

# *Medicina com Base no Relacionamento*

---

*Ricardo Godinho e Tania Sih*

A Medicina com base em evidências tem fornecido as bases científicas mais adequadas para o diagnóstico e tratamento dos pacientes. Entretanto, somente informações técnico-científicas não são suficientes para satisfazer as expectativas desses pacientes. A Medicina com base no relacionamento se inspira nas transformações sociais e, sob a influência do conhecimento das áreas gerenciais e de marketing, estuda tendências e fornece conceitos e alternativas para encantar esses pacientes-clientes.

Ao longo dos anos, os clientes ficaram mais difíceis de contentar. Atualmente são bem informados, suas expectativas aumentaram e estão mais meticulosos sobre onde e como gastar seu dinheiro. Portanto, pode-se entender a satisfação do cliente como um patamar em constante ascensão.

No início deste século, observa-se que a principal tendência do marketing está focada no relacionamento e, neste contexto, a satisfação do cliente, tema central do conceito de marketing, tem se tornado uma área de rápido crescimento.

Sem clientes, a prática médica não tem razão de existir. Na maioria das vezes, os clientes não queixam ativamente para os seus médicos, ou suas secretárias. Em vez disso, eles falam de sua insatisfação para outros médicos ou comentam aos outros clientes atuais ou potenciais, exatamente como foram mal atendidos. Além disto, notícias negativas se propagam muito mais rápido que as positivas. Portanto, é importante investir de forma pró-ativa na avaliação do serviço médico prestado, maximizando a importância da satisfação dos pacientes e seus familiares.

De forma geral, os profissionais da área de saúde, assim como as empresas, não escutam a maioria dos clientes insatisfeitos. Clientes insatisfeitos comentam a respeito do seu problema para 10 pessoas em média, enquanto que clientes que têm queixas resolvidas satisfatoriamente comentam em média para cinco outras pessoas sobre o tratamento que receberam.

Por outro lado, médicos ou clínicas que efetivamente respondem às queixas dos seus clientes são objeto de comunicação positiva boca-a-boca. Clientes queixosos são uma fonte gratuita de informações de marketing e estas queixas devem ser vistas como oportunidades para se melhorar a prestação de serviços. Histórias positivas, contadas por clientes com problemas resolvidos, podem finalmente traduzir-se em fidelidade do cliente e em novos clientes. Satisfazer o cliente e seus familiares não é uma tarefa impossível!

## **Atualidades**

Além dos problemas orçamentários e administrativos graves da Medicina Pública e do aumento da concorrência nos grandes centros urbanos, observa-se atualmente, nos consultórios, pacientes e familiares com um nível de exigência elevado, devido ao acesso facilitado à informação. Neste contexto, a qualidade do serviço médico é um importante diferencial que pode alavancar a prática médica individual, da empresa ou instituição prestadora de serviços de saúde.

### **Domínios da Prática Médica**

Para melhor avaliação, pode-se dividir a prática médica em dois grandes domínios: domínio técnico e domínio interpessoal. O domínio técnico é melhor avaliado pelos próprios colegas. Dessa forma, a competência profissional se relaciona com os critérios definidos pelos profissionais de cada especialidade. O domínio técnico também pode ser avaliado pelos clientes-pacientes e por suas famílias. Entretanto, a forma como os clientes avaliam, não se assemelha com a forma como os médicos são avaliados pelos outros colegas.

No domínio interpessoal, a empatia é considerada a principal qualidade. Empatia significa colocar-se no lugar do paciente. Além disso, nesse domínio, encontram-se as amenidades (localização do consultório, conforto oferecido pelo consultório, qualidade das secretárias, pontualidade e outros).

### **Avaliação da qualidade do serviço médico**

Médicos e pacientes têm óticas muito distintas com relação à qualidade. Para ser realizada uma avaliação rigorosa a respeito da qualidade dos serviços médicos, é preciso fazer essa avaliação segundo a ótica, ou segundo a voz do paciente.

Os pacientes avaliam a qualidade técnica do médico levando em consideração qualidades do domínio interpessoal. Assim, o paciente avalia essa qualidade de forma indireta, por meio de evidências do interesse e da preocupação do profissional com sua saúde e seu bem estar. O que o paciente realmente deseja neste relacionamento, pode ser sintetizado em: palavras, gestos, toques na intensidade e direção correta, ambiente adequado (não somente ambiente físico) e um médico que se integre, de forma responsável, com sua comunidade. Dessa forma, a prestação de serviço do profissional também pode se relacionar com serviços socialmente responsáveis, e essa situação também pode ser valorizada pelos pacientes.

Alguns administradores têm estudado essa relação médico/paciente-cliente. Em um estudo realizado em uma das principais capitais brasileiras, Belo Horizonte – Minas Gerais, os pacientes apontaram itens em uma lista de valores que acharam importantes:

- Interações do Médico e Diagnóstico: o médico deve ouvir o que o paciente tem a dizer; o médico deve dar informações suficientes sobre a saúde do paciente; o médico deve ser cuidadoso para dar explicações sobre o tratamento; o médico deve ser bastante minucioso durante o atendimento; o médico deve dedicar o tempo necessário para o atendimento...
- Competência Profissional: o médico deve receitar somente os remédios necessários; o médico não deverá incorrer em riscos desnecessários durante o

tratamento; não deverá haver nada além do tratamento do médico que possa ser melhor...

- Interações de Auxiliares: as secretárias deverão demonstrar um interesse pessoal pelo paciente; as secretárias deverão conhecer individualmente os pacientes e serem corteses...
- Comodidade de Horários e Localização: o médico raramente deveria atrasar o horário marcado; horários de atendimento e localização do consultório médico deveriam ser cômodos para as necessidades do paciente...
- Profissionalismo e Responsabilidade Profissional: o médico não deverá pedir exames de laboratório ou de radiologia além do necessário; o médico não deverá ter como principal interesse ganhar tanto dinheiro quanto possível; o médico não deverá conversar com funcionários como se o paciente nem estivesse presente no consultório...

Além desses valores, a qualidade do serviço médico pode ser estabelecida com base no efeito placebo. Esse efeito não significa o efeito inerte do remédio que funciona como placebo, mas está relacionado com a qualidade do serviço que é prestado dentro do consultório. O que os pacientes e seus responsáveis buscam durante uma consulta é: a) ser ouvido; b) receber explicações adequadas; c) receber atendimento e atenção do médico e da sua equipe; d) ter a sensação de que seu problema está sob controle. Portanto a consulta médica e o processo diagnóstico apresentam valor terapêutico por alterar o entendimento que o paciente tem sobre a doença (Ovchinsky, 2004).

### **Conclusão**

Os pacientes-clientes têm influenciado significativamente as mudanças observadas na prática médica. Praticar a Medicina com base em evidências, satisfazendo expectativas, promoverá um relacionamento especial e completo entre o médico e seu paciente-cliente.

### **Leituras recomendadas**

1. Scarpi, M.J.. Gestão de clínicas médicas. São Paulo: Futura. 2004.
2. Kother, P. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
3. Urdan, A.T.. A qualidade de serviços médicos na perspectiva do cliente. São Paulo: RAE – Revista de Administração de Empresa, 2001. Out/Dez. v.41, n.4, p.44-55.
4. Ovchinsky, et al. A new measure of placebo response and patient satisfaction in office encounters. Otolaryngology – Head and Neck Surgery. 2004. September. Volume 131. Number 3.