

En México hay dos médicos por cada mil pacientes

Hospitales y clínicas pierden cerca de 200.000 USD por insatisfacción del usuario, siendo así que, cuando comparte su mala experiencia esta opinión se replica hasta 9 usuarios más, por lo que, la transformación digital es una de las promesas más grandes para disminuir este aumento de quejas

Más de 200 profesionales de la industria de la salud se pusieron cita en el hotel Sheraton María Isabel para celebrar la primera edición del foro: Mejorando la Experiencia del Paciente, organizado por América Economía.

Médicos de la Mayo Clinic y del Hospital Israelita Albert Einstein capacitaron a los asistentes acerca de la importancia de brindar un servicio de primera categoría en los centros médicos del país. “La experiencia del paciente y su satisfacción hacen parte de una de las tres prioridades de las directivas en 50% de los hospitales. Según estudios, el costo de perder un paciente por insatisfacción es mayor a 200.000 dólares”, afirmó la Dra. Lina María Toleda Franco, Subdirectora de Experiencia del Paciente de la Fundación Cardioinfantil Colombia.

La principal inconformidad de los pacientes en México es el trato que reciben. “Debemos trabajar en un modelo participativo que incluya al paciente y a sus familiares en todas las tomas de decisión. Es vital que los pacientes y médicos trabajen en conjunto para lograr un desenlace positivo que cuente con soporte emocional, continuidad de la atención y acceso a cuidados”, explicó Diego Cevallos, Director Adjunto de Planetree para países de habla castellana.

Falta de humanidad y carencia de servicio es el reflejo de una escasa inversión en el sector, y es el resultado de la sobrecarga laboral de los profesionales de la salud. “En México hay 2 médicos por mil pacientes, el país está frente a una problemática bastante compleja, y la transformación digital puede ser la respuesta para la mejora de la experiencia del paciente”, añadió Martha González; Directora de Soluciones Cognitivas y responsable de la Industria de la Salud en IBM.

A través de soluciones de inteligencia artificial, se han generado aplicaciones que permiten el relacionamiento con el paciente de forma personalizada. “Debemos expandir el conocimiento humano, no reemplazarlo. La idea es poder acompañar a los doctores en la toma de decisiones con la entrega de la historia clínica del paciente desde su nacimiento, junto a un reporte detallado del medio ambiente en el que se encuentra y los expedientes de los antecedentes familiares, sin importar el lugar del mundo en el que se encuentre”, aseveró González.

Es necesario que México reinvente la relación con el paciente y la digitalice mediante procesos que establezcan nuevos modelos de negocio disruptivos. Muestra de ello son Oncology & Genomics, Imagin y Clinical Trial de IBM. Gracias a estas alternativas, un experto en oncología puede identificar que su paciente tiene un tumor, y a través de la transformación digital, puede recibir mayor orientación del tratamiento, respaldado por datos cuantitativos y cualitativos (% de probabilidad de mejora y efectos secundarios). Esto no solo brinda una atención personalizada, si no que agiliza la toma de

decisión en conjunto con el paciente.

Estas propuestas novedosas de Inteligencia Artificial, son una de las soluciones para que México apueste por la experiencia del paciente tanto en instituciones privadas como públicas, porque la meta es crear un mejor sistema de salud que permita desenlaces positivos, otorgue una menor acción legal de errores médicos, permita que la comunidad goce de salud y lo más importante, haya una excelente experiencia del paciente.

Datos de contacto:

Eva Jackeline Rubio Solís

Consultora de Marketing y Comunicación

55 31 12 18 89

Nota de prensa publicada en: [Ciudad de México](#)

Categorías: [Medicina](#) [Sociedad Digital](#) [Medicina alternativa](#) [Ciudad de México](#)

Mexico Press

<http://www.mexicopress.com.mx>