

ALICANTE UNOS 234.000 DOCUMENTOS

El Hospital de Elda inicia el escaneado de su archivo de historias clínicas en papel

Redacción

El Hospital General de Elda, en Alicante, ha comenzado la digitalización del archivo de historias clínicas existente en papel. El centro hospitalario ha habilitado una sala con tres escáneres de alto rendimiento en la que entre cuatro y cinco personas del Servicio de Admisión se encargan exclusivamente de la digitalización.

Ignacio Rodrigo, responsable del Servicio de Admisión y Documentación Clínica, explica que "el archivo cuenta con cerca de 234.000 historias clínicas. Es obvio que es una cantidad elevada, por lo que hemos tenido que estudiar una planificación para que la digitalización se lleve a cabo de la mejor manera posible, y hemos decidido comenzar con las historias que no realizan movimientos, seguir por las que no

los hacen a menudo y acabar con las historias que están en movimiento casi a diario. Por ello, se han comenzado con las historias de *exitus*. Se trata de historias que, en general, son bastante amplias, pero cuya característica más importante para nosotros es que no van a ser modificadas, lo que nos permite digitalizarlas sabiendo que no se va a añadir nada más, y posteriormente eliminar el formato papel".

El número de historias de *exitus* asciende a cerca de 16.000, por lo que las primeras previsiones apuntan a que el proceso durará alrededor de un año. El Hospital de Elda está llevando a cabo este proyecto de forma paralela a la implantación de la historia clínica electrónica, con el objetivo de que en unos años se pueda prescindir del papel.



Proceso de escaneado de historias clínicas en papel.

MADRID CON LA NORMA ISO 9001:2008

Alcorcón certifica su Banco de Huesos y Tejidos

Redacción

El consejero de Sanidad de la Comunidad de Madrid, Javier Fernández-Lasquetty, ha hecho entrega al director del Banco de Huesos y Tejidos del Hospital Universitario Fundación de Alcorcón, Javier Martínez Martín, de la certificación de calidad ISO 9001:2008 para la *Evaluación, procesamiento, preservación, almacenamiento y distribución de tejido osteotendinoso congelado y liofilizado*. El banco de huesos y tejidos del Hospital de Alcorcón es el primero que se certifica con la nueva ley que regula su funcionamiento en España.

El consejero ha afirmado que el centro ha apostado desde sus inicios por fomentar la donación de tejidos y ha logrado, en 12 años, beneficiar a 1.221 pacientes con las 318 donaciones obtenidas. Asimismo ha podido suministrar unidades de tejidos a 48 centros hospitalarios receptores de los que 37 pertenecen a la Comunidad de Madrid.

Los resultados de la auditoría de calidad muestran un aumento del 40 por ciento del número de donantes vivos por año respecto a los últimos cinco años, y la demanda ha crecido un 20 por ciento en este tiempo.

TRIBUNA COPIAR UN PROYECTO ESTÁ MAL VISTO, PERO NO TIENE SENTIDO REPETIR ESFUERZOS

Innovación o imitación

➔ Innovar se ha convertido en la palabra mágica que todo el mundo usa, desea y busca, desde la industria farmacéutica a las empresas de electrodomésticos. Sin embargo, los autores opinan que no todo puede ser innovador y hay que perderle el miedo a imitar iniciativas de éxito.



MIGUEL ÁNGEL MÁÑEZ

Subdirector económico del Hospital Universitario de San Juan, de Alicante

Ser innovador no es sencillo y, como mínimo, se necesitan decisión, recursos y tiempo, además de la capacidad para aceptar los fracasos



RAQUEL BENITO

Técnico de Organización del Hospital de Cruces, de Bilbao

Antes de buscar soluciones innovadoras, si alguien ya ha comprobado que algo funciona, no tengamos remilgos en imitarle

La segunda i, la letra minúscula que se añadió al ya clásico dueto I+D, anuncia a la que, desde hace unos años, es la palabra de moda: innovación. Ha llegado a convertirse en un valor admirado por la sociedad, hasta tal punto que las organizaciones lo utilizan como elemento diferenciador respecto de sus competidoras. La innovación vende, y para comprobarlo sólo tenemos que echar un vistazo a las campañas de *marketing*: son innovadores los coches, los lavavajillas y hasta el pan de molde. Incluso representantes de Farmaindustria hablan de fármacos innovadores en contraposición a los genéricos.

Podemos definir innovación como "la transformación de ideas nuevas en valor". El éxito es una característica intrínseca a la innovación, por lo que si una idea no llega a aportar ningún valor, por muy pionera que sea, no puede considerarse innovadora. Para conseguirlo ha tenido que ser aceptada y asimilada hasta tal punto que, lo que en un principio parecía la locura de unos pocos, se convierta en algo cotidiano. No todas las ideas nuevas acaban siendo exitosas y, de hecho, un alto porcentaje de ellas acaban quedándose por el camino, por muy buenas que pudieran parecer *a priori*.

La innovación va mucho más allá de encontrar una idea afortunada, no hay un *eureka* que marque un antes y un después. Para innovar, las organizaciones necesitan poner en marcha toda una arquitectura de innovación: desarrollar una estrategia basada en la renovación de productos/servicios, establecer objetivos, designar responsables y equipos, diseñar un sistema de indicadores válido, etc., y tratar de alcanzar un estado en el que toda la organización innova, invirtiendo recursos, recompensando y reconociendo el esfuerzo innovador, es decir, impulsando una cultura innovadora.

Algunas organizaciones sanitarias de nuestro entorno han realizado una importante apuesta para dotarse de esta arquitectura para la innovación, como es el caso del Hospital Clínico San Carlos, Madrid, que ha puesto en marcha una Unidad de Innovación, o el Hospital San Juan de Dios de Barcelona, que cuenta con una dirección específica de *eHealth* y Salud 2.0. Aunque todavía sea pronto para hablar de resultados, estamos seguros de que en breve podremos disponer de datos y de hechos.

Ser innovador no es sencillo y, como mínimo, se necesitan decisión, recursos y tiempo, además de la capacidad para aceptar los fracasos con que, sin duda, nos encontraremos al intentar abrir nuevos caminos. ¿Y que ocurre cuando una organización no está preparada para innovar o no tiene los recursos financieros necesarios? En estos casos, tal vez debamos empezar a pensar en la imitación como una alternativa válida.

Sin embargo, copiar está mal visto. En lugar de reconocer que existen alternativas que podrían satisfacer nuestras necesidades e implantarlas, rechazamos la imitación. Tal vez porque nos han educado en la creencia de que es una práctica ilícita, parece que existe una cierta tendencia a pensar que si seguimos esa senda no acabaremos bien. Sin embargo, como apunta un estudio realizado por Oded Shenkar al que se hace referencia en el número de abril de la revista *Harvard Business Review*, la imitación puede llegar a

aportar más valor a determinadas organizaciones que la innovación.

Al igual que la innovación, la imitación es todo un arte. Los buenos imitadores buscan activamente ideas que merezcan la pena ser copiadas y, si es posible, superarlas en algún aspecto. Su misión es captar la esencia de la iniciativa a reproducir y adaptarla en la medida justa a sus circunstancias particulares. De esta forma pueden llegar a obtener mayores beneficios que quienes tuvieron la idea original al no tener que enfrentarse a la elevada inversión que supone innovar y apostar por un concepto de éxito probado.

Aunque no siempre es sencillo imitar. En ocasiones cuesta dar con la clave del éxito de otras organizaciones. Pensamos, por ejemplo, en la dificultad con que se han encontrado distintos agentes a la hora de copiar el modelo desarrollado por la aseguradora sanitaria sin ánimo de lucro Kaiser Permanente. Cuando hablamos de intangibles, como la cultura organizativa, la imitación es mucho más compleja.

Más probabilidades de éxito

La ventaja de la imitación es que requiere de menor esfuerzo inversor y, si se hace adecuadamente, las probabilidades de tener éxito son mucho más elevadas. Ser un buen imitador puede ser una alternativa válida a la innovación cuando no se cuenta con la infraestructura ni los recursos suficientes para innovar. No podemos permitirnos malgastar esfuerzos y recursos reinventando la rueda.

Antes de lanzarnos a buscar soluciones innovadoras, observemos si ya existe alguna respuesta a nuestro problema. Si alguien ya ha comprobado que algo funciona, no tengamos remilgos en imitarle. Y si somos nosotros los que dimos con la solución, compartamos nuestro conocimiento, de modo que otros avancen sobre lo que nosotros alcanzamos, enriqueciéndonos todos gracias a ello. Algo similar es lo que algunos expertos llaman *benchmarking*.

La imitación tiene mucho que aportar al sector sanitario público español, donde las distintas comunidades autónomas, incluso las distintas organizaciones sanitarias dentro de una misma comunidad, se enfrentan a los mismos retos. No somos competidores, pero carecemos de sistemas para compartir buenas prácticas que nos permitan avanzar y ofrecer un servicio de mayor calidad a nuestros ciudadanos. Compartimos objetivos, compartimos entorno y además, nos guste o no, solemos compartir problemas. ¿Por qué no compartimos soluciones?

A pesar de no tener el mismo reconocimiento social que la innovación, la imitación o la exitosa adopción, adaptación y mejora de ideas que ya han demostrado ser viables puede reportar elevados beneficios sin tener que realizar una inversión tan elevada como la requerida por la innovación. Y en sanidad, donde tenemos la responsabilidad de obtener los mejores resultados posibles con recursos limitados, debemos empezar a compartir lo que hacemos y mejorar entre todos, que la competitividad no es luchar contra el vecino, sino hacerlo mejor con los mismos medios. La imitación puede ser una alternativa viable; al fin y al cabo, todos buscamos lo mismo: alcanzar la excelencia en el servicio que prestamos.