

ÁREA TEMÁTICA: OPERAÇÕES E LOGÍSTICA

**DIMENSÕES DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS HOSPITALARES E INFLUÊNCIA
NA PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO**

DIMENSÕES DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS HOSPITALARES E INFLUÊNCIA NA PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO

Resumo

Este trabalho enfoca a avaliação da excelência nos serviços de saúde, com destaque para a satisfação do paciente. A gestão nesse setor é complexa, dada a natureza simultânea da produção, entrega e consumo dos serviços, exigindo uma abordagem holística além das habilidades técnicas dos prestadores de serviços. A interação entre profissionais de saúde e pacientes envolve elementos comportamentais, interpessoais e psicológicos, como confiança, interesse e empatia. Dimensões críticas afetam a satisfação do paciente, como tangibilidade, confiabilidade e empatia. A qualidade percebida está relacionada à lealdade do paciente. Partindo de 72 respondentes válidos e com entrevistas com técnicos administrativos e enfermeiros a pesquisa adotou abordagem qualitativa e exploratória, revelando níveis adequados de satisfação. A avaliação da satisfação dos pacientes enfrenta desafios devido à intangibilidade dos serviços, mas abordagens como o CRM podem melhorar a qualidade e eficácia dos serviços. Foram identificadas as dimensões críticas que afetam a satisfação do paciente, como tangibilidade, confiabilidade, responsividade, garantia e empatia. Cada uma dessas dimensões desempenha um papel fundamental na formação da percepção do paciente sobre a qualidade do atendimento. Verificou-se que o tempo de espera é o principal atributo considerado como gerador de insatisfação com o serviço. A qualidade percebida está relacionada à lealdade do paciente, mediada pela satisfação. Entender e atender às expectativas dos pacientes é essencial para promover a satisfação e a fidelidade dos pacientes.

Palavras-chave: Satisfação do Paciente, Gestão de Serviços de Saúde, Qualidade do atendimento, Dimensões Qualidade

Abstract

This work focuses on evaluating excellence in health services, with emphasis on patient satisfaction. Management in this sector is complex, given the simultaneous nature of production, delivery, and consumption of services, requiring a holistic approach in addition to the technical skills of service providers. The interaction between healthcare professionals and patients involves behavioral, interpersonal, and psychological elements, such as trust, interest, and empathy. Critical dimensions affect patient satisfaction, such as tangibility, reliability, and empathy. Perceived quality is related to patient loyalty. Starting from 72 valid respondents and interviews with administrative technicians and nurses, the research adopted a qualitative and exploratory approach, revealing adequate levels of satisfaction. Assessing patient satisfaction faces challenges due to the intangibility of services but approaches such as CRM can improve the quality and effectiveness of services. Critical dimensions that affect patient satisfaction were identified, such as tangibility, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Each of these dimensions plays a fundamental role in shaping the patient's perception of the quality of care. It was found that waiting time is the main attribute considered to generate dissatisfaction with the service. Perceived quality is related to patient loyalty, mediated by satisfaction. Understanding and meeting patient expectations is essential to promoting patient satisfaction and loyalty.

Keywords: Patient Satisfaction, Health Services Management, Quality of care, Quality Dimensions

1. INTRODUÇÃO

A avaliação da qualidade dos serviços de saúde, sejam eles públicos ou privados, tem sido objeto de debates intensos no que diz respeito às abordagens mais adequadas para mensurar a satisfação dos usuários. Este processo requer a avaliação da percepção dos serviços recebidos e do impacto das características que compõem esses serviços.

Sob a perspectiva do usuário, a satisfação surge quando suas necessidades e expectativas são plenamente atendidas, resultando em percepções mais positivas e na obtenção dos resultados desejados. Embora não exista um consenso universal sobre as melhores práticas de avaliação, a mensuração dessas percepções tem ganhado considerável relevância. No contexto da saúde, essa demanda torna-se ainda mais premente, dada a importância de desenvolver um sistema de avaliação da satisfação do usuário que possa eficazmente informar a gestão do setor.

Independentemente do tipo de serviço prestado, os usuários investem em uma promessa de qualidade futura, muitas vezes sem a possibilidade de experimentar o mesmo nível de qualidade previamente. No âmbito da saúde, os usuários formam julgamentos com base no que as instituições oferecem, porém, essa interação é altamente individualizada, uma vez que as respostas individuais à prestação e ao recebimento dos serviços de saúde podem variar significativamente. Os profissionais de saúde são procurados em momentos distintos e em condições em constante evolução.

É necessário reconhecer que as doenças se manifestam de maneiras variadas, com diferentes patologias associadas, respostas orgânicas às enfermidades e possibilidades de intervenção para evitar complicações indesejadas. Isso resulta na singularidade de cada usuário, e, portanto, suas características individuais devem ser valorizadas e avaliadas de forma individualizada.

A avaliação de serviços médicos, de enfermagem, de atendimento nutricional, de higiene e do ambiente de conforto, entre outros aspectos, está intrinsecamente ligada à formação conceitual do usuário, às experiências anteriores com o serviço e às suas demandas específicas.

O custo de estabelecer e manter conexões emocionais com novos indivíduos geralmente supera o de manter uma base de usuários já existente. Portanto, compreender o nível de satisfação dos usuários é essencial para a tomada de decisões gerenciais e para a melhoria das interações entre os prestadores de serviços de saúde e os usuários. A gestão eficaz das ações de saúde desempenha um papel crucial na identificação e atendimento das necessidades dos usuários.

Na busca da qualidade, o hospital filantrópico estudado tem se dedicado a conhecer seus usuários, identificar áreas passíveis de melhoria e analisar a viabilidade de ajustes para atender às necessidades. Isso visa aprimorar e fortalecer seus pontos fortes, que são fontes de satisfação para os usuários, com o objetivo de surpreendê-los positivamente.

É importante ressaltar que o estudo da satisfação do usuário é de grande importância devido às lacunas na operacionalização da avaliação dos serviços de saúde, que dificultam o conhecimento sistemático do impacto dos atributos do serviço na satisfação dos usuários.

1.1. Justificativa e importância

A avaliação da satisfação do usuário em serviços de saúde é um tema de relevância crescente, dada a importância de proporcionar atendimento de alta qualidade e atender às expectativas dos pacientes. A qualidade dos serviços de saúde

influencia diretamente a eficácia dos tratamentos, a fidelização dos pacientes e a imagem da instituição de saúde.

Apesar da crescente atenção dada à satisfação do paciente, ainda existe uma lacuna na compreensão abrangente de como diferentes dimensões da qualidade afetam a satisfação do usuário em ambientes hospitalares. A maioria dos estudos foca em um único aspecto da qualidade, como a competência médica ou o tempo de espera, sem considerar o panorama completo das dimensões que moldam a experiência do paciente.

Esta pesquisa desempenha um papel fundamental por diversas razões. Primeiramente, ela contribui para a melhoria da qualidade dos serviços de saúde, pois ao compreender as dimensões que mais impactam na satisfação dos pacientes, as instituições hospitalares podem identificar áreas que necessitam de aprimoramento, direcionando esforços para oferecer um atendimento de maior qualidade. A pesquisa ajuda na fidelização dos pacientes, uma vez que pacientes satisfeitos têm maior probabilidade de retornar à mesma instituição de saúde para tratamentos futuros. Isso não apenas beneficia o hospital, mas também proporciona uma experiência mais positiva para o paciente em sua jornada de cuidados de saúde. A redução de reclamações e litígios é outra vantagem significativa, uma vez que pacientes insatisfeitos podem recorrer a reclamações formais e até mesmo processos legais. Assim, uma pesquisa que ajude a identificar áreas de insatisfação pode contribuir para a prevenção desses problemas, economizando recursos e tempo para ambas as partes.

A eficiência na gestão hospitalar também é beneficiada, pois conhecer as dimensões que afetam a satisfação dos pacientes permite aos gestores hospitalares alocar recursos de forma mais eficiente, concentrando-se nas áreas mais críticas e, assim, aprimorando a operação do hospital como um todo. Finalmente há impacto na imagem institucional, pois a reputação de um hospital está diretamente ligada à satisfação dos pacientes. Hospitais que se preocupam com a experiência do paciente geralmente desfrutam de uma imagem mais positiva na comunidade, o que pode atrair mais pacientes e melhorar a relação com stakeholders, como médicos e parceiros de negócios. Portanto, essa pesquisa desempenha um papel multifacetado e essencial no contexto da prestação de serviços de saúde.

A pesquisa não apenas fornece informações valiosas para os hospitais e gestores de saúde, mas também tem o potencial de impactar positivamente a experiência dos pacientes e a eficiência dos serviços de saúde, contribuindo para uma assistência médica de melhor qualidade e mais acessível. Espera-se que esta pesquisa traga várias contribuições significativas:

Ao identificar as dimensões específicas que necessitarão de aprimoramento, essa pesquisa fornecerá bases para a formulação de estratégias direcionadas para melhorar a experiência do paciente. Essas estratégias não apenas aumentarão a satisfação dos pacientes, mas também contribuirão para uma tomada de decisões mais informada por parte dos gestores hospitalares. Com resultados concretos em mãos, os recursos e esforços poderão ser direcionados de maneira mais eficaz para áreas críticas, otimizando assim a gestão hospitalar.

A pesquisa poderá contribuir para o avanço do conhecimento sobre a satisfação do paciente em contextos hospitalares. Outro benefício esperado será o impacto direto na vida dos pacientes, uma vez que a identificação e abordagem das áreas de insatisfação poderão melhorar substancialmente a experiência e o bem-estar durante o tratamento médico. Ao melhorar a satisfação do paciente, a pesquisa também terá o potencial de reduzir custos no sistema de saúde, uma vez que

pacientes satisfeitos tenderão a necessitar de menos tratamentos adicionais ou readmissões, resultando em benefícios tanto para os pacientes quanto para a eficiência financeira dos hospitais.

1.2. Problema de Pesquisa

A pesquisa partiu da seguinte pergunta: Quais são as dimensões da qualidade dos serviços hospitalares que mais impactam na satisfação dos pacientes, e como essas dimensões interagem para moldar a experiência do usuário em um hospital?

Uma compreensão mais profunda dessas dimensões e suas inter-relações pode fornecer insights valiosos para aprimorar a gestão hospitalar, melhorar a satisfação dos pacientes e, em última análise, a qualidade dos serviços de saúde oferecidos. A pesquisa buscou identificar não apenas as áreas de excelência, mas também os pontos críticos que precisam ser abordados para garantir uma experiência positiva e satisfatória para os pacientes.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo Geral

Investigar as dimensões da qualidade dos serviços hospitalares que mais impactam na satisfação dos pacientes e investigar como essas dimensões interagem para moldar a experiência do usuário, com foco na compreensão das dimensões que mais influenciam a percepção do paciente sobre a qualidade do atendimento.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Identificar as dimensões-chave da qualidade dos serviços hospitalares que influenciam significativamente a satisfação dos pacientes.
- b) Analisar a relação entre as dimensões da qualidade identificadas e a satisfação dos pacientes, quantificando seu impacto relativo.
- c) Investigar as interações entre as dimensões da qualidade, examinando como a presença ou ausência de uma dimensão afeta a percepção das demais.
- d) Identificar áreas específicas de oportunidade para melhorar a qualidade dos serviços hospitalares com base nos resultados da pesquisa.
- e) Fornecer recomendações práticas para gestores hospitalares e profissionais de saúde com o objetivo de aprimorar a experiência e a satisfação dos pacientes.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Os tópicos apresentados no quadro 1 guiaram a pesquisa, permitindo uma abordagem completa e abrangente para entender como a qualidade dos serviços hospitalares afeta a satisfação dos pacientes e como essa informação pode ser aplicada para melhorar a prestação de serviços de saúde.

Quadro 1 – Quadro sinóptico do referencial teórico

TEMAS	TÓPICOS/CONTRIBUIÇÕES	FONTE/REFERÊNCIA
Importância da Satisfação do Paciente	<ul style="list-style-type: none">• Satisfação dos pacientes; Gestão eficiente dos relacionamentos e satisfação do paciente.	LOUREIRO, 2018
Gestão e avaliação da excelência nos serviços de saúde	Oferta e consumo simultâneos dos serviços; Gestão de pessoal e interações comportamentais; Interação entre profissionais de saúde e pacientes durante atendimento.	SPILLER, 2015

Desafio da Gestão e CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Construir relacionamentos seguros e confiáveis com todos os envolvidos; • Alinhamento com objetivos estratégicos e investimento em atendimento rápido; • Personalização do relacionamento, fidelidade à marca, compreensão da base de clientes. • Abordagem do CRM e consideração de todos os elementos da cadeia de fornecimento. 	SPILLER, 2015; HAJIKHANI, TABIBI E RIAHI, 2016.
Percepção da Qualidade e Lealdade	<ul style="list-style-type: none"> • Relação entre percepção de qualidade e lealdade mediada pela satisfação; • Aspectos tangíveis e intangíveis da qualidade influenciam a lealdade; • Expectativas dos pacientes, prestadores e gestores influenciam avaliações de qualidade 	SPILLER, 2015; ANABILA, 2019; FATIMA et al., 2018; SHABBIR, MALIK e MALIK, 2016; NG e LUK, 2019
Qualidade em Serviços	<ul style="list-style-type: none"> • Avaliação de qualidade em serviços percebida pelos clientes • Modelo Gap de Qualidade em Serviços. • Determinantes da Qualidade em Serviços. • Tangibilidade, Confiabilidade, Responsividade, Garantia e Empatia 	PARASURAMAN, ZEITHAML E BERRY (1985, 1990); KOTLER, KELLER (2012), MIGUEL, SALOMI (2004)

Fonte: Resultados de pesquisa. Elaborado pelos autores.

2.1. Gestão e avaliação da excelência nos serviços de saúde

A avaliação da excelência nos serviços de saúde é uma atualidade incontornável e, entre as múltiplas vertentes da qualidade. Segundo Loureiro, 2018, dentro de todas as diferentes formas de avaliar isso, perceber se os pacientes estão contentes é algo que realmente importa. Nos últimos vinte anos, muitas pesquisas têm se concentrado nisso, e a partir do ano 2000, houve um aumento significativo nesse tipo de estudo, fenômeno que se atribui à participação ativa dos consumidores.

Quando a gestão de serviços de saúde é analisada, é importante destacar a complexidade que está presente na oferta desses serviços nessa área. Os serviços são disponibilizados e consumidos simultaneamente durante a entrega. No entanto, o maior desafio na prestação de serviços de saúde é que ela ocorre de maneira verdadeiramente adequada somente quando há um profundo comprometimento com as pessoas (SPILLER, 2015).

Durante o processo de atendimento, ocorre uma interação em tempo real entre os profissionais de saúde que prestam assistência e os clientes. É por essa razão que a gestão de pessoal desempenha um papel fundamental para garantir a alta qualidade do serviço. Essa interação abrange diversos elementos comportamentais, interpessoais e psicológicos, como confiança, interesse, acolhimento, compartilhamento, compreensão, cooperação e proatividade. Por essa razão, é crucial entender que a gestão desses serviços vai além de apenas lidar com as habilidades técnicas dos prestadores. Também envolve a promoção de atitudes e comportamentos adequados, além de considerar questões relacionadas ao marketing e à gestão de pessoas. O objetivo é proporcionar o melhor resultado possível para os pacientes e seus familiares (SPILLER, 2015).

A natureza simultânea da produção, entrega e consumo desses serviços significa que os pacientes e seus familiares ou cuidadores estão constantemente avaliando a qualidade da assistência em todas as etapas do processo. Eles participam ativamente e, portanto, podem formar opiniões a qualquer momento, além de serem imediatamente afetados por eventuais prejuízos ou situações inesperadas durante o processo (SPILLER, 2015; PENA, SILVA, TRONCHIN e MELLEIRO, 2013).

É importante levar em consideração a característica intangível dos serviços, os quais os pacientes experimentam de formas diversas. As organizações se esforçam para estabelecer padrões e melhores práticas, assim como melhorias nas instalações e ambiente, com o objetivo de tornar tangíveis aspectos que, por natureza, são abstratos. A venda de um serviço é baseada na promessa de que as expectativas do cliente serão totalmente atendidas. Por isso, é crucial considerar as expectativas dos pacientes para evitar que se criem expectativas irrealmente altas e difíceis de serem alcançadas (SPILLER, 2015).

Considerando a complexidade da qualidade em organizações de saúde, é importante abranger as expectativas não apenas dos consumidores e prestadores de assistência, mas também dos gestores, fornecedores e financiadores ao longo da cadeia de fornecimento de serviços de saúde. Isso inclui não apenas as expectativas dos pacientes, mas também dos profissionais de saúde, além dos recursos materiais e da infraestrutura física, que também desempenham um papel crucial (Pena et al., 2013; Spiller, 2015). Para garantir a sobrevivência da organização de saúde, é necessário considerar diferentes tipos e níveis de expectativas e necessidades, o que resulta nas avaliações da qualidade dos serviços prestados, sob a perspectiva dos pacientes (SPILLER, 2015).

No contexto da crescente concorrência e expansão dos serviços, as empresas, incluindo as da área de saúde, buscam criar vantagens competitivas, conhecendo melhor seus clientes e antecipando suas necessidades. A qualidade em saúde é vista como um esforço contínuo de melhoria por meio da avaliação da estrutura, processo e resultados dos serviços.

Especial atenção é dada aos ambientes hospitalares, que devem fornecer conforto e qualidade para atender às necessidades médicas e às expectativas dos pacientes. O usuário é central nesse cenário, sendo crucial que sinta que o hospital visa atender às suas necessidades, (WALKER, 1991 citado por MENDONÇA e CASTRO, 2020)

O marketing na área de saúde não se limita a administrar a demanda, mas também contribui para a qualidade da assistência, melhorando os serviços para proporcionar mais segurança e bem-estar à população. Isso reflete a evolução do conceito de serviço hospitalar, que passou de uma oferta impessoal para um foco na satisfação do cliente, (BORBA, 2009, citado por MENDONÇA e CASTRO, 2020).

2.2. Importância da Satisfação do Paciente

Nos últimos anos, a satisfação dos pacientes em serviços de saúde se tornou uma preocupação crescente, sendo valorizada como indicador de qualidade e adequação dos serviços (ÁVILA e ÁVILA, 2001).

A lealdade do paciente está relacionada a fatores como satisfação, qualidade percebida, valor, imagem da marca, confiança e comprometimento, influenciando a frequência de utilização dos serviços de saúde (ZHOU et al., 2017).

A percepção da qualidade abrange aspectos tangíveis e intangíveis, como ambiente físico, interações com profissionais, comunicação e segurança, sendo positivamente relacionada à lealdade do paciente, especialmente quando mediada pela satisfação (ANABILA, 2019; FATIMA et al., 2018; SHABBIR et al., 2016).

A satisfação do paciente envolve a avaliação subjetiva dos serviços de saúde, enquanto a lealdade é uma atitude positiva em relação à instituição de saúde, levando à frequente utilização dos serviços (FATIMA et al., 2018; NG e LUK, 2019). É crucial

considerar diferentes expectativas e necessidades para avaliar a qualidade dos serviços sob a perspectiva dos pacientes (SPILLER, 2015).

2.3. Desafio da Gestão e CRM

O *Customer Relationship Management* (CRM) desempenha um papel crucial na prestação de serviços de saúde, envolvendo pacientes, profissionais de saúde, equipes multidisciplinares, operadoras de saúde e empresas que oferecem planos de saúde. O desafio gerencial é construir relacionamentos confiáveis e seguros com todos os envolvidos na cadeia de fornecimento de serviços de saúde, o que inclui a necessidade de compreender as dificuldades dos pacientes e manter um diálogo aberto com todas as partes interessadas (SPILLER, 2015; HAJIKHANI, TABIBI e RIAHI, 2016).

Um dos principais princípios do CRM na saúde é o alinhamento com objetivos estratégicos e o investimento em atendimento ágil para garantir uma experiência mais satisfatória e eficaz (SPILLER, 2015). A personalização do relacionamento é fundamental, permitindo que as instituições de saúde adaptem seus serviços às preferências e necessidades individuais dos pacientes, promovendo a satisfação e a fidelidade à marca. Além disso, a compreensão profunda da base de clientes por meio de dados reais é benéfica para identificar tendências e oportunidades de melhoria (HAJIKHANI et al., 2016).

A adoção do CRM como padrão de gestão no relacionamento com o paciente implica em personalização, fidelização à marca, compreensão da base de clientes, análise de informações de mercado, alinhamento estratégico, antecipação das necessidades dos clientes, rapidez no atendimento, melhoria nos processos de entrega de serviços, relacionamento segmentado e aprendizado contínuo (SPILLER, 2015; HAJIKHANI et al., 2016).

É essencial que a abordagem do CRM considere todos os elementos da cadeia de fornecimento nas organizações de saúde, abrangendo aspectos administrativos, logísticos e de relacionamento. Isso permite oferecer um serviço completo e eficiente, resultando em uma experiência de alta qualidade para os pacientes.

O CRM na área da saúde é uma abordagem estratégica que busca melhorar a relação entre as instituições de saúde e seus pacientes, profissionais de saúde e outras partes interessadas. Baseia-se na construção de relacionamentos seguros e confiáveis, alinhados com objetivos estratégicos, personalização do relacionamento e compreensão da base de clientes. Essa abordagem abrangente, que considera todos os elementos da cadeia de fornecimento, contribui para aprimorar a qualidade dos serviços de saúde e a satisfação do paciente.

2.4. Percepção da Qualidade e Lealdade

A percepção da qualidade e a lealdade dos pacientes são cruciais na gestão de sistemas de saúde. A qualidade percebida, que abrange aspectos tangíveis e intangíveis, está diretamente ligada à satisfação e à fidelidade do paciente. Entender e gerenciar esses aspectos, alinhando expectativas, é essencial para obter avaliações positivas de qualidade e promover a fidelidade dos pacientes (ANABILA, 2019; FATIMA et al., 2018).

A percepção de qualidade refere-se à forma como os pacientes avaliam os serviços de saúde, incluindo fatores tangíveis, como instalações e eficácia do tratamento, e intangíveis, como comunicação e empatia com os profissionais de saúde (NG e LUK, 2019).

A relação entre percepção de qualidade e lealdade do paciente é mediada pela satisfação. Pacientes satisfeitos, que percebem serviços de alta qualidade, tendem a ser mais leais, retornando para tratamentos futuros e recomendando a instituição de saúde a outros (SHABBIR, MALIK e MALIK, 2016).

Tanto aspectos tangíveis quanto intangíveis da qualidade desempenham papéis significativos na influência da lealdade dos pacientes. Isso inclui instalações modernas, equipamentos avançados e interações com profissionais de saúde, como comunicação empática e conveniência de agendamento (SHABBIR, MALIK e MALIK, 2016).

As expectativas dos pacientes, prestadores de serviços e gestores também impactam a avaliação da qualidade. Alinhar estratégias e padrões de atendimento com essas expectativas é fundamental para garantir uma percepção positiva da qualidade (SPILLER, 2015).

2.5. Qualidade em Serviços

Entende-se serviço como um ato ou desempenho, necessariamente intangível. De acordo com Kotler e Keller (2012, p. 381), serviço é um elemento intangível “onde uma parte oferece a outra e que não resulta em propriedade de nada”, e assim serviço pode ou não estar relacionado com bens concretos.

Cada vez mais empreendedores estão em busca de diferenciação no mercado, e para que essa diferenciação seja alcançada alguns varejistas, distribuidores e fabricante optam por oferecer serviços de valor agregado ou então um ótimo atendimento aos seus clientes. Segundo Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), e Polido e Mendes (2015), esses clientes avaliam a qualidade do serviço, sendo um processo no qual os mesmos comparam as suas expectativas com as percepções diante do serviço realmente prestado. Se o serviço atende às expectativas de um cliente ou as supera, ele tende a retornar ao estabelecimento, pois avaliará o serviço como de qualidade excelente ou satisfatória. Porém, se em algum momento não superar às expectativas, será avaliado como de qualidade ruim.

Segundo Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), os clientes avaliam a qualidade por critérios, e organizam esses critérios em cinco principais dimensões, apontando como: confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e tangíveis. Ainda afirmam a importância dessas dimensões para avaliar a interação das expectativas dos clientes com o desempenho do serviço prestado. As empresas não precisam ser perfeitas em todas essas dimensões, mas sim ter uma priorização entre elas, as quais são necessárias para o sucesso de uma empresa. É importante que a empresa realize uma pesquisa para a identificação de quais dessas dimensões seus clientes mais priorizam e valorizam, para então poder adotar algumas estratégias para superar as expectativas dos clientes em relação a estas dimensões.

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1990), desenvolveram um modelo para avaliação de serviços, pois acreditavam que o cliente mede seu nível de satisfação de acordo com a comparação do que desejavam, com o que foi realmente obtido. As organizações precisam buscar, descobrir e identificar quais são os problemas que estão entre a expectativa dos clientes e o que ele realmente espera receber do serviço prestado. Segundo os pesquisadores, o modelo apresenta cinco lacunas, brechas, “Gaps” que são utilizadas na identificação do problema. Desta forma apresentam o modelo conforme a figura 1.

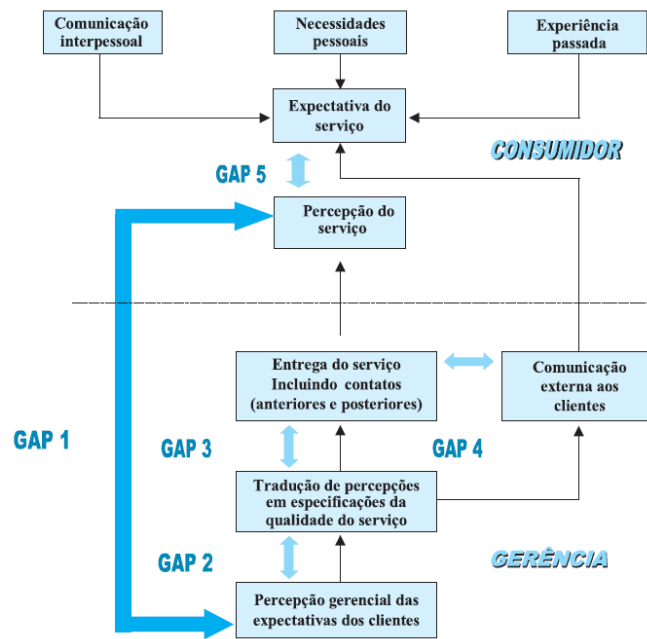


Figura 1: Modelo Gap de Qualidade em Serviços.

Fonte: Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), adaptado por Miguel e Salomi (2004).

O modelo *Gap* (figura 1) mostra as influências das várias discrepâncias ocorridas na qualidade dos serviços, divididas em dois segmentos distintos: o contexto gerencial e o contexto do cliente. No contexto gerencial direciona-se a análise de cada *Gap* para uma melhoria no fornecimento dos serviços. No contexto do cliente, mostra-se como este faz a sua avaliação de qualidade através dos eventos de satisfação para cada um dos itens que compõem as dimensões da qualidade. Miguel e Salomi (2004) observam que no modelo idealizado, o cliente tem uma ou mais expectativas para cada uma das dimensões da qualidade, em relação ao serviço a ser adquirido.

No decorrer do processo de compra e mesmo após a compra, o cliente compara a sua expectativa com o seu julgamento do desempenho, para cada item da dimensão da qualidade, formando um conceito único que será definido como a qualidade perceptível dos serviços. A formação da expectativa tem como base três pontos principais: a comunicação interpessoal, necessidades pessoais e experiência passada, em uma contínua renovação.

Conforme Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), para avaliar a qualidade dos serviços, diversas dimensões são consideradas, cada uma com seu próprio impacto na satisfação do usuário:

- I. **Tangibilidade:** Esta dimensão envolve a aparência das instalações físicas, equipamentos, pessoal e materiais de comunicação. Ela representa os aspectos materiais do fornecimento que podem ser percebidos pelos cinco sentidos humanos. A tangibilidade está relacionada à primeira impressão que o usuário tem do serviço, com base em elementos visuais, auditivos e sensoriais.
- II. **Confiabilidade:** A confiabilidade se traduz na habilidade do fornecedor em executar o serviço de forma segura e eficiente. É a capacidade de prestar o serviço prometido de modo confiável, representando um desempenho consistente e sem falhas. O usuário deve poder confiar que o fornecedor cumprirá o que foi prometido, sem a necessidade de retrabalhos. Essa

- dimensão é fundamental, pois as expectativas dos usuários são mais altas e as tolerâncias a falhas são mais baixas quando se trata de confiabilidade.
- III. Responsividade: A responsividade refere-se à disponibilidade do prestador em ajudar os usuários de forma voluntária. Isso envolve prestar um serviço de maneira atenciosa, com precisão e rapidez de resposta. Está relacionada à disposição dos colaboradores da instituição em auxiliar os usuários e fornecer o serviço prontamente, demonstrando prontidão e interesse.
 - IV. Garantia: A dimensão de garantia está associada à cortesia, ao conhecimento dos colaboradores e às suas habilidades em transmitir confiança aos usuários. Ela abrange a forma como os funcionários lidam com os usuários, seu conhecimento técnico e a capacidade de oferecer orientações seguras.
 - V. Empatia: A empatia diz respeito ao cuidado e à atenção individualizada que a organização oferece aos usuários. Refere-se à capacidade de demonstrar interesse genuíno e atenção personalizada às necessidades dos usuários. A empatia inclui elementos como acessibilidade, sensibilidade e esforço em compreender as preocupações e expectativas individuais dos usuários.

Essas dimensões são essenciais para entender e medir a qualidade dos serviços de saúde e como elas afetam a satisfação dos usuários. Cada uma delas desempenha um papel crucial na formação da percepção do usuário sobre a qualidade do atendimento e contribui para o seu grau de satisfação com os serviços prestados.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo em questão adotou uma abordagem qualitativa com um enfoque exploratório para aprofundar a compreensão do problema em análise, sem fazer suposições prévias. A metodologia empregada se concentrou em uma pesquisa bibliográfica, que envolveu a análise de materiais previamente publicados em bases de dados indexadas. Essa abordagem foi escolhida para obter uma visão abrangente do estado atual do conhecimento relacionado ao tema de estudo.

A pesquisa adotou uma abordagem metodológica abrangente que combinou a análise de dados quantitativos extraídos do sistema de registro e indicadores da Santa Casa com a coleta de dados qualitativos por meio de entrevistas com prestadores de serviço. Essa metodologia permitiu uma análise fundamentada dos aspectos relacionados à qualidade dos serviços de saúde na instituição, oferecendo insights valiosos para a tomada de decisões e a melhoria contínua da qualidade.

A primeira etapa desse processo, envolveu a construção de um acervo bibliográfico. Nesse estágio, foram selecionadas as bases de dados a serem consultadas. Para abranger o período de análise, que se estendeu de 2001 a 2023, foram escolhidas fontes relevantes, incluindo o Google Acadêmico, SciELO, Academia.edu e o Portal Capes. A seleção dessas bases de dados foi baseada em sua importância substancial, uma vez que periódicos indexados desempenham um papel fundamental para pesquisadores que buscam acompanhar os avanços científicos mais recentes. Essas plataformas também facilitam a localização e o acesso a informações dispersas em uma ampla variedade de publicações.

Na segunda etapa da pesquisa, foi realizada a coleta de dados a partir do sistema de registro e indicadores do hospital pesquisado, abrangendo diversos aspectos da instituição de saúde, como desempenho operacional, qualidade dos serviços, tempo de espera e taxa de ocupação. Essa abordagem baseada em dados proporcionou uma análise precisa das informações, permitindo uma visão completa das variáveis relevantes.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. Descrição da empresa ou setor

Localizada em um município no Sul de Minas Gerais, a instituição que é objeto de estudo nesta pesquisa não difere muito das descrições comuns de unidades hospitalares existentes. É uma instituição de longa tradição na cidade, que oferece uma ampla gama de serviços, incluindo cirurgias de alta e média complexidade, Terapia Renal Substitutiva (Hemodiálise), atendimento de Urgência e Emergência, internação clínica e cirúrgica, Tratamento Intensivo para adultos e crianças, além de serviços de apoio ao diagnóstico e tratamento, Ortopedia e Oncologia.

4.2. Apresentação dos resultados

Os resultados obtidos com os entrevistados confirmaram que os usuários são influenciados pelas dimensões do processo, não se limitando apenas aos resultados na avaliação da qualidade do serviço. O padrão de respostas revelou critérios avaliativos gerais que os usuários aplicam, independentemente do tipo de serviço investigado. Esses critérios foram identificados como tangibilidade, confiabilidade, responsividade, competência, cortesia, credibilidade, acesso, compreensão do usuário e comunicação.

Após a análise estatística para determinar as inter-relações entre essas dimensões, três delas permaneceram inalteradas: tangibilidade, confiabilidade e responsividade. Os critérios restantes foram agrupados em duas outras dimensões: garantia e empatia.

O estudo dessas dimensões sugere que os usuários as utilizam como critérios para avaliar a qualidade do serviço. Embora essas dimensões não sejam mutuamente exclusivas, elas fornecem uma estrutura importante para compreender as expectativas dos usuários, delineando aspectos pelos quais os usuários julgam o serviço.

4.3. Discussão dos resultados

Para realizar a pesquisa de satisfação é importante identificar o tamanho da amostra juntamente com a viabilidade de resposta dos usuários ou acompanhantes do serviço de saúde. Foram selecionados para a amostra o total de 20% dos pacientes internados no período de 30 dias, excluindo apenas os setores de Terapia Intensiva Adulto e Neonatal. Para descobrir a quantidade de entrevistado do dia precisamos detectar quantos pacientes estão presente no dia em questão que foi realizado a abordagem para a coleta das respostas. Salvo ressaltar que foram a pesquisa foi realizada em 03 dias aleatórios dentro de 30 dias do mês de agosto de 2023.

Nos dias em questão a amostra disponível para análise eram de 118 pacientes em 04/08/2023, 114 internados em 21/08/2023 e 122 pacientes no dia 28/08/2023, um público total de 358 e sabendo que o percentil da amostra utilizado seria 20%, chegou-se ao total de 72 respondentes válidos.

Quanto à caracterização dos participantes, os participantes da pesquisa são adultos, com uma média de idade de 56,3 anos e uma mediana de 63 anos. Do total, 211 (59%) eram do sexo feminino, enquanto 147 (41%) eram do sexo masculino. Além disso, 83 (23%) dos participantes possuíam algum tipo de convênio, enquanto a maioria, ou seja, 275 (77%), fazia parte do SUS (Sistema Único de Saúde).

Quanto aos atributos de atendimento verificou-se que:

- O instrumento utilizado permitiu avaliar os atributos e conhecer os níveis de satisfação dos usuários da clínica médica e cirúrgica e quais impactava na satisfação geral;
- Houve predomínio de usuários do sexo feminino, porém esta diferença não apresentou significância estatística;
- Após a realização da pesquisa, os resultados evidenciaram que em todos os atributos foi demonstrada satisfação com o serviço, estando mais concentrada nos atributos referentes à equipe médica e equipe de enfermagem;
- Houve satisfação com a equipe médica tanto pelos usuários da clínica médica como da cirúrgica.
- Nas unidades de internação, encontram-se os atributos mais intervenientes na satisfação: no que se refere à equipe de enfermagem estão associados aos cuidados e empenho, sendo os maiores níveis associados a atenção-interesse e educação;
- O serviço de nutrição está relacionado ao atendimento da nutricionista, à qualidade-sabor da dieta e à variedade da comida;
- Os atendimentos de fisioterapia estão relacionados a necessidade de realização ou não, devido à gravidade de cada patologia;
- O serviço de recepção/portaria impacta fortemente na primeira impressão que o cliente tem da instituição, sendo um ponto de melhoria significativa diante dos pontos levantados pela pesquisa;
- É possível afirmar que os usuários estão satisfeitos com os atributos gerais relacionados à limpeza do quarto, inversamente, os relatos principais quanto a estrutura física do hospital referem-se às instalações do banheiro.

Quadro 1 – Atributos de satisfação x observações dos pesquisados.

Atributo	Satisfação (Alta, Média, Baixa)	Observações
Equipe Médica	Alta	Satisfação geral
Equipe de Enfermagem	Alta	Satisfação geral, cuidados e empenho
Nutrição	Alta	Atendimento da nutricionista, qualidade-sabor da dieta, variedade da comida
Fisioterapia	Variável	Relacionado à necessidade de realização
Recepção/Portaria	Média	Impacto na primeira impressão
Limpeza do Quarto	Alta	Satisfação geral
Estrutura Física (Banheiro)	Média	Principais relatos de insatisfação
Tempo de Espera	Variável	Alguns usuários insatisfeitos

Fonte: Resultados da pesquisa. Elaborado pelos autores.

Os principais achados do estudo estão sistematizados no quadro 1. Verificou-se que o tempo de espera é o principal atributo considerado como gerador de insatisfação com o serviço. Não foram observadas associações entre o tempo de espera e a rapidez do preenchimento dos dados iniciais que antecedem o atendimento ou a internação, podendo-se inferir a existência de outros motivos que possam justificar a demora que alguns usuários perceberam para a internação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa possibilitou uma análise aprofundada das dimensões da qualidade dos serviços hospitalares que mais afetam a satisfação dos pacientes. Ficou evidente que as dimensões de tangibilidade, confiabilidade e responsividade desempenham papéis cruciais na percepção da qualidade do atendimento, enquanto as dimensões de garantia e empatia também exercem influências significativas na satisfação dos pacientes.

Esta pesquisa oferece várias contribuições significativas. Em primeiro lugar, reforça a importância de considerar não apenas os resultados clínicos, mas também as dimensões percebidas pelos pacientes ao avaliar a qualidade dos serviços de saúde. Além disso, identificou áreas de oportunidade, como a necessidade de melhorias na recepção/portaria e nas instalações do banheiro, que podem ter um impacto positivo na satisfação dos pacientes.

As recomendações práticas derivadas deste estudo podem ser inestimáveis para gestores hospitalares e profissionais de saúde. É fundamental que as instituições de saúde priorizem a tangibilidade, confiabilidade e responsividade, além de investirem em garantia e empatia para aprimorar a experiência do paciente. Além disso, estratégias destinadas a reduzir os tempos de espera e melhorar a recepção/portaria podem ser implementadas para elevar a satisfação dos pacientes.

Este estudo contribui para uma compreensão mais abrangente das dimensões que moldam a experiência do usuário em serviços hospitalares e oferece diretrizes práticas para aprimorar a qualidade dos serviços e a satisfação dos pacientes. A interação em tempo real entre profissionais de saúde e pacientes durante o atendimento é crucial para garantir a alta qualidade do serviço. A gestão eficaz desses serviços envolve elementos comportamentais, interpessoais e psicológicos, como confiança, interesse, acolhimento, compartilhamento, compreensão, cooperação e proatividade. Nesse contexto, a estratégia de CRM com o cliente surge como uma abordagem importante para compreender e antecipar as necessidades dos pacientes, promovendo a personalização do relacionamento, a fidelidade à marca e o alinhamento com os objetivos estratégicos da instituição de saúde.

A pesquisa identificou dimensões críticas que afetam a satisfação do paciente, incluindo tangibilidade, confiabilidade, responsividade, garantia e empatia. Cada uma dessas dimensões desempenha um papel fundamental na formação da percepção do paciente sobre a qualidade do atendimento. A qualidade percebida está positivamente relacionada à lealdade do paciente, mediada pela satisfação. Portanto, entender e atender às expectativas dos pacientes é essencial para promover a satisfação e a fidelidade dos pacientes.

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa e exploratória, utilizando pesquisa bibliográfica e coleta de dados de campo. Os resultados revelaram níveis satisfatórios de satisfação, especialmente em relação à equipe médica e de enfermagem. No entanto, também foram identificados pontos de insatisfação, como o tempo de espera e questões relacionadas à estrutura física. Esses resultados destacam a importância de abordar esses aspectos para melhorar a experiência do paciente.

Em um contexto de crescente competição e expansão dos serviços de saúde, a satisfação do paciente tornou-se uma preocupação central. É fundamental para as organizações de saúde conhecerem melhor seus clientes e anteciparem suas necessidades, visando criar vantagens competitivas e melhorar a qualidade da assistência. O marketing na área de saúde desempenha um papel importante nesse processo, evoluindo de uma oferta impessoal para um foco na satisfação do cliente.

Para pesquisas futuras, sugere-se que este estudo seja continuado com uma amostragem maior e em diferentes contextos hospitalares, a fim de validar os resultados obtidos. Além disso, uma análise mais aprofundada das interações entre as dimensões da qualidade e seu impacto na satisfação do paciente pode proporcionar insights adicionais para a melhoria dos serviços de saúde.

A avaliação da satisfação dos pacientes em serviços de saúde ainda enfrenta desafios, especialmente devido à intangibilidade inerente aos serviços. No entanto, abordagens como o CRM, quando implementadas com sucesso, podem ajudar as instituições de saúde a compreender e atender às expectativas dos pacientes, promovendo uma melhor qualidade e eficácia na prestação de serviços de saúde.

Esta pesquisa contribui para uma compreensão mais profunda da complexidade da gestão de serviços de saúde e da importância da satisfação do paciente como um indicador crítico de qualidade. Ela destaca a necessidade de considerar diversas dimensões que influenciam a satisfação do paciente e fornece insights valiosos para melhorar a prestação de serviços de saúde, visando atender às expectativas dos pacientes e promover a fidelidade à instituição de saúde.

6. REFERÊNCIAS

1. ANABILA, P. Service quality: A subliminal pathway to service differentiation and competitive advantage in private healthcare marketing in Ghana. *Health Marketing Quarterly*, v. 36, n. 2, p. 136-151, 2019. DOI: 10.1080/07359683.2019.1575062.
2. ÁVILA, S. R.; ÁVILA, M. L. Satisfação de usuários: uma análise dos serviços prestados por uma cooperativa médica. *Revista Administração On Line-FECAP*, v. 2, n. 1, 2001.
3. BORBA, V. R. Estratégias e plano de marketing para organizações de saúde. *Cultura Médica*, 2009.
4. DORIGAN, G. H. Promoção da satisfação e lealdade dos pacientes em instituições de saúde: revisão integrativa. *Revista de Gestão em Sistemas de Saúde*, v. 10, n. 1, p. 1-20, 2021. DOI: 10.5585/rgss.v10i1.17719. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/revistargss/article/view/17719>. Acesso em: 20 ago. 2023.
5. FATIMA, T.; MALIK, S. A.; SHABBIR, A. Hospital healthcare service quality, patient satisfaction and loyalty: an investigation in context of private healthcare systems. *International Journal of Quality & Reliability Management*, v. 35, n. 6, p. 1195-1214, 2018.
6. GANONG, L. H. Integrative reviews of nursing research. *Research in Nursing & Health*, v. 10, n. 1, p. 1-11, 1987.
7. Hajikhani, S.; Tabibi, S. J.; Riahi, L. The relationship between the customer relationship management and patients' loyalty to hospitals. *Global Journal of Health Science*, v.8, n.3, p.65-71, 2016.DOI:<https://doi.org/10.5539/gjhs.v8n3p65>.
8. KOTLER, P.; KELLER, K.L. *Administração de Marketing*. 14 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
9. LIMA, T. C. S. D.; MIOTO, R. C. T. Methodological procedures in the construction of scientific knowledge: bibliographic research. *Revista Katálysis*, v. 10, n. SPE, p. 37-45, 2007.
10. LOUREIRO, F.; CHAREPE, Z. Satisfação do paciente com os cuidados de enfermagem no hospital: análise do conceito. *Cadernos de Saúde*, v. 10, n. 1, p. 23-29, 2 jan. 2018.

11. MENDES, K. D. S.; SILVEIRA, R. C. D. C. P.; GALVÃO, C. M. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. *Texto & Contexto Enfermagem*, v. 17, n. 4, p. 758-764, 2008.
12. MENDONÇA, M. B.; CASTRO, A. P. C. de. Pesquisas de satisfação com pacientes de serviços de saúde: uma pesquisa bibliográfica. *Revista de Administração de Roraima*, v. 10, 2020. CADECON - Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR. Disponível em: <https://revista.ufrr.br/adminrr/>. DOI: 10.18227/2237-8057rarr.v10i0.5956. ISSN 2237-8057.
13. MIGUEL, P. A. C.; SALOMI, G. E. Uma revisão dos modelos para medição da qualidade em serviços. *Production*, v. 14, p. 12-30, 2004.
14. NG, J. H. Y.; LUK, B. H. K. Patient satisfaction: Concept analysis in the healthcare context. *Patient Education and Counseling*, v. 102, n. 4, p. 790–796, 2019.
15. PARASURAMAN, A.; ZEITHAML V. A.; BERRY, L. L. Delivering quality service. Balancing customer perceptions and expectations. New York: The Free Press, 1990.
16. PARASURAMAN, A.; ZEITHAML V. A.; BERRY, L. L. A conceptual model of services quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, v. 49, n. 4, 1985, p. 41-50.
17. PENA, M. M.; SILVA, E. M. S. D.; TRONCHIN, D. M. R.; MELLEIRO, M. M. The use of the quality model of Parasuraman, Zeithaml and Berry in health services. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, v. 47, n. 5, p. 1227-1232, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0080-623420130000500030>.
18. PEVEC, T.; PISNIK, A. Empirical evaluation of a conceptual model for the perceived value of health services. *Slovenian Journal of Public Health*, v. 57, n. 4, p. 175-182, 2018. DOI: <https://doi.org/10.2478/sjph-2018-0022>.
19. SHABBIR, A.; MALIK, S. A.; MALIK, S. A. Measuring patients' healthcare service quality perceptions, satisfaction, and loyalty in public and private sector hospitals. *Rev. Gest. Sist. Saúde*, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 1-20, jan./abr. 2021.
20. SILVA, E. L. D.; MENEZES, E. M. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. 2001.
21. SPEIGHT J. Assessing patient satisfaction: concepts, applications, and measurement. *Value Health*, v. 8, n. 1, p. S6-8, 2005. Disponível em: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/16336490>.
22. SPILLER, Eduardo Santiago; SENNA, Ana Maria; SANTOS, José Ferreira Dos; VILAR-SPILLER, Josier Marques. *Gestão dos serviços em saúde*. 86 p., 2015.
23. WALKER, D. O cliente em primeiro lugar: o atendimento e a satisfação do cliente como uma arma poderosa de fidelidade e vendas. Makron, 1991.
24. WHITTEMORE, R.; KNAFL, K. The integrative review: updated methodology. *Journal of Advanced Nursing*, v. 52, n. 5, p. 546-553, 2005.
25. ZHOU, W.-J.; WAN, Q.-Q.; LIU, C.-Y.; FENG, X. L.; SHANG, S. M. Determinants of patient loyalty to healthcare providers: an integrative review. *International Journal for Quality in Health Care*, v. 29, n. 4, p. 442-449, 2017.