Rev Clin Esp. 2017;217(Espec Congr):56

Revista Clínica Española

https://www.revclinesp.es

I-038 - UTILIDAD DE UNA CAMPAÑA PROMOCIONAL DE LA HIGIENE DE MANOS MEDIANTE LA IMPLICACIÓN DEL PACIENTE

M. Perea Ribis, R. Chaveli Serra, M. Martínez Pascual, M. Llopis Sanchis, J. Frutos Pérez, A. Ventura Esteve, E. Gil Tomas y C. Tornero Estébanez

Medicina Interna. Hospital Francesc de Borja. Gandía (Valencia).

Resumen

Objetivos: La higiene de manos (HM) es la medida técnica más importante a la hora de prevenir infecciones asociadas con el sistema sanitario, pero su cumplimiento es mejorable. Nos proponemos evaluar el impacto de una campaña promocional de la HM dirigida al personal médico de nuestro servicio, donde se implica al paciente como testigo y refuerzo motivacional.

Material y métodos: Se incluyó al personal sanitario médico del servicio de Medicina Interna de nuestro hospital y a los pacientes ingresados en este servicio que aceptaron participar en el estudio. Se excluyeron los pacientes que no eran capaces de realizar la entrevista ni disponían de cuidador y los sometidos a protocolos de aislamiento específicos. En la primera fase, se realizó al paciente o al cuidador una encuesta sobre si había observado a su médico realizándose la HM al entrar o salir en los dispensadores de los que se dispone en todas las habitaciones. Posteriormente se realizó una campaña promocional de forma individualizada a los facultativos, donde se informó de los resultados de la primera encuesta, se recordaron las indicaciones de la HM, y se les informó que los pacientes serían conocedores de las recomendaciones y recogerían si se cumplen durante el pase de visita. Se repitió la recogida de datos en la semana siguiente a la campaña y dos meses después de ésta (segunda y tercera fase). Se analizó la variación en los porcentajes mediante la regresión de Poisson.

Resultados: Se incluyeron 34 facultativos. Los pacientes incluidos fueron 85 en la primera fase, 91 en la segunda y 78 pacientes en la tercera fase. El porcentaje de los pacientes que recordaban que su médico había realizado la HM antes de pasar visita pasó del 22,4% al 40,7% en la segunda fase y bajó al 32,1% en la tercera. También aumentó del 14,1% al 30,8% en la segunda fase los pacientes que recordaban que se había realizado las HM tras el pase de visita bajando de nuevo al 26,9% en la tercera fase.

Discusión: La puesta en marcha de una campaña de promoción de la HM con la implicación del paciente como testigo y refuerzo motivacional tiene un significativo efecto antes y después de la atención. No obstante este efecto parece perderse con el tiempo.

Resultados

Fase inicial	Fase inicial
Al entrar	Al salir

N = 85	19 (22,4%)	12 (14,1%)
	Fase poscampaña	Fase poscampaña
	Al entrar	Al salir
N = 91	37 (40,7%)	28 (30,8%)
	IRR 1,82 (1,04-3,16 y p = 0,034)	IRR 2,17 (1,11-4,29 y p = 0,024)
	Control a los dos meses	Control a los dos meses
	Al entrar	Al salir
N = 78	25 (32,1%)	21 (26,9%)
	IRR 1,43 (0,79-2,6 y p = 0,23)	IRR 1,91 (0,94-3,87 y p = 0,074)

Conclusiones: Campañas repetidas mensuales sobre la HM, según este estudio, podrían mejorar la cumplimentación de esta técnica y por tanto disminuir las infecciones asociadas con el sistema sanitario.

0014-2565 / © 2017, Elsevier España S.L.U. y Sociedad Española de Medicina Interna (SEMI). Todos los derechos reservados.