



Nuevos Horizontes en la Innovación de la gestión hospitalaria

www.quiron.es

Dra. Dña. María Cordón Muro

22 de Noviembre 2012



 **QUIRÓN**
GRUPO HOSPITALARIO

Manos expertas



¿Qué es innovar para GHQ?



- **Hacer las cosas de una forma nueva/distinta más rápida, más barata y más eficaz para la empresa y nuestros clientes (pacientes). En todas las áreas: asistenciales y no asistenciales.**
- **Trabajar con la última generación en equipamientos y materiales médicos.**
- **Abrir líneas de investigación científica **aplicada.****



Por qué innovar?



- Porque nos diferencia.
- Porque aporta valor tangible e intangible
VALOR AÑADIDO.
- Porque nos **motiva**.
- Porque avanzamos, lideramos, y por tanto tenemos más posibilidades seguir con nuestro proyecto empresarial (y vital?).
- Porque aspiramos siempre a mejorar.



Factores que determinan la actividad innovadora

- Innovación → conocimiento → valor





Tipos de innovación



- **Producto / Servicio**

- **Organizacional**

Medical innovation



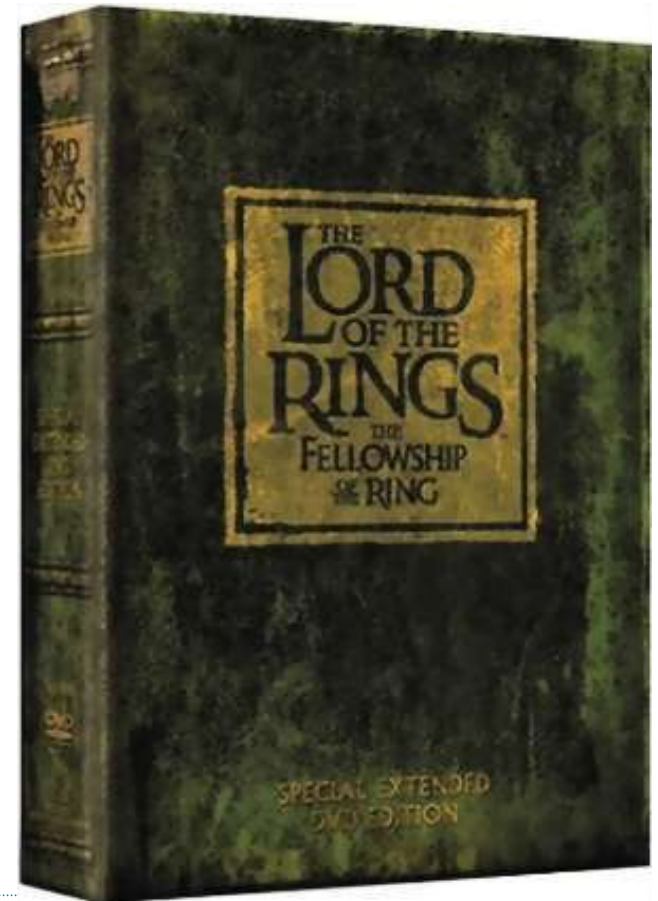
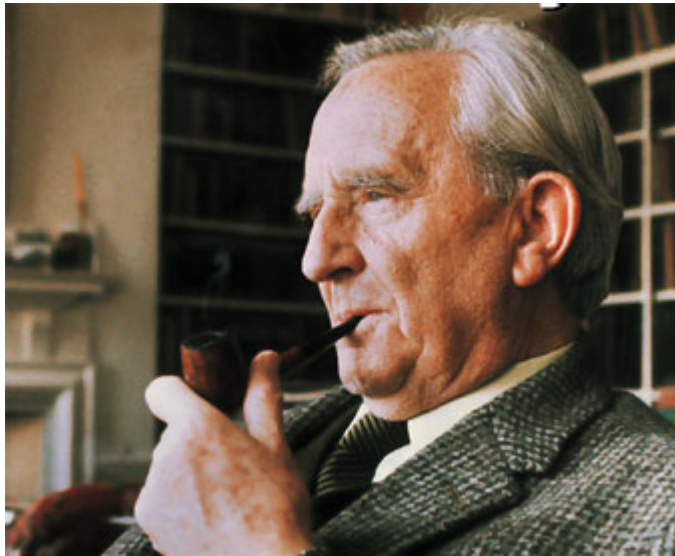
Hospital innovation

- **Proceso**

- **Comercialización**



John Ronald Reuel Tolkien 1892- 1973
identificado popularmente como «el padre»
de la literatura moderna de fantasía, o más
concretamente, de la alta fantasía.





www.quiron.es



“Hay innovaciones que surgen de un instante de genialidad, pero la mayoría de éstas, especialmente las de más éxito, son el resultado de la búsqueda consciente y deliberada de oportunidades” (Peter Drucker).



**¿LAS DECAPITACIONES
ENTRAN EN LA SEGURIDAD SOCIAL?**

**SÍ, PERO HAY UNA LISTA
DE ESPERA DE 11 AÑOS**

**ME LO
TEMIA**

**QUE
PAGÉ**





La innovación debe tener en cuenta



Valorar a las **personas** (pacientes y médicos) por encima de los procesos y herramientas.

Desarrollar servicios y productos que funcionen, en **beneficio** de la salud.

Fomentar la **colaboración** entre profesionales de distintas formaciones académicas.

Aprovechar el cambio como una ventaja competitiva: **generar valor** para crecer y mejorar.



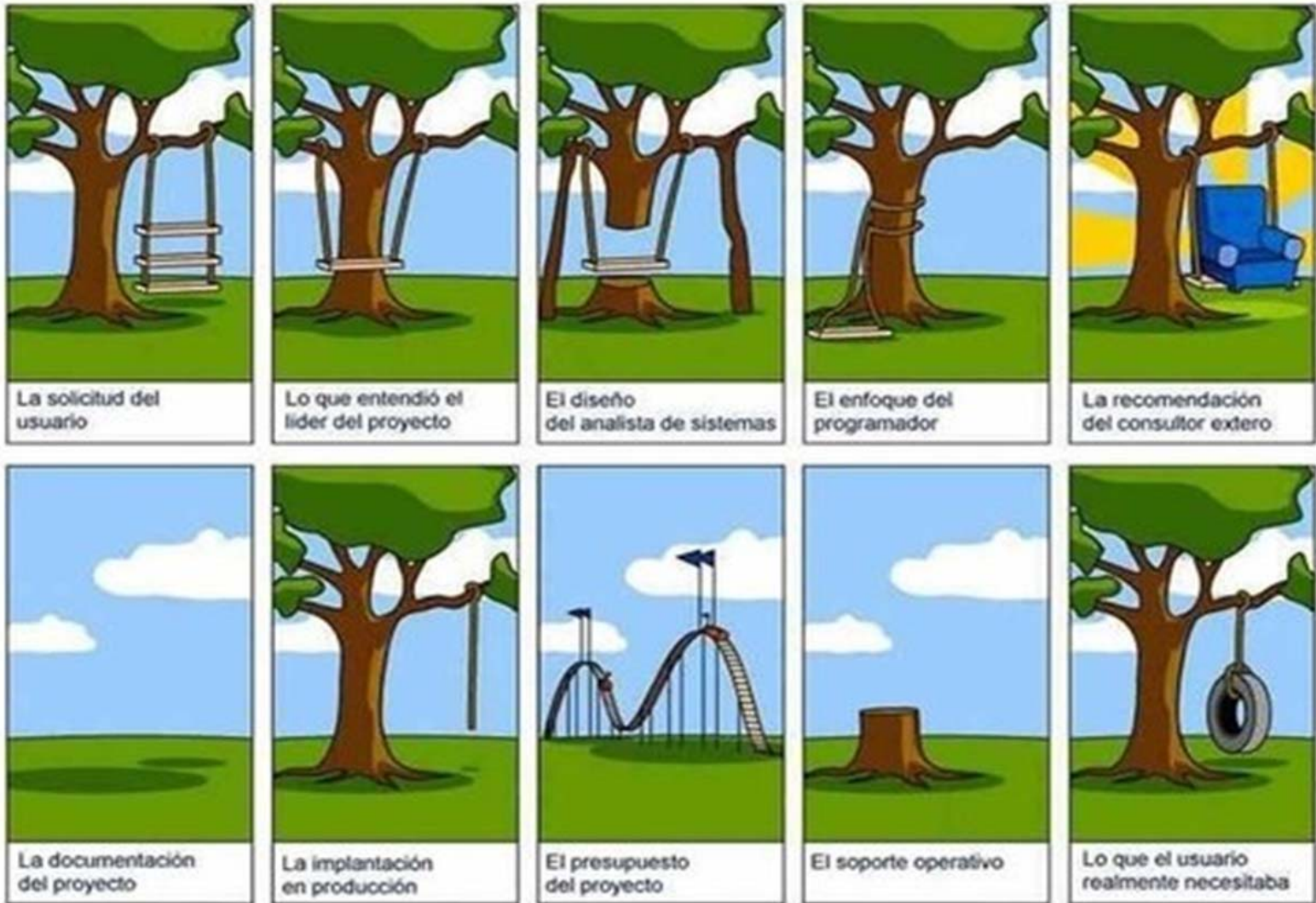
La clave en la innovación



Una CLAVE en el desarrollo de la
INNOVACIÓN es ...

**sistematización y
organización**

¿Por qué es importante reflexionar sobre la innovación? HAY QUE evitar estos problemas...





- **¿Por qué cuando hablamos de innovación nos complicamos tanto la vida?**
- Es complejo innovar en grandes organizaciones ya consolidadas. Pero no tanto por el proceso en sí, sino porque en ocasiones innovar implica romper moldes preestablecidos. He aquí el punto crítico.
- El proceso de innovación no es complejo en sí, lo complejo es hacer que cambie la cultura que deje espacio a la innovación”.
- ¿Por qué no iniciar este cambio cultural de una manera discreta, pequeña, múltiple y SENCILLA con un grupo, con pequeños focos, con herramientas muy simples y metodologías más simples todavía? Y luego ya iremos complicando lo imprescindiblemente complicable y dejaremos simple todo lo demás.
- **CÍRCULOS DE INNOVACIÓN**

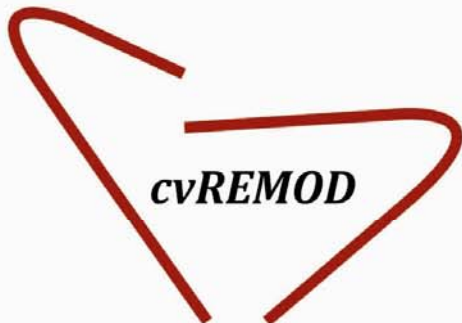


¿Innovamos?



- **Cuantificación**
- **Microsites**
- **Qams**
- **Docencia**
- **Proyectos : Plutón, In Out, Simbad...**

- **Cultura innovadora en TODA la organización:
Premios de mejora.**



cvREMODO

Convergencia de tecnologías médicas
para la gestión integral del remodelado
cardiovascular

cvREMODO

Gestión de remodelación cardiovascular mediante interacción de tecnologías de monitorización ubicua y conceptos del humano fisiológico virtual. Proyecto CENIT 2009-2012. Subvencionado por el CDTI. Apoyado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Fondo de inversión local para el empleo - Gobierno de España.



- Unidad singular integrada en el servicio de diagnóstico por la imagen. Creada 2006.
- La integran 5 **Ingenieros clínicos** y varios radiólogos.
- **Su actividad está centrada en aportar valor al paciente.**
- Director científico y asistencial.
- **Investigación aplicada:** transferencia.
- Realizan actividad asistencial.
- Participan en ensayos clínicos.
- Son actores protagonistas de Proyectos de investigación colaborativa: ejemplo CENIT cvREMOD, CIBERSAM,...
- Practican **Open innovation:** son centro referencia de Philips Europa (destacando Resonancia magnética 3T).
- Producción científica: indexadas SCI (6), no indexadas (3), libros (5), contribución congresos (16).
- Tienen solicitada una patente.
- Imparten cursos y reciben formación.
- Intercambios de científicos con centros avanzados de USA, Sudamérica y Europa.
- www.cuantificacionquironvalencia.es



CUANTIFICACIÓN QUIRÓN VALENCIA



Universidad de Granada



www.quiron.es





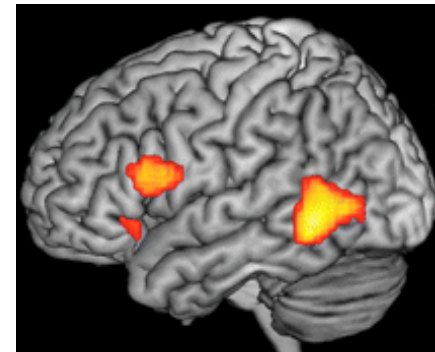
www.quiron.es



- **Neuromarketing**

- Muestra información sobre las preferencias del consumidor analizando únicamente la respuesta funcional del cerebro.
- Fisiología cerebral:
 - Proporciona información objetiva sobre las sensaciones que percibe el consumidor.
 - Se evita la introducción de sesgos en las valoraciones y cuestionarios cumplimentados a mano.

Predicción de la conducta del consumidor





La RM funcional y el neuromarketing



- ¿Cómo se hace un estudio de neuromarketing?



La prueba dura de 15 a 20 minutos

La RM funcional y el neuromarketing

- **Estudios previos**

Neuron, Vol. 44, 379–387, October 14, 2004, Copyright ©2004 by Cell Press



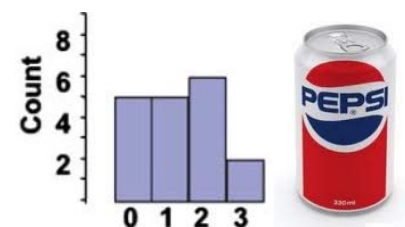
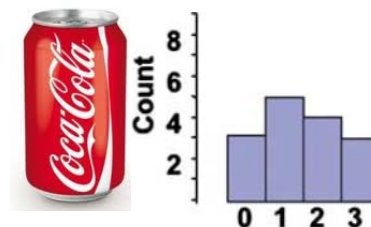
Neural Correlates of Behavioral Preference for Culturally Familiar Drinks

- **Prueba de bebidas con cola durante RM funcional:**

- - A ciegas
- - Viendo la marca

Comportamiento del cerebro completamente distinto

- **Durante la prueba a ciegas, los participantes eligen a las dos bebidas por igual**



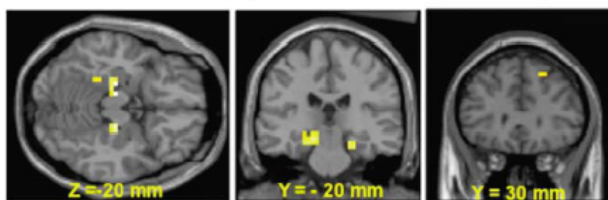


La RM funcional y el neuromarketing

- Cuando se ve enseña la marca, la mayoría de participantes eligen Coca-Cola
 - Los que eligen Coca-Cola activan el hipocampo (regulación emocional). Los que eligen Pepsi, no.



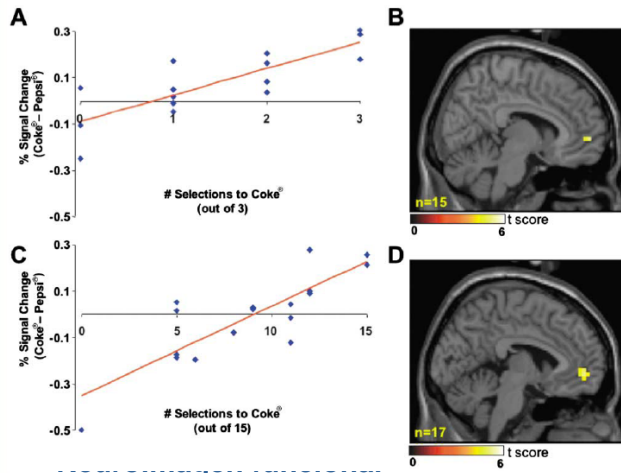
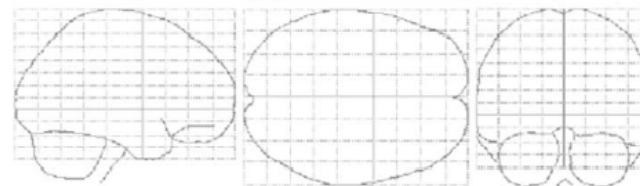
Coke® Delivery (Brand-cued - Light-cued)



Bilateral Hippocampus

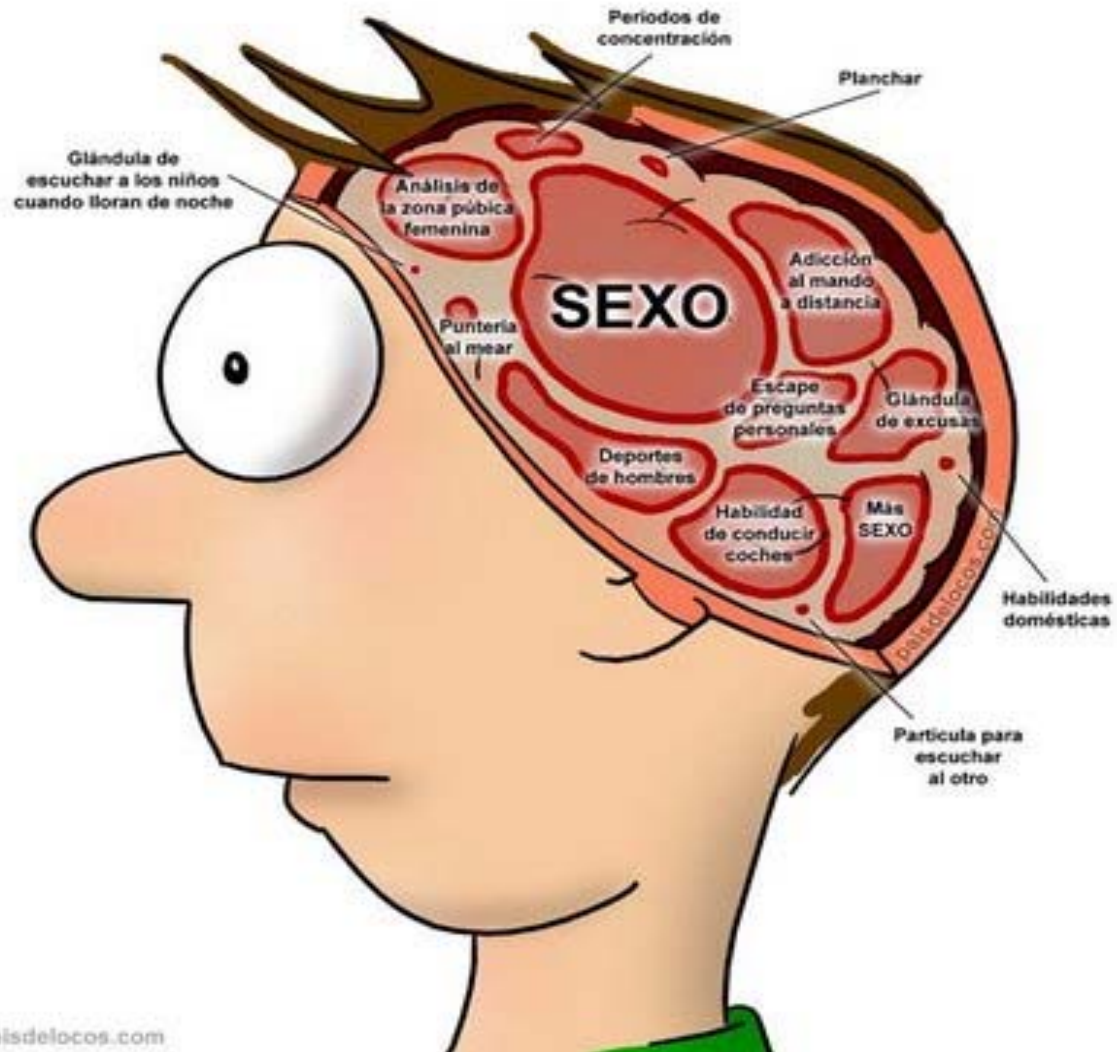
DLPFC

Pepsi® Delivery (Brand-cued - Light-cued)

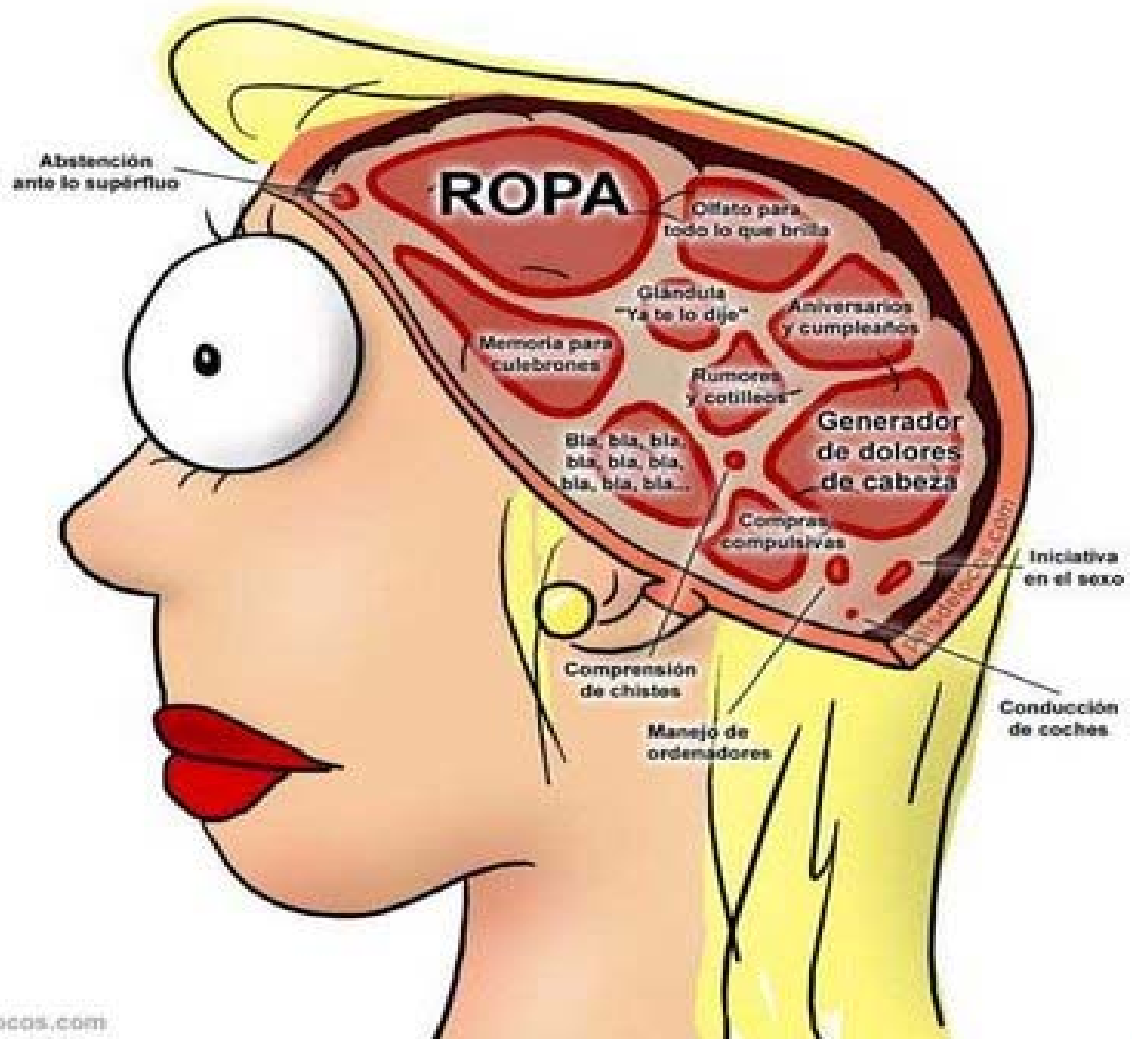


Cuanto más gusta la bebida (sea Coca-Cola o Pepsi), más activación en el córtex prefrontal ventromedial

→ Medida objetiva que expresa satisfacción



paisdelocos.com



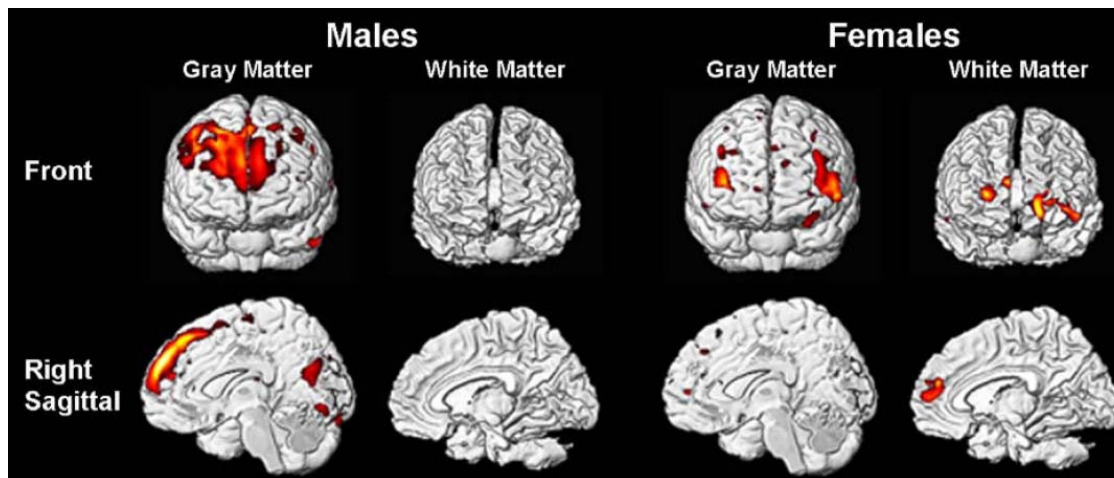
paisdelocos.com



Neuroimagen y género



- Los estudios morfológicos cerebrales demuestran que:
 - El cerebro del hombre es un 8-10% más grande
 - En las regiones cerebrales asociadas a la inteligencia:
 - Los hombres tienen más sustancia gris (SG)
 - Las mujeres tienen más sustancia blanca (SB)



SG → Regiones con tareas específicas
SB → Interconexión entre las diferentes regiones

En promedio, mismo cociente intelectual entre hombres y mujeres, aunque con diferentes habilidades → Cerebro complementario



Neuroimagen y género



- Los estudios funcionales cerebrales demuestran que:
 - La respuesta al estrés es diferente según el género:
 - Hombres → Activación **córtex orbitofrontal**

Mecanismo 'Luchar o Huir'



- Mujeres → Activación **sistema límbico**

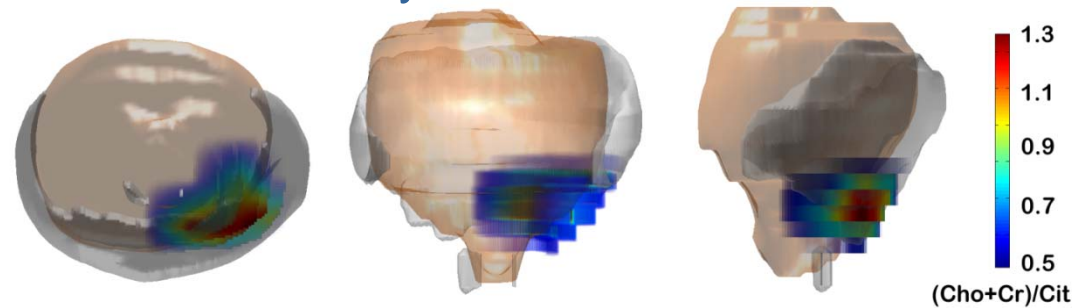
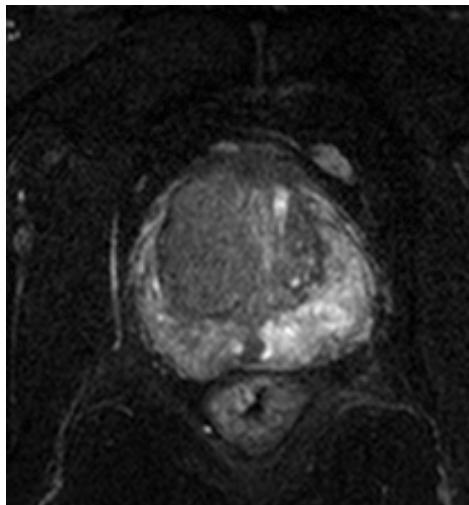
Mecanismos emocionales



Diferente respuesta en situaciones decisivas que condicionan la toma de decisiones

• Próstata

- Cáncer de próstata detectado por Resonancia Magnética con **Cuantificación de Biomarcadores**.
- Minimizar el número de biopsias innecesarias.
- Seguimiento de la enfermedad y el tratamiento de manera no invasiva.



Mapa de proliferación de células
sobre próstata reconstruida en 3D



GUIADO DE LA BIOPSIA



En un mundo donde *La búsqueda de la espiritualidad es la mayor megatendencia de nuestra era y donde la “ duda” está presente en nuestras vidas* queremos que cuando una persona, cliente, paciente tenga un problema de salud encuentren en Quirón **certidumbre** de buen servicio, **orientación** profesional a su enfermedad, **entendimiento** de su situación, **seguridad y estabilidad**.



Conclusiones



- **Innovar es necesario para sobrevivir en nuestro mercado.**
- **La innovación requiere un método, un orden y un seguimiento.**
- **Toda la organización debe empaparse de la cultura innovadora.**
- **La innovación debe aportar valor añadido.**



- **Calidad + Paciencia + Perseverancia =**





= futuro



www.quiron.es

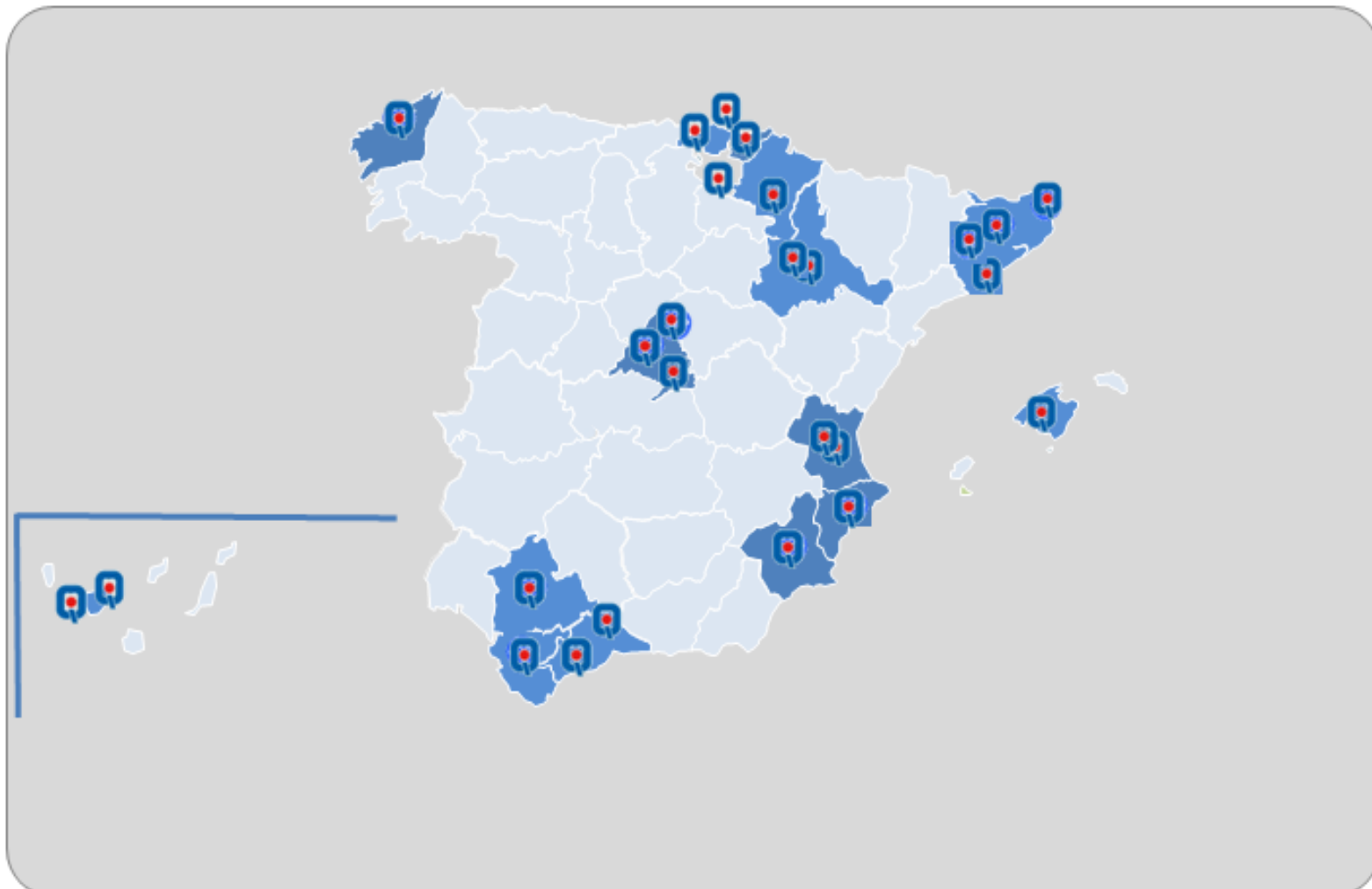




Grupo Hospitalario Quirón



www.quiron.es





www.quiron.es





MUCHOS años después



www.quiron.es





Conclusiones



www.quiron.es