



MSD para mães

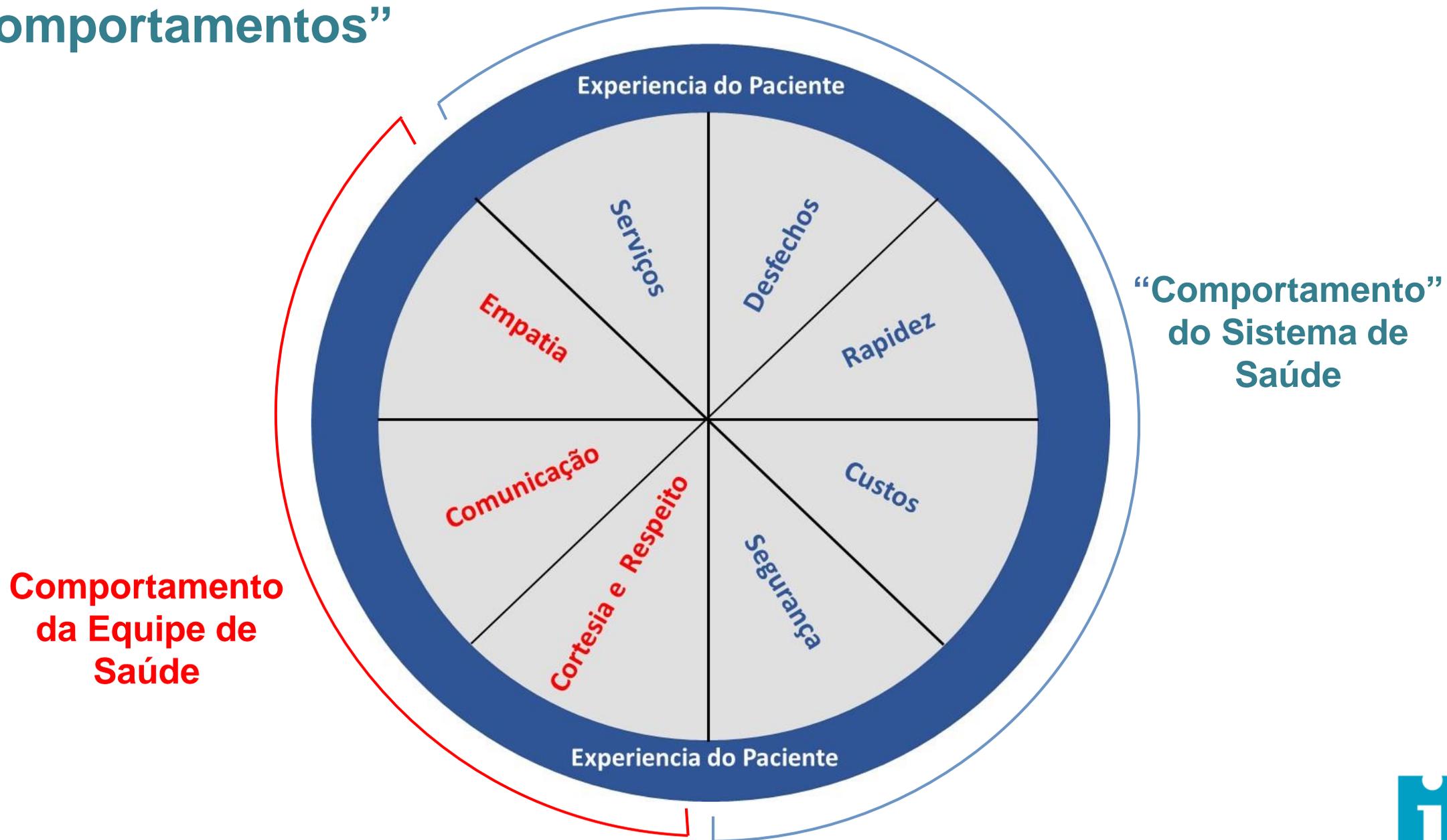
29-30 de novembro 2018

O que é Experiência do Paciente ?

Santiago Nariño
Paulo Borem



Experiência do Paciente Está Diretamente Relacionada aos “Comportamentos”



“As pessoas não resistem a mudanças...



Resistem em serem mudadas!”

Por que aparentemente “resistimos a mudanças”?

- **Perda de poder**
- Excesso de incertezas
- **Desconforto** com surpresas
- Medo de ameaçar o jeito que a pessoas fazem as coisas
- **Resistencia** e uma julgamento feito pelo cérebro que interpreta que a proposta de mudança ameaça o que as pessoas estão fazendo atualmente.
 - Vem na forma de emoções ou comportamentos – *medo medo medo!*



Reformulemos a pergunta...

De:

Como posso fazer com que as pessoas façam o que "eu quero" que elas façam?

Para:

Como posso fazer com que as pessoas façam o que elas "querem" fazer?

Como ativamos a “mobilização pessoal” dos indivíduos?



Mobilização Pessoal



Poder

A capacidade de atuar com propósito definido;

Coragem

ou os recursos emocionais para escolher agir em face de dificuldade ou incerteza

A capacidade de uma pessoa ou outra identidade de escolher realizar uma ação para um propósito específico



O Poder e suas Dinâmicas

- O poder é relacional. É produzido por um conjunto de relações interdependentes que podem ser aproveitadas para atingir um objetivo específico.
- É gerado quando as pessoas trazem suas habilidades, conhecimento, experiência e capacidade de agir, individualmente e em conjunto, para atingir um objetivo.



PODER

Não é algo que você



Poder

M E T
M E T
M E T



É O RELACIONAMENTO COM OUTROS

O que é PODER?

A capacidade de alcançar um propósito

PODER COM

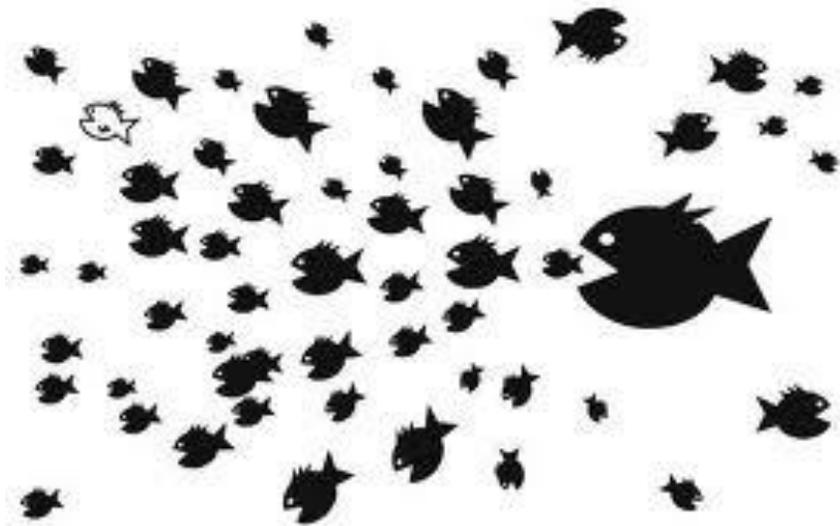


PODER ACIMA DELES



O que é Poder?

A Capacidade de alcançar propósito



Psicologia da Mudança

Liberando a motivação intrínseca

Tocando em fontes de motivação intrínseca galvaniza indivíduos e pessoas a se comprometerem com a ação

Adapte na ação

Agir pode ser uma experiência motivadora para pessoas aprenderem e repetir para ser efetivo



Coproduzir em relacionamentos autênticos

Mudança é coprodução quando pessoas indagam, ouvem, enxergam, e se comprometem uns com outros

Distribua o poder

Pessoas podem contribuir com seu único valor para trazer mudança quando poder e compartilhado

Aqueles mais afetados pela mudança tem o maior interesse em desenhar o novo sistema de maneiras que são cheias de significado e viável para eles

Mudança dirigida por pessoas em Co-desenho



Mudança dirigida por pessoas em Codesign

Aqueles mais afetados pela mudança tem o maior interesse em desenhar o novo sistema de maneira que este fica cheio de significado e viável para todos

Realize o viés

Todo mundo tem preconceitos. Os vieses afetam nossos testes de mudança. Com base em posições de poder, nossos vieses podem ser amplificados para produzir situações piores apesar das melhores intenções.

Pense em sistemas de pessoas

Para determinar o "quem" envolvido no co-design para um projeto de melhoria específico, as equipes podem usar a ferramenta conceitual de mapeamento de atores. O objetivo do mapeamento de atores é ver todo o sistema através das perspectivas das pessoas, a fim de construir uma estratégia a partir de seus ativos existentes.



Co-produção com relações autênticas

Na co-produção os que utilizam e provisiona serviços dividem o poder e responsabilidade para solucionar os problemas e conquistar resultados

- Pessoas são valores e não um peso
- Mais oportunidades para crescimento e desenvolvimento
- Constrói inteligência emocional e capacidade para todos trabalharem juntos
- Minimiza a distinção entre produtores de serviços e consumidores de serviços
- Oferece responsabilidade real, liderança e autoridade para todos os envolvidos
- Não significa mais envolvimento ou mais consultar. É encorajar as pessoas a usarem suas habilidades humanas e experiência para ajudar a entregar uma solução



Transacional e transformacional

- Semelhante à diferença entre inautêntica e autêntica.
- **Transacional:** os líderes buscam contribuições de pacientes e funcionários da linha de frente apenas em um nível nominal.
- Quando essa demanda não tem um impacto genuíno nas decisões, caracteriza o engodo ou demagogia.



O Tokenismo

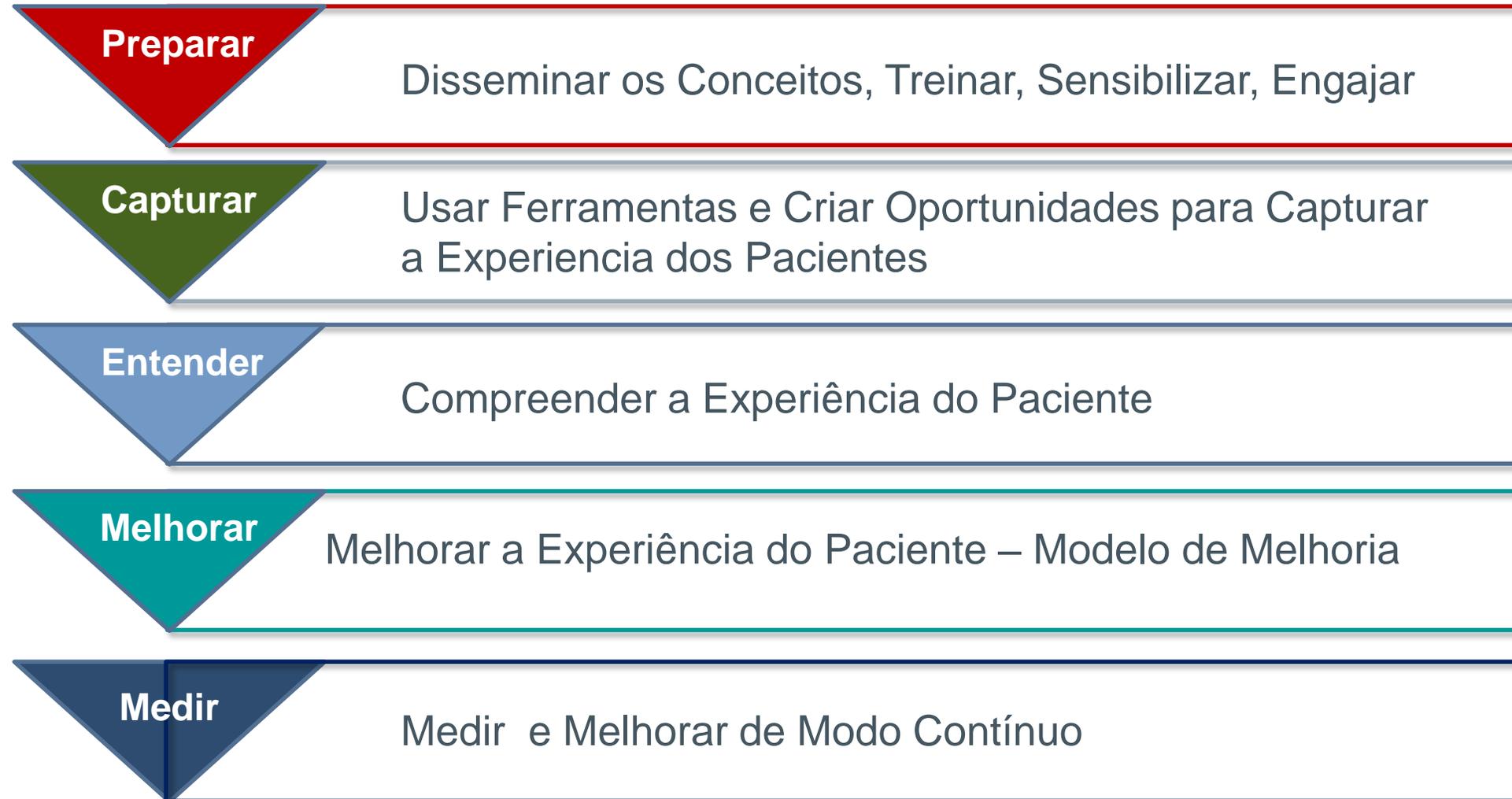
- O **tokenismo** ou demagogia ocorre quando uma pessoa ou grupo de pessoas pertencentes a um grupo tradicionalmente dominante (por exemplo, líderes seniores, brancos, homens, médicos) envolvem membros de um grupo menos dominante (por exemplo, pessoal de nível básico, pessoas de cor, mulheres, pacientes) com a finalidade de fazer com que esse indivíduo represente seu grupo – esta mas não participa da decisão.
- O **tokenismo** envia a mensagem clara de que um líder, equipe ou organização não vê a habilidade individual ou sua habilidade (ou o grupo e sua capacidade) de contribuir; em vez disso, eles veem a **representatividade** satisfazendo o desejo de obter contribuições nominais de outras partes interessadas.



Como Melhorar a Experiência do Paciente?



“Roteiro para a Jornada de Melhoria da Experiência do Paciente”



Mapeamento de Emoções

Objetivo principal

É a identificação das áreas no serviço que evocam emoções intensas naqueles que o utilizam e quais são estas emoções

Processos envolvidos

Identificação dos pontos de contato no sistema

Identificação dos momentos-chave na relação com os clientes: **os pontos de interação**

Definindo as ações

Analisando o “mapa” de emoções, identifique quais são as prioridades para a melhoria.

É importante que o grupo atinja um consenso sobre quais atividades priorizar



Como Melhorar a Experiência do Paciente ?

- Entrevistas com pacientes/famílias que já receberam alta da Unidade de Cuidados Intensivos
- Entrevistas com colaboradores que participaram de alguma forma no atendimento as estes pacientes / famílias;
- Aplicação do questionário emocional para pacientes/famílias/colaboradores
- Mapeamento de Emoções para identificação das prioridades de ação
- Medidas da experiência do paciente (NPS, HCAHPS)
- Reunião com pacientes/famílias/colaboradores para co-desenhar o atendimento



Atividade

Mapeamento de Emoções em cada ponto de contato

A conclusão deste exercício ajudará a identificar as áreas no serviço ou caminho assistencial que evocam emoções profundas daqueles que o utilizam. Feito isto teremos um mapeamento das áreas que despertam emoções positivas (estamos bem) e negativas (precisamos melhorar). Fazemos isto:

- Identificando pontos de contato no sistema
- Identificando momentos chaves na relação com os clientes - os pontos de interação ou contato
- Estes pontos de interação ou contato podem ser pontos não mapeados tradicionalmente



Atividade

Mapeamento de Emoções em cada ponto de contato

1. Vamos utilizar a experiencia de voar.
2. Depois vamos extrapolar esta experiencia para uma experiencia de uma gestante.
3. Pense como se sentiu em cada ponto de contato da sua experiencia de voar (emoções positivas e negativas)

Maravilhada (o)
Feliz
Segura (o)
Confortável

Irritada (o)
Preocupada (o)
Angustiado (o)
Com Medo

4. O mapa de emoções de cada ponto de contato servira como base para identificar prioridades de melhoria nos processos. Convide os pacientes/familiares para co-desenhar estes processos para que fiquem melhor para os eles.



Experiência do Cliente

Irritada (o)
Preocupada (o)
Angustiado (o)
Com Medo

Maravilhada (o)
Feliz
Segura (o)
Confortável

	Escolha do voo	Check-in	Chegada aeroporto	Embarque	Durante voo	Atterrisagem	Atendimento do Aerolinea quando tem cancelamento
Positivo							
Negativo							

Na Primeira Consulta	No curso de Gestante	Na Recepção do Hospital	No Trabalho de Parto	Na Sala de Parto	Na Recuperação do Parto	No Quarto	Na Alta Hospitalar

- Maravilhada
- Feliz
- Segura
- Confortável
- Irritada
- Preocupada
- Angustiada
- Com Medo

