Fascículo 6

Experiência do paciente e atendimento ao cliente

Larissa Resende Mario
http://lattes.cnpq.br/7154641089332515

Introdução do caso

© Copyright 2026. Centro Universitário São Camilo.
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS.

***Marketing* Estratégico para Clínicas de Saúde - Criando Valor e Fortalecendo Relacionamentos em Mercados Competitivos.**

Capítulo 6: Experiência do paciente e atendimento ao cliente.

CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO CAMILO
Reitor e Diretor Administrativo
Anísio Baldessin
Diretora Acadêmica
Celina Camargo Bartalotti

PRODUÇÃO EDITORIAL
Coordenadora Editorial
Bruna San Gregório
Analista Editorial
Cintia Machado dos Santos
Assistente Editorial
Bruna Diseró

Organizadores
Sérgio Luis Ignácio de Oliveira
Gilberto Back

Autora
Larissa Resende Mario

M295

Mario, Larissa Resende
Experiência do paciente e atendimento ao cliente / Larissa Resende Mario. -- São Paulo: Setor de Publicações - Centro Universitário São Camilo, 2026. (Coleção Marketing Estratégico para Clínicas de Saúde – Criando Valor e Fortalecendo Relacionamentos em Mercado Competitivos)
16 p.

ISBN 978-65-84146-06-8

1. Marketing estratégico em saúde 2. Gestão de clínicas 3. Inovação no marketing em saúde I. Título

CDD: 658.8

Ficha Catalográfica elaborada pela Bibliotecária Ana Lucia Pitta
CRB 8/9316

Essência do fascículo

Neste fascículo, mergulhamos em um dos temas mais sensíveis e estratégicos da gestão em saúde: a experiência do paciente. Mais do que um conceito, trata-se de uma abordagem que transforma o cuidado técnico em vínculo afetivo, fidelização e reputação. A partir da história da Dra. Helena e da atuação da consultora Larissa Resende, este fascículo convida você a refletir sobre como cada detalhe – da recepção ao pós-consulta – pode impactar profundamente a percepção de valor de uma clínica. Ao longo das páginas, serão apresentados conceitos fundamentais, práticas aplicáveis e ferramentas de diagnóstico que ajudam a alinhar a promessa da marca à vivência real do paciente. Porque, como veremos, cuidar é também comunicar, acolher e escutar.

Relembre o caso da Dra. Helena

Quando a promessa não é sentida

A clínica estava movimentada como nunca. Os agendamentos aumentavam, o nome *Essência* começava a ser reconhecido, e os canais digitais geravam resultados reais. Mas então veio o comentário que a fez parar: "A médica é ótima, mas o atendimento na recepção deixa a desejar. A sensação é que somos mais um número".

Foi como um balde de água fria. Dra. Helena sempre acreditou que sua proposta era acolhimento. E, de fato, durante a consulta, o cuidado era genuíno. Mas algo estava falhando. E isso colocava em risco todo o esforço feito até ali. Sentou-se com a equipe e fez uma pergunta simples: "Como vocês acham que os pacientes se sentem do momento em que ligam pra cá até saírem pela porta?"

O silêncio revelou muito.

Decidida a transformar essa percepção, Dra. Helena buscou alguém que unisse conhecimento e jornada do paciente, humanização e atendimento em saúde. Encontrou uma consultora que conduzia treinamentos com clínicas que queriam melhorar não só o que ofereciam, mas como ofereciam.

Em uma imersão com a consultora Larissa Resende, *especialista em Hospitalidade e Humanização na Experiência do Paciente*, Dra. Helena aprendeu que experiência é construída em detalhes: no tom de voz ao telefone, na sinalização da sala de espera e no cuidado com o pós-atendimento. A consultora disse algo que ela nunca mais esqueceu: "A jornada do paciente é como uma ponte. Se qualquer parte estiver trincada, a confiança desaba".

Com base nesse princípio, Dra. Helena redesenhou todos os pontos de contato com o paciente: criou fluxos mais empáticos, investiu na capacitação da equipe, implantou uma política de escuta ativa e implantou pequenos gestos de atenção que fizeram grande diferença. O impacto foi imediato. E os elogios começaram a surgir – não apenas para ela, mas para toda a experiência da clínica.

A história da Dra. Helena é mais do que um caso específico, ela representa um ponto de inflexão recorrente na gestão de clínicas de saúde: o momento em que a percepção do paciente desafia a intenção da marca. É nesse espaço que nasce a estratégia da experiência.

Por que a experiência do paciente é um tema estratégico para clínicas?

A percepção do paciente é uma força silenciosa que pode tanto sustentar quanto comprometer o sucesso de uma clínica, explicou a professora Larissa. Muitas vezes, o foco da gestão está em oferecer excelência técnica, equipamentos modernos e profissionais qualificados, o que, por si só, é fundamental. No entanto, o que realmente fideliza um paciente e o leva a recomendar a clínica não é apenas o que foi feito, mas como ele se sentiu durante todo o processo de cuidado. Em outras palavras: a experiência vivida é o que transforma um atendimento técnico em um vínculo de confiança.

Nos últimos anos, o tema "experiência do paciente" ganhou centralidade no setor da saúde, tanto em nível assistencial quanto estratégico. Não se trata de um modismo, mas de uma evolução necessária diante de um paciente mais informado, exigente e participativo. Segundo o relatório nacional publicado pelo Beryl Institute (2024) e SOBREXP (2024), três fatores são decisivos para a percepção positiva da experiência: a qualidade da comunicação, a empatia da equipe e a organização dos processos.

"Na prática", mencionou a professora Larissa, "isso significa que o cuidado começa muito antes da consulta médica. Ele se expressa no acolhimento telefônico, na clareza das orientações recebidas, na ambiência da recepção, no tempo de espera, no tom de voz da equipe, no conforto durante o exame, na escuta ativa e na continuidade do contato após o atendimento".

A experiência é construída por detalhes, e são justamente os detalhes que mais marcam o paciente. Rodrigues (2019) e Rosso *et al*. (2024) reforçam que a experiência do paciente é um indicador indireto da cultura organizacional: clínicas que valorizam a escuta e o relacionamento tendem a obter melhores resultados não só na fidelização de clientes, mas também no engajamento de suas equipes e na imagem institucional.

Foi esse o caso da clínica *Essência*. Apesar da competência da Dra. Helena, a ausência de um olhar estratégico para os pontos de contato com o paciente fazia com que a experiência oferecida estivesse desalinhada com os valores da clínica. O acolhimento só era percebido na consulta médica, e isso não era suficiente. Após o trabalho realizado pela consultoria, foi identificada que a promessa da marca estava "trincada" em partes essenciais da jornada, gerando ruídos e prejudicando a confiança.

A boa notícia é que essa jornada pode (e deve) ser redesenhada. Isso não exige grandes investimentos, mas sim intencionalidade e coerência. Cada interação com o paciente precisa expressar o propósito da clínica, e isso começa por compreender, com profundidade, o que é de fato a experiência do paciente.

Dra. Helena anotava tudo, e cada vez mais se surpreendia com as palavras da professora Larissa.

Conceitos essenciais: o que constrói a experiência do paciente?

Notando como a Dra. Helena prestava atenção, a professora Larissa continuou: "O termo experiência do paciente refere-se às percepções, emoções e significados que os pacientes constroem ao longo de toda sua jornada em um serviço de saúde. Essa experiência não se restringe ao momento da consulta médica. Ela se inicia no primeiro contato com a clínica, seja por telefone, *site* ou redes sociais, e se estende até muito depois da consulta, incluindo, por exemplo, o envio de exames, o retorno e o acompanhamento pós-atendimento". A literatura diferencia dois conceitos com frequência confundidos:

- **Satisfação do paciente** refere-se ao quanto o serviço atendeu ou não às suas expectativas.
- **Experiência do paciente** avalia a qualidade dessas interações com base em dimensões como respeito, escuta, comunicação, continuidade do cuidado e envolvimento no processo.

"Estamos", enfatizou a professora Larissa, "na chamada 'era da experiência', em que o paciente deixa de ser visto apenas como receptor de cuidados e passa a ser reconhecido como sujeito ativo. Nesse novo paradigma, o cuidado técnico deve caminhar ao lado do cuidado simbólico, e a experiência passa a ser considerada uma variável central na reputação, fidelização e sustentabilidade de uma clínica."

Segundo o Manual da Experiência do Paciente (IQG, 2021), a experiência do paciente é diretamente influenciada por três dimensões centrais:

- **Relacionamento com a equipe de saúde:** comunicação, empatia, escuta e envolvimento do paciente nas decisões.

- **Ambiência e estrutura:** conforto, sinalização, acessibilidade, identidade visual e organização dos ambientes.
- **Processos de atendimento:** clareza nas informações, previsibilidade, tempos de espera e fluidez entre as etapas.

"O relatório nacional do Beryl Institute (2024) e da SOBREXP (2024) complementa essa visão ao destacar que a experiência é moldada pela soma das interações com o cuidado, sendo diretamente associada à confiança, ao engajamento e à percepção de valor por parte do paciente", complementou a professora Larissa.

"Essas definições", enfatizou, "ajudam a compreender por que clínicas que investem apenas em *marketing* ou tecnologia, mas negligenciam a jornada do paciente, tendem a sofrer com insatisfação, baixa fidelização e aumento de reclamações."

A experiência é subjetiva, mas precisa ser intencionalmente desenhada. No caso da clínica *Essência*, a professora Larissa identificou que a proposta de acolhimento expressa pela Dra. Helena estava concentrada na consulta médica, mas não se manifestava de forma coerente nos demais pontos de contato. As mensagens automáticas de WhatsApp eram genéricas, o ambiente da recepção não refletia os valores da marca e o pós-consulta se limitava a orientações clínicas padronizadas.

"Esse desalinhamento é o que a literatura especializada chama de fratura na experiência", ressaltou a professora Larissa, "quando a promessa da marca não se sustenta ao longo da jornada". Como bem sintetizou Rodrigues *et al*. (2019), "experiência não se promete, se constrói". Portanto, durante o processo de transformação da clínica *Essência*, a consultoria aplicou os seguintes princípios:

a. Humanização e escuta ativa

Trabalhar a escuta ativa na equipe amplia a percepção de cuidado e reduz conflitos. Pequenos ajustes na linguagem verbal e não verbal, como manter o olhar durante a fala, acolher dúvidas com empatia e oferecer explicações com clareza, foram inseridos nos treinamentos da equipe da clínica.

b. Hospitalidade como estratégia

A partir da prática da hospitalidade aplicada a negócios, a clínica incorporou gestos simples, como oferecer água aromatizada ao paciente, enviar lembretes personalizados de agendamento e agradecer a presença com bilhetes escritos à mão. São os detalhes que transformam o atendimento em memória afetiva.

c. Mapeamento da jornada do paciente

A clínica passou a visualizar a experiência como um fluxo interligado de etapas, considerando do agendamento ao retorno. Esse mapeamento permitiu enxergar os pontos críticos, reorganizar fluxos e criar um roteiro coerente entre expectativa e entrega.

d. Gestão ativa de *feedbacks*

Foi implantado um canal de escuta pós-consulta com perguntas abertas e sistematizadas. As respostas passaram a ser analisadas mensalmente e integradas ao plano de melhorias da clínica. Com isso, Dra. Helena compreendeu que a experiência não é algo "invisível" ou abstrato, ela é projetável, mensurável e replicável, desde que orientada por um propósito e sustentada por processos consistentes.

Aplicando na prática: redesenhando a jornada do paciente na clínica Essência

A experiência do paciente não depende de grandes estruturas ou investimentos altos, explicou a professora Larissa, mas sim de um olhar atento, escuta qualificada e coerência entre discurso e prática. O caso da clínica *Essência* mostra como, mesmo em clínicas de pequeno porte, é possível transformar percepções e gerar valor percebido por meio de mudanças simples, porém estruturadas.

Com o suporte da consultoria contratada, a Dra. Helena desenvolveu um plano de ação dividido em quatro passos principais:

1º passo: Diagnóstico da jornada e escuta qualificada

Antes de propor qualquer ação, foi necessário ouvir. A professora Larissa conduziu um exercício simples com a equipe: traçar o caminho completo do paciente, desde o primeiro contato até o retorno pós-consulta. Esse mapeamento revelou:

- Falta de padronização no atendimento telefônico e digital.
- Mensagens genéricas e pouco empáticas nos canais automatizados.
- Longos tempos de espera sem acolhimento ativo.
- Ausência de sinalização e orientações claras no ambiente físico.
- Nenhum contato após o atendimento, exceto para reagendamentos.

Além disso, conversas informais com pacientes trouxeram *feedbacks* valiosos. Uma frase se repetia com variações: "O atendimento da médica é ótimo, mas o atendimento na recepção deixa a desejar". Esse momento de escuta durante o diagnóstico reforçou o que aponta o relatório da Beryl Institute (2024): a percepção de cuidado está nos detalhes operacionais, não apenas na consulta médica.

2º passo: Capacitação da equipe com foco em hospitalidade e escuta ativa

A professora Larissa estruturou um ciclo breve de capacitação interna com toda a equipe assistencial e administrativa. Os temas discutidos incluíram:

- O papel de cada colaborador na construção da experiência.
- Técnicas de escuta ativa e comunicação empática.
- Linguagem de acolhimento em atendimentos presenciais e virtuais.
- Estratégias para lidar com queixas e frustrações dos pacientes.

Ao final dos encontros, a equipe se comprometeu com pequenos gestos que pudessem expressar cuidado em cada interação, desde o modo de atender ao telefone até a forma de se despedir do paciente.

3º passo: Reorganização dos fluxos de atendimento

Nessa etapa, a professora Larissa propôs redesenhar o percurso do paciente na clínica, com foco em fluidez, previsibilidade e acolhimento. Algumas ações aplicadas foram:

- Criação de um "guia de boas-vindas" para novos pacientes, enviado digitalmente após o agendamento.
- Inclusão de "placas sinalizadoras" e materiais visuais com linguagem humanizada no ambiente.
- Estabelecimento de um "ritual de acolhimento", com recepção personalizada e comunicação ativa durante a espera.
- Definição de um "roteiro padrão de atendimento telefônico", com foco em empatia e clareza.
- *Check-in* por WhatsApp um dia antes do atendimento, já solicitando o envio de documentos e pedidos médicos, de forma a agilizar o atendimento no dia da consulta e reduzir o tempo de espera.

4º passo: Pós-consulta e manutenção do vínculo ativo

A última etapa implementada foi o cuidado com o pós-atendimento, algo muitas vezes negligenciado nas clínicas. Foram adotadas práticas simples, como:

- Envio de mensagem de agradecimento com nome e data da consulta.
- Avaliação do atendimento via formulário enviado por WhatsApp dois dias após o atendimento, com o objetivo de ouvir como foi a experiência do paciente durante o atendimento.

- Inclusão de sugestões de conteúdo educativo relacionadas ao tema da consulta.

Essas pequenas ações contribuíram para reforçar o vínculo, demonstrar atenção e ampliar a percepção de valor, especialmente entre os pacientes mais inseguros ou que realizavam tratamentos recorrentes.

No conjunto, esses quatro passos transformaram não apenas a experiência do paciente, mas também a cultura interna da clínica. A equipe passou a compreender que cuidar também é comunicar, acolher e facilitar. E a Dra. Helena viu sua proposta de acolhimento finalmente se traduzir em toda a jornada oferecida.

É válido ressaltar que para quem deseja iniciar um processo semelhante de transformação, o primeiro passo sempre será a realização de um diagnóstico. A seguir, será apresentado um *checklist* prático com base nas estratégias aplicadas na clínica *Essência*. Ele pode ser utilizado como ponto de partida para avaliar os principais aspectos da jornada do paciente e identificar oportunidades de melhoria, seja em clínicas já consolidadas ou em serviços em fase inicial de estruturação.

Checklist: Como está a experiência na sua clínica?

Ação estratégica	**Já faz?**	**Pode melhorar?**
Mapeou a jornada completa do paciente?	☐	☐
Ouve a equipe e os pacientes de forma sistematizada?	☐	☐
Oferece treinamento sobre escuta, empatia e acolhimento para toda a equipe?	☐	☐
Utiliza uma linguagem clara e humanizada nos atendimentos e nas comunicações?	☐	☐
Mantém o contato com o paciente após a consulta (mensagem, conteúdo e retorno)?	☐	☐
Possui um ambiente físico coerente com os valores da clínica?	☐	☐
Analisa os *feedbacks* recebidos e utiliza como insumo de gestão?	☐	☐

Sugestão de uso: Leve este *checklist* para uma reunião de equipe e proponha uma autoavaliação coletiva. A partir disso, defina uma ação por semana para iniciar a transformação da experiência do paciente.

Como usar esse *checklist* na prática?

Esse checklist não é apenas uma lista de boas intenções. Ele serve como ponto de partida para uma análise crítica da experiência oferecida pela clínica. A seguir, veja como interpretar cada item e quais ações tomar conforme seu estágio atual:

Se respondeu "Sim" **Mantenha e otimize**

Ótimo! Isso indica que sua clínica já tem essa prática consolidada. Agora é o momento de aprofundar: revise se ela está atualizada, alinhada com seu propósito de marca e percebida pelos pacientes como diferencial.

Se respondeu "Não" **Hora de agir!**

Esse é um ponto de vulnerabilidade na jornada do paciente. Retome os conceitos apresentados neste fascículo, defina pequenas metas, comece com mudanças simples e treine a equipe. Não espere por um "grande projeto". Melhoria de experiência se faz em ciclos contínuos.

Sugestões práticas por item do *checklist*

1. **Mapeou a jornada completa do paciente?**

Se ainda não fez: comece desenhando todos os pontos de contato, da marcação ao pós-atendimento. Use *post-its* com a equipe e simule a vivência de um paciente novo.
Se já fez: revise o mapa com frequência, pois a jornada se transforma com o tempo, as novas tecnologias e as mudanças de perfil do público.

2. **Treinou a equipe com foco em hospitalidade?**

Se ainda não fez: implemente encontros mensais de capacitação. Traga situações reais para debater e simular.
Se já fez: acompanhe como esse aprendizado está sendo aplicado na prática e colete *feedbacks* cruzados entre setores.

3. **Usa linguagem humanizada nos canais digitais e presenciais?**

Se ainda não faz: revise os textos do *site*, as mensagens automáticas e as placas internas. A comunicação é um reflexo direto da cultura da clínica.
Se já faz: monitore se a linguagem é percebida como acolhedora pelos pacientes. Pergunte diretamente a eles ou use um formulário de escuta.

4. **Acompanha o pós-consulta com atenção?**

Se ainda não faz: implemente uma rotina simples, um WhatsApp de agradecimento ou um e-mail com orientações pós-atendimento.
Se já faz: verifique se isso está sendo feito de forma personalizada e se gera retorno, como engajamento ou fidelização.

5. **Recebe e analisa *feedbacks* com regularidade?**

Se ainda não faz: crie um canal de escuta (digital ou físico) e normalize a cultura de *feedback*. A crítica pode ser o maior presente estratégico.

Se já faz: transforme os dados coletados em ações práticas. Compartilhe os aprendizados com a equipe e celebre melhorias.

Dica de ouro para gestores(as) como a Dra. Helena

Não tente mudar tudo de uma vez: estude o cenário! Escolha um item que esteja mais frágil em seu *checklist* e dedique 30 dias a melhorá-lo. Um pequeno ajuste na jornada pode gerar grandes impactos na percepção de valor de sua clínica.

Para que todo esse conhecimento realmente se consolide, é importante vivenciar o que foi aprendido. O exercício a seguir te convida a assumir o papel de protagonista na análise e no redesenho da jornada do paciente. Ao refletir sobre situações reais e propor soluções aplicáveis, você fortalece a compreensão do tema e desenvolve competências fundamentais para uma gestão mais estratégica, sensível e humanizada em saúde.

Exercício aplicado: Mapeando a experiência do paciente na prática

Objetivo: desenvolver a capacidade de análise crítica e estratégica da jornada do paciente em serviços de saúde. Identificar pontos fortes e fracos da experiência oferecida e propor melhorias com base nos conceitos do fascículo.

Etapas do exercício:

1. **Escolha do local:**

Selecione uma clínica, um consultório ou um hospital que você já tenha frequentado como paciente, acompanhante ou profissional.

2. **Mapeamento da jornada do paciente:**

Descreva as etapas vivenciadas ou observadas na jornada do paciente, considerando os seguintes pontos de contato:

- Primeiro contato com a clínica (telefone, WhatsApp, *site* etc.).
- Agendamento e orientações prévias.
- Chegada e acolhimento na recepção.
- Tempo de espera e ambientação.
- Atendimento clínico.
- Encerramento e orientações finais.
- Pós-atendimento (retorno, mensagens e *follow-up*).

3. **Análise da experiência:**

Para cada etapa mapeada, atribua uma nota de **1 a 5**, sendo:

- 1 = muito insatisfatória
- 5 = excelente

Elabore um *ranking* da experiência, destacando os dois pontos mais fortes e os dois pontos mais frágeis da jornada analisada.

4. **Proposta de melhorias:**

Com base nas reflexões do fascículo, proponha duas ações concretas e de baixo custo para melhorar os pontos fracos identificados. Justifique sua escolha com argumentos técnicos e práticos.

5. **Compartilhamento e debate:**

Se estiver em aula presencial ou virtual, apresente sua análise em grupo e compare as propostas com as de seus colegas. Reflita:

- Quais ações são comuns entre diferentes instituições?
- Quais soluções são criativas e realistas?
- O que torna uma jornada do paciente verdadeiramente memorável?

Para facilitar essa análise, a recomendação é que você preencha um quadro como o apresentado a seguir. Ele ajudará a visualizar cada etapa da jornada e organizar suas observações de forma clara e comparativa.

Quadro: Mapeamento da jornada da experiência do paciente

Etapa da jornada	**O que foi observado?**	**Nota (1 a 5)**	**Pontos fortes ou fracos? Por quê?**
1. Primeiro contato (telefone/ *site* etc.)			
2. Agendamento e orientações prévias			
3. Chegada e acolhimento na recepção			
4. Tempo de espera e ambientação			
5. Atendimento clínico			

6. Encerramento e orientações finais			
7. Pós-atendimento (mensagens/ retorno etc.)			

Por que este exercício é importante?

A prática do mapeamento da jornada do paciente permite desenvolver uma visão sistêmica e crítica sobre os serviços de saúde, estimulando a capacidade de observação, empatia e análise estratégica. Ao vivenciar esse processo, o profissional desenvolve competências essenciais para uma gestão humanizada e eficiente, como:

- **Pensamento crítico:** ao identificar falhas e propor melhorias reais.
- **Empatia e escuta ativa:** ao considerar a vivência do paciente como referência para análise.
- **Capacidade analítica:** ao estruturar dados e percepções de forma organizada.
- **Comunicação assertiva:** ao fundamentar e apresentar sugestões de melhoria.
- **Raciocínio estratégico:** orientado ao cuidado centrado na pessoa.

Mais do que memorizar conceitos, o exercício convida à aplicação prática do conhecimento, promovendo uma aprendizagem significativa e alinhada aos desafios reais das clínicas de saúde.

A seguir, confira um quadro comparativo com os principais erros observados na experiência do paciente e as boas práticas recomendadas para evitá-los. Essa ferramenta pode servir tanto para reforçar aprendizados quanto para embasar o plano de ação proposto ao final do exercício anterior.

Comparativo entre erros comuns x boas práticas na experiência do paciente

Erros comuns	Boas práticas recomendadas
Recepção despreparada ou com postura indiferente	Capacitação contínua da equipe com foco em empatia e comunicação humanizada
Ambientes confusos, desorganizados ou com pouca sinalização	Ambiência acolhedora, bem-sinalizada, com atenção ao conforto e à identidade da clínica

Atendimento centrado na agenda do profissional, não no tempo e na experiência do paciente	Gestão do tempo com foco na percepção do paciente e redução de espera sem comunicação
Falta de escuta ativa nas interações presenciais ou digitais	Implementação de protocolos de escuta sensível em todos os pontos de contato
Comunicação impessoal e robotizada em canais digitais	Criação de fluxos comunicacionais personalizados e com linguagem acessível
Pós-consulta negligenciado (sem acompanhamento ou retorno)	Estratégias de pós-atendimento: contato ativo, checagem de bem-estar e pesquisas de satisfação
Falta de alinhamento entre a promessa da marca e a experiência entregue	Coerência entre o discurso institucional e a vivência real do paciente
Ausência de indicadores e escuta sistematizada do paciente	Implantação de pesquisas regulares, análise de *feedbacks* e gestão ativa de melhorias

Esse quadro é funcional para um diagnóstico rápido, permitindo perceber como pequenos ajustes operacionais e atitudinais podem gerar grandes impactos na percepção do cuidado.

Se você deseja continuar explorando o tema e quer colocar em prática o conteúdo apresentado, não deixe de acessar os materiais no Radar Estratégico e fique por dentro de pesquisas recentes sobre gestão da experiência do paciente, ferramentas práticas para mapeamento da jornada do paciente, exemplos e reflexões que podem fortalecer sua prática, ampliar perspectivas e enriquecer seu olhar como gestor(a) de saúde.

Radar estratégico: *links* úteis e fontes de apoio

- E-book *Marco teórico da experiência do paciente* (https://atenaeditora.com.br/catalogo/ebook/marco-teorico-da-experiencia-do-paciente). Explora os principais conceitos e fundamentos da experiência do paciente, com foco na visão integral do sujeito e no cuidado centrado na pessoa.

- Podcast "A Experiência do Paciente" – Episódio 22 "Modelo de cuidado centrado na pessoa" (https://open.spotify.com/episode/6o9m6d7WFMqEEn6gwtPl1s). Episódio que explora com profundidade o modelo de cuidado centrado na pessoa, destacando como essa abordagem pode transformar a percepção e a qualidade da experiência vivida pelos pacientes.

- Pesquisa "Expectativas e experiência do paciente com os cuidados em saúde no Brasil", um estudo nacional realizado em 2024 pelo *The Beryl Institute* (https://theberylinstitute.org/wp-content/uploads/2024/04/2024-PORTUGUES_Expectativas_e_Experiencia_do_Paciente_com_os_Cuidados_em_Saude_no_Brasil_2024.pdf). Estudo nacional sobre o que pacientes brasileiros valorizam na sua jornada de cuidados. Essencial para gestores que buscam alinhar sua prática com as expectativas do público.

- Vídeo "Mensuração da experiência do paciente: mensure, entenda e melhore" (https://www.youtube.com/watch?v=D_WCXqeGZpc). Apresenta formas práticas de mensurar a experiência do paciente e usá-la como ferramenta estratégica de melhoria nos serviços de saúde.

- Miro, uma ferramenta gratuita para criação de mapas da jornada dos usuários on-line (https://miro.com/pt/mapa-jornada-usuario/). Permite criar mapas de jornada visualmente, com colaboração em tempo real. Ideal para oficinas, trabalhos em equipe e simulações de consultoria.

O próximo passo da Dra. Helena

Ao longo deste fascículo, vimos que a experiência do paciente não se resume à consulta médica, mas é construída por uma rede de pequenos detalhes e interações que se entrelaçam desde o primeiro contato até o pós-atendimento. Compreender esse percurso, mapear os pontos de contato e alinhar cada etapa à proposta de valor da clínica foi essencial para garantir confiança, fidelidade e encantamento.

Aprendemos que a escuta ativa, a empatia, a humanização nas rotinas operacionais e o envolvimento de toda a equipe são pilares fundamentais para transformar uma clínica em um espaço verdadeiramente centrado no paciente. E mais do que isso: vimos que boas práticas podem ser implantadas com criatividade, intencionalidade e baixo custo, desde que haja compromisso com o cuidado integral e com a melhoria contínua.

Para Dra. Helena, o maior aprendizado talvez tenha sido perceber que o acolhimento precisa ser vivido na prática e refletido em toda a jornada. Não basta cuidar bem durante a consulta, é preciso comunicar esse cuidado em cada gesto, em cada fluxo, em cada palavra dita (ou não dita). Essa mudança de olhar foi decisiva para consolidar a reputação da clínica *Essência* e resgatar a confiança de seus pacientes.

Com a jornada do paciente mais fluida e humanizada, Dra. Helena sentia que a clínica finalmente refletia o cuidado que sempre quis oferecer. Mas, ao analisar os resultados financeiros, surgiu uma nova dúvida: será que a forma como os serviços estavam sendo estruturados, precificados e promovidos era realmente estratégica?

Era hora de repensar os fundamentos, com os olhos voltados para os 4Ps do *marketing* adaptados à saúde.

Referências

BERYL INSTITUTE. **Expectativas e experiência do paciente com os cuidados em saúde no Brasil:** um estudo nacional de 2024. Franklin: The Beryl Institute, 2024. Disponível em: https://theberylinstitute.org/wp-content/uploads/2024/04/2024-PORTUGUES_Expectativas_e_Experiencia_do_Paciente_com_os_Cuidados_em_Saude_no_Brasil_2024.pdf. Acesso em: 3 dez. 2025.

BRASIL. Ministério da Saúde. **A experiência do paciente como ferramenta para a gestão de melhorias**. Brasília: Ministério da Saúde, 2020. 52 p.

CASTILHO, Regina Emília Lopes de; MARQUES, Cássia Baldini Soares. Melhoria contínua no espaço hospitalar através da gestão de reclamações: revisão integrativa da literatura. **Revista Gestão & Saúde**, v. 7, n. 2, p. 95-112, 2016.

INSTITUTO QUALISA DE GESTÃO (IQG). **Manual de experiência do paciente:** da teoria à prática. São Paulo: Anadem, 2020. 76 p.

MARCO TEÓRICO da experiência do paciente. Brasília: Ministério da Saúde, 2021. Disponível em: https://atenaeditora.com.br/catalogo/ebook/marco-teorico-da-experiencia-do-paciente. Acesso em: 03 ago. 2025.

MATTOS, Ingrid de; CASTRO, Carla Almeida. **A era da experiência dos pacientes**. São Paulo: Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS), 2022. 18 p.

RODRIGUES, Fernanda Souza *et al*. Design em serviços de saúde: a jornada do paciente como instrumento de inovação centrada na experiência. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 14, n. 2, p. 90-109, 2020.

ROSSO, Caroline Brum et al. *A experiência do paciente como ferramenta para a gestão de melhorias*. **BMJ Open Quality**, v. 13, Suppl. 3, p. A11.2, 2024. DOI: 10.1136/bmjoq2024QSH.23.

SILVA, Patrícia Lourdes; VIEIRA, Adriane; PAULA, Maria Clara Rodrigues de. Gestão de competências das equipes de saúde para o cuidado centrado no paciente. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, v. 24, p. 192-205, 2023.

WECARE HEALTH. **Jornada digital da experiência do paciente**. São Paulo: Wecare Health, 2024. Disponível em: https://www.anahp.com.br/wp-content/uploads/2024/12/ebook_JornadaDigital_Experiencia-do-Paciente_nov24.pdf. Acesso em: 3 dez. 2025.