



Primer Informe Doctoralia

# Salud e Internet

# 2015

Realizado en colaboración con:



Universitat Oberta  
de Catalunya

# Índice

1. Introducción .....	3
2. Nuevos perfiles de pacientes .....	5
3. Nuevos flujos de información y comunicación .....	8
4. Más allá de la información .....	14
5. Nuevas tendencias .....	20
6. Los usuarios como creadores de contenidos .....	23
7. Barreras e impacto.....	23



## 1. Introducción

El objetivo de este informe es analizar el estado actual del acceso y uso de las tecnologías de la información y la comunicación entre los usuarios de Internet en el ámbito de la salud a nivel global. Para alcanzar este objetivo se ha diseñado una encuesta online que ha sido distribuida durante los meses de Octubre 2014 – Enero 2015 a través del sitio web de Doctoralia en ocho países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, Francia, Italia y México. La siguiente tabla describe las características de la muestra final recogida (N=3621).

Tabla 1: Muestra final

	%
<b>Género</b>	
Mujer	67%
Hombre	34%
<b>Edad</b>	
18-30	12%
31-40	18%
41-50	23%
51-60	24%
Más de 60	22%
<b>Nivel educativo</b>	
Bajo	5%
Medio	28%
Alto	67%
<b>Estado de salud</b>	
Malo	6%
Regular	25%
Bueno	39%
Muy bueno	25%
Excelente	6%
<b>Enfermedad crónica</b>	
No	45%
Si	55%
<b>Visitas al médico en los últimos 12 meses</b>	
Ninguna	16%
Entre 1 y 2	19%

Entre 3 y 4	21%
Más de 4	44%

N=3621

Es importante destacar que para realizar el análisis estadístico de toda la muestra se ha asignado diferentes pesos a los países según su población. La siguiente tabla muestra el número de respuestas obtenidas en cada país:

Tabla 2: Muestra por países

Países	
Argentina	699 – 19%
Brasil	646 – 18%
Chile	265 – 7%
Colombia	229 – 6%
España	412 – 11%
Francia	353 – 10%
Italia	232 – 6%
México	785 – 22%

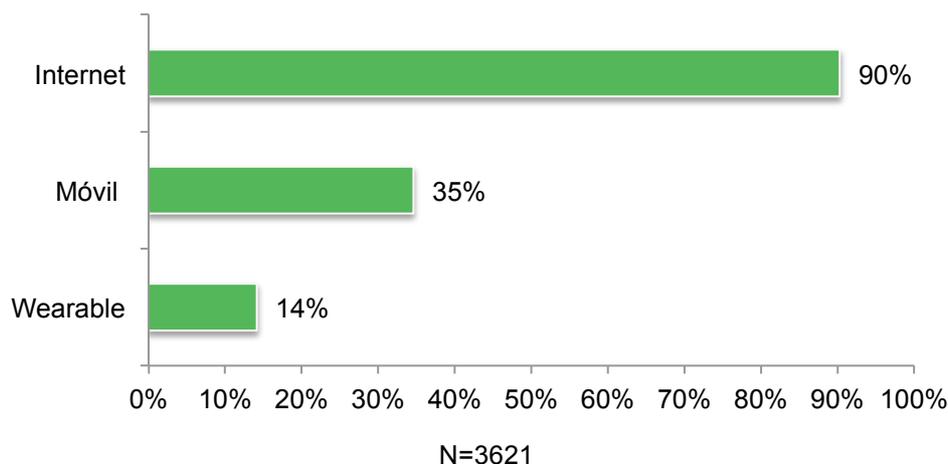
N=3621



## 2. Nuevos perfiles de pacientes

El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para temas relacionados con la salud es una realidad para la gran mayoría de los usuarios de Internet: el 90% declara haber utilizado esta tecnología para la búsqueda de contenidos o servicios relacionados con su salud. Si el uso de Internet es una realidad consolidada, los resultados de este estudio demuestran además la emergencia del uso de los teléfonos inteligentes (35%) así como de otros dispositivos “wearable” (14%).

Figura 1: Difusión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

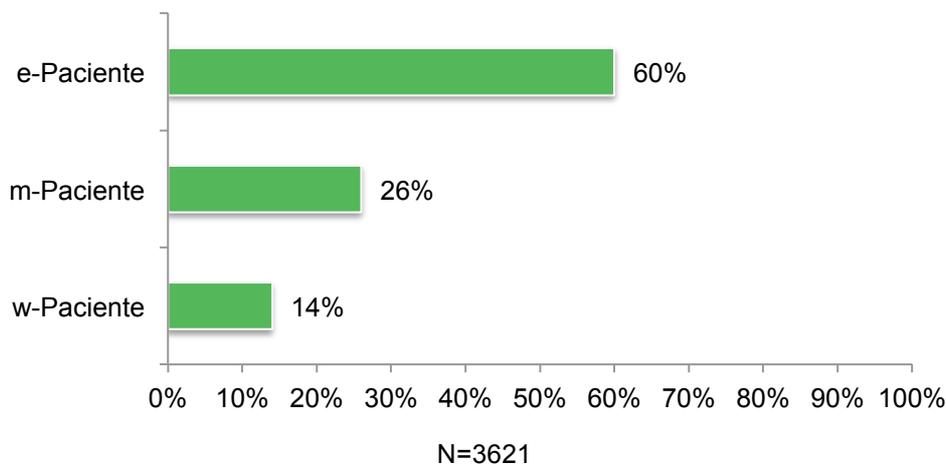


La combinación de los usos de estas tres tecnologías facilita la identificación de tres perfiles diferenciados. Un primer grupo relacionado con aquellos usuarios de Internet que solo usan Internet. Este grupo es tradicionalmente conocido como **ePacientes** e incluye al 60% de la población encuestada.

El segundo perfil agrupa aquellos individuos que, además de Internet, disponen en un teléfono inteligente y/o tablet algún tipo de aplicación que les ayude a gestionar, medir o hacer seguimiento de temas relacionados con la salud, estilo de vida o bienestar. Este grupo lo hemos denominado como **mPacientes** y agrupan al 26% de la población encuestada.

Finalmente, el tercer grupo de usuarios está formado por aquellos individuos que además de las tecnologías anteriormente mencionadas también han utilizado algún tipo de dispositivo inteligente (brazaletes, relojes,...) que les ayude a gestionar, medir o hacer seguimiento de temas relacionados con la salud, estilo de vida o bienestar (ejercicio físico, dietas,...). A este grupo de usuarios lo hemos denominado **wPaciente**, donde la “w” pretende recoger el término “wearable”.

Figura 2: Tipología de usuarios de Internet relacionados con la salud



Estos tres perfiles tienen características socio demográficas diferentes. En primer lugar, las mujeres (28%) destacan ligeramente sobre los hombres (22%) por el uso de los móviles, mientras que el porcentaje de hombres es mayor (18%) que el de mujeres (12%) en el caso del uso de “wearables”. En segundo lugar, el porcentaje de ePacientes crece a medida que aumenta la edad, mientras que en el caso de los mPacientes y los wPacientes los porcentajes son mayores entre las personas jóvenes y de mediana edad. En tercer lugar, las diferencias por nivel educativo son solo destacables en el caso de los wPacientes. No hay diferencias destacables en el resto de perfiles. En cuarto lugar, como era de esperar, dado los rangos de edad, existe un porcentaje mayor de lo esperado de personas con un peor estado de salud entre los ePacientes que en los otros dos perfiles. Este hecho también condiciona que los ePacientes realicen más visitas al médico que los mPacientes y los wPacientes.

Tabla 3: Perfiles socio demográficos

	ePaciente	mPaciente	wPaciente
<b>Género</b>			
Mujer	59%	28%	12%
Hombre	60%	22%	18%
<b>Edad</b>			
18-30	55%	35%	11%
31-40	56%	29%	16%
41-50	59%	25%	16%
51-60	60%	26%	15%
Más de 60	66%	22%	12%
<b>Nivel educativo</b>			
Bajo	59%	27%	14%
Medio	63%	26%	12%
Alto	58%	27%	15%
<b>Estado de salud</b>			
Malo	65%	21%	15%
Regular	62%	26%	12%
Bueno	61%	25%	14%
Muy bueno	55%	30%	15%
Excelente	53%	27%	20%
<b>Visitas al médico en los últimos 12 meses</b>			
Ninguna	60%	27%	13%
Entre 1 y 2	55%	29%	17%
Entre 3 y 4	63%	25%	12%
Más de 4	59%	26%	15%

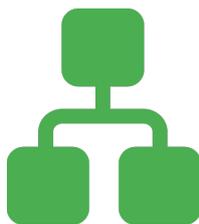
N=3621

Si abordamos la distribución de los diferentes perfiles en cada país no se observan grandes diferencias. El perfil de los usuarios de Internet es similar en todos los países. No obstante, Chile destaca por una mayor presencia de ePacientes que el resto de países, mientras que en Italia destaca por una mayor presencia de wPacientes.

Tabla 4: Perfiles por país

	ePaciente	mPaciente	wPaciente
Argentina	63%	25%	12%
Brasil	59%	28%	13%
Chile	72%	18%	10%
Colombia	64%	24%	12%
España	62%	24%	14%
Francia	53%	27%	21%
Italia	51%	31%	18%
México	62%	25%	13%

N=3621



### 3. Nuevos flujos de información y comunicación

La emergencia de nuevos perfiles de pacientes no solo está relacionada con el uso de la tecnología sino también con la transformación de los flujos de información y comunicación entre pacientes, profesionales y organizaciones sanitarias. El 71% de los encuestados declara que han hablado con su médico sobre los temas que han encontrado en Internet.

Si abordamos las características socio demográficas de estos individuos, observamos que las mujeres (73%) tienden más a compartir la información encontrada en Internet sobre salud que los hombres (68%).

Por edades, el grupo de individuos más jóvenes (77%) se destaca por tener una conversación más fluida sobre Internet que los mayores de 60 años (71%). No obstante, es destacable que más de dos tercios de los usuarios de Internet mayores de 60 años están actualmente hablando sobre Internet en la consulta. Sin duda este fenómeno alcanzará pronto a la mayoría de los usuarios de Internet.

El nivel educativo juega un papel clave en los aspectos de comunicación médico-paciente. Aquellos individuos con un mayor nivel educativo tienden a dialogar más con su médico (75%) que aquellos con un menor nivel educativo (55%).

Los resultados relativos al estado de salud no permiten extraer conclusiones claras, lo que si queda claro es que aquellos individuos que declaran padecer una enfermedad crónica tienden a dialogar más sobre Internet con sus médicos (74%) que aquellos que no padecen este tipo de problema de salud (67%). Como era de esperar, un mayor número de visitas al médico está relacionado con un mayor dialogo sobre la información consultada en Internet.

Tabla 5: Comunicación profesional sanitario - paciente

	No	Si
<b>Género</b>		
Mujer	27%	73%
Hombre	32%	68%
<b>Edad</b>		
18-30	33%	77%
31-40	29%	71%
41-50	26%	74%
51-60	29%	71%
Más de 60	29%	71%
<b>Nivel educativo</b>		
Bajo	44%	55%
Medio	35%	65%
Alto	25%	75%
<b>Estado de salud</b>		
Malo	35%	66%
Regular	30%	70%
Normal	29%	71%
Bueno	26%	74%
Excelente	37%	63%
<b>Enfermedad crónica</b>		
No	33%	67%
Si	26%	74%
<b>Visitas al médico en los últimos 12 meses</b>		
Ninguna	41%	59%
Entre 1 y 2	33%	67%
Entre 3 y 4	31%	69%
Más de 4	22%	78%

N=3615

La distribución por países nos muestra que el país que lidera este tipo de práctica es Italia, donde un 81% de los individuos encuestados declaran haber compartido con su médico la información encontrada en Internet. Por el contrario, los países donde está práctica está menos extendida son Brasil (68%) y Francia (64%).

Tabla 6: Comunicación profesional médico - paciente por país

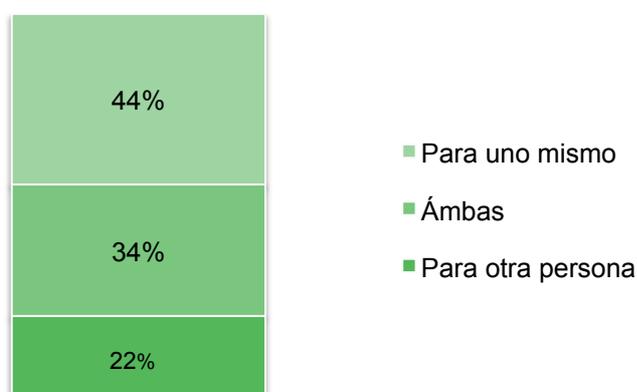
	No	Si
Argentina	28%	72%
Brasil	32%	68%
Chile	34%	66%
Colombia	27%	73%
España	30%	70%
Francia	35%	65%

Italia	19%	81%
México	27%	73%

N=3615

Además, el uso de Internet no está únicamente limitado al uso propio, sino que los usuarios se constituyen como “nodos” de información para otros usuarios. Un 44% de los individuos encuestados han utilizado Internet para la búsqueda de información sobre salud para ellos mismos, un 21% para otra persona, y un 34% para ellos mismos y para otra persona.

Figura 3: Búsqueda de información sobre salud e Internet



N=3600

La caracterización socio-demográfica nos muestra que los hombres tienden a buscar información para ellos mismos (49%) en mayor proporción que las mujeres (41%), mientras que las mujeres (37%) tienden a buscar información para ellas mismas y otras personas en mayor proporción que los hombres (30%). Sin duda, las mujeres son los principales nodos de información también en el ámbito de Internet. Por franjas de edad observamos que las personas entre 31-40 años y aquellas entre los 51-60 son las más activas en la búsqueda de información para terceros. Este hecho refleja que durante este periodo de sus vidas estos individuos se constituyen como nodos de salud en la unidad familiar para tanto los menores como los mayores a su cargo. En este sentido, la segmentación por nivel de estudios revela que son aquellos con mayor nivel de educación los que están liderando este tipo de actividad, si lo comparamos con los individuos con nivel educativo bajo/medio. Por último, el estado de salud, el padecer un problema de salud crónico y las visitas al médico están relacionadas con un mayor porcentaje de

búsqueda para uno mismo. Como vimos anteriormente, estas personas son las que con más probabilidad tienen de estar compartiendo estas búsquedas con los profesionales sanitarios. Sin embargo, aquellas personas con un mejor estado de salud, están buscando en mayor proporción de lo esperado información para otras personas.

Tabla 7: Búsqueda de información sobre salud en Internet

	Para uno mismo	Para otra persona	Ambos
<b>Género</b>			
Mujer	41%	22%	37%
Hombre	49%	21%	30%
<b>Edad</b>			
18-30	48%	19%	33%
31-40	43%	21%	36%
41-50	40%	26%	34%
51-60	42%	22%	36%
Más de 60	50%	17%	33%
<b>Nivel educativo</b>			
Bajo	50%	20%	30%
Medio	47%	22%	31%
Alto	43%	21%	36%
<b>Estado de salud</b>			
Malo	64%	8%	28%
Regular	51%	15%	34%
Bueno	42%	21%	37%
Muy bueno	37%	28%	35%
Excelente	38%	34%	28%
<b>Enfermedad crónica</b>			
No	38%	30%	32%
Si	49%	15%	36%
<b>Visitas médico</b>			
Ninguna	34%	32%	34%
Entre 1 y 2	33%	31%	36%
Entre 3 y 4	47%	19%	36%
Más de 4	52%	15%	33%

N=3602

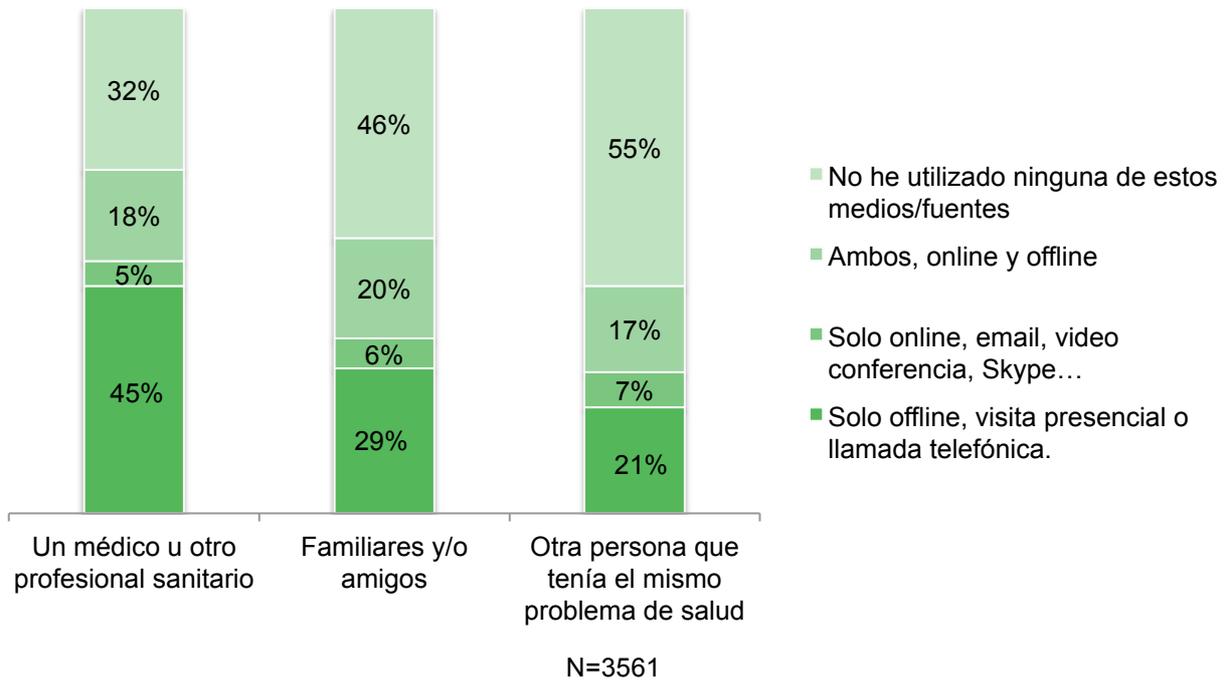
Sin duda, estos diferentes perfiles suponen un reto a la hora de definir quién es el target de la información sobre salud ya que puede ser tanto la persona que padece un problema de salud como aquellas personas que sin estar en esta situación están ejerciendo un rol de facilitador de la información. Por lo tanto, los contenidos deberían tener en cuenta tanto el destinatario final como a los posibles intermediarios, que en algunos casos

podrían ser sus cuidadores. En este sentido, no existen diferencias entre ePacientes, mPacientes o wPacientes, ya que la necesidad de información y la comunicación de esta a los profesionales sanitarios no depende de las variables relacionadas con el acceso y el uso de las tecnologías entre los usuarios de Internet.

Esta tendencia se observa también si analizamos las diferentes fuentes de información y medios que utilizan los usuarios ante un problema de salud que afecta a su bienestar. La mayoría de los individuos encuestados (68%) utilizan en primer lugar a su médico u otro profesional sanitario ya sea solo presencialmente -offline- (45%), exclusivamente online (5%) o utilizando ambos (18%). La segunda fuente más consultada son los familiares y/o amigos (54%) ya sea solo presencialmente -offline- (29%), exclusivamente online (6%) o utilizando ambos (20%). Finalmente, el 45% de los encuestados también aborda a otras personas que tengan el mismo problema de salud de manera solo presencial (21%), exclusivamente online (7%) o utilizando ambos medios (17%).

Los datos revelan que la combinación de diferentes fuentes y medios es una realidad. El encuentro presencial con el profesional sanitario es la opción preferida por casi la mitad de los encuestados (45%). Si además de la opción exclusivamente presencial añadimos la combinación entre esta y el uso de medios online el porcentaje se eleva hasta el 63%. En este sentido, el uso de Internet ya sea en exclusiva o en combinación con encuentros presenciales se mantiene casi constante, con independencia de que la fuente sea un profesional sanitario (23%); un familiar y/o amigo (26%) u otra persona con el mismo problema de salud (24%).

Figura 4: Fuentes y medios de comunicación



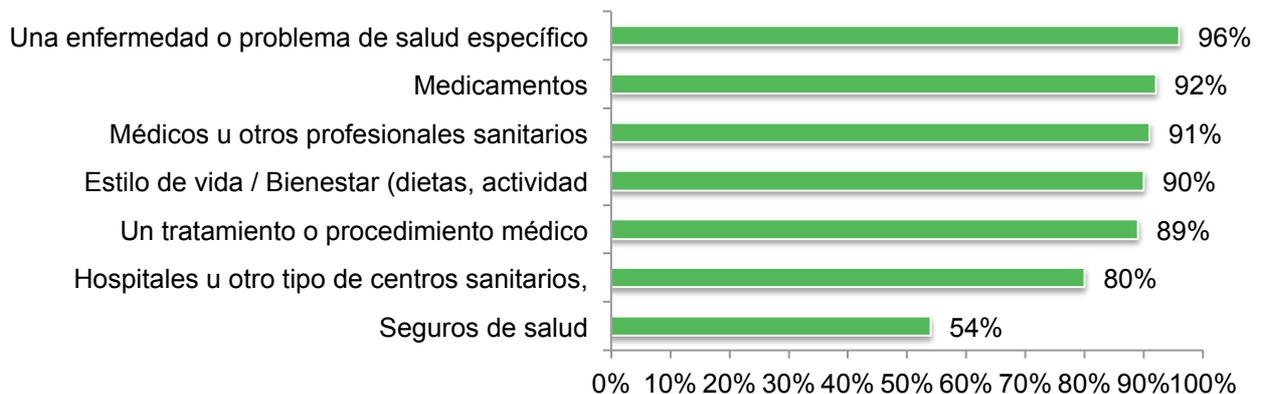
Todos estos datos nos muestran la aproximación social que los individuos hacen tanto a las fuentes de información como a los diferentes medios -online y offline-. En este sentido, no existen diferencias significativas entre los perfiles de pacientes identificados. Las diferentes tecnologías disponibles (Internet, móviles y “wearables”) son socializadas, ya sea presencialmente (offline), virtualmente (online) o en ambos espacios, a través de diferentes flujos de información y comunicación entre los diferentes actores (individuos, familia, amigos, profesionales sanitarios).



## 4. Más allá de la información

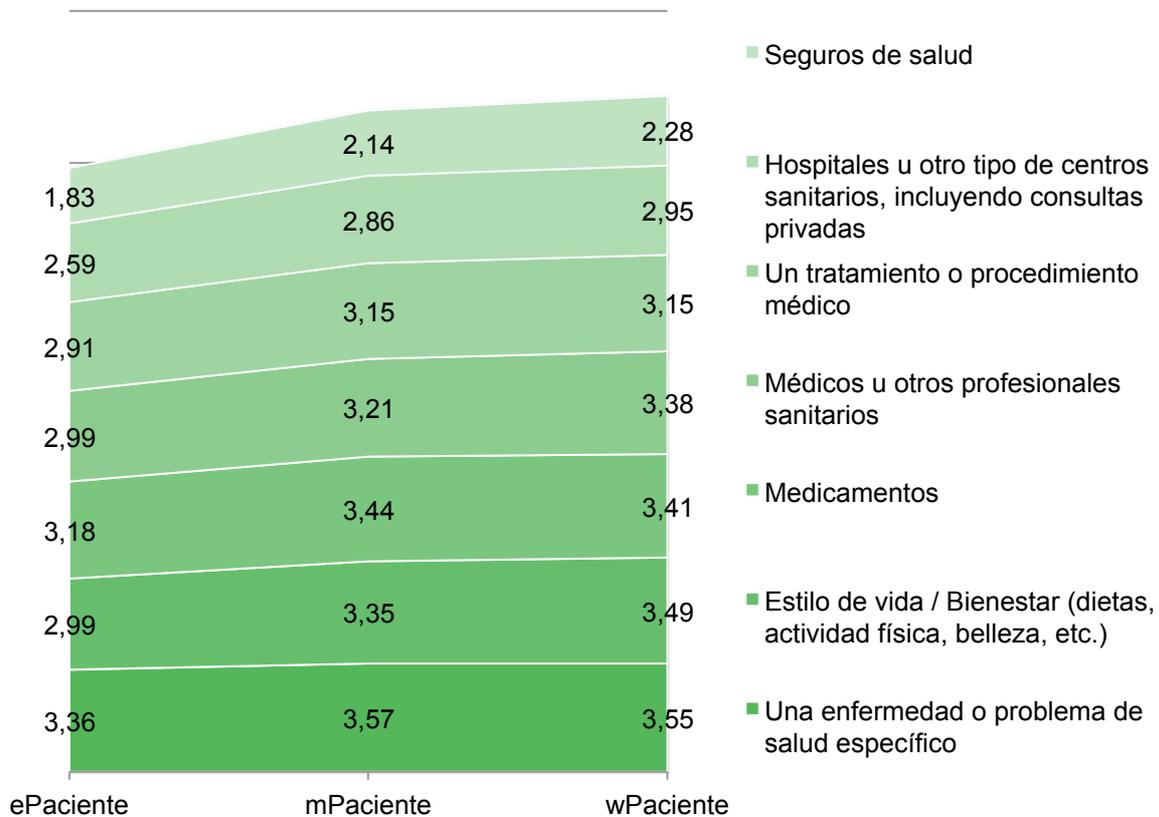
Sin lugar a dudas la búsqueda de información en Internet relacionada con la salud es la principal actividad realizada por los encuestados. La mayoría de los individuos que han contestado a la encuesta declara haber realizado consultas en Internet sobre una enfermedad o problema de salud específico (96%), sobre medicamentos (92%), sobre médicos u otros profesionales sanitarios (91%), sobre un tratamiento o procedimiento quirúrgico (89%), sobre hospitales u otros centros sanitarios -incluyendo consultas privadas- (80%) y sobre seguros de salud (54%). Además de estas cuestiones relacionadas con problemas de salud, la mayoría de los usuarios de Internet encuestados (90%) también ha consultado cuestiones relacionadas con estilo de vida o bienestar (dietas, actividad física, belleza, etc.).

Figura 5: Temas búsquedas de salud en Internet



Estos datos demuestran que la información sobre salud es ya una “commodity” en Internet, algo que los usuarios ya dan por supuesto que encontrarán. Sin embargo, existen diferencias significativas entre los perfiles identificados y los temas de consulta, especialmente en las consultas relacionadas con seguros de salud, hospitales u otros centros sanitarios o consultas privadas, tratamientos y médicos.

Figura 6: Temas consultados en las búsquedas de salud en Internet y perfil de pacientes



Además de la búsqueda de información, existen otro tipo de actividades relacionadas con la salud y bienestar que pueden realizarse en Internet. La siguiente tabla nos muestra los porcentajes de encuestados que durante los últimos 12 meses han utilizado Internet más allá que para la búsqueda de información sobre salud. Las actividades que más realizan los individuos encuestados están relacionadas con la consulta de comentarios de otras personas sobre sus experiencias en salud (84%) y la consulta de opiniones sobre medicamentos o tratamientos (80%). En segundo lugar se encuentra la consulta de opiniones o revisiones sobre médicos o visitas médicas (62%), seguida de la búsqueda de personas con el mismo problema de salud (61%) y revisiones sobre hospitales u otros centros (59%). Por último, menos del 35% de las personas encuestadas realizan consultas a través de videoconferencia o Skype, acceden a su historia clínica online, compran medicamentos o comparten su experiencia sobre algún medicamento, hospital u otro centro sanitario.

Figura 7: Actividades relacionadas con la salud y el bienestar



La siguiente tabla muestra los porcentajes de individuos que realizan estas actividades en cada país:

Tabla 8: Usos de Internet por país

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	España	Francia	Italia	México
Suscribirse en un sitio web para recibir emails o mensajes relacionados con salud o enfermedades específicas	44%	52%	47%	39%	51%	33%	72%	48%
Enviar o recibir emails a su médico, enfermera o centro sanitario	32%	37%	30%	42%	40%	31%	44%	38%
Descargar formularios online o rellenar formularios online relacionados con servicios de salud, incluidos seguros privados de salud	32%	35%	30%	27%	31%	46%	45%	37%
Realizar, cancelar o cambiar online una visita con su médico u otro profesional de la salud	29%	32%	26%	27%	30%	67%	44%	34%
Realizar una consulta a través de videoconferencia o Skype con su médico o enfermera	7%	9%	9%	12%	7%	4%	22%	8%
Recibir online los resultados de pruebas médicas o diagnósticos	37%	41%	55%	59%	42%	46%	49%	43%
Acceder o subir su información de salud (o de algún familiar) a una historia clínica online	26%	20%	18%	22%	21%	21%	38%	22%

Comprar medicinas o vitaminas	36%	30%	47%	40%	28%	22%	40%	31%
Consultar en Internet opiniones, revisiones o puntuaciones sobre médicos o visitas médicas	55%	58%	64%	65%	62%	71%	73%	61%
Consultar en Internet opiniones, revisiones o puntuaciones sobre hospitales u otros centros sanitarios	53%	53%	63%	70%	62%	66%	66%	59%
Consultar en Internet opiniones o revisiones sobre medicamentos o tratamientos	75%	81%	79%	79%	80%	76%	89%	74%
Realizar algún comentario o puntuación sobre algún médico u otro profesional sanitario	36%	32%	40%	43%	35%	36%	46%	36%
Realizar algún comentario o puntuación sobre algún hospital u otro centro sanitario	30%	26%	40%	40%	29%	27%	41%	32%
Realizar algún comentario o compartir su experiencia online sobre algún medicamento o tratamiento	34%	24%	33%	32%	28%	19%	53%	34%
Leer o ver comentarios de otras personas sobre sus experiencias relacionadas con su salud	74%	85%	82%	82%	84%	86%	93%	81%
Buscar personas que tengan el mismo problema de salud o su misma preocupación	60%	55%	72%	63%	58%	63%	79%	60%

Todas estas actividades pueden ser agrupadas en cuatro grandes factores que pueden ser interpretados como las dimensiones que impulsan el uso de Internet en salud más allá de la consulta de información. Estas dimensiones agrupan las actividades relacionadas con: Experiencia, Participación, Servicios y Visitas.

Figura 8: Dimensiones del uso de Internet en salud



En primer lugar, estarían las actividades relacionadas con la **experiencia** de otros usuarios. Los usuarios de Internet no solo buscan información sobre salud ni únicamente relacionada con el conocimiento “experto” de los profesionales, sino que también buscan

el conocimiento que emerge de las vivencias/experiencia de otros usuarios con los mismos problemas de salud, habiendo utilizado los mismos medicamentos o tratamientos y habiendo visitado los mismos profesionales sanitarios.

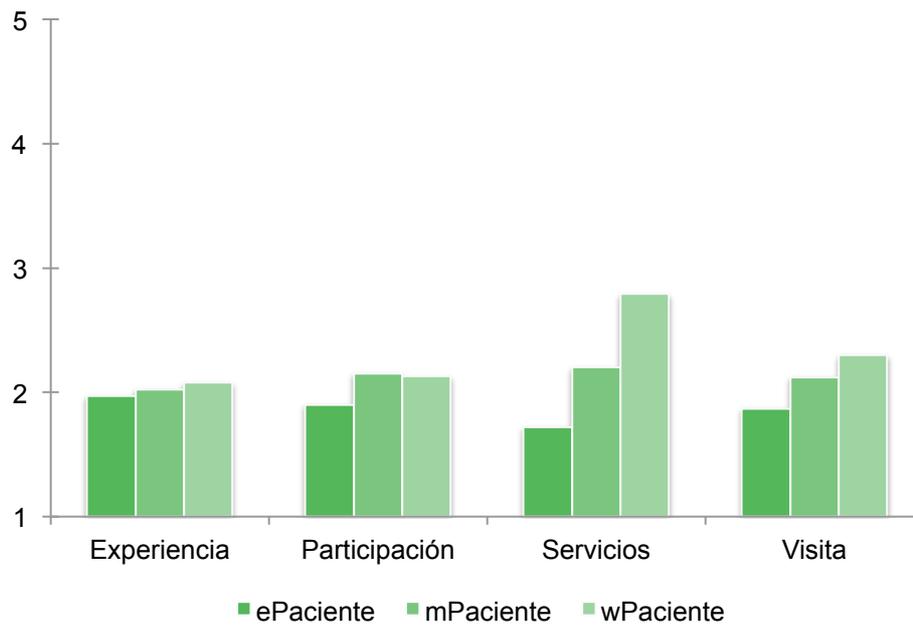
En segundo lugar destacan las actividades relacionadas con la **participación**. Los usuarios no solo buscan la experiencia de otros usuarios, sino que ellos mismos comparten la suya a través de comentarios o puntuaciones a hospitales, profesionales sanitarios, medicamentos y tratamientos.

En tercer lugar, hemos identificado una dimensión relacionada con los **servicios** que los usuarios utilizan a través de Internet. Esta dimensión agrupa las actividades relacionadas con el acceso a la historia clínica online, consultas a través de video conferencia; suscripciones para recibir alertas o el uso de formularios online.

Finalmente, la cuarta dimensión está relacionada con la gestión de la **visita médica** que agrupa las actividades relacionadas con la comunicación mediante el correo electrónico con los profesionales sanitarios; la recepción online de resultados de pruebas médicas y la gestión online de la visita médica.

Si abordamos estas dimensiones entendidas como drivers que impulsan el uso de Internet más allá de la búsqueda de información sobre salud observamos que los usuarios caracterizados por el uso de Internet, el móvil y “wearables” (wPaciente) destacan en todas las dimensiones, especialmente en la relacionada con los servicios y la gestión de visitas. El segundo grupo más destacado es el de los mPacientes. Este perfil destaca por tener el mismo nivel de uso en las cuatro dimensiones. Finalmente los ePacientes o pacientes “tradicionales” tienen un menor nivel de uso de las cuatro dimensiones en comparación con los otro perfiles. En este caso, el tipo de tecnología que utilizan los usuarios sí que condiciona el tipo de actividades que realizan. Cuando mayor es el número de dispositivos que utilizan mayor es el rango de actividades.

Figura 9: Dimensiones del uso de Internet en salud y perfiles de pacientes

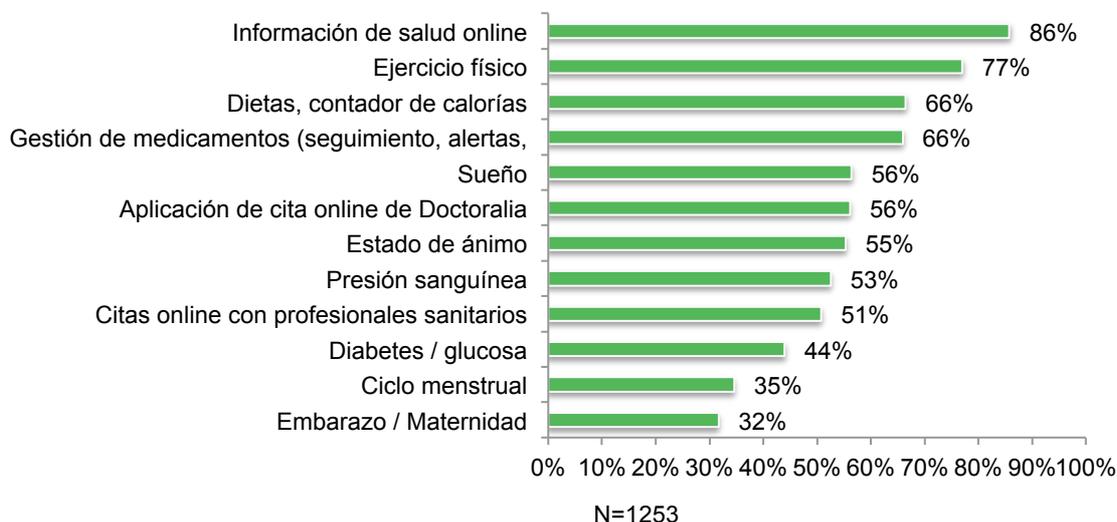




## 5. Nuevas tendencias

La telefonía móvil ha irrumpido con fuerza en el ámbito de la salud. Como vimos anteriormente el 35% de la población encuestada declara haber utilizado su teléfono inteligente para cuestiones relacionadas con la salud. Las principales aplicaciones utilizadas están relacionadas con la información de salud online (86%), ejercicio físico (77%), dietas (66%) y gestión de medicamentos (66%). Aproximadamente la mitad de los usuarios de aplicaciones móviles también ha utilizado aplicaciones relacionadas con la gestión del sueño (56%), la cita online de Doctoralia (56%), la monitorización del estado de ánimo (55%) y la presión sanguínea (51%). Por último, menos de la mitad han utilizado aplicaciones relacionadas con la diabetes (44%), el ciclo menstrual (35%) y el embarazo/maternidad (32%).

Figura 10: Actividades mSalud



La siguiente tabla muestra el porcentaje de usuarios por país que realiza cada tipo de actividad relacionada con la mSalud:

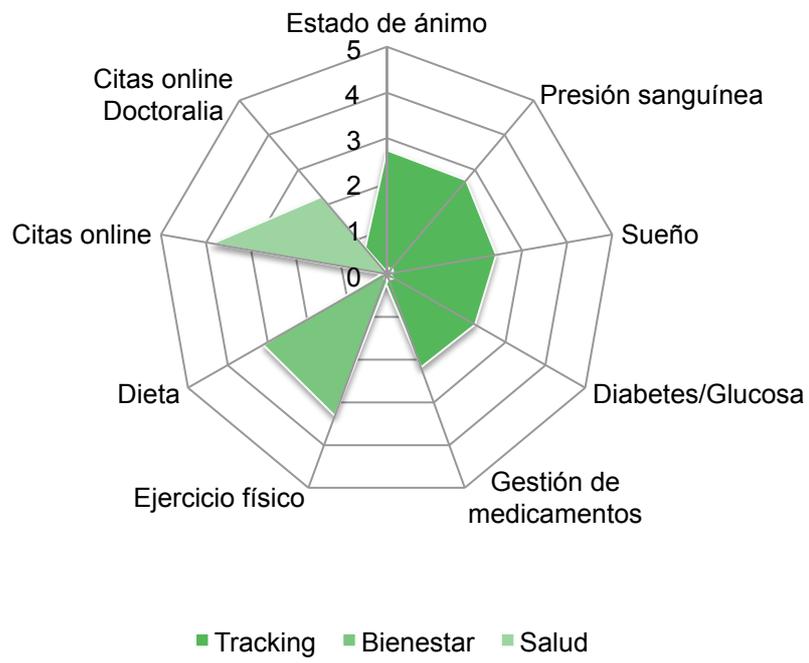
Tabla 9: Actividades de mSalud por país

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	España	France	Italia	México
Ejercicio físico, fitness, pulso cardíaco... incluyendo actividades como correr, pesas, yoga, etc.	65%	59%	59%	75%	64%	56%	72%	69%
Dietas, contador de calorías	49%	45%	56%	55%	55%	35%	53%	59%
Ciclo menstrual	23%	19%	23%	31%	20%	19%	28%	29%
Presión sanguínea	45%	43%	43%	48%	48%	24%	56%	44%
Aplicación de cita online de Doctoralia	42%	43%	42%	45%	44%	65%	57%	48%
Información de salud online	79%	76%	81%	81%	76%	71%	83%	83%
Embarazo / Maternidad	22%	19%	15%	19%	19%	18%	29%	28%
Diabetes / glucosa	29%	33%	35%	47%	37%	15%	41%	33%
Gestión de medicamentos (seguimiento, alertas, etc.)	58%	64%	57%	58%	58%	37%	77%	63%
Estado de ánimo	44%	45%	47%	53%	46%	24%	59%	47%
Sueño	43%	44%	47%	40%	46%	27%	53%	51%
Citas online con profesionales sanitarios	34%	33%	29%	39%	35%	69%	45%	47%
Otras	59%	52%	56%	57%	50%	37%	67%	57%

N=1253

Igual que con las actividades realizadas con Internet, las actividades de la mSalud pueden agruparse en tres grandes dimensiones. Por un lado, aquellas actividades relacionadas con el monitoreo o “**Tracking**” de constantes relacionadas con la salud o el bienestar. Por otro lado, aquellas actividades relacionadas con la gestión de la “**Salud**”, y finalmente aquellas actividades relacionadas con el “**Bienestar**”. En este caso, la gran mayoría de los ePacientes tradicionales no están utilizando este tipo de aplicaciones. Son solo los mPacientes y los wPacientes, por igual, los que están utilizando el móvil de manera activa en todas las dimensiones identificadas.

Figura 11: Dimensiones de la mSalud





## 6. Los usuarios como creadores de contenidos

El ámbito de la salud tampoco ha estado aislado del fenómeno de la web 2.0. Un 26% de los usuarios de Internet encuestados ha declarado que durante los últimos 12 meses ha realizado alguna pregunta o compartido su estado de salud (experiencia) a través de Internet en foros, redes sociales, Twitter,...

El análisis sociodemográfico muestra que las mujeres (27%) tienden a ser más activas que los hombres (22%) generando contenidos en Internet. Por franjas de edad, como era de esperar, son los usuarios más jóvenes los que más activamente participan compartiendo sus opiniones o experiencias en Internet. El análisis del nivel educativo nos muestra que aquellas personas con niveles educativos bajo y medio participan más que aquellas personas con un mayor nivel educativo. A pesar de la relación entre edad y participación en la web 2.0, son las personas con peor estado de salud (43%) aquellas que más tienden a compartir su experiencia o realizar preguntas a través de Internet. Esta tendencia se ve reforzada ya que aquellos usuarios que sufren un problema de salud crónico también se muestran más activos que aquellos que no declaran este tipo de problema de salud. Esta misma tendencia se observa con las visitas de los usuarios al médico. Sin duda, estos datos suponen un claro signo del tipo de paciente a los que se están enfrentando los sistemas de salud actualmente.

Tabla 10: Usuarios como creadores de contenidos

	No	Si
<b>Género</b>		
Mujer	72%	27%
Hombre	78%	22%
<b>Edad</b>		
18-30	71%	29%
31-40	73%	27%
41-50	73%	27%
51-60	75%	25%
Más de 60	77%	23%
<b>Nivel educativo</b>		
Bajo	67%	33%
Medio	70%	30%
Alto	76%	24%
<b>Estado de salud</b>		

Malo	57%	43%
Regular	71%	29%
Bueno	75%	25%
Muy bueno	80%	20%
Excelente	74%	26%
<b>Enfermedad crónica</b>		
No	79%	21%
Si	70%	30%
<b>Visitas médico</b>		
Ninguna	80%	20%
Entre 1 y 2	79%	21%
Entre 3 y 4	78%	22%
Más de 4	69%	31%

N=3619

Hemos comprobado también si existen diferencias significativas entre los países encuestados. En este caso, México y España son los países con mayor porcentaje de usuarios generando contenido, mientras que Francia destaca como el país con un número de usuarios menor de lo esperado.

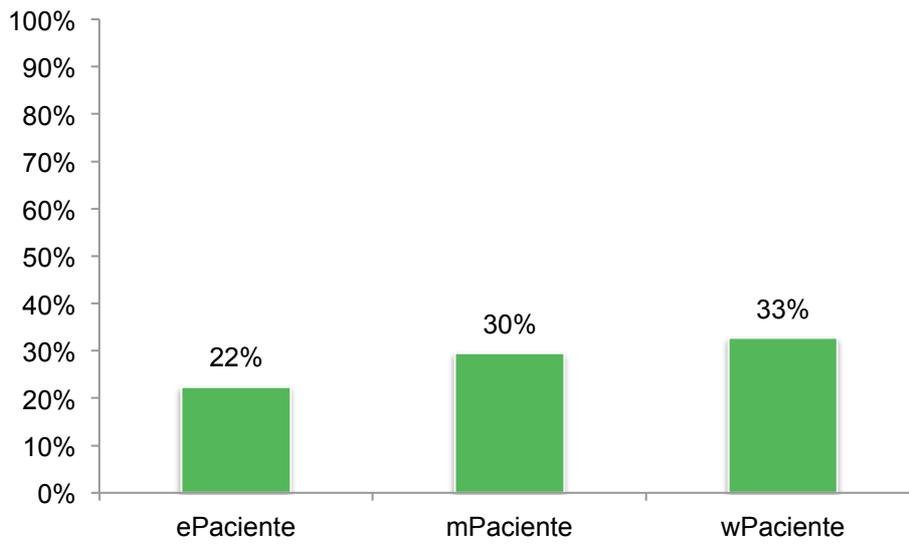
Tabla 11: Comunicación profesional médico - paciente por país

	No	Si
Argentina	75%	25%
Chile	76%	24%
Colombia	77%	23%
España	72%	28%
Francia	85%	15%
México	61%	39%

N=3615

Finalmente hemos comprobado que existe una relación positiva y significativa entre el acceso y uso de diferentes tecnologías y la generación de contenidos por parte de los usuarios de Internet. En este sentido, aquellos usuarios que utilizan tanto Internet, como el móvil y los “wearables” (wPacientes) son los más activos generando contenidos (33%), mientras que aquellos que solo utilizan Internet (ePaciente) son menos activos (22%). Por tanto la diversidad de acceso mediante diferentes tecnologías facilita la participación. En este sentido, tanto el móvil como especialmente los “wearables” podrían ser el primer paso para la llegada del Internet de las Cosas (“Internet of Things”) al ámbito de la salud.

Figura 12: Perfiles de usuarios generadores de contenido

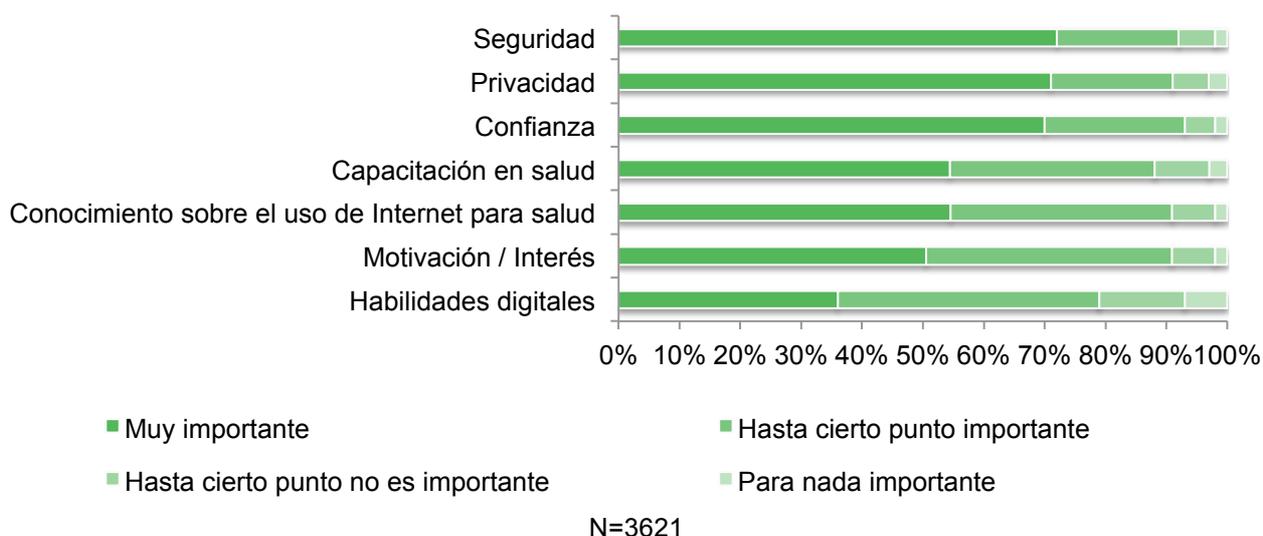




## 7. Barreras e impacto

La mayoría de usuarios encuestados a pesar de ser usuarios de Internet también se enfrentan a numerosos inhibidores o frenos. Más del 70% de los encuestados declaran como muy importante las cuestiones relacionadas con la seguridad, la privacidad y la confianza. El segundo grupo de barreras está relacionado con la capacitación en salud de los individuos, el uso específico de Internet relacionado con la salud y la motivación o interés por el tema. En este caso más de la mitad de los individuos, 55%, 54% y 50% respectivamente, consideran estas barreras como muy importantes. Finalmente solo un 36% de los individuos destacan como importantes las barreras relacionadas con sus habilidades digitales.

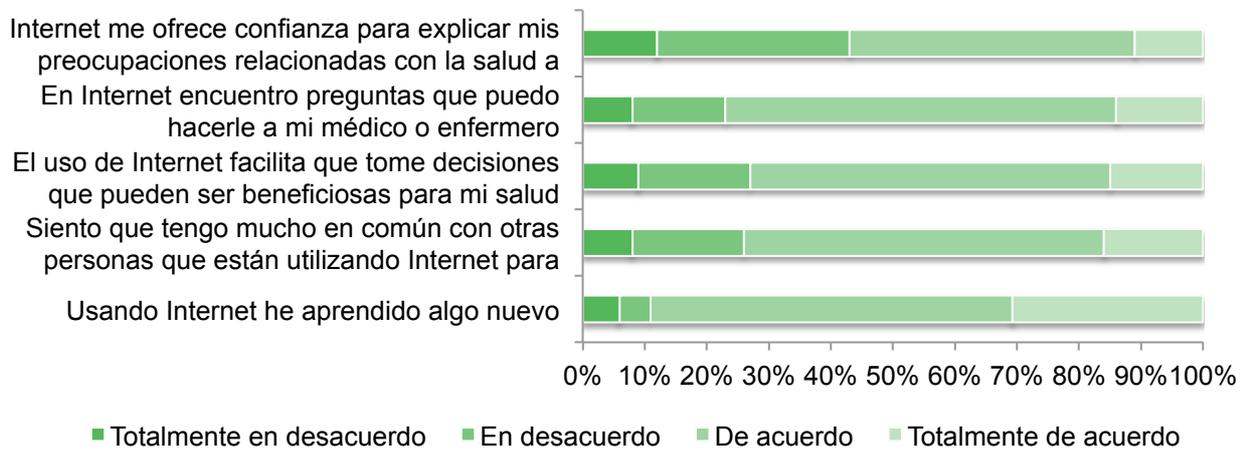
Figura 12: Principales inhibidores



Finalmente los individuos encuestados fueron preguntados por los beneficios que les reporta el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en relación con su salud. La percepción de estos beneficios es muy alta entre todos los individuos. El 90% de los encuestados declaran que usando Internet han aprendido algo nuevo. El 77% ha señalado que en Internet encuentra preguntas que puede hacerle a los profesionales sanitarios. Además, un 73% declara que el uso de Internet facilita la toma de decisiones que pueden ser beneficiosas para su salud. En este sentido, un 53% está de acuerdo o

totalmente de acuerdo con que Internet les ofrece confianza para explicar sus preocupaciones relacionadas con la salud a otras personas.

Figura 13: Principales beneficios





# Doctoralia

[www.doctoralia.com](http://www.doctoralia.com)