

O CLIENTE CO-PRODUTOR DE RESULTADOS EM SAÚDE: DA TEORIA À PRÁTICA

João Filipe Ferreira¹; Anabela Teixeira; Cláudio Preto

¹Casa de Saúde Rainha Santa Isabel

Introdução: A qualidade do serviço prestado é entendida actualmente como uma necessidade inerente aos próprios serviços. Esta é o conjunto de todas as características de um produto ou serviço que visam satisfazer as necessidades dos clientes. A satisfação do cliente traduz a medida em que o serviço prestado vai ao encontro das suas expectativas (Hoffman e Bateson, 2006). Esta avaliação do serviço prestado induz as organizações a iniciar um processo de melhoria dos seus serviços e processos, no sentido do sucesso e crescimento organizacional. Desta forma, o cliente assume-se como co-produtor de resultados, uma vez que condiciona a qualidade dos serviços e o planeamento dos mesmos.

Metodologia: A metodologia descritiva utilizada baseia-se numa análise dos dados obtidos no período de 2014 a 2015. Os dados traduzem a percepção dos clientes quanto à participação e envolvimento; quanto à oportunidade de expressar opiniões, sugestões e reclamações; quanto à medida em que o serviço prestado vai ao encontro das suas expectativas; quanto ao planeamento dos serviços e seu impacto na qualidade de vida.

A análise reflecte a implementação do ciclo PDCA (Plan, Do, Check, Act), nos variados níveis (macro e micro) e pretende demonstrar o papel propulsor do cliente na mudança das organizações cujo *core business* é a assistência em saúde.

Resultados: Os dados provêm da análise de 495 questionários de avaliação de satisfação de clientes, 5 reclamações, 8 sugestões e 30 agradecimentos, 7 projectos/ações de melhoria e 2 acções de formação despoletadas por necessidades identificados pelos clientes e da monitorização do planeamento (individual e organizacional). Os resultados encontrados são positivos e evidenciam elevados níveis de satisfação, participação e envolvimento, bem como as suas implicações no serviço prestado.

Conclusão : Neste sentido, conclui-se que a inclusão do cliente como elemento ativo do ciclo PDCA, tem efeitos diretos nos resultados de saúde e na percepção que os clientes têm dos mesmos. Pelo que a implementação de práticas promotoras do empoderamento, aliadas a políticas de melhoria contínua, deverá conduzir à reorganização das instituições de saúde. Esta mudança deverá ocorrer através da utilização de novos modelos de gestão e construção de uma cultura orientada para os resultados e centrada no cliente.

Palavras-Chave: Cliente co-produtor, resultados em saúde, expectativas.

Referências Bibliográficas:

Hoffman, K. D. & Bateson, J. E. G. (2006) *Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.