

■ BREVE

Campaña de atención farmacéutica como estrategia de implementación de los servicios farmacéuticos: Experiencia Perú

Pharmaceutical care campaign as a strategy for implementation of pharmaceutical services: Experience Peru

A. Álvarez-Risco, E. Zegarra Arellano, E. Matos Valerio, N. Mejía Acosta, Z. Solis Tarazona
Farmacia Institucional DIGEMID-Ministerio de Salud del Perú. Lima (Perú)

ABREVIATURAS:

DIGEMID: Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas; PRM: problemas relacionados con los medicamentos; SFT: seguimiento farmacoterapéutico.

RESUMEN

Introducción: Se necesita mostrar las actividades farmacéuticas enfocadas en el cuidado de los pacientes, logrando un uso efectivo y seguro del medicamento y, finalmente, alcanzar las metas terapéuticas de los pacientes.

Objetivo: Describir las actividades realizadas en una campaña de atención farmacéutica como estrategia para la implementación de servicios farmacéuticos.

Material y métodos: Estudio observacional, descriptivo, transversal, que incluyó a pacientes que asistieron a la farmacia institucional el día de la campaña, quienes recibieron al menos uno de los 3 servicios siguientes: 1. Información sobre medicamentos usando un atril con láminas; 2. Medición de la presión arterial; 3. Seguimiento farmacoterapéutico.

Resultados: Se desarrollaron las tres actividades programadas. Un total de 815 personas estuvieron interesadas en la información brindada con el atril con láminas. Un total de 96 personas acudieron para que se les midiera la presión arterial (un 62,5% varones y el resto mujeres). El promedio de edad fue de 67,83 años (desviación estándar [DE]: 13,624). El 25% de los pacientes presentó valores de presión arterial por encima del objetivo terapéutico. El servicio de SFT fue solicitado por 39 pacientes (un 66,66% mujeres y el resto varones). El promedio de edad fue de 64,7 años (DE: 19,7). En 33 se detectaron problemas reales relacionados con los medicamentos, y en 7 problemas potenciales habiéndose tomado el Segundo Consenso de Granada como referencia para la clasificación. Se notificaron 12 reacciones adversas a medicamentos, el 50% graves.

Conclusión: El desarrollo de la campaña farmacéutica ha permitido obtener datos sobre el uso de medicamentos en enfermedades crónicas y las reacciones adversas, así como valorar en qué medida los pacientes alcanzan sus objetivos terapéuticos. En definitiva, se muestra la urgente necesidad de que los pacientes ambulatorios reciban de modo sistemático servicios farmacéuticos que logren optimizar sus tratamientos farmacológicos.

Palabras clave: Campaña sanitaria, seguimiento farmacoterapéutico, Perú.

ABSTRACT

Introduction: It needs to show pharmaceutical activities focused on patient care, achieving safe and effective use of medication and finally achieve the therapeutic goals of patients.

Fecha de recepción: 23/08/2012. **Fecha de aceptación:** 21/01/2013.

Correspondencia: Aldo Álvarez-Risco
Correo electrónico: aalvarez@digemid.minsa.gob.pe

Objective: To describe the activities carry out in a pharmaceutical care campaign as strategy for pharmaceutical service implementation.

Material and methods: An observational, descriptive, transversal, which included patients who attended institutional pharmacy day of the campaign, who received at least one of the three following services: 1) drug information using a music stand with sheet; 2) pressure measurement blood, and 3) pharmaceutical care.

Results: We developed the 3 programmed activities. 815 people were interested in the information provided with the flip chart. A total of 96 people came for blood pressure measured, 62.5% being male and the other women. The mean (standard deviation) age was 67.83 (13,624). 25% of patients had values greater than 140/90 mmHg. Pharmacotherapy follow up service was requested by 39 patients, 66.66% women and other men. The mean (SD) age was 64.7 (19.7). 33 real DRP and 7 potential DRP were detected. It was notified 12 reports of adverse drug reactions, with 50% of serious gravity.

Conclusion: The development of pharmaceutical campaign has yielded data on medication use in chronic diseases, adverse reactions and to what extent patients reach their therapeutic goals, which shows the urgent need for patients to receive services in a systematic achieve optimized pharmaceutical drug treatments for outpatients.

Keywords: Health campaign, pharmaceutical care, Perú.

Introducción

La implementación de los servicios farmacéuticos comprendidos en la atención farmacéutica requiere una serie de factores: cambios en la formación pregrado y posgrado, modificación en los aspectos normativos y, especialmente, las competencias que permitan detectar, resolver y prevenir los problemas relacionados con los medicamentos (PRM)¹. Es necesario que la sociedad reciba los servicios farmacéuticos adecuados. En función de ello, se deben explorar las distintas estrategias que permitan mostrar los servicios profesionales farmacéuticos²⁻⁴. Las campañas de salud en beneficio de la comunidad han permitido durante años que muchos profesionales puedan tener un protagonismo determinado, el mismo que deberían lograr los farmacéuticos. Al analizar el papel que han tenido los farmacéuticos durante las campañas de salud, se observa que generalmente ha consistido en la custodia de los medicamentos y, en el mejor de los casos, la entrega de éstos a los pacientes (sin mayor información sobre su uso y almacenamiento)⁵. Se necesita mostrar las actividades farmacéuticas enfocadas al cuidado de los pacientes, logrando un uso efectivo y seguro del medicamento y, finalmente, alcanzar los objetivos terapéuticos de los pacientes. Con motivo del décimo octavo aniversario de la creación de la farmacia institucional de la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID), se programó la realización de una campaña de atención farmacéutica, que se desarrolló durante la semana del 11 al 15 de junio de 2012. Para dicha campaña se estimó desarrollar tres actividades: 1. Proporcionar información sobre medicamentos usando un atril en láminas; 2. Medición de la presión arterial, y 3. SFT.

Materiales y métodos

estudio observacional, descriptivo, transversal, que incluyó a pacientes que asistieron a la farmacia institucional el día de la campaña, quienes recibieron al menos uno de los 3 servicios siguientes: 1. Información sobre medicamentos usando un atril con láminas; 2. Medición de la presión arterial; 3. Seguimiento farmacoterapéutico.

La información sobre medicamentos se realizó usando un atril con láminas en el frontis de la farmacia (lado derecho). Los pacientes que aceptaron la invitación para medirse la presión tomaron asiento en el frontis (lado izquierdo) en la cual había una mesa y dos sillas. Para el caso de los pacientes que necesitaron seguimiento farmacoterapéutico, se les invitó al área destinada, realizándose siguiendo el Método Dáder de SFT⁶ y tomando en cuenta para los PRM la clasificación del Segundo Consenso de Granada⁷.

Resultados

Durante los 5 días de la campaña, 815 personas recibieron la información brindada mediante el atril con láminas, y se midió la presión arterial a 96 personas (un 62,5% varones y el resto mujeres). El promedio de edad fue de 67,83 años (desviación estándar [DE]: 13,624). El 25% de los pacientes presentó valores de presión arterial por encima del objetivo terapéutico. Se brindó SFT a 39 pacientes, que provenían del grupo de personas que recibieron información mediante el atril con láminas, de la medición de la presión arterial y mediante consulta directa (un 66,6% mujeres y el resto varones). El promedio de edad fue de 64,7 (DE: 19,7). En estos pacientes se encontró un total de 33 PRM reales, cuyos tipos se muestran en la figura 1. Asimismo, se encontró un total de 7 PRM potenciales, cuyos tipos se muestran en la figura 2. Se llenaron 12 hojas amarillas de reportes de reacciones adversas a medicamentos.

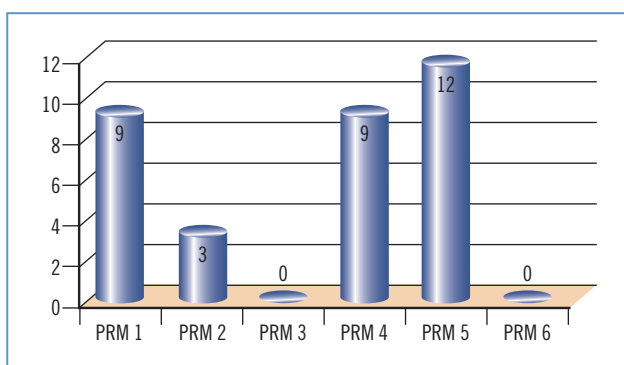


Figura 1. Tipos de problemas relacionados con los medicamentos (PRM) reales encontrados según el Segundo Consenso de Granada

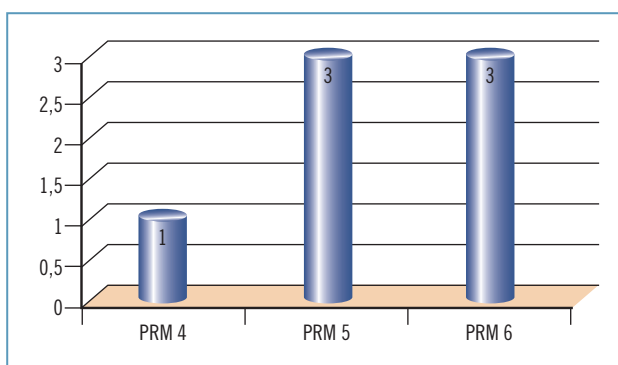


Figura 2. Tipos de PRM potenciales encontrados según el Segundo Consenso de Granada

Conclusión

Las campañas farmacéuticas requieren una difusión a través de los medios para conseguir una participación masiva por parte de la población.

Bibliografía

1. Perú, Congreso de la República. Ley n.º 29459. Ley de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios, que regula todos los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios. Lima: Congreso de la República, 2009 [consultado el 26/06/2012]. Disponible en: <http://www.scielo.org.pe/pdf/rins/v26n4/a14v26n4.pdf>
2. Radio Capital. DIGEMID: Medicamentos genéricos son eficaces [consultado el 26/06/2012]. Disponible en: http://www.capital.com.pe/2012-06-12-digemid-medicamentos-genericos-son-eficaces-noticia_491443.html
3. RPP. Siete errores frecuentes sobre uso de medicamentos [consultado el 26/06/2012]. Disponible en: http://www.rpp.com.pe/2012-05-15-siete-errores-frecuentes-sobre-uso-de-medicamentos-noticia_482152.html
4. Andina. Tres de cada cuatro asmáticos usan de forma incorrecta inhaladores contra el asma [consultado el 26/06/2012]. Disponible en: <http://www.andina.com.pe/Espanol/noticia-tres-cada-cuatro-asmaticos-usan-forma-incorrecta-inhaladores-contra-asma-379147.aspx>
5. Álvarez-Risco A, Van Mil JW. Pharmaceutical care in community pharmacies: practice and research in Peru. *Ann Pharmacother*. 2007; 41(12): 2.032-2.037.
6. Comité de consenso. Segundo Consenso de Granada sobre problemas relacionados con los medicamentos. *Ars Pharmaceutica*. 2002; 43(3-4): 179-187.
7. Sabater D, Silva-Castro MM, Faus MJ. Método Dáder: Guía de Seguimiento Farmacoterapéutico. Granada: GIAF-UGR, 2007.