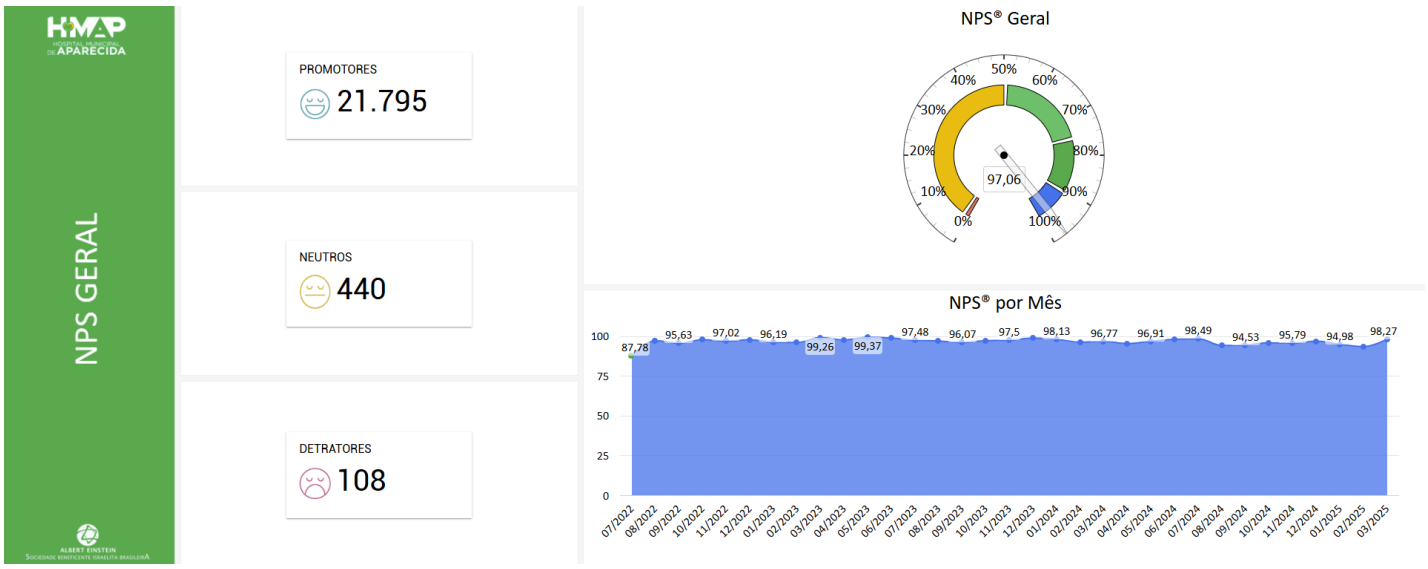
Net Promoter Score (NPS)

O Net Promoter Score (NPS), é uma métrica utilizada para medir a satisfação dos clientes em relação a empresa, produto e serviço. Ele é obtido por meio de uma única pergunta: "Em uma escala de 0 a 10, o quanto você recomendaria nossa empresa/produto/serviço a um amigo ou familiar?". Com base nas respostas, os clientes são classificados em três categorias: promotores (pontuação de 9 a 10), neutros (pontuação de 7 a 8) e detratores (pontuação de 0 a 6). O NPS é calculado subtraindo a porcentagem de detratores da porcentagem de promotores, resultando em um valor que pode variar de -100 a +100. Essa é uma ferramenta valiosa para empresas avaliarem a satisfação do cliente e identificarem oportunidades de melhorias.

Em julho de 2022 a gestão do HMAP passou a utilizar o Net Promoter Score (NPS), para mensurar a satisfação dos pacientes em relação a qualidade da experiência durante o período de internação. E em setembro de 2022 iniciou-se o planejamento para a mensuração da satisfação fonada após a alta, com prazo de até 72 horas. Com isso, haverá dois momentos para avaliação da satisfação, sendo em até 48h após a admissão e após a alta.

A seguir, apresentamos o gráfico com os resultados do NPS das áreas avaliadas, resultando em uma média geral de NPS do HMAP de 97. O período abrangido compreende avaliações realizadas de junho de 2022 a Março de 2025.