



publicidade

[CONSULTÓRIO VIRTUAL](#) | [EVENTOS](#) | [CURSOS](#) | [OPINIÃO](#) | [PESQUISAS](#) | [NOTÍCIAS](#)

opinião



## A ÉTICA NO MARKETING MÉDICO

14/07/2009 - Por Marcia Pacini\*

O Código de Ética de Medicina (CODAME) não permite propagandas em Rádio e TV para a população com discurso publicitário voltado à auto promoção e temas sensacionalistas, mas permite o profissional da saúde discursar de forma esclarecedora e educadora, revelando conhecimentos necessários sobre aquilo que é importante e a favor da saúde pública. Confira neste artigo da consultora Márcia Pacini.

Avalie esta matéria: ★★★★★ | 5 avaliações

tamanho da fonte

A-

A+

Antes mesmo de adentrarmos no assunto que permeia a responsabilidade da ética no marketing médico é fundamental explorar um assunto que há tempos vem sendo deturpada e colocada de modo pejorativo por alguns profissionais e a sociedade no geral: o Marketing. Não estamos apenas falando de propaganda ou de telemarketing. E o profissional de marketing tampouco se chama marketeiro. Inclusive, no site da Associação Brasileira de Marketing e Negócios é possível acessar o código de ética do profissional de Marketing sancionado no dia 08 de maio de 1999, data esta em que, também se comemora o dia do profissional de Marketing.

Lá atrás, na época da Guerra Fria, a propaganda político-partidária dos soviéticos demonizou o Marketing como epítome do Mal, encarnado no Capitalismo, símbolo da ganância mercantilista e desenfreada busca por lucro.

Infelizmente atitudes antiéticas de alguns prejudicam a imagem de outros. É claro que em toda área há os verdadeiros e os falsos, os bons e os ruins, mas é errado acreditar que as ações de Marketing visam apenas atividade mercantil e apelo ao consumo imoderado.

O marketing, conforme Kotler, é a arte de bem fazer trocas, beneficiando todos os elementos que interagem na troca. Eu complemento dizendo que também é a busca por uma relação ganha-ganha.

Em 1954, pelas mãos de Peter Drucker ao lançar o seu livro "A prática da Administração", o marketing é colocado como uma força poderosa a ser considerada pelos administradores. Em 1960 Theodore Levitt, intitulado mais tarde como "pai do Marketing", publicou um artigo que transformou para sempre o mundo dos negócios. Desde então, o Marketing vem se moldando às necessidades dos clientes, quebrando até paradigmas de tradicionais regras que aprendemos, mudando em alguns casos a sua estratégia de Marketing de Transição para Marketing de Relacionamento.

É neste ponto que quero falar da ética no Marketing Médico, já que alguns profissionais da Saúde podem dizer: - Mas o Código não permite propagandas! Sim, o Código de Ética de Medicina (CODAME) não permite propagandas em Rádio e TV para a massa com discurso publicitário voltado à auto promoção e temas sensacionalistas, mas permite o

profissional da saúde discursar de forma esclarecedora e educadora, revelando conhecimentos necessários para a população, naquilo que é importante e a favor da saúde pública.

Uma clínica, um hospital, um laboratório, o próprio consultório nada mais são que empresas, negócios. E como todo negócio é preciso ter caixa, funcionários pagar as contas e, principalmente, ter um planejamento de Marketing para nortear o caminho do sucesso.

O planejamento estratégico irá propor objetivos e metas em busca do retorno sobre o investimento e ainda definirá a sua imagem e consolidação ao longo do tempo.

Não é antiético usar algumas ferramentas do Marketing para expor sua imagem diferenciando-os dos seus concorrentes. Como já dito, você médico tem um negócio e como todo negócio tem concorrentes. Se destacam aqueles que prestam serviços com excelência e prezam pela satisfação total dos seus pacientes.

Você não pode e nem deve “comercializar a saúde”, mas você pode tornar a estrutura física do seu negócio em um ambiente acolhedor e confortável. Pode desenvolver uma logomarca e a sua identidade visual, tornar o seu site uma ferramenta de comunicação eficaz. Você pode e deve investir em sua equipe e nos seus pacientes.

Desenvolva o Endomarketing. Todos da equipe: recepcionistas, o administrativo, a auxiliar de limpeza e os próprios médicos deverão ser eficientes na comunicação corporativa, ter a mesma visão e a mesma crença e estarem alinhados a favor dos pacientes, pois só assim, incorporada no DNA da equipe, é que a comunicação funcionará.

Faça pesquisas, ouça a sua equipe e os seus pacientes e realize ações de relacionamento. Receba feed back e dê feed back. Dê palestras educativas em prol e benefício da sociedade, publique artigos. Dê entrevistas. Torne-se uma referência.

\* Marcia Pacini é consultora e parceira da ABCD Marketing.

[anterior](#) [voltar](#) [próximo](#) 

COMENTE

Nome:

E-mail (não será divulgado.):



publicidade

## notícias

## SALÁRIO MÍNIMO DE R\$ 7 MIL PARA MÉDICOS

Expectativa é de que a proposta seja sancionada pelo presidente da República ainda este ano, passando a vigorar já em 2010.

## TECNOLOGIA PARA AMPLIAR CAPACIDADE DE PROCESSAMENTO DE EXAMES

Grupo Biofast adota novo equipamento para a área de urinálise. Aparelho tem a capacidade de processar 250 amostras por hora, enquanto que no processo manual o processamento é de, em média, 150 exames por hora.



## opinião

## MATERNIDADE INTERROMPIDA

Livro publicado é complemento de um trabalho realizado há oito anos pela professora portuguesa Maria Manuela Pontes como fundadora do Projecto Artémis, associação que apoia as mulheres vítimas da perda gestacional. Confira a matéria.

## MITOS E VERDADES DA PSICOTERAPIA

Na atual sociedade competitiva e exigente, muitas das doenças são psicossomáticas. Fazer terapia, portanto, pode ser o caminho para enfrentar as dificuldades diárias e buscar o autoconhecimento e equilíbrio. Confira a opinião da psicoterapeuta e diretora do Instituto de Terapia Avançada AMO, Maura de Albanesi.

## pesquisas

## ESTRESSE NO TRABALHO ENGORDA, CONCLUI ESTUDO

Um estudo recém-publicado pelo periódico American Journal of Epidemiology (vol 170, 2) revela que quanto maior o nível de estresse no trabalho maior a chance do indivíduo em ganhar peso.

## ANÁLISE DE DADOS DE FASE II DO EDOXABAN PERMITE COMPREENSÃO DA MENOR INCIDÊNCIA DE SANGRAMENTOS COM DOSAGEM REALIZADA UMA VEZ POR DIA

Análise farmacocinética de estudo de fibrilação auricular pode explicar diferentes incidências de sangramentos em regimes de dosagens realizadas uma vez por dia ou duas vezes por dia com a mesma exposição total ao inibidor do fator Xa

[home](#) | [quem somos](#) | [redação](#) | [regras de uso](#) | [anuncie aqui](#) | [fale conosco](#)

Planeta Médico. Todos os direitos reservados.

Rua Marconi, 94 - 2º Andar - Centro - São Paulo/SP - 01047-907 - Tel/Fax: (11) 3217-7500

desenvolvido por  
**USINA DA CRIAÇÃO**