

**GACETA MÉDICA DE MÉXICO**

**HISTORIA Y FILOSOFÍA DE LA MEDICINA**

# **Pacientes, clientes, médicos y proveedores, ¿es solo cuestión de terminología?**

*Cipatli Ayuso del Valle\**

Servicio de Pediatría, Centro Médico Conchita, Monterrey, N.L., México

## **Resumen**

*Junto con el proceso de modernidad de la atención médica y la visualización de la misma desde un enfoque empresarial surgen conflictos como el sustituir términos como «paciente» y «médico» por «cliente» y «proveedor» con el riesgo de perder el trato humanitario, la confianza y la relación médico paciente. El uso de nombres y apellidos puede ser una alternativa de comunicación.*

**PALABRAS CLAVE:** Paciente. Cliente. Médico. Proveedor.

## **Abstract**

*With the modernization of healthcare and management of a Hospital as a business, There is the risk of changing the words “patient” and “doctor” into “client” and “provider”, risking the humanitarian care, trustworthiness, and doctor-patient relationship. Using first and last names could be an option for communication. (Gac Med Mex. 2016;152:429-30)*

**Corresponding author:** Cipatli Ayuso del Valle, cipatlimd@yahoo.com

**KEY WORDS:** Patient. Client. Doctor. Provider.

Recién iniciada la Maestría en Administración de Hospitales no pude dejar de sorprenderme de la facilidad de intercambiar términos como paciente por cliente y médico por proveedor, visto desde el punto de vista gerencial de un hospital, pero ¿qué tan factible es cambiar estos términos?

Empecemos por revisar las definiciones de cada uno de estos términos según el Diccionario de la Real Academia de la lengua española<sup>1</sup>:

- Paciente: Persona que padece física y corporalmente, y especialmente quien se halla bajo atención médica.
- Cliente: Persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

- Médico: Persona legalmente autorizada para profesor y ejercer la medicina.
- Proveedor: Persona o empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones, comunidades, etc.

Basados en estas definiciones, pensaríamos que es probable cambiar estos términos pues una persona que busca salud o que ofrece algún servicio de salud podría ser bien un paciente-cliente o médico-proveedor.

Las primeras en utilizar la palabra «cliente» para referirse a pacientes fueron las enfermeras alrededor de 1970<sup>2</sup> para su uso en personas que acudían a un servicio médico de revisión y se consideraban personas

**Correspondencia:**

\*Cipatli Ayuso del Valle

Centro Médico Conchita

15 de Mayo 1822 Pte.

Col. María Luisa, C.P. 44660, Monterrey, N.L., México

E-mail: cipatlimd@yahoo.com

Fecha de recepción en versión modificada: 15-07-2015

Fecha de aceptación: 20-07-2015

sanas. Posteriormente, los psiquiatras consideraron que el uso de la palabra «cliente» en lugar de «paciente» podría ayudar a las personas al manejo de enfermedades mentales como la esquizofrenia ya que la palabra «paciente» como tal, engloba una persona enferma<sup>3</sup>.

Desde el enfoque empresarial de un hospital, un paciente es un personaje pasivo que solicita un servicio y un cliente, una persona que exige un servicio y participa de forma activa en su tratamiento<sup>4</sup>. Por otra parte, el médico se convierte en un proveedor de salud para el sistema hospitalario.

Este enfoque empresarial corre el riesgo de perder su sentido humanitario y surge como una exigencia de globalización y competitividad en búsqueda de la productividad y calidad, poniendo en riesgo que el término «cliente» como sustituto de «paciente» pierda el trato personalizado y confianza directa con el médico<sup>5</sup>.

En la literatura, se mencionan citas que por sí solas explican el contexto: «La medicina tiene aspectos que la colocan en el rango de actividades que exigen una vocación de superior categoría y para ser médico se requiere de una calidad excelsa de vocación»<sup>6</sup>.

Paul Krugman, premio Nobel de economía 2011, escribe un artículo en el *New York Times* en abril del mismo año, en donde explica que el acto de recibir cuidados médicos no puede semejar una transacción comercial, empezando por que muchas decisiones médicas se hacen bajo condiciones en las que el paciente está incapacitado, bajo estrés y no se compara con un cliente que va de compras. Se confía en el médico como experto en la materia para tomar decisiones en lugar del enfermo, como persona de confianza y no solo como un proveedor de salud.

En otro artículo de la Universidad de Negocios de Harvard, se cita que no se puede reducir la salud a un negocio ni ver al médico como un proveedor que vende servicios de salud a un consumidor de valores sociales<sup>7</sup>.

Existen muchos puntos de vista en contra y a favor de esta terminología, muchas opiniones al respecto pero poca investigación. En 1997 el Dr. Peter Wing, ortopedista de Canadá publicó un estudio en donde entrevistó a 101 personas que acudieron a la clínica de columna de Vancouver, encuestando si las personas que acudían a la clínica deseaban ser referidas como clientes o pacientes. De 101 pacientes, 74 prefirieron el uso de la palabra «paciente»<sup>8</sup>.

De igual forma, se realizó un estudio en donde se preguntó a 100 médicos de 4 especialidades distintas y a 100 psicólogos qué palabras utilizaban para su

comunicación y encontraron que los médicos se refieren a sus pacientes por su apellido, mientras que los psicólogos lo hacen por el nombre propio; ninguno de los médicos entrevistados utilizó la palabra cliente, igualmente el 100% de los médicos prefirió el uso de la palabra «médico/doctor» para referirse a sí mismos y ninguno prefirió la palabra «proveedor»<sup>3</sup>.

Interesantemente un estudio de 2002 en el que se evaluó el nivel de insatisfacción de los médicos por su trabajo describió que uno de los factores que afectaban su rendimiento y satisfacción laboral era la falta de reconocimiento profesional y la pérdida de la relación humanitaria al ser visto como un proveedor de servicios y no como un médico<sup>9</sup>. El paciente también ha referido que prefiere ver a su doctor como una figura médica, más que como un proveedor de servicios<sup>10</sup>.

A lo largo de los años la medicina ha cambiado y con esto los conceptos y la práctica de la medicina desde una medicina de caridad a una con un enfoque empresarial. El uso de estos términos puede funcionar de manera adecuada para un administrador, más no así para un médico ni para un paciente que finalmente apegádonos más al sentido estricto de la definición de la palabra, un paciente es aquel que se acerca a un médico buscando salud.

El uso de las palabras «cliente-proveedor» pudiera ser adoptado por algunas disciplinas de la medicina, como aquellos que ejercen la psicología, psiquiatría o en el manejo del paciente sano, teniendo mucho cuidado de no perderse en el mercantilismo y rescatar esa cultura de la relación médico paciente, la confianza personal y el trato humanitario. Así mismo se pueden usar alternativas para referirse al paciente por su nombre y apellido y de esa manera personalizada estar fuera de esta controversia de lenguaje.

## Bibliografía

1. Real Academia Española, Diccionario de la lengua española, 23.<sup>a</sup> ed. Madrid, España; 2014.
2. Pluckhan ML. The use of the word "client". Kans Nurse. 1972;1-2.
3. Nassem A, Balon R, Khan S. Customer, client, consumer, recipient or patient. Ann Clin Psychiatry. 2001;13(4):239-40.
4. Dueñas Padrón A. El desarrollo Empresarial. Administración Hospitalaria. 3a ed. Malagón Lodoño: Ed. Panamericana. 2008;(4):31-42.
5. Cabello M. Calidad de la atención médica. Paciente o cliente? Rev Med Hered. 2001;21(3):96-9.
6. Ramirez Ramos A. La faceta humana del médico. Diagnóstico. 1995;34-8.
7. Meill E. The trouble with treating patients as consumers. Harvard Business Review; 2012.
8. Wing PC. Patient or client? Of in doubt, ask. CMAJ. 1997;157(3):287-9.
9. Nigel E. Unhappy Doctors: what are the causes and what can be done? BMJ. 2002;324:835-8.
10. Harskard B, Williams SL, Di Matteo, Rosenthal R, White MK, Goldstein MG. Physician and patient communication training in primary care: effects on participation and satisfaction. Health Psychol. 2008;5:513-22.