



ESTUDIO DE CASO

Prueba de la utilidad de un sistema de retroalimentación automatizado para monitorear la calidad de la asesoría en planificación familiar

El equipo de investigación evalúa la viabilidad y utilidad de un sistema de retroalimentación automatizado sobre la calidad de la información proporcionada a los clientes de asesoría en planificación familiar en entornos clínicos en la Ciudad de México.

ANTECEDENTES

El acceso a servicios y productos de planificación familiar (PF) eficaces y asequibles es fundamental para la autonomía reproductiva, la salud y los derechos humanos. La calidad de la atención brindada a los clientes que buscan anticonceptivos –incluida la información brindada y la forma en que se comunica– impacta en la salud reproductiva de los clientes, así como el uso continuo del método elegido. Por lo tanto, se requiere evaluar y monitorear la calidad de la asesoría en planificación familiar para que los proveedores mantengan y mejoren la experiencia de los clientes, así como para alcanzar objetivos internacionales para el uso de anticonceptivos modernos.

La Fundación Mexicana para la Planeación Familiar, A.C. (Mexfam), es una organización de la sociedad civil que promueve el acceso a la salud, educación integral en sexualidad y defensa de los derechos sexuales y reproductivos para todas las personas, a través de sus clínicas, servicios y actividades en 10 entidades federativas de México. Al momento de este estudio, Mexfam brindaba servicios directos a través de 18 centros operativos y 9 centros de servicios médicos, además realiza actividades de promoción e incidencia para la defensa de los derechos sexuales y reproductivos en terreno.

Como parte de sus esfuerzos para garantizar la calidad de la asesoría en planificación familiar, Mexfam ha invitado a sus clientes a responder una breve encuesta de satisfacción después de salir del consultorio. Es una encuesta de 10 preguntas que se centran en la satisfacción general del cliente en lugar de explorar áreas específicas de servicio, como la asesoría sobre anticonceptivos. La encuesta se administra mediante tabletas electrónicas en la recepción de la clínica.

DESAFÍO: IDENTIFICAR UN SISTEMA AUTOMATIZADO PRÁCTICO PARA QUE LAS CLIENTES COMPARTAN SU EXPERIENCIA SOBRE LA ASESORÍA EN PLANIFICACIÓN FAMILIAR

Si bien la encuesta existente sobre la calidad de la atención brinda algunas ideas a Mexfam, la organización también enfrentó limitaciones. La encuesta se componía de preguntas largas y relativamente complejas. Una vez recopiladas las encuestas, el personal se encargaba de ingresar y procesar los datos, generar informes y luego proporcionar los resultados de la encuesta a quienes administraban las clínicas. Este proceso llevaba mucho tiempo (a veces meses) y requería un importante esfuerzo del personal, ninguno de los cuales respaldó eficazmente la capacidad de respuesta a los comentarios de los clientes. Además, la encuesta no capturaba la granularidad de la información que Mexfam estaba interesada en conocer y el aumento de la extensión de la encuesta resultó en que los clientes eligieran no responder.

Mexfam necesitaba un proceso más simple y eficiente para recopilar mejores datos de los clientes y analizarlos de manera más efectiva. También necesitaba que el sistema fuera práctico y rentable para su contexto, y que fuera más allá de la satisfacción del cliente para



demostrar sus aportes hacia la adopción y continuación de los anticonceptivos modernos.

SOLUCIÓN: UNA NUEVA ENCUESTA A TRAVÉS DE TABLETAS CON RESULTADOS AUTOMATIZADOS

El Índice de Información sobre Métodos (MII) es una medida sencilla para evaluar la calidad de la asesoría a la planificación familiar, que ha sido ampliamente adoptada por la comunidad mundial de salud pública. Una puntuación MII más alta (siendo 3 la más alta) se asocia con una tasa más baja de interrupción del uso de anticonceptivos mientras se necesitan.

El MII es un indicador central del FP2030 y se encuentra incluido en las principales herramientas de encuestas poblacionales, como las Encuestas Demográficas y de Salud de USAID y las encuestas de Monitoreo del Desempeño para la Acción 2020.

El MII es rápido y fácil de administrar. Después de completar una visita en la que recibieron un método de planificación familiar, a los clientes se les hacen tres preguntas:

1. ¿Le informaron sobre otros métodos de planificación familiar?
2. ¿Le informaron sobre los efectos secundarios del método elegido?
3. ¿Le dijeron qué hacer si experimentaba efectos secundarios?

En enero de 2022, Mexfam colaboró con Metrics for Management en un estudio de prueba de concepto para probar la viabilidad y utilidad de recopilar respuestas a las preguntas del MII a través de un sistema automatizado de comentarios de los clientes para recopilar e informar periódicamente datos sobre la calidad de la planificación familiar en sus entornos clínicos. Los datos se recopilaron en un quiosco independiente y se entregaron informes semanales a la dirección de la clínica y de la sede.

El estudio buscó responder tres preguntas de investigación principales:

- ¿Qué tan bien funciona el sistema? ¿Ofrece alguna ventaja sobre el sistema de comentarios de los clientes existente de Mexfam?
- ¿Qué proporción de clientes elegibles utiliza el sistema? ¿El uso cambia según la duración de la encuesta?
- ¿En qué medida la retroalimentación automatizada a los gerentes de las clínicas y a Mexfam impacta la toma de decisiones?

Los equipos de Investigación y de Servicios Médicos de Mexfam trabajaron con los equipos de Métricas para la Gestión para revisar y adaptar el instrumento de encuesta antes de su implementación. Metrics for Management identificó un proveedor de quioscos, y el equipo de investigación de Mexfam gestionó la instalación y

despliegue de quioscos que albergaban tabletas conectadas a Internet en dos clínicas de Mexfam: Clínica Xola y Clínica La Villa. Ambas clínicas se encuentran centralmente ubicadas en la Ciudad de México, tienen un gran volumen de clientes y, en particular, un amplio volumen de clientes que buscan servicios de planificación familiar. Las clínicas también cuentan con electricidad y acceso a Internet, lo que las hace ideales para probar el sistema de retroalimentación automatizado.

La prueba piloto del nuevo sistema inició en abril de 2022. En la primera fase, de 6 semanas, a los clientes de planificación familiar en las clínicas del estudio se les presentó una breve encuesta a través de quioscos de tabletas, que estaban estratégicamente ubicadas para que los clientes que salían de las citas pasaran por las ubicaciones de los quioscos. A los clientes que recibieron un método de planificación familiar durante su visita se les hicieron cinco preguntas, mientras que a los clientes que no recibieron un método de planificación familiar durante su visita se les hicieron cuatro preguntas. A todos los encuestados se les dio la opción de incluir comentarios adicionales a través de una pregunta de respuesta libre al final de la encuesta. Cada semana, Metrics for Management elaboró un informe basado en los datos recopilados de los cuatro dispositivos de la clínica. Se elaboraron informes individuales para cada clínica y también se elaboró un tercer informe que combinó datos de Xola y La Villa para la oficina central.

Durante la segunda fase del estudio, que duró siete semanas a partir de mayo de 2022, se amplió la duración de la encuesta para las clientas que recibieron un método anticonceptivo, y a estas clientas se les hicieron nueve o diez preguntas, dependiendo de si había utilizado el método anticonceptivo recibido previamente. Las preguntas adicionales incluidas en esta fase indagaron sobre el uso previo de métodos anticonceptivos, la edad y la satisfacción con los servicios brindados por la clínica Mexfam. Si un cliente respondía que nunca había usado el método anticonceptivo que recibió durante su visita anterior, se le hacía una pregunta de seguimiento sobre si alguna vez había usado algún método anticonceptivo antes para determinar si era una nueva cliente.

Los clientes que no recibieron un método anticonceptivo no vieron ningún cambio en la encuesta durante esta fase del estudio y se les hicieron las mismas cinco preguntas que en la primera fase. Al igual que en la primera fase, todos los clientes tuvieron la opción de dejar cualquier comentario adicional a través de una pregunta de respuesta libre al final de la encuesta.

El equipo de Investigación de Mexfam actuó como vínculo del estudio entre Metrics for Management y el personal de Mexfam en general, monitoreando la participación de los clientes y la funcionalidad del sistema. Una vez finalizado el estudio, Mexfam brindó datos resumidos de sus registros. Los datos recopilados durante el estudio se compararon retrospectivamente con los registros de Mexfam.

El equipo de investigación también trabajó con las clínicas para solucionar problemas del sistema durante el estudio. Por ejemplo, luego que comenzó el estudio, la falta de participación de los clientes impulsó al equipo a analizar la ubicación de los quioscos y trabajar

con la clínica para hacerlos más visibles, además de capacitar a enfermeras y consejeros para comprender mejor la herramienta y alentarlos a invitar a los clientes a responder la encuesta.

RESULTADOS: MEJOR PRESTACIÓN DE SERVICIOS BASADO EN LA CAPTURA Y EL PROCESAMIENTO EFICIENTE DE DATOS

Mexfam descubrió que los clientes podían usar fácilmente los quioscos y no tenían preguntas sobre cómo usar los dispositivos ni dificultades para entender las preguntas u opciones de respuesta de la encuesta. Los quioscos también tenían la ventaja de “llamar la atención”, lo que hacía que los clientes se sintieran atraídos hacia los mismos y quisieran responder la encuesta. Los clientes brindaron comentarios valiosos en un corto período de tiempo. La captura, el análisis y los informes automatizados ahorraron tiempo al personal de Mexfam al eliminar o reducir los procesos anteriores y eliminaron los costos recurrentes de recopilar y presentaron análisis en papel en todo el sistema clínico. La segunda fase no mostró ningún indicio de disminución de la encuesta, a pesar de que la encuesta fue más larga, lo que indica que es posible ampliar la encuesta sin impedir la recopilación de datos.

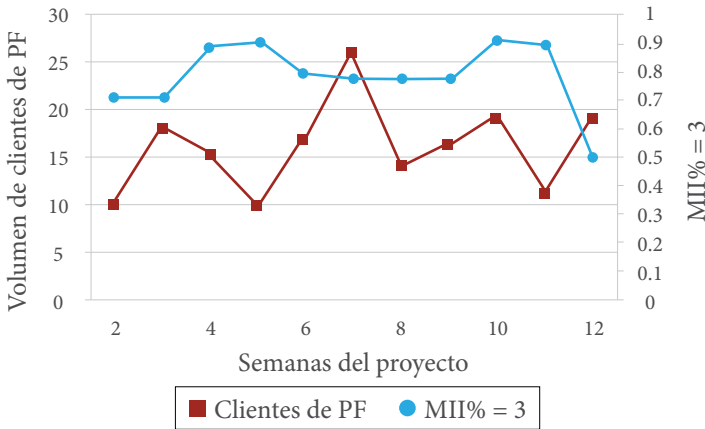
Durante el transcurso del período del estudio, el 79,3 % de los clientes de planificación familiar encuestados informaron que recibieron asesoría completa, y obtuvieron una puntuación MII de tres (la puntuación máxima posible). Los clientes encuestados de la Clínica Xola tenían más probabilidades de tener un puntaje MII de tres que los de la Clínica La Villa, aunque la Clínica La Villa mostró un aumento notable en el porcentaje de clientes con un puntaje MII de tres en la segunda fase del proyecto (Figura 1, Figura 2).

Debido a que los datos se analizaron y los resultados se informaron tan rápidamente cada semana, Mexfam también pudo realizar rápidamente los cambios necesarios, lo que les permitió mejorar la calidad de los servicios ofrecidos en sus clínicas. En un caso, la evidencia de la encuesta resultó en un cambio de personal en una clínica participante; en otros casos, los datos de la encuesta demostraron áreas en las que los consejeros o médicos necesitaban capacitación. Tener esta información casi en tiempo real permitió a Mexfam mejorar la calidad de sus servicios rápidamente luego de solicitar retroalimentación, lo que muestra una genuina preocupación y capacidad de respuesta a la satisfacción del cliente y la calidad del servicio.

La herramienta es muy simple, fácil de usar y completa. Facilita enormemente los procesos y se puede adaptar a las necesidades de las diferentes unidades sanitarias.

Ada Melchor, Investigadora de Mexfam

FIGURA 1. CLIENTES QUE RECIBIERON ASESORÍA COMPLETA SOBRE MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS



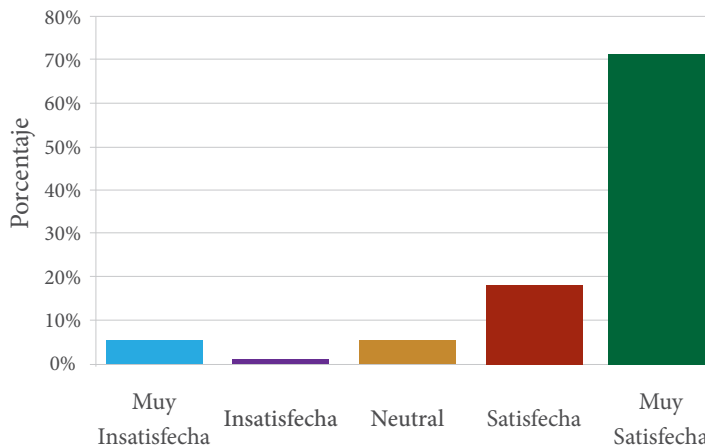
Fuente: Informe final del estudio de prueba de concepto sobre MII



PRÓXIMOS PASOS

- Este estudio inicial se realizó solo en dos clínicas. Mexfam y Metrics for Management buscan expandirlo al resto de sus clínicas y centros operativos.
- Debido a que se determinó que los quioscos utilizados en el estudio eran demasiado costosos para que Mexfam los implementara en clínicas adicionales, al equipo del estudio le gustaría identificar y probar opciones de dispositivos más asequibles.
- Algunas de las clínicas de Mexfam están ubicadas en áreas con acceso limitado a internet, por lo que la organización también está investigando aplicaciones como CommCare y Kobo ToolBox como opciones para implementar la encuesta MII en estas ubicaciones.
- Si bien el estudio se realizó en español mediante encuestas escritas, Mexfam y Metrics for Management también están interesados en explorar opciones para que las encuestas MII estén disponibles para poblaciones cuyo idioma nativo no sea el español y analfabetas. Esto incluye probar una opción de encuesta basada en fotografías o tecnología de lectura en voz alta que brindaría a los clientes no alfabetizados una experiencia de encuesta independiente y automatizada.
- Como asociación miembro de la International Planned Parenthood Federation (IPPF), Mexfam espera documentar sus experiencias utilizando el MII para encuestas de satisfacción de clientes y compartir su aprendizaje con otras asociaciones miembro.

FIGURA 2. RESUMEN DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE PF



Fuente: Informe final del estudio de prueba de concepto sobre MII

Lecciones aprendidas

1. El uso de encuestas breves, sencillas y bien diseñadas fomenta la participación. Muchos no responden a las encuestas porque tienen prisa, pero si es una encuesta breve y fácil de usar, es más probable que respondan.
2. Es importante contar con personas que promuevan las encuestas (equipos médicos, consejeros) y tomen medidas sobre los resultados de las encuestas.
3. La presentación de informes eficientes y eficaces en el momento oportuno es fundamental para una toma de decisiones oportuna.

Visita la página web de MII para obtener más información sobre esta métrica. <https://m4mgmt.org/method-information-index/>

Visita la página web de Mexfam para obtener más información. <https://mexfam.org.mx/>

Metrics for Management le ayudará a utilizar el MII en su proyecto. Para más información contacta a communications@m4mgmt.org.