

Entenda Como os Programas de Suporte ao Paciente afetam a ADESÃO



Introdução

Como os Programas Suporte ao Paciente afetam a adesão?

Alguns Programas de Apoio ao Paciente (PSPs) aumentam consideravelmente as taxas de adesão, enquanto outros têm impacto limitado.

As teorias da ciência comportamental e os avanços nas tecnologias digitais podem aumentar o engajamento do programa PSP e melhorar sua eficácia.

Te convido a refletir junto a este texto, sobre como o tema de adesão e as possibilidades de acelerar uma mudança de comportamento.

A falta de adesão é uma questão importante que pode ser abordada pelos PSPs.

A falta de adesão é uma barreira importante que limita os benefícios de tratamentos clinicamente eficazes. Medicamentos que provaram seu potencial em estudos clínicos muitas vezes não cumprem esse potencial no mundo real devido à baixa adesão.

Os números falam por si: as taxas de adesão para tratamentos crônicos são em média de 50%. As baixas taxas de adesão têm um impacto significativo na qualidade de vida e na expectativa de vida dos pacientes, bem como em aspectos sociais muito mais amplos, além de consequências financeiras.

A falta ou baixa adesão é um fenômeno global, independente da cultura do paciente, gênero, idade ou nível socioeconômico.

Como os Programas Suporte ao Paciente afetam a **ADESÃO**?



Por Paula Campoy - Consultora Executiva de Negócio da Informar Saúde, Membro do Conselho Executivo na Aliança para a Saúde Populacional (ASAP), Consultora Executiva Estratégia e Modelos Negócio na SucceXX Minds Consultoria.



Mas, o que causa a falta de adesão?

Observamos uma série de razões pelas quais os pacientes podem não entender sua condição, como preferir ignorá-la, esquecer de tomar sua medicação ou, na maioria dos casos, tomar uma decisão consciente de não seguir seu tratamento por razões únicas que são não inteiramente racionais. Seja qual for o motivo, tais pacientes adotam o comportamento irracional de não buscar os melhores resultados de saúde. Para ajudar os pacientes a mudarem seu comportamento, fornecedores de saúde, a indústria farmacêutica, sociedades médicas científicas e outros, desenvolveram inúmeras estratégias. Eles variam de abordagens simples, como fornecer serviços de informações ao paciente ou desenvolver aplicativos, a abordagens mais sofisticadas, como caixas de pílulas eletrônicas.

Embora essas ferramentas geralmente ajudem no rastreamento da adesão, o preço de muitos desses dispositivos os torna impraticáveis em grande escala e muitas vezes não diminuem significativamente a falta de adesão, principalmente naqueles pacientes que ainda não estavam motivados a aderir.

A suposição de que, simplesmente fornecendo melhores informações, o paciente mudará seu comportamento, não é verdadeira. Talvez isso funcionasse se fôssemos todos “ecos” perfeitamente racionais, mas como seres humanos irracionais é necessário mais.

Com ou sem esses dispositivos, os principais esforços para ajudar os pacientes a

seguir seu tratamento e gerenciar melhor suas condições de saúde se enquadram nos serviços conhecidos como Programas de Apoio ao Paciente (PSPs).

Os Programas de Suporte ao Paciente (PSPs) tradicionalmente fornecem algum tipo de suporte estático para as indústrias patrocinadoras. Quer o foco tenha sido educação do paciente ou a adesão, o envolvimento por meio do programa de suporte tem sido muitas vezes “unidirecional”. Mesmo quando são utilizadas soluções tecnológicas, como lembretes por SMS, a solução foi estruturada para oferecer um serviço não personalizado sem aproveitar a relação direta com o paciente.

No entanto, há uma nova geração de PSPs mostrando um novo caminho e criando um ambiente integrado onde o engajamento humano, tecnologia e dados coexistem em simbiose.

Essa nova geração de PSPs é capaz de exercer um papel muito mais estratégico na indústria farma e novos modelos de negócios.

O PSP do futuro:



Aproveita a tecnologia para gerar engajamento humano escalável e personalizado;



Captura dados do mundo real sobre resultados de saúde, estabelecendo um mecanismo de evidências e insights que pode alimentar acordos comerciais inovadores;



Captura experiência, dados operacionais e outros dados do paciente, alimentando um ciclo de melhoria contínua;



Cria um ponto de contato com os pacientes que tem o potencial de dobrar a cadeia de valor farmacêutica, impulsionar a liderança da categoria e colocar em prática a visão centrada no paciente.

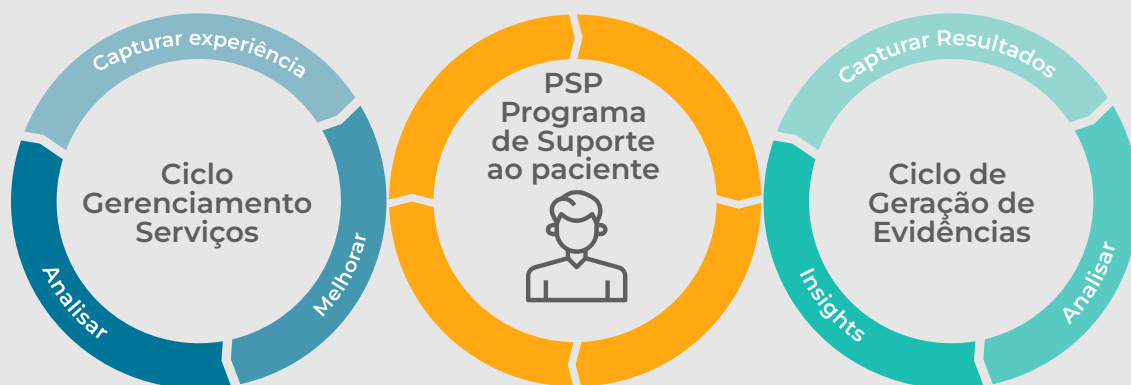
As empresas que não conseguem enxergar o potencial mais amplo do suporte ao paciente, correm o risco de serem reduzidas a um fornecedor de produtos, à mercê de descontos e conversas sobre descontos, em vez de um parceiro na área de saúde que encontra alinhamento com as partes interessadas em torno de objetivos comuns para os resultados do paciente e do sistema de saúde.

Mas, o que é um PSP como serviço integrado de saúde?

O apoio ao paciente na forma de serviços integrados de saúde consiste em um núcleo de serviços de atendimento, em que o envolvimento humano coexiste com elementos de atendimento digital e conectados. Este núcleo de serviço é alimentado por dois ciclos de dados.

Cuidados de Alto Valor

Segmentação de pacientes e alocação de recursos



● Capturar Experiências

Capture feedbacks de experiência e dados operacionais

● Melhorar

Experiência de feedback e dados operacionais impulsionam a eficiência e a qualidade

● Analisar

Estrutura de governança para melhorar continuamente o serviço com base de dados

● Capturar Resultados

Capture dados sobre resultados clínicos e de qualidade de vida

● Insights

Mecanismo de análise para transformar dados em evidências e insights

● Reembolso

Evidências geradas sobre resultados clínicos e de qualidade de vida podem apoiar o reembolso

Cuidado Humanizado

O primeiro - Ciclo Gerenciamento Serviços - é focado em dados operacionais e de experiência. Ao capturar uma combinação de dados operacionais (por exemplo, tempo ao telefone com a enfermeira) e dados de feedback da experiência (por exemplo, foi fácil para você? Você conseguiu o que precisava?) no nível do ponto de contato, você pode fazer três coisas:

Você pode começar a conhecer seus pacientes e suas preferências, e segmentar sua população. Esta é a peça angular do suporte ao paciente escalável.



Você pode melhorar continuamente sua eficiência operacional sabendo como está seu desempenho e o que realmente agrega valor aos seus pacientes.

Você pode alocar recursos de acordo - tanto estrategicamente à medida que evolui o serviço quanto operacionalmente, atendendo os pacientes com maior necessidade.



O segundo ciclo - Ciclo de Geração de Evidências - de dados está focado nos resultados de saúde e do sistema para gerar evidências. A interface digital com os pacientes cria um ponto de contato que permite capturar dados de resultados de saúde com mais facilidade do que, por exemplo, questionários tradicionais na clínica.

Por exemplo, imagine um "prompt" diário que pergunte ao paciente como ele está se sentindo e, com base na resposta, possa sugerir diferentes intervenções. As sugestões agregam valor ao paciente e o ajudam a gerenciar sua condição. Enquanto as perguntas rápidas capturam dados valiosos de Qualidade de Vida (QoL).

Esse tipo de dado diretamente do paciente pode ser combinado com outras fontes de dados, como clima, localização, atividade física, que são todos capturados de forma latente por meio do smartphone.

A combinação de conjuntos de dados cria informações valiosas sobre como o paciente está se saindo em tempo real para apoiar as intervenções. Por exemplo, em doenças crônicas, esses dados, juntamente com análises preditivas, podem prever exacerbações agudas e implementar atividades ou alertas de mitigação. Além disso, os dados também fornecem a base potencial para o reembolso baseado em resultados e outros modelos comerciais inovadores.

Ao construir esses ciclos contínuos de captura e melhoria de dados em torno de uma oferta de serviço habilitada digitalmente, o PSP se torna a peça central de um novo tipo de oferta.

Como faço este modelo funcionar dentro da minha empresa?

Com base na experiência de implementação de programas de suporte, há realmente cinco coisas que você precisa considerar ao embarcar na construção de um PSP de nova geração:

1. Defina os objetivos e KPIs certos

Os objetivos e medidas de sucesso devem ser relevantes para os pacientes e partes interessadas (a adesão é realmente um meio para atingir uma meta). Juntamente com a cocriação e o desenvolvimento iterativo, definir os objetivos e KPIs corretos é fundamental para o sucesso de um programa de apoio ao paciente. Existem várias razões pelas quais isso é tão importante, mas quando se trata de programas mais inovadores que dependem, por exemplo, de captura de dados e mudança de comportamento, a forma como os KPIs e metas são configurados pode permitir ou limitar o que você pode e não pode fazer.

Dois exemplos:



O Net Promotor Score (NPS), embora seja uma métrica de experiência comumente usada, tem suas limitações do ponto de vista da conformidade em um ambiente de suporte ao paciente.



A adesão, embora seja um importante KPI operacional e de negócios, pode limitar o tipo de dados que você pode capturar e analisar.

Portanto, é importante que os resultados relevantes do paciente e do pagador estejam na frente e no centro do modelo de negócio.



2. Co-crie a solução

Uma maneira segura de criar um PSP com falha é desenvolvê-lo isoladamente – a cocriação é fundamental.

O ditado “não superestime o que você pode fazer no curto prazo e subestime o que você pode alcançar no longo prazo” é muito adequado para esse tipo de empreendimento.

Um PSP bem projetado pode ter um impacto profundo, mas levará tempo para se materializar e cumprir todos os seus objetivos. Projetar e lançar um programa dessa escala depende completamente de ter uma abordagem iterativa de escala.

A cocriação é crucial para entender os altos e baixos do seu serviço projetado a partir das perspectivas daqueles que são atendidos por ele ou serão a chave para fornecê-lo.

O sonho de um PSP totalmente dimensionado pode ser realizado se houver tempo para otimizar a oferta e superar os obstáculos que surgem durante a implementação.

3. Lembre-se do toque humano

Lembre-se da importância da comunidade e do toque humano personalizado por meio da tecnologia, o envolvimento humano é o que torna um PSP poderoso.

Os PSPs mais bem-sucedidos têm um componente de atendimento humano e vários estudos mostram os vastos benefícios que isso tem em relação às abordagens “somente digitais”.

No entanto, o cuidado humano também pode ser um obstáculo à escala e à implementação prática, pois pode ser caro.

Ter um elemento digital para o suporte ao paciente que permita o atendimento humano e permita a captura de dados e a subsequente personalização do nível de atendimento humano que um paciente específico pode precisar é fundamental. Estudos mostram que serviços personalizados como "Care Coach Calls" (chamadas de enfermeiros treinados para pacientes para treinamento e educação) aumentaram a retenção em 77% e aumentaram a adesão e persistência do paciente.



4. Projeto para escala

Uma armadilha comum é projetar um serviço maravilhoso que não pode ser dimensionado. Integre a escala ao processo de design desde o início e certifique-se de que seu PSP possa crescer e evoluir ao longo do tempo.

Os programas de apoio ao paciente geralmente se deparam com a questão da escala. Pela nossa experiência, há dois fatores a serem considerados para evitar o enigma da escalabilidade:



Entender os mercados antecipadamente e co-criar soluções.



Usar a tecnologia para permitir o engajamento humano e a personalização do suporte.

5. Inove além da tecnologia

Nem tudo que reluz é ouro e nem tudo que é novo é inovação – muitas vezes a verdadeira inovação vem da combinação de tecnologias e soluções existentes de novas maneiras.

Outra armadilha em que as empresas farmacêuticas costumam cair é pensar que a inovação está restrita a elementos de serviço ou recursos de tecnologia. Pelo contrário, muitas vezes a inovação mais disruptiva pega os componentes existentes e os combina de uma nova maneira.

Para quase todos desafios existem opções de tecnologia disponíveis que podem ser adquiridas no mercado. A indústria farmacêutica não precisa se tornar uma startup de tecnologia, mas precisa aprender a interagir com elas. Além disso, a inovação de soluções e tecnologias deve ser acompanhada muitas vezes pela inovação comercial.



Modelos de PSPs na prática



Alguns PSPs são puramente informativos e fornecem conteúdos práticos aos pacientes sobre tópicos que incluem gerenciamento de doenças e gerenciamento de medicamentos (especialmente para medicamentos complexos).

Os canais pelos quais os pacientes recebem essas informações podem ser limitados a materiais impressos ou eletrônicos, mas em muitos casos incluem intervenções presenciais ou remotas.

Embora a informação e a educação do paciente sejam cruciais, os PSPs que se limitam a essas funções não são particularmente eficazes para melhorar a adesão, não porque as informações que fornecem não são úteis, mas porque normalmente não são suficientes. Muitos desses programas são muito apreciados pelos pacientes e, com base no feedback do paciente e do profissional de saúde, podem parecer produzir resultados de alto impacto. Infelizmente, há um viés: os pacientes que mais usam e apreciam esses programas geralmente tendem a ser aqueles que já estão fortemente motivados a seguir seu tratamento. Como resultado, os programas que enfatizam a educação e a informação provavelmente terão um impacto mínimo na adesão em nível populacional.

Outros PSPs fornecem ferramentas puramente comportamentais, estes incluem sistemas de lembrete, rastreadores de sintomas e outros recursos. Estes são limitados em sua eficácia essencialmente pelas mesmas razões: aqueles que usam essas ferramentas práticas muitas vezes já estão motivados a seguir seus planos de autocuidado ao pé da letra.



A utilidade dos PSPs é inegável. No entanto, se quisermos aumentar a taxa de adesão geral da população de pacientes, também devemos encontrar maneiras de envolver todos os pacientes, em todos os níveis de ativação, níveis de motivação e necessidades - seja com informações, lembretes ou outras intervenções. Isso pode ser melhor alcançado por PSPs que incorporam uma combinação de estratégias informativas e comportamentais geradas pelos princípios da ciência comportamental.

Um meta-estudo de 17 PSPs selecionados cobrindo mais de 10.000 pacientes ofereceu uma visão bem otimista. Este estudo considerou a influência do PSP na adesão de pacientes que sofrem de doenças inflamatórias e imunológicas, como artrite reumatoide, osteoporose, colite ulcerativa ou esclerose múltipla. Os PSPs examinaram estratégias de informação empregadas, estratégias comportamentais ou uma combinação de ambas as estratégias juntas. Os resultados mostraram que, em média, a adesão aumentou em:

11,5% para PSPs que empregam apenas estratégias informativas

14% para PSPs que empregam apenas estratégias comportamentais

11,5% para PSPs que empregam estratégias mistas

O impacto do PSP na adesão: um tema discutível

Embora este estudo tenha se restringido a determinadas doenças, esses resultados sugerem que uma combinação cuidadosa de estratégias informacionais e comportamentais pode gerar impacto significativo e evitar resultados inconclusivos de intervenções menos abrangentes.



A personalização por meio das ciências comportamentais e da digitalização aumentará a adesão? Será este o futuro dos PSP's ?

Em 2003, a OMS citou RB Haynes que disse: “aumentar a eficácia das intervenções de adesão pode ter um impacto muito maior na saúde da população do que qualquer melhoria em tratamentos médicos específicos”, valor discutível quando são cuidadosamente construídos.

A necessidade de PSP's parece evidente, mas eles devem ser projetados adequadamente. Uma abordagem de design promissora é a personalização do PSP, conforme descrevemos até aqui. Por meio da personalização, a combinação entre comunicação de informações e abordagens mais orientadas ao coaching pode ser ajustada individualmente, e as informações específicas, o conteúdo comportamental e o tom dessas intervenções podem ser adaptados para atender o paciente individual.

Esses PSP's altamente personalizados eram raros no passado devido aos custos envolvidos. No entanto, graças aos avanços na tecnologia digital e móvel, a abordagem personalizada agora pode ser aplicada em maior escala. Além disso, desenvolvimentos recentes nas ciências comportamentais, proporcionam maior compreensão do processo de tomada de decisão de cada paciente e pode ser muito mais eficaz na determinação de nudges individuais apropriados para pacientes com base em seus perfis de atitude. As tecnologias digitais que alavancam as técnicas da ciência comportamental produzem melhorias significativas na personalização e na experiência do paciente.

A eficácia das abordagens personalizadas usando tecnologias digitais já foi demonstrada em indústrias baseadas no consumidor, como comércio eletrônico e bancos. Empresas como Netflix, Amazon, Rakuten e outras prosperam graças às abordagens de personalização que usam. Os mesmos princípios

podem ser aplicados aos pacientes. Considere um chat-bot com um “paciente-coach” virtual que ajuda o paciente a gerenciar sua doença e tratamento que está sempre disponível via smartphone, tablet ou computador.

O paciente responde a um questionário elaborado de acordo com as teorias da ciência comportamental e recebe estímulos de adesão na forma de mensagens especificamente adaptadas às suas necessidades e motivadores comportamentais identificados. Essa adaptabilidade inclui até o tom da mensagem recebida, a hora do dia em que ela aparece, etc.

Esses “chat-bots” foram lançados recentemente na área da saúde e seu impacto ainda não foi medido.

No entanto, eles abrem uma nova perspectiva para os PSPs e para abordar a questão da falta de adesão, permitindo que a influência positiva dos profissionais de saúde seja estendida à vida diária do paciente.



Conclusão

Os PSPs podem ser muito mais do que apenas suporte. Eles podem ser a peça central estratégica de novos modelos de negócios da área da saúde e na vida dos pacientes.

Vemos as empresas se afastando dos modelos tradicionais de comercialização de medicamentos de três maneiras diferentes:



Alguns tentam OTIMIZAR o modelo tradicional, usando engajamento digital e uma melhor compreensão da experiência do cliente. Os PSPs neste contexto provavelmente não seriam muito diferentes de hoje. O digital provavelmente será usado, mas pode ser limitado a um site, por exemplo.



Outro conjunto de empresas está evoluindo sua oferta sem interrompê-la. Eles estão incluindo mais frequentemente serviços e soluções como parte de sua “oferta holística de medicamentos”. Em vez do muito debatido “além do medicamento”, provavelmente estamos olhando para “em torno do medicamento”. Embora a tecnologia possa habilitá-los de algumas maneiras, todo o potencial do PSP é prejudicado por sua posição como uma “agregação de valor” em vez de uma plataforma estratégica.



Um conjunto final de empresas está começando a pensar de forma diferente. Reinventando seu modelo de negócios e o papel que desempenham na área da saúde, essas empresas estão introduzindo um novo pensamento sobre resultados, cuidados integrados e combinações de tecnologia-medicamento-serviço. Nesse contexto, os PSPs oferecerão um veículo para ancorar o novo modelo de negócios ao redor.

Modelo Tradicional

Modelo tradicional de força de vendas focado no compartilhamento em torno de drogas de sucesso

“Mantemos pedidos de nossos medicamento - mesmo que não tenham proposta de valor diferenciado da concorrência - executando um modelo intensivo de recursos com base em representantes de vendas.”

Otimização (CX como modelo de engajamento)

Otimizando o engajamento do cliente por meio da experiência & do digital

“Nossos produtos são diferenciados e os clientes preferem a outros, só precisamos garantir que os pacientes adiram ao tratamento.”

Diferenciação (CX como estratégia)

Diferenciando a proposta de valor atual com serviços e soluções de valor agregado

“Sozinho, nossos produtos não são diferenciados o suficiente para direcionar a preferência do cliente, precisamos oferecer mais para que eles nos escolham à frente de nossos concorrentes.”

Reinvenção (CX como um driver de modelo de negócios)

Novos modelos de negócios em torno da prevenção, cuidados integrados e baseado em resultados

“Queremos que os clientes paguem pelo resultado e pela experiências que fornecemos a eles em toda a jornada, não apenas pelos produtos que fabricamos.”

Em última análise, os PSPs podem fazer muito mais do que apenas apoiar a adesão. A nova geração de PSPs que vemos está melhorando os resultados de saúde, melhorando a produtividade do trabalho e reduzindo os custos totais de saúde, ao mesmo tempo em que oferece suporte a seus produtos por meio de diferenciação e vantagem competitiva.

Achou interessante o conteúdo que apresentamos neste e-book? Então fique por dentro das soluções que a Informar Saúde desenvolve para engajar os pacientes e reduzir os custos!





**Informar
Saúde**

www.informarsaude.com.br

 **(11) 98193.0750**

contato@informarsaude.com.br

