

Transformación Digital en Salud



CONSIDERACIONES ANTES DE EMPRENDER
UN PROYECTO DE SALUD DIGITAL

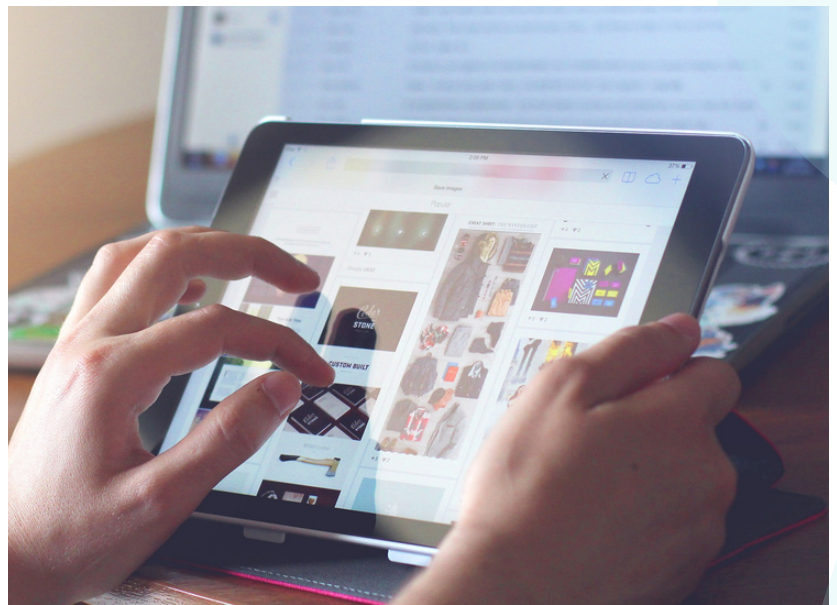
¿Qué es la transformación digital?

La transformación digital es la utilización de tecnologías digitales para optimizar procesos, y gestionar cambios en todos los sectores de la sociedad, siendo el capital humano el principal catalizador de dichos cambios y su relación con el entorno tecnológico. Si bien existen proyectos demandantes que involucran la transformación de todas las áreas de un sector, existe también la transformación digital a menor escala que involucra la activación rápida de un proyecto. Por ejemplo, en el caso del sector salud, la facilidad con la que muchas entidades activaron la opción de teleconsulta.

La transformación digital no es un concepto nuevo. Sin embargo, desde que se originó la pandemia del COVID-19 en muchos sectores este proceso se aceleró. Como medida de contingencia en más de 120 países del mundo se decretaron cuarentenas con el fin de mitigar el impacto de la pandemia y de evitar el colapso de los sistemas de salud.

Dichas cuarentenas obligaron a diversos sectores a transformar sus dinámicas tanto a nivel social, como económico y cultural. El COVID-19 al ser una crisis de salud pública ha desestabilizado casi todos los sectores de la economía, pues desde que inició la pandemia se han desatado otros problemas: desde una perspectiva social la desinformación, y el temor generalizado han impactado en la vida cotidiana de miles de personas. Desde una perspectiva económica son muchos los sectores afectados y una de las consecuencias es el aumento considerable del desempleo. Por dar un ejemplo, según la OIT, en Latinoamérica y El Caribe 41 millones de personas han perdido su empleo.

Una de las alternativas que encontraron muchos sectores para seguir operando fue implementar proyectos rápidos de transformación digital, que por lo menos garantizarán una nueva oportunidad de mantener relaciones con sus usuarios.



Sobre la transformación digital en salud



Hablar de transformación digital en salud puede ser un tema muy amplio que puede involucrar desde gobiernos, instituciones internacionales, hasta empresas privadas, fundaciones etc. Por lo tanto, hemos estructurado una serie de blogs que se estarán desarrollando en las próximas semanas y que pretenden cubrir de una manera amplia lo que se necesita planear para implementar un proyecto de transformación digital, ya sea tan demandante como la transformación de una política en salud, como algo más pequeño como el diseño y la ejecución de una aplicación móvil.

Con lo anterior, hemos identificado siete áreas que se deben estudiar y estructurar para un proceso de transformación digital exitoso. Algo que tienen en común estas siete áreas es la formación de capital humano competente. Pues son las personas, las que culturalmente deben adaptarse culturalmente y tecnológicamente hacia la digitalización.

7 áreas a considerar

1. Gestión del cambio
 2. Competencias Digitales
 3. Transformación de la cadena de suministro (Supply chain)
 4. Design Thinking en procesos de salud
 5. Business Intelligence (Uso de datos)
 6. Implementación de metodologías ágiles
 7. Comunicación y Marketing Digital
-

Transformación Digital en Salud: I Gestión del cambio



Ana es la gerente de la clínica LATAM, esta clínica ubicada en una isla del Caribe decidió implementar una aplicación que permite registrar a manera de bitácora cada cambio que vive una mujer en estado de gestación. Como una estrategia para mejorar la salud materno-infantil en la isla. Adicional a eso, la clínica compró 600 teléfonos inteligentes para entregar a las mujeres de la isla de manera gratuita, con el fin de completar esta misión.

Ana, tenía el listado de las mujeres en estado de embarazo y decidió visitarlas y entregar el teléfono inteligente ella misma. Dentro de su plan de cada visita estaba enseñar a las mujeres qué y cómo registrar su bitácora. En paralelo, en la clínica LATAM los especialistas en gestión materno-infantil y obstetricia rotan cada dos semanas de isla, por lo que las mujeres rara vez inician y finalizan su proceso con el mismo especialista. Además, el proceso de capacitación de los especialistas en la interpretación de los datos emitidos por la aplicación era a través del tutorial de la misma.

Luego de tres meses de haber entregado los teléfonos celulares y de haber tenido las primeras consultas los resultados fueron los siguientes:

- Las mujeres registraron la bitácora durante los primeros tres días
- El especialista de turno saltaba el tutorial y perdía mucho tiempo en encontrar los datos
- No se establecieron indicadores de gestión para medir si el proyecto mejoraba la salud materno-infantil

¿Qué sucedió?

Ana implementó un programa que pretendía mejorar la salud materno infantil en una isla del Caribe, quería que a través de la aplicación desarrollada las gestantes registraran su día a día en el embarazo y pudieran identificar signos de alarma fácilmente. Sin embargo, entregar una tecnología no es suficiente si no se entrena primero y se estudia previamente las necesidades del público objetivo.

¿Qué pasos se deben seguir?

Lo primero es entender la definición de gestión del cambio:

La capacidad de una organización de adaptarse a un entorno volátil y de incertidumbre, en donde lo principal es promover una actitud resiliente en las personas, y lograr que estas abracen dicha adaptación de una manera orgánica. Ahora bien, vamos a analizar la situación liderada por Ana con los 3 inconvenientes enunciados:



Si tenemos en cuenta que las mujeres gestantes de la isla antes no tenían acceso a un teléfono inteligente se debió:

- Concientizar primero sobre el proyecto, hablar de los beneficios y empoderarlas sobre la importancia del cuidado de su embarazo.
- Encuestar qué tan dispuestas estaban las mujeres de completar la bitácora. *Fundamental para establecer indicadores de gestión.
- Programar sesiones de capacitación (al menos durante el primer mes) sobre el manejo de la herramienta y sobre la importancia de la constancia en completar la bitácora.
- Enseñar a las gestantes a poner recordatorios en su teléfono inteligente así el proceso de bitácora será más constante. *Expandir el uso de la tecnología.

A pesar de que los especialistas nunca eran los mismos, se debió:

- Capacitar en el manejo de la aplicación.
- Enseñar a interpretar los datos. Promover comunicación directa con las gestantes vía la aplicación.
- Establecer un único proceso en la recopilación e interpretación de la información, así sin importar quién fuera el especialista, podía interpretar la información de acuerdo a la última actualización.

No se establecieron indicadores de gestión, por lo cual se debió:

- Si bien es importante establecer una meta macro sobre lo que se necesita lograr con el proyecto, el primer paso es acercarse al público objetivo, encuestar y entender si es un proyecto aplicable y viable.
- Planear para pivotear: el proyecto debe tener la capacidad de adaptarse de acuerdo a los cambios en el entorno, sin perder la meta principal y el uso efectivo de la tecnología.

La gestión del cambio es primordialmente un proceso cultural, que involucra a todas las partes interesadas, así como a la entidad promotora. La tecnología sin apropiación y sin objetivo no será efectiva.

Transformación Digital en Salud : II Competencias Digitales

Continuando con nuestra serie de Transformación Digital en Salud, es momento de hablar de nuestro segundo tema “competencias digitales y el futuro del trabajo” como uno de los programas obligatorios que hay que entender e implementar a la hora de hablar de transformación digital.

Desde hace un tiempo, se ha venido hablando de la importancia de formar profesionales con habilidades digitales. Un nuevo mundo requiere de nuevas habilidades y nuevos aprendizajes. Hoy en día, las organizaciones – más que nunca – necesitan capacitar continuamente a sus equipos de trabajo debido al constante cambio del panorama del aprendizaje y el desarrollo. Para ofrecer una experiencia de aprendizaje moderna no solamente necesitan invertir en tecnología, también necesitan crear una cultura de aprendizaje que motive a las personas a potencializar sus habilidades.

Veamos:

Ana, además de ser la gerente de la clínica LATAM es parte de la junta directiva de la facultad de medicina de la universidad de la isla. Dentro de su rol está estructurar el programa de medicina, enfermería, bacteriología e instrumentación quirúrgica. Como parte de su plan para el I semestre de 2021, está reestructurar ciertos cursos con el fin de promover competencias digitales en los nuevos profesionales

En la nueva malla curricular, Ana propone:

- Fomentar el aprendizaje permanente (Lifelong learning): se reevaluarán constantemente las habilidades necesarias en el mercado laboral y los trabajadores deberán buscar rápidamente la forma de desarrollarlas y actualizarlas. En el caso de la salud, todo el tiempo está evolucionando y hay nuevos aprendizajes a diario. Es importante que no solo los profesionales de la salud estén a la vanguardia de los contenidos sino también habilidades digitales en pro de la experiencia del paciente.
- Promover el aprendizaje autónomo: con el fin de poder colaborar. Es importante que los profesionales de la salud investiguen y se formen de manera autónoma en ciertas áreas específicas de interés.
- Establecer relaciones con las entidades de salud para estén en la capacidad de ofertar cursos de educación continua en el lugar de trabajo.



Asimismo, identificó las siguientes habilidades necesarias, para que la próxima generación de profesionales de la salud pudiera adaptarse rápidamente ante cualquier cambio volátil en la sociedad, o ante un proyecto de transformación digital en sus lugares de trabajo:

Trabajo en equipo: En un mundo cada vez más conectado, donde los trabajos se orientan cada vez más al trabajo en equipo, es vital poder interactuar de manera constructiva con personas con diferentes habilidades y puntos de vista, así como ser capaces de incorporar esas distintas perspectivas.

Colaboración virtual: Muy útil en la nueva normalidad al momento de hablar de teleconsulta, o de tele cirugía o de segunda opinión remota.

Alfabetismo digital: Nuevos tipos de medios, tecnologías y herramientas requieren que los profesionales se muevan fluidamente en estos nuevos contextos, con el fin de entender cómo recibir información para luego interpretar el mundo.

Pensamiento transdisciplinario: Algunos de los avances más interesantes de los últimos años se han producido en ambientes interdisciplinarios, los profesionales de salud deben trabajar con profesionales provenientes de ingeniería o ciencias humanas para realmente lograr tanto innovación tecnología como cambios beneficiosos a nivel cultural.

Comunicación: La comunicación es un clásico, pues una comunicación efectiva, tanto oral como escrita, seguirá siendo imprescindible en los trabajos del futuro. Y eso incluye el dominio de idiomas extranjeros.

En esta ocasión, Ana tuvo la visión necesaria para reaccionar oportunamente y cambiar el rumbo académico de los profesionales de la salud de la isla.

Este paso se debe considerar como el número 0 pues es importante que los profesionales de hoy sean fuertes en las habilidades anteriormente descritas. Aquí el reto recae sobretodo en las facultades e instituciones educativas, que necesitan adaptarse al nuevo entorno y asegurarse de que sus egresados cumplan con dichas características.



Transformación Digital en Salud: III La Cadena de Suministro



Digitalizar la cadena de suministro en procesos de salud suele estar fragmentado por el gran número de actores e instituciones involucradas en un solo proceso. Sin embargo, nos podemos enfocar en procesos menores que empiecen a transformar la experiencia de los pacientes. Iniciemos definiendo...

¿Qué es la Cadena de Suministro?

La definición más sencilla de cadena de suministro o Supply Chain es el sistema integrado de organizaciones, personas, información, recursos, actividades y procesos para entregar un producto o servicio a un cliente. En transformación digital en salud, la cadena de suministro puede entenderse desde un sinnúmero de perspectivas, desde el ingreso de un paciente a un hospital, hasta la programación de una cirugía, los cuidados en observación, la aplicación de medicamentos, etc. Hasta procesos mucho más sencillos, como la programación de una teleconsulta, la entrega de algún medicamento, una actualización en la historia clínica electrónica de un paciente, etc. Ejemplifiquemos:

Anna, nuestra gerente de la clínica LATAM en una isla del Caribe, decidió implementar un servicio de telefarmacia para pacientes crónicos.

De esta manera, promovería el autocuidado y evitaría que dichos pacientes se pusieran en riesgo saliendo a la calle en tiempos de COVID-19.

El servicio de telefarmacia pretendía hacer la entrega de medicamentos por domicilio, una vez las personas subieran a un sistema un documento emitido por el médico quien autorizaba la prescripción del medicamento.

En este caso la cadena de suministro en la entrega del medicamento se transformó hacia lo digital de la siguiente manera:



1. El paciente programaba una teleconsulta con su especialista.
2. El médico especialista a través de la llamada hacía la prescripción del medicamento.
3. Al correo electrónico del paciente llegaba la fórmula que debía subir al sistema de telefarmacia de la clínica LATAM.
4. El paciente hacía el registro en el sistema enviando la fórmula médica autorizada.
5. La telefarmacia de la clínica LATAM recibía la solicitud.



Aquí la digitalización de la cadena de suministro pasa a un actor B, e involucra a las personas de las farmacias, así como los laboratorios y los procesos de logística para la entrega. Veamos:

6. El personal de alistamiento recibe la fórmula del paciente, toma de la estantería el medicamento, informa al laboratorio cuántas unidades de ese medicamento le quedan disponibles, para que el laboratorio y su personal de logística preparen el siguiente lote de abastecimiento.
7. Otro miembro del personal de alistamiento, recibe el paquete que se enviará por domicilio, añade una guía de seguimiento y lo entrega al responsable de la empresa de mensajería.
8. En paralelo, el paciente recibe un mensaje a su celular con la guía de entrega y puede hacer seguimiento para estimar fecha y hora de entrega de su paquete.
9. En caso de un retraso, se abría un chat o se llamaba al paciente para informarle.

El servicio de telefarmacia de la clínica LATAM cumple con los plazos establecidos, y entrega oportunamente los medicamentos a sus pacientes.

¿Qué podemos aprender de Ana y de su proyecto de telefarmacia?

Algo clave que hizo Ana fue involucrar a todos los actores involucrados en el proceso. Si bien tenía muy claro cómo quería que funcionara su Telefarmacia, no hubiera tenido éxito si hubiera eliminado y no hubiera comunicado oportunamente los procesos que se debían digitalizar con el laboratorio, y la empresa de mensajería. Además, desde un principio comunicó a los médicos como prescribir por teleconsulta, y diseñó un sistema tan fácil de usar que cualquier persona dentro de la isla podía cargar la fórmula médica en segundos.

¿Qué la llevó a tener éxito?

Ponerse en los zapatos del paciente, ponerlo en el centro y pensar en todos los puntos de contacto posibles. Pensó primero en todo los posibles dolores de cabeza y planteó una solución para cada posible error. Comunicó oportunamente a todos los agentes y se aseguró de usar tecnologías amigables con cualquier usuario sin importar alguna condición. Nuevamente, la transformación digital en salud, tendrá éxito si se pone en el centro y como meta ofrecer la mejor experiencia al paciente.

Transformación Digital en Salud: IV Design Thinking

Continuamos con nuestra serie de transformación digital en salud y es momento de hablar de uno de los temas que facilitan la innovación y además promueven una resiliencia en la cultura de cada organización, permitiendo a los actores involucrados adaptarse fácilmente a las nuevas metodologías.

En el caso específico de la salud el uso del Design Thinking puede ser usado para la mejora de la experiencia del paciente. Sin embargo, iniciemos aclarando:



¿Qué es Design Thinking?

En términos sencillos design thinking es una metodología que promueve el pensamiento creativo e innovador y está orientada a la co creación de soluciones con los usuario finales. Además, debido a su naturaleza esta metodología está en constante prueba y cambio con el fin de optimizar los procesos, ejecuta mínimos productos viable de manera muy ágil lo que le permite instaurar mejoras de manera inmediata.

Pero ... Cómo aplica Design Thinking en salud

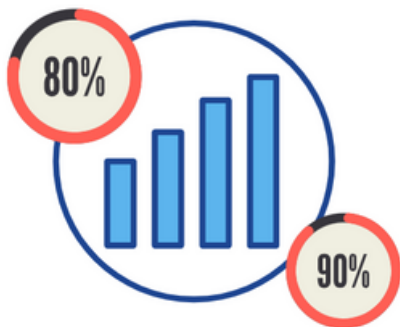
Vamos a entender cómo implementar esta metodología a través de nuestra protagonista de la serie Ana, a quien ya hemos conocido por ser la gerente de la clínica LATAM en una Isla del Caribe.

Ana notó que muchos de sus pacientes no lograban cumplir las citas médicas programadas, muchas veces por olvido, porque llegaban tarde, por condiciones climáticas, etc. Esto afectaba el funcionamiento de la clínica LATAM porque cuando un paciente faltaba los médicos pasaban tiempo muerto. Además, Ana encontró que los pacientes que regularmente perdían sus citas médicas tenían más posibilidades de padecer alguna condición, que sin la identificación oportuna podía ser más difícil de tratar más adelante. Por lo que lograr que el porcentaje de citas médicas pérdidas bajara se volvió un reto.

Ana decidió implementar una metodología de Design Thinking entre que llamó “soluciones centradas en el paciente” se trataba de implementar una serie de encuestas en todo el proceso por el que pasaba un paciente desde la llegada a su centro médico.

- En la entrada del centro médico dispuso un tótem con 5 botones para calificar la experiencia de llega. Siendo 1 muy difícil a 5 muy fácil.
- Pidió llenar una encuesta sobre la satisfacción en los tiempos de espera y en la atención del profesional de servicio, quien se encargaba de registrar al paciente antes de entrar a la consulta médica.
- Al finalizar la consulta médica, enviaba una encuesta al celular del paciente sobre la atención recibida por parte del médico.

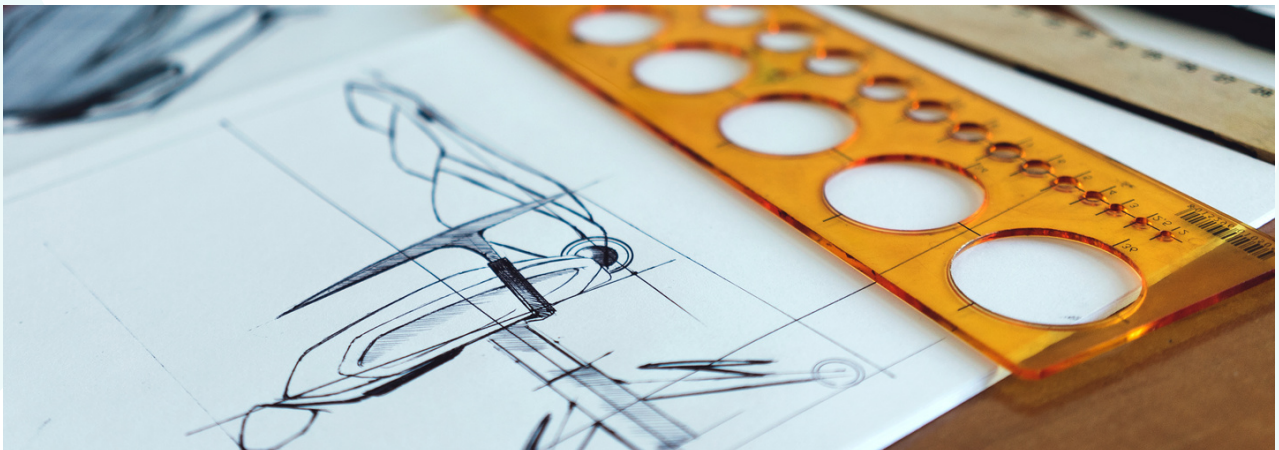




Luego de recopilar estos datos por 3 semanas llegó a 3 conclusiones:

- El 60% de los pacientes no se necesitaba desplazar a tomar una cita médica de rutina o de control.
- El tiempo de espera se podría minimizar en un 80% si se utilizaba una aplicación en el que el mismo usuario solicitará y pagará su consulta.
- El 80% de las personas estaría de acuerdo con hablar por teléfono con el médico y dependiendo de el caso el médico podría agendar una segunda consulta para un examen físico. Lo que ahorraría mucho tiempo, y realmente daría prioridad a pacientes con sospechas.

Con esos tres resultados en mente, decidió implementar teleconsultas. Lo cual alivió la afluencia de público en un mismo lugar, los tiempos de espera, y lo mejor solución a el problema de la pérdida de citas, pues con una sola llamada por teléfono, el doctor decidía pasos a seguir: ya fuera programar un examen físico, ordenar unos exámenes de laboratorio u otros.



La metodología Design Thinking pone en el centro de la experiencia al paciente, entiende los puntos de dolor en un proceso y los trata de solucionar. En este caso, para la clínica LATAM haber incorporado la teleconsulta antes de COVID-19 fue un paso ganador, pues al desatarse la crisis sanitaria, la clínica podía seguir operando como antes.

Si en algún punto la teleconsulta deja de funcionar, volver a activar la metodología de Design Thinking va permitir identificar aspectos a mejorar, y permitirá ejecutar pruebas que darán resultados primarios de qué tan exitosa será la nueva experiencia para el paciente.

Transformación Digital en Salud: V Business Intelligence



Al hablar de Transformación Digital en Salud es necesario tener en cuenta un área que día tras día crece más e impacta cada vez más a más industrias y sectores. Business Intelligence o inteligencia de datos, es una de las áreas en las que más se debe prestar atención si se quieren tomar decisiones basadas en la evidencia.

En otras palabras, el procesamiento de datos e información en el cuidado de la salud busca potencializar procesos como: cuidado clínico, operaciones administrativas y financieras que se traduzcan en recortar costos innecesarios y por el contrario enfocarse en ofrecer la mejor experiencia posible al paciente.

Pero... ¿Qué es Business Intelligence?

La inteligencia de los datos o Business Intelligence (BI) propone el uso de tecnología para procesar grandes volúmenes de información con el objetivo de sacar conclusiones y reportes que permitan tomar decisiones para la mejora de procesos y de experiencias, en el caso de la salud, en la experiencia del paciente.

Ejemplifiquemos:



Nuestra gerente de la clínica LATAM, Ana, decidió implementar una de las tecnologías de BI más comunes. Basada en la realimentación de los pacientes quería optimizar los tiempos de espera para solicitar una cita con un médico especialista y quería simplificar los procesos de papeleos y firmas.

El software de BI, fue configurado por un ingeniero especialista, y emitía reportes y tableros muy fáciles de interpretar. La información era procesada por el software y daba algunas recomendaciones para la toma de decisiones.



Luego de procesar varias encuestas de satisfacción de los pacientes, Ana encontró:

- Comunicarse con la línea de atención para solicitar una cita con el especialista era muy complicado. Era muy difícil que una operadora atendiera, e incluso podían pasar entre 20 a 30 minutos en espera.
- La agenda de los especialistas estaba muy ocupada, pues tenían un espacio de 30 minutos con cada paciente, lo que generaba que el médico atendiera un promedio de 14 pacientes por día. Esto hacía que los pacientes tuvieran que esperar meses para una cita especializada.



Gracias al software de BI, Ana interpretó la información en tiempo record, y pudo actuar rápidamente para mejorar los procesos. De esta manera, gracias al uso de los datos, en la clínica LATAM se implementó:

- Aplicación clínica LATAM. La aplicación disponible en teléfonos móviles inteligentes, puede ser fácilmente descargada y a través de ella solicitar directamente citas con especialistas. Esto logró que la línea de atención telefónica se descongestionara en un 50%.
- Implementación de la teleconsulta: con el objetivo de ampliar la capacidad de atención por parte de los especialistas, implementaron la teleconsulta como una opción para primera consulta, (el médico identificaría la necesidad real del paciente), y para seguimiento, (interpretación de exámenes especializados, otros). Esto aumentaría, la capacidad de atención en un 50%.

Como hemos venido estudiando, la transformación digital en salud debe poner en el centro al paciente y cómo mejorar sus experiencias. En este sentido, y gracias al uso de tecnologías BI, y metodologías de Design Thinking, la clínica LATAM ha podido descongestionar los tiempos de espera por la línea telefónica, aumentó la capacidad de atención de los pacientes y sin duda los pacientes están disfrutando de una experiencia que favorece su calidad de vida.

Transformación Digital en Salud : VI Metodologías Ágiles

Continuamos con nuestra serie de Transformación Digital en Salud, y es el momento de hablar de la implementación de metodologías ágiles. Muy conocidas en el desarrollo de tecnología hacen referencia a: la gestión de un proyecto dividido en pequeñas partes con entregables semanales, supremamente útil para observar de manera cercana el progreso de un proyecto o la optimización de un proceso. Las metodologías ágiles más populares son Kanban y Scrum y hoy día, debido a su beneficios para organizar el trabajo se ha expandido a otros sectores como en el caso de la salud.

Metodologías ágiles en el cuidado de la salud:

Ahora más que nunca, las soluciones innovadoras en salud han cobrado una mayor relevancia. Con la propagación del COVID-19 en todo el mundo, los profesionales de la salud necesitan implementar métodos más eficientes de gestión de procesos en la atención médica para resolver las necesidades de los pacientes de una manera más eficiente. Ya sea en hospitales, clínicas, farmacias y laboratorios, la demanda de respuestas más rápidas y una mejor productividad es esencial. Además, en situaciones en las que los miembros del equipo deben organizarse por sí mismos y poder responder a los cambios rápidamente, la gestión ágil de proyectos es una solución muy necesaria.

Beneficios de las metodologías ágiles en salud:

Para ilustrar algunos de los beneficios de las metodologías ágiles en salud vamos a contar lo que Ana, nuestra protagonista de la serie, y gerente de la clínica LATAM nos aconseja luego de implementar una de ellas:

Fomenta la innovación



Con la creciente demanda de mejores soluciones de salud y servicios médicos, es importante que las empresas de atención médica innoven. Ya sea para mejorar sus procedimientos de atención de pacientes, adquirir suministros y equipos médicos o manejar mano de obra para garantizar la disponibilidad constante de personal médico, la innovación es necesaria. Con la implementación de una gestión ágil de proyectos, los hospitales y las empresas relacionadas con la salud pueden comprometerse a mejorar continuamente sus procedimientos para poder brindar soluciones de calidad a quienes las necesitan.

Mejora la comunicación



Las líneas de comunicación claras son cruciales en el campo médico. Con una mejor manera de comunicarse entre médicos, enfermeras, tecnólogos médicos, farmacéuticos y otros profesionales en una empresa de atención médica, es más fácil compartir detalles importantes entre los casos de los pacientes, las necesidades de atención primaria, la gestión de la salud y más. El uso de metodologías ágiles fomentan una comunicación clara, lo que puede ayudar a eliminar el ir y venir innecesario, acortando el tiempo necesario para entregar información importante sobre cualquier caso médico específico.

Adopción del cambio



Con una gestión de proyectos ágil, puede mejorar la forma en que completa las tareas y hacer frente fácilmente a la demanda en constante cambio de la industria. Por ejemplo, si está buscando acelerar sus servicios de atención de emergencia, es posible que desee considerar implementar una de estas metodologías para asegurarse de que la carga de trabajo se nivele en todas las estaciones de la sala de emergencias. Esto puede ayudarlo a asegurarse de brindar servicios de atención médica de calidad y abordar las inquietudes de sus pacientes de emergencia lo antes posible.

Con lo anterior es evidente que el uso de metodologías ágiles no solamente aplica en la implementación de una tecnología. Por el contrario busca optimizar la experiencia del paciente con los recursos existentes, simplificando procesos, nivelando cargas laborales, potencializando recursos. El punto aquí es reorganizar el trabajo y hacerle seguimiento para evaluar cómo se puede seguir transformando o qué cambios se deben instaurar para mejorar la atención al paciente.



Transformación Digital en Salud: VII Marketing Digital y Comunicación

Marketing en salud

En los términos más sencillos hace referencia a las tácticas y acciones que realiza un centro médico, una clínica o hospital, un laboratorio o una farmacia para ganar la confianza de los pacientes. Procurando que ellos se sientan respaldados y buscando ganar su confianza. Con lo anterior la entidad ganará: reputación de marca, reconocimiento como un lugar centrado en el paciente, y por lo tanto será capaz de brindar una experiencia de paciente excepcional.

Pero ... ¿a qué hace referencia?

El componente de marketing digital en un proyecto de Transformación Digital en salud, es quizá el más sencillo, rápido y costo efectivo a la hora de ponerlo en marcha. Es cuestión de trabajar con los medios ya existentes, como redes sociales, website, canales de mensajería instantánea, entre otros con el fin de facilitar procesos o de compartir información relevante para el usuario o paciente. Algo clave aquí, es la constante estrategia de comunicaciones, teniendo que ser transparente, efectiva y frecuente.

Ahora bien, conozcamos qué acciones precisas realizó Ana, nuestra protagonista de la serie y gerente de la clínica LATAM, en una isla del Caribe.

Ana, necesitaba que la clínica LATAM, y sus laboratorios inscritos emitieran información que educara y desmintiera mitos del COVID-19. Adicionalmente, necesitaba responder a la creciente demanda de preguntas y respuestas por parte de su base de pacientes, quienes se sentían con temor sobre la situación que estaba apenas iniciando con la pandemia.

La gerencia de comunicaciones y marketing de la clínica aconsejaron a Ana sobre las siguientes acciones puntuales:

Desarrollar el perfil de paciente o “Patient Persona” y emitir una serie de mensajes clave dependiendo el perfil:



Una de las acciones más comunes en marketing es identificar el perfil del usuario, o en este caso del paciente – información de contacto básica, quehacer, hobbies, condiciones médicas, etc – con esta información serían capaces de crear una caja de mensajes clave personalizados que educaran y que tranquilizaran a pacientes con alguna condición específica. Ejemplo: A los pacientes con EPOC se les hacía llegar la información que necesitaban sobre prevención, protección y cuidado relacionada al COVID-19 para su condición específica.

Marketing de contenido:

En las primeras semanas de pandemia, la desinformación y el miedo se apoderaron de la isla. La clínica LATAM, y sus laboratorios inscritos crearon un Blog y un canal de video en la aplicación de la clínica para crear contenido que educara y desmitificara sobre la situación causada por COVID-19. Si las personas ingresaban a la aplicación o al website de la clínica o los laboratorios, lo primero que veían era un video de Ana, informando y educando sobre lo que tenían que tener en cuenta los usuarios, o los pacientes con alguna comorbilidad.

Igualmente, se aseguraban de publicar constantemente en redes sociales y algo importante fue la generación de contenido sobre salud mental, esto con la finalidad de cuidar esta área tan importante en los habitantes de la isla.

Finalmente, desplegaron información impresa por toda la isla, incluyendo paraderos de buses y metro, con el fin de asegurar un despliegue informativo.



Comunicación multicanal:



Debido a la creciente demanda de consultas y llamadas tenían que asegurar poder respuesta a todas las personas. Adicional a los canales tradicionales como las líneas telefónicas o el mismo chat de la aplicación. Crearon un asistente virtual por WhatsApp que guiaba la conversación con el usuario y dependiendo de sus respuestas le brindaba el contenido que necesitaba o lo transfería a un asesor. También, dispusieron de un equipo que respondía preguntas por las redes sociales.

A casi 9 meses de haberse decretado una emergencia sanitaria por COVID-19 en la mayoría de países de Latinoamérica y El Caribe, se dice que el principal impulsor de transformación digital en la mayoría de sectores, fue precisamente el virus. Sin embargo, también se sabe que el alcance de la transformación digital puede ser estimado de acuerdo a una necesidad muy puntual. Lo que definitivamente tiene en común todas las posibilidades de transformación es poner al paciente en el centro de todo proceso para así mejorar su experiencia y por ende su calidad de vida.



Luego de conocer todos los esfuerzos de Ana por digitalizar varios de los procesos de la clínica LATAM, la conclusión general es poner al paciente en el centro de todos los procesos con el fin de mejorar su experiencia y por ende su calidad de vida. Crisis como la causada por COVID-19 dejó varios aprendizajes, y creemos que no es necesario embarcarse en proyectos gigantescos de digitalización. La transformación digital en salud puede ser tan sencilla como se quiera plantear, lo importante es entender el contexto, el acceso tecnológico de los usuarios finales, y lo más importante, el acercamiento cultural que se necesita tener con las comunidades para ser exitosos.