



EL PROYECTO SALUD MÓVIL



César Vélez Andrade
Coordinador del proyecto Salud Móvil



Origen:



El Proyecto Salud Móvil se enmarca en la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, y tiene como base la comunicación personalizada con pacientes y profesionales de la salud a través de mensajes de texto SMS de una y dos vías.

- **Impulsado y soportado por la Secretaría de Salud a través Dirección General de Promoción de la Salud.**
- **El proyecto fue financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo.**
- **Coordinado y operado por Funsalud sumando el esfuerzo y experiencia de instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil.**



Objetivos:

Promover modificaciones en los estilos de vida de personas con DM-2, sobrepeso u obesidad a través del intercambio de mensajes de texto SMS.

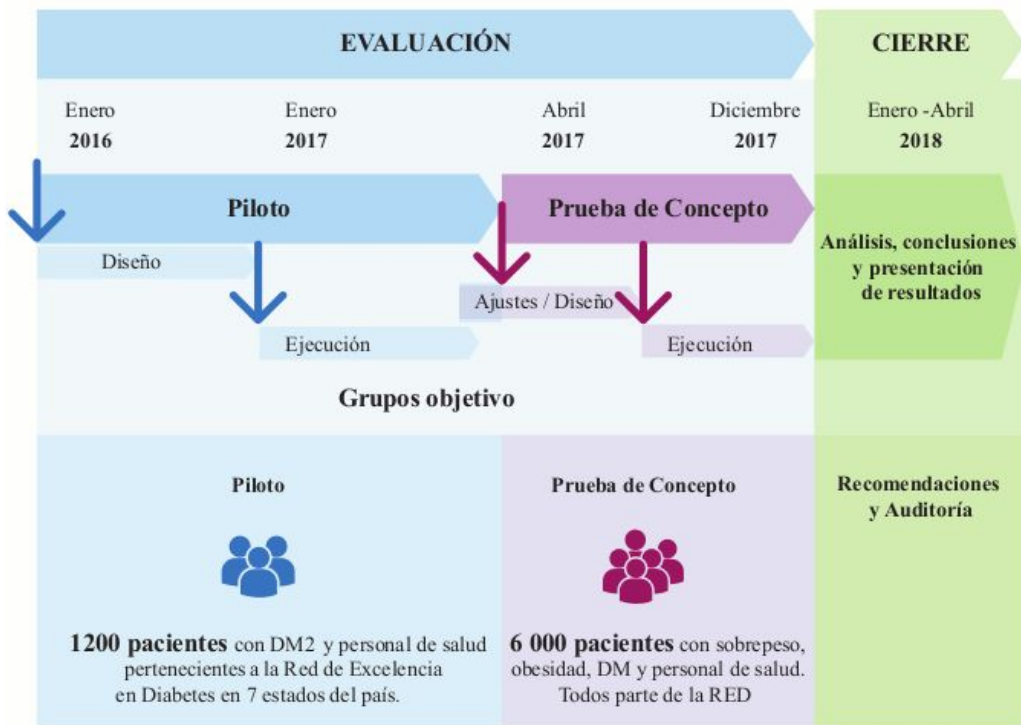
Proveer a las personas información sobre las causas e implicaciones de su condición y orientar en acciones de autocuidado.

Motivar la adopción de hábitos saludables a través de mensajes prácticos, personalizados y periódicos, que les permitan evitar complicaciones.

Identificar y valorar, con base en resultados, los requerimientos para una potencial transformación de proyecto a programa para el sector.



Descripción:



30 centros de salud pertenecientes a la RED, ubicados en 7 ciudades:

Aguascalientes, Ags.
La Paz, BCS
Saltillo, Coah.
Durango, Dgo.
Cd. Guzmán, Jal.
Tepic, Nay.
San Luis Potosí, SLP.

Ejecución: El inicio, datos de contacto con pacientes

1. Se realizaron **5,707 visitas a domicilios**, para obtener los datos de contacto de los pacientes que acuden a los centros de salud participantes.
2. Se **explicó el objetivo de Salud Móvil** y se les invitó a se parte del proyecto.
3. A quienes aceptaron se les aplicó una **encuesta** y se les **orientó** en el proceso de **registro vía SMS**.

Proceso de registro durante el piloto



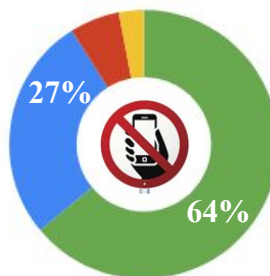
Ejecución. El perfil de los usuarios objetivo

Algunos resultados de la encuesta cara a cara realizada en la primera intervención en campo a usuarios potenciales de Salud Móvil

➤ **Edad promedio: 55.6 años**

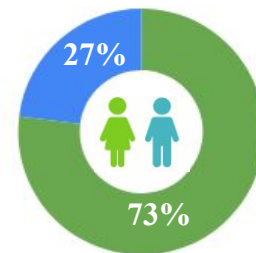
Motivos para no participar

- No tiene celular
- No hay interés
- Otro ->6%
- No lee/escribe ->3%



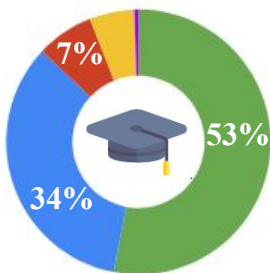
Participantes por sexo

- Mujeres
- Hombres



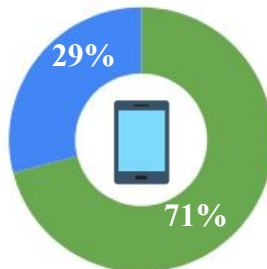
Grado Máximo de escolaridad

- Primaria
- Secundaria
- Bachillerato o carreta corta
- Ninguna ->5%
- Licenciatura ->0.5%



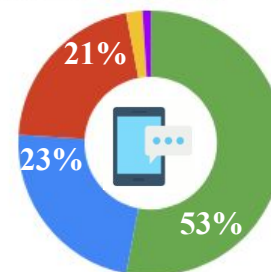
Tipo de celular

- Básico
- Inteligente



Uso de mensajería

- Mensaje SMS
- Whatsapp
- Ninguna
- Facebook ->2%
- Twitter ->1%



Ejecución. Matriz operativa para el desarrollo de mensajes

CONCEPTO	OBJETIVOS		TIPO DE MENSAJE	MENSAJE	EDAD		TIEMPO DE DIAGNÓSTICO		TRATAMIENTO		COMPLICACIONES CRÓNICAS	
	GENERALES	PARTICULARES			- 60 años	+ 60 años	- 5 años	+ 5 años	Insulina	Tx. oral	Con	Sin
Tratamiento con insulina	1. Insulina	1. Informar que es la insulina	Informativo	Inyectarse insulina no es indicador de gravedad, si tu medico te receto insulina es porque es la mejor opcion para ti. Despreocupate!	X	X	X	X	X		X	X
			Informativo	No te dejes engañar: la insulina NO existe en forma de pastillas. Se inyecta de forma subcutanea, es decir, en la capa de grasa debajo de la piel.	X	X	X	X	X	X	X	X
		2. Explicar cómo realizar la administración de insulina: lugares de aplicación, rotar lugar de aplicación	Informativo	1. Como controlas tu diabetes? A: Inyeccion Insulina B: Pastillas C: Ambos. Responde A, B o C. A y C: Bien. Ahora dinos que se debe hacer con la jeringa desechable despues de inyectarte insulina? Responde a) o b) a: Conservar la jeringa, para ahorrar. b: Usar una jeringa nueva. a: Mala idea. No uses la aguja ni la jeringa mas de una vez, su punta puede doblarse y tu inyeccion seria dolorosa. b: CORRECTO. Recuerda que reusar agujas y jeringas es peligroso y puede causarte inyecciones dolorosas. B: Asegurate de cumplir con tus dosis diarias y a la hora indicada. Te ayudaran a sentirte mucho mejor.	X	X	X	X	X	X	X	X

Se definieron 7 temas para los tres grupos objetivo:

- 1) DM2.
- 2) Alimentación correcta.
- 3) Actividad física.
- 4) Tabaquismo/Alcoholismo.
- 5) Información clínica.
- 6) Sobrepeso y obesidad.
- 7) Salud mental.

Y en total 58 conceptos a comunicar.

Ejecución. El diseño de campañas

Semana 1						
Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 6	Día 7
mensaje 1	descanso	mensaje 2	descanso	mensaje 3	descanso	descanso
						
Semana 2						
Día 8	Día 9	Día 10	Día 11	Día 12	Día 13	Día 14
mensaje 4	descanso	mensaje 5	descanso	mensaje 6	descanso	descanso
						

Los mensajes desarrollados se agruparon en campañas las cuales se ejecutaron en periodos regulares de tiempo intercalando un mensaje de una vía seguido de dos mensajes de dos vías.



Ejecución. Algunos indicadores de la Prueba de Concepto

Total de mensajes: **1,552,380**

Enviados: **1,015,680** Recibidos: **236,700**

Total de Registros	Pacientes con DM2		Pacientes con sobrepeso/obesidad		Profesionales de la salud	
	Activos	Baja	Activos	Baja	Activos	Baja
7,487	2,435	107	3,695	282	487	38

Tasa de respuesta a mensajes de 2 vías: Promedio del **40%**

Cómo recibió la gente el proyecto Salud Móvil.

Video testimonial





Resultados de la evaluación de la Prueba de Concepto

Diseño, Análisis e Interpretación de Resultados:

Investigadora Principal:

Dra. Hortensia Reyes Morales

Directora General Adjunta del Centro de información para Decisiones en Salud Pública.

Instituto Nacional de Salud Pública

Co-Investigadoras:

Dra. Clara Juárez Ramírez

Dra. Ma. De la Luz Kageyama Escobar

Principales resultados:



Pacientes con DM2

Pacientes con DM2 evaluados: 173

Edad mediana: 52 años

Distribución por sexo:

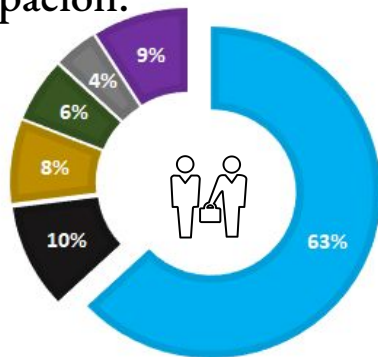


22%



78%

Distribución por ocupación:



■ Hogar ■ Servicios ■ Comerciante ■ Empleado ■ Obrero ■ Otros

Indicadores sobre conocimiento

Pre

Post



Buen conocimiento sobre complicaciones de la DM2*

46%

96%



Síntomas de hipoglucemia*

32%

47%



Causas de hipoglucemia*

8%

16%



Recomendación para consumo de bebidas*

57%

69%

Indicadores sobre conducta

Pre

Post



Prevención de úlceras en miembros inferiores*

67%

86%



Alimentación correcta*

45%

55%



Demanda de atención para prevención de complicaciones*

20%

34%

*Resultados estadísticamente significativos ($p < .05$)

Principales resultados:



salud
móvil

Pacientes con sobrepeso/obesidad

Pacientes con sobrepeso/obesidad
evaluados: 173

Edad mediana: 43 años

Distribución por sexo:

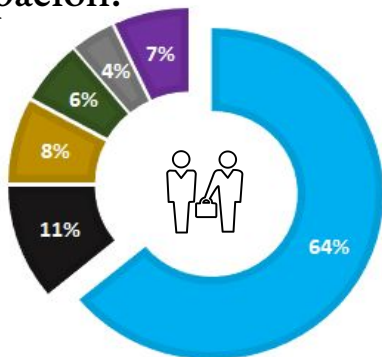


15%



85%

Distribución por ocupación:



■ Hogar ■ Servicios ■ Comerciante ■ Empleado ■ Obrero ■ Otros

Indicadores sobre conocimiento

Pre

Post



Considera a la obesidad como enfermedad y sus causas*

86%

94%



Complicaciones de la hipertensión arterial*

69%

84%



Interpretación de la medición de cintura*

23%

38%



Recomendación para tiempo de actividad física

64%

59%

Indicadores sobre conducta

Pre

Post



Realización de tiempo suficiente de actividad física*

31%

43%



Alimentación correcta*

47%

57%



Consumo de bebidas saludables

5%

5%

*Resultados estadísticamente significativos ($p < .05$)

Principales hallazgos:

- El mayor conocimiento del paciente sobre su enfermedad también fue percibido por los profesionales de la salud, notando que los pacientes que recibieron los mensajes llegaban con más información a la consulta.

“...Hoy en la mañana un paciente dijo: ¡he estado con el estómago suelto! ¿será por la metformina?. Y ya dices ¡ay caray! si ellos ya van aprendiendo también de los medicamentos...”.

- Para las enfermeras, promotoras de salud y nutriólogas fue útil conocer la información sobre los medicamentos, aunque no los pueden prescribir sí les ayuda a informar al paciente.

“Aprendí a decirle al paciente que debe tomar los medicamentos con los alimentos y qué es la hipoglucemia”.

- Recibir los mensajes les sirve también “como prueba” con pacientes renuentes a seguir el tratamiento, cuando es necesario sacan su teléfono y les enseñan el contenido del mensaje, esto les ayuda a convencerlos de que el médico/a está actuando de manera adecuada.
- Se mencionó que a veces se dan cuenta que no todos sus pacientes reciben los mensajes, consideran que deberían enviárselos a todos para potenciar los resultados.



Observaciones y Recomendaciones Derivadas del Proyecto Salud Móvil



Para su mejor identificación, y con las precisiones de contexto y temporalidad particulares de Salud Móvil, las recomendaciones han sido agrupadas de la siguientes manera:

1. Vinculación de actores y colaboradores
2. Localización de público objetivo y registro de participantes
3. Diseño de mensajes y estrategia de comunicación
4. Aspectos operativo
5. Aspectos tecnológicos
6. Recomendaciones de la evaluación de impacto

Vinculación de actores y colaboradores

- El interés central de las organizaciones participantes debe alinearse con los objetivos y alcances del proyecto, para impedir que intereses adyacentes desvíen los esfuerzos hacia actividades no necesariamente vitales para éste.
- Incluir al equipo de salud (médicos, enfermeras, trabajadores sociales, promotores de la salud, etcétera) desde el inicio del proyecto ayuda a obtener una integración completa del entorno en el que se desenvuelve la población objetivo.
- Entre otros...



Localización de público objetivo y registro de participantes

- Las visitas domiciliarias poseen un componente más personal, pero no tienen el efecto deseado en cuanto a la tasa de localización, debido a horarios de trabajo fuera de casa y a la desconfianza de la población derivada de la inseguridad que se padece en algunas las zonas.
- La localización e invitación de pacientes a participar en el proyecto tienen mayor impacto si se realizan concentrando a la población objetivo en un lugar específico.
- Entre otros...



Diseño de mensajes y estrategia de comunicación

- Reconocer que el SMS es el medio que garantiza mayor inclusión a lo largo del país en cuanto a estrategias de comunicación a través de equipos móviles de comunicación. Aun con las limitaciones de número de caracteres y la restricción de solo intercambiar texto simple.
- La inclusión de expertos para definir los temas, conceptos y objetivos prioritarios a comunicar a la población objetivo.
- No condicionar el envío de un mensaje a la respuesta del mensaje inmediato anterior.
- Entre otros...



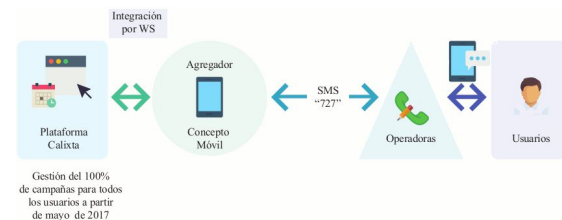
Aspectos operativos

- Fundamental que las operadoras de telefonía celular permitan el envío de mensajes SMS desde teléfonos que no tienen crédito hacia el número corto de Salud Móvil siendo éste de cobro revertido.
- Es ideal buscar la gratuidad de los SMS para intervenciones con fines netamente sociales y de atención a emergencias.
- La figura del enlace estatal es requerida para la correcta ejecución de la tareas de promoción, acompañamiento y monitoreo.
- Entre otros...



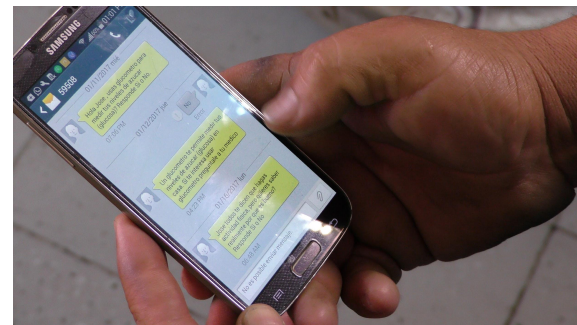
Aspectos tecnológicos

- La operación y soporte técnico de las plataformas tecnológicas deberán ser sólidos, robustos y con el monitoreo adecuado, de manera que permitan actuar en forma preventiva y no reactiva.
- La marcación de número corto a través de la que se envían/reciben SMS con los usuarios, debe ser de uso exclusivo para cada campaña.
- Entre otros...



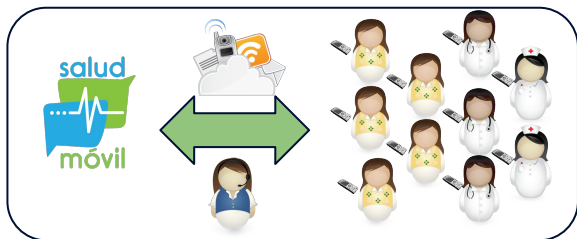
Recomendaciones de la evaluación de impacto

- Seguir con la modalidad de respuesta SI o NO. Aunque también gustaron los mensajes que tienen recomendaciones, la mayoría consideró que los primeros son más fáciles de responder.
- Incrementar los mensajes relacionados con el etiquetado frontal de alimentos y bebidas. Se manifestó interés por este tema, para el que la estrategia puede ser potencialmente relevante en promover comportamientos más críticos para el consumo de alimentos y bebidas.
- Generar mensajes dirigidos a la familia ya que esta es reconocida como el principal apoyo; esto para todas las situaciones de la vida diaria.
- Entre otros...



A partir de los resultados...

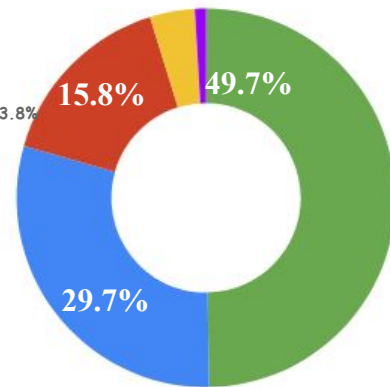
Crecimiento de Salud Móvil



Se propone transformar Salud Móvil en un programa del Sector Salud de alcance nacional. Empezando por ampliar la cobertura al total de la población en los estados participantes a fin de ajustar el modelo operativo a gran escala.

Proporción de montos para la extensión de cobertura en los 7 estados

- SMS y servicios asociados
- Servicios de gestión de campañas (datos y SMS)
- Recursos humanos
- Desarrollo de mensajes y difusión -> 3.8%
- Portal de reforzamiento y gestión de contenidos -> 0.9%



\$26,602,050.00

Pesos mexicanos al año con precios comerciales



Siguientes pasos

- Apuntalar la viabilidad del SMS (costo, pago revertido).
- Integrar más elementos de comunicación en los mensajes que abonen a la comunicación efectiva (imagen, video).
- Diversificar los temas de salud a abordados vía mensaje de texto.

Google seleccionó a Salud Móvil como caso de éxito para el lanzamiento de su solución de mensajería RCS a presentarse en el WMC. En breve las campañas de Salud Móvil estarán también disponibles por esta vía.

Registro vía RCS de Android: <http://saludmovil.calixtaondemand.com>





Más Información

<http://funsalud.org.mx/portal/proyectos/salud-movil/>

cvelez@funsalud.org.mx