

# Aciertos y errores en la información al cliente

15 de febrero de 2011

## **Cuanta más información, ¿mejor? No necesariamente. Por ejemplo, disponer de todos los datos no garantiza que los pacientes elijan el mejor hospital.**

En lo que respecta a la información, la calidad es más importante que la cantidad. Anna Dixon y Tammy Boyce, de [The King's Fund](#), junto con Barbara Fasolo, de London School of Economics, y [Elena Reutskaja](#), del IESE, han estudiado cómo ayudar a los pacientes a aprovechar mejor la información sobre la calidad clínica a la hora de elegir un hospital.

Los autores ofrecen diversas recomendaciones muy útiles para las autoridades y otros encargados de informar a los consumidores. Estas se desprenden de un estudio de un año de duración basado en grupos y una serie de experimentos online.

En el caso de la elección de un hospital, los usuarios no tienen claro cuáles son las cuestiones importantes y tienden a primar la comodidad sobre la calidad clínica. Pero, como muestra la investigación, se les puede orientar para que antepongan las consideraciones cualitativas en su elección.

Los autores diseñaron una web interactiva que presentaba información sobre varios hospitales. En ella, los usuarios debían elegir uno de los centros para someterse a una intervención de cirugía optativa rutinaria. Después, estudiaron el efecto en la toma de decisiones de diversas ayudas orientadas a hacer que los usuarios presten más atención a la información sobre la calidad clínica de los servicios y la tengan en cuenta a la hora de elegir un hospital.

## La presentación lo es todo

Los indicadores de calidad encabezaban la tabla de puntuación diseñada por los investigadores y acabaron siendo los más vistos, lo que demuestra que el orden en que se presenta la información es importante.

Los autores pensaron que si presentaban las opciones por orden cualitativo, los pacientes elegirían el mejor hospital. Pero lo cierto es que los participantes eligieron los peores. De hecho, eligieron mejor cuando las opciones se habían organizado en función de la distancia.

La presentación de las opciones puede tener efectos perversos, por lo que los responsables de informar a los usuarios han de probar su eficacia antes de publicarlas. Tampoco deberían dar por sentado que los pacientes son capaces de tomar decisiones complejas a partir una clasificación determinada a no ser que reciban algún tipo de orientación.

## Ayudas informativas

A los investigadores les interesaba saber si el uso de diferentes ayudas informativas puede mejorar las decisiones de los usuarios, el nivel de satisfacción con su elección y las futuras elecciones. Ninguna dio un buen resultado respecto a todos estos criterios.

Los investigadores se centraron en tres ayudas:

- Una en la que se preseleccionó el hospital de mayor calidad.
- Otra de preferencia, en la que se solicitó a los participantes que clasificaran los indicadores antes de presentarles la tabla de puntuación.
- Una tercera en la que se les pidió que reconsideraran su elección si no habían optado por el hospital de más calidad.

Los resultados de la ayuda de preselección fueron los peores a la hora de elegir el hospital de más calidad. En cambio, los participantes que tenían esta tabla de puntuación eligieron mejor cuando se les planteó unas semanas después un ejercicio similar en el que no se utilizaron ayudas. Estos participantes también se mostraron bastante insatisfechos con su elección en comparación con quienes disponían de una tabla de puntuación muy sencilla, presentada en función de la distancia o la calidad.

Informar a los usuarios sobre su elección y pedirles que la reconsideren puede aumentar el número de personas que elijan un hospital de alta calidad, pero no les ayuda necesariamente a tomar mejores decisiones en el futuro si no les facilitan ayudas.

Hacer que los usuarios pensarán en qué les importaba más de un hospital y recordarles que la calidad de los hospitales variaba provocó que solo unos pocos se mostraran muy satisfechos con su elección. Estos participantes eligieron aún peor cuando se les planteó un ejercicio similar unas semanas después.

Los resultados también indican que las ayudas afectan de manera diferente a los usuarios en función de su edad. La ayuda informativa aumentó las probabilidades de que los participantes de más edad eligieran el hospital de mayor calidad, pero, en general, las ayudas fueron más útiles a los más jóvenes, sobre todo a aquellos con educación superior. En concreto, les ayudó la información sobre las diferencias de calidad de la atención sanitaria y el hecho de que les hicieran pensar sobre qué era lo que más les importaba antes de tomar una decisión.

Las ayudas obligan al informador a determinar qué orientación quiere dar a los usuarios y, por tanto, a tomar una decisión normativa.

## **Reducir la ansiedad**

Revelar a los usuarios las diferencias de calidad de los hospitales y obligarles a tenerlas en cuenta puede aumentar el nivel de insatisfacción sobre su elección.

Pensemos en un ejemplo extremo en el que dicen al paciente que tiene más probabilidades de morir si acude a un hospital y no a otro. Si no está acostumbrado a elegir un hospital, lo más seguro es que la decisión le acarree mucho estrés y ansiedad.

A la mayoría de los pacientes les resultaría más fácil basar su elección en otros factores, como la comodidad o las listas de espera. Por eso, les ayudaría que la información les garantizara que todos los hospitales clasificados cumplen unos estándares, aunque no estén entre los mejores.

Si los usuarios perciben que deben decidir entre algo "bueno" y algo "excelente", no se preocuparán tanto pensando que una elección equivocada puede poner en peligro su vida.

## **Practicar para decidir mejor**

La investigación sugiere que repetir el ejercicio "incluso pocas semanas después" aumenta las posibilidades de que los usuarios elijan un hospital de más calidad, independientemente de su edad y nivel educativo. Seguramente los más jóvenes no estén tan familiarizados con la atención sanitaria, por lo que brindarles varias oportunidades de tomar una decisión de

este tipo aumenta su conocimiento de los factores en juego.

Esto último redundaría en la idea de proporcionar a los usuarios la información adecuada antes de pedirles que tomen una decisión, una medida que parece especialmente útil en el caso de los jóvenes. Puede que los usuarios de más edad estén más familiarizados con los hospitales, pero tal vez lo estén menos con el uso de Internet para comparar productos o servicios. Por ello, darles la oportunidad de practicar con Internet también les ayudaría a elegir mejor.

Las organizaciones y autoridades que informan a los consumidores deberían entender que no basta facilitar información para que los usuarios tomen decisiones adecuadas. Si se quiere que la variedad de hospitales y la competencia entre ellos aumenten su nivel de calidad, se tiene que presentar dicha información de manera que sea comprensible y útil.

Todo parece indicar que concienciar a los usuarios de que la calidad varía y brindarles la oportunidad de practicar en la toma de una decisión les ayudaría a elegir mejor.

[www.iese.edu/es/insight](http://www.iese.edu/es/insight)