

Informativo Gerencial

Edición 10

Enero 2022

Perspectivas del Sector de Cuidado de la Salud 2022

A nivel global, el sector de cuidado de la salud continúa enfrentando grandes retos por la pandemia.

[Página 3](#)

Consumo de salud en Latinoamérica

Debido a la pandemia, las personas han mostrado una mayor consciencia sobre la importancia de la prevención de enfermedades y del cuidado personal.

[Página 5](#)



Deloitte.

Contenido



Página 3



Página 5



Página 9

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte www.deloitte.com para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los más de 345,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, Deloitte & Touche Ltda., Deloitte Asesores y Consultores Ltda., D Contadores Ltda., Deloitte Ltda. y D Profesionales Ltda., las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera respectivamente, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta presentación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios contables, comerciales, financieros, de inversión, legales, fiscales u otros.

Esta presentación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícito ni implícito) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación y Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta presentación.

© 2022 Deloitte & Touche Ltda., Deloitte Asesores y Consultores Ltda., D Contadores Ltda., Deloitte Ltda. y D Profesionales Ltda., según el servicio que presta cada una.

03

Perspectivas del Sector de Cuidado de la Salud 2022

A nivel global, el sector de cuidado de la salud continúa enfrentando grandes retos por la pandemia.

05

Consumo de salud en Latinoamérica

Debido a la pandemia, las personas han mostrado una mayor consciencia sobre la importancia de la prevención de enfermedades y del cuidado personal.

09

El restaurante del futuro: una visión que evoluciona

La demanda de los consumidores por experiencias digitales, que además les resulten útiles y provechosas, está aumentando de manera significativa.

Perspectivas del Sector de Cuidado de la Salud 2022

¿Estamos viendo finalmente la transformación prometida desde hace mucho tiempo?

¿Está finalmente aquí el tan esperado cambio sísmico en el cuidado de la salud? Una colisión de fuerzas: una pandemia mundial de proporciones históricas; avances exponenciales en la ciencia médica; una explosión de tecnologías digitales, acceso a datos y análisis; consumidores informados y empoderados; y un movimiento desde el cuidado de la enfermedad hasta la prevención y el bienestar, demostrando ser el catalizador de la transformación clínica, financiera y operativa que el cuidado de la salud prometió durante mucho tiempo al mundo.

2022 marca el segundo año completo de la pandemia de COVID-19, y continúa dominando la atención y los recursos de los sistemas de salud:

- Los casos globales de COVID-19 superaron los 270,9 millones al 14 de diciembre de 2021, y el número de muertos superó los 5,31 millones.
- Las bajas tasas de vacunación han dificultado la capacidad de muchos países

para contener la pandemia.

- Reconociendo la interconexión de nuestra población mundial, la Organización Mundial de la Salud (OMS) y otros grupos de ayuda han pedido a los líderes de las 20 economías más grandes del mundo que financien un plan de \$23.400 millones para llevar vacunas, pruebas y medicamentos contra el COVID-19 a los más pobres. países en los próximos 12 meses.
- Los trabajadores de la salud están experimentando un estrés emocional, físico y profesional increíble al responder al COVID-19.
- La pandemia también ha reducido el acceso y la demanda de los consumidores de atención médica no relacionada con el COVID-19.

A pesar de los muchos impactos devastadores de COVID-19, presenta al sector de la salud una poderosa oportunidad para acelerar la innovación y reinventarse. Como hemos estado imaginando el futuro de la salud y cómo se verá el ecosistema en 2040, habíamos



anticipado muchos cambios que están ocurriendo hoy. Lo que no habíamos previsto era que la pandemia mundial sería el catalizador para poner en marcha y acelerar esos cambios tan rápidamente.

COVID-19 ha acelerado numerosas tendencias de atención médica existentes y/o emergentes; entre ellos, las preferencias y el comportamiento cambiantes de los consumidores, la integración de las ciencias de la vida y la atención médica, las tecnologías de salud digital en rápida evolución, los nuevos talentos y modelos de prestación de atención, y la innovación clínica. A medida que las partes interesadas del sector y los consumidores a los que atienden se enfrentan a un mundo desconocido de trabajo remoto, visitas médicas virtuales y una cadena de suministro marcada por la escasez de suministros, personal y servicios médicos, el sector se está transformando para enfrentar los nuevos desafíos.

A pesar de los continuos desafíos en múltiples frentes, existe un creciente

optimismo de que muchas naciones ahora están mejor equipadas para gestionar el impacto de COVID-19. Si bien hay pocas posibilidades de que el coronavirus desaparezca por completo, si no surge una variante nueva y significativa, los expertos ven que el COVID-19 pasa de ser pandémico a endémico; lo que significa que estará con nosotros indefinidamente pero en niveles más predecibles y manejables.

Las partes interesadas en el cuidado de la salud en 2022 deben permanecer alertas, ágiles y flexibles para hacer frente a los continuos picos y valles en los casos y muertes endémicos de COVID-19 y otras enfermedades transmisibles.

Esperamos que el legado de la pandemia sea un catalizador oportuno para iniciar y acelerar muchos de los desafíos y oportunidades de larga data que surgen de los seis problemas apremiantes del sector, y plantee preguntas y sugiera acciones para transformarse a la nueva normalidad.

Preguntas/acciones que los líderes de atención médica deben considerar para 2022

- Fortalecer los modelos existentes y establecer nuevos modelos de colaboración a través de los límites profesionales, institucionales y organizacionales.
- Articular claramente una propuesta de valor compartida.
- Alinear la financiación y los incentivos con la prevención, la promoción de la salud y el bienestar.
- Comparta datos entre sectores, en tiempo real.
- Centrar la futura salud pública en torno a la equidad en salud.

i Para más información ingresa a www.deloitte.com/co

Consumo de salud en Latinoamérica: ¿Cuál es el 'diagnóstico' a futuro?

Debido a la pandemia, las personas han mostrado una mayor consciencia sobre la importancia de la prevención de enfermedades y del cuidado personal.

En entrevista con Alejandro Arias, Socio Líder de la industria de Ciencias de la Vida y Cuidado de la Salud de Deloitte Spanish Latin America.

Las consultas médicas frecuentes, la asesoría nutricional, el entrenamiento físico y la atención psicológica, entre otras actividades de salud y bienestar que anteriormente no eran tan populares entre los latinoamericanos, hoy se están convirtiendo en servicios imprescindibles dentro de nuestra región.

Tan solo en México, de acuerdo con la más reciente edición del Tablero del Consumidor de Deloitte, 66% de los encuestados está priorizando más su bienestar y 45% está impulsando cambios en su cuidado personal.

Pero, ¿por qué están creciendo estos

hábitos y cómo podrían modificar, hacia futuro, las tendencias del mercado de la salud en México y en Latinoamérica?

En comparación con el estatus previo a la pandemia, ¿en qué condiciones se encuentra, hoy, la industria de la salud en nuestra región?

Nuestra región, de forma general, tuvo que enfrentar el reto de que muchas personas no estaban aseguradas cuando se incrementaron los contagios de COVID-19 en sus comunidades. Algunas de ellas, desafortunadamente, resultaron muy afectadas por la enfermedad e, incluso, tuvieron que ser hospitalizadas, lo que implicó un gasto fuerte de su propio bolsillo pagar los tratamientos.

Asimismo, durante la pandemia, los países con sistemas de cobertura sanitaria



universal (por ejemplo, Argentina y Colombia) enfrentaron retos financieros, debido a que tuvieron que subsanar la falta de infraestructura y de capacidad en sus hospitales y centros de salud para recibir y tratar a más pacientes.

Pero, en resumen y como resultado de las estrategias sanitarias, hoy podemos dividir las condiciones del sector salud de Latinoamérica en dos grupos de países: el primero, conformado por Uruguay y Costa Rica, está viviendo una “nueva normalidad” muy desarrollada, gracias al tamaño de su población, de su infraestructura de salud y a que un gran porcentaje de sus habitantes cuenta con su esquema completo de vacunación; y el segundo, integrado por el resto de las naciones, el cual ha respondido

a la pandemia, pero no tan rápido como el primero.

¿Qué factores están impulsando a las personas a cuidar más su salud y bienestar en Latinoamérica?

La pandemia y sus efectos permitieron a los consumidores de Latinoamérica darse cuenta de la importancia de contar con un seguro médico. En México, de acuerdo con cifras de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), solo 1.2% de la población está asegurada por casos de COVID-19, pero, debido a los altos costos de los tratamientos médicos contra el coronavirus, más personas están evaluando la posibilidad de contratar un seguro, al mismo tiempo que las aseguradoras buscan ofrecer productos más accesibles.

Además, al tener un menor contacto social y sufrir pérdidas de seres queridos, entre otros factores, la población de la región, hoy, está enfrentando retos de salud mental, los cuales busca atender, por medio de iniciativas que han establecido las empresas y los gobiernos al respecto.

¿Qué hábitos de consumo se han transformado en la industria de la salud?

Actualmente, a las personas ya no les gusta acudir y permanecer mucho tiempo en un consultorio médico, debido a que la sala de espera del doctor o de la doctora representa un punto de exposición al contagio de COVID-19, y porque implica abandonar la comodidad del hogar para trasladarse hasta la clínica o el centro de salud. Esto ha motivado un crecimiento del comercio electrónico en salud, así como de las modalidades de telemedicina.

No obstante, esto presenta un reto. ¿Cuál? Que, en nuestra región, existe mucha pobreza e inequidad, lo cual se traduce en que no todos los individuos tienen la tecnología ni la infraestructura para acceder a estas soluciones de salud a distancia. Por lo tanto, quizás será necesario que el sector ofrezca otra clase de alternativas, como el acercamiento físico de sus productos y servicios a los pacientes (como ocurre, por ejemplo, con los vehículos que brindan servicios médicos en comunidades que lo necesitan).

Hablando de productos y servicios de salud en general, ¿qué estrategias están adoptado las empresas del sector para impulsar sus ventas?

En el caso de las farmacéuticas, a partir del lanzamiento de sus vacunas contra el COVID-19, se están enfrentando a un reto de confianza y a otro de seguridad: de confianza, porque la vacuna se desarrolló en poco tiempo y muchas personas temen los efectos secundarios que pueden presentarse; de seguridad, por garantizar a la población que sus productos serán una solución a corto, mediano y largo plazos.

Ante dicho contexto, estas empresas, con el apoyo de la Organización Mundial de la Salud (OMS), así como de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), han desarrollado estrategias de comunicación para insistir en la eficacia demostrada de

las dosis, así como dar a conocer las investigaciones científicas que, próximamente, permitirán resolver algunos de los desafíos de salud pendientes de la humanidad.

Los hospitales, por su parte, se han reconfigurado para tratar a pacientes con COVID-19, al mismo tiempo que atienden a otros pacientes, estableciendo protocolos para evitar la propagación del coronavirus. Incluso, han creado soluciones ambulatorias que permiten que las personas no permanezcan mucho tiempo en sus instalaciones; y han cambiado sus modelos de diagnóstico, trasladando personal médico a las oficinas, eventos sociales y comunidades alejadas, para examinar y atender a las personas.

En el caso de los consultorios médicos contiguos a las farmacias, se está captando a los pacientes que requieren atención primaria y representan un punto de atracción de consumidores y de impulso de las ventas del sector; es decir, en estos lugares ya no solo se expiden recetas por parte de los médicos, sino que ya se ofrecen servicios de diagnóstico y de imagenología, tendencia que permanecerá en los próximos meses.

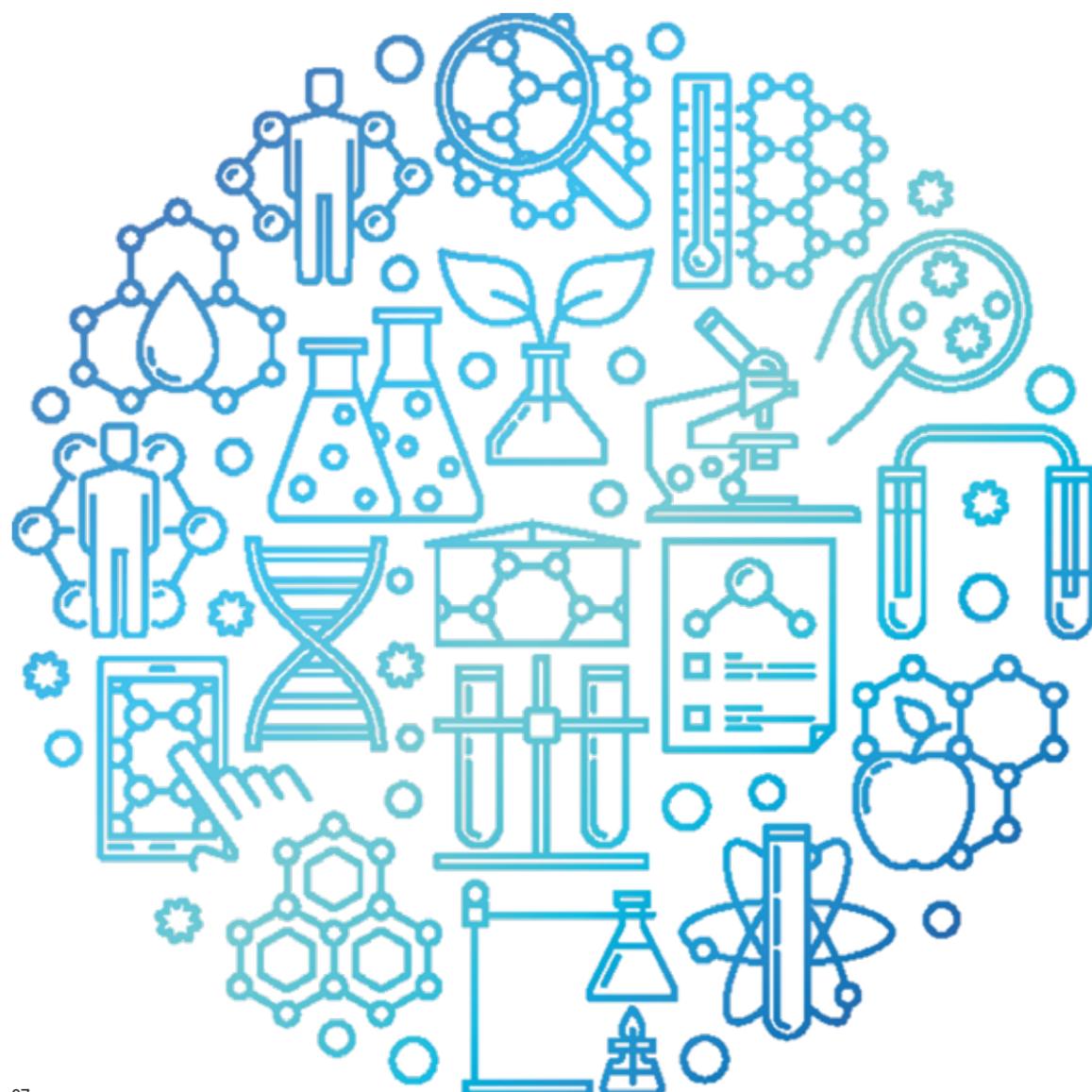
Asimismo, los centros de salud están desarrollando nuevos modelos de atención remota. Si bien, meses atrás, las consultas eran exclusivamente presenciales, ahora pueden ser a distancia, mediante dispositivos médicos y tecnológicos específicos, a fin de ofrecer soluciones a los pacientes. ●

¿Prevalecerá el incremento en el consumo de productos y servicios de salud, aun después de la pandemia? ¿Cómo podrían las empresas del sector prepararse para el futuro?

En Latinoamérica, la sociedad se ha transformado, paulatinamente, en los últimos meses, y ahora no reacciona, sino que previene malestares físicos y mentales. Por ello, será de suma importancia que los participantes del sector salud de la región, incluidas las empresas, analicen estos nuevos hábitos, a fin de brindar las mejores soluciones a los nuevos retos que aparecen por delante.

i Para más información ingresa a www.deloitte.com/co

La pandemia y sus efectos permitieron a los consumidores de Latinoamérica darse cuenta de la importancia de contar con un seguro médico.



El restaurante del futuro: una visión que evoluciona

La demanda de los consumidores por experiencias digitales, que además les resulten útiles y provechosas, está aumentando de manera significativa y se ha visto acelerada, en gran parte, debido a la pandemia. ¿Cómo pueden los establecimientos de comida mejorar las experiencias de los clientes para lograr alcanzar el éxito con los comensales de la próxima generación?



En nuestro informe *El restaurante del futuro: una visión que evoluciona*, brindamos información valiosa sobre tres tendencias que están moldeando los patrones de consumo de los comensales y examinamos las acciones que los restaurantes pueden emprender para prosperar en el futuro.

Tres tendencias que están moldeando al restaurante del futuro

La industria de los restaurantes está lidiando con preguntas que solían ser certezas. ¿Cómo es una experiencia de pedidos moderna? ¿Qué significa operar un restaurante en 2021? ¿Qué cuenta como restaurante? A finales de 2019, las respuestas a esas preguntas ya estaban cambiando. Desde entonces, muchos factores han acelerado la transformación de la industria de los restaurantes y los cambios no siempre son obvios.

De manera similar a las tendencias que surgieron al inicio de la pandemia, existen tres factores principales que influyen en los restaurantes: la conveniencia, el aspecto digital y la seguridad. Estos catalizadores se superponen e influyen entre sí en gran medida; no obstante, juntos, apuntan hacia un mandato único y global para que las marcas de restaurantes cambien fundamentalmente sus modelos comerciales.

En nuestro estudio de 2020, la conveniencia fue claramente la frontera más activa. La seguridad era un imperativo incuestionable -una reacción, todavía no una estrategia- y lo digital se estaba adaptando rápidamente a esas necesidades, como parte de un trayecto de evolución que ya estaba en marcha.



Ahora, parece que la conveniencia ha continuado su rápida maduración y ha tomado su lugar como un elemento permanente en el panorama de los restaurantes; lo digital sigue desempeñando un papel cada vez más importante y central, por su naturaleza; y el frente más activo en la actualidad, la seguridad -en donde las medidas implementadas fueron una reacción a la pandemia-, está dando paso a enfoques más consistentes y duraderos.

En ese sentido, y tomando estos hechos en consideración, ¿hacia dónde se dirige la industria de los restaurantes? Deloitte encuestó a 1,000 consumidores que cenaron en un restaurante en los últimos tres meses para tomar un nuevo pulso a sus actitudes y perspectivas.

Para satisfacer las demandas, conozca las demandas

Seguridad, conveniencia, digital. Estas no son las únicas fuerzas que dan forma a la industria de los restaurantes en la actualidad, aunque estudios repetidos encuentran que son los vectores del cambio más dramáticos. La línea de tendencia para el progreso en cada una de las áreas identificadas es irregular, ya que las presiones relacionadas con la pandemia continúan aumentando además de los imperativos a más largo plazo. La única constante es el cambio y la importancia para los restaurantes en adaptarse a las demandas siempre dinámicas de los clientes.

Para más información ingresa a www.deloitte.com/co



Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte www.deloitte.com para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los más de 345,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, Deloitte & Touche Ltda., Deloitte Asesores y Consultores Ltda., D Contadores Ltda., Deloitte Ltda. y D Profesionales Ltda., las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera respectivamente, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta presentación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios contables, comerciales, financieros, de inversión, legales, fiscales u otros.

Esta presentación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícito ni implícito) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación y Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta presentación.

© 2022 Deloitte & Touche Ltda., Deloitte Asesores y Consultores Ltda., D Contadores Ltda., Deloitte Ltda. y D Profesionales Ltda., según el servicio que presta cada una.