

¿Cómo definen los consumidores el “valor” de la atención centrada en el paciente?

¿Qué encontrarás en este artículo?

Información sobre el resultado de la encuesta entre los pacientes y proveedores de servicios médicos donde difieren en lo que constituye el "valor" en la atención centrada en el paciente

¿A quién va dirigido?

Nexa Organización, Nexa Profesional, Nexa EDU.

Fecha de publicación:

22 de marzo 2022.

Los pacientes y los proveedores no siempre están de acuerdo en términos de lo que constituye el "valor" en la atención médica, lo que deja una brecha en lo que los proveedores pueden ofrecer para satisfacer las crecientes demandas de la industria de atención centrada en el paciente, según un estudio reciente. informe de la **Universidad de Utah Health**.

La Encuesta sobre el valor de la atención médica buscó definir qué significa realmente el valor en la atención médica al encuestar a casi 700 proveedores y más de 5000 pacientes.

Los resultados mostraron diferentes definiciones de "valor", lo que lleva a diferentes prioridades en todo el espectro de la atención médica.

“Si bien pocos estarían en desacuerdo con que la atención de alta calidad centrada en el paciente a un costo accesible es el resultado deseado para nuestra nación, el progreso hacia

el logro de ese objetivo ha sido lento”, escribieron los investigadores en el resumen ejecutivo.

Cuando no existe una definición estándar de valor, las partes interesadas de la industria no pueden hacerse responsables.

“Si nosotros, como país, estamos de acuerdo en que podemos y debemos brindar atención médica de mayor calidad y una mejor experiencia para el paciente a un costo menor, entonces, como primer paso, todas las partes interesadas deben comprender cómo otros grupos definen y priorizan estos tres aspectos de la atención de la salud”, explicó el equipo de investigación.

La encuesta evaluó los puntos de vista del paciente, el proveedor de servicio médico y los empleadores que pagan los beneficios de los colaboradores para crear una definición simplificada de valor.

El informe llegó a una conclusión esencial: “los proveedores de servicios de salud y otras partes interesadas deben ser ágiles en la entrega de valor a los consumidores de atención médica”.

La encuesta dividió el valor en tres partes esenciales: 1) servicio, satisfacción o experiencia del paciente, 2) calidad de la atención y 3) costo.

En general, tanto los pacientes como los proveedores calificaron **la calidad como el principal elemento de "valor"**, con el **62 %** de los pacientes y el **88%** de los proveedores de servicio de salud informando como tal.

El **26%** de los pacientes clasificaron el costo como importante y el **12 %** clasificaron el servicio como el más importante.

El **7 %** de los proveedores de servicio médico valoró el servicio y el **5 %** el costo.

La encuesta también pidió a los pacientes que clasificaran las "**declaraciones de valor**" que eran más importantes para ellos, revelando tres elementos principales:

1. Mi gasto de bolsillo es accesible **45 %**
2. Puedo programar una cita de forma oportuna **39 %**
3. Confío en la experiencia del proveedor de servicio médico **38 %**

Para los proveedores de servicio médico, factores como: **comprender al paciente, tener confianza en el protocolo de tratamiento y ver mejoras en el bienestar** fueron los más importantes, lo que refleja el énfasis que los

proveedores ponen sobre la calidad de la atención y su relación con el valor.

Los pacientes fueron el grupo más variable al definir el valor usando sus propias declaraciones, según el informe.

El **90%** de los pacientes eligió diferentes combinaciones de declaraciones de valor que los proveedores de servicio médico, lo que demuestra que no hay dos pacientes iguales.

“Eso significa que todos los días, los médicos atienden a pacientes que individualmente tienen prioridades muy diferentes entre sí y de la definición de atención médica de alto valor”, anotó el equipo de investigación.

Los pacientes, los proveedores de servicio médico y los empleadores coincidieron en que en EE. UU. tiene la atención médica de la más alta calidad en el mundo, y todos los grupos informaron estar satisfechos con la atención que recibieron o brindaron el año anterior inmediato.

Sin embargo, los tres grupos encuestados informaron preocupaciones sobre los costos de atención médica.

A pesar de que tanto los pacientes como los proveedores expresaron su satisfacción con los costos de su atención médica durante el último año, también coincidieron con los empleadores al decir que los precios de la atención médica son demasiado altos.

Los pacientes en particular están preocupados por el costo y dicen que es poco probable que

paguen más por una atención que cumpla con todas sus expectativas de "valor".

En algunas circunstancias, los pacientes dijeron que pagarían **"un poco más"** por una atención de alto valor:

- Cuando la salud mejora **66 %**
- Las necesidades de salud mental se consideran en la atención **57 %**
- Obtener los tratamientos específicos que desean **53 %**
- Confianza en la experiencia del proveedor **52 %**

Las preguntas más detalladas de la encuesta relacionadas con **la calidad, el servicio y la satisfacción** revelaron hallazgos interesantes sobre cómo los pacientes definen los dos.

Aunque solo el **12 %** de los pacientes dijeron que el servicio y la satisfacción eran los más importantes para definir el valor, identificaron rutinariamente las características relacionadas con el servicio como esenciales para una experiencia valiosa.

Esto demuestra que brindar una experiencia positiva al paciente es parte integral de una atención de calidad.

Cada grupo de partes interesadas se consideró al menos algo responsable de mejorar la salud del paciente.

Los proveedores de servicios de salud dijeron abrumadoramente que la responsabilidad recaía únicamente en ellos, mientras que los pacientes

se dividieron entre ellos y los proveedores que tenían la responsabilidad.

Los empleadores también dijeron que los pacientes y los proveedores tenían la responsabilidad del bienestar del paciente, pero también dijeron que tenían cierta responsabilidad.

Estos resultados enfatizan el aspecto cada vez más centrado en el consumidor de la atención médica, apuntó el equipo de investigación.

"La naturaleza distributiva de cómo los pacientes perciben y priorizan aspectos de "valor" en el cuidado de la salud sugiere que los consumidores se están comportando como lo hacen en casi todas las demás industrias, como individuos con diferentes puntos de vista de lo que constituye el valor", dijeron los investigadores.

Depende de los proveedores cumplir con esas expectativas, sugirieron los investigadores. La adaptabilidad es esencial para satisfacer todas las necesidades de los pacientes y cambiar hacia un modelo más centrado en el consumidor.

"Ahora las partes interesadas deberán trabajar juntas para desarrollar herramientas que brinden a los pacientes la oportunidad de evaluar individualmente a los proveedores de servicios de salud en función de cómo definen la atención de alto valor", concluyeron los investigadores. "Esas herramientas permitirían a los pacientes priorizar aspectos de calidad, servicio y costo, y elegir un proveedor que satisfaga mejor sus necesidades".

Heath, S. (2017). How Do Healthcare Consumers Define Value in Patient-Centered Care? PEH.