

Abordaje innovador de nuestros pacientes: medicina 2.0 una realidad en el Centro de Salud Fuensanta de Valencia

Introducción

El proyecto que a continuación vamos a detallar consiste en la realización de una página web 2.0 del centro de salud con el fin de mejorar la calidad asistencial ofrecida a nuestros pacientes, en un intento de abrir camino a las nuevas tecnologías en la práctica médica habitual. Es un proyecto que se puso en marcha en abril de 2011 y se sigue desarrollando. Aunque sea una web institucional, lo que la hace especial es que es una iniciativa totalmente privada, del grupo de trabajo creado en este centro. Es decir diseñada “a medida” teniendo en cuenta las características y las necesidades de nuestros pacientes, usando los recursos internos disponibles, y financiada por el propio equipo de trabajo.

Premisas

Se trata del Centro de Salud de Fuensanta, abierto en 1985, que cuenta con un consultorio principal y un ambulatorio auxiliar, ubicado en un barrio periférico de la ciudad de Valencia. Pertenece al Departamento de Salud Valencia - Hospital General. El equipo de profesionales del consultorio principal se compone de 8 médicos de familia y 2 pediatras, y atiende una población de 13.944 usuarios (12.082 adultos y 1.862 niños) de los cuales el 31% son jubilados. En la última encuesta de calidad que se hizo en el centro, en julio de 2011, la valoración global de los usuarios en una escala de 0 (totalmente insatisfechos) a 10 (muy satisfechos) y comparando con los resultados obtenidos en 2009, ha sido de 7,81 en las consultas de medicina general (6,7 en 2009, $DE=-1,11$, $IC= (-1,31) - (-0,92)$, $p=0,000$) y de 7,88 en las consultas de pediatría (6,69 en 2009, $DE=-1,185$, $IC= (-1,52) - (-0,84)$, $p=0,000$). Creemos que la mejora que se produjo se debe parcialmente a la realización de la página web del centro y a la activa publicidad que le hemos hecho en las consultas. Nos basamos también en los datos sobre la petición de citas con el médico por internet (posible a través de la página web) que en la misma encuesta resultó de un 25% en las consultas de pediatría y de un 20% en las consultas de medicina de familia.

La necesidad de adaptación de la práctica de medicina de familia al perfil de paciente cada día más informado a través de la red nos hizo pensar más en desarrollar y emplear nuevas herramientas útiles en las consultas. Así nació la idea de la creación de esa web 2.0, que se convirtió en un proyecto de todo el equipo y se basó en los siguientes principios: creación de una comunidad virtual de salud, utilización de las nuevas tecnologías en las consultas de atención primaria y sobre todo el empoderamiento del paciente.

La web 2.0 está revolucionando el tipo de relación entre el médico y el paciente, constituyéndose en una vía más interactiva, didáctica, actualizada y eficiente, por medio del cual se logra un contacto más estrecho con los pacientes. Estos pueden tener acceso a información sobre procedimientos administrativos, requisitos, programaciones, horarios de consultorios, relación de médicos, etc, y así conocer más de cerca todas las actividades y servicios que desean conocer. Y sobre todo, pueden interactuar, expresándose a través de la web. Otra de las herramientas de la web 2.0 de mucha utilidad son las redes sociales, que cada día ganan más terreno y se constituyen en la modalidad fácil y amena de compartir experiencias y no perder el contacto entre las personas, en este caso entre los profesionales y los usuarios de los servicios de salud.

Metodología y desarrollo del proyecto

Dadas las premisas arriba mencionadas, nuestro equipo puso manos a la obra en su intento de convertir su idea en realidad, usando los recursos propios. El coordinador del proyecto es uno de los pediatras del CS, don Francisco Javier Soriano Faura, que es también el administrador de la web. Tras consultarlo con el coordinador del centro y el grupo de trabajo, él se encarga de tomar las decisiones finales sobre el desarrollo de la web, de las actualizaciones y de comprobar la calidad de la información publicada. Los primeros tres meses el grupo de trabajo formado por los compañeros se dedicó a testar la funcionalidad de la web y aportó su opinión sobre el diseño y el contenido de la web. Se realizaron varias reuniones del equipo para explicar a los trabajadores del CS el funcionamiento de la web, las herramientas que proporciona y la estrategia de publicidad de la página, para que nuestro trabajo de sus mejores resultados.

Resultados

Foto página web (www.csfuensanta.es) inicio.

The screenshot shows the homepage of the 'CENTRO DE SALUD FUENSANTA' website. The header features the center's name and logos for the 'Agencia Valenciana de Salud' and 'Consorci Hospital General Universitari València'. A navigation menu on the left includes 'Menú Principal', 'Oficina virtual', and 'Biblioteca'. The main content area is divided into sections for 'Horarios', 'Atención al adulto', 'Atención a la infancia', 'Atención a la mujer', 'Atención social', 'Urgencias', and 'Otros servicios'. There is also a section for 'INFORMACIÓN DE INTERÉS PROFESIONALES' with links to various resources like 'Boletín Informativo' and 'Intranet'. A 'BLOG' section is visible on the right. The footer contains contact information and a copyright notice for 2012.

La estructura de la página web contiene una parte dirigida al uso directo por los pacientes y una parte dirigida a los profesionales (intranet), de acceso restringido.

La parte dedicada a los pacientes

Teniendo en cuenta que no todos los usuarios están acostumbrados a usar páginas web, hemos optado para un diseño simple, que permita acceso a toda la información de interés directamente desde su página de inicio.

Detallemos el contenido y las funcionalidades 2.0 de la página y sus ventajas.

La web funciona como una **oficina virtual**: ofrece la posibilidad de solicitar la cita con el médico (se les requiere el número de la tarjeta SIP y la fecha de nacimiento), dispone de un

buzón de sugerencias y del botón “deja aquí tu opinión” a través de los cuales nos llegan las peticiones, sugerencias, opiniones personales sobre la página o sobre el centro. El correo al cual llega toda esta información se revisa cada semana y hay plazo de un mes para contestar. También existe una biblioteca donde se publican periódicamente *consejos sobre la salud* y los pacientes se los pueden descargar directamente desde su casa o, si lo solicitan, desde las consultas.

Hay un apartado de **información general** que incluye: los horarios de los médicos, matronas y trabajadora social, la ubicación del centro y de los puntos de interés con un enlace a la página de google maps y posibilidad de averiguar la ruta más rápida entre la ubicación del paciente y el hospital, el centro de especialidades, inspección, etc.; directorío de teléfonos, una guía del usuario que detalla la cartera de servicios, el plano del centro, información sobre la tarjeta sanitaria SIP; atención al adulto, a la infancia y a la mujer, atención social, uno de los apartados más usados puesto que hay enlaces con información y posibilidad de descargar formularios requeridos por varios trámites que ahorran tiempo, viajes y citas con la trabajadora social, enlaces sobre recursos de ocio y tiempo libre que el centro y las instituciones colaboradoras ofrecen a sus usuarios; urgencias y otros servicios.

Una aplicación interesante 2.0 y en la que seguimos trabajando es el **“boletín informativo”**. Los usuarios se pueden inscribir al boletín para recibir información desde el centro de salud en función de sus intereses. Existen de momento dos listas en las que se pueden apuntar (desde su casa o a petición propia desde la consulta): una lista para madres y una de difusión de información sanitaria. Una vez siendo suscriptores de las listas, los pacientes reciben información por correo electrónico desde el centro de salud (es una opción de correo masivo posible desde la administración de la página web). Estamos recogiendo información sobre los intereses de los pacientes, sobre todo de los pacientes crónicos, para abrir otras listas más “especializadas” (diabetes, asma, hipertensión, etc...) y ofrecer una posibilidad más al empoderamiento del paciente. Eso viene a apoyar las iniciativas del “paciente experto”, “comunidad de pacientes crónicos” que son otros proyectos que el centro los tiene en marcha y/o por empezar. Queremos difundir una información filtrada y de calidad, ya que hoy en día el internet a veces desorienta y/o desinforma a los usuarios. De esta forma ahorramos tiempo

tanto para el paciente como para los profesionales, prevenimos los malentendimientos e intentamos involucrar a los pacientes en los cuidados propios y/o de sus familiares y en asumir conjuntamente la responsabilidad del tratamiento, sobre todo en el paciente crónico. Siguiendo la línea del empoderamiento del paciente, también pusimos a la disposición de nuestros pacientes los apartados de **enlaces médicos**, que son enlaces hacia páginas web que ofrecen información médica de calidad dirigidas a ellos, siendo generalmente las páginas oficiales de varias sociedades científicas, **información para cuidadores de personas, voluntades anticipadas, normas básicas** vigentes en la Consejería de Sanidad de la Comunidad Valenciana, instrucciones para **solicitar copias de informes clínicos** o de documentación clínica del hospital, centro de especialidades y/o centro de salud para pacientes con cobertura o sin cobertura. En la parte de la derecha arriba, hay un apartado con información sobre el centro (presentación más amplia, datos históricos, etc.).

Una aplicación 2.0 que ha tenido mucho éxito entre los usuarios de la página es **el blog** y la **conexión con las redes sociales** (facebook, twitter, youtube). En el blog publicamos periódicamente artículos de interés para los pacientes, en función de las sugerencias que nos hacen a través de la página web o temas de actualidad, o algunas dudas que expresan durante la consulta, etc. Cada miembro del equipo prepara sus artículos y se encarga de mandarlos al administrador de la web para publicarlos en función de una agenda interna que hemos organizado. El módulo RSS instalado en la página principal hace visibles los títulos de los últimos artículos publicados en el blog. Estos se publican automáticamente en la página de facebook del centro de salud (nombre de usuario: Salud Fuensanta).

En la parte de abajo en la página principal existe un pequeño cuadro de **noticias cortas**, donde publicamos noticias de interés que no sean artículos enteros sino informaciones concisas – por poner un ejemplo de esta época el anuncio sobre el periodo de vacunación para la gripe.

La parte dedicada a los profesionales

La otra parte de la web se dirige a los empleados del centro, ofreciéndoles la posibilidad de información sobre el organigrama del centro, sesiones clínicas semanales que se desarrollan

en el centro, enlaces a las páginas oficiales de la Consejería de Sanidad, Hospital General y la Fundación de Investigación del mismo. El apartado **intranet** requiere nombre de usuario y clave, siendo de acceso restringido dirigido a los profesionales. El intranet dispone de directorio de teléfonos, documentos directivos, guía de actuación, guías médicas, consejos para los pacientes, normativa, documentos administrativos, información de interés para estudiantes y residentes. Gracias a esta fuente de información se facilita nuestro trabajo, se realiza una integración rápida de los nuevos miembros o del personal temporal del equipo (estudiantes, residentes, sustitutos, etc...) mejorando la actividad global en el centro y la calidad asistencial.

Evaluaciones periódicas y análisis SMART y SWOT del proyecto

Solemos evaluar el **impacto del proyecto** y los **resultados parciales** en reuniones periódicas del equipo, normalmente cada dos meses. Estamos hablando de resultados parciales porque nuestro proyecto es relativamente nuevo, en continuo desarrollo y que, como todos los cambios, necesita su tiempo para implantación, puesta en marcha, observación y subsanación de posibles fallos (y aprender todos de ello), elaboración de estrategias para mejorar y adaptar el contenido a la demanda de los usuarios; también estamos trabajando en la puesta en marcha de nuevas ideas que nacieron durante este proceso, como por ejemplo la creación de una **comunidad virtual de pacientes crónicos**, que es uno de los retos que nos propusimos.

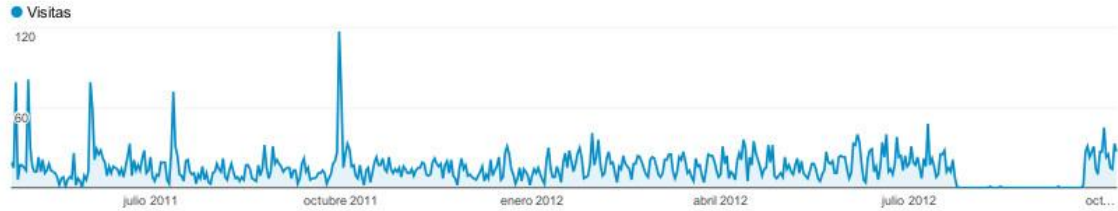
Para evaluar usamos tanto indicadores medibles facilitados por las estadísticas de Googleanalytics y encuestas internas, como las opiniones de los miembros del equipo. Vamos a detallar algunos de estos resultados parciales.

La página funciona como una página web 2.0 desde abril de 2011. Hasta principios de octubre de 2012 (exceptuando el periodo 25 de julio – 22 de septiembre de 2012, que debido a un fallo técnico no se registró la actividad de la página), la página ha registrado 7.825 visitas, con una media de 3,77 páginas / visita, duración media de la visita: 3'22" y un porcentaje de visitas nuevas del 60.27. (Ver gráficos)

Información de visitantes

● % de visitas: 100,00%

Visión general



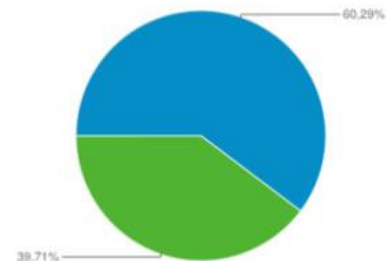
4.741 usuarios han visitado este sitio.

Visitas: 7.825

Visitantes exclusivos: 4.741

Visitantes nuevos vs recurrentes

1. ■ New Visitor	4.718	60,29%
2. ■ Returning Visitor	3.107	39,71%



Filas 1 - 2 de 2

Las páginas más visitadas han sido la de solicitar cita previa, seguida del blog, información sobre la tarjeta SIP y consejos para la salud. Hasta el momento actual hay 92 suscriptores en las dos listas disponibles del boletín informativo.

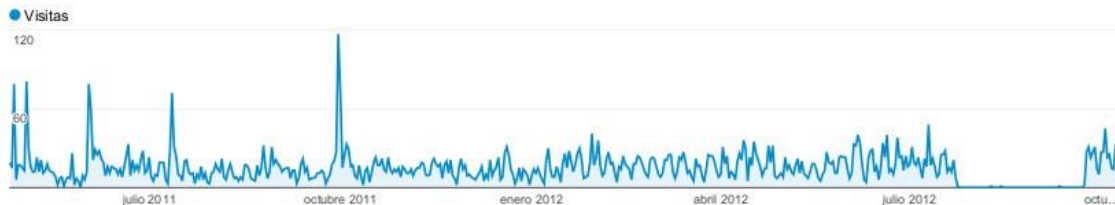
Las fuentes de tráfico son mayoritariamente tráfico directo a través de google, seguido de la página web del Hospital General, del buscador ask y de la propia página de facebook del centro (ver gráfico).

Todo el tráfico

% de visitas: 100,00%

Explorador

Uso del sitio



Visitas	Páginas / Visita	Duración media de la visita	Porcentaje de visitas nuevas	Porcentaje de rebote
7.825	3,77	00:03:22	60,27%	51,64%
<small>% del total: 100,00% (7.825)</small>	<small>Promedio del sitio: 3,77 (0,00%)</small>	<small>Promedio del sitio: 00:03:22 (0,00%)</small>	<small>Promedio del sitio: 60,27% (0,00%)</small>	<small>Promedio del sitio: 51,64% (0,00%)</small>

<input type="checkbox"/>	Fuente/medio	Visitas	Páginas / Visita	Duración media de la visita	Porcentaje de visitas nuevas	Porcentaje de rebote
<input type="checkbox"/>	1. google / organic	3.101	3,42	00:01:54	76,46%	52,11%
<input type="checkbox"/>	2. (direct) / (none)	2.383	3,78	00:04:24	53,80%	58,50%
<input type="checkbox"/>	3. google.es / referral	369	4,71	00:07:22	15,99%	47,15%
<input type="checkbox"/>	4. chguv.san.gva.es / referral	361	5,76	00:03:52	72,02%	20,78%
<input type="checkbox"/>	5. intranet.csfuensanta.es / referral	328	4,26	00:07:28	2,74%	49,70%
<input type="checkbox"/>	6. ask / organic	205	2,78	00:00:57	94,63%	56,10%
<input type="checkbox"/>	7. facebook.com / referral	165	3,54	00:03:40	61,21%	41,21%
<input type="checkbox"/>	8. promedico.es / referral	131	2,69	00:03:49	4,58%	55,73%
<input type="checkbox"/>	9. bing / organic	115	3,68	00:02:30	28,70%	44,35%
<input type="checkbox"/>	10. vlc.csfuensanta.es / referral	89	3,98	00:06:06	4,49%	51,69%

Como estrategias de publicidad hemos diseñado y realizado un banner que está colgado en la sala de espera y tarjetas de visita que se reparten periódicamente entre los pacientes (y cuyo impacto directo se medirá en la siguiente encuesta de calidad del CS).

Tarjeta visita Centro de Salud Fuensanta



Foto de la sala de espera con el banner de publicidad de la página web



También, gozamos de la colaboración de otras instituciones para promocionar las actividades importantes del centro relacionadas a la página web con impacto mediático (noticias en el blog del H. General, prensa local y nacional; aquí hay unos ejemplos: <http://chguv.san.gva.es/Blog/Lists/Entradas%20de%20blog/Post.aspx?List=d73c9e61-e4c8-46d7-a551-95f9a24ebbd5&ID=247>; <http://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-web-centro-salud-fuensanta-recibe-acreditacion-internacional-20120828154811.html>; http://www.telecinco.es/informativos/tecnologia/centro-Fuensanta-recibe-acreditacion-internacional_0_1677432524.html).

Análisis SMART de los objetivos de nuestro proyecto

Consideramos que nuestro proyecto tiene objetivos: específicos (mejorar la calidad asistencial y la comunicación con nuestros pacientes); medibles (el impacto a largo plazo se puede cuantificar a través de las estadísticas, encuestas, etc.), realizables (hemos usado recursos internos disponibles para todo este recorrido y pensamos en seguir esta línea); basados en la realidad (hay demanda por parte de los usuarios, la nueva tecnología tiene que ser parte de nuestro trabajo, aunque cueste y todo inicio tenga sus dificultades) y respects los plazos límites para su realización (como ya hemos visto, hubo tres meses de prueba, la publicación de artículos respects sus plazos, la revisión del correo – sugerencias, mensajes, reclamaciones, etc. que nos llegan de los usuarios, se hace semanalmente, etc.).

Análisis SWOT del proyecto

Consideramos que nuestro proyecto tiene como **puntos fuertes**: mejora la comunicación con los usuarios y se les ofrece una información controlada y organizada disponible a distancia, aligera el trabajo administrativo del personal sanitario y de apoyo, mejora la actividad global del CS. Los **puntos débiles** que hemos detectado: requiere esfuerzos suplementarios para movilizar el equipo del centro en este proyecto, dada la presión asistencial y el tiempo limitado del que disponemos para realizar otras actividades, cambiar la mentalidad de los usuarios, sobre todo a partir de cierta edad que no disponen de conocimiento y/o recursos para usar la red. **Oportunidades**: la posibilidad de difundir información sobre la salud a bajo coste para un gran número de pacientes es una real oportunidad para la atención primaria para abrirse más hacia la comunidad. Nuestra página ofrece información controlada, seleccionada y sobre todo adaptada a las necesidades individuales de los pacientes, con el fin de mejorar el nivel de conocimientos sobre la educación sanitaria y el empoderamiento del paciente. Es un espacio virtual disponible 24 horas, que significa más interacción y más participación. **Amenazas**: el proyecto nos supone mucha dedicación y trabajo fuera de las consultas, lo que sobre todo en tiempos de crisis baja más el ánimo; para algunos profesionales y para parte de los pacientes es difícil ponerse al día con las nuevas tecnologías.

Conclusiones

Creemos que la realización de este proyecto ha sido una de las mejores iniciativas del centro de salud y queremos seguir trabajando en ello y hacer realidad todas las ideas que nos están surgiendo en este proceso. Los resultados que hemos obtenido hasta ahora son una gran satisfacción para el equipo y nos animan a seguir, sabiendo que nuestros esfuerzos sí que dejan una huella en la vida de los pacientes. E igual que nosotros lo hemos vivido, animamos a nuestros compañeros de otros centros de salud a intentarlo, aunque al principio parezca imposible de realizar. A nivel conceptual, la introducción de la medicina 2.0 en nuestra práctica diaria ha sido a la vez un trabajo innovador y un gran reto. Gracias a ello estamos más conectados a la realidad actual y nos ayuda a lograr el objetivo fundamental de nuestro trabajo: ofrecer mejores servicios a nuestros pacientes.