

Medicina Basada en la Relación

Ricardo N. Godinho y Tania Sih

La Medicina basada en la evidencia ha fortalecido las bases científicas más adecuadas para el diagnóstico y el tratamiento de los pacientes. Pero, las informaciones científicas tecno-científicas por sí solas no son suficientes para satisfacer las expectativas de los pacientes. La Medicina basada en la relación se inspira en las transformaciones sociales y, bajo la influencia del conocimiento de las áreas gerenciales y de marketing, estudia tendencias y fortalece conceptos y alternativas para encantar a esos pacientes-clientes. A lo largo de los años, los clientes son más difíciles de satisfacer. Actualmente están bien informados, sus expectativas aumentan y son más meticulosos sobre donde gastar su dinero. Por tanto, se puede entender la satisfacción del cliente como una plataforma en constante ascenso.

En el inicio de este siglo, se observa que la principal tendencia del marketing está enfocada a la forma de relación, y en este contexto, a la satisfacción del cliente, tema central del concepto de marketing, área que se ha vuelto de rápido crecimiento.

Sin clientes, la práctica médica no tendría razón de existir. En la mayoría de las veces, los clientes no se quejan activamente con sus médicos ni secretarías. En vez de eso, ellos hablan de su insatisfacción con otros médicos o comentan a otros clientes actuales o potenciales, exactamente como fueron mal atendidos. Además, noticias negativas se propagan mucho más rápido que las positivas. Por tanto, es importante invertir de forma pro-activa en la evaluación del servicio médico prestado, maximizando la importancia de la satisfacción de los pacientes y sus familiares.

De forma general, los profesionales del área de la salud, así como sus empresas, no escuchan a los clientes insatisfechos. Los clientes insatisfechos comentan de su problema con 10 personas en promedio, en cuanto que los clientes a los cuales se resolvieron sus quejas satisfactoriamente comentan en promedio con otras 5 personas sobre el trato que recibieron.

Por otro lado, los médicos o clínicas que efectivamente responden a las quejas de sus clientes son objeto de comunicación positiva de boca a boca. Los clientes quejosos son una fuente gratuita de información de marketing y estas quejas deben ser vistas como oportunidades para mejorar la prestación de servicios. Historias positivas, contadas por clientes con problemas resueltos, pueden finalmente traducirse en fidelidad del cliente y en nuevos clientes. ¡Satisfacer al cliente y sus familiares no es una tarea imposible!

Actualidades

Además de los problemas presupuestarios y administrativos graves de la Medicina Pública y del aumento de la población en los grandes centros urbanos, se observan actualmente, en los consultorios, pacientes y familiares con un nivel de exigencia elevado, debido al acceso facilitado a la información. En este contexto, la calidad de servicio médico es un importante diferencial que puede apalancar la práctica médica individual, la empresa o la institución prestadora de servicios de salud.

Dominios de la Práctica Médica

Para mejorar la evaluación, se puede dividir la práctica médica en dos grandes dominios: el dominio técnico y el dominio interpersonal. El dominio técnico es mejor evaluado por los propios colegas. De esa forma, la competencia profesional se relaciona con los criterios definidos por los profesionales de cada especialidad. El dominio técnico también puede ser evaluado por los clientes-pacientes y por sus familias. Entretanto, la forma como los clientes evalúan, no se asemeja a la forma como los médicos son evaluados por los colegas.

En el dominio interpersonal, la empatía es considerada la principal cualidad. Empatía significa colocarse en el lugar del paciente. Además de esto, en ese dominio, se encuentran las amenidades (localización del consultorio, comodidad ofrecida del consultorio, calidad de las secretarías, puntualidad, y otros).

Evaluación de la Calidad del Servicio Médico

Los médicos y pacientes tiene una óptica diferente con relación a calidad. Para se realice una evaluación rigurosa con respecto a la calidad de los servicios médicos, es necesario realizar esa evaluación según la óptica o la voz del paciente.

Los pacientes evalúan la calidad técnica del médico tomando en consideración calidades del dominio interpersonal. Así, el paciente evalúa esa calidad de forma indirecta, por medio de evidencias del interés y de la preocupación del profesional con su problema de salud o su bienestar. Lo que el paciente realmente desea de esta relación, puede ser sintetizado en: palabras, gestos, toques en la intensidad y dirección correctas, ambiente adecuado (no solamente ambiente físico) y un médico que se integre, de forma responsable, con su comunidad. De esa forma, la prestación de servicio del profesional también puede relacionarse con servicios socialmente responsables, y esa situación también puede ser valorada por los pacientes.

Algunos administradores han estudiado esa relación médico/paciente-cliente. En un estudio realizado en una de las principales capitales brasileñas, Belo Horizonte - Minas Gerais, los pacientes apuntaron ítems en una lista de valores que encontraron importantes:

- Interacciones del Médico y el Diagnóstico: el médico debe oír lo que el paciente tiene que decir; el médico debe dar información suficiente sobre la salud del paciente; el médico debe ser cuidadoso para dar explicaciones sobre el tratamiento; el médico debe ser bastante minucioso durante la atención; el médico debe dedicar el tiempo necesario para la atención...
- Competencia Profesional: el médico debe recetar solamente los remedios necesarios; el médico no deberá incurrir en riesgos innecesarios durante el tratamiento; no deberá hacer nada además del tratamiento que el médico

piensa que es el mejor...

- Interacciones de auxiliares: las secretarías deberán demostrar un interés personal por el paciente; las secretarías deberán atender individualmente a los pacientes y ser corteses...
- Comodidad de horarios y localización: el médico raramente debería atrasar el horario marcado; los horarios de atención y localización del consultorio médico deberían ser cómodos para las necesidades de sus pacientes...
- Profesionalismo y Responsabilidad Profesional: el médico no debería pedir exámenes de laboratorio o de radiología además de los necesarios; el médico no deberá tener como principal interés ganar tanto dinero como sea posible; el médico no debería conversar con funcionarios como si el paciente no estuviese presente en el consultorio...

Además de esos valores, la calidad del servicio médico puede ser establecida con base al efecto placebo. Ese efecto no significa el efecto inerte del remedio que funciona como placebo, pero está relacionado con la calidad del servicio que se presta dentro del consultorio. Lo que los pacientes y sus responsables buscan durante una consulta es: a) ser oído; b) recibir explicaciones adecuadas; c) recibir atención del médico y su equipo; d) tener la sensación de que su problema está bajo control. Por tanto la consulta médica y el proceso diagnóstico presentan valor terapéutico por alterar el entendimiento que tiene el paciente sobre la enfermedad (Ovchinsky, 2004).

Conclusión

Los pacientes-clientes han influenciado significativamente los cambios observados en la práctica médica. Practicar la Medicina basada en la evidencia, satisfaciendo expectativas, promoverá una relación especial y completa entre el médico y su paciente-cliente.

Lecturas recomendadas

1. Scarpi, M.J.. Gestão de clínicas médicas. São Paulo: Futura. 2004.
2. Kother, P.. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
3. Urdan, A.T.. A qualidade de serviços médicos na perspectiva do cliente. São Paulo: RAE – Revista de Administração de Empresa, 2001. Out/Dez. v.41, n.4, p.44-55.
4. Ovchinsky, et al. A new measure of placebo response and patient satisfaction in office encounters. Otolaryngology – Head and Neck Surgery. 2004. September. Volume 131. Number 3.