Em outubro de 2005 nasce o “*SOS Pediatria*” primeiro movimento organizado a discutir a necessidade de valorização do Pediatra. As entidades: Associação Médica de Minas Gerais (AMMG), Associação Mineira de Médicos Residentes (AMIMER), Conselho Regional de Medicina (CRM), Federação Nacional das Cooperativas Médicas (FENCOM), Sindicato dos Médicos de Minas Gerais (SINMED-MG), Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP) e Sociedade Mineira de Pediatria (SMP) se reuniram por diversas vezes em ciclos de debates e seminários com objetivo do encontrar e apresentar soluções concretas que valorizassem e estimulassem a especialidade.

O *“SOS Pediatria”* mais do que um simples movimento de uma única especialidade, na verdade, representou a realidade ainda atual pela qual passa todas as outras especialidades ditas clínicas. Embora a consulta médica seja por si, um Ato da mais **alta complexidade**, a medicina vive um momento histórico onde saber ouvir e examinar bem um paciente, resolvendo o problema do cliente através de uma consulta não reflete um retorno social-financeiro digno. Assim, vemos a fuga, tanto dos formandos, como dos médicos já no mercado, das especialidades clínicas e, em especial da Pediatria, para outras áreas onde se poderia agregar “fatores extras“ a consulta médica.

Foi imaginado na ocasião o seguinte Planejamento Estratégico para a Pediatria:

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO SOS PEDIATRIA**

### VISÃO DE FUTURO

*Até 2010 a atenção integral à saúde da criança e do adolescente será realizada por pediatras capacitados , bem remunerados e reconhecidos pelo enorme valor que agregam a sociedade*

###### Quais são os gargalos para atingir a visão?

Capacitados-residencia,titulação,educação continuada, **restrição** do atendimento aos não qualificados(médicos/enfermeiros e etc)

Bem remunerados- Inverter a lógica de valorização da fonte pagadora :intervenções associadas a alta tecnologia e insumos de alto custo determinam as melhores remunerações

-Comunicação e Marketing (Atuação social/O pediatra passou a aceitar a sua extinção como especialista e não reage a esta condição/O pediatra não valoriza o seu fazer o que leva o outro a não valoriza-lo)

Criança e do adolescente- Comunicação e Marketing (Infancia desvalorizada pela sociedade)

Mobilização do pediatra-Endo Marketing

**CONSTRUINDO A IDEOLOGIA SOS PEDIATRIA PARA GARANTIR O FUTURO**

MISSÃO

*Garantir assistência Pediátrica de qualidade realizada por pediatras bem remunerados e reconhecidos com ética ,humanismo e competência*

### NEGÓCIO

Garantia de saúde integral as crianças , adolescentes e sua familia

### VALORES

Ética

Humanismo

Competência

##### **1-** **CLIENTES E PARTES INTERESSADAS**

**Pediatras**-remuneração e boas condições de trabalho

##### **Criança/ família**-garantia de saúde acriança ,adolescentes e família=acesso pediatras capacitados

##### **Operadoras**- garantia de saúde acriança ,adolescentes e família com o menor custo =acesso pediatras capacitados

##### **Hospitais-** garantia de recuperação da saúde dacriança ,adolescentes com o maior rentabilidade

##### **SUS**- garantia de saúde acriança ,adolescentes e família=acesso pediatras capacitados

Troca de valor

Pediatras capacitados

Remuneração e boas condições de trabalho

***PASSOS***

Capacitados-residencia,titulação,educação continuada,**restrição** do atendimento aos não qualificados(médicos/enfermeiros e etc)

Bem remunerados- Inverter a lógica de valorização da fonte pagadora :intervenções associadas a alta tecnologia e insumos de alto custo determinam as melhores remunerações

Reconhecidos-Comunicação e Marketing (Atuação social/O pediatra passou a aceitar a sua extinção como especialista e não reage a esta condição/O pediatra não valoriza o seu fazer o que leva o outro a não valoriza-lo)

Criança e do adolescente- Comunicação e Marketing (Infancia desvalorizada pela sociedade)

Mobilização do pediatra-Endo Marketing

###### Proposta de valor= Pediatras capacitados

1. **Atributos de produto /serviço:**

 **Preço de venda do serviço deve garantir remuneração justa**

 **Acesso do usuário ao médico**

1. **Imagem da Pediatria-É uma especialidade ,de difícil e longa formação(preço),difícil manutenção do conhecimento(preço),grande disponibilidade não remunerada(quem pagou?),exige grande sensibilidade**
2. **processos de relacionamento com as partes interessadas:**

 **atração**

 **fidelização**

LISTA DE GRANDES TEMAS A SEREM IMPLEMENTADOS POR PLANOS DE AÇÃO

Capacitação

Restrição do atendimento aos não qualificados (médicos/enfermeiros e etc)-

Melhoria da remuneração pela inverção da lógica de valorização da fonte pagadora :intervenções associadas a alta tecnologia e insumos de alto custo determinam as melhores remunerações-

Reconhecidos para o atendimento da criança e do adolescente -Comunicação e Marketing (Atuação social/O pediatra passou a aceitar a sua extinção como especialista e não reage a esta condição/O pediatra não valoriza o seu fazer o que leva o outro a não valoriza-lo)-

Mobilização do pediatra-Endo Marketing-