

+huli

Investigación:
Impacto COVID-19
sector médico

The background of the slide is a gradient of blue. On the left side, there are several stylized virus particles in shades of teal and blue. These particles are spherical with numerous small dots on their surface and several thin, pointed spikes extending from them. They are scattered across the left half of the slide, with some appearing larger and more detailed than others. The right half of the slide is a solid dark blue color, providing a high-contrast background for the white text.

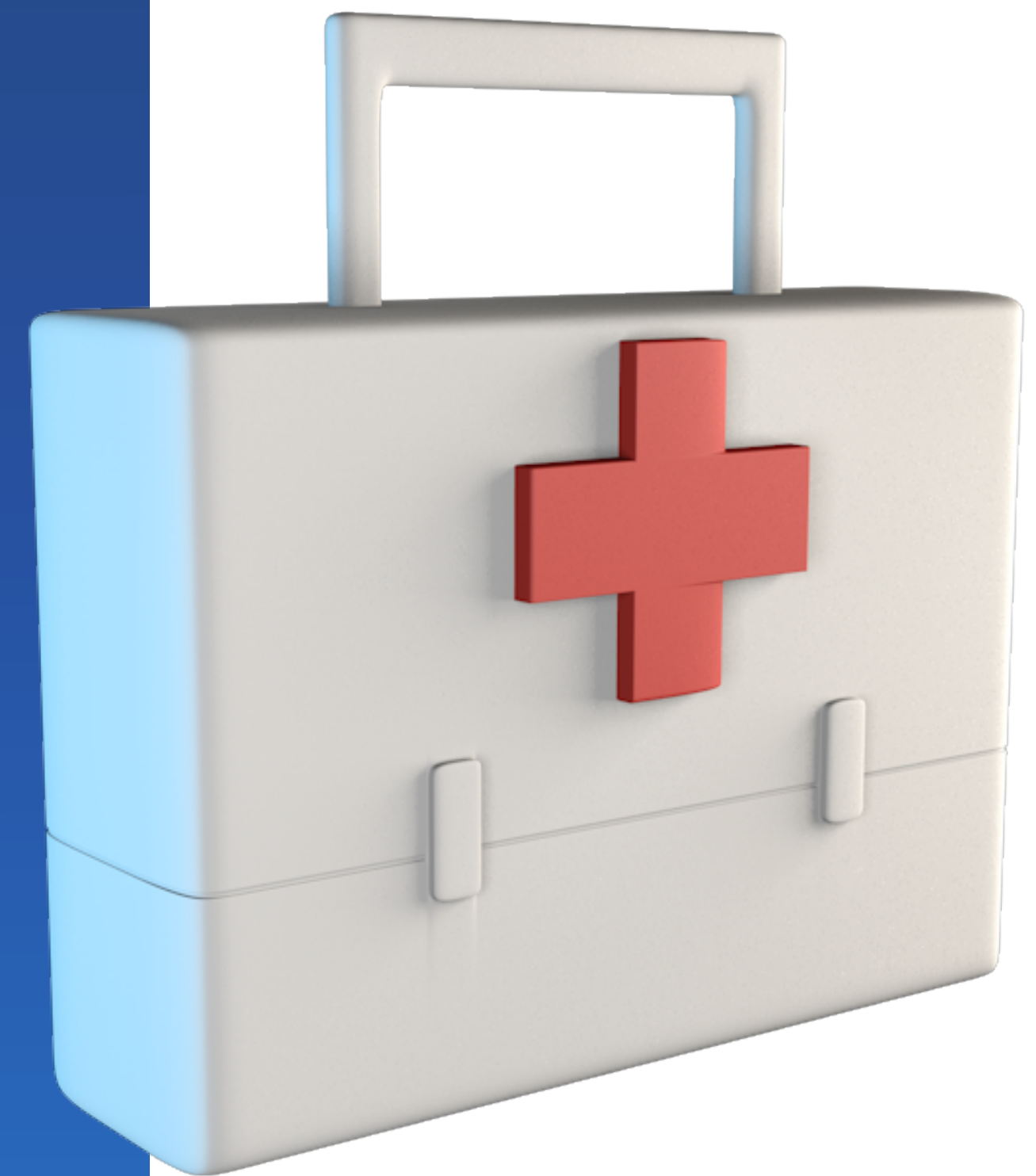
CONTEXTO

Esta investigación da a conocer el impacto del COVID-19 en los profesionales de la salud de Centroamérica y el Caribe.

Consultamos y analizamos la respuesta de más de 300 especialistas que brindan servicios de salud en el sector público, privado y mixto para entender los retos y necesidades que enfrentan durante la pandemia.

OBJETIVO

Esperamos que los resultados y conclusiones sean de guía para que el sector médico ajuste su estrategia de atención y comunicación con los pacientes y afronten el desafío de la nueva normalidad.



¿QUIÉNES FORMARON PARTE DE ESTA INVESTIGACIÓN?

Ubicación:

Centroamérica y el Caribe.

Años de experiencia: Tienen en su mayoría más de 10 años de experiencia.

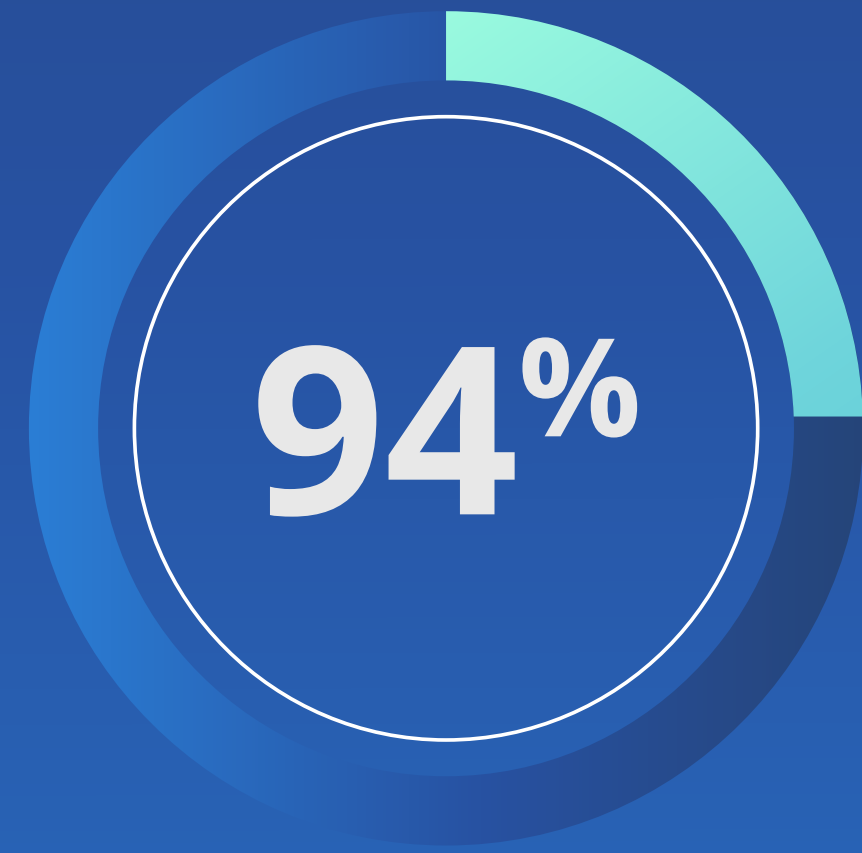


Especialidades: Se desempeñan en diversas especialidades: principalmente medicina general e interna, cardiología, pediatría y endocrinología.

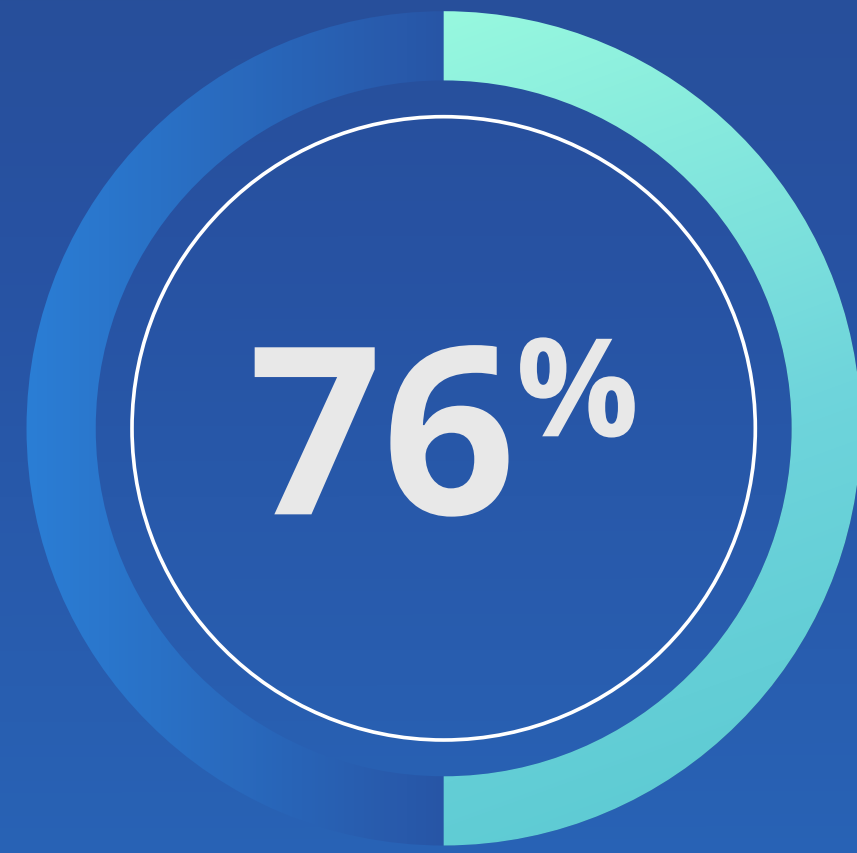
Consultorio: La mayoría tienen consultorio individual. 82% trabaja con asistente.

Organizaciones: 50% trabaja en el sector privado y la otra mitad se distribuye equitativamente entre el público y mixto.

PRINCIPALES DATOS



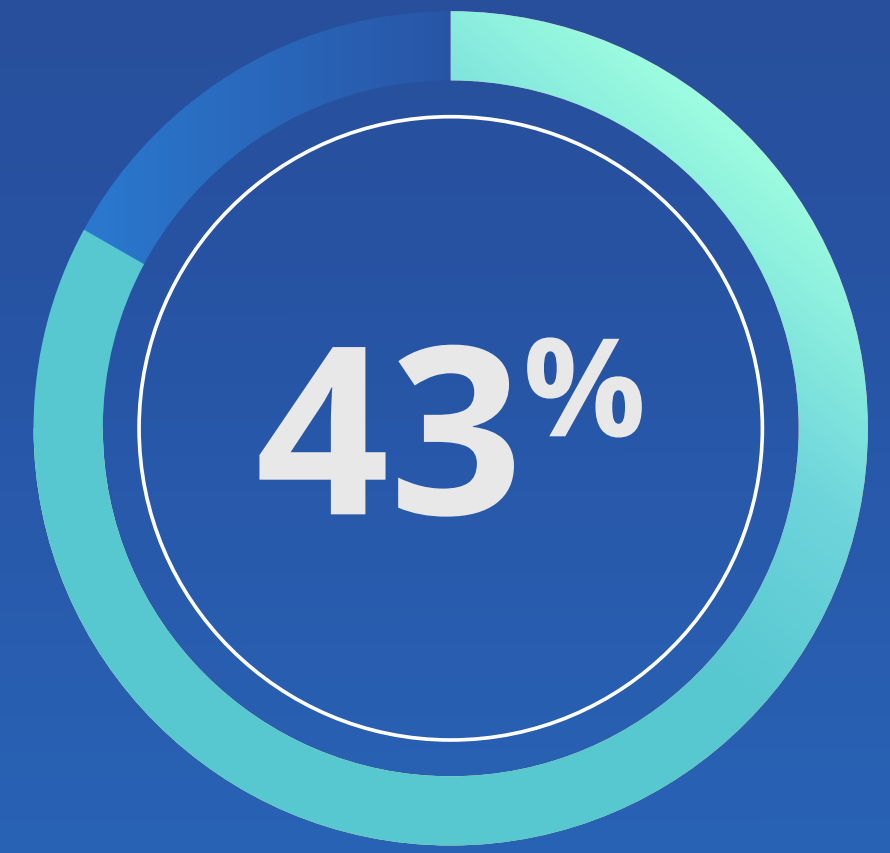
Mantiene la **atención de sus pacientes** durante esta pandemia.



Mantiene la **consulta presencial.**



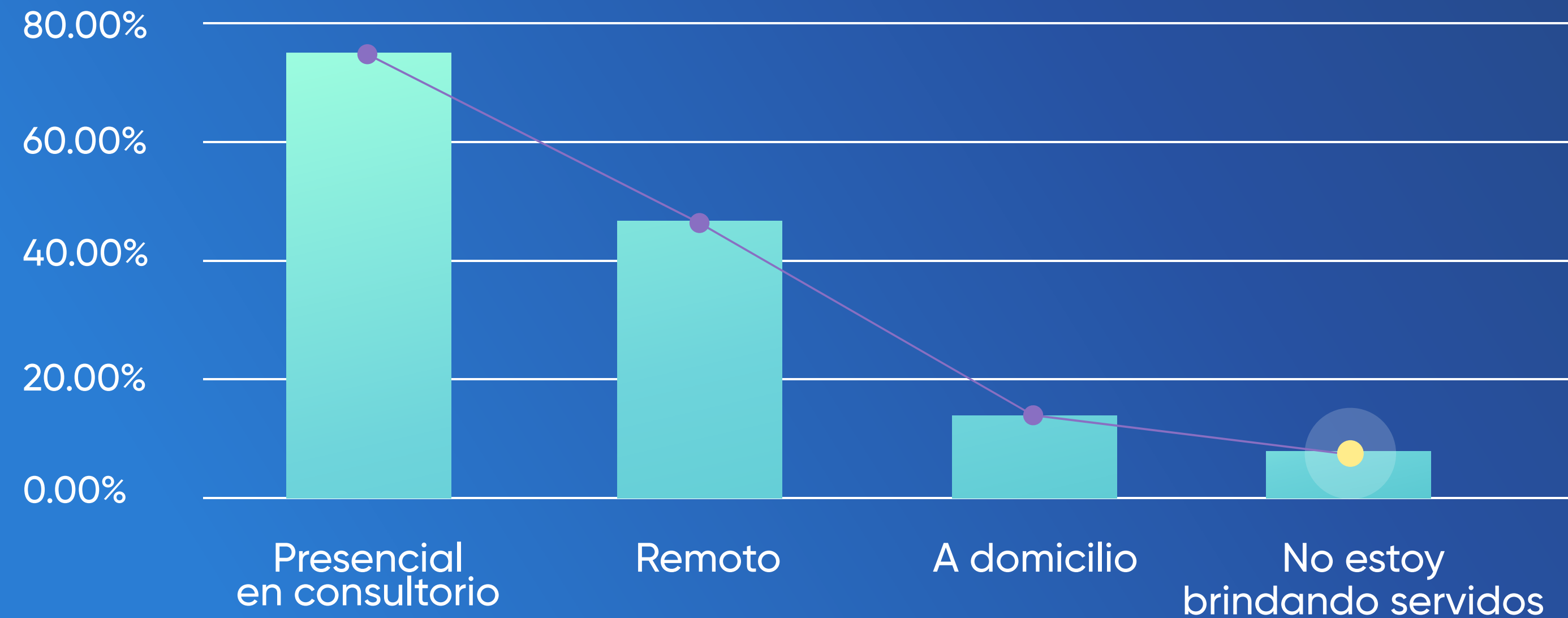
Les preocupa la **exposición al contagio.**



Tiene como principal necesidad **reinventar e innovar sus servicios.**

MODALIDAD

Se mantiene la consulta presencial como la favorita para atender a los pacientes, sin embargo el distanciamiento social permitió a los doctores utilizar tecnologías que les facilitaran la atención remota.



Principales preocupaciones



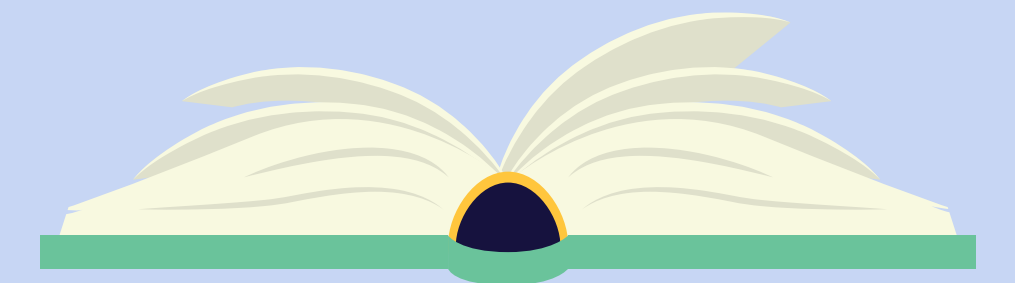
Exposición al contagio
50%



Bienestar de pacientes
29%



Estabilidad económica
12%



Crecimiento profesional
5%

Principales *necesidades*



Reinventar e innovar
mis servicios

43%



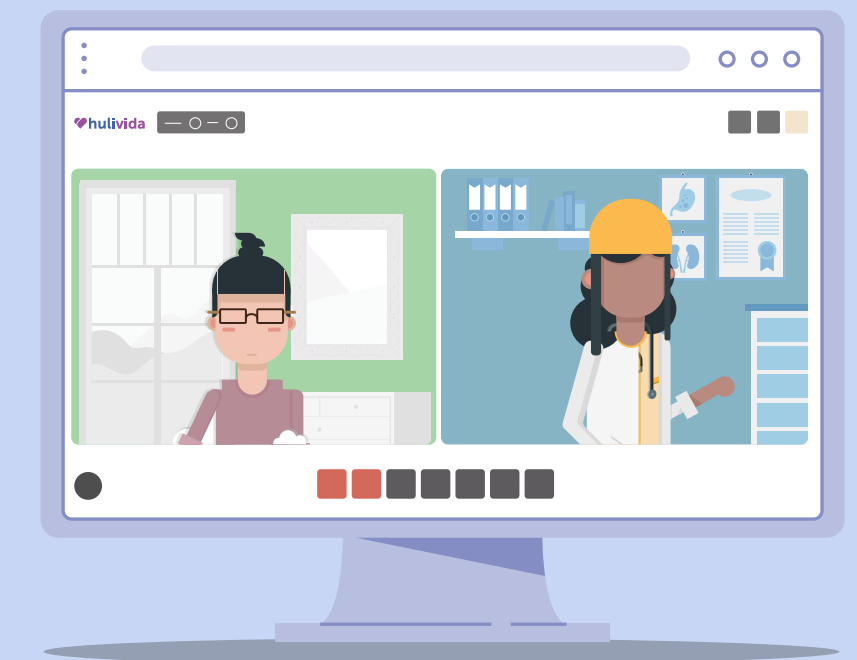
Mantener la relación
con mis pacientes

41%



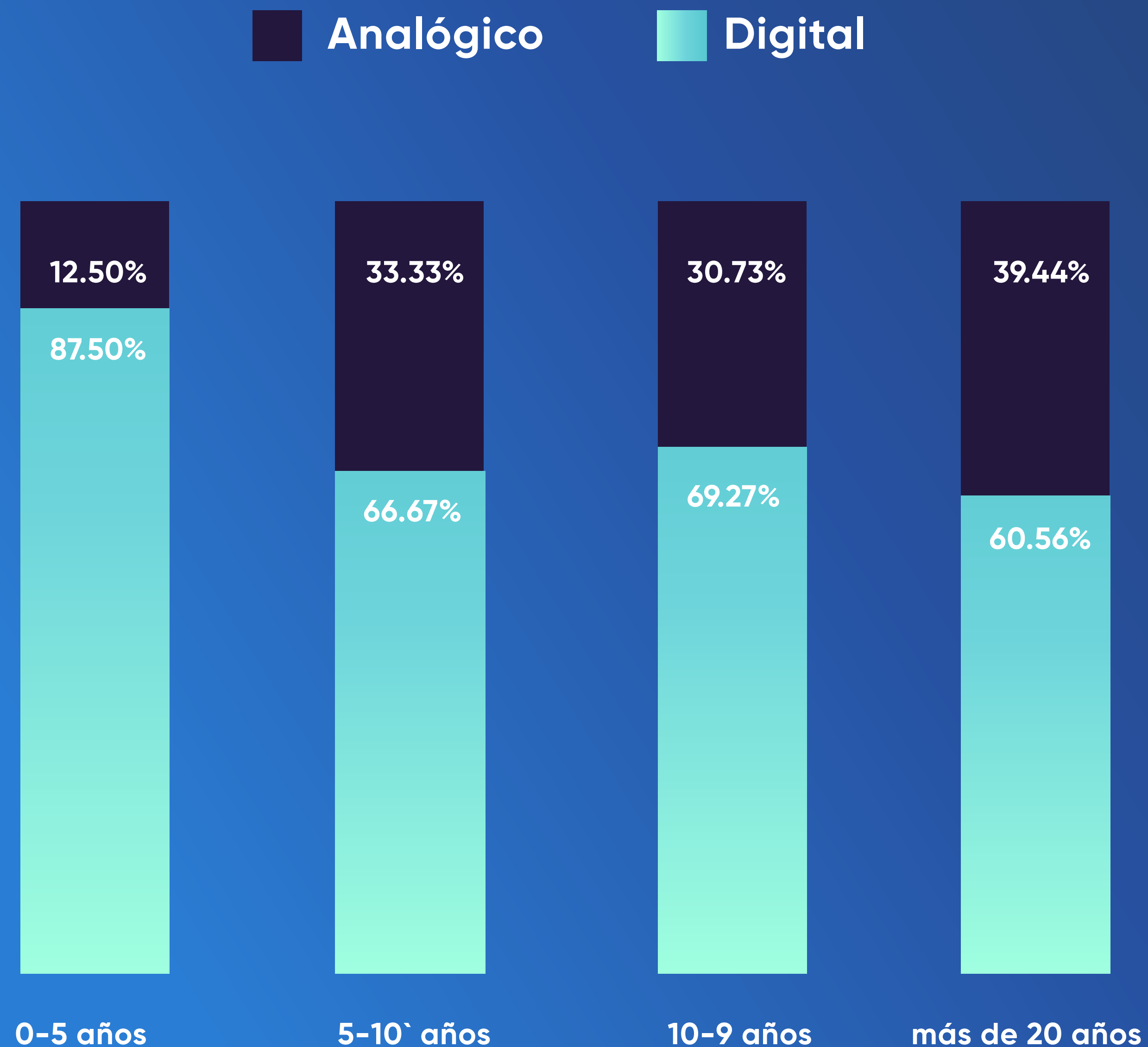
Aumentar ingresos o
reducir gastos

9%



Brindar servicios remotos

2%



¿QUÉ TAN DIGITALES SON LOS PROFESIONALES DE LA SALUD?

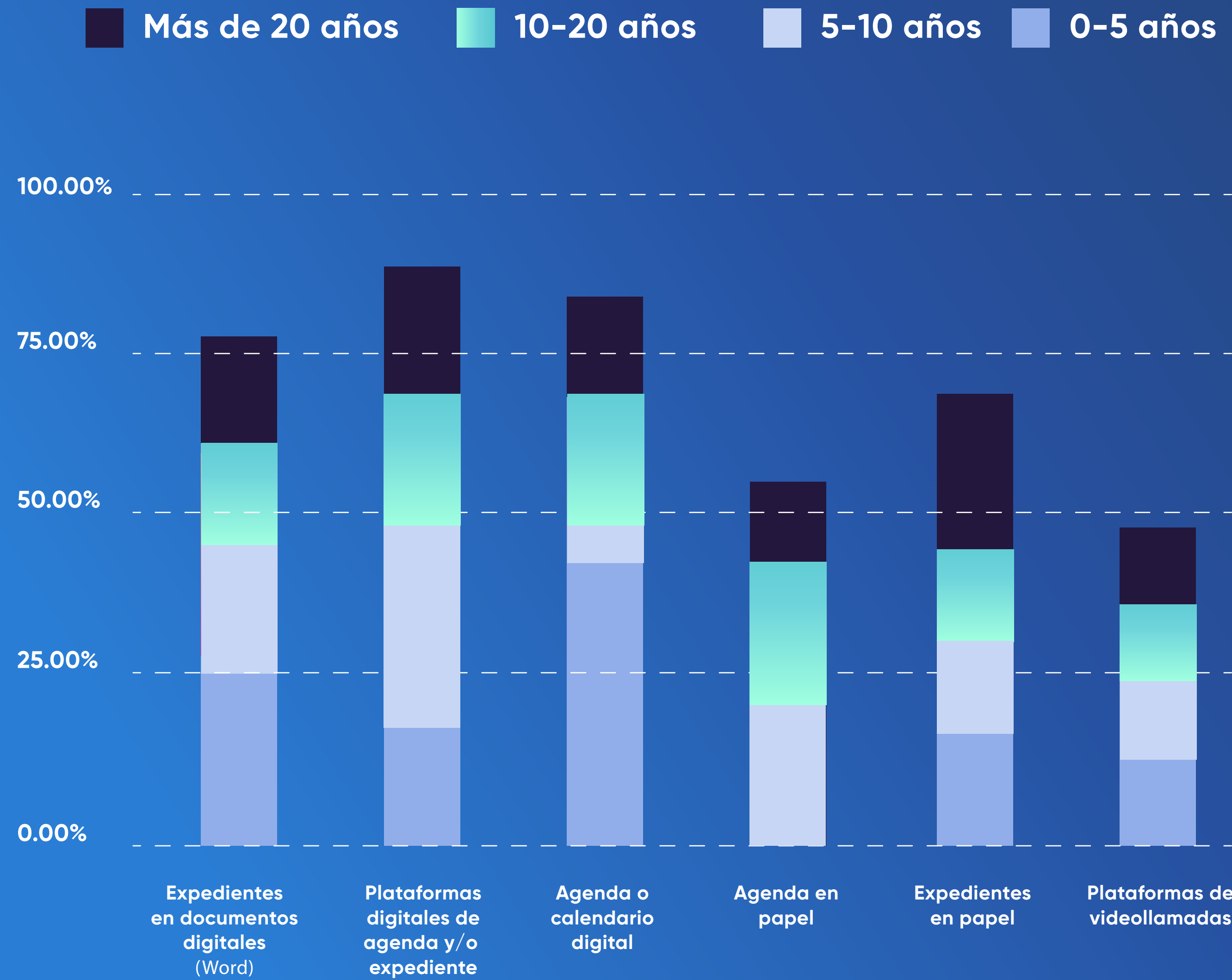
Analizamos el nivel de digitalización según el año de experiencia y **no se registra amplias brechas** en los grupos analizados.

Los profesionales de la salud con 0 a 5 años de experiencia es el **único grupo totalmente digitalizado**, y responde a que en su mayoría son **generaciones nativas digitales**.

HERRAMIENTAS QUE UTILIZAN A DIARIO EN CONSULTORIO

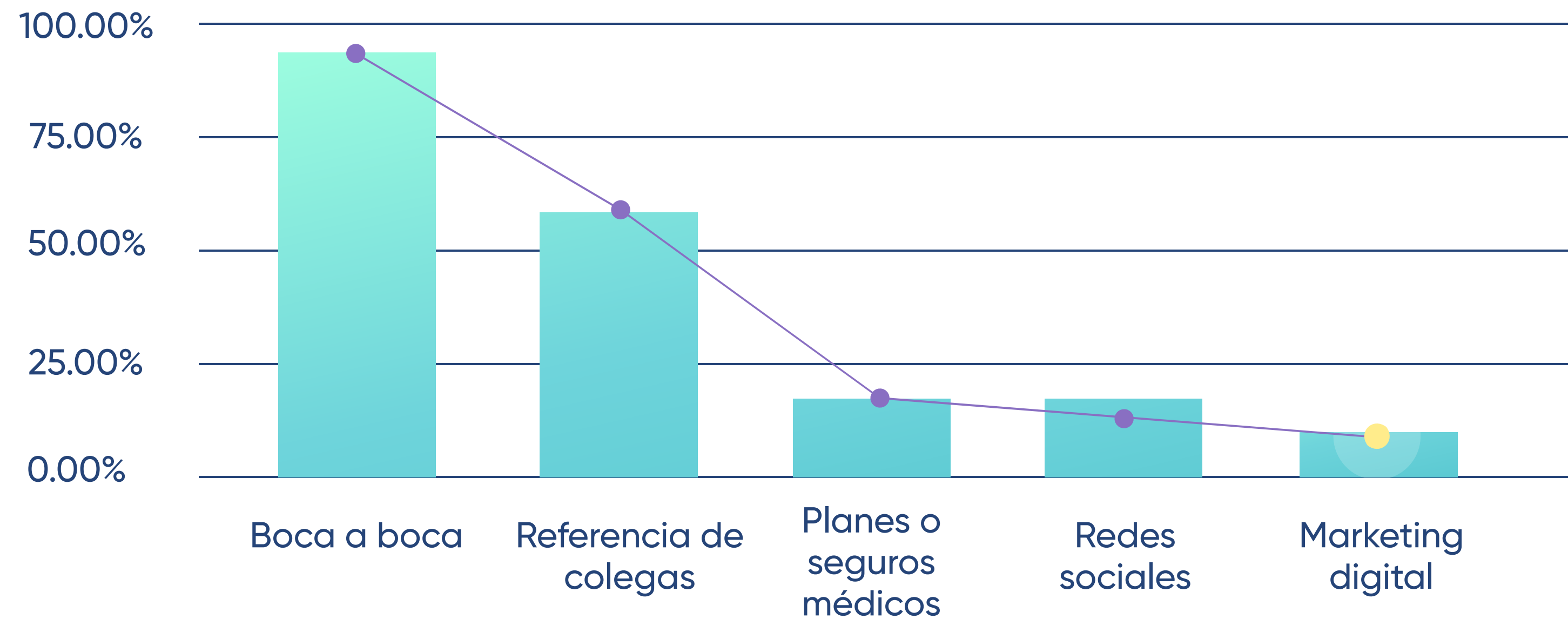
Los profesionales de la salud están en su mayoría, **adoptando el uso de herramientas digitales:** Agenda y Expediente Electrónico, y plataformas de videollamada.

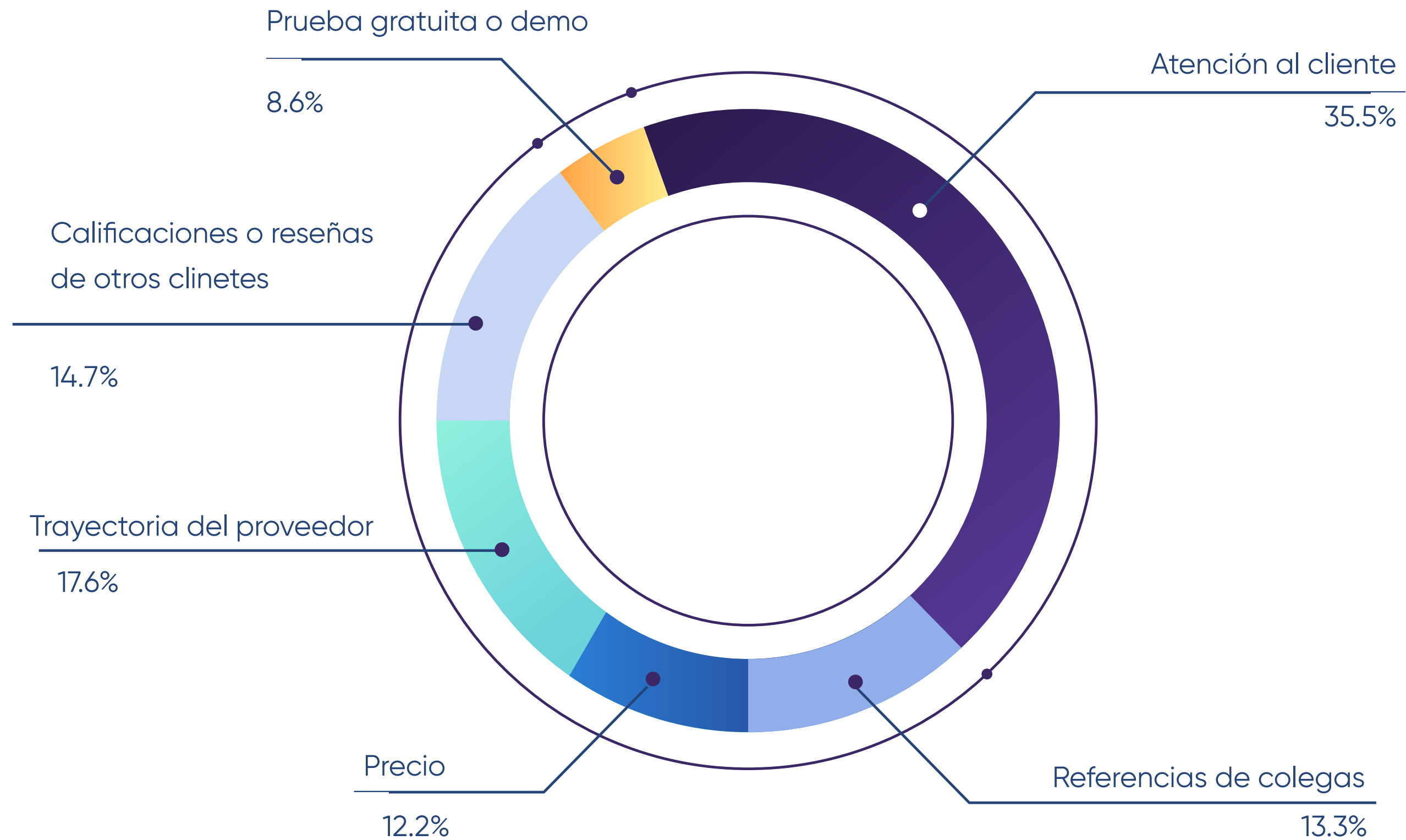
Sin embargo un grupo importante mantiene el uso de **Agenda y Expediente en papel**, especialmente en el grupo de más de 20 años de experiencia.



¿CUÁL ES EL MEDIO MÁS UTILIZADO DE CAPTACIÓN DE PACIENTES?

Las redes sociales y el marketing digital no son los principales canales de captación de pacientes, lo que representa una oportunidad para aquellos profesionales de la salud que sí los utilicen para posicionar su marca personal y atraer nuevos clientes, ya que es un medio menos competitivo en este momento.





¿POR QUÉ ADQUIEREN LOS SERVICIOS?

La atención al servicio al cliente y la **trayectoria del proveedor** es clave para los profesionales de la salud de Centroamérica y el Caribe a la hora de tomar la decisión de adquirir un servicio.

CONCLUSIONES

- A través de todos los países de la región la consulta presencial es la modalidad más utilizada durante el COVID-19, sin embargo este momento presentó una oportunidad para una adopción importante de herramientas digitales que permitieran brindar seguimiento a la salud de los pacientes como medida para evitar el contagio.
- La adopción de videoconsultas ha crecido durante la pandemia, pero no es la principal modalidad de atención que utiliza el profesional de la salud. Las limitantes como la valoración y exploración física, la realización de exámenes médicos y el cambio de mentalidad y cultural paciente-profesional de la salud puede incidir a que el uso de plataformas de videollamada no sea más alto.
- La continuidad de los servicios médicos aún durante la pandemia permite que los profesionales de la salud estén tranquilos con su estabilidad financiera, pero que tengan una mayor preocupación en evitar el contagio y en el bienestar de sus pacientes.

CONCLUSIONES

- Las necesidades más latentes se centran en la reinversión e innovación de los servicios médicos y en lograr mantener la relación con los pacientes, por mucho más que la reducción de gastos. Lo que señala una motivación de ver la pandemia como una oportunidad de adaptación y de encontrar nuevas formas para continuar ejerciendo su práctica a pesar de las circunstancias.

- La alta digitalización del sector permite que la mayoría de los médicos utilicen en sus prácticas médicas herramientas digitales para optimizar y actualizar su práctica médica.
- Los profesionales de la salud que mantienen principalmente el uso de papel son los grupos con más de 20 años de experiencia. Por su parte, los que están iniciando su carrera profesional al ser nativos digitales presentan una mayor adopción a herramientas remotas para uso de su día a día en el consultorio.

CONCLUSIONES

- La consulta a domicilio no fue tan utilizada como respuesta ante el COVID-19, el desplazamiento que esto conlleva, las restricciones y el temor de contagio inciden en que esta modalidad no sea la más utilizada en este momento.
- Los pacientes confían más en el boca a boca o referencias de otros médicos para escoger a sus proveedores de salud.
- Aunque las referencias digitales mediante redes sociales o mercadeo digital no sea el principal canal de atracción de pacientes, es una oportunidad para el sector de convertir esos medios en un canal de comunicación con sus pacientes recurrentes, fidelizarlos y convertirse en un líder de opinión del gremio y su comunidad.



¿Cómo reinventar su práctica médica y evitar el contagio?

Conozca cómo obtener herramientas remotas

Más información sobre cómo optimizar su consultorio

¿QUIÉNES SOMOS?

Huli es una empresa de capital costarricense que fue fundada en 2012, que tiene como misión conectar a pacientes, médicos y hospitales de manera sencilla y eficiente a través de tecnología. Con este objetivo, ha creado varios productos que atienden las necesidades de profesionales de salud en toda la región. Hoy en día Huli ya opera en varios países de Latinoamérica, entre los más destacados México, Costa Rica y Panamá. Su equipo de ya más de 100 personas, da servicio a 8000 doctores, 500 centros médicos y ha impactado la vida de más de 3,000,000 de pacientes a la fecha.

Conózcenos e innove su consultorio