


A large, stylized orange arrow pointing to the right, composed of two parallel lines that taper to a point on the right side.

High performance. Delivered.

A close-up photograph of an elderly man with grey hair, wearing a blue hospital gown, lying in a hospital bed. He has a slight smile and is looking off-camera to the right. The background is a blurred hospital room.

Insight Driven Health
Quatro maneiras de melhorar
o engajamento do paciente



Como desenvolver a TI da saúde para facilitar o comprometimento e aprimorar o atendimento

As tendências em relação ao engajamento do paciente são: autoagendamento, mais informações para escolher os prestadores de serviços de saúde, horários de consulta flexíveis e acesso fácil aos sistemas de saúde. Saiba como essas questões podem ser aproveitadas pelos principais prestadores de serviços de saúde do mercado:

1. Os sistemas de saúde utilizam cada vez menos o telefone para o agendamento de consultas. Saiba como a TI da saúde possibilita o autoagendamento.

Pressionados pelos pacientes que buscam mais comodidade e controle, os sistemas de saúde americanos passaram a adotar ferramentas digitais de autoagendamento para se diferenciar da concorrência, melhorar a eficiência e aumentar o engajamento e satisfação dos pacientes. Uma pesquisa recente da Accenture mostra que 77% dos pacientes julgam importante poder marcar, alterar ou cancelar consultas por internet.¹ Uma explosão no uso de soluções digitais para marcar consultas por conta própria vai alterar radicalmente o mercado dos sistemas de saúde dos EUA nos próximos cinco anos.

A Accenture prevê que, até o final de 2019, 66% dos sistemas de saúde americanos oferecerão autoagendamento e 64% dos pacientes marcarão suas consultas por meio de ferramentas digitais.

Quase 38% das consultas serão autoagendadas – o equivalente a 986 milhões de consultas – criando US\$ 3,2 bilhões em valor.²

2. Mais pacientes têm acesso a informações para decidir sobre seus prestadores de serviços. Os prestadores que se diferenciam dessas três maneiras estão prontos para conquistar o consumidor.

Há mais de vinte anos, os consumidores assumem uma proporção cada vez maior dos custos de cuidados com a saúde. De fato, dados da agência que administra os programas de saúde do governo americano (Centers for Medicare & Medicaid Services, CMS)³ demonstram que os custos extras aumentaram a uma taxa de crescimento anual de 3,9% entre 2000 e 2011.

Isso levou à necessidade de um exame mais detalhado dos custos e ao aumento do interesse no uso de ferramentas de transparência para entender e comparar preços entre serviços antes de escolher um provedor.

As ferramentas de transparência já decolaram em muitos setores – os consumidores verificam preços de viagens no Kayak, comparam preços de seguros de automóveis no Progressive e leem avaliações e críticas sobre restaurantes no Yelp. Então, por que essas ferramentas ainda não atraíram o interesse de empregados que adquirem planos de saúde?

Os empregadores que optam por oferecer uma ferramenta de transparência para contratação de serviços de saúde gastam mensalmente, em média, 2 a 5 dólares por funcionário. No entanto, a pesquisa qualitativa da Accenture indica que as taxas de utilização dos empregados variam apenas entre menos de 15% e no máximo 20%, índices inferiores aqueles dos relatórios publicados.

3. Pacientes consideram cada vez mais importante a conveniência na marcação de consultas. Saiba como os prestadores aproveitam essa oportunidade para aumentar o engajamento do paciente.

¹Pesquisa de 2013 da Accenture com Consumidores sobre Engajamento do Paciente

²Agendamento de consultas de pacientes não internados e exames

³Centers for Medicare & Medicaid Services, National Health Expenditures Aggregate, Selected Calendar Years 1960-2010, disponível online em www.cms.gov/Research-Statistics-Data-and-Systems/Statistics-Trends-and-Reports/NationalHealthExpendData/downloads/tables.pdf

Quase metade dos entrevistados (48%) em uma pesquisa com diretores de hospitais/serviços de saúde dizem que "experiência e satisfação do paciente" estão entre suas três maiores prioridades nos próximos três anos.⁴ Ainda assim, a pesquisa da Accenture demonstra que os provedores não conseguem atender as expectativas dos clientes no que se refere ao agendamento de consultas – a primeira oportunidade de criar experiências satisfatórias aos pacientes. Atualmente, com os consumidores levando em conta mais que o atendimento clínico em si ao selecionar seus médicos, será que o agendamento insatisfatório terá grandes consequências para os prestadores?

Para entender o agendamento de provedores, a Accenture fez mais de mil chamadas telefônicas para marcar consultas em diversas especialidades em 28 sistemas hospitalares de cinco áreas metropolitanas dos EUA.

A experiência revelou que os provedores da área de saúde perdem para outros setores nas métricas básicas de atendimento ao cliente durante o agendamento.⁵

4. A melhoria das capacidades de acesso é capaz de transformar a cultura de um sistema de saúde. Descubra o que alguns hospitais fazem para tornar o atendimento mais conveniente.

A satisfação do consumidor é crucial para o sucesso de qualquer organização de atendimento à saúde. Como o primeiro passo do ciclo de faturamento da saúde, o acesso do consumidor é considerado importante porque é ele que dá o tom à experiência do paciente e aos resultados do ciclo de faturamento. Melhorias no processo de acolhida podem levar a mais sustentabilidade financeira e permitir que as unidades de atendimento se diferenciem da concorrência.

A realização dessas metas permite criar uma solução diferenciada de acesso do consumidor e uma experiência positiva do paciente.

A University Hospitals, localizado em Ohio, e um dos principais sistemas acadêmicos de saúde nos EUA, enfrentou o desafio de melhorar o acesso dos consumidores para aumentar o volume de pacientes, aproveitando melhor os recursos médicos e impulsionando o faturamento do sistema.

A Accenture trabalhou em colaboração com a University Hospitals desde a análise estratégica inicial, passando pela entrega de um roteiro e um plano de trabalho detalhado, até a implementação das melhorias identificadas.

As metas de desenvolvimento de uma estratégia de acesso do consumidor incluem:



Estabelecer uma abordagem individualizada dos serviços de acolhida do consumidor.



Aumentar o acesso a serviços eficientes e apropriados.



Proporcionar interações consistentes e previsíveis.



Assegurar atendimento de qualidade no lugar e momento certos.

⁴HealthLeaders Media, CEO Report: Optimism on the Upswing, janeiro de 2013

⁵Cross-industry averages and best practice benchmarks provided by Benchmark Portal, All Industries Benchmark Report: Best-in-Class Call Center Performance, maio de 2013

Para mais informações, entre em contato com:

Rene Parente

Líder da prática de Saúde da
Accenture para América Latina
rene.parente@accenture.com

Sobre a Accenture

A Accenture é uma empresa líder global em serviços profissionais, com ampla atuação e oferta de soluções em estratégia de negócios, consultoria, digital, tecnologia e operações. Combinando experiência ímpar e competências especializadas em mais de 40 indústrias e todas as funções corporativas – e fortalecida pela maior rede de prestação de serviços no mundo – a Accenture trabalha na interseção de negócio e tecnologia para ajudar companhias a melhorar seu desempenho e criar valor sustentável para seus stakeholders. Com cerca de 373.000 profissionais atendendo a clientes em mais de 120 países, a Accenture impulsiona a inovação para aprimorar a maneira como o mundo vive e trabalha. Visite accenture.com.br.

Sobre a Insight Driven Health da Accenture

A Insight Driven Health é a base de um atendimento à saúde mais eficaz, eficiente e econômico. É por isso que os principais provedores de serviços de saúde e planos de saúde do mundo escolhem a Accenture para uma ampla variedade de serviços do Insight Driven Health que permite usar o conhecimento de novas maneiras, desde os serviços administrativos até o consultório médico. Nossos profissionais são comprometidos e combinam experiência do mundo real, insights clínicos e comerciais com tecnologias inovadoras para oferecer o poder do Insight Driven Health. Para mais informações, acesse: www.accenture.com/insightdrivenhealth.