

MINSAIT Y BIDAFARMA FACILITAN LA DETECCIÓN PRECOZ DEL CÁNCER DE PIEL EN UN PLAZO MÁXIMO DE 48 HORAS DESDE LAS FARMACIAS

- **El innovador proyecto de telemedicina conjunto también permite la ampliación del segmento de la población con acceso a una valoración dermatológica, la reducción de los tiempos de espera de los pacientes y la eliminación de los desplazamientos innecesarios**
- **Desde la puesta en marcha del proyecto piloto, en septiembre de 2017, más del 80% de las consultas se resolvieron de forma digital y, en el caso de las lesiones dudosas, se facilitó en menos de una semana cita con un dermatólogo**

Madrid, 9 de julio de 2019.- Un total de 9.200 farmacias españolas podrán ofrecer a sus clientes la posibilidad de obtener en un tiempo máximo de 48 horas un diagnóstico para la detección precoz del melanoma y resto de cánceres de piel gracias a un innovador proyecto de telemedicina impulsado por Bidafarma y el Hospital Viamed Santa Ángela de La Cruz, que cuenta con Minsait como socio tecnológico. La solución se encuentra ya operativa en unas 130 farmacias de varias comunidades autónomas.

Se trata del primer proyecto de teledermatología en nuestro país que involucra a las farmacias y facilitará a todos los establecimientos adheridos a Bidafarma, la segunda mayor cooperativa del sector en España, la posibilidad de acercar la consulta dermatológica a través de los canales digitales con el fin de realizar un cribado más eficaz y ágil para una lesión dudosa de piel.

La plataforma ha sido construida sobre Onesait Healthcare, la solución desarrollada por Minsait para cubrir todos los ámbitos de asistencia y gestión de un sistema de salud. Entre otros productos, incluye todas las herramientas necesarias para que las farmacias, Bidafarma y los dermatólogos del hospital sevillano, así como los especialistas de otros centros que se sumen a la iniciativa, puedan llevar a cabo la tele-consulta con imágenes médicas de alta calidad y bajo todas las garantías de protección de datos.

Para beneficiarse del servicio de teledermatología, el paciente tan solo tiene que responder a un cuestionario médico que el farmacéutico envía junto a una serie de fotografías realizadas con un dermatoscopio al equipo de dermatólogos a través de la plataforma. Los especialistas reciben la alerta de la teleconsulta y emiten, también de forma totalmente digital, una valoración que la farmacia imprime y entrega al paciente.

La iniciativa tiene lugar tras una exitosa prueba piloto puesta en marcha en septiembre de 2017, que ha incluido más de 200 consultas, permitiendo a los pacientes recibir un informe médico consensuado, al menos, por dos especialistas de Dermavit Salud, el servicio de dermatología del Hospital Viamed Santa Ángela de La Cruz.

Asimismo, alrededor del 80% de las consultas se resolvieron de forma digital, solo en el resto de los casos las lesiones se consideraron dudosas y los pacientes fueron derivados a una cita presencial con un dermatólogo para realizar un diagnóstico definitivo. Finalmente, el 60% de las lesiones resultaron ser benignas y más del 20% correspondieron a lesiones compatibles con cáncer o pre-cáncer de piel.

Menos esperas y mejora del diagnóstico

La reducción de los tiempos de espera de los pacientes, la eliminación de los desplazamientos innecesarios o la ampliación del segmento de la población con acceso a una valoración dermatológica son, junto a la mejora del diagnóstico precoz del cáncer de piel, tanto melanoma como no melanoma, los principales beneficios.

Además, en el caso concreto de las lesiones benignas, el diagnóstico mediante teleconsulta permitió a los pacientes reducir la incertidumbre sin esperas. Del mismo modo, facilitó el tratamiento precoz de las mismas en los casos donde se sospechó la presencia de malignidad a o pre-malignidad.

Desde el punto de vista organizativo las ventajas también son relevantes. El difícil acceso a un dermatólogo debido a las listas de espera hace necesario abordar un sistema ágil de tele-consulta asíncrona que permita a los especialistas gestionar mejor las citas para priorizar los casos dudosos o los que incluyan alguna lesión.

De hecho, uno de los grandes objetivos del proyecto es avanzar en la construcción de una historia fármaco-terapéutica en las farmacias que permita enriquecer la historia clínica digital global de cada paciente y contribuir a reducir consultas presenciales innecesarias en la sanidad pública.

La extensión de la iniciativa incluye la firma de acuerdos entre Bidafarma y distintos centros hospitalarios de las comunidades autónomas en las que la cooperativa farmacéutica tiene presencia con el fin de contar con equipos de expertos que faciliten la elaboración de informes clínicos a partir de la información que envían las farmacias.

Acerca de Minsait

Minsait, una compañía de Indra (www.minsait.com), es una empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica. Minsait presenta un alto grado de especialización y conocimiento sectorial, que complementa con su alta capacidad para integrar el mundo core con el mundo digital, su liderazgo en innovación y en transformación digital y su flexibilidad. Con ello, enfoca su oferta en propuestas de valor de alto impacto, basadas en soluciones end-to-end, con una notable segmentación, lo que le permite alcanzar impactos tangibles para sus clientes en cada industria bajo un enfoque transformacional. Sus capacidades y su liderazgo se muestran en su oferta de productos, bajo la denominación Onesait, y su oferta transversal de servicios.

Acerca de Indra

Indra (www.indracompany.com) es una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y una empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios, con un enfoque end-to-end, de alto valor y con un elevado componente de innovación. En el ejercicio 2018, Indra tuvo unos ingresos de 3.104 millones de euros, 43.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.