Caso de éxito

60,4% de aceptación en una campaña autónoma de prevención del cáncer de colon

Grupo Quirónsalud · 4 hospitales en Madrid

Campaña pública de cribado PREVECOLON

Resumen del caso

El Grupo Quirónsalud es un grupo hospitalario líder en España, con **más de 160 centros sanitarios, entre ellos 58 hospitales**. En 2022 puso en marcha en cuatro de sus hospitales una campaña de prevención del cáncer de colon.

Cada hospital tenía a una persona del equipo administrativo dedicada 7 horas al día a llamar a estos pacientes, con un máximo de 50 pacientes contactados al día. Con su incorporación, **LOLA liberó 650 horas de trabajo administrativo al mes** y logró una tasa de aceptación de la participación del 60,4%.

Los resultados de la campaña:

60,4%	650 h	69%	77%
Tasa de aceptación**	Horas administrativas liberadas al mes (4 FTE)*	Reducción de la carga de trabajo del equipo***	Cobertura de pacientes

El punto de partida

Una campaña de cribado limitada por las *llamadas manuales*

Los pacientes conocían la campaña **solo a través del Portal del Paciente**

Una persona administrativa por hospital, 7 horas al día al teléfono

Un máximo de **50 pacientes contactados al día**

La necesidad de hacer el proceso más eficiente y **aumentar el alcance y la aceptación**

El nuevo modelo

Todos los pacientes elegibles, *llamados de forma autónoma*

LOLA llama a **todos los pacientes que no han confirmado** a través del portal

LOLA anima a participar y **registra la confirmación en el portal** de forma autónoma

171 pacientes llamados al día por LOLA

La cobertura creció hasta el **77%**, con una **tasa de aceptación del 60,4%**

Análisis

El *contexto* del grupo

Cuatro hospitales en Madrid, pertenecientes al Grupo Quirónsalud.

+1.400	1M	+3.000
Camas	Población	Profesionales

Estrategia

Escalar una campaña de *cribado público*

El reto

PREVECOLON es una campaña pública de prevención del cáncer de colon dirigida a mujeres y hombres de 50 a 69 años, para realizarles después una colonoscopia. Los pacientes conocen la posibilidad de participar a través de su Portal del Paciente.

Quirónsalud lanzó la campaña en cuatro hospitales para todos los pacientes que cumplían los criterios. Cada hospital asignó a una persona administrativa 7 horas al día para llamarles y animarles a participar, con un máximo de 50 pacientes al día.

La solución

Quirónsalud y Tucuvi identificaron el reto de hacer el proceso más eficiente y **aumentar el alcance y la tasa de aceptación**, e implementaron LOLA para llevar a cabo la campaña con todos los pacientes que no habían confirmado su participación en el portal del paciente.

Qué hace LOLA

LOLA llama a todos los pacientes que no se han inscrito en la campaña de prevención, *les anima a hacerlo* y, en su caso, registra de forma autónoma la confirmación en el portal del paciente. La cobertura creció hasta el 77% y las llamadas de LOLA lograron una tasa de aceptación del 60,4%.

Resultados

Más alcance, *menos carga de trabajo*

20.637	12.553	8.276	171
Pacientes llamados	Pacientes que completaron la llamada con LOLA	Pacientes que aceptaron participar	Pacientes llamados por LOLA al día

* Suponiendo una duración media de 6 minutos por llamada realizada por el personal administrativo.
** Se llamó a 20.637 pacientes. Cálculo realizado restando 536 pacientes que ya se habían hecho el cribado cuando LOLA les llamó a los 12.553 que completaron la llamada con LOLA, lo que da 8.276 pacientes que aceptaron participar.
*** LOLA llamó a 171 pacientes al día, de los cuales 53 aún necesitaron ser contactados por el personal.