



future society

## Healthcare Innovation Bienestar



El Global Wellness Institute (GWI) define el **bienestar (wellness)** como la **búsqueda activa de actividades, elecciones y estilos de vida que conducen a un estado de salud integral**. Según el mismo instituto, en su reporte *"The Global Wellness Economy: Looking Beyond COVID"*, publicado en diciembre de 2021, la **economía del bienestar**, que abarca las industrias que permiten a los consumidores incorporar actividades y estilos de vida de bienestar en su vida diaria, tenía un **tamaño estimado de 4.4 billones de dólares en el año 2020**. Asimismo afirma que, el **crecimiento anual estimado** de esta economía entre 2020 y 2025 es de aproximadamente un **9.9%**.

Dentro de las industrias que la componen, donde es posible encontrar infinidad de oportunidades de inversión, se encuentran el **cuidado personal, actividad física, alimentación saludable y nutrición, turismo, bienestar mental, mercado inmobiliario relacionado con el bienestar, medicina tradicional y alternativa, salud pública, prevención y medicina personalizada, bienestar laboral**, y actividades como los spas o fuentes termales y minerales.

El interés de los consumidores por el bienestar está en constante aumento, más si tenemos en cuenta que, la **importancia de tener un estilo de vida sano en todos los aspectos** es la primera línea de defensa frente a las enfermedades. En las *"Directrices de la OMS sobre actividad física y hábitos sedentarios"* se afirma que, un **estilo de vida sano podría evitar alrededor de 5 millones de muertes prematuras** al año.

La irrupción de la COVID-19 en el año 2020 marcó un antes y un después para muchas de las industrias del bienestar.

El distanciamiento social, el trabajo desde casa, las restricciones para viajar y los cierres de **afectaron** a todo lo relacionado con **actividades fuera de casa**. Por otro lado, las **disrupciones** en las cadenas de suministro por cierres de fábricas y puertos, falta de mano de obra cualificada y restricciones al comercio **afectaron la disponibilidad y las ventas de productos del wellness para el uso en el hogar**. Finalmente, el propio consumo personal sufrió una caída importante en los ítems que se consideran de lujo o bienes de consumo discrecional.

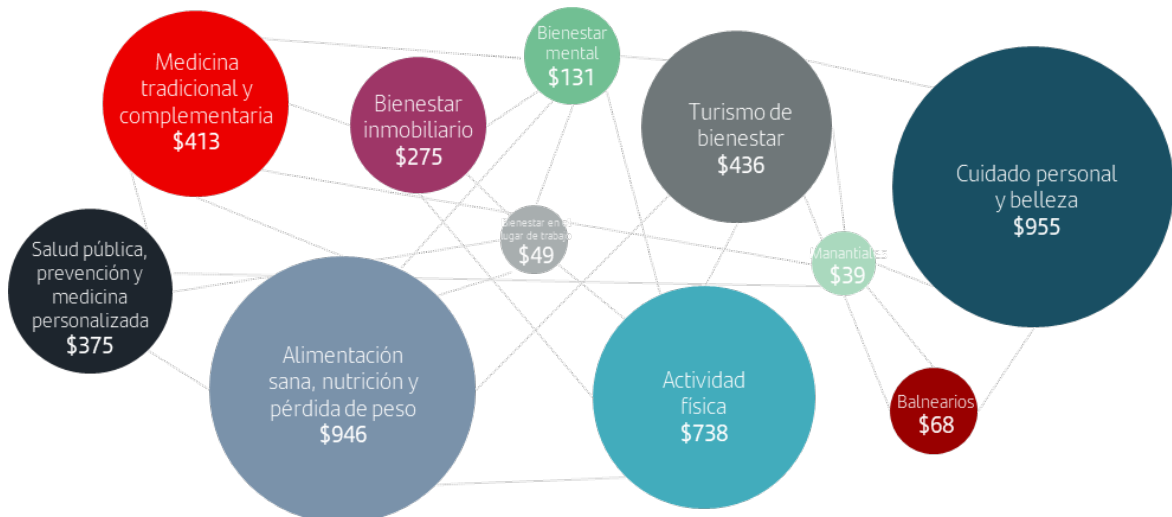
Los **sectores que crecieron** durante la pandemia, según el informe mencionado al inicio, fueron: **bienes inmobiliarios** para el bienestar (ambientes más saludables, viviendas fuera de las ciudades), **salud mental** (a través de productos y servicios que ayudan a paliar el estrés causado por el confinamiento como plataformas de meditación, actividades de relajación o suplementos), **la medicina preventiva** (en donde los avances en diagnóstico y medicina de precisión disminuyen costes y mejoran tratamientos) **o la alimentación sana** (mejor nutrición, mayor seguridad alimentaria, alimentos orgánicos y más naturales).

Dentro del segmento de actividad física, **la industria del fitness** ha ido evolucionando para formar parte de la experiencia en casa. Ahora **ofrece modelos de negocio basados en suscripciones a clases o actividades online**.

El estudio antes mencionado afirma que, a **nivel mundial se estima que el gasto en bienestar en 2020 rondaba los 563 dólares anuales per cápita**. Ese mismo número en **Estados Unidos fue de 3.570 dólares**, en **Europa 1.235 dólares** y en **Asia-Pacífico de 360 dólares**.

## La economía del bienestar a nivel mundial: 4.4 billones de dólares en 2020

Fuente: Global Wellness Institute. Datos en miles de millones





# Innovaciones clave que impulsan el crecimiento en las industrias relacionadas con el bienestar



## Wearables

El mercado de los **wearables** (o "llevables", portables) ha aumentado de forma constante en los últimos años ya que, además de ser atractivos para los deportistas, también son beneficiosos para las personas con problemas de salud. **Wearable** hace referencia al **conjunto de aparatos y dispositivos electrónicos que se incorporan en alguna parte de nuestro cuerpo interactuando de forma continua** con el usuario y con otros dispositivos con la finalidad de realizar alguna función concreta, relojes inteligentes o *smartwatches*, zapatillas de deportes con GPS incorporado y pulseras que controlan nuestro estado de salud son ejemplos entre otros muchos de este género tecnológico que se halla poco a poco más presente en nuestras vidas.

El futuro de los dispositivos *wearables* también verá muchas colaboraciones entre fabricantes de ropa y gigantes de la tecnología, ya que la ropa inteligente es el siguiente paso innovador, con el 5G permitiendo más interacciones entre los seres humanos y el internet de las cosas. Según Softtek, una empresa especializada en servicios de aceleración digital e innovación, **el mercado de los wearables inteligentes se valoró en 216,18 millones de unidades en 2019** y se espera que alcance los 614,31 millones de unidades en 2025, con un crecimiento anual compuesto del 19,1% entre 2020 y 2025.



## Productos Orgánicos

La **alimentación orgánica engloba los ideales de conservación de la biodiversidad, el equilibrio ecológico y la protección de los recursos agrícolas** durante las operaciones de producción de los cultivos. Debido a las múltiples preocupaciones de la sociedad por la **seguridad alimentaria, el bienestar de los animales y las cuestiones medioambientales**, la demanda de productos alimentarios ecológicos por parte de los consumidores está creciendo rápidamente.

En Estados Unidos, según el Departamento de Agricultura (USDA en inglés), para que un producto sea certificado como orgánico, debe cumplir normas como que la tierra de cultivo ha estado libre de sustancias no aprobadas (pesticidas o fertilizantes sintéticos) al menos durante tres años. Para la carne orgánica, los animales deben crecer en condiciones naturales, como el pastoreo, recibir alimento orgánico y no utilizar antibióticos u hormonas.

Según la Asociación de Comercio Orgánico, en **Estados Unidos en el año 2020 las ventas anuales de productos orgánicos alcanzaron los 62.000 millones de dólares**, lo que representó un aumento del 12% frente al año anterior. De este importe, 56.400 millones de dólares correspondieron a alimentos y los casi 6.000 millones restantes a productos diferentes a alimentos, con crecimientos del 12.8% y 8.5% respectivamente.



## Condición física digital

Las restricciones causadas por la COVID-19 han dado un impulso muy importante a lo que se conoce como **fitness online**, que se define como el conjunto de servicios de puesta en forma que se ofrecen desde **plataformas digitales que a la vez constituyen un punto de contacto social virtual**. Estos modelos de negocio se caracterizan por ser de **suscripción y entrega digital**. Las plataformas de yoga, meditación, ciclismo o correr están entre las posibilidades que se ofrecen.

Los **rastreadores de fitness**, entre los que se encuentran los *smartwatches*, son dispositivos que permiten a las personas **seguir su actividad física general**, el comportamiento sedentario y el sueño. Por lo general se conectan con una aplicación de *smartphone* o un sitio web y permiten **seguir el progreso a lo largo del tiempo**. También pueden registrar la frecuencia cardiaca. El porcentaje de consumidores practican deporte como medio de reducir el estrés y que declararon utilizar aplicaciones móviles para cumplir objetivos de salud y bienestar físico aumentó de 50% antes del brote de COVID-19 a 75 por ciento en junio de 2020.<sup>1</sup>

1. Jonathan Harrop, "3 predictions for the health & fitness mobile app market," Business of Apps, June 15, 2020, businessofapps.com.



## Ejemplos de compañías innovadoras en bienestar

### GARMIN.

**Garmin** Ltd. es un holding con sede en Suiza que se dedica al suministro de **dispositivos de navegación, comunicación e información**, la mayoría de los cuales se basan en la tecnología del Sistema de Posicionamiento Global (GPS). Opera a través **cinco segmentos: Marine, Outdoor, Fitness, Auto y Aviación**. El segmento *Outdoor* ofrece productos diseñados para su uso en actividades al aire libre, como dispositivos de mano para actividades al aire libre. El segmento de **Fitness** incluye productos diseñados para su uso en actividades de fitness y **seguimiento de la actividad**, como relojes para correr y multideporte, ordenadores para ciclismo, dispositivos de seguridad y concienciación y dispositivos de seguimiento de la actividad.



El **Hain Celestial Group**, Inc. es una empresa de bebidas naturales y orgánicas, aperitivos, alimentos especiales y productos de cuidado personal. Sus productos van desde té de hierbas, ofrecidos a través de su marca **Celestial Seasonings**, hasta pollos de la marca **FreeBird**. La compañía asumió su forma actual en mayo de 2000, a través de la fusión del Hain Food Group con **Celestial Seasonings, Inc.** La estrategia de Hain es ser el **principal comercializador, fabricante y vendedor de productos orgánicos y naturales**.

### SHIMANO

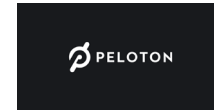
**SHIMANO** INC. es una compañía japonesa que fabrica y vende productos para ciclismo, remo y pesca. Los productos de la compañía incluyen **engranajes y piezas de freno para bicicletas, así como cañas, carretes y aparejos para la pesca**. Se estima que las ventas de Shimano constituyen un 70-80% del mercado mundial de componentes para bicicletas. Sus productos incluyen componentes de transmisión, frenos, ruedas y pedales para bicicletas de carretera, montaña, pista e híbridas. La empresa fue fundada por Shozaburo Shimano en febrero de 1921 y tiene su sede en Sakai, Japón.

### lululemon



### athletica

**Lululemon athletica** inc. diseña y vende productos de ropa deportiva. La Compañía produce pantalones, pantalones cortos, tops y chaquetas para yoga, baile, salir a correr y fitness en general. Fundada por Chip Wilson en Vancouver (Canadá) en 1998, Lululemon es una empresa de **ropa deportiva técnica inspirada en el yoga** para mujeres y hombres. Lo que comenzó siendo un estudio de diseño durante el día y un estudio de yoga por la noche pronto se convirtió en una tienda independiente en noviembre de 2000.



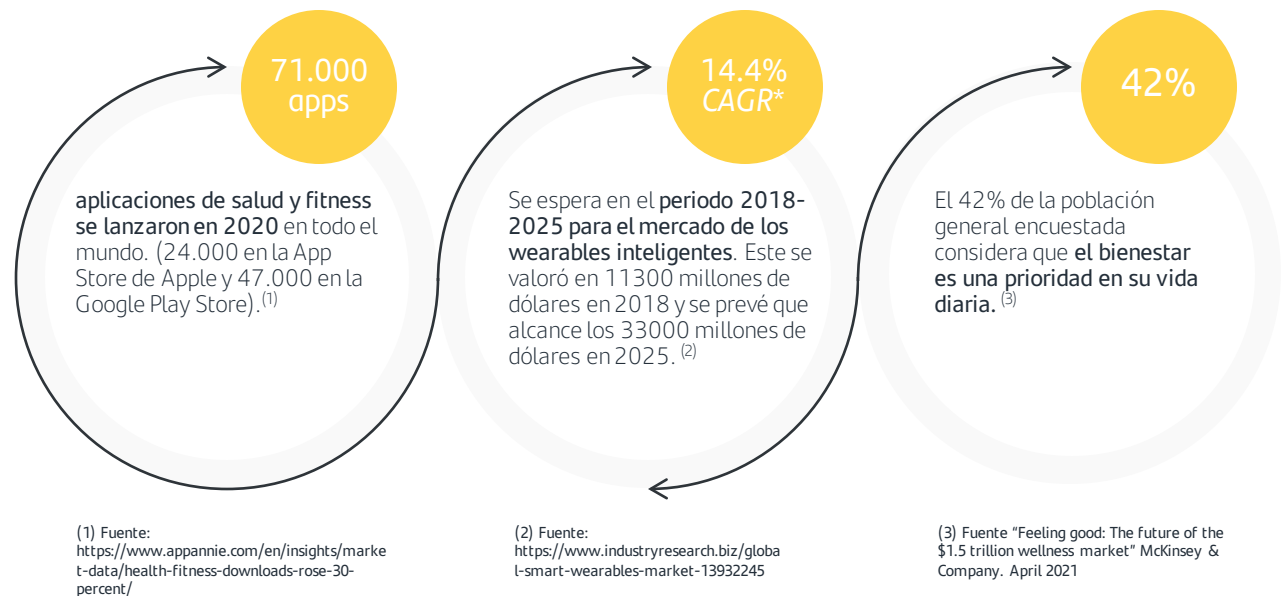
**Peloton Interactive**, opera una **plataforma de fitness** en casa para clases de ciclismo *indoor* en directo y a la carta. La empresa es **pionera en el fitness conectado y habilitado por la tecnología**, así como en la transmisión de **clases de inmersión dirigidas por un instructor para sus miembros**. Opera a través de **dos segmentos reportables: Productos de Fitness Conectado y Suscripción**. El segmento de productos de fitness conectados consiste en la venta de bicicletas, bandas de rodadura y accesorios relacionados. El segmento de suscripciones incluye la suscripción mensual y los créditos de las clases en vivo en el estudio. Peloton Interactive fue fundada por John Foley, Graham Stanton, Thomas Cortese, Yony Feng y Hisao Kushi en 2012 y tiene su sede en Nueva York, NY.

### PHILIPS Healthcare

**Koninklijke Philips** NV es una empresa de tecnología sanitaria que se centra en mejorar la salud de las personas en todo el proceso de la salud, desde la vida sana y la prevención, hasta el diagnóstico, el tratamiento y la atención domiciliaria. La empresa ofrece **productos y servicios de diagnóstico por imágenes, terapia guiada por imágenes, monitorización de pacientes e informática de la salud, así como en la salud** del consumidor y el cuidado del hogar.



## ¿Sabías qué?



### Aviso Legal Importante

El presente informe ha sido elaborado por Santander Wealth Management & Insurance Division, una unidad de negocio global de Banco Santander. S.A ("WM&I", junto con Banco Santander, S.A. y sus filiales serán denominadas en adelante, "Santander"). Contiene información recopilada de diversas fuentes y de terceros. Todas estas fuentes se consideran fiables, si bien la exactitud, integridad o actualización de esta información no está garantizada, ni de forma expresa ni implícita, y está sujeta a cambios sin previo aviso. Las opiniones incluidas en este informe no deben considerarse irrefutables y pueden diferir, o ser de cualquier forma inconsistentes o contradictorias con las opiniones expresadas, bien sea de forma oral o escrita, o con las recomendaciones o decisiones de inversión adoptadas por otras unidades de Santander.

El presente informe no ha sido preparado y no debe ser considerado en función de ningún objetivo de inversión. Ha sido realizado con fines exclusivamente informativos. El informe se ha elaborado principalmente con fines educativos y no está destinado a ser considerado como un pronóstico, investigación o asesoramiento de inversión, y no es una recomendación, oferta o solicitud para comprar o vender cualquier valor o para adoptar cualquier estrategia de inversión. Las empresas que figuran en el informe son sólo ejemplos ilustrativos y no constituyen una recomendación de inversión.

Este material puede contener información "con miras a futuro" que no es de naturaleza puramente histórica. Dicha información puede incluir, entre otras cosas, proyecciones y pronósticos. Ninguna manifestación hecha en este documento sobre cualquier rendimiento aquí presentado puede tomarse como un factor de consideración a la hora de seleccionar un producto o una estrategia de inversión.

Santander y sus respectivos consejeros, representantes, abogados, empleados o agentes no asumen ningún tipo de responsabilidad por cualquier pérdida o daño relacionado o que pueda surgir del uso de todo o de parte de este informe.

En cualquier momento, Santander (o sus empleados) pueden tener posiciones alineadas o contrarias a lo establecido en este informe.

La información contenida en esta presentación es confidencial y pertenece a Santander. Este informe no puede ser reproducido entera o parcialmente, distribuido, publicado o entregado, bajo ninguna circunstancia, a ninguna persona, ni se debe emitir información u opiniones sobre este informe sin que sea previamente autorizado por escrito, caso por caso, por WM&I.

Cualquier material de terceros (incluidos logotipos y marcas comerciales) ya sea literario (artículos / estudios / informes / etc. o extractos de los mismos) o artístico (fotos / gráficos / dibujos / etc.) incluido en este informe / publicación está registrado a nombre de sus respectivos propietarios y sólo se reproducen de acuerdo con prácticas leales en materia industrial o comercial."

© Banco Santander, S.A. 2021. Todos los derechos reservados .