes de la pandemia. Solo el 39% de los encuestados en España dijo que recomendaría por su eficacia los dispositivos y servicios digitales que había utilizado, frente al 64% que aseguró que recomendaría a sus médicos. En este punto, las personas con seguro privado están más satisfechas con sus experiencias digitales (51% frente a 33%). La mitad de los encuestados también reconoce que una mala experiencia digital le haría desconfiar del proveedor y el 45% indica que estaría más dispuesto a cambiar de proveedor en busca de mejores servicios digitales; esta tendencia es aún más acusada entre quienes tenían seguro privado y más experiencia digital (55% frente a 39%).

El acceso a servicios de sanidad digital presenta algunos inconvenientes en España. Las personas que no tienen acceso a ordenadores, smartphones o Internet de banda ancha (brecha digital) se encuentran en clara desventaja a la hora de usar servicios de sanidad virtual, y en España hasta una cuarta parte de los encuestados declaró que contar con herramientas digitales fiables y seguras le animaría a participar más activamente en la gestión de su salud.

Los consumidores necesitan mejores herramientas de salud digital de alto rendimiento, además de un acceso más sencillo a esas herramientas.



Los profesionales sanitarios como prescriptores de la sanidad digital

Es evidente que los consumidores españoles, aunque están muy predispuestos a adoptar la sanidad digital, aún siguen confiando mayoritariamente en la atención tradicional a través de su médico o profesional sanitario habitual. Además, antes de la pandemia, apenas uno de cada diez declaró que su médico le hubiera recomendado herramientas digitales. Pero la COVID-19 ha hecho que muchos médicos adopten la tecnología digital como complemento a su trabajo diario, y su labor como prescriptores digitales de confianza no ha hecho más que empezar.

Para conseguir que más profesionales sanitarios y pacientes entren en la era digital, las organizaciones sanitarias necesitan:

1

Desarrollar mejores soluciones de sanidad digital y diseñar servicios que importen. Las soluciones tienen que digitalizar procesos que sean relevantes tanto para las organizaciones sanitarias como para los pacientes. De este modo, los prestadores asistenciales podrán emplear los datos para mejorar la salud de las personas. El diseño centrado en las personas ayudará a desarrollar servicios con un conocimiento profundo de los deseos y necesidades de las personas; servicios que importen. Los proveedores deben crear y explorar conceptos junto con los pacientes para mejorar el diseño de servicios, y luego probar esos conceptos para comprobar su viabilidad desde el punto de vista asistencial y tecnológico.

2

Garantizar el uso de soluciones y plataformas certificadas. La privacidad y la seguridad de los datos deben ser la base del modelo. Las organizaciones sanitarias tienen que ganarse la confianza de los consumidores e incrementar esfuerzos en la protección de los datos de los pacientes. También deben garantizar la transparencia necesaria para que los consumidores entiendan cómo se obtienen sus datos y para qué se usan. El conocimiento por parte del paciente de la finalidad del uso de sus datos y de los mecanismos de protección empleados incrementará la confianza en la sanidad digital.

3

Recomendar la sanidad digital como primera opción (según la patología y las circunstancias personales del paciente). La clave está en la integración. No debe haber diferencias entre el mundo virtual y el mundo real. Los proveedores asistenciales deben ser conscientes del papel del médico en la generación de confianza entre los pacientes, para fomentar la sanidad digital, como ya han hecho para responder a la crisis generada por la COVID-19. La confianza de los pacientes en los proveedores tradicionales jugará a favor de los médicos para consolidar los recientes avances en sanidad virtual.

4

Fomentar el uso de dispositivos médicos remotos entre los pacientes. La experiencia debe ser totalmente digital, evitando problemas administrativos y haciendo que estos servicios se integren en la práctica clínica actual. A raíz de la pandemia, los proveedores se sienten cada vez más cómodos incorporando dispositivos médicos remoto al diagnóstico y tratamiento de los pacientes. Desde las organizaciones sanitarias se debe acometer un proceso de revisión de los datos obtenidos con estos dispositivos para analizar qué es lo que ha funcionado y ajustar los servicios digitales para su incorporación progresiva. Las soluciones de sanidad digital y virtual pueden formar parte de procesos, modelos de negocio y flujos de trabajo, permitiendo a las organizaciones sanitarias utilizar sistemas que permitan a los médicos dar cabida a los servicios digitales para posteriormente interpretar los datos obtenidos con esos servicios.

5

No olvidar la accesibilidad. Las organizaciones sanitarias deben tener en cuenta los factores culturales y sociodemográficos. Esto implica entender las grandes diferencias en poder adquisitivo, conocimientos médicos y competencia digital (así como acceso a banda ancha) y trabajar para reducirlas.

La sanidad virtual y la sanidad física tienen que colaborar para ofrecer servicios eficaces, fiables y de confianza. El nuevo sistema sanitario necesitará un servicio coordinado que ofrezca a los pacientes la experiencia más adecuada en cada momento y allí donde estén, y que inspire confianza, seguridad y respeto en todos los puntos de la experiencia del paciente.

Es evidente que los consumidores españoles están listos para la revolución de la sanidad digital. Ha llegado el momento de actuar.



Escribiendo...

Autores



Pablo Sánchez Cassinello

Managing Director – Sanidad y Sector Público Iberia

p.sanchez.cassinello@accenture.com



Pablo Sánchez Cassinello



Luisa Bautista Gómez

Health Industry Director en Accenture Iberia, Spain, Portugal & Israel

luisa.bautista.gomez@accenture.com



@LuisaBautistaG



Luisa Bautista Gómez

Más información:



@AccentureHealth

Gracias a nuestros colaboradores en la encuesta, Oxford Economics, especialmente los investigadores principales Edward Cone, Adrianna Gregory y Sundus Alfi.

Encuesta Digital Consumer 2020 de Accenture para España

Accenture encargó una encuesta de 7.804 consumidores mayores de 18 años en siete países para evaluar sus actitudes hacia la adopción de tecnología, la gestión del bienestar y su relación cambiante con los proveedores. Se trata de la más reciente de una serie de encuestas anuales sobre la tecnología sanitaria para conocer la opción de los consumidores, con un enfoque particular este año en las necesidades cambiantes de los consumidores y cómo se alinean con las tendencias que están redefiniendo los servicios proporcionados por los sistemas de salud. En la encuesta online participaron consumidores de siete países: Australia (1.000), Inglaterra (1.002), Finlandia (800), Noruega (800), Singapur (900), España (1.000) y Estados Unidos (2.302). Oxford Economics se encargó de realizar la encuesta para Accenture en noviembre y diciembre de 2019. En algunos casos, la encuesta utiliza resultados de la encuesta de consumidores de sanidad digital de Accenture 2019 y 2018, el Accenture 2017 Consumer Survey on Healthcare Cybersecurity and Digital Trust y el Accenture 2016 Patient Engagement Survey. Para proporcionar información sobre los cambios de comportamiento de los consumidores durante las crisis de COVID-19, Oxford Economics llevó a cabo investigaciones en abril y mayo de 2020, aprovechando los medios públicos y fuentes oficiales del gobierno. Se compararon las perspectivas con respecto a los resultados iniciales de la encuesta para comprender las posibilidades de adopción de la sanidad virtual forzadas temporalmente frente a las a largo plazo, así como los distintos factores y barreras.

Sobre Accenture Insight Driven Health

Insight Driven Health es la base para una atención sanitaria más eficaz, eficiente y económica. Esa es la razón por la que los proveedores sanitarios y los planes de salud más importantes a nivel mundial eligen a Accenture para una gran variedad de servicios médicos que les ofrecen nuevas formas de aplicar sus conocimientos, desde la administración hasta la consulta del médico. Nuestros profesionales combinan experiencia práctica, conocimientos médicos y sectoriales y avanzadas tecnologías para hacer realidad todas sus ideas y percepciones sobre la sanidad. Más información en: www.accenture.com/insightdrivenhealth

Sobre Accenture

Accenture es una compañía global líder en servicios profesionales que ofrece una amplia gama de servicios en estrategia y consultoría, marketing, tecnología y operaciones, con capacidades digitales integradas en todos esos servicios. Combina una amplia experiencia y capacidades especializadas en más de 40 sectores empresariales, impulsadas por la red de centros en tecnología avanzada y operaciones inteligentes más grande del mundo. Contamos con 506.000 profesionales que prestan servicios a clientes en más de 120 países. Accenture ofrece innovación continua para ayudar a sus clientes a mejorar su rendimiento y crear un valor duradero en sus negocios. www.accenture.es

Sobre Oxford Economics

Oxford Economics es líder en forecasting, análisis cuantitativo y liderazgo de pensamiento. Nuestra base mundial de clientes comprende más de 1.500 corporaciones internacionales, instituciones financieras, organizaciones gubernamentales y universidades. Con sede en Oxford, con oficinas en todo el mundo, empleamos a 400 trabajadores, incluyendo 250 economistas y analistas. Nuestros inmejorables modelos globales económicos e industriales y herramientas analíticas nos dan una capacidad inigualable para predecir las tendencias del mercado externo y evaluar su impacto económico, social y empresarial.

NOTA LEGAL: El presente documento se ha preparado exclusivamente con el objetivo de ofrecer información general y no tiene en cuenta las circunstancias específicas del lector; además, pudiera no reflejar los últimos acontecimientos que se hayan producido. En la medida permitida por la ley, Accenture renuncia a toda responsabilidad por la precisión e integridad de la información que contiene este documento, así como por cualquier acción u omisión basada en dicha información. Accenture no ofrece asesoramiento en materia jurídica, normativa, fiscal o de auditoría. Los lectores que deseen recibir esa clase de asesoramiento deberán recurrir a sus propios asesores jurídicos o a otros profesionales.

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados. Accenture, su logo y New Applied Now son marcas registradas de Accenture.