

Entre graduação e residência, a formação em medicina exige do profissional dedicação em período integral por cerca de uma década. E se a gente colocar nessa conta as especializações, a formação de um médico de ponta pode levar quase quinze anos. Definitivamente, não é uma tarefa fácil. Mas por incrível que pareça, se a intenção do médico é trabalhar de forma autônoma e ter seu próprio consultório, essa carga de estudo já não é mais o único requisito para que esse profissional se destaque no mercado. Pelo menos essa é a opinião de Felipe Lourenço, CEO da iClinic, healthtech brasileira na área de gestão de consultórios.

Para o executivo, a gestão administrativa do negócio deve impactar cada vez mais no exercício da medicina, de forma que, aqueles que não se adaptarem, não vão conseguir trabalhar. “Com a verticalização do setor e uma crescente tendência de consolidação, o mercado de saúde caminha para o domínio completo das clínicas de grande porte frente aos médicos empreendedores independentes. Em princípio, as clínicas ganham com folga, já que vem sendo melhor geridas”, avalia Lourenço, que é formado em Informática Médica pela Universidade de São Paulo (USP).

Segundo o especialista, esses grupos de medicina integrada e multiespecialidades fornecem uma gama cada vez maior de serviços em conjunto, se localizam em regiões estratégicas e, na grande maioria das vezes, possuem agenda disponível. “Na prática, essa conveniência ao paciente se converte em aumento da lucratividade do negócio, o que atrai fundos de investimento, que potencializam o modelo. Já está acontecendo isso de maneira muito forte. Se os médicos autônomos não se profissionalizarem, serão engolidos”, decreta.

Uma prova disso é o crescimento exponencial da rede de clínicas Dr.Consulta. No ano passado, a empresa recebeu um aporte de R\$ 300 milhões e já atua com cerca de 50 unidades. “Na qualidade da assistência e do cuidado, diria que o médico empreendedor disputa nas mesmas ou em melhores condições, porque só depende da formação e é o que sabe fazer melhor. Mas aí o paciente vai agendar e só tem vaga para dali a dois meses. Quando chega para ser atendido, tem dificuldades para estacionar. Após pegar filas na recepção, aguarda horas para ser atendido, em uma sala de espera muitas vezes tumultuada. Ou seja, o modelo de negócio está desalinhado com as necessidades de um paciente cada vez mais exigente, onde claramente o gargalo é gestão”, pontua Lourenço.

Sistema doente

Para o fundador da iClinic, a maior parte dos consultórios médicos no Brasil parou no tempo em três pontos fundamentais para qualquer negócio: gestão financeira, marketing médico e gestão da qualidade e fidelização de pacientes. “Na parte de atração, basta constatar que muitos ainda têm zero presença digital, não possuindo sequer um site ou uma página nas redes sociais, o que os impossibilita de serem encontrados em páginas de busca. Já o agendamento de consultas e exames ainda é feito de maneira analógica e arcaica, gerando uma péssima experiência, onde o paciente não tem acesso a todas as opções disponíveis para escolher aquele horário que melhor lhe convém”, relata.

Outro ponto destacado por Lourenço é a dificuldade dos profissionais em entender quais fatores, além da qualidade clínica, o paciente irá considerar para decidir se a consulta foi boa ou não. “O paciente vai buscar tangibilizar essa experiência de atendimento analisando como é a estrutura física da clínica, o atendimento da recepção, o tempo e a atenção dedicados durante a consulta, a organização dos processos, a rapidez na autorização de guias e procedimentos, entre diversos outros pontos”.

Nesse contexto, existem algumas alternativas que podem ajudar o médico a ter sucesso como empreendedor. Os coworkings para médicos como a Livance, por exemplo, são uma possibilidade. Os custos fixos para abrir e manter um consultório próprio são muito altos. Nesse modelo de negócio, o profissional paga por hora de utilização e terá ao seu dispor uma infraestrutura completa com equipamentos de exames e recepção moderna com ferramentas de agendamento de consulta.

Também é uma forte tendência a nova safra de softwares para gestão desses consultórios. No geral, esses programas oferecem soluções práticas do dia a dia e provém informações para o planejamento estratégico do consultório como negócio. Acerca do cotidiano, vale destaque para funcionalidades que automatizam uma série de tarefas da recepcionista e do médico, como prontuário personalizável, receituário digital, solicitação de exames com criação de modelos mais solicitados, envio de lembretes de consulta automáticos, agenda e acesso remoto, entre outros.

Já da perspectiva estratégica, os programas proporcionam obtenção e análise de banco de dados, relatórios e gráficos da evolução e de fluxo de pacientes, gestão e planejamento financeiros, só para citar alguns exemplos. Essas informações, evidentemente, tendem a potencializar o volume de entradas financeiras dos consultórios e conseguem colocar o médico em situação competitiva, já que o processo de gestão tem impacto também na qualidade do atendimento.

“Para exercer uma medicina de excelência, a atenção do médico não pode ser diluída com atividades burocráticas. A pegadinha é que ele precisa que essas atividades sejam feitas para que o consultório prospere. E essa não é uma dor somente do médico brasileiro. Em diversas partes do mundo esses profissionais sofrem quando o assunto é gestão. Eu diria que essa é ‘enfermidade’ do momento no mercado de médicos autônomos e assim como fazem seus pacientes, eles precisam buscar ajuda”, finaliza.

Fonte: [SaúdeBusiness](#), em 23.11.2018.