



## O-002 - PATIENT JOURNEY EN CÁNCER DE PULMÓN PARA ESTUDIO DE EXPERIENCIA DE PACIENTES EN UN HOSPITAL DE TERCER NIVEL

Elena Fernández<sup>1</sup>, Ana Isabel Alguacil<sup>1</sup>, Sandra Sansón<sup>2</sup>, Carlos Fraile<sup>1</sup>, Carlos Aguado<sup>1</sup>, Mónica Antoñanzas<sup>1</sup>, Pino Alcántara<sup>1</sup>, Beatriz Morales<sup>1</sup>, María del Mar Esteban<sup>1</sup> y Florentino Hernando Trancho<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Hospital Clínico San Carlos, Madrid; <sup>2</sup>IZO, Madrid.

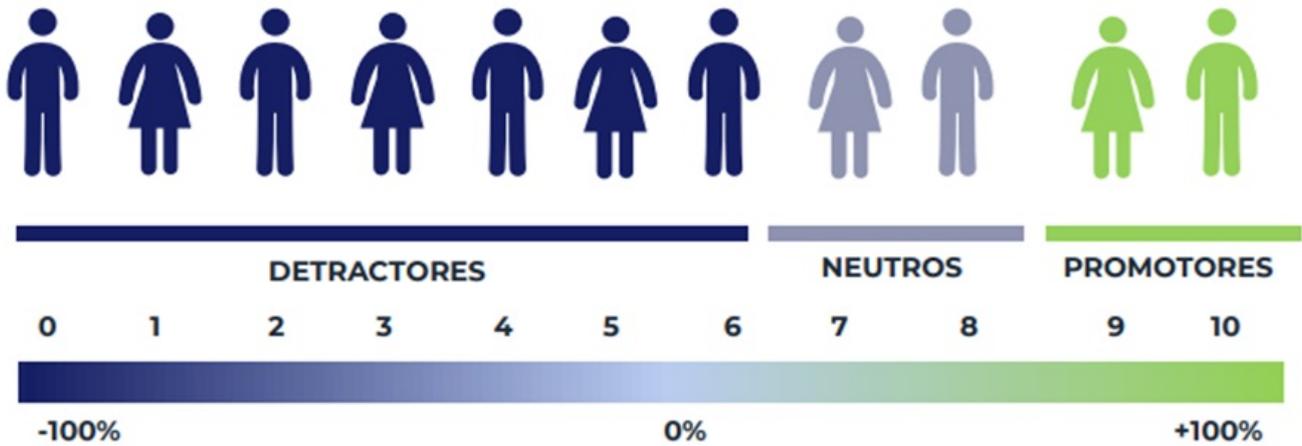
### Resumen

**Objetivos:** Conocer la experiencia que viven los pacientes de cáncer de pulmón desde la sospecha clínica hasta la fase de seguimiento. Identificar los momentos clave y las oportunidades de mejora en el proceso diagnóstico-terapéutico de esta enfermedad en nuestro hospital.

**Métodos:** Se incluyeron 140 pacientes diagnosticados de cáncer de pulmón sin otra patología oncológica con un rango de edad mayoritario de 66 a 75 años (39,7%) y un periodo de seguimiento máximo de 5 años. Recogida de datos: desde octubre 2022 hasta abril 2023. Inicialmente se utilizaron herramientas cualitativas mediante entrevista a 16 profesionales sanitarios y 15 pacientes, asociando cada momento del proceso a las siguientes experiencias: expectativas, importancia, esfuerzo, frecuencia (interacciones repetitivas), factores de satisfacción, factores de insatisfacción y nivel de experiencia. Posteriormente se buscó representatividad de los resultados cualitativos mediante encuesta de experiencia diseñada *ad hoc* que contestaron 125 pacientes (previo cálculo de tamaño muestral representativo), obteniendo resultados cuantitativos. Se calculó el NPS (*Net Promoter Score*), indicador validado a nivel internacional que permite medir el grado de vinculación emocional de una persona con una empresa/institución a partir de las experiencias durante su interacción con ella, cuyo resultado oscila entre -100 y +100, considerándose excelente a partir de +60 (fig. 1). Finalmente, se realizaron dos jornadas completas de observación contextual por personal entrenado incluyendo todas las áreas por las que el paciente transita durante el proceso de la enfermedad. Las experiencias recogidas se representaron en un *Patient Journey*, herramienta de *Visual Thinking* que muestra gráficamente el detalle de la relación que vive el paciente durante las interacciones con el hospital, identificando lo que generamos en él. Se detectaron los MOT (*Moments of Truth*), los MOP (*Moments of Pain*) y las experiencias satélite.

**Resultados:** El NPS resultó en +83,2, siendo el 85,6% de los pacientes promotores del centro, el 12% neutros y el 2,4% detractores. Las principales razones asociadas a este resultado fueron el trato cercano, empático y amable que percibían de los profesionales y la rapidez para iniciar el tratamiento. El *Patient Journey* se dividió en 4 etapas (diagnóstico, tratamiento, seguimiento y resolución de dudas y problemas), detectando 16 MOT, 7 MOP y 4 experiencias satélite (fig. 2). Como puntos de mejora destacaron: la obtención de citas, la infraestructura de algunas instalaciones y el número de profesionales sanitarios y otros recursos médicos.

# NET PROMOTER SCORE (NPS)



**Conclusiones:** Conocer la experiencia de los pacientes en nuestro entorno es factible con el uso de las herramientas adecuadas. La elaboración de un *Patient Journey* permite identificar momentos clave y puntos de mejora. La experiencia de los pacientes con cáncer de pulmón en nuestro centro es excelente y está directamente vinculada al trato humano recibido por los profesionales que les atienden.