

# *El perfil y comportamiento del Paciente 3.0 mostrado en el caso de los sitios web de Doctoralia*

## **1. Introducción y objetivo del estudio**

### **1.1. DocPlanner**

Las plataformas de atención médica por Internet están ganando más popularidad con cada año que pasa. Un grupo originado en Polonia, DocPlanner, trabaja con sitios web en varias docenas de países de todo el mundo.

En 2016, DocPlanner compró la compañía española Doctoralia, que es líder en servicios médicos electrónicos en España, Brasil, México, Argentina y Chile. La fusión de estos dos jugadores poderosos convirtió a DocPlanner en una compañía global que ocupa el primer puesto en el acceso a servicios médicos.

DocPlanner ofrece soluciones innovadoras que reducen el tiempo de espera en la asistencia médica, eliminan la necesidad de hacer colas, permiten concertar citas con médicos (en este estudio los médicos incluirán médicos de cabecera, así como especialidades, incluidas las que no sean médicas), visitas por Internet, así como la posibilidad de formular preguntas a través del sitio web y la aplicación.

La confianza del paciente en la compañía está creciendo, como se refleja en el continuo incremento en el número de usuarios y clientes de las plataformas en muchos países diferentes. El número de usuarios únicos que visita DocPlanner al mes es de casi 20 millones, y hay más de 3 millones de médicos de más de 60 especialidades incluidos en sus sitios web. Mensualmente, se utiliza para concertar unas 300 000 consultas con distintos médicos.

### **1.2. Objetivo del estudio**

El éxito de DocPlanner se debería contemplar en el amplio contexto de los cambios observados en el sector del servicio de atención médica, así como la creación del concepto de "Paciente 3.0". Este estudio pretende mostrar su perfil y comportamiento – una persona que utiliza Internet constantemente, busca información de gran calidad sobre médicos y servicios médicos, concierta visitas médicas a través de plataformas por Internet y participa en debates sobre salud y tratamientos en Internet.

El objetivo de este estudio es encontrar respuestas para las siguientes preguntas:

- ¿Qué caracteriza a un usuario de sitios web de atención médica (por ejemplo: Paciente 3.0)?
- ¿Cuándo y cómo utilizan estos sitios web?
- ¿Qué tipo de médicos buscan y a cuáles de ellos visitan con mayor frecuencia?
- ¿Cómo contactan con un médico y qué tipo de información buscan?

El estudio se realizó en 2016 en base a una muestra de seis sitios web de diferentes países de la familia DocPlanner - Polonia, Turquía e Italia y tres de la marca Doctoralia - España, México y Brasil.

## Nombres de sitios web locales

|                |                   |               |                   |
|----------------|-------------------|---------------|-------------------|
| <b>Polonia</b> | ZnanyLekarz.pl    | <b>España</b> | Doctoralia.es     |
| <b>Turquía</b> | DoktorTakvimi.com | <b>México</b> | Doctoralia.com.mx |
| <b>Italia</b>  | MioDottore.it     | <b>Brasil</b> | Doctoralia.com.br |

### 1.3. Retos en el sector de servicios médicos electrónicos

Cada uno de los países donde se realizó el estudio tiene un sistema de atención médica diferente, las sociedades están en fases de digitalización diferentes y se caracterizan por estilos de vida, demografía y una estructura de ingresos distintas – los factores más importantes en el desarrollo de servicios médicos y servicios electrónicos.

En las seis sociedades mencionadas anteriormente la *incorporación de Internet*<sup>1</sup> está en su máximo nivel en España (71,6%), Polonia (62,8), Italia (58%) y Brasil (51,6%), mientras que en los otros casos no supera el 50%: Turquía (46,3%) y México (43,5%). Por lo tanto, los países con un nivel de digitalización más bajo son los de Latinoamérica, Oriente Medio y Turquía. También están las sociedades más jóvenes (altas tasas de natalidad y mortalidad, esperanza de vida corta y alto crecimiento demográfico), que muestran también unos bajos niveles educativos y altas tasas de desempleo.

Al comparar sistemas de atención médica, es conveniente utilizar datos como: el número de médicos por habitante, el número de camas de hospital por habitante, así como el porcentaje de PIB invertido en salud para los ciudadanos.

Los países que invierten más dinero de su PIB en atención médica son los que se encuentran en el sur de Europa:

- Italia (9,2%)
- España (9,0%)
- Brasil (8,3%)
- Polonia (6,4%)
- México (6,3%)
- Turquía (5,4%)

De igual modo, la proporción más alta de médicos por habitante se encuentra en los países del sur de Europa:

- España (4,9)
- Italia (3,8)
- Polonia (2,2)
- México (2,1)
- Brasil (1,9)
- Turquía (1,7)

El porcentaje más alto de camas por habitante se encuentra en los países de Europa:

- Polonia (6,5)
- Italia (3,4)
- España (3,1)
- Turquía (2,5)

---

<sup>1</sup> <https://www.statista.com/statistics/265149/internet-penetration-rate-by-region/>

- Brasil (2,3)
- México (1,5)

\*\*\*

El análisis de estos datos muestra que cada uno de los países analizados afronta diferentes problemas en el sector de la atención médica. Presentan diferentes estrategias para solucionar los problemas, circunstancia relacionada con las diferentes políticas de gobierno. En cada uno de estos países, el sector de atención médica por Internet se desarrolla más rápidamente cuando:

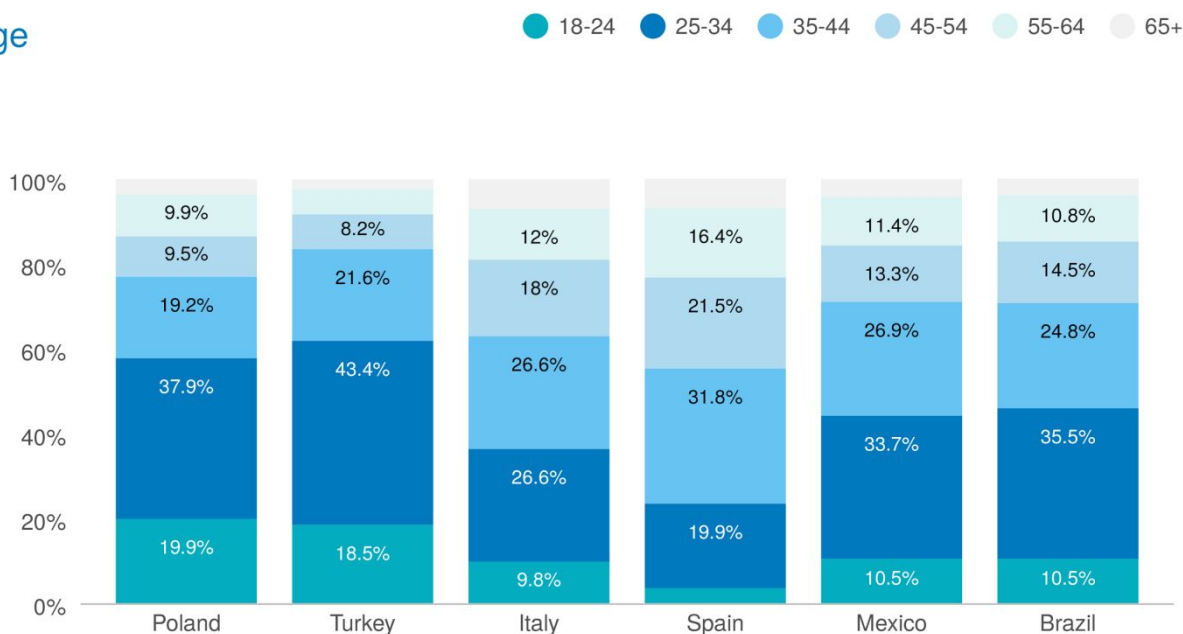
- 1) el "sistema de bienestar" es más débil,
- 2) los centros de atención médica pública están menos desarrollados,
- 3) hay en funcionamiento más clínicas privadas y consultas,
- 4) la sociedad realiza el proceso de digitalización más rápidamente.

## 2. El perfil del Paciente 3.0 – el usuario de DocPlanner

### 2.1. Edad

Más de la mitad de los usuarios de la plataforma de atención médica tiene entre 25 y 44 años. **El grupo más numeroso** (un tercio de los usuarios y más del 40% en Turquía) **tiene entre 25 y 34 años**, que es el que tiene más actividad laboral, se incorpora al mercado laboral, está tomando plena conciencia de los pros y los contras de los sistemas de atención sanitaria pública, tiene recursos económicos y no lleva bien tener que esperar las citas médicas. En España, como excepción, el grupo más numeroso tiene entre 35 y 44 años.

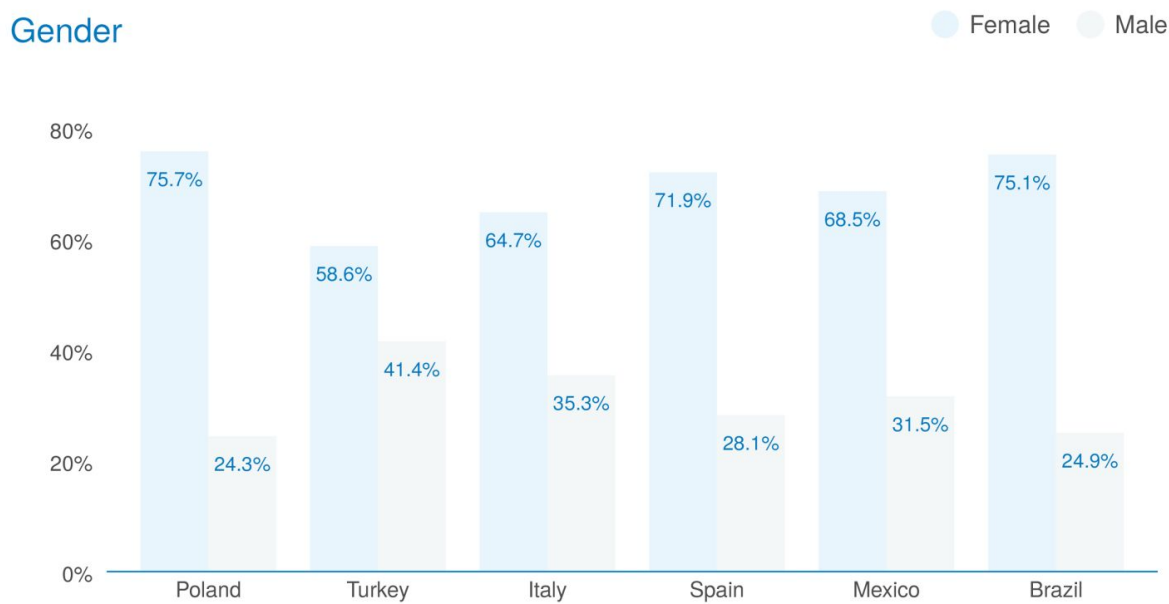
#### Age



Las personas mayores, especialmente los jubilados, constituyen una minoría entre los usuarios de plataformas mencionadas anteriormente, que se puede explicar por los conocimientos informáticos relativamente bajos, el uso esporádico de Internet, así como la costumbre de contactar de forma tradicional con los médicos en su clínica de salud local.

## 2.2. Género

En todos los países, nuestras plataformas son más populares en mujeres que en hombres. Como promedio, en todos los países, el 68% de los usuarios son mujeres, mientras que el 32% son hombres. Estos resultados se pueden explicar debido a que son las mujeres las que, estadísticamente deciden con más frecuencia buscar ayuda profesional respecto a su salud, así como a la salud de sus familias, conciertan citas con los médicos con mayor frecuencia, y van al médico en una fase más temprana de la enfermedad con mayor frecuencia que los hombres, lo cual aumenta automáticamente la posibilidad de curación.



## 2.3. Residencia

La mayoría de usuarios de DocPlanner reside en grandes zonas urbanas, los centros de la vida económica, con el acceso a Internet más rápido, los servicios de atención médica más avanzados y el mayor número de clínicas privadas. No tiene que ser necesariamente la capital, como se puede ver en Estambul y Sao Paulo.

### Ciudades con el mayor porcentaje de usuarios por país

| Polonia           | Turquía           | Italia          | España             | México                    | Brasil                  |
|-------------------|-------------------|-----------------|--------------------|---------------------------|-------------------------|
| 29,4%<br>Varsovia | 30,1%<br>Estambul | 29,7%<br>Roma   | 17,8%<br>Madrid    | 20,6%<br>Ciudad de México | 13,3%<br>Sao Paulo      |
| 8,3%<br>Cracovia  | 17,6%<br>Ankara   | 16,3%<br>Milán  | 12,9%<br>Barcelona | 5,1%<br>Monterrey         | 11,4%<br>Rio de Janeiro |
| 7,1%<br>Wroclaw   | 9,9%<br>Izmir     | 6,3%<br>Nápoles | 4,9%<br>Valencia   | 4,0%<br>Guadalajara       | 5,8%<br>Belo Horizonte  |

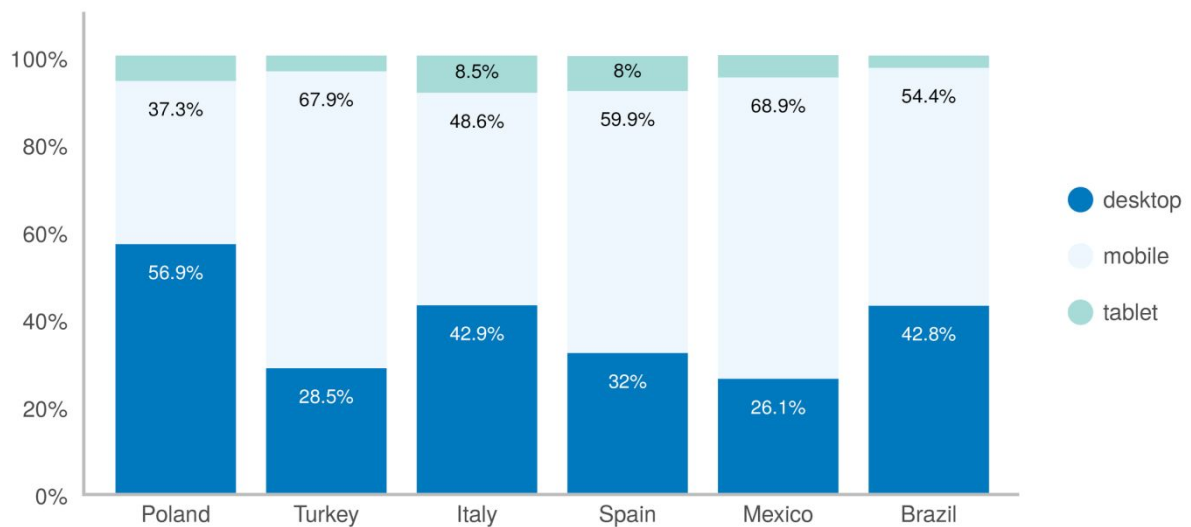
Considerando el proceso de urbanización de las ciudades de Latinoamérica – muy dinámico, pero también bastante caótico - debemos asumir que los anteriores porcentajes para los mercados de Doctoralia pueden cambiar pronto y empezar a asemejarse al tipo de porcentajes de los países con DocPlanner.

## 2.4. Los dispositivos de los usuarios

La mayoría de usuarios visita los sitios web de DocPlanner a través de teléfonos móviles. Los dispositivos móviles - teléfonos inteligentes y, en menor medida, tablets - cada vez desempeñan un papel más importante.

Solo en el caso de Polonia lo hacen más de la mitad de los usuarios, el 56% utiliza los ordenadores con mayor frecuencia que los dispositivos móviles. Las diferencias en el uso de dispositivos pueden estar relacionadas con un claro incremento en popularidad de los teléfonos móviles en los países con un desarrollo más rápido.

### Device



### 3. Búsquedas de médicos

#### 3.1. Las especialidades y servicios médicos más populares

Los ginecólogos son el grupo de médicos número uno en búsquedas (Italia es una excepción, donde los dentistas son los más populares). Puede explicarse por los siguientes factores:

- 1) el hecho de que las mujeres son las principales usuarias de las plataformas, y deciden la elección del médico para ellas y para sus familias.
- 2) el tiempo de espera para una consulta al utilizar el sistema de asistencia médica pública.
- 3) predisposición para concertar una cita con un médico recomendado y de confianza.

En caso de servicios médicos específicos, hay diferencias significativas en todas las zonas en lo que a búsquedas se refiere.

#### Las cinco búsquedas de médicos especializados más frecuentes por país

| Especialidad | Polonia | Especialidad        | Turquía | Especialidad | Italia |
|--------------|---------|---------------------|---------|--------------|--------|
| Ginecólogo   | 17,7%   | Ginecólogo          | 14,6%   | Dentista     | 18,1%  |
| Dentista     | 8,4%    | Cirujano            | 5,4%    | Internista   | 13,1%  |
| Ortopedista  | 6,9%    | Ortopedista         | 5,2%    | Ginecólogo   | 11,8%  |
| Dermatólogo  | 5,7%    | Otorrinolaringólogo | 5,1%    | Ortopedia    | 6,3%   |
| Cirujano     | 5,4%    | Dermatólogo         | 5,0%    | Dermatólogo  | 6,2%   |

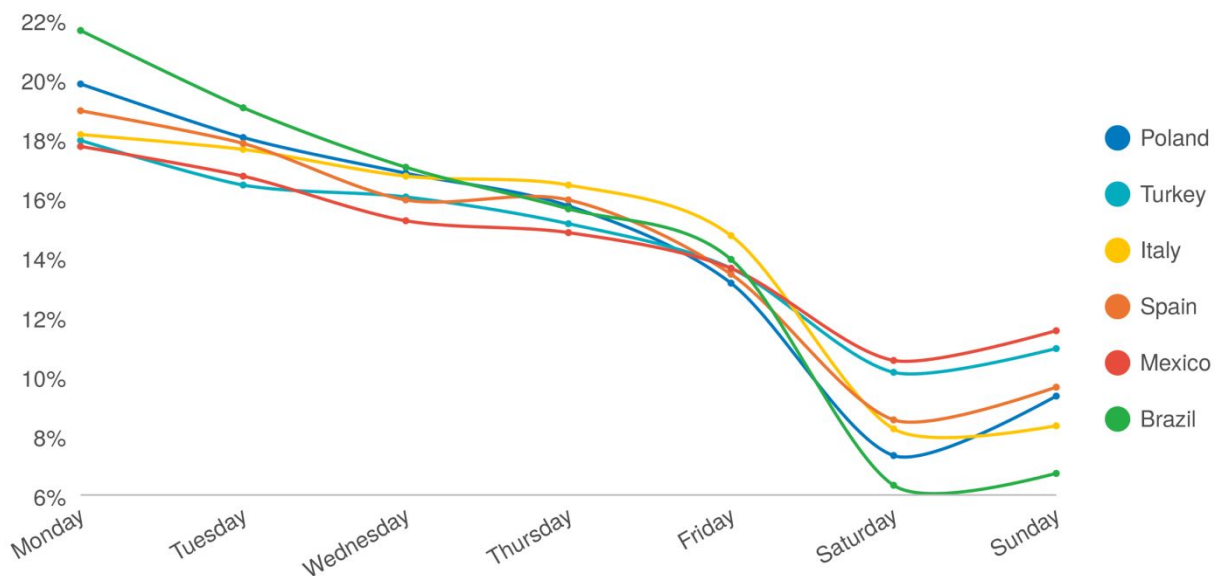
  

| Especialidad | España | Especialidad | México | Especialidad | Brasil |
|--------------|--------|--------------|--------|--------------|--------|
| Ginecólogo   | 9,9%   | Ginecólogo   | 13,9%  | Ginecólogo   | 12,3%  |
| Ortopedista  | 8,5%   | Dermatólogo  | 5,9%   | Ortopedista  | 6,4%   |
| Dentista     | 7,9%   | Dentista     | 4,7%   | Urólogo      | 6,0%   |
| Dermatólogo  | 6,9%   | Urólogo      | 4,5%   | Pediatra     | 5,0%   |
| Psicólogo    | 4,7%   | Cirujano     | 4,4%   | Dermatólogo  | 4,9%   |

#### 3.2. El momento para las búsquedas

Los pacientes buscan médicos especialmente durante la semana laboral, con volúmenes de búsqueda que empiezan el **lunes** (dependiendo del país varía desde el 17,9% hasta el 21,6%), luego baja de forma constante hasta el sábado, y sube ligeramente a final de semana (el domingo concentra alrededor del 6,7% hasta el 11,5% de todas las búsquedas semanales).

## Searches by day of the week



En general, en todos los países, los usuarios buscan un médico principalmente por la tarde, a excepción de Brasil, aunque la única hora con el mayor número de búsquedas se produce por la mañana, a excepción de Italia, como podemos ver en la siguiente tabla.

### Concentración de<sup>2</sup> tráfico por hora del día y por país

| Hora                               | Polonia     | Turquía     | Italia      | España      | México      | Brasil      |
|------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Por la mañana (de las 6 a las 12)  | 37,0%       | 28,2%       | 32,9%       | 33,4%       | 37,9%       | 51,7%       |
| Por la tarde (de la 1 hasta las 7) | 40,9%       | 40,3%       | 45,1%       | 39,9%       | 41,1%       | 34,9%       |
| Por la noche (de las 8 a las 5)    | 22,1%       | 31,5%       | 21,9%       | 26,6%       | 21,1%       | 13,4%       |
| Horas con más citas                | 11:00 horas | 11:00 horas | 17:00 horas | 10:00 horas | 10:00 horas | 08:00 horas |

## 4. Reseñas sobre los médicos y su moderación

Las reseñas dejadas a los médicos son generalmente positivas en los sitios web analizados. Por lo general, los ginecólogos, dentistas y cirujanos son las especialidades mejor valoradas, las cuales son las que se buscan con mayor frecuencia (tal y como se mencionó anteriormente en el apartado 3.1).

<sup>2</sup> Personas que buscan un médico en todos los sitios web

## Porcentaje de reseñas dejadas a los médicos según la especialidad por país

| Especialidad | Polonia |
|--------------|---------|
| Ginecólogo   | 32,4%   |
| Dentista     | 10,0%   |
| Pediatra     | 5,4%    |
| Ortopedista  | 5,2%    |
| Cirujano     | 4,4%    |

| Especialidad        | Turquía |
|---------------------|---------|
| Ginecólogo          | 17,0%   |
| Cirujano            | 13,6%   |
| Otorrinolaringólogo | 6,0%    |
| Ortopedista         | 5,8%    |
| Pediatra            | 4,8%    |

| Especialidad | Italia |
|--------------|--------|
| Dentista     | 22,9%  |
| Ginecólogo   | 8,8%   |
| Internista   | 8,2%   |
| Cirujano     | 4,7%   |
| Ortopedista  | 4,45%  |

| Especialidad   | España |
|----------------|--------|
| Ginecólogo     | 12,6%  |
| Dentista       | 8,3%   |
| Ortopedista    | 8,2%   |
| Psicólogo      | 7,2%   |
| Médico general | 4,8%   |

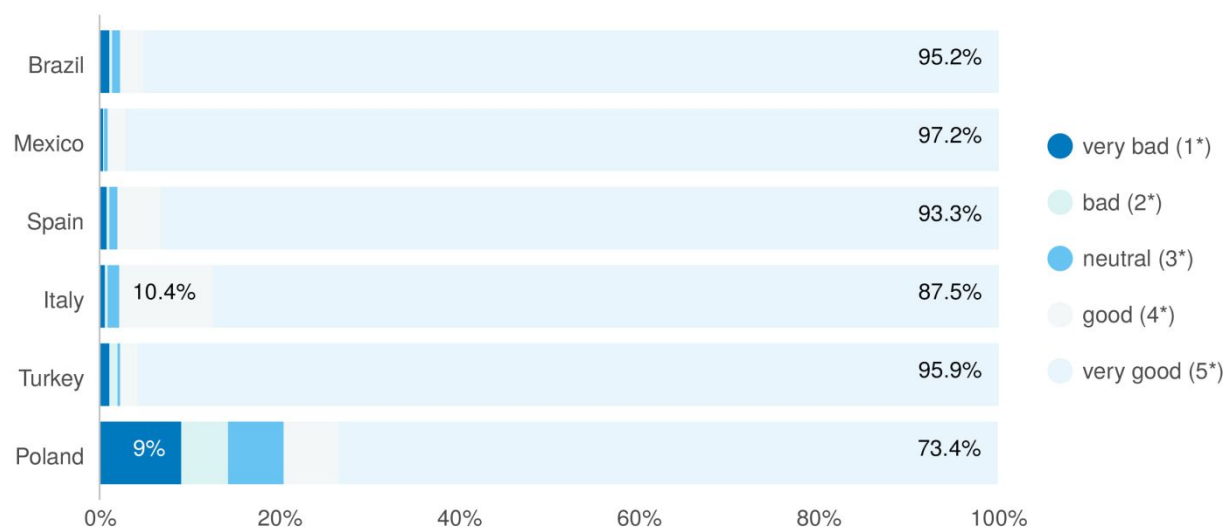
| Especialidad        | México |
|---------------------|--------|
| Ginecólogo          | 16,4%  |
| Pediatra            | 7,3%   |
| Cirujano            | 5,4%   |
| Dentista            | 4,4%   |
| Otorrinolaringólogo | 4,2%   |

| Especialidad | Brasil |
|--------------|--------|
| Ginecólogo   | 16,3%  |
| Pediatra     | 7,2%   |
| Ortopedista  | 5,5%   |
| Cirujano     | 4,8%   |
| Oftalmólogo  | 3,9%   |

En todos los países la relación con un médico específico se ha valorado como "muy buena" (cinco estrellas) por el 90% de usuarios de DocPlanner y Doctoralia - el 97% en México, el 96% en Turquía, el 95% en Brasil y el 93% en España.

Cabe destacar que en todos los países los médicos también reciben reseñas negativas. Por lo general, son bastante raras, pero si las hay, reflejan un descontento muy grande con la experiencia en la atención médica. Como ejemplo, en Polonia el 9% de los pacientes puntuaron a los médicos como "muy malo" (una estrella) y el 5,2 como "malo" (dos estrellas), mientras que solo el 6,2 le dio una puntuación normal de tres estrellas.

### Reviews by rating



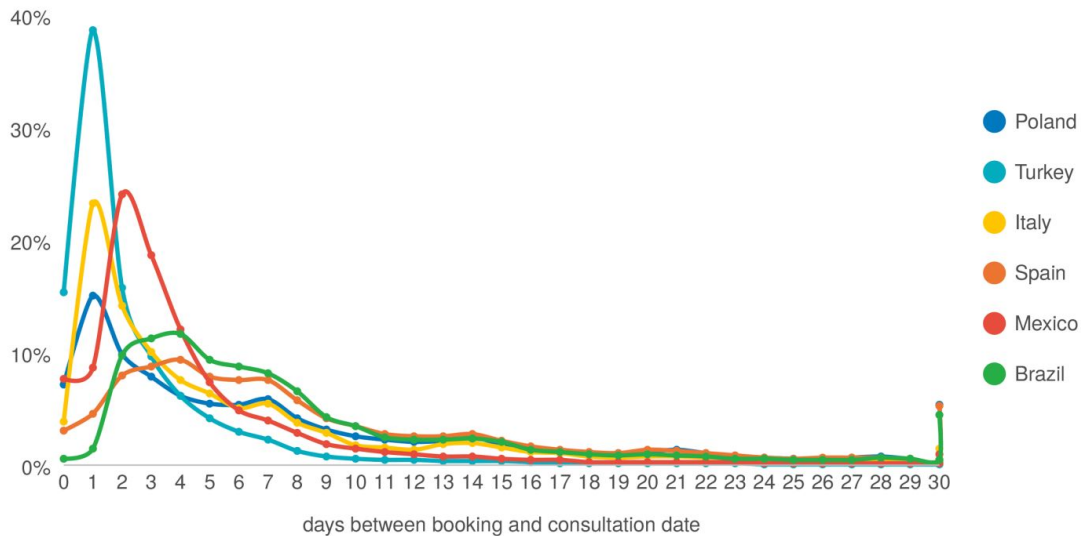


## 5. Concertar citas

Con el uso de las plataformas de atención médica por Internet, los pacientes pueden concertar una cita con el médico elegido seleccionando un intervalo horario por Internet en el calendario que aparece en el perfil del médico.

La mayoría de las citas se concertan con menos de 5 días de antelación a la fecha de consulta deseada: Los pacientes turcos, polacos e italianos suelen concertar las citas con un día de antelación, los mejicanos con 2 días y los pacientes españoles y brasileños con 4 días de antelación.

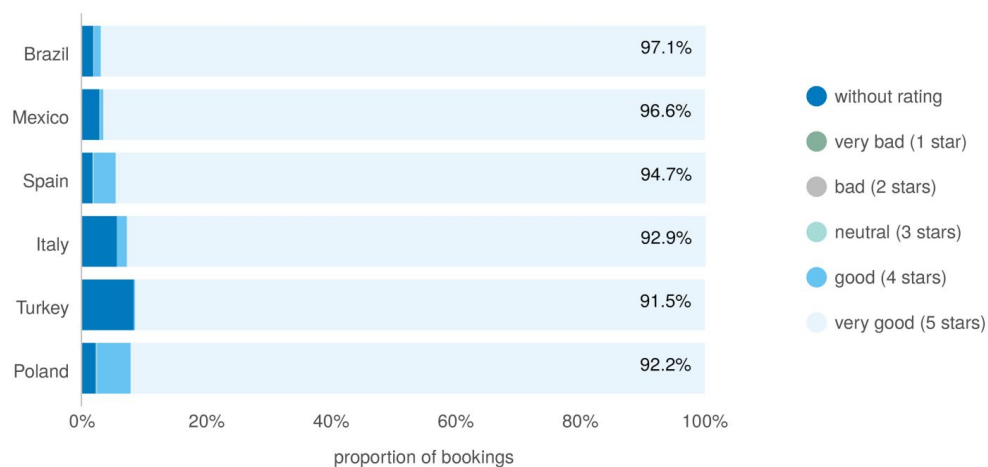
### Bookings to consultation time



También es interesante analizar qué especialidades tienen más actividad en la búsqueda por Internet de los pacientes y, por lo tanto, ofrecen más intervalos horarios abiertos en sus calendarios. Los intervalos horarios con mayor disponibilidad son los de los ginecólogos en Turquía – 11%, los dentistas en Italia – 17%, atención psicológica en Polonia, Brasil, España respectivamente: 18%, 41%, 44%) y ortopedia en México – 9%.

Otros usuarios de la plataforma pueden ver las reseñas dejadas a los médicos, y estas afectan a menudo a la "popularidad" del doctor específico, influyendo así en el número de citas concertadas a través de la plataforma. Podemos apreciar este hecho en la siguiente tabla donde los médicos valorados con 5 estrellas reciben de media el 95% de las citas concertadas en todos los países.

### Bookings by rating



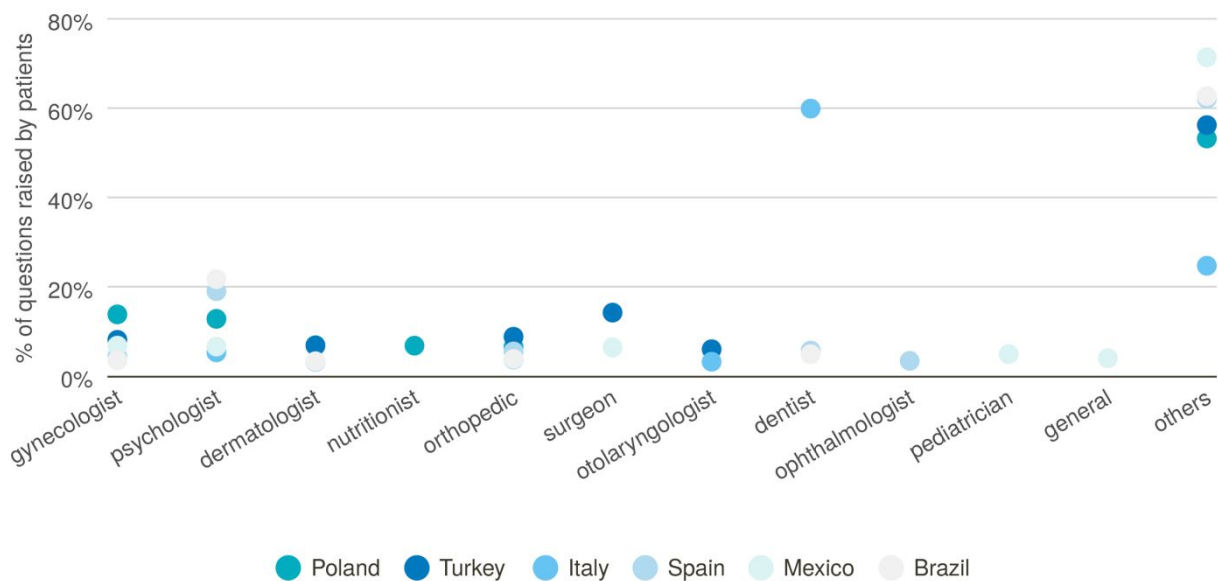
## 6. Preguntas y respuestas (P&R)

Los usuarios de las plataformas de asistencia médica por Internet tienen la posibilidad de formular preguntas abiertas a los médicos. La naturaleza de los temas de preguntas es muy variada y, por lo tanto, difícil de clasificar de manera inequívoca.

Sin embargo, las preguntas más populares pertenecen al ámbito de la intimidad, la vida sexual, el uso de medicamentos (especialmente los antiinflamatorios), así como al tratamiento de lesiones deportivas, depresión y precios de servicios médicos específicos.

No obstante, hemos agrupado las preguntas por la especialidad destinada para tener una idea general de los intereses de los pacientes según país. Los ginecólogos y psicólogos reciben constantemente la mayoría de preguntas en todos los sectores.

### Patients' questions



## Conclusiones

El estudio basado en datos recibidos de los sitios web de DocPlanner, así como de fuentes externas tiene como objetivo presentar un perfil del usuario de plataformas de atención médica por Internet, el denominado "Paciente 3.0", la manera en la que utilizan dichos sitios web, incluyendo la revelación de las especialidades que busca y cuáles visita con mayor frecuencia, cómo contacta con un médico y qué tipo de información médica busca.

Las conclusiones del estudio permiten obtener el perfil del Paciente 3.0 – un paciente que tiene más y más actividad en plataformas de atención médica por Internet, busca información exacta sobre médicos y salud, valora activamente el trabajo de un médico y, por lo tanto, marca tendencias en el sector.

## **Paciente 3.0 como muestra el análisis de las plataformas DocPlanner**

1. Mujer de 25 a 34 años con actividad laboral.
2. Vive y trabaja en un gran centro urbano.
3. Busca consejo de un ginecólogo, psicólogo o cirujano.
4. Internet es su hábitat natural, ya que tiene actividad en la red.
5. Se mueve libremente por el mundo virtual, la mayoría de las veces a través de un teléfono inteligente, con menor frecuencia a través de un ordenador.
6. Busca un médico al principio de la semana laboral.
7. Se guía por las recomendaciones de otros pacientes.
8. Concierta una cita con una antelación de 1 a 5 días respecto a la fecha de la consulta.
9. Valora la visita de forma positiva.
10. Pretende estrechar la distancia entre el médico y ella esperando una atención personalizada.
11. Tiene actividad en redes sociales, comparte sus opiniones y hace preguntas sobre el uso de medicamentos específicos y el precio de procedimientos, especialmente los relacionados con ámbitos de la intimidad.

**Gracias**

**Błażej Popławski, Experto en sociología**