Mitos sobre la **experiencia del paciente** en la **farmacia comunitaria**

Autores: Jose Luis Zalve[1], Alberto Gómez[1], Rafael Martinez[1], Esteban Pardo[1], Alberto Córdoba[2] y Elena Garrido[2].
1, Sandoz Farmacéutica. 2, LUKKAP

Introducción

El farmacéutico sitúa a los pacientes en el foco de su actividad, posicionándose como uno de sus referentes en salud, innovando constantemente para mejorar el servicio que ofrece a los pacientes. El programa RUMBO*, tiene como objetivo mejorar tanto el servicio que ofrece la Farmacia Comunitaria (FC) como la experiencia que viven los pacientes en ella.

Objetivo

Discernir entre realidades y mitos asumidos con respecto a la experiencia del paciente en el entorno de la FC, para identificar oportunidades de mejora en la atención sanitaria.

Material y Métodos

Se realizaron 66.469 encuestas al paciente en 626 FCs evaluando:

1) Variables identificadoras y circunstanciales:

- Datos sociodemográficos (sexo y edad)
- Relación del paciente con la FC
- Motivación de elección de la FC
- Relación con la FC
- Búsqueda de producto o servicio realizada
- Destinatario del producto o servicio

2) Aspectos valorados por el paciente como relevantes[1]:

Antes de la realización de las encuestas:

- Se identificaron 8 momentos clave que vive el paciente en la FC (Entrada / Espera / Necesidad / Asistencia Sanitaria / Alternativas / Compra / Servicios / Seguimiento)
- Se establecieron mediante focus groups una serie de elementos en la FC y actitudes por parte del farmacéutico, identificados como "aspectos relevantes" para los pacientes.

Mediante las encuestas se evaluó por parte de los pacientes, la presencia o no (cumplimiento) de estos aspectos valorados como relevantes.

Análisis de datos: Hoja de cálculo Microsoft Excel y programa de análisis estadístico SPSS

Resultados

Tras analizar los datos recogidos en las encuestas, pudimos identificar dos creencias sobre nuestros pacientes:

Mito 1:

"Los pacientes que adquieren productos para sus hijos pequeños tienen un vínculo más estrecho con su FC"

Solo un 36% de pacientes que adquieren productos para sus hijos aseguran ir a una única FC; frente al 51% de la media nacional

✓ Un paciente que busca soluciones para sus hijos pequeños acude menos a una única FC que la media nacional de pacientes, lo que demuestra que no tiene por qué existir de forma generalizada un vínculo más estrecho con su farmacéutico.

Mito 2:

"El farmacéutico se esfuerza más en indagar en las necesidades de los pacientes que acuden menos a la FC"

Los aspectos relevantes en la indagación (necesidades del paciente) están presentes de media en la población en un 85%. Sin embargo, en el caso de los que no van a su FC habitual son solo un 77%.

✓ No se indaga más en un paciente nuevo aunque se sepa poco o nada de él. Se observa un mayor esfuerzo en conocer mejor las necesidades del paciente habitual vs. el paciente ocasional. A los pacientes que no van a su FC habitual se les pregunta menos acerca de lo que les ocurre.

Conclusiones

Los datos obtenidos de las encuestas nos permiten diferenciar entre creencias comunes y la realidad. Gracias a este análisis podemos comprobar que **hay ciertos perfiles de pacientes**, entre los que se encuentran los mostrados en este poster, con los que existe un **margen de mejora para entender en mayor medida sus necesidades,** estrechar el vínculo con la farmacia y obtener así un impacto positivo desde el punto de vista sanitario.

* RUMBO es un proyecto creado por Sandoz y Lukkap e implementado en Farmacias Comunitarias.

1. What elements of the patient–pharmacist relationship are associated with patient satisfaction? Suliman A AlGhurair, Scot H Simpson, Lisa M Guirguis. Patient Prefer Adherence. 2012; 6: 663–676.