



THE BERYL
INSTITUTE

Perspectivas del consumidor sobre la experiencia del paciente 2021

Jason A. Wolf, PhD, CPXP
Presidente y CEO, The Beryl Institute

Traducción presentada
con el apoyo de

LanguageLine
SolutionsSM

THE BERYL INSTITUTE

Acerca de The Beryl Institute

The Beryl Institute es la comunidad global de consultorios médicos comprometida con elevar la experiencia humana en la atención médica. Creemos que la experiencia humana se basa en las experiencias de los pacientes y las familias, de los que trabajan en la atención médica y las comunidades a las que sirven.

Definimos la experiencia del paciente como la suma de todas las interacciones, moldeadas por la cultura de una organización, que influyen en las percepciones del paciente a lo largo de la atención continua.

SOCIO CORPORATIVO

InMoment

Acerca de InMoment

Mejorar las experiencias es la razón por la que existe InMoment. Nuestra misión es ayudar a nuestros clientes a mejorar las experiencias en la intersección del valor, donde las necesidades de los pacientes, los empleados y la atención médica se unen. El corazón de lo que hacemos es conectar a nuestros clientes con lo más importante a través de una combinación única de datos, tecnología y experiencia humana. Con nuestra plataforma de tecnología hipermoderna, décadas de autoridad de dominios y equipos globales de expertos, ofrecemos un enfoque único en la [Mejora de la Experiencia \(Experience Improvement, XI\)](#) para ayudar a nuestros clientes a adueñarse de los momentos que importan. Tómese un momento y obtenga más información en inmoment.com.

La voz del consumidor se hace escuchar

En 2018, exploramos por primera vez la pregunta: “¿Qué es realmente importante para los consumidores de atención médica?” La investigación en ese momento, al igual que con este estudio de seguimiento dos años después, se centró en el consumidor de atención médica en general. Su propósito era comprender hasta qué punto la experiencia de atención médica era importante y qué aspectos de la experiencia son de mayor importancia para las personas.

La conversación global sobre la experiencia del paciente ha progresado significativamente en los últimos años, desde un debate sobre si la experiencia es esencial y qué incluye, hasta, ahora, sobre lo que es en última instancia lo más crítico, la experiencia y cómo se da de manera más eficaz. Esto lo impulsa una creciente conciencia de que en la atención médica la experiencia que se vive es humana, donde seres humanos cuidan a seres humanos; en la atención médica, la experiencia impacta a todos los que reciben el servicio y es impactada por todos los que eligen prestarlo.

También hay que reconocer que hay dos segmentos complementarios de personas que participan en la atención médica: en primer lugar, los pacientes que, a menudo sin posibilidad de elegir debido a una enfermedad, accidente u otra situación, se encuentran involucrados activamente en y por el sistema de atención médica; y en segundo lugar, los consumidores generales de atención médica que son usuarios del sistema de atención médica global más grande. Esta distinción es sutil pero importante, ya que la experiencia que todos tenemos es tanto de naturaleza individual como influenciada por la acción colectiva. En última

instancia, las cosas que les importan a las personas que viven la experiencia de la atención médica parecen estar impulsadas por un conjunto fundamental de necesidades y prioridades. Este estudio refuerza ese mismo punto descubierto hace dos años.

En el último año, el mundo se encontró con una crisis de salud única en un siglo. Sin embargo, a pesar de todas las diferencias y la diversidad a nivel mundial, las personas de todo el mundo, independientemente de la nación o la estación, tienen una experiencia compartida. Cabe destacar aquí que la pandemia en sí reveló algunos problemas sistémicos críticos que en realidad muestran las disparidades causadas por la nación y la estación. Sin embargo, a pesar de que la pandemia de COVID-19 aumentó las tensiones físicas, sociales y emocionales, también llevó a los sistemas de salud al borde del agotamiento y, a menudo, más lejos. Podía entenderse fácilmente en momentos como estos que las personas vieran la “experiencia” como algo agradable de hacer o simplemente un servicio que se saldría de los bordes del plato de la atención médica.

Sin embargo, cuando usted observa todas las acciones del año pasado, frente a algunas de las situaciones más difíciles y desafiantes que la mayoría ha tenido, las personas trabajaron más duro que nunca para hacer que la atención médica fuera más humana. La experiencia humana fue un reto, ya que las familias, los seres queridos y los cuidadores no podían estar juntos, y en su lugar, los enfermeros o los médicos sostuvieron sus manos y les acercaron tabletas para poder darles cualquier sentimiento de conexión para tantas personas como fuera posible. Sí, las necesidades

“Mientras lloramos por las millones de vidas que se perdieron el año pasado, también reflexionamos sobre los muchos millones de historias que, como estrellas en el cielo, representan la luz que la atención médica trae a todos.”

clínicas de esos pacientes eran equivalentes, pero esas necesidades eran de igual manera parte de su experiencia. Es por eso que el mundo se levantó para agradecer en pleno coro el poderoso trabajo de los trabajadores de atención médica de todo el mundo.

Frente a un reto para nuestra propia humanidad, las personas nunca olvidaron ni estuvieron dispuestas a dejar ir su humanidad. De hecho, muchos libraron una dura batalla para asegurarse de que se hiciera realidad. Al unirse en torno a lo que importa, las personas pudieron lograr grandes cosas incluso en medio de una crisis. Y lo que se encontró en este estudio, incluso en medio de esta crisis, es que aquellas ideas que eran más importantes, lo que la gente busca en su experiencia de atención médica, no han fluctuado ni lo harán.

Las personas que participan y buscan ayuda de la atención médica son, antes que nada, seres humanos con necesidades y deseos esenciales: que los atiendan de manera eficaz y segura, los escuchen, informen, respeten y les presten atención. Estas ideas no son ajenas a nadie. No deberían ser difíciles de lograr en la atención médica y mucho menos en la sociedad en general. Se han vuelto cada vez más fundamentales en un mundo donde las vulnerabilidades quedan al descubierto y las esperanzas de salud y bienestar

aumentan. Eso es lo que expresaron las opiniones de los que participaron en este estudio, lo que reforzaron fue fundamental y por eso, incluso en un momento histórico como este, su voz colectiva se escucha.

Nos incumbe a todos en la atención médica, ahora y en el futuro, reconocer la conversación sobre la experiencia por lo que es. No se trata de encuestas y puntuaciones ni de ideas extraídas de momentos, sino de los momentos en sí mismos, los encuentros que se dieron, la humanidad que se fomenta y las acciones que garantizan que prospere. Mientras lloramos por las millones de vidas que se perdieron el año pasado, también reflexionamos sobre los millones de historias que, como estrellas en el cielo, representan la luz que la atención médica trae a todos. Esta es la experiencia que se da, el trabajo de héroes, en manos de gente común, quienes hacen lo extraordinario todos los días. Lo que nos muestran las opiniones de quienes respondieron esta investigación es que este trabajo importa independientemente del momento de la historia en que nos encontremos; es lo que las personas buscan en la atención médica; es lo que esperan. Y será tarea de todos los que trabajan para elevar la experiencia humana en la atención médica y demás, garantizar que esto suceda...siempre.



Metodología

Al igual que en 2018, esta exploración buscó indagar nuevamente lo que más les importa a quienes participan en la atención médica. Basado en el mismo conjunto de 34 elementos estudiados y otras preguntas de apoyo, se encuestó a un grupo de más de 2000 personas en los últimos meses de 2020. Este tamaño de muestra coincide con la consulta inicial en 2018 y se replicó en los mismos lugares.

Se encuestó a más de 1000 consumidores de los Estados Unidos desde finales de septiembre hasta principios de octubre de 2020. Estos resultados iniciales se compartieron en el PX Pulse de octubre de 2020.¹ Además, se recopilaron 250 respuestas de Australia, Canadá, Filipinas y el Reino Unido a principios de diciembre de 2020. Para coincidir con el estudio de 2018, la selección de países también se basó en la distribución geográfica y el inglés como idioma principal para garantizar la coherencia en el proceso de recopilación de datos.

Por diseño, el estudio incluyó un rango de edades de 18 a 94 años. Un poco más del 28 % de los encuestados tenían entre 18 y 34 años y casi el 23 % de los encuestados eran mayores de 65 años, con más del 49 % de los encuestados en el rango de edad de 35 a 64 años. Esto representa ligeros aumentos en las agrupaciones de personas más jóvenes y personas mayores a partir de 2018. Nuestro estudio se equilibró entre aquellos que se identificaron principalmente como mujeres (51 %) y hombres (49 %). (Figura 1)

Este equilibrio de lugares e información demográfica proporcionó un conjunto de datos diverso desde el que se puede explorar y comparar. Como esta es la segunda exploración, también existe una mayor capacidad para hacer más comparaciones nacionales.

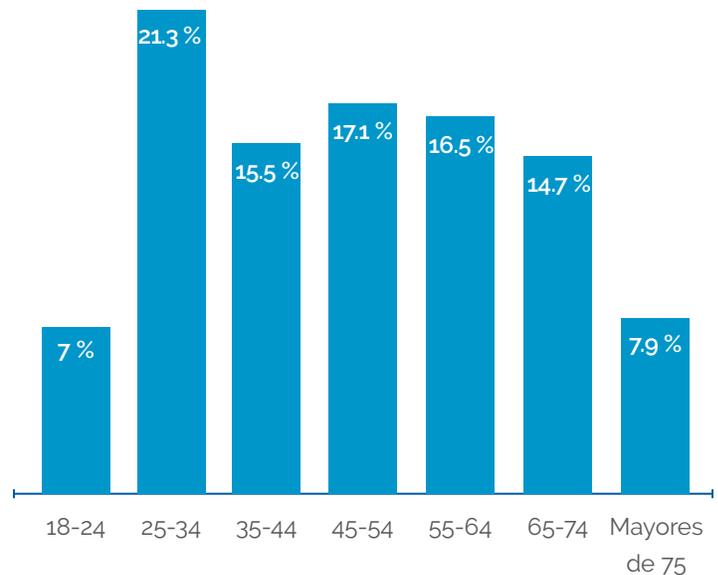


Figura 1. Desglose demográfico de las respuestas por edad y sexo

La experiencia sigue siendo esencial

La idea de que la experiencia se basa en la “suma de todas las interacciones” sigue siendo una premisa esencial para este estudio en curso. La creencia de que se “basa en la cultura de una organización” también representa una idea fundamental en la que esta investigación no solo se basó inicialmente sino en la que fundamentó sus conclusiones.² La experiencia que las personas tienen en la atención médica afecta los resultados que tienen, impulsados por la calidad clínica y la seguridad; los encuentros personales que se tienen, fomentados por interacciones positivas basadas en la comunicación eficaz y el respeto; y los lugares y formas en que reciben la atención médica. Esta investigación revisa y finalmente refuerza esas mismas ideas.

La investigación hecha para este estudio también se basó en la creencia de que, en general, el consumidor de atención médica considera que la experiencia es importante. Lo que se determinó en 2018, que el 60 % de los consumidores sintieron que la experiencia era importante y más del 90 % dijo que era muy o

extremadamente importante, sigue siendo cierto. De hecho, en nuestro informe de seguimiento trimestral de las perspectivas de los consumidores de EE. UU., PX Pulse,¹ incluso en medio de la pandemia, el porcentaje de encuestados se reportó de manera constante en 94 % o más respecto a la pregunta: “En general, ¿qué tan importante es tener una buena experiencia como paciente?” y el trimestre más reciente se reportó como el más alto en 96 %. (Figura 2) Frente a una pandemia y al final de un año largo, difícil y frágil, la experiencia alcanzó su punto máximo en importancia.

De manera similar a lo que se descubrió en 2018, la clasificación de “¿Por qué es importante la experiencia del paciente?”, que ahora es parte de las preguntas centrales de seguimiento de PX Pulse, se mantuvo constante. En el estudio de 2018, se descubrió que las personas primero relacionaron la experiencia con “Acerca de mi salud”, luego “Acerca de cómo me tratan” y finalmente “Acerca de ser un cliente”. La clasificación más reciente de esta

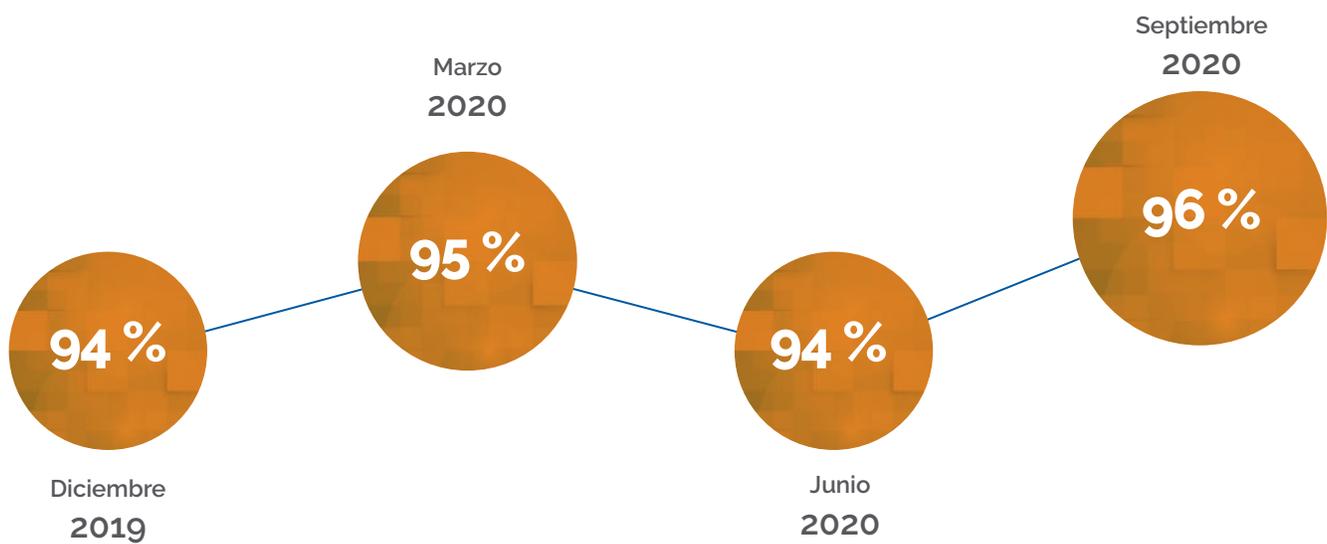


Figura 2. En general, ¿qué importancia tiene que usted tenga una buena experiencia como paciente? (% Extremadamente y Muy importante)¹

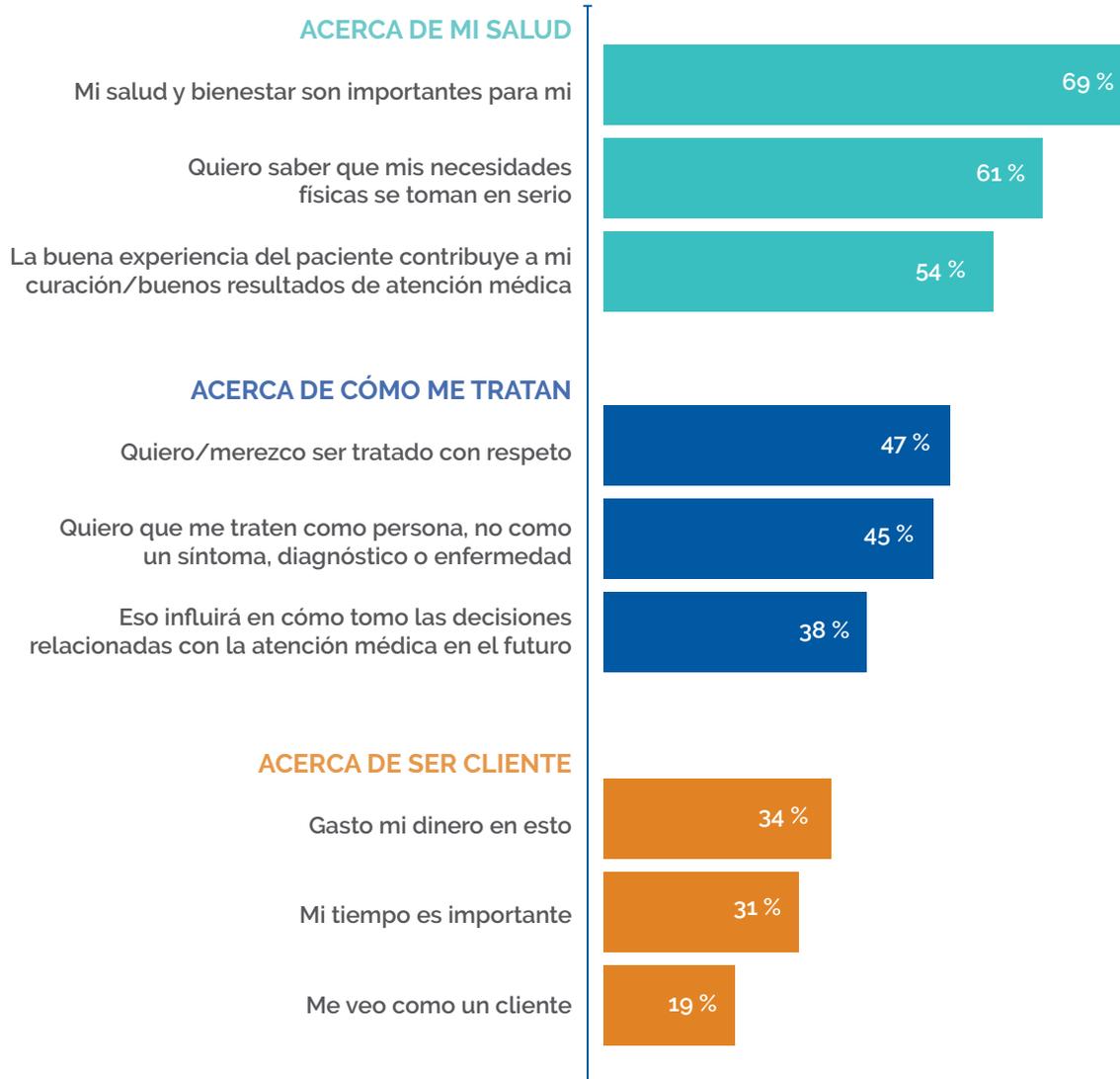


Figura 3. ¿Por qué es importante para usted tener una buena experiencia como paciente?

pregunta refleja ese mismo sentimiento. (Figura 3) Este enfoque constante y la reflexión de los consumidores de atención médica de que la experiencia se trata de su salud subrayan aún más la importancia esencial y estratégica de un enfoque en la experiencia en general. El hecho de que quienes reciben la atención médica identifiquen primero que participan en la atención médica por su propio bienestar y que sus necesidades físicas son importantes y se toman en serio, refleja la intención central de la atención médica en sí, cuidar a las personas. Esto subraya que las personas que participan en la atención médica ven todo lo que se hace para garantizar resultados seguros y de calidad como parte de su experiencia y se refuerza más adelante cuando se les pregunta a los consumidores de todo el mundo, ¿qué creen que incluye la experiencia en general?

Nuevamente, no se quedan atrás las respuestas que reflejan cómo se trata a las personas en la atención

médica: ser tratadas con respeto y como personas. Estas ideas adquieren una importancia aún mayor a medida que observamos cómo las personas califican los elementos centrales de la experiencia en general, abajo, incluyendo el impacto en la toma de decisiones. Lo que sigue siendo cierto con el tiempo y en la tendencia entre los estudios es que las personas continúan identificando que la experiencia les importa y, por razones claras, su salud importa y su individualidad importa.

En particular, ser un "cliente" de la atención médica se reporta como tercero, nuevamente en contraste con la salud y la dignidad. Y, si la idea de lo que es importante para quienes reciben atención médica es que se les tome en serio y se les atienda, en consecuencia, lo que los consumidores de atención médica continúan diciéndonos, incluso en la crisis de salud más crítica del siglo, es que la experiencia es importante para ellos y debe tener un enfoque comprometido y estratégico para garantizar que se satisfaga esa necesidad.

Los elementos críticos de la experiencia constante

Para comprender qué es lo que la atención médica debe ofrecer y lo que esperan recibir quienes usan los servicios, este estudio pidió de nuevo a los consumidores que compartieran “¿Qué es importante para usted?” Al igual que en 2018, se presentaron una serie de elementos para calificar desde “nada importante” hasta “extremadamente importante”, y los resultados fueron sorprendentemente constantes a lo largo del tiempo.

En la exploración de 2018, los elementos se revisaron en cuatro segmentos principales: resultados, personas, proceso y lugar, destacando la importancia de la experiencia en la atención médica para los consumidores. De hecho, los segmentos se clasificaron en ese orden (según la puntuación media) con personas que identificaron los resultados como los más importantes. Después, la puntuación promedio para los elementos relacionados con las personas superó a los elementos del proceso y estaba significativamente por encima de los elementos relacionados con el lugar en el que se prestó la atención. Reforzando ahora, como en 2018, la clasificación no sugiere que cualquiera de estos elementos no sea importante, sino que pueden tener menos importancia para quienes buscan atención médica y para su experiencia de atención en general. Las lecciones que esto aportó en 2018 siguen siendo verdaderas y críticas hasta el día de hoy y deben seguir siendo una consideración estratégica esencial para las organizaciones de atención médica.

Hubo un fenómeno interesante que señalar al observar los datos de este año, que debería observarse en el contexto del año en el que se recopilaron los datos. Las respuestas en la categoría “extremadamente importante”

cayeron para todos los elementos encuestados. Esto no parece reflejar un cambio de importancia tanto como el momento en el que nos encontrábamos en 2020 donde el mundo enfrentaba realidades más “extremas” y se miraban las cosas de manera mucho más cautelosa. Es interesante que incluso con esta respuesta más cautelosa, la clasificación de importancia real se mantuvo bastante constante durante el periodo.

Para los propósitos de la exploración de este año, especialmente teniendo en cuenta el momento crítico en el que se encontró el sistema de atención médica el año pasado, era importante reforzar la importancia de los resultados para los consumidores. Al igual que en 2018, las calificaciones que recibieron los colocaron en la parte superior de todos los elementos calificados y, al igual que en ese momento, los resultados se ubicaron entre los diez elementos principales para las personas en general. Esto refleja un punto muy importante desde hace mucho tiempo para quienes abogan por la posición de la experiencia, que los resultados son importantes para quienes contratan la atención médica, y ven esos resultados como una parte fundamental de la experiencia que tienen, no como algo distinto de ella.

Los resultados importan

Para reforzar el punto mismo de que los resultados importan, las cinco preguntas formuladas en el estudio relacionadas con los resultados obtuvieron nuevamente la puntuación promedio más alta de “extremadamente”, como ocurrió en 2018. Aunque los elementos cambiaron ligeramente en orden de importancia, su reconocimiento como esencial para la experiencia se mantuvo firme.

“Los resultados son importantes para quienes participan en la atención médica, y ven esos resultados como una parte fundamental de la experiencia que tienen, no como algo distinto”.

Como se señaló en 2018, es importante reiterar hoy no solo lo que revelan los datos, sino las ideas de un año de vida a través de una crisis de salud, donde la atención médica, la experiencia de atención médica y los resultados que se esfuerza por dar fueron el centro de atención en la conversación general. Aunque la atención médica siempre ha sido una parte de la vida, conocida, reconocida y respetada para muchos, su presencia en el último año no solo se sintió, sino que todos la vieron y la experimentaron visiblemente de alguna manera, ya que la atención médica se levantó para enfrentar el reto del día y fue celebrada por lo que se pudo lograr frente a estos tiempos espantosos.

Como se compartió en 2018, las lecciones de estos datos refuerzan el punto crítico de que los resultados importan, y ahora incluso más personas saben de qué manera. El documento de 2018 informó:

La lección aquí puede ser más importante para quienes prestan los servicios de atención médica. Las organizaciones ya no pueden aislar la calidad o la seguridad como elementos tácticos de la prestación de la atención médica, sino que deben integrarse en una conversación estratégica más amplia sobre lo que es importante para los pacientes y sus familias, los consumidores de la atención médica y la experiencia que esperan.³

También sugiere que las personas esperan que la atención médica proporcione resultados apropiados y positivos cuando la buscan. Las prioridades se reflejan en la Figura 4 de abajo.

Cuando usamos los resultados como una idea fundamental de la experiencia que tienen las personas en la atención médica, las prioridades de lo que les importa adquieren una importancia aún mayor. Este estudio revela que los resultados por sí solos no son suficientes para satisfacer las necesidades de las personas y, aunque se consideran importantes, no son el único elemento que las personas buscan y no se mantienen solos como un todo de lo que la atención médica hace o es responsable de hacer. La investigación ha demostrado durante mucho tiempo que la forma en que las personas participan en la atención médica tiene un impacto en la capacidad de lograr los resultados deseados.⁴ Esta idea tampoco se pierde en este estudio, ya que los factores asociados con la categoría de "personas" como se informó en 2018, y nuevamente aquí, siguen siendo algunos de los elementos mejor calificados en general. Abajo, se incluye una exploración de estos datos.

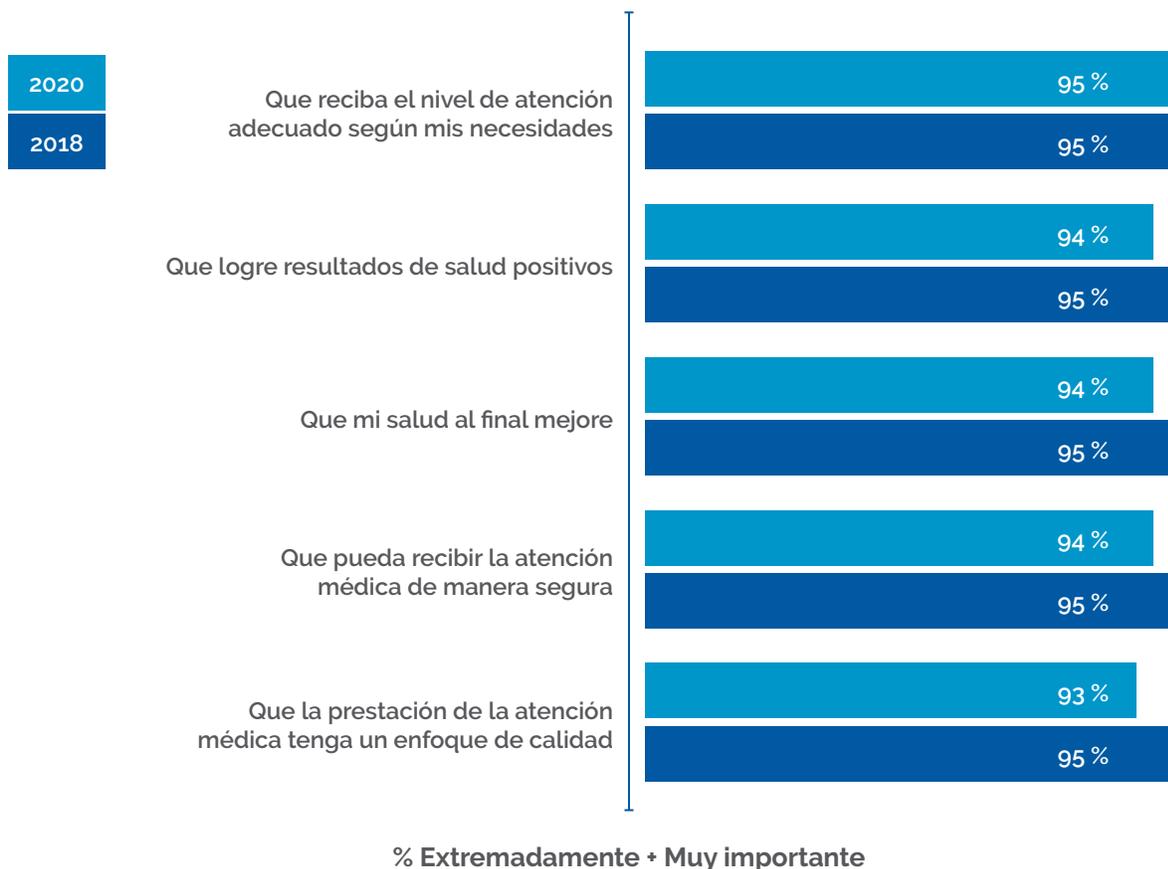


Figura 4. Cuando piensa en tener una buena experiencia como paciente/familia, ¿qué importancia tiene para usted cada uno de los siguientes aspectos?

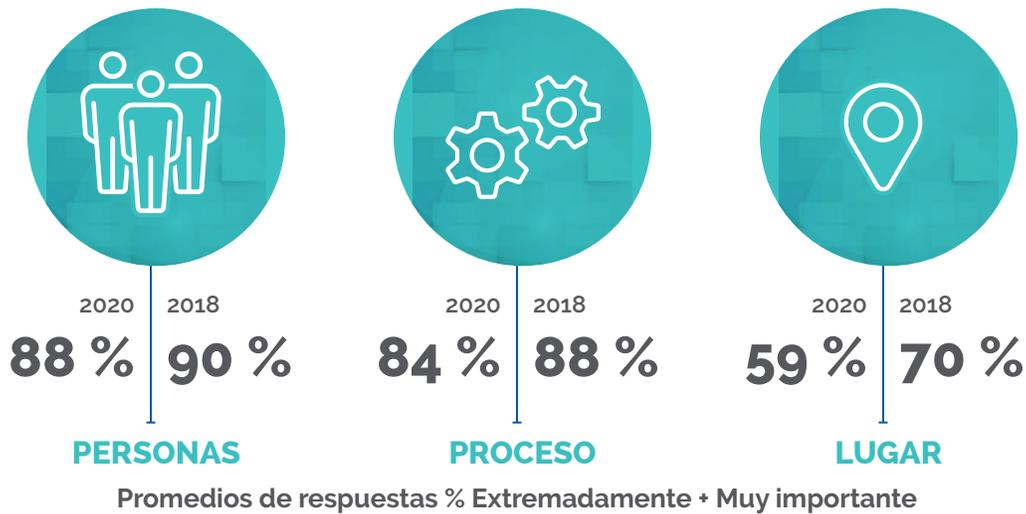


Figura 5. Cuando piensa en tener una buena experiencia como paciente/familia, ¿qué importancia tiene para usted cada uno de los siguientes aspectos?

Las prioridades persisten

Para comprender mejor la importancia de estas categorías, al igual que en 2018, se identificó que los elementos centrales que los encuestados calificaron están asociados con "resultados" como se mencionó arriba, y después están las "personas", el "proceso" y el "lugar". Nuevamente, estas categorizaciones no se revelaron en las preguntas de la encuesta y las personas recibieron la pregunta de calificación en orden aleatorio. Al analizar los resultados, el orden general de importancia de estos elementos no cambió para los consumidores.

La historia que esto revela es que la manera en que participamos con las personas que buscan atención médica, sigue importando por encima de todo. (Figura 5) Los elementos de "Personas" fueron los más importantes, seguidos por los procesos implementados. El tercer elemento, "lugar", nuevamente se refleja como aún importante, pero el punto interesante es la caída que tuvo desde el estudio de 2018. Abajo se hace una observación en los elementos específicos que rodean el "lugar", pero este cambio general refleja un año de crisis en el que la idea de dónde se prestaba atención fue mucho menos prioritaria para la mayoría.

Lo que estas calificaciones nos muestran nuevamente es un poderoso recordatorio de la idea de que en la atención médica somos seres humanos que cuidamos a seres humanos. Y aunque reconocemos que

muchos de los que participan en la atención médica pueden optar por no estar allí, que se identifican como pacientes, siguen siendo personas, con historias y propósito, corazón y sueños, y esto no puede ni debe perderse en un mundo donde la clasificación clínica o los códigos de diagnóstico pasan por alto que la persona que estamos atendiendo son una madre o un hermano, un niño o un amigo, son Rosa o William, y buscan atención médica que les ayude a sostener su humanidad tanto como a cuidar su salud.

Cabe destacar que cuando miramos las calificaciones que incluyen el segmento de "resultados" con "personas", "proceso" y "lugar", es de particular interés que, aunque el elemento mejor calificado en general, en las calificaciones extremadamente y muy importante, fue "Recibí el nivel de atención médica apropiado para mis necesidades", los dos elementos siguientes estaban en la categoría de "personas" en una calificación cercana. Esos elementos eran (y siguen siendo los elementos principales de 2018) "Recibir información clara en una manera que pueda entender" y "Que lo escuchen". Esto refuerza el punto esencial de que, si el objetivo es prestar atención médica adecuada, entonces se debe reconocer, escuchar, informar e involucrar al ser humano en la sala de examen o en la cama del hospital. Esto tendrá como consecuencia todo lo que se aspira en la atención médica para garantizar tanto la salud como el bienestar general. También prepara el escenario para las calificaciones restantes.

"Reconocemos que muchos de los que participan en la atención médica posiblemente no elijan estar allí, que se identifican como pacientes, pero siguen siendo personas, con historias y propósito, corazón y sueños, y esto no puede ni debe perderse".

Los 10 elementos principales muestran cambios sutiles pero tangibles: el enfoque en las personas permanece

Al observar los diez elementos principales en general, hay algunos cambios sutiles pero interesantes. Nuevamente, al igual que en 2018, los elementos relacionados con "personas" dominan los elementos mejor calificados. (Figura 6) Es de destacar que los elementos "Recibir información clara en una manera que pueda entender" y "Que lo escuchen" siguen siendo primordiales para las personas. Al mismo tiempo, mientras que "Que lo traten con cortesía y respeto" se redujo ligeramente en la puntuación, dos elementos en torno a un aspecto más tangible del compromiso subieron en la lista. En concreto, "Proporcionar un plan de atención claro" y "Hacer preguntas para comprender las necesidades y preferencias" se trasladaron a los cinco primeros en la lista. El último elemento sobre hacer preguntas fue en realidad el único elemento que aumentó en puntuación desde 2018 hasta este estudio. Además, un nuevo elemento se unió a los diez primeros,

"Un proceso fácil para la transición de la información de atención médica", que avanzó reemplazando el elemento sobre "Programación en un tiempo razonable".

Un elemento en "lugar" también está entre los diez elementos principales. Como se señaló en 2018, la mayoría de los elementos relacionados con el "lugar" recibieron las calificaciones más bajas. La idea de esta calificación congruentemente más baja no sugiere que estos elementos no tengan importancia, sino que las personas tienen otras prioridades más urgentes cuando ingresan al entorno de atención médica. Con esa perspectiva sobre los elementos de "lugar", es revelador que las personas continúen calificando el elemento "un entorno de atención médica limpio y cómodo" muy por encima de cualquier otro elemento relacionado con el "lugar".

Estos resultados refuerzan la idea de que la forma en que involucramos a las personas y que los procesos sean claros y fáciles (estrechamente asociados con la comunicación) siguen siendo de gran importancia para los consumidores. Lo que las personas continúan

	ELEMENTOS POR CALIFICACIÓN	EN GENERAL EXTREMADAMENTE % 2020	EXTREMADAMENTE + MUY % 2020	EXTREMADAMENTE + MUY % 2018	2018 CALIFICACIÓN	SEGMENTO
1	Recibir información clara en una manera que pueda entender	63 %	95 %	95 %	2	Personas
2	Que lo escuchen	64 %	94 %	95 %	1	Personas
3	Que proporcionen un plan de atención médica claro y saber por qué lo están haciendo	55 %	93 %	93 %	7	Personas
4	Hacer preguntas y que intenten comprender sus necesidades y preferencias	52 %	93 %	92 %	8	Personas
5	Que lo traten con cortesía y respeto	58 %	92 %	95 %	3	Personas
6	Un entorno de atención médica limpio y cómodo	60 %	92 %	94 %	6	Lugar
7	Que sienta confianza de sus capacidades	57 %	92 %	94 %	4	Personas
8	Que tomen su dolor en serio	54 %	92 %	93 %	5	Personas
9	Procesos del alta/verificación en el que le expliquen claramente su plan de tratamiento o los próximos pasos en la atención médica	46 %	89 %	92 %	10	Proceso
10	Un proceso fácil y comprensible para transferir su información médica entre proveedores de atención (por ejemplo, de cirujano a médico de atención primaria, de médico a farmacéutico, etc.)	45 %	89 %	90 %	NR	Proceso

Figura 6. Los 10 elementos principales. Cuando piensa en tener una buena experiencia como paciente/familia, ¿qué importancia tiene para usted cada uno de los siguientes aspectos?

"La población en general se está volviendo más sofisticada en su compromiso con la atención médica y ya no son pasajeros pasivos en un recorrido por la atención médica. Ahora son, como en muchos otros aspectos de la vida, participantes comprometidos en una experiencia interactiva de atención médica que, si se hace bien, puede dar lugar a mejores resultados en general".

buscando de la atención médica es el reconocimiento de sus necesidades y la comunicación efectiva de sus planes y procesos, y expresan un deseo claro y declarado de ser socios en la atención médica. Esto debería poner fin al debate sobre los pacientes como socios y reforzar la necesidad de desarrollar los procesos y las competencias en todas las organizaciones de atención médica para garantizar que este sea un estándar de buenas prácticas en cada servicio prestado. Este cambio en las prioridades, que subraya la necesidad de comunicar, escuchar, ser claros en los planes de atención e involucrar claramente a las personas como socios en su atención médica, subraya un cambio sutil pero potencialmente significativo en las perspectivas de los consumidores para la atención médica. La población en general se está volviendo más sofisticada en su compromiso con la atención médica y ya no son pasajeros pasivos en un recorrido por la atención médica. Ahora son, como en muchos otros aspectos de la vida, participantes comprometidos en una experiencia interactiva de atención médica que, si se hace bien, puede dar lugar a mejores resultados en general.

Los consumidores continúan enfatizando la importancia del proceso seguido por el lugar

Aunque este documento no profundizará en todos los elementos individuales de la lista, es interesante señalar que, al igual que en 2018, los elementos asociados con el "proceso" tienden a preceder en masa a la importancia del "lugar". Las reflexiones clave sobre la información restante revelan algunos puntos que se deben analizar. (Figura 7)

En el siguiente grupo de elementos del 11 al 20, la idea de asociación se refuerza de varias maneras, explícitamente en la calificación más alta de "ser un socio/que participa en las decisiones de salud", y también se refleja en el deseo de tener información clara, la capacidad de hacer preguntas en los procesos del alta, programar citas y acceder a la información de manera razonable y sencilla. Si observa la agrupación de las preguntas en este conjunto de elementos, se trata principalmente de facilidad, conveniencia, personalización y compasión.

La agrupación final nos trae la mayoría de elementos asociados con el "lugar". Fuera de la clara afirmación de que las personas quieren un entorno limpio y cómodo entre los diez primeros, los últimos nueve elementos del 21 al 29 tratan sobre el entorno de atención médica en sí. Lo que es significativo aquí es el descenso en las puntuaciones. El punto de ruptura en torno al tema un

"entorno tranquilo y pacífico" ocurre cuando se trata la conversación sobre los aspectos físicos del entorno de atención médica, como la antigüedad de las instalaciones, la comida y los servicios. Cabe destacar el último elemento en el que los servicios solo se consideran extremadamente y muy importantes para un tercio de las personas, una caída significativa con respecto al casi 50 % que dijo esto en 2018. De nuevo, como se vio en 2018, esta calificación no sugiere que estos elementos no sean importantes, sino que son menos críticos para la forma en la que las personas perciben su experiencia que aquellos relacionados con la forma en que se les trata. Por último, refuerza lo que la gente considera de mayor importancia. Las personas ven como se les trata clínica y personalmente como algo primordial para su experiencia de atención médica, y esto debe ser un compromiso de las organizaciones de atención médica que buscan satisfacer las necesidades de aquellos a quienes atienden.

Implicaciones para la acción: la excelencia en la experiencia está más relacionada con quiénes son las organizaciones

Cuando se observan las calificaciones, un resultado clave en 2018 se sostuvo nuevamente en este estudio que subraya una oportunidad importante para quienes trabajan en la experiencia. Al comparar los elementos de la parte superior de la lista con los de la parte inferior, nos damos cuenta de que los elementos principales necesitan una inversión en el compromiso de la manera en la que una organización quiere participar. El extremo más bajo de la calificación necesita inversiones de dinero real en artículos físicos.

Y aunque todos los elementos estudiados tienen un nivel de importancia en la experiencia en general, los elementos que son de mayor importancia para los consumidores son aquellos relacionados con la forma en que se comportan las personas. Estos son comportamientos que se pueden establecer como expectativas, competencias que se pueden desarrollar y, al hacerlo, prioridades que se pueden cumplir con quienes participan en la atención médica. La idea de que los esfuerzos para lograr la excelencia en la experiencia necesitan grandes inversiones y un tiempo significativo puede ser cierta para algunos, pero la información sugiere que esto no puede ni debe ser una razón para la falta de acción, porque las acciones descritas como más importantes necesitan una inversión de compromiso y ejecución. Es un compromiso que toda organización de atención médica debería estar dispuesta a asumir.

	ELEMENTOS POR CALIFICACIÓN	EN GENERAL EXTREMADAMENTE % 2020	EXTREMADAMENTE + MUY % 2020	EXTREMADAMENTE + MUY % 2018	SEGMENTO
11	La capacidad de programar una cita o procedimiento dentro de un período de tiempo razonable	45 %	88 %	93 %	Proceso
12	Colaborar/participar en la toma de decisiones sobre su salud	45 %	87 %	89 %	Personas
13	Un proceso de alta/salida en el que se le dé información (por vía electrónica o impresa) sobre elementos como medicamentos, efectos secundarios, manejo del dolor, etc.	45 %	86 %	89 %	Proceso
14	Un proceso de alta/salida en el que sienta que puede hacer preguntas para aclarar dudas	42 %	86 %	90 %	Proceso
15	Una forma de acceder fácilmente a su información médica o resultados de pruebas (por ejemplo, acceso abierto a expedientes médicos, portal para pacientes, etc.)	42 %	85 %	86 %	Proceso
16	Un tiempo de espera para que lo atiendan que considere razonable	40 %	84 %	90 %	Proceso
17	Un proceso de facturación claro, comprensible y respetuoso	45 %	82 %	89 %	Proceso
18	Recibir una respuesta rápido si pregunta algo	35 %	82 %	87 %	Personas
19	La capacidad de programar una cita de la manera que prefiera (por ejemplo, mediante llamada telefónica, en línea, aplicación, etc.)	37 %	79 %	81 %	Proceso
20	Expresar empatía y compasión	38 %	78 %	83 %	Personas
21	Comunicación de seguimiento después de una cita, hospitalización, procedimiento, etc. (como una llamada de un enfermero o médico) que sea útil, oportuna y cumpla sus expectativas	35 %	75 %	81 %	Proceso
22	Un centro de atención médica en el que pueda orientarse fácilmente (por ejemplo, señalización clara, información, etc.)	29 %	73 %	79 %	Lugar
23	Un entorno de atención médica tranquilo y pacífico	29 %	70 %	80 %	Lugar
24	Involucrar a su familia/socios de atención médica la planificación de su cuidado	31 %	68 %	68 %	Personas
25	Un centro de atención médica al que sea conveniente acceder (por ejemplo, cerca de casa/trabajo o en línea)	28 %	67 %	77 %	Lugar
26	Un centro de atención médica con estacionamiento conveniente	24 %	59 %	71 %	Lugar
27	Un centro de atención médica con buena comida	17 %	44 %	58 %	Lugar
28	La antigüedad del centro de atención médica (es decir, se siente más nuevo o más viejo)	12 %	35 %	52 %	Lugar
29	Un centro de atención médica que preste servicios como televisión a la carta, servicio de habitaciones, etc.	13 %	31 %	49 %	Lugar

Figura 7. Elementos calificados del 11 al 29. Cuando piensa en tener una buena experiencia como paciente/familia, ¿qué importancia tiene para usted cada uno de los siguientes aspectos?

Los consumidores ven la experiencia como todo lo que encuentran

Este estudio volvió a preguntar qué elementos la gente consideraba parte de su experiencia de atención médica. Los resultados refuerzan un punto y un tema clave que están en los datos generales. Los consumidores de atención médica consideran que la experiencia abarca todo lo que encuentran y los resultados que obtienen.

La calidad, la seguridad y el servicio están claramente identificados como componentes de la experiencia que alguien tiene en atención médica. Ésta es una distinción importante desde la perspectiva de que la experiencia es parte de la calidad. La realidad de los datos muestra que a medida que las personas evalúan e identifican lo que es importante para su encuentro con la atención médica, observan todos los elementos de su experiencia. Y, lo que es más importante, todavía creen que la calidad de la atención médica que recibieron y la seguridad de su atención equivalen a una experiencia positiva en general.

Esto refuerza un punto clave reflejado en los datos de calificación y un punto que debe reforzarse aquí, que la experiencia no se trata simplemente de servicios o satisfacción, sino que está representada en el conjunto de todo lo que uno encuentra en todos los puntos de contacto en su recorrido por la atención médica. Al igual que el Marco de la experiencia⁵ refuerza el conjunto integrado de lentes estratégicos necesarios para un enfoque integral en la experiencia, los encuestados aquí también reflejan una visión integrada.

Al responder a la pregunta, “¿En qué medida piensa/creo que la experiencia del paciente incluye cada uno de los siguientes?” (Figura 8), los participantes de este estudio mantuvieron una perspectiva sobre esta visión integrada. Con eso, nuevamente reforzaron la importancia de la seguridad y los resultados como esenciales y, además, ven el servicio y el costo como parte integral; también

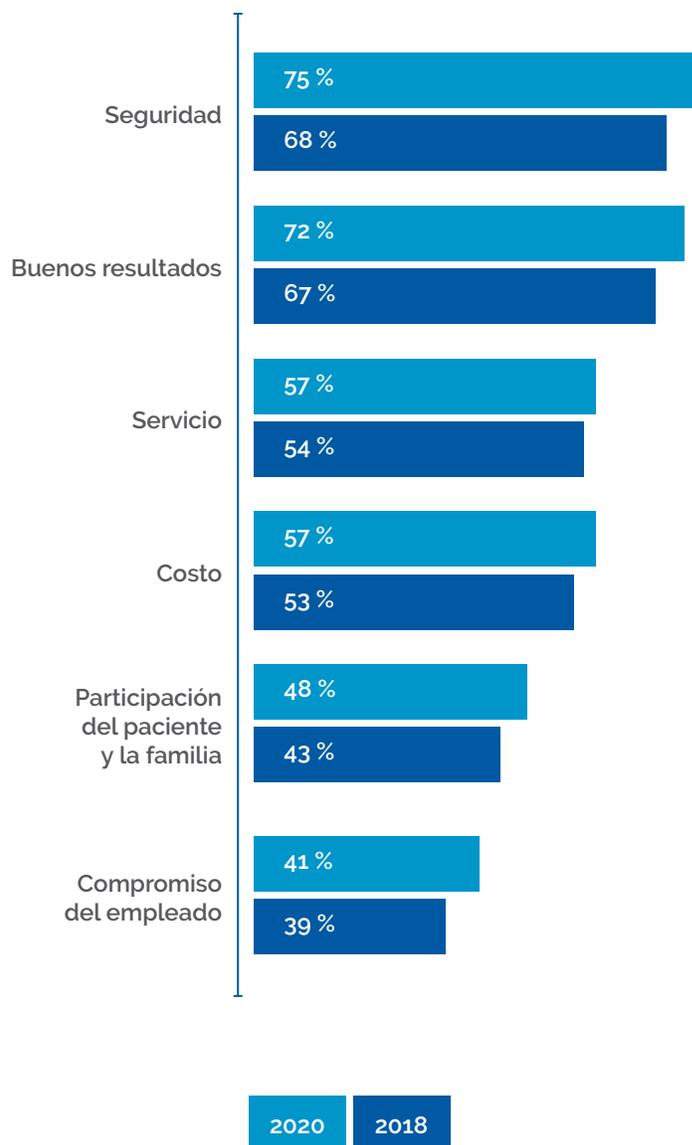


Figura 8. ¿En qué medida piensa/creo que la experiencia del paciente incluye cada uno de los siguientes? (% de encuestados que informan en gran medida)

“Los esfuerzos para dar una experiencia no son una estrategia distinta o tangente para tratar problemas de calidad ni seguridad, sino que la experiencia debe verse como una estrategia integral comprometida a tratar todos los elementos del encuentro que uno tiene con una organización de atención médica”.

reconocen la importancia del compromiso tanto del paciente como del empleado. De mayor importancia fue el reconocimiento general de que todos estos elementos se consideran parte de la experiencia “en gran medida”.

Además, vimos un fortalecimiento de la perspectiva integrada de lo que se incluye en la experiencia desde que hicimos esta pregunta por primera vez en 2018. Por cada uno de los seis factores explorados, cada uno vio un aumento en su calificación durante los últimos dos años. Esto es particularmente interesante, teniendo en cuenta que aunque muchos de los elementos individuales explorados en las calificaciones de importancia reflejadas en las Figuras 6 y 7 disminuyeron

levemente, cada uno de estos factores aumentó en la calificación de cómo los consumidores los vieron como parte de la experiencia en general. Esto resalta el reconocimiento de los consumidores de la naturaleza más amplia y envolvente de la experiencia y debería ser un punto que las organizaciones de atención médica deben considerar mientras trabajan para lograr una mejor integración de los esfuerzos. Es decir, los esfuerzos para dar una experiencia no son una estrategia distinta o tangencial para tratar problemas de calidad o seguridad, sino que la experiencia debe verse como una estrategia integral comprometida a tratar todos los elementos del encuentro que uno tiene con una organización de atención médica.



Figura 11. Descripciones de la experiencia negativa del paciente 2018



Figura 12. Descripciones de la experiencia negativa del paciente 2020

paciente. ¿Qué palabras o frases usaría para describir esa experiencia?" esto es lo que se reveló. (Figuras 11 y 12)

En el caso de la experiencia negativa, las palabras que aparecen dan información reveladora sobre lo que caracteriza la mala experiencia para quienes contratan la atención médica. Palabras como "grosero" y "apresurado" dominan nuevamente, mientras que "espera" y "larga espera" siguen ocupando un lugar destacado en los comentarios. Resulta interesante de los elementos arriba calificados que la importancia de los tiempos de espera se redujo en seis puntos, mientras que los problemas de comunicación y tomar el tiempo necesario para una comunicación efectiva subieron en la lista. Ese cambio también aparece aquí en las palabras de los encuestados.

Lo que muestran estas preguntas específicas es que una imagen clara tanto de una buena como de una mala experiencia está relativamente solidificada en la mentalidad general del consumidor. Lo que ambos estudios han compartido durante varios años es que hay elementos claros e inmutables que las personas buscan en una buena experiencia y elementos claros que las personas identifican sistemáticamente con

las malas experiencias. La oportunidad que esto da para crear planes y procesos para entregar elementos positivos de manera más eficaz y tratar los negativos son oportunidades que las organizaciones no deben pasar por alto. Los consumidores comparten claramente las implicaciones de obtener una experiencia adecuada para respaldar la adopción de estas acciones.

Al preguntarles a las personas qué hicieron ante una experiencia positiva o negativa, los resultados de 2018 destacaron el poderoso efecto dominó que tiene la experiencia. En ambos casos, experiencia positiva y negativa, la principal acción que los encuestados dijeron que tomarían sería compartir su experiencia con los demás. Un poco más alto para aquellos con una experiencia positiva fue el compromiso de continuar usando la misma organización, un indicador de lealtad. Por lo tanto, ya sea buena o mala, la experiencia que una organización de atención médica da al paciente, la familia o el cuidador se convierte en la historia que otra persona escucha mientras evalúa e incluso toma decisiones en torno a una organización o centro de atención médica. Esta idea de que las historias se cuentan y la lealtad se refuerza con una experiencia positiva sigue siendo evidente

“A medida que las organizaciones de atención médica buscan reabrir los servicios para las comunidades a las que atienden, la experiencia que proporcionan puede no tener mayor importancia que en los días y meses venideros para garantizar la viabilidad de las operaciones y, en última instancia, cumplir su misión de cuidar a los demás”.

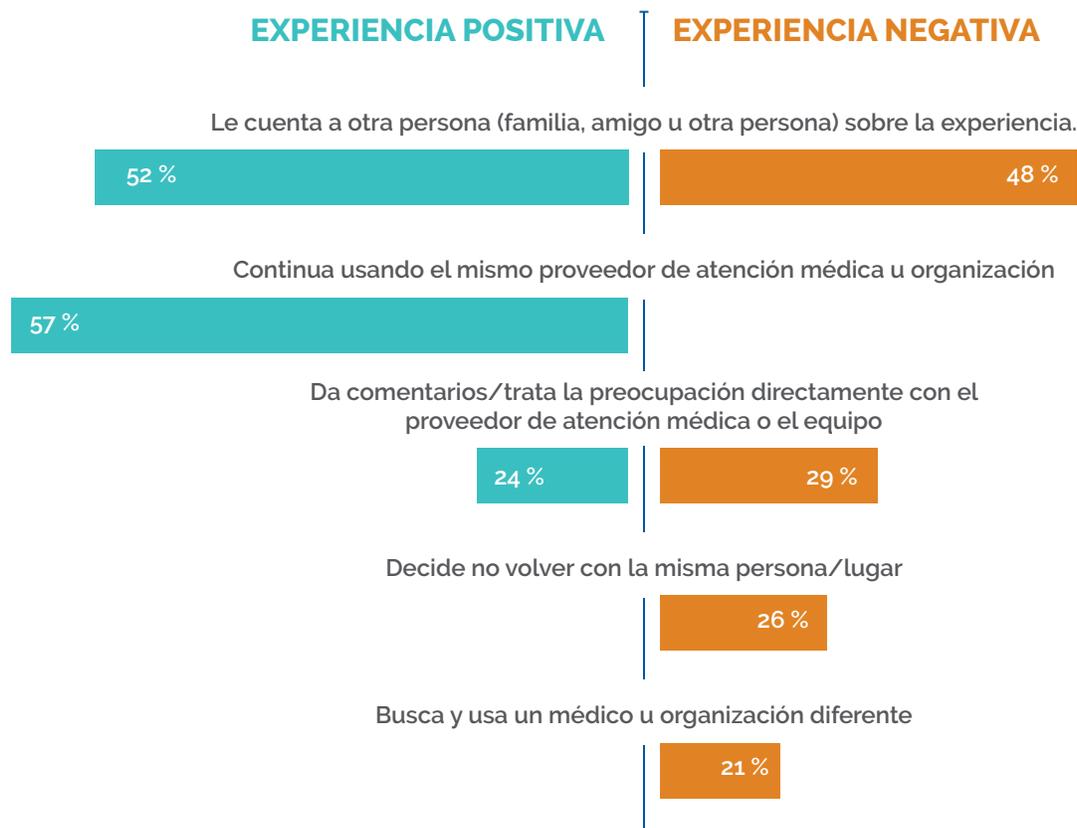


Figura 13. Como resultado de su experiencia y la de otros, ¿qué acciones tomaron? (comparando experiencias positivas y negativas)

y se refuerza aún más en este estudio. (Figura 13) Al revisar los datos en este estudio, el patrón de 2018 se mantiene con casi la mitad de todos los encuestados que notan si tienen una experiencia positiva o negativa y dicen que compartirán su historia con otros. Una vez más, se demuestra el hecho de que una experiencia proporcionada a una persona o familia se extiende mucho más allá de ese encuentro directo real. Más aún, para aquellos que tienen una experiencia positiva, también refuerza un sentido de lealtad hacia el proveedor u organización en casi dos tercios de los encuentros. Por el contrario, en las experiencias negativas, aproximadamente una cuarta parte de los encuestados dijeron que harían un cambio de médico u organización. Nuevamente, los encuestados revelan que las malas experiencias impulsan decisiones inmediatas para los consumidores.

Cabe destacar que en los datos de este estudio comparado con 2018, los números son ligeramente más bajos para todas las respuestas, lo que está presente en casi todas las respuestas, excepto en lo que las personas creen que se incluye en la experiencia en general. La idea es que esto refleja la incertidumbre que sienten las personas en general, específicamente los consumidores de atención médica en un año en el que una pandemia se apoderó de la sociedad

y envolvió al sistema de atención médica. Eso tuvo implicaciones sobre cómo las personas eligen participar en la atención médica y qué tan dispuestas están a hacer cambios en lugar de mantenerse firmes en un momento de tanta incertidumbre.

Como se vio en nuestros estudios recientes de PX Pulse,¹ los consumidores todavía tenían un nivel de miedo y duda para buscar atención médica durante la pandemia, lo que refuerza una realidad importante para el sector. Una clara reconfirmación del compromiso con la experiencia, una experiencia segura, de calidad, centrada en el servicio y el personal, será esencial para que las personas se vuelvan a comprometer con los servicios de atención médica como resultado de la pandemia. Estos resultados no solo reflejan un sentido general del momento, sino una realidad que todas las organizaciones y sistemas de atención médica deberán tratar para darles confianza a los pacientes y consumidores en su elección de regresar. A medida que las organizaciones de atención médica buscan reabrir los servicios para las comunidades a las que atienden, la experiencia que proporcionan puede no tener mayor importancia que en los días y meses venideros para garantizar la viabilidad de las operaciones y, en última instancia, cumplir su misión de cuidar a los demás.

La experiencia sigue siendo importante en las opciones de atención médica para más del 90 % de los consumidores

Esta clara necesidad de reafirmar un compromiso con la experiencia puede que no sea más evidente que preguntarse cómo los consumidores continuarán tomando decisiones en materia de atención médica. A la luz de muchos de los números que muestran leves disminuciones desde 2018, que reflejan la vacilación causada por la pandemia, hay una declaración inconfundible que hacen los consumidores cuando se trata de cómo tomarán decisiones de atención médica.

Los datos de este estudio revelan que casi dos tercios de los consumidores de atención médica dicen que la experiencia que se les dé será “extremadamente significativa” en las decisiones que tomen sobre su atención médica personal. (Figura 14) Este punto por sí solo refleja que la experiencia no es algo que los consumidores de atención médica dan por sentado; de hecho, es algo que impulsa su elección sobre dónde buscarla. Este punto también reafirma la importancia de los elementos que los consumidores creen que abarcan la experiencia en general.

Si las organizaciones quieren que las personas los elijan para recibir atención médica, especialmente en este momento de crisis de salud, es imprescindible garantizar que se implementen las acciones que respaldan una experiencia positiva y sólida. Esto no es solo reconocer la naturaleza integrada de la experiencia que se da, sino las mismas acciones que los consumidores dicen que son de mayor importancia para ellos, reforzando que quieren que se les escuche y participar como socios, que la comunicación sea clara, tener planes de atención médica claros y tener confianza en las capacidades de las organizaciones de atención médica.

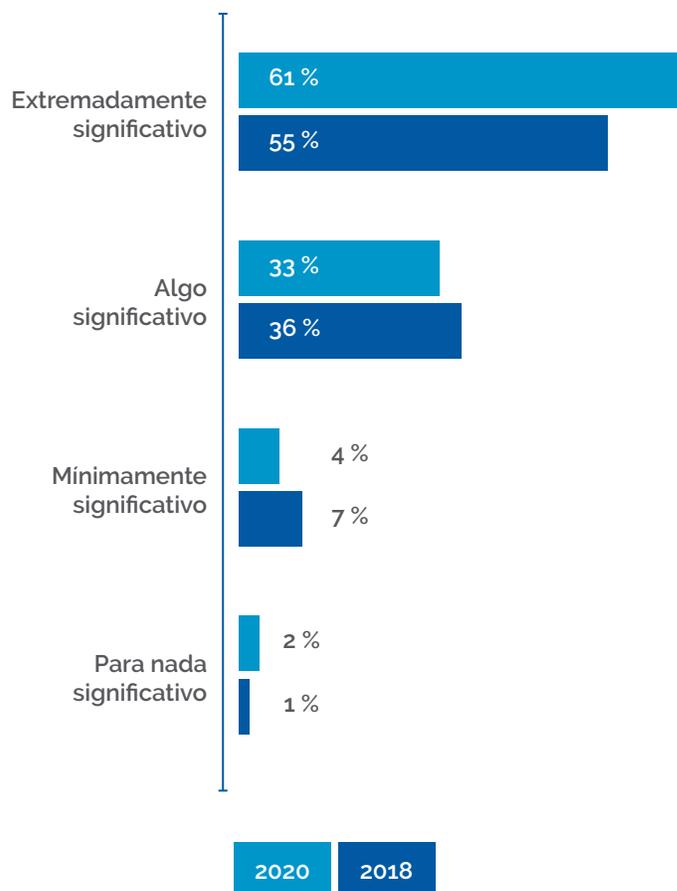


Figura 14. ¿Qué importancia tiene la experiencia del paciente para sus decisiones de atención médica o la atención médica de su familia?

“La experiencia no es algo que los consumidores de atención médica dan por sentado; de hecho, es algo que impulsa su elección sobre dónde buscarla”.

La experiencia sigue siendo una conversación mundial

Al igual que en 2018, este estudio analizó las respuestas en otros cuatro países de habla inglesa: Australia, Canadá, Filipinas y el Reino Unido. La esperanza para el futuro es que a medida que el diálogo mundial sobre la experiencia continúe expandiéndose, esta investigación abarcará mucho más los esfuerzos en varios idiomas y también en países de bajos a medianos ingresos. Es de destacar la coherencia en las respuestas y prioridades básicas entre todas las naciones que respondieron. De hecho, al comparar los elementos mejor calificados en todos los países en los que se hizo el estudio, aparecieron siete de manera

constante, lo que refuerza la gran importancia que se le da a "Que me escuchen" "Recibir información clara en una manera que pueda entender". (Figura 15)

Es interesante que las diferencias también pueden reflejar el tipo de sistema de salud en el que están las personas. Eso también se ve en las respuestas a la pregunta de arriba sobre el impacto que tiene la experiencia del paciente en la toma de decisiones de las personas en relación con la atención médica. Al revisar los resultados de los encuestados nacionales, puede ver en los sistemas de estructuras de atención

	CALIFICACIÓN EN LOS ELEMENTOS PRINCIPALES EN CADA PAÍS					
	SEGMENTO	AUSTRALIA	CANADÁ	FILIPINAS	REINO UNIDO	ESTADOS UNIDOS
Que lo escuchen	Personas	1	1	4	2	1
Recibir información clara en una manera que pueda entender	Personas	2	2	3	1	2
Un entorno de atención médica limpio y cómodo	Lugar	6	3	1	4	3
Que lo traten con cortesía y respeto	Personas	3	5	2	5	5
Que sienta confianza de sus capacidades	Personas	4	6	7	3	6
Que proporcionen un plan de atención médica claro y saber por qué lo están haciendo	Personas	8	8	8	7	4
Hacer preguntas y que intenten comprender sus necesidades y preferencias	Personas	7	9	5	9	8

Figura 15. Elementos más importantes de la experiencia en todos los países (teniendo en cuenta la calificación en números de cada país)

“No importa dónde se encuentre uno en el planeta, se ve a sí mismo como un ser humano con esperanzas, necesidades y sueños. Y estas ideas centrales de cómo quieren ser tratados, informados, respetados y comprendidos son válidas para todos”.

médica privadas y públicas/nacionales que la experiencia se considera más significativa, como en los Estados Unidos o Filipinas (que, como nación, está trabajando para expandir la cobertura universal para sus ciudadanos). En los sistemas de salud nacionales más estatales o provinciales, como Australia y Canadá, donde algunas opciones son evidentes, la importancia de la experiencia es un poco menos significativa para la toma de decisiones. Finalmente, en un sistema nacional más definido, como en el Reino Unido a través del Servicio Nacional de Salud (National Health Service, NHS), la experiencia tiene la menor importancia de todas las naciones encuestadas. (Figura 16)

Las implicaciones en la toma de decisiones también están claramente alineadas con la cantidad de opciones que las personas sienten que realmente tienen. Esto también refuerza un punto clave de que no importa cómo las personas tomen decisiones de atención médica, los fundamentos de lo que es importante para ellos son congruentes y verdaderos. Y cuando la

atención médica reconoce, como lo ha hecho, que los resultados que proporciona, es decir, la experiencia que da a las personas, importa por encima de todo, garantizar que estos elementos estén en su lugar es esencial. (Nota: aunque en este documento no profundizaremos en las comparaciones nacionales, esperamos explorar los conocimientos de cada región en los informes de seguimiento que se presentarán).

Lo que, en última instancia, nos muestran los datos es un hecho inmutable que se observó en muchos de los estudios hechos durante los últimos años en The Beryl Institute y es que no importa dónde se encuentre uno en el planeta, se ve a sí mismo como un ser humano con esperanzas, necesidades y sueños. Y estas ideas centrales de cómo quieren ser tratados, informados, respetados y comprendidos son válidas para todos. Quizás estas sean nuestras verdades universales en la atención médica, verdades ahora más evidentes que nunca en la crisis que atraviesa todo el mundo en el planeta.

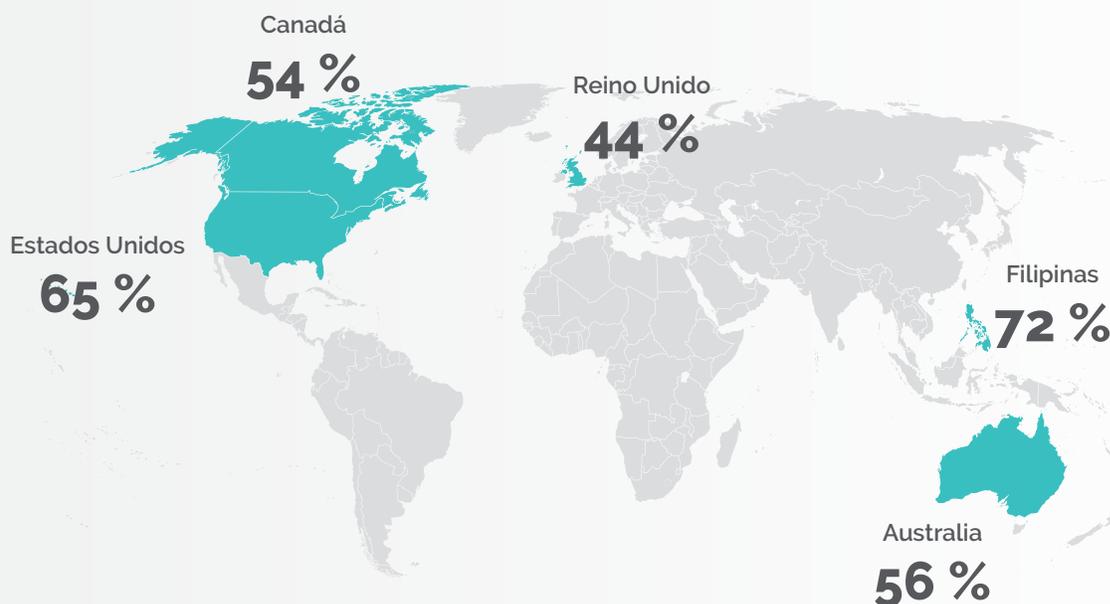


Figura 16. ¿Qué importancia tiene la experiencia del paciente para sus decisiones de atención médica o la atención médica de su familia? (% Extremadamente importante por país encuestado)

El consumidor ha vuelto a hablar...y el llamado a la acción se fortaleció aún más

El informe 2018 sobre la perspectiva del consumidor cerró con este punto:

La perspectiva de los consumidores sobre la experiencia del paciente ofrece no solo validez a muchos de los supuestos principales del esfuerzo de la experiencia en la atención médica, sino que también revela un camino para priorizar la acción, garantizar el enfoque y avanzar con intención.

Los resultados compartidos en esta exploración de seguimiento solo refuerzan ese punto aún más. El consumidor ha vuelto a hablar y está diciendo que la experiencia importa de una manera significativa y personal. También dice que la experiencia que tengan tendrá un impacto para muchos, si no para la mayoría, en cómo participen en la atención médica ahora y en el futuro.

Como se revela aquí:

La experiencia del paciente es importante en general.

De manera congruente, más del 90 % de las personas encuestadas dicen que la experiencia que reciben es importante para ellas.

Al pensar en la experiencia, las personas se centran en su salud y bienestar y, fundamentalmente, en el trato que reciben.

Las organizaciones de atención médica deben reconocer que los clientes buscan una mejor salud y bienestar, y en eso se incluye la forma en que el personal de las organizaciones de atención médica participa con ellos como personas para ayudarlos a satisfacer esa necesidad.

Las personas esperan buenos resultados de la atención médica y los ven como el elemento más importante de la experiencia que reciben.

A medida que las personas buscan atención médica para su salud y bienestar, consideran que los resultados que obtienen son esenciales para la experiencia que reciben. Las organizaciones de atención médica corren un gran riesgo cuando almacenan o separan los resultados como algo independiente de la experiencia que dan, ya que al recurrir solo a los datos de los resultados, la humanidad puede desaparecer. Los consumidores de atención médica expresaron claramente que esto es contrario a lo que quieren o esperan.

Por encima de todo, la forma en que se trata a las personas supera con creces los procesos de atención médica o el lugar en el que se hacen.

Las personas continúan afirmando que quieren participar en su atención médica, ser escuchadas y recibir la información en una manera que comprendan. Los pacientes, sus familias o los cuidadores no son receptores pasivos ni sujetos de la "prestación" de la atención médica, sino miembros activos del equipo de atención y deben participar para garantizar la mejor experiencia en general.

Las personas identifican la empatía, la compasión y el profesionalismo como una característica de una experiencia positiva.

En pocas palabras, las personas quieren que se les trate con la humanidad que esperan en cada encuentro y con la dignidad y el respeto que también esperan mostrar a los demás.

Las personas identifican la conjunción de largas esperas con las prisas y las interacciones groseras como indicadores de una experiencia negativa.

En contraste con las experiencias positivas, la paradoja de tener que esperar solo para que lo apresuren o le hablen con rudeza socava el bien que la atención médica puede hacer. Siempre habrá problemas de tiempo e imprevisibilidad en la atención médica, pero cómo se manejan las esperas a través de la comunicación y cómo aprovechar al máximo el valioso tiempo, debe ser una competencia que las organizaciones de atención médica deben dominar para dar la mejor experiencia en general.

La experiencia que tengan las personas será la historia que le contarán a otros, ya sea buena o mala.

Esto puede estar claro por derecho propio, pero es fundamental reconocer que cada encuentro que las personas tienen en una organización de atención médica es una historia que las personas pueden compartir; cada interacción es una página escrita que, cuando se combina, cuenta la narrativa más amplia de su recorrido por la atención médica. Pero cualquiera de esas páginas podría cambiar la naturaleza de la historia en sí y debe manejarse con cuidado y comprensión de lo que les importa a quienes buscan atención médica.

“El mundo es cada vez más pequeño y el acceso a la información y los conocimientos sobre la atención médica se amplía a diario. Las organizaciones de atención médica que no operan con este hecho en mente corren el riesgo de volverse cada vez más obsoletas frente a modelos de atención ágiles, enfocados y centrados en el consumidor”.

La experiencia que las personas tengan (o la que escuchan de otras personas) determinará la forma en que tomen decisiones respecto a la atención médica en general.

Aunque puede haber distinciones en cómo y por qué las personas toman decisiones en cuanto a la atención médica, es evidente que las experiencias que tengan, en gran medida, impulsarán esas decisiones. Y si las organizaciones de atención médica están, a la larga, en el negocio para cuidar y ayudar a mantener la salud de sus comunidades, deben hacer que las personas las elijan para hacerlo. El mundo es cada vez más pequeño y el acceso a la información y los conocimientos sobre la atención médica se amplía a diario. Las organizaciones de atención médica que no operan con este hecho en mente corren el riesgo de volverse cada vez más obsoletas frente a modelos de atención ágiles, enfocados y centrados en el consumidor.

Tomando en consideración todo lo que los consumidores compartieron en este estudio como lo hicieron en 2018, la coherencia en sus prioridades incluso frente a la actual crisis de salud solo refuerza aún más que los consumidores de atención médica se ven a sí mismos primero como seres humanos que buscan atención humana. Esperan ser tratados como tales, porque contratan la atención médica para lo que puede ser lo más importante que tenemos como seres humanos: nuestra salud y bienestar.

Además, los resultados refuerzan la idea central en la definición de la propia experiencia del paciente y sus palabras iniciales, que la experiencia es “la suma de todas las interacciones”.² Estas interacciones con una organización de atención médica ocurren mucho antes de que una persona pueda tenerlas, a través de las historias que escuchan, pero terminan mucho después de que dejan un encuentro de atención médica y se convierten en narradores. Y esas palabras reflejan la verdad para todas y cada una de las personas que las pronuncian y se convierten en la historia a través de la que las personas llegan a conocer organizaciones y proveedores de atención médica de todo el mundo.

El llamado a la acción para las organizaciones de atención médica no puede ser más claro que lo que los consumidores encuestados compartieron aquí. Deben tomar medidas para acertar en la forma en que se relacionan con las personas. No se trata simplemente de los resultados de la encuesta o las puntuaciones de satisfacción, sino de la forma en que un sistema de salud se compromete a involucrar a todas las personas que entran por su puerta, de manera virtual o física.

Y en una época de crisis mundial donde los sistemas y las organizaciones de salud, los médicos y el personal han estado en el centro de tantas conversaciones por lo que han hecho al servir a sus conciudadanos en todas partes del mundo, lo que sigue siendo evidente y puede serlo ahora más que nunca, es la humanidad que arde profundamente en el corazón de la atención médica. Los tiempos difíciles exigen una acción heroica, pero muchos de los que han respondido a ese llamado reconocen que esto se trata menos de heroísmo y más de un compromiso con un propósito que llevó a tantos a la atención médica.

También aquellos que tuvieron experiencia con la atención médica hicieron un claro llamado a la acción. Nuevamente, reflejaron aquí que existe una oportunidad inequívoca de hacer lo que es más importante para todos los que buscan atención médica, para sus vidas o las de sus seres queridos y amigos. Cuando la atención médica puede escuchar y comunicarse con claridad como lo ha hecho con tanta destreza en este momento en el que nos encontramos, solo pueden suceder y sucederán grandes cosas. Esto no es agradable de hacer, pero siempre se debe hacer, ya que las personas a quienes se les prestan los servicios de atención médica están pidiendo, alto y claro, “Por favor, escúchenos”. Y cuando eso suceda, los resultados que todos los profesionales de atención médica buscan se lograrán, los propósitos se cumplirán y las vidas se vivirán plenamente.

Eso es lo que se pide de nuevo aquí. Estos no son simplemente puntos de datos para someter a prueba; este es un llamado a la acción para el compromiso. Porque cuando conocemos a las personas por lo que son, donde están, solo puede salir algo bueno. Es por eso que la atención médica siempre seguirá siendo la mayor inspiración para muchos y la mayor esperanza para todos. Ahora, todos debemos hacer lo que se nos ha pedido, “escuchar”, y al hacerlo, solo cosas buenas pueden llegar y vendrán.

Infinitas gracias

Nuestros corazones y esperanzas están con todos ustedes en este momento desafiante. Honramos a todos los que han dado tanto por tantos. Expresamos nuestra solidaridad por las vidas que se han perdido. Compartimos esperanza, porque en todo lo que se compartió aquí y todo lo que vemos en la luz del horizonte, está el trabajo de personas comprometidas con las mismas ideas presentadas en este estudio y quienes han hecho que todo sea posible. Gracias por lo que han hecho por sus conciudadanos de todo el mundo. Son verdaderamente la experiencia humana y estaremos eternamente agradecidos.



Referencias

1. *The Beryl Institute - Ipsos PX Pulse.*; 2020. <https://www.theberylinstitute.org/PXPULSE>.
2. Wolf JA, Niederhauser C, Marshburn D, LaVela S. Defining patient experience. *Patient Exp J.* 2014;1(1):7-19
3. Wolf JA. *Consumer perspectives on patient experience 2018.* The Beryl Institute; 2018.
4. Laurance J, Henderson S, Howitt PJ, et al. Patient engagement: four case studies that highlight the potential for improved health outcomes and reduced costs. *Health Aff (Millwood).* 2014;33(9):1627-1634.
5. Experience Framework. The Beryl Institute. <https://www.theberylinstitute.org/page/ExperienceFramework>



Reconozca los momentos que importantes para sus pacientes.

InMoment lo ayuda a llevar su programa de experiencia del paciente al siguiente nivel.