

GESTIÓN EXCELENTE EN EL SECTOR SANITARIO

# 2. EL NUEVO CLIENTE-PACIENTE NUEVAS ESTRATEGIAS



PROQUO  
Intelligent Management



Lejos está aquel tiempo en el que el médico era una de las personas (junto con el párroco y maestro) que se tenían como una de las fuerzas vivas de la localidad. La admiración y respeto, casi veneración, con la que se les trataba, han dado paso a una nueva forma de mirada: la del paciente que “sabe más”, “exige más” y “quiere colaborar en la actuación sanitaria”. Ya no es sólo un sujeto pasivo, sino que tiene una posición activa, participativa y por supuesto, no duda de cambiar de profesional sanitario, o de centro, en cuanto haya algo que no le satisfaga, cosa impensable hace años.

Ello es debido fundamentalmente varios cambios en la sociedad. Algunos de ellos son:

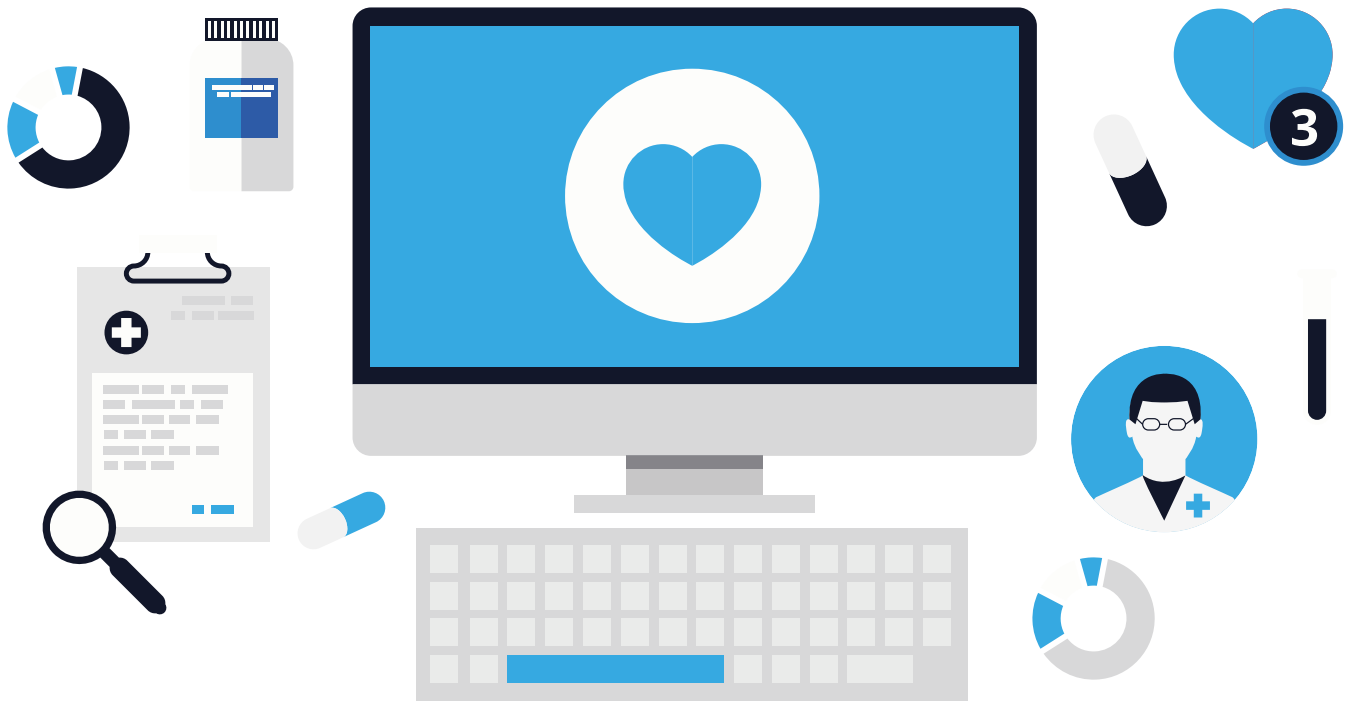
- Mayor accesibilidad a ejercer la profesión médica dejando de ser por tanto, un privilegio de unos pocos.
- El paciente tiene más acceso a información de salud y por lo tanto, mayor capacidad de elección y decisión ante las distintas opciones.
- Mayor protección institucional y legal de los derechos de los pacientes.

Con estas nuevas premisas, la pregunta sería ¿es mejor la sanidad hoy en día? Creemos sinceramente que en general, sí. No obstante, como en cualquier otro sector, hay que saber aprovechar los beneficios de la nueva situación y contrarrestar los inconvenientes que puedan haberse creado como consecuencia de los nuevos paradigmas. En suma, las organizaciones sanitarias deben adaptarse.

En primer lugar, definiendo y adoptando **estrategias** que tengan en cuenta toda la información externa que influye en la conformación del escenario actual. La elaboración y actualización de un adecuado **Mapa de Información Relevante** en el que se recojan todos esos aspectos a tener en cuenta y su posterior estudio, es fundamental para una correcta definición de los objetivos estratégicos.

Consolidadas las conclusiones de la reflexión de todos los factores críticos de éxito de la organización, en un **DAFO**, esto es, analizadas las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la compañía, el despliegue de la estrategia se concretaría en la definición de:

- **Los Objetivos** a largo plazo y corto plazo a alcanzar para la consecución de la Visión definida, lo que desea ser la organización.
- Cuáles son los **plazos** en los que los resultados deben ser alcanzados
- Quiénes son los **responsables** de la consecución de los **planes** y **actividades** que deben llevar a cabo.
- Cómo se va a realizar el seguimiento de la ejecución de los planes estratégicos desplegados así como la efectividad de los procesos de la empresa. Se definirán para ello unos **indicadores** adecuados de seguimiento.



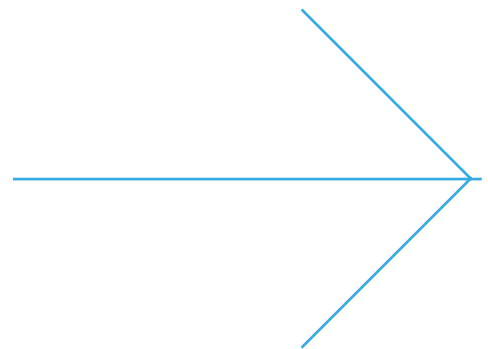
Y la formulación de la estrategia se centrará en satisfacer las expectativas del nuevo cliente-paciente.

Por tanto, comprender cuáles son éstas, no sólo es parte de la información relevante a tener especialmente en cuenta, sino que es fundamental una observación periódica de si dichas necesidades y expectativas cambian. Las encuestas (u otros métodos) de prospección de la satisfacción de los pacientes y el tratamiento adecuado de sus resultados, son imprescindibles.

Un resumen de algunas de estas **características**, que pueden influir en el despliegue de planes específicos que redunden en resultados positivos, podrían ser:

- El paciente va a exigir tomar sus propias decisiones o al menos colaborar en la decisión acerca de su tratamiento. Tiene información que previamente cree haber contrastado y si el profesional cree que ésta es errónea, debe tener los recursos a su alcance para contrarrestarla. Debe crear un vínculo con el paciente basado en que ambos pueden participar en el tratamiento. Ello creará menores abandonos y por lo tanto, mejores resultados.
- El paciente de hoy en día no comprende las largas esperas en las consultas porque está acostumbrado a acceder a los productos y servicios que consume de forma inmediata. La mejor asistencia sanitaria puede ser un fracaso, si no se poseen los mecanismos adecuados para evitar estas esperas en los servicios de la organización.
- El paciente no va a entender que no le proporcionen acceso inmediato a sus pruebas e historial clínico. Es conocedor de que tiene derecho a ello y ejercerá las acciones pertinentes ante la negativa.
- El paciente conoce perfectamente los ajustes presupuestarios de las organizaciones sanitarias. Ello requerirá explicar adecuadamente las razones para realizar o no determinada prueba o sobre la duración de los ingresos.
- El nuevo paciente le da también importancia a circunstancias aparentemente secundarias a la asistencia sanitaria, cuales son, la comodidad de las instalaciones, la temperatura, la comida... Ello puede dar al traste con la percepción de la calidad de la asistencia.

En suma, no es drásticamente diferente hoy en día la actividad sanitaria, simplemente se ejerce sobre una sociedad diferente, más exigente y formada. Adaptarse a la nueva situación en pro de una asistencia mejor que la de la competencia, debe ser uno de los objetivos primordiales de la estrategia empresarial.





# PROQUO INTELLIGENT MANAGEMENT

¿Hablamos?  
**902 30 64 65**  
[www.proquo.pro](http://www.proquo.pro)



**PROQUO**  
Intelligent Management