

## MARKETING PESSOAL NA ENFERMAGEM

**Julia Souza Silva** 

Graduanda em Enfermagem pelo Centro  
Universitário FAEMA – UNIFAEMA.  
E-mail: juliassilva.js@gmail.com

**Jessica de Sousa Vale** 

Mestre em Saúde e Educação pela  
Universidade de Ribeirão Preto –  
UNAERP e Docente do Centro  
Universitário FAEMA – UNIFAEMA.  
E-mail: jessicadesousavale@gmail.com

**Submetido:** 11 fev. 2022.

**Aprovado:** 16 fev. 2022.

**Publicado:** 24 fev. 2022.

**E-mail para correspondência:**

jessicadesousavale@gmail.com

### Introdução

No hospital existe um grande avanço tecnológico e científico, com variedade de profissões em apenas uma equipe, onde cada elemento é importante na sua formação. O Enfermeiro é um dos profissionais que integra a equipe, no plano de saúde, favorecendo a concepção e execução das propostas a serem desenvolvidos no processo do cuidado, sendo elemento credenciado para identificar as precisões do paciente, caracterizando-se como contingente humano de maior percepção na promoção de saúde do indivíduo e da coletividade <sup>(1)</sup>. Há uma divisão de pensamentos e atitudes nas condições de trabalhos oferecidos pelos enfermeiros, pela instituição hospitalar e nas políticas adotadas nas logísticas das instituições que podem influenciar o sucesso desses profissionais. A modificação de paradigma da imagem profissional do enfermeiro é fundamental e contribui para sua expansão e posicionamento na sociedade.

### Objetivos

Relacionar o uso do marketing pelo enfermeiro para demonstrar sua importância na área de saúde ao prestar cuidados ao ser humano.

### Metodologia

Trata-se de um estudo com abordagem descritivo exploratório, o qual foi composto por pesquisas realizadas através de uma revisão bibliográfica, com base nos materiais publicados em banco de dados online, onde foram estudados e analisados artigos científicos localizados nos sistemas virtuais de dados, como na Revista Brasileira de Enfermagem, Revista de Administração em Saúde, Centron.

### Resultados e Discussões

O enfermeiro tem um grande papel no cuidado dos pacientes, porém a sociedade ainda não evidencia tal fato. Segundo a AMA (*American Marketing Association*) marketing é a atividade, conjunto de instituições e métodos para criar, transmitir, entregar e trocar ofertas para clientes <sup>(2)</sup>.

Este é um trabalho de acesso aberto e distribuído sob os Termos da *Creative Commons Attribution License*. A licença permite o uso, a distribuição e a reprodução irrestrita, em qualquer meio, desde que creditado as fontes originais.

Imagem: StockPhotos (Todos os direitos reservados).



Open Access

Para uso adequado do marketing é preciso saber e conhecer o público-alvo, e ter conhecimentos e atitudes com capacidade de comunicação verbal e não verbal, negociação, criatividade, ideias, dentre outros atributos. Neste cenário, acredita-se que a relevante questão do cuidado oferecido pelo enfermeiro acontece nas menores e mais simples atitudes do cotidiano. A gerência do cuidado faz parte da atuação profissional do enfermeiro na assistência, na administração, no ensino e na pesquisa. Podemos inserir o conhecimento do gerente do cuidado à prática do marketing nas situações do ambiente de trabalho. Por exemplo, quando o enfermeiro precisa negociar conflitos entre funcionários, é preciso saber falar, ouvir a argumentação, e a resolução de problemas evidencia competência e resultado. Quando o enfermeiro fala e olha, canaliza sua mensagem pelo rosto e corpo, é a gestualidade acontecendo; estes aspectos somam para a construção da imagem profissional no “outro”. O marketing pode ser trabalhado durante a sua prática profissional quando o enfermeiro pensa e utiliza aspectos e fatores, comentados anteriormente, relacionados com a sua pessoa. Para o marketing envolve tudo que nos cerca, e tudo que possa fazer parte da vida de uma pessoa tem relação com o marketing <sup>(3)</sup>.

Relacionado à eventual cooperação para a imagem do enfermeiro frente à coletividade, e desenvolvimento do marketing pessoal trazendo também os benefícios para o enfermeiro se destaca ao assunto, como esse enfermeiro trabalha com uma posição construída em seu ambiente de trabalho focada para alcançar autorrealização, reconhecimento, valorização e uma imagem profissional diferenciada, onde o profissional esteja promovendo visibilidade positiva na organização/empresa e no mercado de trabalho. Desta forma, a trajetória profissional desse enfermeiro consolida-se por meio do valor, respeito e marca pessoal, que devem estar incluídos em sua atuação.

## Conclusão

Os métodos de marketing são uma grande ferramenta nos dias de hoje, com a sociedade em constante modificação sendo muito produzida e divulgada, cada vez sendo superior e tendo maior rapidez as suas experiências, habilidades e trabalho, para que possa ser construída ao longo do tempo. O marketing pessoal é definido como um plano particular para atrair e desenvolver pontos de vista pessoal e profissional, bem como para dar transparência a propriedades, habilidades e competências profissionais, essenciais na perspectiva da aceitação e do reconhecimento na sua área <sup>(4)</sup>. O profissional de enfermagem utiliza meios de intercomunicação como tática de marketing da profissão, para promoção de saúde e o enriquecimento. Essa estratégia é utilizada para fortalecer a imagem e a sua reputação, por meio da promoção pessoal diferenciada, influente e de autoridade, veiculada a mídias sociais <sup>(5)</sup>. Os enfermeiros tentam conseguir uma transparência da profissão e do seu trabalho que contribuído para a melhoria dos cuidados de saúde prestados. Isso é visível nos locais de trabalhos nas ferramentas Marketing pessoal e no contínuo aperfeiçoamento individual de forma a transmitir a credibilidade <sup>(6)</sup>.

**Palavras-chave:** Marketing. Área de atuação profissional. Enfermeiro.



### Referências

1. Papel fundamental do enfermeiro especialista em oncologia. Centron 2018. Disponível em: <https://www.centron.com.br/noticias/papelfundamental-do-enfermeiro-especialista-em-oncologia> Acesso em: 10 fev. 2022.
2. Molina BS, Santos DF, Draganov PB. Subsídios para o marketing pessoal do enfermeiro. Rev Adm Saude. 2018; 18(73). Disponível em: <https://www.cqh.org.br/ojs-2.4.8/index.php/ras/article/view/141> Acesso em: 10 fev. 2022.
3. MAUÉS, Daniela Soares de Oliveira. O marketing pessoal do enfermeiro: uma contribuição para a gerência de enfermagem. 2007. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-488223>.
4. Santos DF dos, Molina BS, Drganov PB. Subsídios para o marketing pessoal do enfermeiro. Revista de Administração em Saúde [Internet]. 2018 Dec 28;18(73). Available from: <https://www.cqh.org.br/ojs-2.4.8/index.php/ras/article/view/141>. Acesso em: 10 fev. 2022.
5. Marketing pessoal e social uma necessidade em enfermagem. Library. 2010 Disponível em: <https://1library.org/document/zk76564q-marketingpessoal-e-social-uma-necessidade-em-enfermagem.html>. Acesso em: 10 fev. 2022.
6. Definitions of Marketing. AMA – American Marketing Associations. 2004 Disponível em: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>. Acesso em: 10 fev. 2022.