

**Título del Libro****Título del Libro**

Lecciones magistrales en Diagnóstico e Innovación

**ISBN**

978-84-939918-7-6

**Título del Capítulo**

Nuevas tendencias en marketing sanitario. La información en el paciente activo ante la salud.

**Autor/es del capítulo**

Mariano Guerrero Fernández

**Año de publicación**

2014

**Editorial**

Universidad Complutense de Madrid, Cátedra Extraordinaria Roche de Diagnóstico e Innovación

**Número de páginas del capítulo**

433-449

**Breve resumen:**

El laboratorio clínico, cuyo concepto y definición en la actualidad puede denominarse hoy, con más propiedad, Medicina de Laboratorio, ha experimentado cambios trascendentales en los últimos 25 años, fundamentalmente, por su nueva concepción y diseño, uso de instrumentación y tecnología muy avanzada, a la que se añade una gran capacidad de mejorar la gestión clínica del paciente, merced a los avances en tecnología informática y de las comunicaciones. Todo ello permite ofrecer a los especialistas clínicos e investigadores la posibilidad de estudiar al detalle la fisiopatología de un proceso o su biología molecular, al punto de predecir acontecimientos biopatológicos. La medicina de laboratorio es hoy una de las principales e imprescindibles herramientas para la toma de decisiones clínicas, tanto para la prevención, diagnóstico, pronóstico y tratamiento de la enfermedad así como el mejor cuidado de la salud. Un proceso que implica importantes responsabilidades profesionales, por lo cual, debe elaborar sus propios protocolos de trabajo atendiendo, no sólo a criterios técnico asistenciales o de gestión clínica de proceso, sino considerar, de forma relevante, los criterios médicos legales implícitos en toda actividad sanitaria y que recoge los valores éticos, deontológicos y legislativos.

Mi aportación como autor a la obra, enmarcada en el contexto expuesto, pone en valor como el marketing sanitario puede ofrecer beneficios a las organizaciones sanitarias regulando el nivel de la demanda, reeducando la sobreutilización de los servicios sanitarios, reduciendo o eliminando aquellos procesos, actuaciones, indicaciones diagnósticas y terapéuticas que no añaden ningún valor al paciente, centrándose en los procesos y actividades sanitarias que sí generan valor al paciente. Por ello y entre otras conclusiones, las estrategias públicas de mejora de la salud no pueden olvidar el papel de las redes virtuales de pacientes ya que sus

directrices y su opinión tendrán tanta influencia o más que las propias medidas públicas.