

## ENTIENDA A SUS PACIENTES CON INSUFICIENCIA CARDÍACA (HF, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)

COMO PROFESIONAL DE LA SALUD, USTED SABE QUÉ ES LO QUE SE DEBE HACER PERO, ¿SUS PACIENTES LO SABEN TAMBIÉN?

El entorno actual del cuidado de la salud es muy diverso, y los médicos interactúan con pacientes de diferentes etnias y culturas.

En su función como profesional de la salud, usted tiene la oportunidad de ayudar a sus pacientes a entender el estado patológico, los factores de riesgo y las opciones de tratamiento disponibles para tomar las medidas adecuadas.

Por eso es que Boston Scientific llevó a cabo una investigación para conocer más acerca de cómo ciertos sectores demográficos, en especial las mujeres y minorías, están afrontando sus diagnósticos ante ciertos estados patológicos para así poder ayudarles a difundirla. La información presentada a continuación puede ayudarle a usted y a su personal de mercadotecnia a conocer los impulsores y obstáculos en materia de salud que sus pacientes pudieran enfrentar.

### CONOZCA A SUS PACIENTES: PERFIL VARIADO DE PACIENTES\*

#### ¿QUIÉN?

##### DATOS DEMOGRÁFICOS

- El 76% ha cambiado sus hábitos de dieta/alimentación.
- El 50% es casado y tiene un hogar con un tamaño promedio de 1,9 integrantes.
- El 46% dice que manejar su insuficiencia cardíaca con todos sus demás condiciones de salud es un reto.
- El 32% trabaja actualmente.

##### CONDICIONES

- Desde el diagnóstico, pasa menos tiempo haciendo ejercicio y en pasatiempos.

#### ¿QUÉ?

##### LO QUE DICE Y HACE EL PACIENTE

- El 74% regularmente sigue las indicaciones de los médicos.
- Necesitan menos complicaciones de seguros, mejor apoyo en presupuestar o cubrir los costos de tratamiento y las recomendaciones de alimentos saludables.
- Confían en la información y respetan el tratamiento individualizado.

##### LO QUE PIENSA Y SIENTE EL PACIENTE

- El 36% tiene dificultad para encontrar la motivación para hacer cambios.
- Tienen un diagnóstico que cambiará su vida que deben aceptar mientras se apoyan en la familia, personas encargadas del cuidado y grupos de apoyo.



#### ¿CUÁNDO Y DÓNDE?

##### IDENTIFICACIÓN DE LA MANERA MÁS EFECTIVA DE ALCANZAR EL CLIENTE

- El 93% usa Facebook y el 79% compra en Amazon.
- El 90% usa su teléfono inteligente para entrar a Internet.
- El 67% reproduce contenido de Netflix y el 49% reproduce contenido de YouTube.
- El 58% usa WebMD, el 68% hace búsquedas en Google y el 63% visita la American Heart Association para obtener información de la salud.
- Le gusta ver las noticias, documentales, películas, comedias y deportes.

#### ¿CÓMO?

##### ¿CUÁLES SON LOS VALORES QUE MÁS LOS MOTIVAN?

- Creer que el médico les está proporcionando información honesta tomando en cuenta los riesgos y beneficios.
- Mantenerse independiente.
- El conocimiento es poder: conocer sus opciones.

##### ¿CÓMO LOS DETECTAMOS?

- El diagnóstico altera el curso de la vida: proporcione soporte inmediatamente
- A través de lo que afirman: hospitalizaciones no adherentes y recurrentes.

### PERSPECTIVA DEL PACIENTE: OBSTÁCULOS PARA RECIBIR ATENCIÓN MÉDICA



RECIBE ATENCIÓN MÉDICA EN UN CONSULTORIO MÉDICO PRIVADO



POSTERGA UNA CIRUGÍA



TIENE PROBLEMAS PARA RECIBIR ATENCIÓN MÉDICA

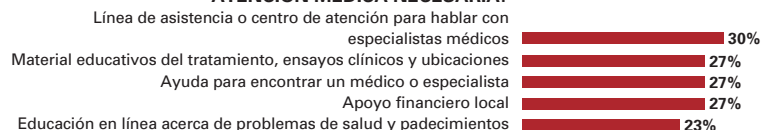
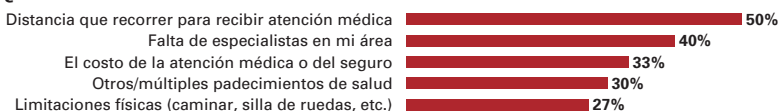


#### PERSPECTIVA DEL PACIENTE:

LOS PACIENTES QUIEREN ESTAR INFORMADOS, QUIEREN PARTICIPAR EN LA ATENCIÓN MÉDICA DE CALIDAD; LUCHAN CON LOS IMPACTOS SOBRE LA CALIDAD DE VIDA, COMPLICACIONES DEL SEGURO, ALGUNOS HAN REPORTADO UN HISTORIAL DEL MANEJO INCORRECTO DE SU CONDICIÓN

#### ¿QUÉ PODRÍA AYUDAR A OBTENER LA ATENCIÓN MÉDICA NECESARIA?

#### ¿CON QUÉ OBSTÁCULOS SE ENFRENTAN?



## ENTIENDA A SUS PACIENTES CON INSUFICIENCIA CARDÍACA (HF, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)

### CÓMO PUEDE AYUDAR: ROMPA LOS OBSTÁCULOS

#### OBSTÁCULO

#### PERSPECTIVA DEL PACIENTE

#### RECOMENDACIONES

##### HORARIO DEL CONSULTORIO MÉDICO

- El 54% quiere consultas los fines de semana.
- El 42% quiere visitas en línea.
- El 40% quiere poder enviar correos electrónicos a su profesional de la salud.
- El 38% quiere poder enviar mensajes de texto.
- El 30% quiere consultas nocturnas.
- El 23% tiene problemas con las horas disponibles.

- Tenga comunicaciones por correo electrónico o en línea cuando esté cerrado el consultorio.
- Tenga una dirección genérica de correo electrónico para las preguntas de los pacientes que llegue a distintas personas del personal.
- Ofrezca soluciones de atención médica urgente y horarios nocturnos o los fines de semana.

##### COMPRENSIÓN DE LAS OPCIONES DE TRATAMIENTO

- El 90% de los pacientes quiere información adicional.
- El 54% quiere material impreso para llevar a casa.
- El 46% encuentra que manejar la insuficiencia cardíaca junto con sus comorbilidades es un reto.
- El 34% quiere materiales descargables en línea.
- El 28% quiere hablar más con su médico.

- Eduque a los pacientes acerca de la importancia de obtener tratamiento.
- Comparta los beneficios y riesgos para que los pacientes comprendan completamente las opciones (por ejemplo, dispositivo de asistencia ventricular para el ventrículo izquierdo [LVAD, por sus siglas en inglés]).
- Proporcione un equipo de atención médica que pueda responder a las preguntas.

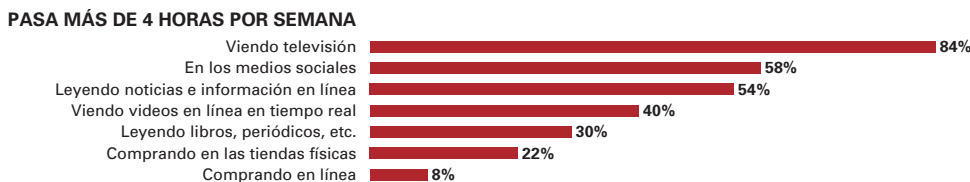
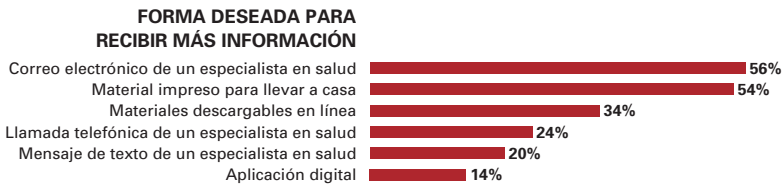
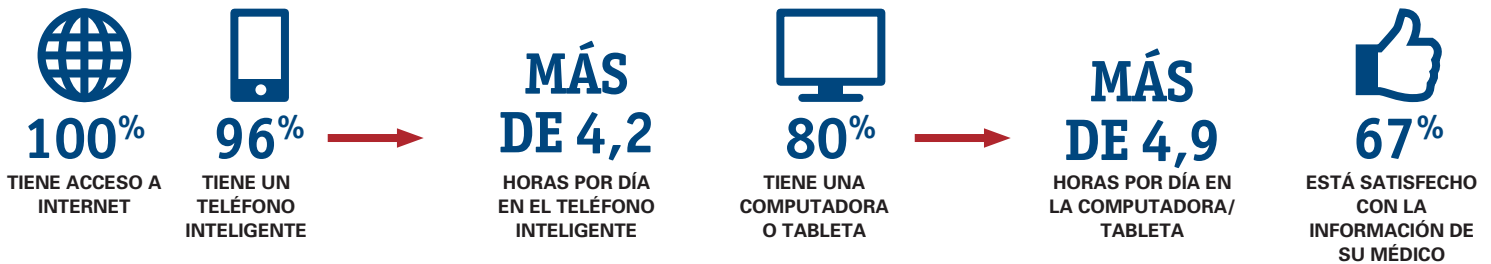
##### TRANSPORTE/ATENCIÓN MÉDICA MÁS CERCANA

- El 50% dice que la distancia a la atención médica es un obstáculo.
- Algunos pacientes saben que sus aseguradoras ofrecen transporte pero tienen dificultad en comprender cómo usar el servicio.

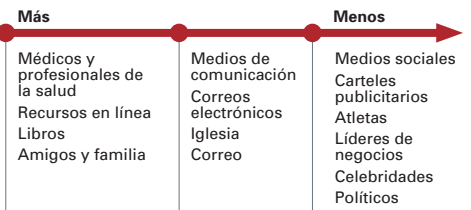
- Tenga comunicaciones abiertas acerca de los asuntos de transporte.
- Ofrezca un servicio de transporte de la clínica en el que se puedan hacer citas para transporte.

### CONÉCTESE CON SUS PACIENTES

#### CANALES DE INFORMACIÓN, USO DE LOS MEDIOS Y COMPRAS



#### FUENTES CONFIABLES DE INFORMACIÓN



#### FUENTES PRINCIPALES DE INFORMACIÓN ACERCA DE LA SALUD

- 1 Médico de atención médica primaria
- 2 Otros especialistas
- 3 Otro profesional de la salud
- 4 Internet
- 5 Familia y amigos

CONSULTE MÁS INFORMACIÓN EN [KNOWYOURHEALTH.COM](http://KNOWYOURHEALTH.COM)

**CLOSE THE GAP**  
Health Equity for Life