

# TRAMS

MODELO DE **TR**ASLACIÓN DE RESULTADOS DE LA  
INVESTIGACIÓN **M**ÉDICA A LA TOMA DE DECISIONES EN **S**ALUD

## Plan **PRO** de diseminación de guías de práctica clínica

### SOCIOS DEL PROYECTO



### FINANCIADO POR



# Índice

|  |    |
|--|----|
| <b><u>Contexto</u></b>   | 2  |
| <b><u>Acciones estratégicas del Plan Pro</u></b>   | 3  |
| <u>1. 2. y 3. Pautas de recomendación sobre el estilo y la redacción de productos de difusión de GPC según el profesional sanitario destinado a implementarla; guía de estilo y redacción de productos de difusión GPC adaptados a su uso por parte de usuarios finales; y creación de <i>friendly abstracts</i></u> | 5  |
| <u>4. Elaboración de un producto atractivo de comunicación sobre el concepto de GPC y su implementación</u>  | 7  |
| <u>5. Nombramiento de un “embajador” o responsable de la implementación de GPC en cada centro de salud u hospitalario</u>  | 8  |
| <u>6. Lanzamiento “institucional” de nuevas GPC</u>  | 9  |
| <u>7. Premio anual a la excelencia en la difusión e implementación de GPC</u>  | 11 |
| <u>8. Plan de visibilidad digital de GPC</u>   | 11 |
| <u>9. Plan de reputación profesional de autores de GPC</u>   | 15 |
| <u>10. Charlas informativas</u>  | 16 |
| <b><u>Medición de las acciones del plan de diseminación</u></b>  | 17 |
| <b><u>Créditos</u></b>   | 20 |

# Contexto

El proyecto TRAM-S (Modelo de TRAslación de resultados de la investigación Médica a la toma de decisiones en Salud) tiene la misión de desarrollar modelos de diseminación e implementación de recomendaciones clínicas basadas en evidencias científicas.

Como parte de la metodología sobre la que se ha construido el proyecto, el equipo de investigación ha desarrollado una serie de grupos focales con la participación de todos los públicos diana involucrados en la correcta implementación de las Guías de Práctica Clínica (GPC) en el Sistema de Salud de sus correspondientes ámbitos geográficos de actuación.

Dichos grupos focales han permitido identificar las principales barreras que estos públicos diana encuentran para la correcta implementación de las GPC, y también aquellos aspectos facilitadores que podrían influir en su correcta difusión.

Derivado del *Modelo de Diseminación general*, en este *Plan Pro de Diseminación de GPC* —que incluye también las acciones propuestas en el *Plan Básico*— ofrecemos una serie de recomendaciones y pautas de actuación con las que aportar una nueva perspectiva a los modelos actuales de comunicación y diseminación de GPC. El objetivo no es otro que mejorar la capacidad de implementación de la guía y, a su vez, que constituya una herramienta de implementación práctica aceptada por los diferentes colectivos afectados.

# Acciones estratégicas del Plan Pro

Las acciones propuestas están clasificadas en base a tres dimensiones:

- 1. De acuerdo a los ámbitos de actuación para resolver las barreras identificadas:** acciones relacionadas con el contenido en sí mismo de las GPC, acciones relacionadas con medidas organizativas y de RRHH, y acciones de comunicación y acceso a la información.
- 2. De acuerdo al público diana al que preferentemente se dirigen, agrupado por motivos pedagógicos en cuatro grupos finales:** profesionales sanitarios de atención primaria, profesionales sanitarios de centros hospitalarios, profesionales de gestión y administración de la salud, y usuarios finales (pacientes, cuidadores y población sana en general).
- 3. De acuerdo al segmento de implementación recomendado como resultado del cuestionario de autoevaluación para la toma de decisiones de implementación de GPC:** acciones del segmento A (*Plan Básico*) y acciones del segmento B (*Plan Pro*), que a su vez incluye las del segmento A.

Como resultado de esta clasificación, obtenemos una matriz de las diferentes acciones propuestas:

- Segmento A (Plan Básico).
- Segmento B (Plan Pro), que incluye también las acciones del segmento anterior.

|  | Profesionales de atención primaria   | Profesionales de centros hospitalarios | Profesionales de gestión y administración | Usuarios finales                                     |
|--|--|--|---|--|
| <b>Contenido de la GPC</b>                         | 1. Guías de estilo y de redacción según profesional sanitario.   |  |   | 2. Guía de estilo y de redacción para usuario final. |
|  | 3. Creación de un <i>friendly abstract</i> .   |  |   |  |
| <b>Medidas organizativas y de recursos humanos</b> | 4. Elaboración de un producto multimedia sobre qué es una GPC y por qué es importante su implementación, acompañado de los resultados de tu GPC en cuestión. |  |   |  |
|  |  |  | 5. "Embajador" de GPC.                    |  |
|  | 7. Premio anual a la excelencia en difusión de GPC.  |  |   |  |
| <b>Comunicación y acceso a la información</b>      | 6. Lanzamiento institucional de la GPC.  |  |   |  |
|  | 8. Plan de visibilidad digital de GPC.   |  |   |  |
|  | 9. Plan de reputación profesional de GPC y "karma" reviews.  |  |   | 10. Charlas informativas                             |

A continuación se incluye el contenido descriptivo de cada una de las acciones propuestas en la anterior matriz.

**1. 2. y 3. Pautas de recomendación sobre el estilo y la redacción de productos de difusión de GPC según el profesional sanitario destinado a implementarla; guía de estilo y redacción de productos de difusión GPC adaptados a su uso por parte de usuarios finales; y creación de *friendly abstracts*.**

Se trata de confeccionar una guía de estilo con recomendaciones para la elaboración de productos de diseminación de GPC (folletos, pautas clínicas, recomendaciones sanitarias, etc.) que faciliten su comprensión y utilización por parte de los diferentes públicos diana (profesionales de la medicina y usuarios finales). Se trata de ayudar a adaptar el discurso y los resultados más relevantes de la GPC al público destinatario y, por tanto, dichas guías de estilo y de redactado deben referirse a los aspectos que tienen que ver con la comunicación de la guía y su comprensión, no con el contenido científico en sí; si bien se recomienda incluir también un glosario esquemático con los resultados clave de la GPC adaptados en función del destinatario.

Los objetivos de esta acción son:

- Fomentar entre los autores de GPC la importancia de elaborar dichas guías de estilo de acuerdo con los requisitos generales de adecuación a los públicos diana que ha mostrado la evidencia científica, atendiendo a criterios de comunicación.
- Contribuir a establecer un modelo de GPC con capacidad para convertirse en un estándar generalmente aceptado por la comunidad médica, lo cual contribuiría además a identificar de forma más eficiente aquellas GPC con un nivel de calidad adecuado.
- Facilitar y acelerar la producción de GPC y, por tanto, incrementar el volumen y grado de actualización de GPC, abordando un mayor número de patologías o con mayor nivel de interdisciplinariedad.
- Facilitar la incorporación de nuevos autores a la práctica de la creación de GPC, que se beneficiarían de una guía de estilo que agilizaría su trabajo.

Estas pautas deberían abordar recomendaciones en diversas áreas relacionadas con la redacción y formato de GPC. Dichas recomendaciones no tendrían tanto que ver con la forma de elaborar la GPC desde la perspectiva metodológica o de su contenido clínico, sino de su capacidad para comunicar de forma precisa y transmitir su contenido eficazmente entre los públicos diana. Por tanto, debería incluir, entre otras cuestiones, contenidos relacionados con:

- Consejos para la correcta estructuración del documento y la creación de versiones modulares adaptadas a los diferentes públicos diana.
- Pautas de redacción para hacer la guía comprensible para los diferentes públicos.
- Recomendaciones sobre diseño y formato de las GPC.
- Recomendaciones sobre diseño de información aplicado a gráficos y relato de datos cuantitativos objetivos.
- Pautas para la creación de glosarios de conceptos clave en la GPC.
- Recomendaciones y recursos para facilitar la digitalización de contenidos y su difusión por canales digitales.
- Pautas para el citado de fuentes y elaboración de bibliografías, especialmente en las versiones para población general, en los que estos apartados no suelen estar considerados.
- Listados de principales recomendaciones prácticas a modo de *checklist*.

De forma equivalente a la elaboración de esta guía de estilo, recomendamos que la misma contenga un capítulo detallado dirigido a la elaboración de GPC para su uso por parte de usuarios finales (pacientes, cuidadores y población sana general). Dicho capítulo debe cumplir con los siguientes objetivos específicos:

- Concienciar de la necesidad de adaptación de las GPC a diferentes públicos, particularmente a usuarios finales cuyas necesidades específicas de información y capacidad de comprensión son diferentes a las de los profesionales médicos.
- Fomentar la producción de GPC adaptadas a públicos usuarios.

- Proponer recomendaciones y pautas para adaptar los contenidos de las GPC a las demandas de los públicos usuarios finales detectadas por la evidencia científica.

Por último, las guías de estilo para la elaboración de GPC deberían incluir un modelo de creación de *abstracts* a modo de plantilla que mediante la resolución de preguntas permita elaborar resúmenes de los GPC en un formato amigable y fácilmente comprensible para los diferentes perfiles de profesionales sanitarios. La comunicación segmentada de cada *abstract* asociado a GPC ha de permitir a cada sector sanitario evaluar la relevancia de sus resultados en su práctica diaria.

#### **4. Elaboración de un producto atractivo de comunicación sobre el concepto de GPC y su implementación.**

Una de las principales barreras identificadas tanto por la evidencia científica como durante la celebración de los grupos focales es que determinados colectivos no tienen una idea precisa del alcance, funciones, orígenes o el propio concepto de guía de práctica clínica.

Por este motivo, proponemos la elaboración de un producto de comunicación —idealmente en formato multimedia, como por ejemplo una presentación o un audiovisual— sobre el concepto de GPC, con contenidos acerca de estrategias de búsqueda y selección, formación acerca de los métodos de elaboración y de evaluación y recursos similares. Si además se realiza en el marco de una GPC concreta, aconsejamos incorporar a dicho producto multimedia las medidas y recomendaciones producto de la citada GPC.

Un elemento de comunicación de este tipo debería servir para cumplir con los siguientes objetivos:

- Comunicar los objetivos —tanto generales como particulares— de las GPC y proporcionar el contexto en el que se enmarca su desarrollo.
- Fomentar un mayor conocimiento de los métodos de elaboración de GPC, perfiles implicados y flujos para su desarrollo.



- Dar a conocer los mecanismos de evaluación y acreditación de GPC para aumentar la seguridad y confianza de los profesionales de la salud en su uso.
- Facilitar la investigación y búsqueda de información sobre práctica clínica a través de fuentes fiables y mejorar las habilidades de los profesionales de la salud en la identificación de fuentes de información de prestigio y credibilidad.

## **5. Nombramiento de un “embajador” o responsable de la implementación de GPC en cada centro de salud u hospitalario.**

Muchas de las barreras detectadas por la evidencia científica para la implementación de GPC revelan que muchos profesionales perciben cierta imposición administrativa en su uso, que combinada con un sistema poco claro de recompensas e incentivos ligados a su cumplimiento lleva en ocasiones a una cierta dejadez o falta de corresponsabilidad de los profesionales en su implementación.

Desde el proyecto TRAM-S entendemos que el establecimiento de medidas organizativas dentro de los centros de salud es una de las propuestas que mejor pueden contribuir a la resolución de muchas de las barreras identificadas en los grupos focales. En el marco de estas medidas, el nombramiento de un profesional que adquiera un rol protagonista en la centralización del conocimiento derivado de las GPC y se responsabilice de coordinar su difusión en cada centro médico puede jugar un papel determinante.

Se trataría de establecer recomendaciones para fomentar que los equipos directivos de cada centro nombren a un coordinador en la implementación de GPC. Adicionalmente, se podrían valorar revisiones a los sistemas de retribución flexible o incorporación de incentivos específicos que premien estas tareas de implementación.

Las funciones de este embajador o coordinador de implementación de GPC serían:

- Recibir y mantener un archivo de las diferentes GPC que hayan llegado a su centro médico, manteniendo cierta capacidad de búsqueda para dar soporte al resto de profesionales médicos.

- Coordinarse con los diferentes profesionales médicos y de gestión para la difusión e implementación interna de las nuevas GPC de acuerdo a los planes de acción propuestos.
- Evaluar la eficacia de los planes de difusión e implementación y proponer mejoras.
- Centralizar y canalizar peticiones de desarrollo de nuevas GPC o actualizaciones, de acuerdo a las necesidades detectadas en su centro.

La presente acción está relacionada con la descrita en el punto 10, centrada en la organización de charlas informativas en cada centro de salud con el objetivo de difundir las GPC entre pacientes y población sana.

## **6. Lanzamiento “institucional” de nuevas GPC.**

Una de las principales debilidades detectadas en los procedimientos habituales de desarrollo de nuevas guías de práctica clínica es que a menudo se obvian las actividades que serían más habituales para el lanzamiento de nuevas publicaciones, documentos técnicos, libros, etc. Consideramos, por tanto, relevante abordar el plan de diseminación de GPC también desde la óptica del lanzamiento institucional o de prensa que de forma estándar se aplica para nuevos productos, eventos relevantes de empresa, etc.

Los objetivos de este paquete de acciones tácticas serían:

- Tener un contacto fluido entre la comunidad de profesionales médicos responsables de la autoría de GPC y la prensa, tanto “interna” (publicaciones propias de entidades de salud y sectorial) como “externa” (medios especializados y generalistas), incluyendo nuevos medios en soporte digital.
- Generar notoriedad sobre la elaboración de una nueva GPC entre organizaciones civiles, asociaciones de afectados, instituciones médicas, colegios profesionales, profesionales no médicos afines a la patología involucrada y otros públicos diana generalistas.

- Transformar la visibilidad de las GPC en un recurso para prestigiar su creación y en impulso para incrementar la cantidad de profesionales involucrados en su desarrollo e implementación.
- Transformar también la visibilidad de las GPC en un impulso al afán informativo de los usuarios finales del sistema de salud y fomentar el conocimiento y responsabilidad sobre la propia salud.

Para ello, ante cada publicación de una nueva GPC proponemos el desarrollo de las siguientes acciones de comunicación, adicionales a las descritas en el plan de visibilidad digital (punto 8):

- Elaboración de una nota de prensa y envío de la comunicación a medios. En función del nivel de interés, relevancia o novedad de las prácticas médicas descritas en la GPC, se recomienda evaluar el grado de amplitud de la convocatoria, desde publicaciones propias hasta medios generalistas. La nota de prensa debe ir acompañada de un *abstract* o resumen de la GPC en una versión comprensible para la audiencia de los medios a los que se dirija, distinguiendo por tanto entre medios especializados con audiencias médicas y medios generalistas con público general.
- Convocatoria de una rueda de prensa y evento de presentación de la GPC en aquellos casos en que la GPC tenga especial trascendencia o haya sido desarrollada o financiada por un profesional médico de alto prestigio, una red de conocimiento, institución o fundación que cuenten con un alto poder de convocatoria o experiencia exitosa en situaciones similares.
- Envío de un *mailing* con un volumen significativo de GPC para su distribución entre sociedades científicas, centros médicos de referencia, bibliotecas y centros de documentación, centros de investigación, etc., con el objetivo de generar conocimiento sobre la existencia y el contenido de la GPC y nutrir fondos documentales.

## 7. Premio anual a la excelencia en la difusión e implementación de GPC.

Siguiendo una práctica habitual en el entorno de la investigación académica, proponemos promover la celebración de un certamen anual que, de acuerdo a unas bases establecidas, convoque diferentes proyectos de difusión e implementación de GPC y premie aquellas que destaquen por la excelencia en su implementación o hayan obtenido resultados destacables.

Los objetivos de esta iniciativa serían:

- Desvincular la producción de GPC de la gestión administrativa-económica en la que algunos centros médicos la encuadran y hacer énfasis en los aspectos científicos de su elaboración e implementación.
- Fomentar la necesidad de desarrollar planes de difusión junto con la elaboración de GPC y prestigiar este tipo de tareas entre los profesionales médicos.
- Lograr una mayor atención por parte de los medios de comunicación profesionales respecto al rol de las GPC para la mejora de los sistemas de salud y generar actualidad y notoriedad entre los públicos diana.

Entendemos que un proyecto de este tipo debería ser auspiciado por una institución relevante y con reconocido prestigio, o por un conjunto de instituciones educativas o sociedades médicas y científicas, que podrían contar con el apoyo de fundaciones y organizaciones civiles similares.

Para alcanzar sus objetivos, esta iniciativa debería ir acompañada de un plan de difusión y comunicación, con foco en medios de prensa, semejante al expuesto en el [punto 6](#), relativo al lanzamiento institucional de GPC.

## 8. Plan de visibilidad digital de GPC.

El absoluto protagonismo de internet y los canales digitales como fuente de información para los profesionales de la salud, y particularmente para los usuarios del sistema de salud, sugieren la necesidad de establecer fórmulas que garanticen la visibilidad de las GPC en canales digitales.

Los objetivos específicos de este plan de visibilidad digital serían:

- Garantizar que las GPC son accesibles de forma sencilla, y por los canales y formatos apropiados, a través de medios digitales, asegurando la visibilidad de las versiones más apropiadas para cada público diana.
- Fomentar la difusión pública de GPC como mecanismo de puesta en valor de su desarrollo.
- Contribuir a un mejor conocimiento de cuestiones relativas a salud pública y contrarrestar los efectos negativos producidos por el consumo de información sobre salud insuficientemente contrastada o de fuentes poco fiables.

La implementación del plan de visibilidad digital sería responsabilidad de los diferentes autores de GPC o de los miembros de sus equipos con responsabilidades asignadas para su difusión e implementación.

Las actividades tácticas que recomendamos ejecutar dentro del plan de visibilidad digital serían:

- a. **Creación de toda la documentación en versiones optimizadas para su uso digital multidispositivo.** Se recomienda que los documentos finales con el contenido de las GPC estén disponibles en diferentes formatos digitales y adaptados para su uso en todo tipo de dispositivos. Si se ha optado por la elaboración de una guía como folleto o material gráfico para su impresión y distribución, es posible que se descuiden formatos más óptimos para el consumo del material en dispositivos digitales. Recomendamos por tanto la creación de archivos en formatos de libre distribución como PDF y EPUB, optimizados para libros electrónicos (ver [“ePUB”](#), Quora).

La digitalización de una GPC podría estar vinculada al [premio a la excelencia \(punto 7\)](#) y considerada como un incentivo para fomentar la participación.

- b. **Envío de la GPC a una plataforma de centralización del conocimiento.** Sería conveniente realizar un envío de la nueva GPC a bases de datos centralizadoras de conocimiento en medicina translacional, como por ejemplo [Guiasalud.es](#), para potenciar su difusión y posibilidad de implementación.

- c. **Selección de bases de datos digitales relevantes para la patología sobre la que trate la GPC y envío de la documentación.** Recomendamos que los autores de GPC se ocupen de remitir sus nuevas publicaciones a bases de datos y publicaciones científicas relevantes para su patología, para favorecer su accesibilidad y la obtención de información interdisciplinar e interpatológica.
- d. **Selección de redes de conocimiento o grupos de trabajo vinculados a la GPC o a sus autores, y envío de los recursos generados para su publicación.** La colaboración entre diferentes centros de conocimiento y profesionales es cada vez más clave para la mejora de resultados en múltiples disciplinas científicas. Para evitar cierto aislamiento en la producción de GPC, los autores deberían tratar de transmitir en formatos abiertos sus producciones a otros profesionales y redes de conocimiento con los que tengan contacto habitual, ya sea mediante contactos formales o informales.
- e. **Creación de una web con el contenido de la GPC que incluya sus futuras actualizaciones y aborde recomendaciones de posicionamiento natural en buscadores (SEO).** La forma más básica y que proporciona una mayor capacidad de control para la difusión de cualquier recurso digital es la creación de una web específica, recomendación que consideramos válida para los autores de nuevas GPC. No obstante, en caso de que dicha GPC haya sido evaluada por un grupo de trabajo o red que ya cuente con web propia recomendamos su incorporación a dichos soportes.

La creación de páginas web con un buen nivel profesional es relativamente asequible para todo tipo de públicos y existen multitud de recursos para facilitar esta tarea (ver ["What is the best way to create a free website"](#), Quora).

Adicionalmente, es muy recomendable que los contenidos y su formato estén elaborados para garantizar una buena presencia en los resultados naturales de búsqueda de Google y otros motores. Esto se consigue mediante técnicas de optimización conocidas como *Search Engine Optimization* (SEO) y consisten en la adecuación del contenido a los criterios más relevantes en los que se basan los buscadores para posicionar una determinada web en sus resultados. Dichos criterios no son 100% públicos y cambian periódicamente. El consenso técnico actual es que la mejor fórmula para hacer SEO es la de elaborar contenidos

pensando en sus destinatarios y mantener un lenguaje natural y humanizado. No obstante, pueden aplicarse pequeñas recomendaciones, fundamentalmente de carácter técnico. Algunos recursos recomendables para aprender más acerca de estas técnicas podrían ser la [“Guía de Optimización en buscadores”](#), Google; o la [“Guía SEO: cómo dominar Google”](#), 40 de Fiebre.

- f. **Difusión de la nueva GPC en redes sociales.** Las redes sociales son uno de los soportes más importantes para la difusión rápida de contenidos y cada vez tienen un mayor protagonismo también en ámbitos profesionales y científicos. Como política general, las nuevas GPC deberían ser comunicadas en redes sociales desde los diferentes perfiles implicados en la elaboración de GPC: autores, instituciones a las que pertenezcan, organizaciones que hayan patrocinado la producción de GPC y redes de conocimiento a las que pertenezcan. A priori, no se recomienda la creación de perfiles específicos por cada nueva GPC si no se puede ofrecer una frecuencia de actualización de contenidos suficiente y relevante, más allá de la edición general de la GPC.

Para obtener pautas generales acerca del uso de redes sociales por parte de profesionales médicos recomendamos [“How medical doctors and students should use Social Media: a review of the main guidelines for proposing practical recommendations”](#) (M.A. Mayer et al, 2012). Para obtener más información sobre el uso general de redes sociales son útiles los listados de recursos incluidos en [40 de fiebre](#) y [Quora](#).

- g. **Auditoría de la información disponible en internet acerca de los contenidos de la GPC y participación en las principales fuentes detectadas para la incorporación o corrección de contenidos, con foco en Wikipedia.** En internet existe todo tipo de información acerca de enfermedades, patologías y prácticas clínicas. Con el propósito no solo de favorecer la difusión de GPC sino también de contribuir a la mejora de los contenidos médicos que se distribuyen en los canales digitales, recomendamos realizar una búsqueda en internet de contenidos relacionados con la temática de nuestra GPC, alcanzando no más de los 25-30 primeros resultados en motores de búsqueda para los términos específicos de nuestra GPC (la atención prestada a los resultados de buscadores decae enormemente incluso a partir del quinto o sexto resultado).

En caso de querer desarrollar un proceso de búsqueda más estructurado se podría contar con la asistencia de herramientas de social listening (para obtener más información sobre este tipo de herramientas se puede consultar [“What is the best social media listening tool for small business”](#), Quora). Una vez identificados contenidos erróneos, incompletos o complementarios que nuestra GPC pueda satisfacer, la recomendación es la de incluir menciones y enlaces a nuestros recursos, directamente en la forma de comentarios o foros o bien contactando con los administradores del sitio web identificado.

Esta estrategia incluye también la revisión del contenido disponible en Wikipedia, cuya relevancia y posicionamiento en buscadores la convierte en una de las principales fuentes de consulta para cualquier tema, siguiendo siempre sus recomendaciones de uso y buenas prácticas, teniendo en cuenta en particular que Wikipedia no es una fuente primaria de información (ver [“Los cinco pilares”](#), Wikipedia).

- h. **Actualización de perfiles curriculares de los autores en LinkedIn y otras bases de datos relevantes.** Como pauta general, recomendamos la inclusión de referencias a la producción de GPC en el apartado de publicaciones del perfil de los autores en LinkedIn y su difusión mediante enlaces en grupos afines a los que pertenezcan.

## 9. Plan de reputación profesional de autores de GPC.

Para llevar a cabo esta acción se necesita una plataforma digital que posibilite sistemas de *reviews* y *feedback* a los autores de GPC. El objetivo es contar con mecanismos de *feedback* a los autores directos y sencillos, mediante un sistema de *reviews* con puntuación de credibilidad o una mayor presencia de los aspectos curriculares de los autores de las GPC.

El plan de reputación profesional de autores de GPC debe incluir la comunicación e interrelación con las redes de conocimiento existentes para cada disciplina.

El objetivo es incrementar la credibilidad y valoración positiva de GPC mediante una elaboración o actualización colaborativas con mayor peso de herramientas de evaluación y autoevaluación.



## 10. Charlas informativas.

El presente punto está vinculado con la existencia de un “embajador” de la implementación de GPC en cada centro de salud. De este modo, y adicionalmente a las funciones mencionadas en el punto 5 de este paquete de acciones estratégicas, una de las labores fundamentales de estos representantes sería la de coordinar la celebración de actividades de difusión dirigidas a los usuarios finales, entendida como una de las acciones que presenta mayor potencial de eficacia entre la población general, de acuerdo con la evidencia científica.

El principal objetivo de esta acción sería la mejora de la difusión de las GPC entre los usuarios finales y el aumento del grado de sensibilización con el que se comunican las evidencias recogidas en ellas. En este contexto recomendamos la organización de dos sesiones informativas en horarios diferentes en cada centro de salud u hospital para cada una de las nuevas GPC que se publiquen.

# Medición de las acciones del plan de diseminación

En actividades de comunicación, la información y su correcto análisis es uno de sus puntos más relevantes puesto que, en base a los objetivos planteados, se debe determinar en qué medida contribuye cada acción a conseguirlo, con el propósito de intensificar su uso o transmitir buenas prácticas y establecer *benchmarks*. Sólo mediante la medición, escucha y adaptación a lo que ocurre se puede establecer una relación auténtica y personalizada con los públicos diana. Esto es especialmente relevante en iniciativas cuyos resultados esperados son menos tangibles y cuantificables, *a priori*, y en los que no hay un responsable claro y específico que pueda tener una impresión certera acerca de cómo está funcionando un determinado plan.

Aunque la definición de unos indicadores clave de medición en la implementación de las buenas prácticas recogidas en GPC deben tener que ver en primer lugar con aspectos de mejora de la salud, eficacia médica y eficiencia en la gestión de los servicios de salud, desde el proyecto TRAM-S se considera útil recomendar una serie de indicadores basados en criterios de comunicación que permitan evaluar la implementación de las acciones propuestas.

Por tanto, para cada una de las acciones propuestas en el presente *Plan Pro* se recomiendan los siguientes indicadores de medición (*key performance indicator*, KPI):

### Acción

### KPI

1.2.y3. Guías de estilo y de redacción según profesional sanitario; guía de estilo y de redacción para uso por parte de usuarios finales; creación de *friendly abstracts*.

- Porcentaje de GPC nuevas o actualizadas publicadas de acuerdo a estos manuales en un período y territorio dados.
- Escala de evaluación del nivel de notoriedad y comprensión del contenido de GPC por parte de públicos diana (requiere recursos económicos para estudio *ad hoc*).
- Número de GPC que cualifican de acuerdo al modelo de autoevaluación de GPC.

4. Elaboración de un producto atractivo de comunicación sobre el concepto de GPC y su implementación.

- Escala de evaluación del nivel de notoriedad y comprensión del concepto de GPC por parte de los profesionales médicos (requiere recursos económicos para estudio *ad hoc*).
- Evolución del número de GPC publicadas en un tiempo dado.

5. Nombramiento de un “embajador” o responsable de la implementación de GPC en cada centro de salud u hospitalario.

- Porcentaje de centros de salud que implementan esta figura.
- Escala de evaluación del nivel de notoriedad y comprensión del concepto de GPC por parte de los profesionales médicos (requiere recursos económicos para estudio *ad hoc*).

6. Lanzamiento “institucional” de nuevas GPC.

- Menciones en medios y soportes digitales (*publicity*) e inversión económica equivalente.

**Acción**

7. Premio anual a la excelencia en la difusión e implementación de GPC.

8. Plan de visibilidad digital de GPC.

9. Plan de reputación profesional de autores de GPC.

10. Charlas informativas.

**KPI**

- Número de inscripciones en el certamen.
- Menciones en medios y soportes digitales (*publicity*) e inversión económica equivalente.
- Tráfico web.
- Volumen de impresiones sobre nuestros contenidos en redes sociales.
- Tasas de engagement con nuestros contenidos en redes sociales.
- Menciones y enlaces a nuestros contenidos y web en internet.
- Número de autores con perfil en plataforma digital con *reviews* y *feedback*.
- Número de comentarios obtenidos.
- Evolución de la puntuación “karma” de los diferentes profesionales.
- Número de asistentes a las charlas informativas.

# Créditos

Elaborado para el proyecto TRAM-S (Modelo de Traslación de Resultados de la Investigación Médica a la toma de decisiones en Salud) en colaboración con UbiK media y Juanma Ramírez Ruiz.

Proyecto financiado por el Instituto de Salud Carlos III – Fondo de Investigación Sanitaria (FIS).

Ministerio de Economía y Competitividad.

