

Una Guía para lograr un Servicio de Farmacia Hospitalaria más humanizado

ÁLVAREZ-DÍAZ A

Jefa de Sección del Servicio de Farmacia Hospitalaria. Hospital Ramón y Cajal. Madrid (España)
Coordinadora del proyecto de la SEFH "Guía de Humanización de los Servicios de Farmacia Hospitalaria"

Fecha de recepción: 24/03/2019 - Fecha de aceptación: 25/03/2019

"Al final, lo que importa no son los años de vida, sino la vida de los años"
(Abraham Lincoln)

En el editorial "Humanizando la atención farmacéutica desde la Farmacia Hospitalaria"¹, publicado en el número 28 de esta revista, los doctores Enrique Soler y Dolores Barreda, miembros del grupo ETHOS de la SEFH, describen como en los últimos años ha aflorado el protagonismo que la humanización tiene en la atención sanitaria y la posicionan como una "cuestión ética que tiene que ver con los valores que conducen nuestra conducta en el ámbito de la salud", siendo clave para proteger la dignidad de las personas.

Por su parte, el presidente de la Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria, Miguel Ángel Calleja, piensa que "nuestra profesión ha estado desde siempre orientada a la humanización y en su origen está dar respuesta a las necesidades individuales de cada paciente y adaptar el tratamiento a las mismas. Diariamente realizamos una gran cantidad de actividad atendiendo a miles de pacientes, con un elevado nivel de cualificación. Ahora nuestro reto es diseñar los procesos poniendo el foco en sus necesidades emocionales". Este pensamiento le llevó a impulsar el pasado año, la elaboración de una Guía de Humanización de los Servicios de Farmacia Hospitalaria, que se publicará en los próximos meses, que he tenido el privilegio de coordinar.

Es indudable que los farmacéuticos queremos poner al paciente en el centro de nuestros servicios. Por ello cuando diseñamos los procesos pensamos en qué es lo mejor para los pacientes, pero ¿cómo se pone el paciente en el centro?, ¿qué significa un Servicio centrado en el paciente?, ¿sabemos realmente qué necesitan los pacientes más allá de los aspectos puramente técnicos o científicos?, ¿lo estaremos consiguiendo? Debemos hacernos estas preguntas de la forma más honesta y autocrítica posible.

Desde mi punto de vista, poner el foco de nuestra actividad en el paciente requiere una metodología. En el sector industrial conocer las necesidades de los clientes es crítico para el éxito o el fracaso de las empresas. Métodos como el "diseño centrado en las personas" se han posicionado como herramientas imprescindibles en la transformación de las empresas para crear mejores experiencias mediante el conocimiento y la comprensión de las necesidades de los clientes. Este planteamiento implica incorporar activamente a los clientes en el diseño de los procesos y productos.

Cuando desde la SEFH se planteó la necesidad de elaborar esta Guía, no dudamos en que trasladar esta metodología al proyecto nos ayudaría a conocer en profundidad

y de forma rigurosa las necesidades de los pacientes, ya que sin ello difícilmente podríamos ayudar a que los servicios de farmacia se organicen en torno a las mismas. Para lograrlo se constituyó un grupo de trabajo con farmacéuticos hospitalarios y un equipo de diseñadores expertos en diseño estratégico de servicios y diseño centrado en las personas.

Pero además de incorporar a los pacientes, nos parecía igualmente necesario contar con la opinión de todos los profesionales que influyen en su proceso de atención, tanto del propio Servicio de Farmacia como del resto de servicios implicados, por lo que contamos con médicos, personal de enfermería y farmacéuticos de otros niveles asistenciales, que han participado en diferentes fases del proyecto.

El objetivo principal de esta Guía es lograr un consenso sobre "actitudes, comportamientos y actuaciones" que ayuden a transformar un Servicio de Farmacia en un Servicio humanizado y humanizador y ofrecer una herramienta muy práctica para que cualquier Servicio de Farmacia, sean cuales sean sus características y estado actual, tenga los apoyos suficientes para avanzar en ese camino.

En el planteamiento no quisimos partir "solo" del análisis de los procesos, la detección de los problemas y la búsqueda de soluciones, sino que quisimos dar un paso más, situando nuestro punto de partida en la visión, a dónde queremos o debemos llegar, y la materializamos en ocho Principios de Humanización que nos ayudan a enmarcar el concepto desde un punto de vista estratégico. Después investigamos la situación de partida con dos enfoques: los aspectos relacionados con la humanización del Servicio de Farmacia en general y por otra parte investigamos en cinco áreas de conocimiento que hemos trabajado con pacientes y profesionales (paciente oncohematológico, paciente con enfermedades infecciosas, paciente pediátrico, pacientes con enfermedades raras y paciente crónico complejo). Esta investigación nos muestra las realidades respecto a las necesidades y expectativas de los pacientes en un terreno más allá de lo estrictamente profesional o técnico, en el terreno emocional, y nos permite identificar oportunidades de mejora. Finalmente diseñamos una herramienta que ayuda a posicionar la situación de nuestro servicio en base a los Principios de Humanización, reflejando cuáles son los puntos fuertes y débiles para encaminar acciones e ir mejorando en cada uno de ellos. Para facilitar estas acciones, la Guía cuenta con una batería de ideas concretas, que pueden ponerse en marcha tal como aparecen en la misma o como punto de partida para diseñar soluciones propias, y que están enlazadas a los principios de humanización que pueden ayudar a mejorar.

La fase de investigación e ideación de soluciones consistió fundamentalmente en: jornadas completas de estancia en Servicios de Farmacia de referencia en los que se realizó observación participativa y entrevistas; entrevistas en profundidad a pacientes y profesionales; talleres de co-creación entre farmacéuticos y pacientes y muchas sesiones de análisis y talleres del grupo de trabajo de farmacéuticos y diseñadores.

Es indudable que para afrontar este camino, todo el equipo debe creer en ello y además debemos saber transmitirlo con efectividad a las direcciones de nuestros centros. Por ello creo que es fundamental desarrollar e impregnar al Servicio de Farmacia de una cultura de humanización. Entre otras cosas, deberemos crear el clima necesario para ello, garantizar las herramientas de formación necesarias, e identificar qué miembro/s del Servicio posee/n un “perfil humanizador”, de forma que coordine todas las actividades, vigile y vele por mantener esta posición en cada uno de los pro-

cesos que se diseñen o se modifiquen en el Servicio, manteniendo así el “fuego vivo” en todo el equipo.

Más allá de si la humanización es una moda o no o incluso si es una palabra adecuada, pienso que lo que de verdad importa es que nos creamos su significado –“Humanizar”, según el diccionario de la RAE, significa hacer humano, familiar y agradable a alguien o algo–. Y que nos convenzamos de que es necesario un cambio en la forma de atender a nuestros pacientes, teniendo en cuenta sus condiciones sociales y emocionales.

Nuestro siguiente reto será medir el impacto que esta atención tiene en los pacientes. No sé si se podrá demostrar un impacto positivo en los resultados en salud, pero de lo que estoy convencida es de que la satisfacción de los pacientes crecerá y que nos enriquecerá como profesionales y como personas.

BIBLIOGRAFÍA

1. Soler Company, E. y Barreda Hernández, D. Humanizando la atención farmacéutica desde la Farmacia Hospitalaria. Rev. OFIL-ILAPHAR 2018, 28;4:287-288.