

**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**ANÁLISE DO ATENDIMENTO NO PRONTO SOCORRO DO
HOSPITAL LÚCIO REBELO**

Aluna: Sebastiana Nunes dos Santos
Orientador: Professor M.e Rafael
Neves Flôres Belmont.
Examinador: Orlando Costa Dias

Aparecida de Goiânia, 2015

**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**ANÁLISE DO ATENDIMENTO NO PRONTO SOCORRO DO
HOSPITAL LÚCIO REBELO**

Artigo apresentado em cumprimento às exigências para término do Curso de Administração sob orientação do Prof. Mestre Rafael Neves Flôres Belmont.

Aparecida de Goiânia, 2015

**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Sebastiana Nunes dos Santos

**ANÁLISE DO ATENDIMENTO NO PRONTO SOCORRO DO
HOSPITAL LÚCIO REBELO**

Artigo apresentado em cumprimento às exigências para término do Curso de Administração sob orientação do Prof Mestre Rafael Neves Flôres Belmont.

Avaliado em _____ / _____ / _____

Nota Final: () _____

Professor- Orientador (nome completo e titulação)

Professor Examinador

RESUMO

Este trabalho tem como fator principal o atendimento com qualidade aos clientes do Pronto Socorro do Hospital Lucio Rebelo. Sugere ao Hospital Lucio Rebelo através de referencias bibliográficas e através de pesquisa de campo como prestar um atendimento humanizado, de qualidade, atendendo não apenas as necessidades dos clientes, mas principalmente superando as suas expectativas, investir em seus colaboradores com treinamentos adequados, investir em infra-estrutura para conseguir atender a demanda de clientes e principalmente manter o foco no cliente. Contudo espera-se que a Organização mantenha a melhoria continua, sempre buscando satisfazer o cliente de diversas maneiras para assim continuar no mercado e tornar-se uma empresa com um alto grau de competitividade.

Palavras-chave: Atendimento; qualidade; cliente

Abstract

This work has as main factor the service quality to customers the Emergency Room of the Hospital Lucio Rebelo. Suggests to Lucio Rebelo Hospital through bibliography and through field research and provide humane care , quality , meeting not only the needs of customers , but mostly exceeding their expectations , invest in its employees with appropriate training , investing in infrastructure ture to be able to meet the demand of customers and mainly stay focused on the client. However it is expected that the Organization keep continuous improvement , always seeking to satisfy the customer in various ways so as to remain on the market and becoming a company with a high degree of competitiveness.

Keywords: Attendance; quality; customers

Introdução

O presente trabalho apóia-se na importância da promoção da qualidade no atendimento a pacientes de urgência e emergência de um hospital privado, desde o atendimento inicial ao atendimento médico, tendo em vista, que o perfil dos clientes é de pessoas frágeis, debilitadas que precisam de uma atenção maior por se tratar da sua saúde. Sempre tendo como fator principal a humanização no atendimento desses pacientes buscando melhorias em serviços de excelência e a preocupação no tratamento entre os colaboradores, paciente e familiar.

A qualidade de serviço tem sido hoje uma grande preocupação para as organizações por ser essencial para toda e qualquer empresa que quer ser competitiva e se tornar líder no mercado. Silva (2005) explica que as organizações precisam definir qualidade considerando a percepção dos clientes, caso contrário nenhum programa de qualidade vai ter sucesso, deve se perceber que o que mais leva em conta é a qualidade na forma em que é percebida pelos clientes.

O estudo foi realizado no Hospital Lucio Rebelo situado no setor Pedro Ludovico, para realização do estudo foi analisado o atendimento no pronto socorro que hoje é uma das áreas mais críticas do hospital devido à falta de estrutura e outros fatores que dificultam o atendimento, ocasionando transtornos aos pacientes que procuram a unidade de saúde.

Visando a melhoria no atendimento a pacientes do pronto socorro, foi realizada uma pesquisa bibliográfica para identificar os princípios básicos de um bom atendimento, conhecer melhor seus clientes e o que os mesmos esperam ao procurarem esse atendimento na empresa. Foi proposto plano de melhoria no primeiro atendimento e no atendimento médico envolvendo os processos de cada setor para melhor atender o cliente, e proporcionar melhorias para os seus colaboradores proporcionando cada vez mais a qualidade do serviço prestado para o cliente.

Atendimento ao cliente

O atendimento com qualidade é primordial, pois agrega valores junto ao produto/serviço. É importante que o atendimento seja diferenciado, sendo o primeiro contato do cliente com a empresa. Cada cliente tem suas particularidades, estando cada vez mais exigente para receber um atendimento com respeito e cordialidade.

O atendimento ao cliente significa o fornecimento de produtos ou prestação de serviços solicitados de modo a atender todas as suas necessidades, os clientes possuem expectativas crescentes, isso faz com que a organização esteja inovando sempre (SHIOZAWA, 1993).

São vários os fatores que afetam o atendimento ao cliente, como a capacitação que deve ter o recurso humano em caso de problemas pessoais, ou uma preparação inadequada para a função, problemas sócio econômico também como a perda do poder aquisitivo, problemas sociais e dificuldades pessoais (SHIOZAWA, 1993).

O atendimento inicial é a porta para o sucesso da organização, não basta apenas ter produtos, serviços de qualidade ou as melhores tecnologias se o atendimento inicial não for prestado de maneira correta. O segredo de sempre manter um bom relacionamento com o cliente é a forma de tratamento com o mesmo, sempre fazer um atendimento com cordialidade, mostrando interesse em resolver o seu problema.

Hoje os clientes escolhem onde querem comprar baseados em diversos fatores como custo benefício, qualidade do produto ou serviço e principalmente baseados nas suas experiências pessoais relacionadas ao atendimento. O primeiro atendimento faz a diferença em qualquer tipo de organização, os problemas no atendimento surgem devido a alguns fatores como a demora para atender as necessidades do cliente, falta de agilidade nos processos, falta de atenção para com o cliente, são alguns fatores que fazem a diferença em atendimento.

Segundo Bentes (2010) para prestar um bom atendimento e garantir a satisfação do cliente é necessário conhecer seus clientes, saber das suas principais necessidades, e atuar segundo o foco do cliente e conseqüentemente bem atendê-lo. Atuar segundo o foco do cliente é praticar a empatia, se colocar no lugar dele. Conhecer o mercado, os padrões, a tendência e a concorrência fazem parte do foco ao cliente.

Existem diversas maneira de cativar o cliente, como por exemplo, chamá-lo pelo nome, isso fará com que ele se sinta importante, além de se aproximar, mais dele, sempre trabalhar de acordo com o ritmo do cliente atuando com foco ao cliente, ser educado a todo o momento, cumprimentar sempre com muita gentileza e com um sorriso no rosto, não atender a outros clientes ou fazer ligação no momento do atendimento (BENTES, 2010).

Bentes (2010) explica que as organizações precisam investir mais em seus colaboradores para que eles estejam sempre satisfeitos em trabalhar naquele ambiente e atender bem seus clientes. Colaboradores insatisfeitos terão menor produtividade, em contrapartida estarão mais motivados a falar mal da Organização, além das chances de perdas por erros que podem acontecer no ambiente de trabalho.

Ainda sobre Bentes (2010) quando se fala em colaboradores bem preparados é preciso pensar em desenvolver competências voltadas para a necessidade do cliente e é preciso que todos os setores estejam envolvidos nas ações de desenvolvimento. Algumas recomendações são importantes para que os colaboradores estejam preparados para atender bem os clientes, como conhecer bem o produto para poder passar informação correta, ter facilidade de relacionamento e comunicação para aumentar sua eficácia no atendimento.

Com todo esse conjunto de fatores que fazem com que o atendimento atenda as necessidades do cliente, a Organização vai ter um diferencial competitivo, além dos serviços atenderem as necessidades do cliente, o atendimento prestado será de excelência.

Bentes (2010) explica também sobre a necessidade das Organizações estarem personalizando o atendimento, o que significa oferecer realmente o que o cliente espera, só que de maneira destacada, diferenciando da concorrência podendo oferecer preços mais vantajosos, já que os clientes optam por preços menores quando se trata de produtos ou serviços similares.

Atualmente as Organizações estão enfrentando uma enorme dificuldade, que é a crescente concorrência, pois cada vez mais as empresas estão percebendo o valor que o cliente tem e estão investindo mais na atração deles e personalizando seus serviços para maior comodidade do cliente. Kotler (2000) explica que para as Organizações estarem a frente dos seus concorrentes e vencerem no mercado, basta realizar um bom trabalho de atendimento e satisfação das necessidades dos clientes.

Muitas organizações ainda não conseguem ter um bom relacionamento com seus clientes, não sabem lidar com eles, gerando demora no atendimento, e fazendo exigências burocráticas para atender a solicitação do cliente, dificultando ainda mais o atendimento (COSTA, 2004).

Marketing de relacionamento

O marketing de relacionamento para as Organizações é de suma importância para criar estratégias, para atrair clientes, e saber se suas necessidades estão sendo atendidas, para assim conseguir atender toda demanda de clientes. Contudo, a Organização está totalmente voltada para o cliente, o seu sucesso depende do mesmo, portanto é necessário criar boas relações com os mesmo.

Silva (2005) afirma que o marketing de serviço da saúde por se tratar de uma especialidade, além de ter que adotar uma filosofia contemporânea geral do marketing, é necessário que criem uma própria estrutura e sua filosofia para se adequar às especificações e peculiaridade. Portanto os estudiosos do marketing precisam conhecer essas especificações para ser capaz de viabilizar seus planos e programas.

Segundo Silva

O marketing de relacionamento interativo ou não é aquele que implementa ações no sentido de personalizar a relação com o cliente, de um lado, ouvindo-o e, do outro, orientando-o sobre assuntos que venham contribuir para melhorar sua qualidade de vida. Esse relacionamento devera gerar parcerias na relação de troca, buscando transformar usuários em clientes fiéis e leais.(SILVA, 2005, p.53)

Cobra (2011) explica que é preciso descobrir o que o cliente quer, quais as suas necessidades , o foco é entender e responder as necessidade dos mesmo, para isso é necessário o envolvimento de toda Organização, de todos os setores, desde os distribuidores, fornecedores, porteiros, telefonista, recepcionista até o presidente devem ser praticantes de marketing.

Atendimento hospitalar

Através do atendimento com qualidade, o cliente espera satisfazer suas necessidades e solucionar seus problemas da melhor maneira possível. O atendimento na área hospitalar não é diferente, o paciente/cliente espera ter um atendimento diferenciado desde a recepção, até o atendimento médico.

O atendimento realizado na recepção é de suma importância, sendo o primeiro contato que o cliente/paciente tem ao chegar ao hospital, por isso é necessário pessoas altamente qualificadas e treinadas para prestar esse atendimento. Vários fatores podem contribuir para que esse atendimento inicial não seja de qualidade, como falta de cordialidade, falta de educação, excesso de burocracia, e desconhecimento de informações. Um dos fatores que mais implica na qualidade do atendimento e do serviço prestado é a demora do atendimento médico.

Segundo Silva (2005) para o hospital a medida de sucesso não é a maior receita que proporciona maior lucro mais sim o melhor atendimento que pode proporcionar para o cliente, o maior grau de satisfação juntamente com a melhor assistência medica hospitalar, atendimento eficiente e humanizado.

O objetivo do hospital não pode ser focado apenas na cura do paciente, mas também no tratamento individual ao paciente e seus familiares, pois mesmo o paciente obtendo sucesso no tratamento e o atendimento não atender as expectativas dos mesmos, o hospital perde a credibilidade e o reconhecimento que iria contribuir para sua imagem, e todo esse prestígio é transmitido apenas para o corpo clínico responsável por aquele paciente (SILVA, 2005).

Com a base nos resultados da pesquisa quantitativa realizada no artigo I no Hospital Lucio Rebelo foi identificado o grau de satisfação em relação à qualidade do atendimento, a infra-estrutura, o corpo clínico (médicos da unidade) e o tempo de espera para o atendimento médico. Dentre esses fatores os que mais tiveram relevância foi o atendimento na recepção e o tempo de espera com mais de 50% dos entrevistados avaliando como ruim.

Figura nº 1 Entrada Pronto Socorro



Fonte: foto do pronto socorro HLR

Figura nº 2 Pronto Socorro



Fonte: foto do pronto socorro HLR

Qualidade no atendimento

O termo qualidade nos dias de hoje é praticamente um manual para toda e qualquer tipo de organização que quer se tornar líder no mercado. Nos países mais desenvolvidos a muito tempo a qualidade dos seus produtos, serviços e atendimento já era considerado o aspecto principal, no Brasil também não foi diferentes

Organizações começaram a perceber que teriam que seguir esse mesmo padrão para não perderem em termos de competitividade. Contudo as Organizações se tornaram mais competentes e capazes de atender as necessidades dos clientes. "O sucesso de ontem não garante o sucesso e nem o lugar de competidor no mundo de amanhã. O que vale é ter competência para ser competitivo" (BENTES, 2010, p.18).

Qualidade no atendimento é necessária em todo tipo de Organização, seja ela pública ou privada, em qualquer ramo de atuação, tendo em vista que, a qualidade desenvolve um papel importante no ambiente organizacional.

A qualidade salienta o atendimento às necessidades, os desejos e as expectativas dos clientes, esses conceitos tem sido constante nas diversas formas de definição da qualidade. Essa concepção aborda diversos itens, como preço, logística, processo de fabricação dentre outros, dependendo da natureza do consumo alguns aspectos tem mais relevâncias na hora da compra (CARVALHO, 2005).

Muitas organizações determinam padrões de atendimento ao cliente, ou seja, de como deve ser o atendimento. Moraes (2002) explica que diferentemente das especificações de produtos nas organizações industriais, os atributos das qualidades que são características do serviço esperado pelo cliente, são subjetivas, de difícil mensuração e só tem relevância mediante a análise das opiniões dos clientes, visto que é através desses atributos da qualidade que se avalia a qualidade do serviço. Por isso o colaborador não pode se limitar a fazer apenas o que foi estabelecido, podendo não atender as expectativas dos clientes, é preciso um diferencial para assim conseguir proporcionar ao cliente uma experiência de serviço de qualidade.

Ainda sobre Moraes (2002) ele refere que no serviço as partes dos atributos da qualidade dependem dos aspectos pessoais das pessoas, como elas interagem com os clientes, atributos como, por exemplo, a empatia e a cordialidade só fazem sentido se for espontâneo, um sorriso falso e uma empatia forçada só vai tornar, mais desagradáveis a situação. Para se criar um bom relacionamento entre o atendente e os clientes é preciso criar um clima interno que seja agradável tanto para os colaboradores como para os clientes. Se os colaboradores se sentirem bem

é provável que tratem os clientes bem, do mesmo modo se os colaboradores não estiverem se sentindo bem será difícil tratar os clientes bem.

E fundamental que todos os setores da organização estejam envolvidos em busca do mesmo objetivo, de proporcionar um atendimento com qualidade, Oakland (1994) refere que para uma organização ser eficaz é preciso que todas as suas partes trabalhem em conjunto de maneira adequada, cada pessoa, cada função da Organização afeta e é afetada pelos outros, os erros de um setor pode se multiplicar em outro levando a mais erros e a mais problemas e assim por diante. A qualidade como atendimento as exigências do cliente possibilita as pessoas de diferentes funções a se comunicarem facilmente na busca de um objetivo comum independente de suas habilidades.

Segundo Silva (2005) a qualidade do serviço esta inserida em todos os processos da Organização, no caso de um paciente que vai se submeter a um ato cirúrgico está em contato com todos os processos incluindo o primeiro atendimento na recepção, no envolvimento com o corpo clinico até o momento da alta. Portanto a qualidade do serviço depende inteiramente da parte administrativa, das tecnologias dos aparelhos e da situação do paciente. Um dos fatores que dificulta ainda mais a qualidade do serviço na área da saúde é a indisponibilidade tanto de médicos quanto de hospital onde os clientes precisam esperar cada vez pelo atendimento, implicando na qualidade do serviço, portanto se faz necessário prestar um atendimento eficaz.

Quando o atendimento prestado é de baixa qualidade a organização vai perdendo a credibilidade no mercado, mesmo com alto investimento em marketing, pois a comunicação boca a boca influencia bastante no mercado, podendo garantir o sucesso, ou o total fracasso da empresa. Mesmo que o cliente/paciente tenha solucionado o seu problema de saúde, se o atendimento pessoal não for de qualidade, isso influenciará a imagem do hospital, fazendo com que haja perda de oportunidade de reconhecimento no mercado (SILVA, 2010).

Algumas Organizações ainda não entendem que hoje o maior fator competitivo é a qualidade, não basta ter melhores produtos se não atender os

requisitos da qualidade. Oakland (1994) explica que qualquer tipo de organização seja ela um hospital, um banco, uma companhia aéreas ou uma fabrica a competição sempre existe por clientes, por pacientes ou por recursos, e restam poucas pessoas que ainda precisam ser convencidas que a qualidade é um dos fatores mais importantes da competitividade.

Treinamento para Qualidade

Para as Organizações é primordial ter colaboradores treinados e capacitados para atender seus clientes e superar suas expectativas. Bentes (2010) afirma que o diferencial competitivo está em empresas terem pessoas preparadas, não adianta ter a melhor das estratégias, tecnologias se for operadas por pessoas despreparadas.

Para Chiavenato (2010) treinamento é um processo educacional de curto prazo e aplicado de maneira organizada, por meio do qual as pessoas aprendam conhecimento, atitudes e competência em função de objeto definido, tem como foco além das preocupações com informações, habilidade e atitudes, desenvolver certas competências desejada pelas Organizações.

Segundo Albrecht (1998) a Organização precisa escolher um método que seja da natureza da sua organização de pessoal e da mensagem que pretende transmitir. Desse modo as equipes irão poder atender seus clientes de maneira adequada transmitindo a mensagem que a Organização quer passar para seus clientes.

De acordo com Oakland (1994) para o treinamento ser eficaz, deve ser planejado de maneira objetiva, o treinamento com qualidade tende a ser contínuo, não envolvendo apenas as mudanças tecnológicas, mas também o ambiente que a Organização atua e o mais importante, os colaboradores.

Conforme Oakland (1994) os primeiros passos para identificar os objetivos de treinamento são:

- Como os requisitos do cliente são transmitidos através da organização?
- Que áreas precisam melhorar seu desempenho?
- Que mudanças são planejadas para o futuro?

- Que novos procedimentos e condições precisam ser redigidos? (OAKLAND,1994, p.384)

Do mesmo modo Oakland (1994) ensina como avaliar e esclarecer as necessidades do treinamento em qualidade com algumas perguntas que precisam ser respondidas:

- a) Quem precisa ser treinado?
- b) Que competências são necessárias?
- c) Que duração devera ter o treinamento?
- d) Quais são os benefícios esperados?
- e) É urgente a necessidade do treinamento?
- f) Quantas pessoas devem ser treinadas?
- g) Quem vai se encarregar de realizar o treinamento
- h) Que recursos são necessários, por exemplo, dinheiro, pessoal, equipamento, instalações,apoio externo? (OAKLAND,1994, p.385)

É fundamento que o treinamento da qualidade tenha uma revisão da eficácia contínua, a medição dessa eficácia pode ser medida assimilando o curso ou um programa de treinamento, verificando o comportamento durante as auditorias da qualidade, comparando o comportamento dos colaboradores com os objetivos do treinamento em qualidade (OAKLAND, 1994).

Novamente Chiavenato (2010) explica que as pessoas apresentam uma capacidade de aprender e se desenvolver incrível, que o processo de desenvolvimento das pessoas esta relacionado ao processo de educação. Todo modelo de formação, desenvolvimento, educação ou treinamento deve assegurar as pessoas de ser aquilo que pode ser através de suas potencialidades. Desenvolver pessoas não é apenas passar informação, é acima de tudo passar informação básica para que aprendam novas atitudes, idéias, soluções e que modifiquem seus comportamentos e tornem mais eficazes.

As pessoas são peças fundamentais dentro da Organização, é seu maior patrimônio, desde níveis mais baixos até os níveis superiores, passou a ser essencial para o sucesso da Organização. Em um mercado competitivo as empresas precisam se preparar para os desafios da inovação e da concorrência. Para as Organizações obterem sucesso é necessário pessoas ágeis, espertas, pessoas que fazem a diferença que prestam serviços de maneira notável. Para que sejam alcançados esses objetivos é essencial o treinamento e desenvolvimento. As Organizações mais bem sucedidas investem em treinamento para obterem o retorno

esperado, e não nota isso como um custo, mas sim como um investimento (CHIAVENATO, 2010).

Chiavenato (2010) ensina algumas técnicas de treinamento que são:

Leituras: é umas das técnicas mais utilizadas para transmitir informações. A leitura é um meio de comunicação onde o instrutor apresenta as informações verbalmente para o grupo de pessoas.

Instrução programada: é utilizada para transmitir informações sem a presença de um instrutor. Algumas partes das informações que requeiram respostas relacionadas são apresentadas individualmente aos treinandos.

Treinamento em classe: é realizado fora do ambiente de trabalho em uma sala de aula, onde o conteúdo do treinamento é transmitido por um instrutor ou um professor.

Computer-based training (CBT): É o treinamento que tem ajuda da tecnologia da informática (TI), pode ser realizado através de CDs, DVDs, ou disquetes com ajuda multimídias.

É preciso saber se o programa de treinamento atingiu seu objetivo, se treinamento teve eficácia, se atendeu suas necessidades. Levando em consideração que o treinamento teve um custo, custo de materiais, perda de produção enquanto os colaboradores estavam sendo treinados, tudo isso requer um retorno razoável. Deve se analisar se o programa de treinamento atendeu as necessidades, algumas medidas de avaliação podem auxiliar como por exemplo verifica qual foi o custo do treinamento, como o treinamento atendeu as expectativas, se atendeu as necessidades dos clientes e colaboradores e qual foi o resultado obtido (CHIAVENATO, 2010).

Análise do Ambiente Organizacional

O pronto socorro do hospital Lúcio Rebelo é a principal porta de entrada dos clientes para todos os demais setores como realizações de exames, consultas e internações. Levando em consideração que é um dos setores mais importante do hospital foi realizada uma pesquisa de campo no Artigo I utilizando o método qualitativo, por ser um trabalho com coletas de dados mais detalhada com um pouco de interferência do método quantitativo, onde foram utilizadas algumas informações numéricas, sendo abordada a técnica de entrevistas, que tem o intuito de colher informações de um determinado assunto com conversação de natureza profissional, com entrevistas estruturadas, onde o roteiro já esta previamente estabelecido, com questionário com perguntas fechadas e com alternativas fixas (LAKATOS, 2010).

Com a aplicação do questionário foi possível obter dados mais completos sobre os tipos de cliente, sobre suas necessidades, suas opiniões e sobre diversos fatores que influenciam diretamente a organização. Foi realizado o questionário com perguntas de múltipla escolha, com perguntas de estimação ou avaliação que "consistem em emitir um julgamento através de uma escala com vários graus de intensidade para um mesmo item" (LAKATOS 2010, p.189).

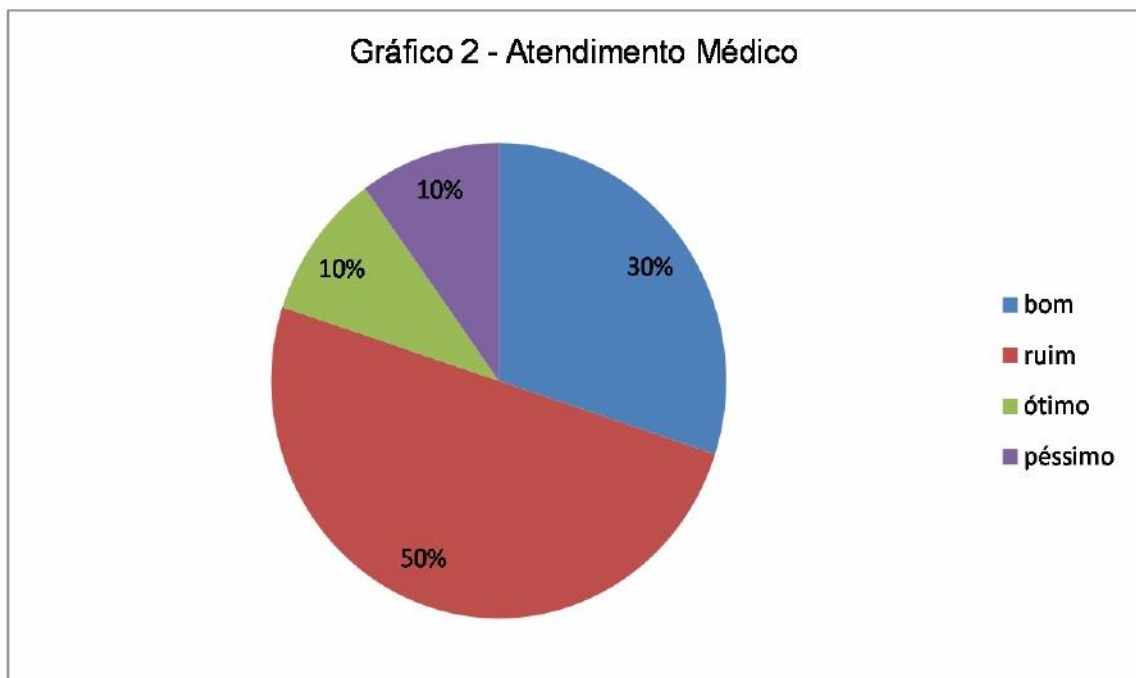
Para levantamento dos principais problemas do pronto socorro da unidade, foi realizado um pesquisa de campo quantitativa, pela qual foram entrevistados 20 pacientes, que representam aproximadamente 10% da quantidade diária de consultas da unidade, sendo 7 pessoas do sexo masculino e as outras 13 do sexo feminino; a média de idade dos entrevistados foi de 41 anos de idade, no qual o entrevistado de menor idade tinha 19 anos e o com maior idade 92 anos. A pesquisa possibilitou identificar o grau de satisfação em relação à qualidade do atendimento na recepção, atendimento médico, a infraestrutura, tempo de espera para o atendimento médico e a equipe de enfermagem no dia 05 de maio de 2015 no período matutino e vespertino.

O estudo apontou que (25%) dos pacientes avaliaram o atendimento na recepção como bom, (40%) como ruim, (5%) como ótimo e (30%) como péssimo, como mostra no Gráfico 1.



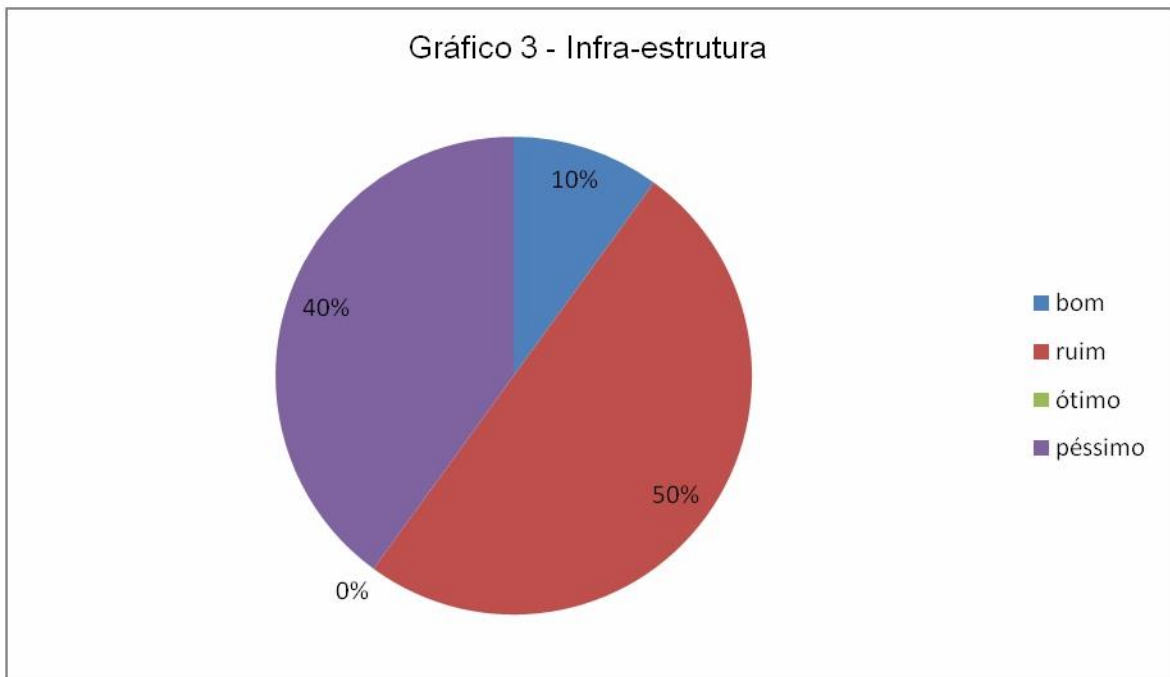
Fonte: pesquisa realizada pela autora.

Em relação ao atendimento médico, (30%) dos pacientes avaliaram como bom, (50%) como ruim, (10%) como ótimo e (10%) como sendo péssimo.



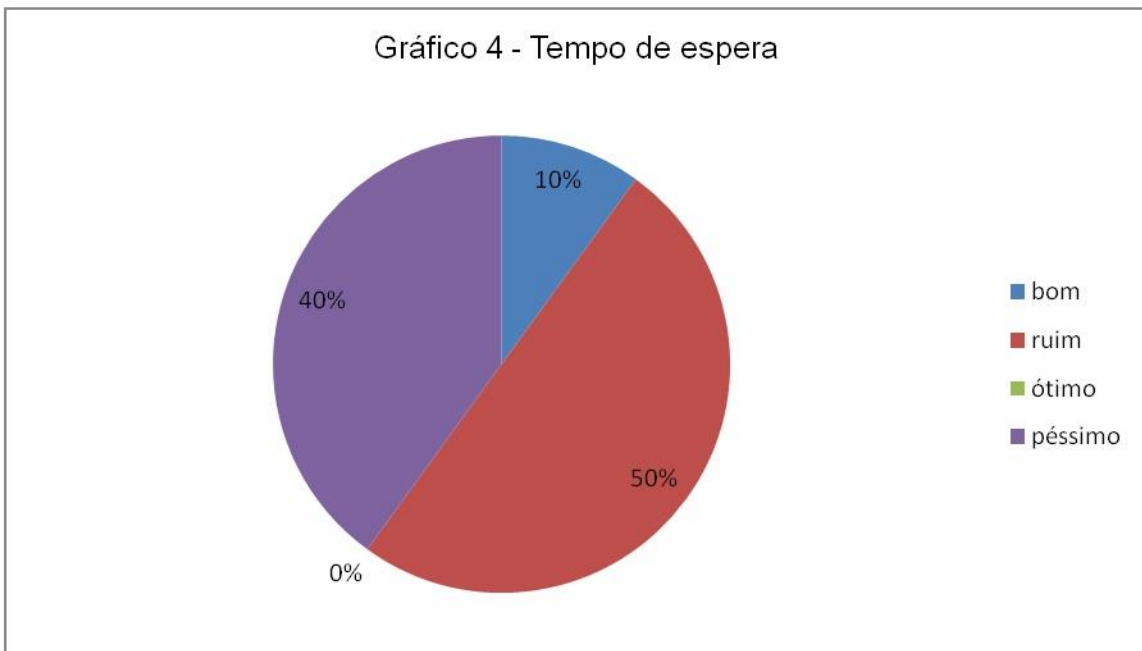
Fonte: pesquisa realizada pela autora.

Quanto à infra-estrutura (10%) dos pacientes avaliaram como boa, (50%) como ruim, (0%) como sendo ótima e (40%) péssima.



Fonte: pesquisa realizada pela autora.

Os pacientes avaliaram o tempo de espera como (10%) como bom, (50%) como ruim, (0%) como ótimo e (40%) como péssimo.



Fonte: pesquisa realizada pela autora.

E com relação ao atendimento dos profissionais de enfermagem (20%) avaliaram como sendo bom (40%) como ruim (10%) como ótimo e (30%) péssimo.



Fonte: pesquisa realizada pela autora.

Plano de melhorias

Para tentar amenizar os impactos no atendimento devido a esses fatores foi proposto algumas ações de melhoria como, por exemplo, colocar um painel no centro do pronto socorro com as seguintes identificações:

Identificação de retorno de exames,

Identificação de consultas que ainda estão aguardando atendimento;

Identificação da triagem, quantos pacientes ainda faltam para passar pela triagem

Em relação a triagem (onde é feito a classificação de risco): não deixar somente uma pessoa para fazer a triagem, que é essencial no atendimento para priorização de atendimento de urgência, onde vermelho significa emergência, amarelo que significa urgência maior, verde que significa não urgência, e branco onde significa não classificado, com isso o atendimento na triagem seria mais ágil e facilitaria mais o atendimento médico.

Com relação ao atendimento médico: foi proposto que seja feito a contratação de um terceiro médico das 10:00 hrs as 15:00 hrs, para continuar o atendimento após a troca de plantão, isso aliviaria o fluxo de pacientes e de retornos dos exames.

Foi proposto um treinamento para os funcionários da recepção para melhor atender os clientes e passar maior segurança para o paciente. Esse treinamento será realizado no auditório da empresa pelo coordenador do departamento nos horários matutino e vespertinos durante 2 meses, duas vezes por semana , será feito um revezamento entre os colaboradores para que os pacientes não fiquem prejudicados na falta de alguns colaboradores.

Figura-3 Cronograma

Meses	Janeiro				Fevereiro				Março				Abril			
Propostas																
Treinamento para os funcionários																
Mais um médico para triagem																
Contratação de um terceiro médico																
Implementação do painel de controle																

Fonte: elaborado pela autora.

Resultados esperados

O atendimento com qualidade é o foco principal da Organização, proporcionando maior credibilidade no mercado, pois os clientes procuram um atendimento humanizado, com um cuidado especial, principalmente por se tratar de saúde. Um bom atendimento é indispensável em qualquer situação.

Com colaboradores devidamente treinados para prestar um atendimento de excelência, a empresa ganha no requisito de competitividade por oferecer um

atendimento diferenciado dos demais concorrentes, mesmo que outras empresas ofereçam produtos/serviços semelhantes. O aumento do corpo clínico minimiza o tempo de espera dos pacientes proporcionando maior qualidade de vida para os clientes e colaboradores.

Com as propostas sugeridas para a Organização, como o painel eletrônico, que proporciona ao paciente a informação do tempo de espera do seu atendimento, ficando a critério do mesmo a escolha de esperar ou não para ser atendido, evitando assim constrangimento, espera excessiva e aborrecimento por parte do cliente e gerando mais qualidade de vida para o mesmo, fazendo com que os pacientes se sintam acolhidos por receberem um tratamento diferenciado.

Considerações finais

O trabalho realizado no Hospital Lucio Rebelo foi de suma importância pelo conhecimento adquirido no decorrer da pesquisa, na área de atendimento, como prestar um atendimento de qualidade principalmente na área hospitalar que é um pouco mais complicada por se tratar de clientes indefesos e frágeis.

É necessário que a qualidade esteja inserida em todos os setores da empresa, não adianta o setor da recepção atender bem e prestar um serviço de qualidade se o atendimento médico não atender as expectativas do paciente, do mesmo modo, que se o atendimento da recepção for de péssima qualidade e o atendimento médico for excelente, com certeza o que vai contribuir para a imagem da empresa é o atendimento ruim de algumas das partes.

Para Queiroz (2011, p.69) atender bem "significa ter preocupação, cuidados especiais, ser zeloso no trato, cauteloso, solícito, mostrando verdadeiro interesse pelo cliente".

A preocupação em prestar um serviço de qualidade para o cliente em um âmbito hospitalar é um pouco maior, por se tratar de pessoas debilitadas, que

precisam de atenção e um cuidado especial. "Ter qualidade é o que se espera das empresas, minimamente e já não é mais diferencial. Todavia caso sua empresa não a possua não será sustentável em um mercado extremamente desafiador e progressivamente competitivo" (BENTES, 2010, p.173).

Foi possível perceber com a realização desse trabalho o quanto um atendimento com qualidade faz a diferença dentro de uma organização diante de um mercado competitivo onde os clientes estão cada vez mais exigentes. Nota-se também que cada cliente tem suas particularidades, cabe a empresa procurar conhecer mais o perfil de seus clientes e ter um bom relacionamento com o mesmo.

Referências

ALBRECHT, Karl. **Revolução nos serviços: Como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar seus clientes** / tradução de Antonio Zoratto Sanvicente.-5.ed.- São Paulo:Pioneira, 1998-(biblioteca pioneira de administração e negocio

BENTES, Otavio / **Atendimento ao Cliente.** / _ Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2010.

CARVALHO, Marly Monteiro de. **Gestão da qualidade: Teoria e casos/** Marly Monteiro de Carvalho... {Et al} - Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.- 10º reimpressão.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 3.ed. Rio de Janeiro, 2010.

COBRA, Marcos, **Administração de Marketing.** - 2. Ed.- 7. Reimpr. - São Paulo: Atlas 2011

COSTA, Clovis Corrêa da: **O verdadeiro valor do cliente: Marketing individual - como ganhar mercado com atendimento customizado,-** Rio de Janeiro : Elsevier, 2004.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio.** São Paulo: Prentice Hall, 2000

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica.** 6. ed.São Paulo: Atlas, 2011.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MORAES, Elias I, de. **Gerenciando a qualidade desse negócio diferente chamado serviço./** Goiânia: kelps, 2002

OAKLAND, John. **Gerenciamento da qualidade total** - São Paulo : Nobel, 1994

SILVA, Severino Francisco da. **Marketing de serviços,** Severino: Fundamentos, análises e práticas no setor da saúde- Maceió: EDUFAL,2005

SHIOZAWA, Ruy Sergio Cacesse: **Qualidade no atendimento e tecnologia de informação**, colaboradores Henrique Silveira de Almeida...I et al I.- São Paulo: Atlas, 1993

UNRUH, James A. **Bons clientes- ótimos negócios**, Rio de Janeiro: Campus, 1998

Anexo**Questionário Qualidade no atendimento do Hospital Lúcio Rebelo**

1.Em relação ao atendimento na recepção?

bom ótimo

ruim péssimo

2.Em relação ao atendimento médico?

bom ótimo

ruim péssimo

3.Em relação a infra-estrutura?

bom ótimo

ruim péssimo

4.Em relação ao tempo de espera?

bom ótimo

ruim péssimo

5.Em relação ao atendimento dos profissionais de enfermagem:

bom ótimo

ruim péssimo