

Conocer la experiencia del paciente en la consulta, clave para el éxito

¿Qué es lo más importante para usted?

¿No le gustaría conocer el secreto del éxito en su consulta? Las palabras mágicas son “experiencia del paciente”: la suma de todas las impresiones, positivas o negativas, que marcan a los pacientes que visitan la consulta. Los dentistas que conocen la experiencia del paciente cuando visita la consulta pueden mejorar sus servicios, y así fomentar la confianza y la fidelidad entre sus pacientes.



Una experiencia de cinco sentidos para el paciente

“Nos centramos en el paciente”. Esta frase, e innumerables variaciones de la misma, aparecen en muchas páginas web de consultas de todo el mundo. Pero, ¿seguro que conoce tan bien la experiencia de sus pacientes? Imagine cómo sería acudir a una cita a su consulta como paciente.

En una situación ideal, probablemente usted se sentiría así: de camino a la consulta, recordaría las visitas al dentista de su infancia -un entorno frío, blanco y aséptico, el olor del desinfectante, ruidos de taladro y una sala de espera abarrotada-. Sin embargo, al llegar, descubriría un panorama muy diferente -un entorno luminoso, acogedor y agradable-. Tomaría asiento en una cómoda butaca tapizada de



piel en la “sala de espera”, donde no oiría más que música relajante. Y, de repente, llega su turno. En el centro de la sala de tratamiento, el cómodo tapizado de la unidad de tratamiento le invita a sentarse. A pesar de sus problemas de espalda, la silla le recibe de forma acogedora en una posición especial para incorporarse a ella a la altura perfecta. Al reclinarsse, siente cómo la silla se adapta con precisión a su cuerpo. El material tiene una textura agradable: seco, limpio y suave. El respaldo se ajusta automáticamente. El dentista utiliza una cámara intraoral para mostrarle la situación en la pantalla y le explica la terapia. La unidad de tratamiento se desplaza a su posición correcta con un suave ronroneo. Se relaja, y el tratamiento comienza.

¿Qué se entiende por “satisfacción del paciente”?

Hasta hace relativamente poco, las consultas dentales eran austeras, blancas y funcionales. Las salas de espera parecían almacenes, y en el mejor de los casos había un acuario para relajar a los pacientes. Hoy en día, existen numerosas consultas de apariencia muy agradable, en las que un flujo de trabajo fluido armoniza con el diseño de la práctica. Sin embargo, ¿conocen los propietarios de la consulta el efecto que tiene el interior de la consulta sobre sus pacientes y lo que estos experimentan cuando la visitan? Las encuestas de satisfacción de los pacientes son muy comunes. Sin embargo, las encuestas se centran en las expectativas de los pacientes y no tie-

“Nuestro principio es crear una sensación de seguridad para el paciente. Tomamos en cuenta la comodidad para el paciente durante todo el proceso de tratamiento”

nen en cuenta sus emociones. Es perfectamente posible que un paciente quede satisfecho con el resultado, pero que no obstante recordará esa visita con miedo. Los sentimientos son muy poderosos y controlan muchas de nuestras acciones. De este modo, si quiere realmente crear un entorno acogedor, le recomendamos centrarse en la experiencia del paciente desde la fase de planificación de la consulta. Existen numerosos estudios sobre los efectos de los colores, formas y materiales en entornos clínicos. Para saber realmente lo que experimentan los pacientes, debe hacer las preguntas correctas.

¿Qué es lo que usted necesita?

Durante mucho tiempo, las enfermedades y sus síntomas determinaban dónde y cómo se trataba a los pacientes. Desde hace un tiempo, este enfoque centrado en la enfermedad se ha visto superado por un modelo de atención centrado en el paciente, en el que la atención se enfoca en éste. Los profesionales que siguen este modelo no preguntan a los pacientes qué es lo que les va mal (“¿Qué le pasa?”), sino que les preguntan qué necesitan (“¿Qué es lo más importante para usted?”). En consultas admi-



nistradas según un modelo centrado en el paciente, los criterios de calidad estipulados, como procesos, planes de higiene, programación de citas, etc., no son la única pauta para determinar el atractivo de la consulta. El criterio más importante es la empatía con el paciente, es decir, la voluntad de comprender sus sensaciones, pensamientos, emociones y motivaciones.

El deseo de crear un entorno

Dentsply Sirona investiga periódicamente las expectativas que tienen los pacientes sobre la consulta dental. Por ejemplo, un estudio actual realizado en Alemania, Francia y España en cooperación con la Universidad Estatal Cooperativa de Baden-Württemberg (DHBW) de Mannheim revela los criterios más importantes, entre los que se incluyen la higiene y la limpieza, la amabilidad del personal, la modernidad del mobiliario y el equipo, así como la calidez del ambiente. Del mismo modo, la unidad de

tratamiento se considera el elemento que más influye en la percepción del paciente en la sala de tratamiento. Para más del 50% de los pacientes, una unidad de tratamiento obsoleta puede incluso ser una razón para cambiar de consulta. Por eso, es esencial para los dentistas identificar regularmente los puntos débiles en el concepto y el diseño de sus procesos clínicos y organizativos.

Hay que tener en cuenta todos los pequeños inconvenientes o fallos en el proceso, incluso la falta de estacionamiento cerca de la consulta, para hacer de la visita al dentista una experiencia positiva para el paciente. ¿Sabía usted, por ejemplo, que ese ventanal abierto con vistas a la naturaleza que usted consideraba que daba a la sala de tratamiento un aire de libertad, a muchos pacientes les hace sentir inseguros y expuestos en la sala de tratamiento, donde necesitan intimidad? ¡Ahora lo sabe!

Artículo elaborado por Dentsply Sirona

Referencias

- Giovanna Borasi (ed.), Mirko Zardini (ed.), *Imperfect Health: The Medicalization of Architecture*, (Lars Müller Publishers), Zúrich, 2012, ISBN: 9783037782798.
- Andrew L. Dannenberg (ed.), Howard Frumkin (ed.), Richard J. Jackson (ed.), *Making Healthy Places: Designing and Building for Health, Well-Being, and Sustainability*, (Island Press), Washington, D.C., 2011, ISBN: 9781597267274.
- Peter Jones, *Design for Care: Innovating Healthcare Experience*, (Rosenfeld Media), Brooklyn, NY, 2013, ISBN: 9781933820231.
- Mary O'Mahony, *Advanced Textiles for Health and Wellbeing*, (Thames & Hudson), Londres, 2011, ISBN: 9780500515877.
- Mills I, Frost J, Cooper C, Moles DR, Kay E.: Patient-centred care in general dental practice – a systematic review of the literature. En: *BMC Oral Health*. 2014 Jun 5;14:64. fdi: 10.1186/1472-6831-14-64.
- Axel Venn, *Farben der Gesundheit*, (Callwey-Verlag), Múnich 2011, número ISBN: 978-3-7667-1850-1.
- Roger Yee, *Healthcare Spaces No. 6*, (Visual Profile Books), Nueva York, 2013, ISBN: 9780983450160.