

JOSÉ LUIS CASTEIG, PRESIDENTE Y CEO DEL GRUPO OAT



## EL PRIMER LIBRO BLANCO DE LA ADHERENCIA PONDRÁ DE RELIEVE UN PROBLEMA QUE YA ES RECONOCIDO

Hay que conseguir que el paciente se concencie de la importancia de la adherencia. Promovido por el Grupo OAT y que se presentará el próximo 28 de abril en Madrid; comunidades autónomas, sociedades científicas, asociaciones de pacientes y colectivos de fármacoeconomía han participado en el libro blanco de la adherencia. De las palabras, hay que pasar a los hechos. Empezar a poner solución y a ejecutarla.



**E**l Grupo OAT (Observatorio de la Adherencia Terapéutica) es una organización independiente y multidisciplinar que ofrece soluciones integrales basadas en las áreas de adherencia, cronicidad y pacientes valorando las diferentes necesidades de los distintos *stakeholders* a través de un Comité Científico compuesto por profesionales sanitarios líderes de opinión con gran experiencia en estas áreas.

**José Luis Casteig**, presidente y CEO del Grupo OAT, rememora que este Comité Científico hizo en 2016 el primer estudio para

conocer el nivel de adherencia que hay en España, con más de 6.000 pacientes entrevistados. Confirma que los responsables de las CC AA están muy interesados en tener información al respecto, al igual que los laboratorios farmacéuticos.

Cada miembro del Comité Científico representa a su colectivo. Hay dos enfermeros, dos médicos de Atención Primaria y hospitalaria, el presidente que es José Manuel Ribera, un farmacéutico comunitario y dos médicos especialistas de hospitales. De farmacia hospitalaria no hay nadie por el momento, pero se está en conversaciones con la Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria (SEFH). *"Tienen una sección de adherencia e igual nos proponían a alguien"*, comenta Casteig.

### **Lo primero que hace el Grupo OAT es crear un comité de expertos de la patología que se quiere abordar**

#### **Cinco áreas**

El Grupo OAT cuenta con cinco áreas: investigación; programas de pacientes, *"que es la que más desarrollo tiene"*; eventos, donde entran sus premios y las jornadas; formación en adherencia y comunicación, en la que tienen un boletín informativo.

Por otro lado, están elaborando el primer libro blanco de la adherencia. Se va a hacer a nivel nacional y se presentará el próximo 28 de abril en Madrid. Del prólogo, se encargará el doctor Valentín Fuster. En él han participado CC AA, sociedades científicas, asociaciones de pacientes y colectivos de fármacoconomía.

Este libro blanco pretende ser un antes y un después de la adherencia, porque va a poner de relieve el problema que ya es reconocido. *"Ya vale de las palabras, hay que pasar a los hechos. Ya es reconocido el problema de la adherencia, mucho peor para el paciente por su patología, peor para los costes sanitarios"*, asevera Casteig. Las CC AA financian los medicamentos y luego el paciente no los toma y acude a Urgencias. Todo esto se va a poner de manifiesto en el libro blanco, el que hay una reconocida deficiencia. Si bien, *"hay que empezar ya a poner solución y a ejecutarla"*.

Casteig explica que tienen mucha relación tanto con la industria como con las CC AA. En diversos centros desarrollan programas de adherencia para los pacientes que han sufrido eventos cardiovasculares, que los iniciarán en dos CC AA, en principio Andalucía y Madrid.

Por otro lado, comunica que van a poner en marcha el primer proyecto multi-céntrico de mejora de la adherencia del paciente con hemofilia, *"primer multi-céntrico del mundo"*, con casi 1.000 pacientes. Asimismo, disponen de programas de pacientes en otras áreas. Recuerda que, en hemofilia, están cambiando los tratamientos ahora. Hace unos años, sólo se daban cuando un paciente tenía sangrados. Iba a Urgencias, le daban un tratamiento y se curaba. En la actualidad, hay nuevos medicamentos de profilaxis, que se tienen que tomar toda la vida.

*"Ahí es donde hay que conseguir que el paciente tenga la concien-*

*ciación, el apoyo motivacional, terapéutico, para que, si toma la medicación todos los días, dos veces a la semana o lo que sea, evita tener un pico y tener que ir a Urgencias"*, manifiesta el presidente y CEO del Grupo OAT. Es convertir el problema en crónico y más llevadero.

Lo primero que hace el Grupo OAT es crear un comité de expertos de la patología que se quiere abordar, más su Comité Científico de adherencia, con la intención de elaborar un protocolo. Ese protocolo se diseña y se presenta a un hospital o a otra institución y se implementa un programa. Por ejemplo, en el caso de hemofilia, hay 17 miembros del comité de la especialidad que, con los del Comité Científico, se encargan del protocolo, de su desarrollo y puesta en marcha. *"Nosotros creamos el protocolo y luego tenemos todos los mecanismos, herramientas para los pacientes, seguimiento"*, matiza Casteig. A partir de que poseen el protocolo, empiezan a pedir datos. Se encargan de ello los farmacéuticos de hospital y los hematólogos. Durante un año, se hace el seguimiento, para ver si los pacientes en ese tiempo mejoran la adherencia y, por lo tanto, mejoran su calidad de vida y resultados de salud.

A todos los hospitales que participan les entregan una tablet, con un programa donde dan de alta al paciente. El paciente acepta la confirmación y luego ya todo es digitalizado.

Lo que más desarrollan son estos tipos de programas en distintas patologías. Igualmente están presentes en cáncer de próstata, artritis reumatoide, en párkinson. Otro programa que está pendiente, pero que se va a hacer, es en hepatitis delta (hepatitis D), una patología rara.

Ésa es la línea en la que más se están centrando. En los eventos, hace hincapié en que organizan sus premios y unas jornadas anuales, que son el 14 de noviembre, coincidiendo con el Día Mundial de la Adherencia. Hasta ahora, las han hecho en Madrid, mientras que la entrega de premios es itinerante.

Los clientes fundamentales del Grupo OAT son la industria y las CC AA. Colaboran además intensamente con sociedades científicas y asociaciones de pacientes. De hecho, la Asociación de Pacientes de Diabetes quiere desarrollar un programa con ellos para mejorar la adherencia en la diabetes tipo 2, en la que hay cierta falta de adherencia.

Intentan que los proyectos que premian puedan trasponerse a nivel nacional. *"¿Qué proyecto más bueno de hemofilia habéis hecho en este hospital! ¿Habéis pensado en extenderlo a nivel nacional? ¿Qué gran idea! Pero, ¿cómo hacemos? Os ayudamos nosotros. Buscamos patrocinadores, creamos un protocolo, ya que sería una pena que algo que habéis hecho bueno en este hospital no lo podamos divulgar y hacerlo en otro"*, relata. La idea es que, ya que se han obtenido buenos resultados en un sitio, se beneficien otros. Ver si se puede mejorar el sistema. Es buscar encuentros de colaboración. +

**Sus clientes fundamentales son la industria y las CC AA, con el objetivo de mejorar el sistema**