

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 experiencia¹ que viven los pacientes en ella.

Objetivo

Conocer las características de los pacientes que van a la FC y definir los perfiles de pacientes más comunes en la misma.

Material y métodos

Se realizaron 66.469 encuestas al paciente en 626 FCs incorporando y 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 relevantes²:

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 previamente mediante focus groups con farmacéuticos y pacientes, 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

Características demográficas y circunstanciales de los pacientes que asisten a la FC



Basado en las variables anteriores, se encontraron **3 perfiles de pacientes** más comunes en la FC:



AUTOCUIDADO

- Mayor frecuencia: 35-45 años (40% vs. 20%*)
- Se lleva producto de venta libre (100% vs. 29%*)
- Para ellos mismos (100% vs. 65%*)
- Poco vinculados a su FC (39% vs. 51%*)



PADRES Y MADRES

- Mayor frecuencia: 35-45 años (62% vs. 20%*)
- Se lleva producto de venta libre (100% vs. 16%*)
- Para sus hijos (62% vs. 29%*)
- Menos vinculados a su FC (36% vs. 51%*)

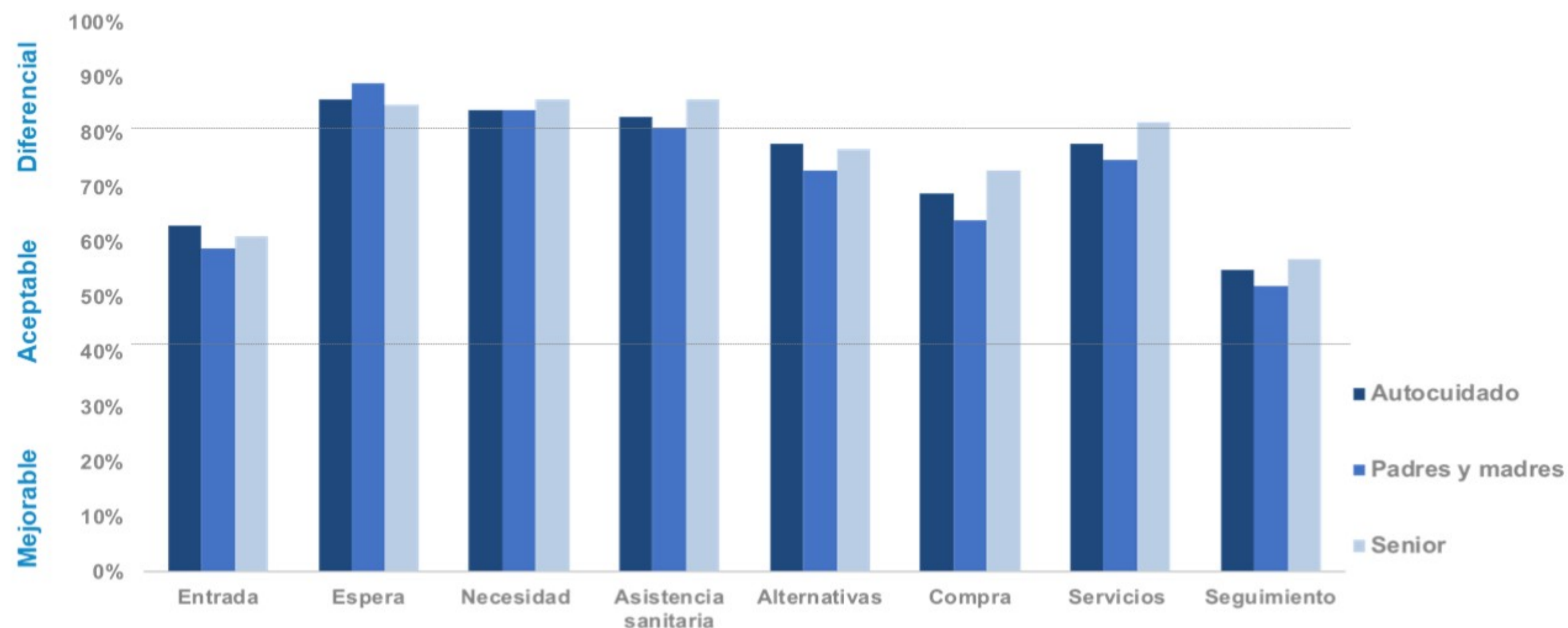


SENIOR

- Mayor frecuencia: +65 años (100% vs. 23%*)
- Buscan medicamento para crónicos (58% vs. 43%*)
- Para ellos mismos (77% vs. 67%*)
- Muy vinculado: acude sólo a una FC (68% vs. 51%*)

* (media del total de población analizada)

Porcentaje de ocasiones en las que el paciente ha encontrado aspectos identificados como importantes para él (eje vertical) **en cada uno de los 8 momentos** (eje horizontal) diferenciando según los **3 perfiles más comunes**:



Conclusiones

- En todos los perfiles de pacientes la **entrada y el seguimiento** resultan momentos clave, **susceptibles de mejora**.
- Existen tres perfiles de paciente diferenciados en la FC, sobre los cuales podrían establecerse las siguientes recomendaciones específicas frente a los otros perfiles, para mejorar el servicio ofertado y la experiencia que vive el paciente:
 1. **Autocuidado:** desarrollar la atención al paciente en el momento de la “**compra**”, asegurando que el paciente confía en el producto que se lleva.
 2. **Padres y madres:** reforzar la atención al paciente en los momentos de “**alternativas**” y “**compra**”, para generar confianza.
 3. **Senior:** Trabajar especialmente en el momento de la “**espera**”, reforzando el estrecho vínculo paciente-farmacéutico previamente identificado.

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

1. Hacia la excelencia en Experiencia de Cliente. II informe sobre la madurez de la Experiencia de cliente en España. BCG (The Boston Consulting group y Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de cliente (2015).

2. 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.