

ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE QUALIDADE EM SERVIÇOS DOS LABORATÓRIOS DE ANÁLISES CLÍNICAS

Isabela Maria Pinola¹, Larissa Cefeless Valencio¹, Larissa Lane da Silva Marcelina¹, Sthefani Gabrieli Machado¹, Juliano Varandas Groppo².

- 1- Discentes do curso de Biomedicina do Centro Universitário Amparense – UNIFIA
- 2- Docente orientador do curso de Biomedicina do Centro Universitário Amparense – UNIFIA

Resumo:

Atualmente existe um sistema de qualidade em laboratórios de análises clínicas que são concebidos para o melhoramento de organizações que visam a prestação de serviços de forma satisfatória para seus clientes. Assim, para que os produtos finais oferecidos transmitam a esses clientes total confiabilidade, credibilidade, satisfação e acreditação. Esse estudo é baseado em uma pesquisa de campo entre homens e mulheres, podendo definir o foco em investimentos e estratégias a serem adotadas, a fim de atender todas as necessidades e desejos dos clientes.

Palavra chave: Laboratório, análises, clínicas, consumidor, qualidade, melhorias.

Abstract:

Currently there is a quality system in clinical analysis laboratories that are designed for the improvement of organizations that aim to provide services in a satisfactory way for their clients. Thus, for the final products offered to transmit these customers total reliability, credibility, satisfaction and accreditation. This study is based on a field research between men and women, being able to define the focus on investments and strategies to be adopted, in order to meet all the needs and desires of the clients.

Keyword: Laboratory, analyzes, clinics, consumer, quality, improvements.

Introdução:

O laboratório de análises clínicas está passando por milhares de modificações diferenciais nesses últimos tempos, seja para melhorar em evolução tecnológica como em mercado competitivo, buscando superar todas as expectativas de seus clientes passando por todas as etapas, até a entrega do produto final.

Buscando uma boa administração dos recursos e por consequência melhorando os serviços prestados levando em conta sempre o cliente, para que seja reconhecida e vista de forma positiva, assim aumentando as chances de se destacar no mercado.

Visando isso, é de grande importância dar enfoque nas opiniões dos clientes para saber o que ele espera, dando em ênfase aos pontos mais importantes e melhorando aquilo que não lhe conforta. Para isso podemos utilizar essa pesquisa de campo como ponto inicial para guardar informações e serem convertidas em melhorias, seguido de um grande avanço da empresa.

Objetivo:

Este estudo pretende demonstrar através de uma análise de campo, aspectos no quais os laboratórios podem evoluir e identificar as variáveis dos serviços prestados, demonstrando-os para as empresas onde devem investir, para que assim possam ter uma garantia de um serviço de qualidade.

Metodologia:

Os laboratórios de análises clínicas são unidades prestadoras de serviços que tem como atividade básica a execução de exames laboratoriais que são subdivididos em setores como: análises hematológicas, bioquímica, imunologia, microbiologia, parasitologia e urinalise, esta análise auxiliará o médico qual o tratamento e conduta a ser usada em determinado paciente.

Com o passar do tempo assim como em outras áreas, a biomedicina vem crescendo aceleradamente no mercado, devido a grande procura pelos serviços prestados, e com o aumento do poder financeiro da população e com o dia a dia cada vez mais corrido, procuram serviços que lhe tragam mais comodidade. Mudanças socioeconômicas e fatores sociais estão demonstrando que o seguimento uma mudança no perfil dos clientes. As mudanças trazem uma enorme responsabilidade para os laboratórios, não podemos mais atender um cliente sem nós atentarmos para a qualidade dos serviços que prestamos.

O cliente que busca um serviço prestado na área da saúde estará esperando um serviço de qualidade, porém o serviço é algo intangível e difícil de controlar e medir, ou seja, que é consumido e produzido simultaneamente e não está relacionado a posse de algum item pelo cliente com isso se dá a diferença entre produto e serviço.

Os clientes buscam um serviço diferenciado em um laboratório de análise clínica, como uma coleta domiciliar, uma coleta infantil o qual o coletador utiliza roupas de personagens, com isso entretendo a criança e fazendo com que a coleta seja menos estressante para ela. Os serviços possuem características de transformação no cliente, ou seja, se não causarem essas mudanças, o serviço prestado estará sendo de péssima qualidade.

A qualidade em serviço é baseada em um tripé, serviço esperado, entregue e percebido, é a partir daí que o cliente de laboratório de análise clínica pode avaliar a qualidade do serviço.

A propaganda boca a boca, experiências são contadas por outras pessoas, assim gerando um sentimento de expectativas sobre aquele determinado laboratório. Desde o agendamento do exame, coleta, formas de pagamentos, laudos, o cliente estará observando todos os processos e tendo percepções. Com isso, o cliente espera que suas expectativas sejam atendidas assim avaliará a qualidade do serviço como um todo, entre pessoas, limpezas, organização e manipulação de procedimentos. É de extrema importância não gerar uma expectativa que vá muito além do serviço que será prestado, pois acarretará em uma frustração para o cliente.

O estudo teve início com a pesquisa de campo, onde foram entrevistados 100 clientes, tendo como foco ambos os gêneros, faixas etárias e rendas diversificadas.

Tendo como principal finalidade a identificação da importância de aspectos que compõem os serviços dos laboratórios.

Estes aspectos também chamados de ciclo do serviço que é formado por momentos da verdade, que tem como definição de acordo com de Albrecht e Zemke (2002): “Momento em que o cliente entra em contato com qualquer aspecto/setor da organização, e obtém uma impressão de seus serviços”.

Utilizando este conceito o grupo realizou um brainstorming, para levantar os principais momentos do ciclo do serviço de um laboratório. Ciclo do serviço que temo como conceito “um mapa dos momentos da verdade, vivenciados pelos clientes” segundo Albrecht

e Bradford (1992). O resultado deste estudo pode - se notar na figura 1, onde foi desenvolvido um organograma do ciclo do serviço.



Figura 1: Momentos da verdade

Outro ponto de muita importância neste estudo foi a análise de cada momento da verdade de acordo com Las Casas (2008) que desenvolveu um método denominado os 4P's do serviço que tem como característica classificar cada momento em 04 tipos:

- Perfil: Está relacionado ao ambiente físico, onde será prestado o serviço;
- Processo: Como será feito o serviço;
- Pessoas: Pessoas que estão envolvidas no processo;
- Procedimentos: avaliação do serviço como um todo.

As entrevistas foram desenvolvidas de duas maneiras diferentes, “face a face” e enviado via e-mail. Entrevistando cerca de 100 pessoas de ambos os sexos frequentadores de laboratórios. A pesquisa foi subdividida pelos integrantes do grupo e foram realizadas nas cidades de Lindoia (SP), Serra Negra (SP), Amparo (SP) e Morungaba (SP).

Estudo Exploratório dos Laboratórios de Análises Clínicas da Cidade de Amparo e Região

Este questionário tem como objetivo avaliar, de acordo com os usuários, o grau de importância dos procedimentos realizados em um laboratório. Os dados coletados contribuirão para elaboração de um trabalho que analisará a qualidade dos laboratórios da região. Portanto, convidamos você para contribuir com este estudo, respondendo rapidamente algumas perguntas.

Faixa etária:	<input type="checkbox"/>	18 a 35 anos	<input type="checkbox"/>	36 a 49 anos	<input type="checkbox"/>	Acima de 50 anos
Renda Familiar:	<input type="checkbox"/>	1 a 2 salários	<input type="checkbox"/>	3 a 4 salários	<input type="checkbox"/>	Acima de 5 salários

Sexo:	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>	Feminino
--------------	--------------------------	-----------	--------------------------	----------

Assinale com um “X”, o grau de importância, referente ao Ambiente Físico de um Laboratório de Análises Clínicas. Lembrando que 0 (zero) quer indicar “sem importância” e 8(oito) indica “alto grau de importância”.

Perfil – Infraestrutura	00	01	02	03	04	05	06	07	08
Estacionamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Propaganda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trajetos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acessibilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Máquina de senha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Materiais Descartáveis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tempo determinado para entrega de exame	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Métodos de entrega (internet, pessoalmente, etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Assinale com “X”, o grau de importância, referente ao Processo de um Laboratório de Análises Clínicas. Lembrando que 0 (zero) quer indicar “sem importância” e 6 (seis) indica “alto grau de importância”.

Processos	00	01	02	03	04	05	06
Entretenimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Espaço Kids	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Curto tempo de espera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Limpeza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sala de Repouso (Lanche)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sanitários	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Assinale com “X”, o grau de importância, de cada Procedimento Realizado por um Profissional de um Laboratório de Análises Clínicas. Lembrando que 0 (zero) quer indicar “sem importância” e 6 (seis) indica “alto grau de importância”.

Pessoas	00	01	02	03	04	05	06
Atendimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orientações	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organização	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pagamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contato pós exame	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obedecer prazo de entrega estabelecido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Figura 2 – Modelo utilizado na pesquisa de campo para entrevistar os clientes

A maior dificuldade foi conseguir transmitir para os entrevistados o que esperávamos deste estudo, pois pensavam que as notas que estavam dando, estaria relacionado com o laboratório o qual frequentam regularmente e não quais itens eram de grande importância para um estabelecimento como este.

Estes conceitos foram importantes para definir e classificar os 20 momentos da verdade mais relevantes e por consequência a elaboração do questionário a ser aplicado aos frequentadores dos laboratórios. A figura 02 ilustra o questionário aplicado durante o estudo.

Levantamento de dados

Por fim, utilizando os as entrevistas já respondidos, tabulamos através de um formulário eletrônico, com os mesmos padrões criados para a pesquisa anteriormente citados, assim criando um banco de dados. Onde o grupo transformou estes dando em informações de extrema importância para os laboratórios e profissionais da área.

Para que fossem compreendidas as informações da pesquisa elaboramos gráfico onde a faixa etária abordada foi de 36 a 49 anos conforme indicado na figura 3.

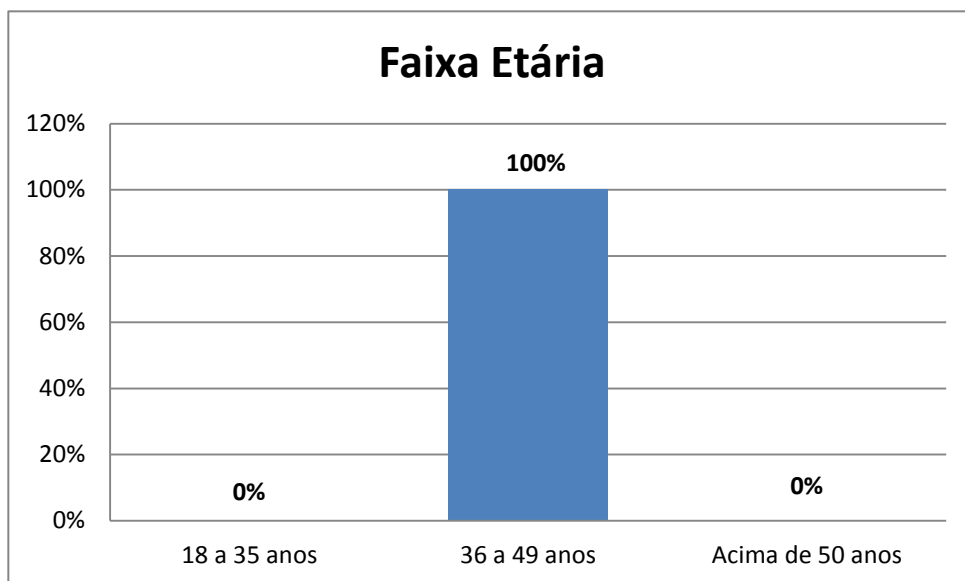


Figura 3 – Índice da faixa etária dos entrevistados

A maior incidência das 100 pessoas entrevistadas foi do sexo feminino (74%), seguido de (26%) apenas do sexo masculino conforme ilustrado na figura 4.

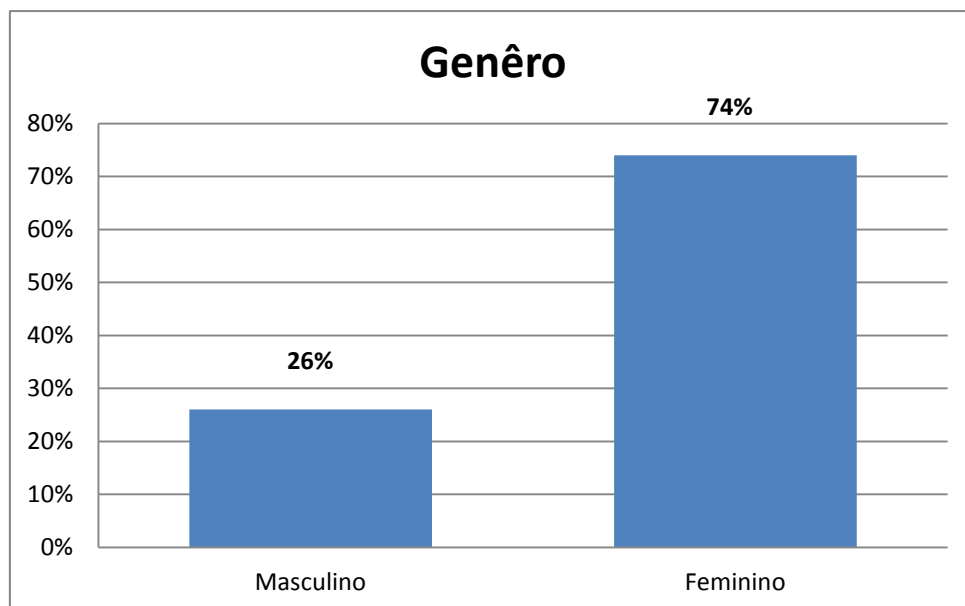


Figura 4 – Índice de entrevistados do sexo feminino e masculino

Em relação à renda mensal, foi possível observar que a maioria dos entrevistados apresentam de 3 a 4 salários mínimos (67%) seguido de 1 a 2 salários mínimos (20%) e apenas (13%) dos entrevistados ganham acima de 5 salários mínimos conforme indicado na figura 5.

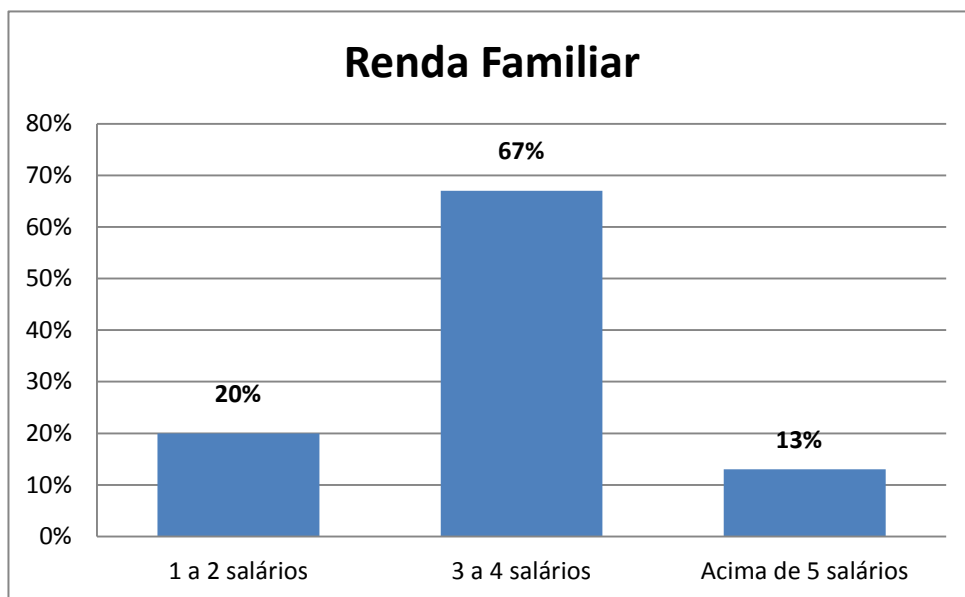


Figura 5 – Índice da renda salarial dos entrevistados.

Outra informação importante do estudo foi identificar a importância de cada momento da verdade, que estava separado de acordo com os 4Ps do serviço. É provável que o seu negócio não possua tantos momentos da verdade, mas mesmo assim podemos afirmar que seus clientes experimentam vários deles. Cada um desses momentos da verdade precisa trazer

um resultado positivo para que você consiga renovar a lealdade do cliente constantemente. Nos gráficos abaixo podemos identificar as notas para cada um deles de acordo com os 4Ps do serviço.

A coluna de perfil/infraestrutura os entrevistados avaliaram os momentos da verdade de acordo com o seu grau de importância em uma escala de “0 a 8”, onde zero indica menor importância e oito indica um alto grau de importância. Os entrevistados avaliaram os materiais descartáveis (692), utilizados na sala de coleta como sendo o momento de mais importância, contra a máquina de senha (449) de menor importância, conforme indica na figura 6.

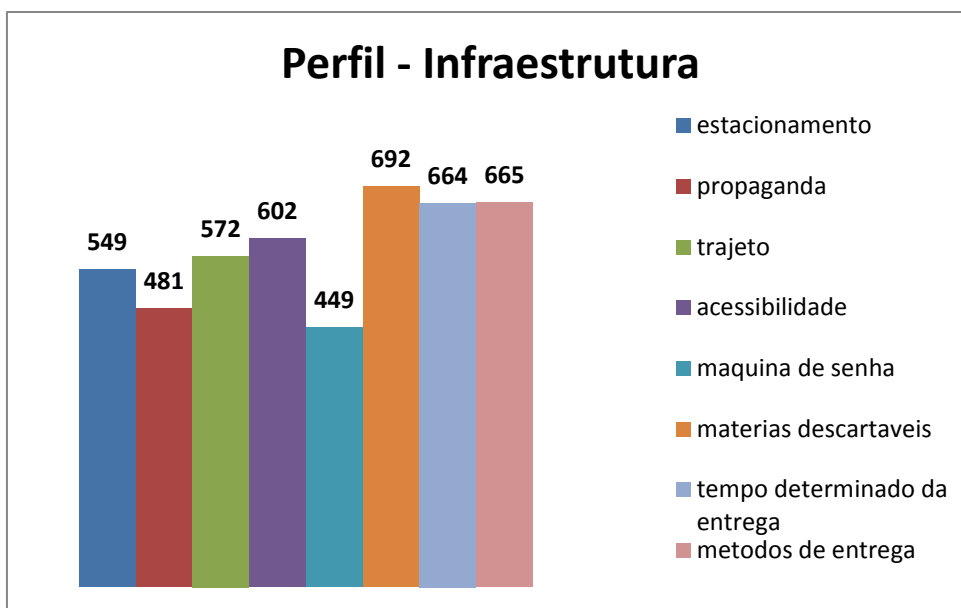


Figura 6 – Índice do grau de importância no quesito perfil.

Dos processos realizados no laboratório em uma escala de “0 a 6”, o de maior importância aos entrevistados foi em relação à limpeza (591) do estabelecimento, envolvendo a higiene e apresentou um desinteresse no espaço kids (400), local onde as crianças podem descontrair enquanto esperam sua vez ou até mesmo uma pós-coleta, conforme indicado na figura 7.

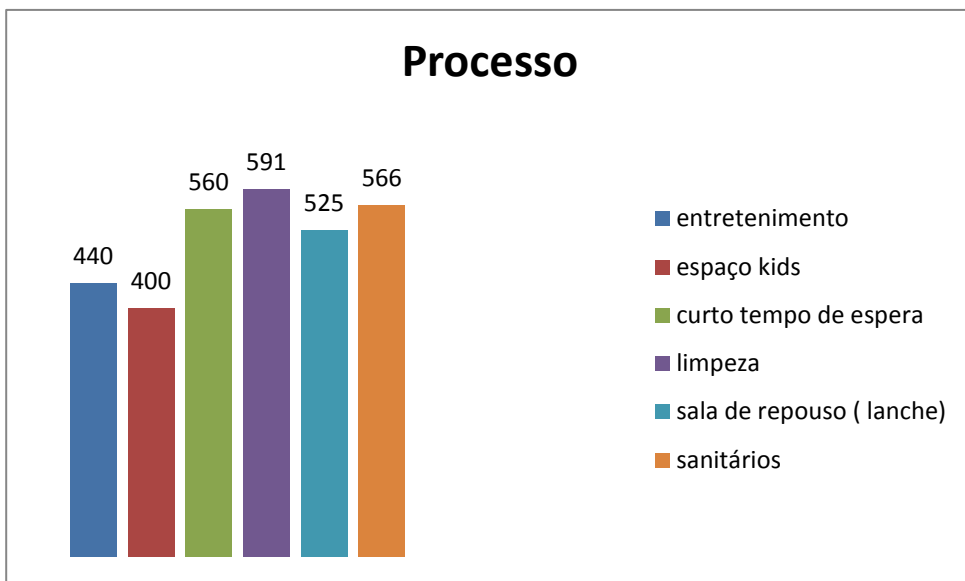


Figura 7 – Índice do grau de importância no quesito de processos

Por fim o momento em que os entrevistados avaliam os aspectos pessoais das pessoas envolvidas no ciclo do serviço, em uma escala de “0 a 5” o atendimento primário (590) junto ao quesito organização foram avaliados como os de maior importância para o laboratório, enquanto o contato pós-exame (559) foi indicado como o de menor importância, conforme mostra na figura 8.

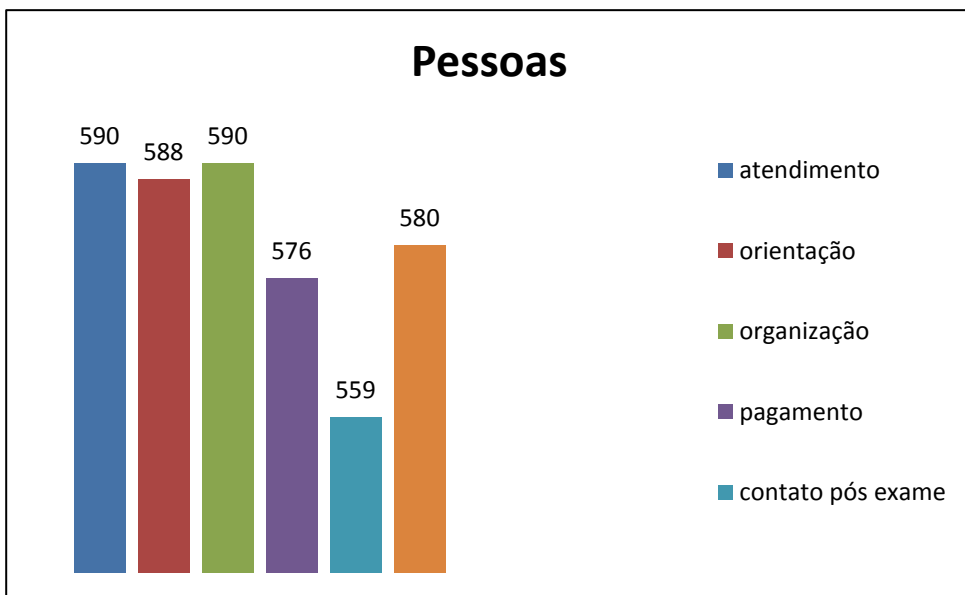


Figura 8 – Índice do grau de importância no quesito aspectos pessoal

CONCLUSÃO

Através dos gráficos acima podemos observar e concluir a importância em ouvir os clientes dos laboratórios e através das informações obtidas apresentar possíveis melhorias para se obter um serviço de qualidade.

Em relação ao perfil de maior importância foi da utilização de matérias descartáveis, é de extrema importância sempre mostrar para o cliente que o material é descartável e estéril, que não há a menos chance de contaminação daquele cliente estando relacionado aos matérias utilizados para qualquer tipo de coleta.

Assim como previsto na lei Resolução de Diretoria Colegiada - RDC N302, DE 13 DE OUTUBRO DE 2005, Agência Nacional de Vigilância Sanitária é de grande importância materiais descartáveis, para segurança do paciente e do laboratório. Por isso, é fornecido um treinamento aos coletadores e Biomédicos em relação aos procedimentos e EPIs dentro do laboratório.

No processo a limpeza ganhou destaque como sendo um dos maiores requisitos foi à limpeza, é de extrema importância a limpeza de todos os setores do laboratório biomédico para que assim não haja chances de contaminação dos matérias biológicos que serão analisados naquele local.

Em pessoas, atendimento e organização tiveram destaques. O atendimento pela recepcionista treinada e organizada faz toda diferença, pois informação dada corretamente será sempre um diferencial com isso evitando transtornos aos clientes trazendo uma satisfação sobre seus serviços prestados e um local organizado traz segurança para seus clientes.

Outro ponto com maior importância esta relacionado ao método de entrega de exames, cada vez mais o cliente busca praticidade e comodidade, visto isso é de extrema importância disponibilizar de vários meios para a retirada do exame, e o ponto que se mostrou com menos importância foi o espaço kids vendo com isso que os pais os levam para a coleta dos exames e tiram a criança do local logo por terminar o procedimento, assim os entrevistados não viram tanta importância para isso.

BIBLIOGRAFIA

LOBOS, Julio. Ética & Negócios. São Paulo: Instituto da Qualidade, 2003.

STONER, James A. F. Administração. 5ª ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 1985.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Introdução à Administração. 7ª Ed. SP - Ed. Atlas – 2009.

MOTTA, Fernando C. P. Teoria Geral da Administração: uma introdução. SP: Pioneira, 1998

CHIAVENATO, Idalberto. Administração: Teoria, Processo e Prática. : Makron Books, 2000.

MEGLIORINI, Evandir. Custos – Análise e Gestão. 2ªed. São Paulo: Prentice Hall, 2010.

SILVA, Carlos Alberto dos Santos - Gestão de Custos. 2ªed. Rio de Janeiro: FGV, 2009.