

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE HOTELARIA

JOSIELMA MACIEL RIBEIRO

HOTELARIA HOSPITALAR: PERCEPÇÕES DO CLIENTE SOBRE QUALIDADE
NOS SERVIÇOS DE ATENDIMENTO EM RECEPÇÃO

SÃO LUIS

2021

JOSIELMA MACIEL RIBEIRO

**HOTELARIA HOSPITALAR: PERCEPÇÕES DO CLIENTE SOBRE QUALIDADE
NOS SERVIÇOS DE ATENDIMENTO EM RECEPÇÃO**

Monografia apresentada ao Curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão, para a obtenção do título de bacharel em Hotelaria.

Orientador: Prof. Dr. Cairo Cezar Braga de Sousa

SÃO LUIS

2021

JOSIELMA MACIEL RIBEIRO

**HOTELARIA HOSPITALAR: PERCEPÇÕES DO CLIENTE SOBRE QUALIDADE
NOS SERVIÇOS DE ATENDIMENTO EM RECEPÇÃO**

Monografia apresentada ao Curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão, para a obtenção do título de bacharel em Hotelaria.

Orientador: Prof. Dr. Cairo Cezar Braga de Sousa

Aprovada em: / /

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Cairo Cezar Braga de Sousa (Orientador)

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Jonilson Costa Correia (Professor Convidado)

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Esp. Marco Aurelio Gonçalves Sugita Furtado (Professor Convidado)

Universidade Federal do Maranhão

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a)
autor(a).

Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Maciel Ribeiro, Josielma.

Hotelaria hospitalar: percepções do cliente sobrequalidade nos serviços de
atendimento em recepção / Josielma Maciel Ribeiro. - 2022.

46 f.

Orientador(a): Cairo Cezar Braga de Sousa. Monografia (Graduação) -
Curso de Hotelaria,
Universidade Federal do Maranhão, São Luis-MA, 2022.

1. Cliente de saúde. 2. Hotelaria hospitalar. 3.
Humanização. 4. Recepção. I. Braga de Sousa, Cairo Cezar. II.
Título.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pois não foi fácil todo processo de desenvolvimento deste trabalho. Por diversas vezes, pensei em desistir. Mas, em todos os momentos a minha fé não deixou que isso acontecesse.

A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbro um horizonte superior, eivado pela acendrada confiança no mérito e ética aqui presentes.

A minha mãe, Marilva Maciel Ribeiro, por todas as vezes que se preocupou com o andamento da pesquisa e por sempre acreditar em minha capacidade, heroína que me deu apoio, incentivo nas horas difíceis, de desânimo. Ao meu irmão Josielson Maciel Ribeiro pela ajuda durante todo o processo.

Aos meus familiares pelas palavras de incentivo, agradeço a todos parentes e amigos que com seu incentivo me fizeram chegar a conclusão do meu curso e começo de uma nova carreira. Obrigada! Primos e tias pela contribuição valiosa.

Ao meu orientador, Cairo Cezar Braga pelo interesse em me orientar, e suporte em tão pouco tempo.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, e meu muito obrigado.

RESUMO

A hotelaria hospitalar estar estruturada com objetivo de oferecer serviços de qualidade aos pacientes, adaptando os serviços hoteleiros à realidade e às particularidades de uma instituição de saúde. A estruturação da hotelaria hospitalar tem sido aplicada em hospitais, tanto públicos como privados, com crescimento expressivo nas instituições de saúde. O estudo evidencia os benefícios da humanização, hospitalidade, e a importância de estratégias que agregue valor ao atendimento. O estudo da pesquisa aborda a importância da qualidade no atendimento hospitalar, tendo como campo de pesquisa o hospital universitário HUUFMA-Unidade Presidente Dutra, utilizou-se como metodologia uma abordagem descritiva a partir de estudo de caso e análise documental. Foi realizado questionário de avaliação, o estudo teve o objetivo de avaliar o grau de satisfação do atendimento no setor de recepção hospitalar a partir da ótica do cliente de saúde e demais clientes envolvidos, dando ênfase em fatores como gentileza, agilidade, comunicação clara e objetiva e tempo de espera. A partir dessa análise pôde-se comprovar a qualidade do serviço de recepção e o bom atendimento prestado ao cliente.

Palavras-chaves: Hotelaria hospitalar. Cliente de saúde. Recepção. Humanização

ABSTRACT

Hospital hospitality is structured with the objective of offering quality services to patients, adapting hotel services to the reality and particularities of a health institution. The structuring of hospital hospitality has been applied in hospitals, both public and private, with significant growth in health institutions. The study highlights the benefits of humanization, hospitality, and the importance of strategies that add value to care. The research study addresses the importance of quality in hospital care, having as research field HUUFMA-Uniidade Presidente Dutra University Hospital, a descriptive approach based on case study and document analysis was used as a methodology. An evaluation questionnaire was carried out. The study aimed to evaluate the degree of satisfaction with care in the hospital reception sector from the perspective of the health client and other clients involved, emphasizing factors such as kindness, agility, clear and objective communication, and waiting time. From this analysis, it was possible to prove the quality of the reception service and the good service provided to the customer.

Keywords: Hospitality Hospitality. Health Client. Reception. Humanization

LISTA DE FIGURAS

| | |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1: Processo da hospitalidade..... | 24 |
| Figura 2: Marketing tradicional x marketing relacionamento..... | 34 |
| Figura 3: Hospital universitario-Unidade Presidente Dutra..... | 38 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|----------------------------------------------|----|
| Gráfico 1: Participantes da pesquisa..... | 40 |
| Gráfico 2: Gentileza..... | 41 |
| Gráfico 3: Agilidade..... | 41 |
| Gráfico 4: Comunicação clara e objetiva..... | 42 |
| Gráfico 5: Tempo de espera..... | 43 |

LISTA DE SIGLAS

EPI – Equipamento de Proteção Individual

MR – Marketing de Relacionamento

HU-UFMA – Hospital Universitário-Universidade Federal do Maranhão

SUS – Sistema Único de Saúde

MEC – Ministério da educação

MS – Ministério da saúde

COVID-19 - Infecção respiratória aguda causada pelo corona vírus SARS-CoV-2, potencialmente grave, de elevada transmissibilidade e de distribuição global.

RSS – Resíduos de serviços de saúde

SUMÁRIO

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| INTRODUÇÃO..... | 12 |
| 1. HOTELARIA HOSPITALAR..... | 15 |
| 1.1 Serviços em comum entre hotel e hospital..... | 17 |
| 1.2 Hotelaria Hospitalar e pandemia COVID-19..... | 18 |
| 2. HUMANIZAÇÃO E HOSPITALIDADE..... | 21 |
| 3. QUALIDADE NOS SERVIÇOS DE RECEPÇÃO HOSPITALAR..... | 26 |
| 4. CLIENTES DE SAÚDE X PACIENTES..... | 30 |
| 5. MARKETING DE RELACIONAMENTO EM ATENDIMENTO NOS SERVIÇOS DESAÚDE..... | 34 |
| 6. METODOLOGIA..... | 36 |
| 6.1 Local de estudo..... | 37 |
| 7. RESULTADOS DA PESQUISA..... | 40 |
| 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 44 |
| REFERENCIAS..... | 45 |
| ANEXOS..... | 47 |

INTRODUÇÃO

O mercado atual é marcado pela globalização e ampla competitividade, as empresas em busca da excelência nos serviços e satisfação total dos clientes buscam um diferencial que some valor ao produto oferecido. Visto que o processo de comunicação está cada vez mais acessível, estes (os clientes) estão cada vez mais bem informados e, em consequência, mais exigentes em relação aos produtos e serviços que adquirem.

O mercado se tornou cada vez mais competitivo, o que motiva as empresas a usarem estratégias para atrair o cliente. Nas instituições de saúde essa também é uma das preocupações, além das competências dos seus profissionais e ferramentas tecnológicas necessárias para a boa operação das atividades, assim, nesse sentido a implantação dos serviços de hotelaria hospitalar é um recuso empregado pelos hospitais no sentido de conciliar tratamento e assistência dos serviços da hotelaria com as finalidades do hospital junto a hospitalidade.

A Hotelaria Hospitalar é um setor novo dentro das organizações de saúde. No Brasil o termo “Hotelaria Hospitalar” é recente, pois há pouco tempo começou a surgir a necessidade de implantação do setor específico de hotelaria, sendo responsável pela gestão e qualidade em prestações dos serviços de apoio hospitalar, como: portaria, lavanderia e rouparia, nutrição e dietética e limpeza, entre outros departamentos. Assim sendo, a Hotelaria Hospitalar é a união desses serviços de apoio, onde segundo Boeger (2008, p. 24) “associados aos serviços específicos, oferecem aos clientes internos e externos conforto, segurança e bem-estar durante seu período de internação”.

Visto que, os clientes de saúde não mais desejam apenas tratamento médico, não adianta oferecer um bom serviço médico-hospitalar, simplesmente. Eles anseiam por acolhimento e atendimento individualizado, aliado a uma estrutura física convidativa e confortável. Sendo assim, a hotelaria hospitalar é, segundo Boeger (2005, p.25) “uma tendência irreversível em qualquer instituição de saúde, pois não se trata de uma opção da empresa, mas de uma exigência do público que frequenta hospitais e que começa a habituar-se aos serviços de hotelaria existente”.

Por consequência, os hospitais não devem apenas hospedar o doente para tratá-lo e curar, mas acolhê-lo e aos seus familiares e amigos, de forma afável e humanizada. Assim, conforme esse entendimento, a expressão paciente é substituída por cliente. E deve ser utilizada tanto para quem recebe o tratamento como para os seus acompanhantes e visitantes. Pois são os clientes de saúde.

Logo, de acordo com Taraboulsi (2006, p. 24), ao afirmar que a expressão cliente de saúde é a mais apropriada dentro do contexto hospitalar e abrange, além da pessoa enferma, os familiares, amigos e visitantes, torna-se mais fácil adotar estratégias e implementar ações, inclusive as de hotelaria, que possam garantir a humanização e a qualidade dos serviços.

Desse modo, a hotelaria hospitalar surge como um novo modelo de gestão e apesar de seu conceito envolver, em muitos casos, a adequação da estrutura física, a atenção maior é com a quebra do paradigma de atendimento impessoal e diminuição do desconforto por estar em um ambiente hospitalar. Levando em conta que a recepção do hospital é a porta de entrada, formadora da primeira impressão, é canal de comunicação direto com os clientes de saúde, é condição principal deste setor do hospital que tenha um nível de qualidade exemplar.

Logo, uma instituição de saúde, focado na gestão da hotelaria hospitalar, precisa preocupar-se com a qualidade dos serviços de atendimentos em recepção, com o tratamento humanizado dos clientes de saúde, gerando satisfação, encantamento e fidelização. Nesse ínterim, a pesquisa pretende demonstrar o cenário atual por conta desta pandemia do covid-19 e analisar como está a qualidade no atendimento da recepção do hospital universitário (HU-UFMA) unidade Presidente Dutra, tendo como caminhos os conceitos estipulados na hotelaria hospitalar, através do grau de satisfação e ponto de vista que os clientes de saúde sentem.

Com o intuito de responder o problema e atingir os objetivos propostos pela presente pesquisa, optou-se por estruturar o trabalho da seguinte forma:

O primeiro tópico aborda a importância da hotelaria hospitalar para garantir qualidade, eficiência, eficácia no atendimento ao cliente de saúde. Mostra os serviços comuns entre hotel e hospital, a relação hotelaria convencional, hotelaria hospitalar e hospitalidade, o cenário pandêmico atual COVID-19, a relevância de manter e intensificar as práticas de higiene e limpeza, determinar protocolos de ações para manter o ambiente hospitalar sempre limpo e seguro.

O segundo tópico aborda a hospitalidade e humanização no atendimento como medida na área da saúde que visa, tornar efetiva a assistência ao doente, além de envolver o cuidado ao paciente com atenção acolhedora.

O terceiro tópico aborda visão de autores sobre a recepção hospitalar, da importância da recepção humanizada ao cliente de saúde, e a valorização do profissional de recepção.

O quarto tópico apresenta a adoção da hotelaria pelo termo cliente de saúde, a justificativa da mudança de termo, e o conceito de paciente.

O quinto tópico aponta a importância do marketing de relacionamento nas instituições de saúde como ferramenta para estabelecer corretamente o relacionamento da instituição de saúde com cada cliente.

O objetivo deste trabalho geral é compreender a importância do atendimento prestado no setor de recepção e a qualidade percebida pelo cliente da saúde no ambiente hospitalar por meio dos serviços coordenados pela hotelaria hospitalar.

O trabalho constitui-se nas seguintes etapas, metodologia quantitativa, estudo de caso, pesquisa bibliográfica, consultadas em livros, artigos, sites, além disso a realização da entrevista e aplicação de questionário com os usuários/clientes de saúde, acompanhantes, família, amigos, visitantes que são atendidos pelo Hospital Universitário (HUUFMA) unidade Presidente Dutra.

Por último a análise dos resultados encontrados da pesquisa e considerações finais compreendo e analisando o atendimento no setor de recepção na hotelaria hospitalar do HUUFMA. Yin (2015, p4) fala a importância da pesquisa de estudo de caso, onde pode -se dizer seja qual for o campo de interesse, a necessidade diferenciada da pesquisa de estudo de caso surge do desejo de entender fenômenos sociais complexos. Em resumo, um estudo de caso permite que os investigadores foquem um “caso” e retenham uma perspectiva holística e do mundo real como no estudo de ciclos individuais da vida, o comportamento dos pequenos grupos, os processos organizacionais e administrativos, a mudança de vizinhança, o desempenho escolar, as relações internacionais.

1 HOTELARIA HOSPITALAR

A relação entre hotelaria, hospitais e a hospitalidade é muito estreita, as palavras possuem a mesma origem, do latim *hospitale*, que significa o ato de hospedar, de acolher com satisfação e prazer, a análise do contexto histórico entre instituições de turismo, hotelaria e de saúde aponta essa relação (BOEGER, 2008).

Para Boeger, (2008) um dos principais fatores que levou a implantação da hotelaria nas instituições de saúde é o fato dos próprios pacientes estarem mais exigentes, visto que ao procurar por um tratamento médico, eles não esperam receber apenas o tratamento da doença, mas a segurança, o conforto e atendimento de qualidade dentro do hospital. Ainda:

Atualmente, os clientes de saúde sabem que a tecnologia e o conhecimento técnico e científico estão ao alcance de todas as instituições de saúde, entretanto, eles procuram e exigem atendimento hospitalar humanizado: respeito, carinho, dedicação e serviços de hotelaria em que o sorriso se faz presente de uma forma sincera e permanente (TARABOULSI, 2009, p. 3).

Hotelaria hospitalar pode ser entendida como o conjunto de serviços da hotelaria convencional, adaptado ao serviço de saúde com objetivo de garantir bem-estar ao cliente no ambiente hospitalar. Segundo Boeger (2003), a hotelaria hospitalar é um agrupamento de funções de apoio, em conjunto com serviços peculiares, que proporcionam aos clientes (internos e externos) de saúde, segurança no período de internação e conforto.

Vislumbramos, ou melhor, entendemos por cliente de saúde toda e qualquer pessoa que entra em contato com o hospital para adquirir serviço médico-hospitalar, ou simplesmente solicitar uma informação. Ela é um ser humano que quer atenção, respeito e qualidade. A princípio, ela não gostaria que estivesse procurando pelos serviços hospitalares devido à natureza dessa atividade e dos transtornos que isso possa lhe causar; afinal, ninguém frequenta um hospital por sua livre e espontânea vontade, mas por estar, circunstancialmente, obrigado a fazê-lo (TARABOULSI, 2003, p. 20).

Devido as particularidades de hotéis e hospitais, foram várias as razões de separar esses dois meios de hospedagem, diferenciando paciente de hospede. Apesar disso, atualmente se unem, surgindo dentro de algumas instituições de saúde o setor responsável pelo bem-estar do

paciente e acompanhantes enquanto estes permanecem no hospital, este setor é a hotelaria hospitalar. Boeger (2008, p.11) descreve que se deve “respeitar o escopo da hotelaria ao cabível no negócio de saúde, adaptando os conceitos de hoteleiros da hotelaria convencional a realidade hospitalar”, já que hospitais e hospedarias possuem em suas realidades, objetivos diferentes, afirmando com isso que os “hospitais hospedam pessoas comprovadamente doentes, enquanto os hotéis hospedam pessoas supostamente sadias” (TARABOULSI, 2009, p.32).

Entretanto, a realização dos serviços da hotelaria hospitalar deve ser entendida baseando-se em Di Dio, Rettondini e Souza (2005, p. 805), como uma estratégia de diferenciação, onde valoriza o serviço oferecido e assim é percebido pelos clientes e concorrentes como processo voltado à qualidade e melhoria contínua, é um dos fatores que levou a implantação da hotelaria nas instituições de saúde pelo fato dos clientes não só procuram os benefícios dos serviços de saúde, mas também, buscam respeito e solidariedade, pois como estão em uma situação vulnerável, necessitam de um ambiente adequado que atenda o seu estado físico, assim como qualidade no atendimento para o seu estado emocional (TARABOULSI, 2004).

As funções da hospitalidade e a humanização realizada em atendimentos estão especialmente ligadas com os serviços gerenciados pela Hotelaria Hospitalar, sendo esses serviços responsáveis por contribuir para o, conforto, bem-estar e segurança do paciente. Boeger (2011, p. 61) enfatiza que “a acolhida do hóspede está relacionada à aceitação deste no território hospitalar e ao compromisso de oferecer a ele o que se tem de melhor”.

De acordo com Ruthes e Cunha (2007), o hospital moderno é aquele que passou por um processo de mudanças em sua forma de gerenciamento, compreendendo uma visão de negócios. Além disso, trata-se de um tipo de instituição que implica grande divisão de tarefas, coincidindo habilidades e técnicas variadas.

Os hospitais atuais, adaptados no contexto de hotelaria hospitalar possuem características como: recepção informatizada e padronizada, portas-automáticas na entrada, televisão e climatização, sala de espera aconchegante, com cadeiras confortáveis, elevadores sofisticados e sugere serviços que priorizem a humanização. Exigindo, também, implementações coerentes ao meio hospitalar. São estes segundo TARABOLSI (2003, p. 45):

- Governança: governanta e camareiras;
- Room Service - serviço de quarto 24 horas para os clientes de saúde;
- Lanchonete, restaurante, delicatessen para visitantes;

- Departamento de Eventos ou relações públicas, que promovam atividades interativas para o cliente em tratamento e seus acompanhantes, além de cursos, seminários, *workshops* etc.
- Recreação e Lazer, oferecendo jogos, biblioteca, filmes, ginásticas, passeios;
- Recursos Humanos, psicólogos, estagiários da área.

Os quartos contam com decoração diferenciada, com todas peculiaridades de um meio de hospedagem clássico, como: telefone, televisão, ar condicionado, entre outros. Alguns hospitais terceirizam o serviço de alimentação, outros administram este setor, que é responsável pelas refeições oferecidas aos pacientes e acompanhantes.

A hotelaria hospitalar não é apenas uma prerrogativa de hospitais particulares, realizando-se também em hospitais públicos. No Brasil, a hotelaria hospitalar vem crescendo e os hospitais passam a ter além de suas funções preventivas, curativas de atendimento à saúde da comunidade, a função de acolher, oferecer conforto, bem-estar ao cliente, além de agregar serviços e ambientes que se igualam à estrutura de um hotel.

Oferecer serviços com alegria, respeito, presteza e dedicação, são fatores que geram a satisfação, o encantamento do cliente de saúde e, principalmente, a humanização do atendimento e do ambiente hospitalar.

1.1 SERVIÇOS EM COMUM ENTRE O HOTEL E O HOSPITAL

Os hotéis e hospitais são empresas prestadoras de serviços e necessitam adapta-se ao mercado, em oferecer serviços de qualidade no atendimento. De acordo com TARABOULSI, 2003 os serviços trazem eficiência e qualidade, tanto no hotel como no hospital. Conferir (tabela 1).

Tabela 1: Serviços em comum hotel e hospital

| HOTEL | HOSPITAL |
|--------------------------------------|--------------------------------|
| Recepção – check in e check out | Recepção – internações e altas |
| Conciergerie (portaria social) | Balcão de informações |
| Alimentos e bebidas | Nutrição e dietética |
| Lavanderia | Lavanderia e rouparia |
| Reservas | Agendamento |
| Governança (governanta e camareiras) | Higienização e camareiras |
| Room service | Garçom |
| Restaurante | Lanchonete e restaurante |
| Área de lazer | Espaço saúde |
| Mensageiro | Mensageiro |
| Segurança | Segurança |

Fonte: Taraboulsi, 2003

A estrutura de um hospital que conta com serviços de hotelaria pode mudar, principalmente pelo fato de esta ainda não ser uma atividade tão presente entre as organizações de saúde.

O serviço de hotelaria hospitalar visa proporcionar uma melhor e mais agradável estadia ao paciente, que já está em um ambiente que não gostaria, para tratar de algum problema. Portanto, nada melhor do que alguns cuidados que o deixarão mais confortável. Desta forma o hospital deixa de ser um ambiente frio e impessoal e torna-se mais acolhedor e prazeroso, dentro do possível.

1.2 HOTELARIA HOSPITALAR E PANDEMIA NA COVID- 19

Segundo Boeger (2008), a hotelaria hospitalar é a reunião de serviços de apoio que associados a serviços específicos tem como objetivo ofertar ao cliente da saúde conforto, bem-estar e segurança. A partir desse objetivo, a adaptação de serviços em época de pandemia exigirá novos esforços, mas nada além da realidade de instituições que trabalham de forma séria em

obediência as legislações impostas ao segmento. Portanto, ao compreendermos que serviços de apoio dizem respeito a serviços de higiene e limpeza, lavanderia e rouparia, segurança patrimonial, atendimento a clientes, manutenção, serviço de nutrição e dietética etc., é fundamental que nesse momento seja reforçado treinamentos oferecidos a todos os funcionários dos setores mencionados.

O cenário pandêmico vivenciado pela sociedade atual, torna-se de suma importância implementar diretrizes com foco na gestão de qualidade e determinar protocolos de ação para garantir um ambiente hospitalar seguro, sobretudo para todos os envolvidos no processo de assistência em saúde: pacientes e profissionais.

De acordo com Torres e Lisboa (2014), deve haver treinamentos frequentes e concisos, uma boa estratégia refere-se à realização de treinamentos práticos in loco de forma a assegurar que os funcionários possam absorver os conteúdos ministrados. Assim, é importante, nesse momento, treinar o processo de desinfecção de matéria orgânica, fluxo de limpeza, higienização de áreas comuns, manejo de resíduos de serviços de saúde (RSS), biossegurança e uso correto de equipamento de proteção individual (EPI).

Sendo assim, espera-se da Hotelaria Hospitalar, principalmente nos hospitais públicos, responsáveis por oferecer os serviços de saúde para a população do país, disponibilizar um atendimento no qual se evidencia a busca pela satisfação dos usuários através da melhoria contínua de seus processos e sistemas de trabalho.

O momento é também relevante para a revisão do fluxo de pessoas na instituição, é necessário repensar se há necessidade da mudança no horário de visitas, das trocas de acompanhantes, e também no número de visitantes a ser autorizado aos pacientes, lembrando, que, o objetivo é resguardar a vida de funcionários, pacientes, acompanhantes e visitantes. É necessário pensar em ações humanizadas para pacientes, visitantes, acompanhantes e funcionários. Pois o vírus que causa a COVID-19 é altamente transmissível e pode levar ao óbito, por isso, muitas pessoas tem ficado extremamente fragilizadas, portanto, precisamos melhorar a estadia ou dia de trabalho das pessoas que estão nas instituições de saúde. Embora o momento não seja propício a aglomerações, atitudes humanizadas individualizadas devem ser implantadas, pelo departamento de hotelaria hospitalar.

A hotelaria hospitalar, quando implementada sob a perspectiva da gestão da qualidade, alcança vantagem competitiva e econômica para a organização, ou seja, é muito mais que garantir a realização dos serviços essenciais para o bom funcionamento dos hospitais.

Ante o enfrentamento da COVID-19, os serviços hoteleiros constituem papel de grande importância, frente ao entendimento de que as boas práticas anteriormente implementadas

precisam ser mantidas e acrescidas de forma imediata para o bom funcionamento e eficácia diante do atual cenário de pandemia mundial. Contudo, dentre os diversos fatores dificultadores vivenciados mundialmente, o aumento de indivíduos contaminados exige aos envolvidos na assistência hospitalar, direta e indiretamente, a pacientes com COVID-19 que mantenham e adotem métodos que tragam resultados eficazes para promover segurança de todos que se encontram inseridos no ambiente hospitalar.

Dessa forma, cada setor da hotelaria hospitalar passa a buscar novos métodos de trabalho, aprimorar o desenvolvimento das unidades integrantes e atuar na efetivação e implementação de rotinas específicas para o cenário COVID-19 que, juntas, podem otimizar os processos e conseqüentemente segurança e bem-estar dos usuários.

Neste contexto, vale destacar a importância, por exemplo, da limpeza hospitalar como método de barreira de proteção, o uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPI) e higienização das mãos. As medidas de prevenção são extremamente necessárias, porém não são suficientes. Elas devem ser implementadas pela limpeza e desinfecção ambiental a fim de evitar a transmissão por contato indireto por superfícies contaminadas.

Acrescenta-se a isso a oferta de enxovais de proteção para profissionais, o controle da circulação de pessoas nas áreas assistenciais e a logística de transporte compatível com a demanda. É incumbência dos serviços hoteleiros tomar a frente no sentido de implementar ferramentas, tecnológicas ou não, capacitar equipes e orientar usuários sob sua esfera de atuação quanto à importância da observância dos protocolos de segurança em saúde vigentes.

O departamento de hotelaria hospitalar tem o dever de encara com seriedade a oferta de serviços com conforto, segurança e bem-estar para contribuir com as instituições de saúde de forma a driblar não somente a pandemia causada pelo COVID-19, mas qualquer outra que possa existir.

2 HUMANIZAÇÃO E HOSPITALIDADE

A humanização é a valorização, preocupação com os pacientes, é focar no cliente, o ser humano é colocado na frente de todas as outras coisas, quando um hospital é humanizado você percebe imediatamente no atendimento, o paciente deve sempre ser beneficiado, de acordo com suas necessidades, foi mediante da busca da humanização e hospitalidade que foi implantado a hotelaria hospitalar.

O avanço tecnológico trouxe, um aspecto maquinal, frio, não humano, alcançando sobretudo os hospitais, os laboratórios, as clínicas, onde os funcionários são dirigidos a agir quase como autômatos. Mas esse resultado do desenvolvimento da tecnologia está sendo vista e enfrentada, pois agora se busca uma estabilidade capaz de equilibrar o uso dos equipamentos e as intervenções das pessoas.

Hoje, são realizadas no dia-a-dia atividades multidisciplinares, interdisciplinares e transdisciplinares em busca da qualidade do serviço, trazendo, entretanto, um elemento aparentemente paradoxal: a humanização. É nesse aspecto que surge a nova realidade, na qual é necessário estabelecer uma nova cultura no atendimento hospitalar exercitando a interdisciplinaridade no atendimento. Diz respeito fortemente a aspectos emocionais do cuidador e do usuário no hospital, às condições e qualidade no atendimento.

Entende-se por hospitalidade o ato de receber pessoas que estão fora do seu local de origem, por qualquer motivo que seja. Pode-se observar isso quando Baptista (2002) afirma que a hospitalidade envolve um conjunto de fatores como atitudes, serviços e estruturas, com o objetivo de oferecer o bem-estar.

[...] de um modo geral a hospitalidade se configura como um conjunto de serviços, atitudes e estruturas num ambiente diferente do que o indivíduo reside, com o objetivo maior de proporcionar-lhe bem-estar, conforto, segurança e acolhida com qualidade (BAPTISTA, 2002, p. 157).

A hospitalidade concedida nos hospitais ou em outros estabelecimentos destaca-se como um serviço intangível, tornando momentos de fragilidade do paciente em momentos de tranquilidade e segurança devido ao envolvimento que o colaborador possuirá após ajudar o cliente naquela circunstância. Quando o cliente possuir uma atenção devida pelos colaboradores

possuirá além de uma imagem positiva do lugar, considerando-o como “hospitaleiro”, sentir-se-á confortável em um ambiente ainda não conhecido.

Camargo (2003) define a hospitalidade como ato de receber bem ou acolher bem o visitante, familiar, amigo ou desconhecido. Ou seja, a boa acolhida e atenção não somente aos desconhecidos, não importando os interesses envolvidos. O autor afirma ainda que, a hospitalidade representa um papel-chave em tornar uma acolhida agradável e calorosa, mais que simplesmente satisfazer os desejos ou atender as necessidades de outra pessoa em deslocamento.

O vínculo entre a Hotelaria Hospitalar e a hotelaria convencional está na percepção da hospitalidade, que é compreendida como o ato de hospedar; hospedagem; qualidade de hospitaleiro e bom acolhimento (CAMARGO, 2004). Esse conceito é acrescentado por Boerger (2003, p. 54), que diz ser um misto de “liberalidade, amabilidade e afabilidade no modo de receber os outros”. Consequentemente, essas ações possuem uma característica natural do hospitaleiro, de ser gentil, atencioso e acolhedor. A essência da hospitalidade está na ideia de bem receber ou acolher o próximo, são ações que possuem características natural do hospitaleiro.

Camargo (2004) ressalta, amplamente a hospitalidade como o ato humano de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas que se encontram fora de seu habitat; Lashley (2004) apresenta resumidamente como o relacionamento criado entre anfitrião e hóspede; enquanto Watanabe (2008) afirma que é a modo de mostrar que o cliente é querido e bem-vindo, pode auxiliar na cura.

Andrade, 2011, p. 29, diz que,

A Hospitalidade é percebida quando, o paciente, fragilizado em seu estado físico, psicológico e emocional, for atendido nas suas necessidades, angústias, dúvidas, questionamentos e se sinta em um ambiente que lhe deixe confortável, tranquilo, acolhido e seguro.

Os conceitos de bem receber são compatíveis em todo o gerenciamento de um hospital desde a chegada do cliente no atendimento até sua saída, pois compreende o receber, cuidar e assistir. Essa iniciativa constrói um relacionamento seguro e com qualidade com o hospede/cliente de saúde possibilitando construções de vínculos, amenizando condições e potencializando os processos de produção de saúde.

Para Beltram & Camelo (2007) a hospitalidade é muito mais do que uma simples difusão de técnicas de bom atendimento, pois depende de uma discussão prévia sobre os valores que fundamentam a prática de receber as pessoas. Enquanto modelo de prática cultural, a hospitalidade envolve recepcionar ou receber pessoas, hospedar e alimentar. Os autores ressaltam que a hospitalidade.

Hospitalidade vem do latim hospitalitate e significa qualidade de hospitaleiro; ato de hospedar; (...). O que está diretamente relacionado com a hotelaria hospitalar, pois esta tem como objetivo aproximar o ambiente hospitalar ao mais próximo possível do ambiente familiar (BELTRAM & CAMELO, 2007, p.56).

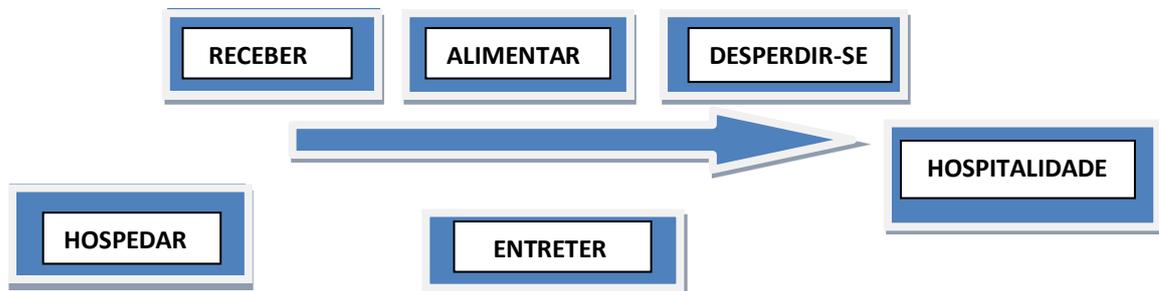
Camargo (2003) ressalta que as atribuições de se oferecer bem-estar, aconchego, conforto no atendimento hospitalar estão relacionadas à hospitalidade porque resgatam as origens e a essência da assistência hospitalar.

Godói (2004) afirma que a hospitalidade pode e reduz o sofrimento de clientes de saúde e dos familiares por meio do acolhimento. Vale comentar que já existem iniciativas isoladas partindo de várias instituições que já apresentam resultados positivos aos que se envolvem nesses processos. Godói (2002) ressalta que, no entanto, tais iniciativas têm sido tímidas envolvendo apenas um ou outro não abrangendo todo o universo de atuação dentro dos hospitais.

Boeger (2003, p. 31) descreve que “a hospitalidade hospitalar também pode ser compreendida como a humanização do atendimento do cliente de saúde (pacientes, acompanhantes e familiares)”. Por meio da humanização dos ambientes hospitalares nas instituições de saúde, a hospitalidade identifica-se como um serviço podendo ser considerado como motivo de escolha para realização de um tratamento (neste caso para instituições privadas), podendo também ser de recomendação para amigos e familiares, considerando que ocorre o contato com os outros pacientes e colaboradores.

Castelli (2010) aborda na figura 01 sobre os processos da hospitalidade conceituando-o como um conjunto de causas que têm por objetivo gerar um efeito.

Figura 01: Processos da Hospitalidade



Fonte: Adaptado a partir de Castelli, (2010, p. 123).

“Segundo a Msc. Virgínia Nunes Turra a Humanização implica em mudanças de atitude dos usuários, dos gestores e dos trabalhadores de saúde, de forma a comprometê-los como corresponsáveis pela qualidade das ações e serviços gerados. Isso muda o processo de produção da Saúde como todo. A humanização implica num processo de produção das subjetividades autônomas e protagonistas. Isto significa em que os sujeitos envolvidos passam a ser protagonistas, serem corresponsáveis entre os sujeitos envolvidos (usuários, funcionários, familiares, comunidades). Para promover na prática, os processos de humanização, temos o cuidado com a Ambiência. Os eixos da Ambiência, parte que guarda uma grande interface com a hotelaria tradicional e a hotelaria hospitalar, são: confortabilidade (focada na privacidade e individualidade, valorizando: cor, cheiro, som, iluminação, morfologia), a produção de subjetividades (o encontro de sujeitos por meio da ação e reflexão sobre os processos de trabalho) e facilitação do processo de trabalho (com otimização de recursos, atendimento humanizado, acolhedor e resolutivo).

Pedrosa (2007) afirma que humanizar na área de saúde significa tornar essencial o amparo ao indivíduo criticamente doente, considerando-o como um ser em sua integralidade. Além de envolver o cuidado ao cliente de saúde, a humanização estende-se a todos aqueles que estão envolvidos no processo saúde-doença que são, além do paciente, a família e a equipe multiprofissional. Nogueira (2001) esclarece ainda que a

Humanização significa considerar a essência do ser humano, o respeito à individualidade e às diferenças profissionais, bem como a necessidade da construção de um espaço concreto nas instituições de saúde o qual legitime o aspecto humano de todas as pessoas envolvidas na assistência.

Para Martins (2009), o processo de humanização é amplo, demorado e complexo ao qual se oferecem resistências, pois envolve mudanças de comportamento, que sempre despertam receio e medo. Podendo observar a necessidade da ênfase no cuidado na formação da pessoa do profissional de saúde que vem sendo apontada por alguns estudos. Além disso, os novos padrões não estão prontos e suas características não são generalizáveis, pois cada profissional, cada equipe, cada instituição terá seu processo singular de humanização.

A humanização prevê que haja espaço de convivência entre usuários. Convívio de relação necessária para que os usuários discutam os problemas e se organizem. A partir destas discussões, que podem, num primeiro momento, aumentar as exigências, é que se tem uma chance a médio e longo prazo de ter índices melhores de reclamações. Num ambiente humanizado, as reclamações e demandas são bem-vindas, pois são constituídas como parte do diálogo, parte da resposta, tendo os usuários como agentes. Exemplo: o usuário reclama do horário de visita. Num ambiente humanizado, o usuário é chamado a discutir as soluções, mostrar todas as questões da rotina, dos profissionais, da biossegurança, do bem-estar do paciente, dos procedimentos, e, junto com os profissionais, buscam soluções. O cliente de saúde tem voz. Não como cliente 'mandão', nem como um cliente 'submisso', mas como protagonista das soluções. Neste contexto, a modernização e a tecnologia podem agir a favor da humanização.

O setor de hotelaria hospitalar surgiu recentemente, devido as adaptações que as organizações buscaram. Entre elas, métodos para se manterem, presente diante da concorrência, tais como treinamento de pessoal, melhora na infraestrutura, inserção da tecnologia e motivação. Tais ações fizeram com que os hospitais tivessem um novo olhar e focassem nas necessidades individuais de cada indivíduo. Os hospitais são organizações complexas e multidimensionais, que oferecem diversos serviços de saúde (DINIZ; BUENO, 2020)

O hospital deve lembrar que a humanização deve começar por seus colaboradores, pois são eles que representam o hospital e que vão lidar diretamente com o público, quando uma empresa investe nos seus funcionários, eles trabalham satisfeitos, e isso faz a qualidade dos serviços prestados.

3 QUALIDADE NOS SERVIÇOS DE RECEPÇÃO HOSPITALAR

Os serviços de recepção são a porta de entrada em muitas organizações, no mundo hoteleiro a recepção é conhecida como o “coração e o pulmão” de um hotel. Quase toda comunicação que envolva outros departamentos passa por ela, gestores e colaboradores contam com o trabalho da recepção em diversos processos, dela provêm instruções para os serviços aos hóspedes, e a ela chegam às cobranças para o fechamento final das contas. E no hospital esse serviço é feito no setor de internação que além desses citados acima, é também responsável em atender todas as solicitações de internações.

A recepção/internação é onde ocorre o primeiro contato do hóspede ou cliente de saúde com o hotel ou hospital. Nesse setor, são tratados todos os aspectos da permanência do hóspede/cliente saúde e é controlado o fluxo de entrada e saída de pessoas, além do movimento de caixa relativo a cada hospedagem (referente a um hospital particular). Considerando a relevância desse setor, o recepcionista deve ser um profissional capacitado, comunicativo e dedicado, representando a hospitalidade do local onde trabalha.

Viera e Candido (2004) declaram que a recepção hoteleira pode ser definida como:

“A recepção é o local onde o hóspede é primeiramente recebido em sua chegada, é a sala de visitas do hotel. É na recepção que o hóspede é recepcionado formando sua primeira opinião sobre o hotel, e concepção final de uma hospedagem na hora do check out”. (VIERA E CANDIDO, 2004, p. 53)

A recepção hospitalar é praticamente uma adequação da recepção hoteleira, assim, autores de livros de hotelaria e de hotelaria hospitalar, indicam a mesma linha de pensamento. Godoi (2004), em seu trabalho sobre serviços hospitalares aponta:

“A recepção é a porta de entrada do hospital e também seu cartão de visitas. É geralmente o primeiro local onde o cliente recebe uma atenção pormenorizada e atendimento pessoal individualizado, no que tange a cobertura de internação, funcionamento de processos internos, de autorização de procedimentos médicos, clínicos ou cirúrgicos. Costuma ser também o último a causar impressão no paciente ao providenciar a alta hospitalar e acertos de contas pelo caixa”. (GODOI, 2004, p. 109)

Fica em evidência a visão dos autores sobre a recepção e, quando falamos em hotelaria, temos que destacar a importância do bom atendimento, começando pelo setor de recepção. É com este profissional de recepção que os clientes e pacientes terão o seu primeiro contato e receberão informações individualizadas sobre atendimento, preparo, agendamento de consultas, e procedimentos, dentre tantos outros, em razão disso há a necessidade de um treinamento para capacitação, que deve ser: o atendimento humanizado, atendimento telefônico, organização e cursos específicos, que possam facilitar o atendimento em situações de estresse, buscando conhecimento em outras áreas como, Turismo e Hotelaria com base na sustentabilidade.

Para Bohrer & Erhart (2007), o departamento de recepção e hospedagem é o responsável pela orientação e coordenação das atividades operacionais da recepção, reservas, mensageira, telefonia, conciergerie e pronto socorro, de acordo com os princípios da hotelaria hospitalar adaptada e proporcionando aos clientes de saúde serviços de qualidade, nos quais a eficiência e a cortesia se destacam em todas as etapas do atendimento.

Os serviços de hotelaria oferecidos aos clientes são de extrema importância no processo de acolhimento hospitalar em razão da intensa interação serviços/clientes. Godói (2002) ressalta que por intermédio do acolhimento o hospital não se torna o local perfeito para se ficar, mas permite manter a dignidade do “ser humano” nesse período crítico de sua vida.

A empatia percebida desde o atendimento, marcação da consulta, exames ou internação; a admissão rápida (check in) e carinhosa quando da necessidade de internação; e o tratamento meigo e respeitoso provoca uma profunda e permanente impressão que tende a ser duradoura no cliente de saúde.

A política de atendimento de uma organização precisa em primeiro lugar estimular, o treinamento e a conscientização do pessoal da linha de frente. Tanto aqueles que executam o trabalho diretamente, como seus líderes e coordenadores diretos.

Conforme Chiavenato (2006 p.333), para manter uma harmonia na área de trabalho, os empregadores devem desenhar um programa de relações com os empregados:

1. Comunicação: A organização deve apresentar a sua filosofia aos funcionários e solicitar deles sugestões e opiniões sobre a organização. As comunicações devem ser claras e objetivas, caminhar juntas.
2. Cooperação: Para obter cooperação e comprometimento a organização deve compartilhar as decisões e atividades com os funcionários.
3. Proteção: O funcionário deve sentir que o local de trabalho é agradável e seguro.
4. Assistência: Os funcionários devem sentir o apoio das organizações em suas expectativas e necessidades.

5. Disciplina e conflito: A melhor forma possível de disciplina ocorre elaborando uma cartilha de regras claras e objetivas a serem cumpridas, tanto da parte do funcionário como da organização.

Em muitos hospitais, o péssimo atendimento pelo profissional de recepção, a demora devido filas, a falta de estrutura, e profissionais são razões pelas quais as expectativas dos clientes de saúde se tornam baixas, e quando problemas como esses são reais, geram a insatisfação desses clientes.

Ressalta-se com isso, a importância da interatividade entre todos os atores envolvidos na saúde pública, instituindo uma cultura de humanização que resulte na percepção do usuário sobre a qualidade do atendimento recebido, superando suas expectativas.

A hotelaria adaptada à instituição de saúde torna-se fundamental nesse processo da busca pela qualidade no atendimento, visando dentro dos serviços de apoio desenvolvidos, o bem-estar, o conforto e a segurança do paciente. Assim, quando incluída no modelo de gestão, a hotelaria hospitalar pode interferir na hospitalidade e nas relações entre as pessoas envolvidas no contexto hospitalar. Para Boeger (2009), o caminho a ser buscado deve ser agregando a hospitalidade vinda da hotelaria, que tem o cliente como foco de qualquer organização prestadora de serviços, como parâmetro da qualidade.

Assim, a qualidade do serviço de recepção hospitalar pode ser mais facilmente percebida pelo paciente quando a organização tem como objetivo desenvolver seus serviços, visando satisfazer suas necessidades e superar suas expectativas. Ao abordar qualidade é necessário destacar sobre a expectativa do paciente com relação aos serviços recebidos.

Com relação a qualidade nos serviços de atendimento em saúde, ressalta-se que o cliente se encontra muitas vezes em situações debilitadas e estado emocional bastante fragilizado. Assim sendo:

[...] os hospitais estão tentando deixar de lado a imagem clássica de hospital levando para suas instituições mudanças e serviços que minimizam o impacto desses momentos difíceis, transformando a estada no ambiente hospitalar mais agradável, afinal, as pessoas nunca terão prazer de estar no hospital, mas o desconforto pode ser minimizado (TABABOULSI, 2009, p. 5).

Zanovello (2011) destaca que o cliente é o árbitro da qualidade. Assim sendo, em muitos casos são os clientes que decidirão os rumos que a instituição irá tomar e quais adaptações ou

inovações serão realizadas de modo que venha satisfazer as exigências desse cliente. Isso quando aplicado em instituições de saúde incorpora conceitos que podem encantar seus clientes.

Na hotelaria hospitalar o retorno positivo do cliente durante a prestação dos serviços de apoio hospitalar é denominado por Castelli (2006) como Momento da Verdade. Para Branco; Ribeiro e Tinoco (2010), a percepção da qualidade é formada no momento em que o cliente está em contato com o serviço desenvolvido, bem como com o prestador desse serviço. É nesse momento que o cliente “ao entrar em contato com a realidade da organização, tem oportunidade de formar um conceito da empresa e dimensionar a qualidade dos serviços por ela prestados” (RODRIGUES; LEAL; HARGREAVES, 1997, p. 24).

O atendimento é um dos assuntos mais importantes e pesquisados pelas instituições hospitalares que desejam prestar um serviço de melhor qualidade aos seus clientes. Segundo Kotler (1998, p. 53) algumas das empresas mais bem-sucedidas de hoje estão aumentando as expectativas dos clientes e melhorando suas condições de atendimento por meio das pesquisas de satisfação. A satisfação do cliente é um dos principais indicadores da qualidade no atendimento à saúde, por isso a importância de analisar o bem-estar dos clientes de saúde em relação aos serviços que lhe são oferecidos é de extrema importância.

4 CLIENTE DE SAUDE X PACIENTE

Devido ao fato de hospitais e hotéis derivarem do mesmo tipo de empreendimento - albergues que abrigavam viajantes, peregrinos e enfermos (não raramente isolados e marginalizados, dependendo de sua enfermidade), muitos hospitais até hoje ainda possuem estruturas físicas parecidas com as de hotéis, constata Boeger (2003). Mas as relações acabaram, pois, os hóspedes passaram a ser os consumidores e os pacientes continuaram a sê-lo. Na hotelaria, o cliente é o hóspede, o familiar, o amigo e o visitante; enquanto na área hospitalar, a compreensão da expressão cliente de saúde esteve sempre restrita à palavra paciente.

De acordo com Boeger (2005) a hotelaria hospitalar abrange os serviços de apoio e os serviços específicos da área médica oferecendo aos clientes conforto, segurança e bem-estar durante seu período de internação. Segundo o autor com a hotelaria hospitalar mudando a concepção de doença se altera a ideia de paciente para cliente de saúde.

Por consequência, os hospitais não devem apenas hospedar o doente para tratá-lo, mas acolhê-lo e aos seus familiares e amigos, de forma e humanizada. Assim, sob esse ponto de vista, o termo paciente é substituída por cliente. E é utilizada tanto para quem recebe o tratamento como para os seus acompanhantes, visitantes e familiares. Eles são os clientes de saúde. Portanto, segundo Taraboulsi (2006, p. 24),

Ao reconhecer que a expressão cliente de saúde é a mais adequada dentro do contexto hospitalar e abrange, além da pessoa enferma, os familiares, amigos e visitantes, torna-se mais fácil adotar estratégias e implementar ações, inclusive as de hotelaria, que possam garantir a humanização e a qualidade dos serviços.

Dias (2003) ressalta que esses conceitos mencionados anteriormente não faziam parte do contexto do hospital brasileiro até 10 anos atrás. Antigamente só importava a competência do médico e a tecnologia disponível para dar a melhor condição possível de tratamento. “O hospital devia ser limpo, branco e até ter odores característicos de hospital. Quem buscava o hospital para cuidar de sua doença (e não de sua saúde) era o paciente, um ser que não tinha vontade própria e nem direitos, devendo submeter-se ao médico e à enfermagem, daí o nome paciente” (DIAS, 2003, p. 01).

De acordo com Guimarães (2007) a hotelaria hospitalar vem se desenvolvendo no Brasil e os hospitais passam a ter, além das funções preventivas, curativas e de atendimento à saúde

da comunidade, a função de acolher, propiciar conforto e bem-estar ao cliente. Buscam agregar serviços e adequar ambientes semelhantes à estrutura de um hotel. A hotelaria hospitalar se organiza por intermédio dos diferentes serviços objetivando garantir qualidade, eficiência, eficácia e resolutividade do atendimento ao cliente saúde. Com isso o paciente passou a ser visto como cliente, com direitos a serem respeitados. Ele não é mais um ser passivo, um não cidadão; tem o direito de saber o que se passa com ele e de recusar os procedimentos inerentes ao seu tratamento.

A adoção dos termos hoteleiros muda o termo paciente por cliente de saúde (podendo variar para usuário), o que reflete na sua condição e no seu tratamento, conseqüentemente. A restrição da denominação paciente é mostrada pelo seu significado literal, pois é sinônimo de "Adj. Resignado, conformado, aquele que espera serenamente um resultado, que persevera na continuação de uma tarefa lenta e difícil. S.g. pessoa que padece, doente, pessoa que está sob cuidados médicos" (FERREIRA, 2004).

Completa Luft (2000) a ideia de agente passivo, capaz de suportar os males ou incômodos com resignação. Um paciente no âmbito hospitalar se sente arrancado de suas rotinas, fato agravado com o mal-estar, doença ou dor, assevera Tappan (1976). Esse contexto pode ser amenizado a partir do momento em que a instituição de saúde trabalha para, na medida do possível, atenuar as condições e dar continuidade a vida que o paciente está habituado. A implantação da hotelaria hospitalar tornou obsoleto a visão de paciente, assim como de outras culturas hospitalares.

Para Nogueira (2001), ao se considerar o cliente como um cidadão com problemas de saúde, torna-se necessário prestar atendimento por profissionais competentes e que o tratem de maneira humana, que lhe garantam assistência com qualidade.

Uma vez que os clientes de saúde não mais buscam apenas tratamento médico, não adianta oferecer um bom serviço médico-hospitalar, simplesmente. Eles anseiam por acolhimento e atendimento individualizado, aliado a uma estrutura física convidativa e confortável.

Além da qualidade o cliente quer encontrar um ambiente o mais próximo possível de sua casa, embora diferenciado, onde ele se sinta seguro e confortável. Este cliente não é um cliente comum, como aqueles que frequentam lojas e hotéis. É um cliente específico, vivenciando uma situação de vulnerabilidade, pois o seu bem maior, a sua vida, pode estar em risco. Esse cliente dificilmente vem sozinho ao hospital. Ele vem acompanhado por seus familiares ou amigos, que também têm necessidades e expectativas que precisam ser atendidas pelo hospital. Perceber, então, a complexidade que cerca o acolhimento no ambiente hospitalar

demanda uma gama de profissionais humanizados e tecnologia que precisam estar em sintonia com essas necessidades e expectativas.

Os preceitos da hotelaria agregaram aos seus serviços o conceito de cliente de saúde - mais adequado aos propósitos, que abrange, além da pessoa enferma, os familiares, amigos e visitantes e a organização como um todo, etc. E se torna mais adequado ainda por que cliente é entendido como alguém que - por motivo ou interesse próprio, tem opção de escolher entre um produto/serviço ou outro (DALL'AGNOL, 2002).

Muito bem adotado pela hotelaria - pois o cliente é livre para decidir entre um serviço ou outro que melhor o satisfaça, a palavra cliente entrou na linguagem hospitalar tal qual uma pedra (MALAGÓN-LANDOÑO, MOREIRA & LAVERDE, 2003) e, assim, houve resistência: o corpo médico não concebia a substituição de um termo tão obsequioso, delicado e filantrópico (quanto paciente) pelo de cliente, alegando que seu aspecto mercantilista não cabia na relação médico-paciente.

No portal da saúde, em seu Programa Humaniza SUS (Sistema único de saúde) faz uma referência como justificativa a mudança do conceito paciente por cliente e muito bem o fundamenta: [...]. Se, nos serviços de saúde, paciente é aquele que sofre - conceito reformulado historicamente para aquele que se submete, passivamente, sem criticar o tratamento recomendado, prefere-se usar o termo cliente, pois implica em capacidade contratual, poder de decisão e equilíbrio de direitos. Usuário, isto é, aquele que usa, indica significado mais abrangente, capaz de envolver tanto o cliente como o acompanhante do cliente, o familiar do cliente, o trabalhador da instituição, o gerente da instituição e o gestor do sistema. [...]

A instituição de saúde, faz a aproximação entre usuário e trabalhador de saúde promove um encontro, este "ficar em frente um do outro", ambos seres humanos, com suas intenções, interpretações, necessidades, razões e sentimentos, mas em situação de desequilíbrio, de habilidades e expectativas diferentes, onde o usuário busca assistência, em estado físico e emocional debilitado, junto a um profissional supostamente capacitado para atender e cuidar da causa de sua fragilidade.

Desta forma cria-se um vínculo, ou seja, um processo que aproxima, gerando uma ligação afetiva e moral entre ambos, numa convivência de ajuda e respeito mútuos. (BRASIL, 2008, s.p) isto é, entende-se que cliente de saúde é um conceito que se estende a toda pessoa em contato com o hospital, seja para adquirir serviço médico-hospitalar ou simplesmente solicitar informação.

É um ser humano que quer atenção, respeito e qualidade, afirma Taraboulsi (2003), essas pessoas não entram no hospital por sua livre e espontânea vontade, mas pela circunstância do

momento que o obriga de fazê-lo; pela situação difícil, estão abaladas físicas e emocionalmente, podendo sentir dores, estarem inseguras e apresentarem muitas dúvidas.

De forma relevante, mas não menos clara e objetiva, Albrecht & Bradford (1992) definem cliente como um ser humano de qualquer tamanho, raça ou classes social, podendo ser desde a criança que precisa de ajuda para alcançar um brinquedo ou o idoso que se perdeu nos corredores de um hospital; pode ser a mulher que não fala o idioma local e tenta se comunicar da única forma que pode; pode ser o companheiro de trabalho que necessita de ajuda na ala pública; é um contribuinte, é paciente, é membro, é hóspede, é sócio ou um parceiro, enfim, todos são iguais e passíveis dos mesmos direitos do patrimônio de uma empresa.

O que é um cliente ? O cliente é o motivo da existência de uma empresa. Quando se define a atividade de uma empresa, muitas de suas características são baseadas em um público específico, e esse cliente é a sua base. Todavia, é importante ressaltar, que as instituições de serviços hospitalares, mesmo pertencendo a uma qualificação e especialização determinada, lida com pessoas e com suas particularidades em um momento delicado de sua vivência, o da debilitação.

É importante ressaltar que, assim como a hotelaria não é sinônimo de luxo, também não pode ser vista como uma simples permuta de conceitos, o intuito de seus conceitos (em especial a humanização) é suscitar novos valores à cultura institucional dos hospitais. Conceitos cuja subjetividade, e dependentemente da interpretação particular influi na postura de cada profissional, causando mudanças e melhorias no clima organizacional ou específico, como no atendimento médico, no trato pessoal, nos serviços de apoio, no aspecto físico, etc.

O termo “cliente de saúde” é muito pouco utilizada em instituições públicas de saúde, sendo mais pronunciada em hospitais privados. Mas entende-se que toda pessoa em contato com o hospital (público ou privado), seja para adquirir serviço médico ou simples informação pode ser considerado cliente de saúde.

5 MARKETING DE RELACIONAMENTO EM ATENDIMENTO NOS SERVIÇOS DE SAÚDE.

O marketing de relacionamento surgiu para suprir uma deficiência do marketing tradicional, direcionando a relação massificada para uma ação voltada mais ao indivíduo, descobrindo, conhecendo, analisando e focando o cliente em si. Para Kotler (1998, p.30), “é a prática da construção de relações satisfatórias de longo prazo com partes chaves [...], para reter sua preferência e negócios a longo prazo”, concentrando e sendo mais eficaz permitindo que a empresa aumente a sua lucratividade em cima de cada cliente buscando sempre satisfazer da melhor forma, concentrando esforços naqueles que proporcionam o máximo de valor.

Assim como o marketing de massa foi à solução no século passado para levar o maior número possíveis de produtos para o maior número imaginável de clientes, o marketing de relacionamento na atualidade privilegia a interação com o seu cliente, com o objetivo de desenvolver, especialmente para ele, um conjunto de valores que o levarão à satisfação e longevidade do seu relacionamento com a empresa.

Confira este quadro que mostra a diferença entre o marketing tradicional e o marketing de relacionamento:

Figura 2: Marketing tradicional x marketing de relacionamento

| Diferença entre Marketing Tradicional e Marketing de Relacionamento | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Marketing Tradicional | Marketing de Relacionamento |
| <ul style="list-style-type: none"> * Ênfase na vendas vendas individuais; * Ênfase nas características dos produtos; * Visão a curto prazo; * Pouca ênfase no serviço ao cliente; * Contacto descontínuo com o cliente; * Baixo nível de compromisso com o cliente; * Nível moderado de contacto com o cliente; * A qualidade é uma preocupação do pessoal da produção; | <ul style="list-style-type: none"> * Ênfase na retenção de clientes; * Ênfase no valor do cliente; * Visão a longo prazo; * Grande ênfase no serviço ao cliente; * Contacto contínuo com o cliente; * Elevado nível de compromisso com o cliente; * Nível elevado de contacto com o cliente; * A qualidade é uma preocupação de toda a equipe da empresa; |

Fonte: <https://cepein.femanet.com.br>

No entendimento dos especialistas em marketing, os serviços de saúde oferecidos nos hospitais, clínicas precisam ter maior qualidade e buscar constantemente sintonia e consenso

de objetivos dos seus funcionários (clientes internos) com os desejos e necessidades e dos pacientes (clientes externos); não somente de satisfazer o cliente com melhor serviço, mas manter, estabelecer corretamente o relacionamento da empresa com cada cliente. Neste contexto, as atividades de marketing, que eram pouco reconhecidas e praticadas na área da saúde, tornam-se ferramentas essenciais em um mercado altamente competitivo, numa tentativa de atingir os objetivos de sobrevivência, crescimento e lucratividade no setor (TAHKA, 1992; WAGNER et al., 1994).

O marketing de relacionamento (MR) envolve três princípios conforme Gummesson (1996): relacionamento, rede e interação. Neste contexto, o MR destaca não somente a relação com os clientes, mas a um sistema complexo, que envolve vários aspectos interligados e a criação de benefícios para todas as partes envolvidas (CURI, 2007).

Houve um crescimento acelerado do setor de serviços, e em virtude das alterações na economia, as atividades empresariais desse setor tornara-se mais complexas, especializadas e competitivas. Os serviços podem ser apontados em dois grupos, os baseados em equipamentos e os baseados em pessoas; qualquer que seja o caso, o método da entrega do serviço é o ponto onde a qualidade está em jogo (CHURCHILL; PETER, 2000). No serviço baseado em equipamento o foco está na qualificação e especialização do funcionário que faz sua manutenção, uma forma de criar valor para o cliente. Naqueles baseados em pessoas, a qualidade depende quase inteiramente da formação e motivação das pessoas que fornecem os serviços. Aqui, a capacidade de manter boas relações com os clientes é importante para o sucesso.

France e Grover (1992) relatam que os serviços de saúde são mais complexos do que outros serviços ao consumidor, por quatro motivos: são provavelmente os mais intangíveis de todos os serviços; desencontros entre as expectativas do cliente e a entrega efetiva pode ser maior para os serviços de saúde; a demanda por serviços de saúde pode ser menos previsível; e a distinção entre o tomador de decisão e o cliente é mais confusa nos serviços de saúde.

A interação do MR nos serviços de saúde torna necessário o mapeamento das particularidades da qualidade de serviços de cuidado à saúde para melhor qualidade em atendimento das necessidades dos clientes deste setor (FORD; BACH; FOTTLER, 1997).

Nas instituições de saúde públicas a aplicação do MR tende a melhorar na qualidade da formação, qualificação e motivação do profissional que presta e fornece os serviços hospitalares, desta forma, criando boas relações e satisfação por parte dos clientes da saúde.

6 METODOLOGIA

A metodologia é um fator importante na construção do estudo, “A pesquisa bibliográfica é uma etapa fundamental em todo trabalho científico que influenciará todas as etapas de uma pesquisa, na medida em que der o embasamento teórico em que se baseará o trabalho. Consistem no levantamento, seleção, fichamento e arquivamento de informações relacionadas à pesquisa” (AMARAL, 2007, p. 01).

Amaral (2007) nota que é indispensável antes de todo e qualquer trabalho científico fazer uma pesquisa bibliográfica sobre o tema em questão, sendo assim, o autor não recomenda começar pela coleta de dados, mas sim fazer pela revisão de literatura, onde o mesmo ressalta que pode se observar em alguns trabalhos de profissionais de saúde e acadêmicos no início de formação científica.

O levantamento bibliográfico recorreu a textos impressos (livros, artigos, cartilhas) e de arquivos eletrônicos (artigos, notícias, monografias).

Esta pesquisa também se fez de natureza quantitativa método que se caracteriza pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento dessas através de técnicas estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas. De uma forma geral, tal como a pesquisa experimental, os estudos de campo quantitativos guiam-se por um modelo de pesquisa onde o pesquisador parte de quadros conceituais de referência tão bem estruturados quanto possível, a partir dos quais formula hipóteses sobre os fenômenos e situações que quer estudar. Uma lista de consequências é então deduzida das hipóteses. A coleta de dados enfatizará números (ou informações conversíveis em números) que permitam verificar a ocorrência ou não das consequências, e daí então a aceitação (ainda que provisória) ou não das hipóteses. Os dados são analisados com apoio da Estatística (inclusive multivariada) ou outras técnicas matemáticas. Também, os tradicionais levantamentos de dados são o exemplo clássico do estudo de campo quantitativo (POPPER, 1972).

Pode-se falar também que pesquisa de campo consiste em averiguações baseadas na experiência no local onde aconteceu um fato ou fenômeno, podendo usar entrevistas, questionários, testes e observações participantes ou não. A pesquisa no HUUFMA-Unidade Presidente Dutra foi feita com intuito de demonstrar o cenário atual por conta desta pandemia covid-19 e a qualidade percebida pelo paciente/cliente de saúde através dos serviços de

recepção. As entrevistas e aplicações de questionários foram realizadas diretamente com os usuários /clientes de saúde, acompanhantes, familiares, amigos e visitantes.

Optou-se por abordagem quantitativa, que se baseia na medida, em números e as variáveis observadas são consideradas objetivas. A pesquisa também é descritiva, que utiliza o método de estudo de caso. Segundo Gil (2008), a pesquisa descritiva visa delinear os elementos fundamentais na relação das ações envolvidas, neste caso, a qualidade do atendimento no setor de recepção. Para Tull e Hawkins (1984), um estudo de caso se refere a uma análise intensiva de uma situação particular.

Como instrumento de coleta de dados foi utilizado o questionário, apresentado aos usuários/cliente de saúde, acompanhantes, familiares, amigos e visitantes que fizeram uso dos serviços de recepção. A aplicação da pesquisa e questionário foram realizadas de forma presencial, o modelo do questionário e as perguntas foram elaborados para atender o objetivo do estudo, possuindo quatro variáveis como respostas, a fim de verificar o nível de concordância do indivíduo com algo favorável ou desfavorável.

No total, participaram do questionário 40 pessoas que usufruíram dos serviços do setor de recepção do HUUFMA- Unidade Presidente Dutra, que se disponibilizaram a responder o questionário entre os dias 19 de janeiro do ano de 2022 ao dia 20 de janeiro de 2022.

6.1 LOCAL DE ESTUDO

O Hospital Universitário da Universidade Federal do Maranhão (HU-UFMA) é um órgão da Administração Pública Federal, que tem por finalidade reunir assistência, ensino, pesquisa e extensão na área de saúde e afins. É um hospital de ensino certificado pelo Ministério da Educação - MEC e Ministério da Saúde – MS. Por suas características de natureza pública, atende a todos, sem distinção, respeitando os princípios éticos das profissões, integra à estrutura orgânica do Sistema Único de Saúde (SUS).

O HU-UFMA é formado por duas grandes unidades hospitalares: Presidente Dutra e Materno Infantil, possui ao total 554 leitos. Unidade Presidente Dutra, são oferecidos os serviços assistenciais em clínica médica, clínica cirúrgica, ambulatórios especializados, sendo um hospital de referência estadual para os procedimentos de alta complexidade nas áreas cardiovascular, traumatologia-ortopedia, neurocirurgia, vídeo-laparoscopia, nefrologia, transplantes, facoemulsificação, cirurgia bariátrica, litotripsia, hemodinâmica, audiometria, ressonância magnética, Banco de Olhos e Núcleo de Fígado, desenvolve, também,

procedimentos de média complexidade e alguns programas estratégicos de atenção básica integradas à rede do Sistema Único de Saúde - SUS.

Por excelência, o HUUFMA é um centro de ensino e de pesquisa para a formação de profissionais da área de saúde e outras áreas correlatas. É campo de ensino para alunos de graduação em enfermagem, farmácia-bioquímica, medicina, nutrição, odontologia, psicologia, terapia ocupacional, fisioterapia, fonoaudiologia, serviço social, hotelaria, biblioteconomia, comunicação social nas habilitações de jornalismo e relações públicas.

São objetivos do hospital universitário:

- Prestar assistência à comunidade na área de saúde em todos os níveis de complexidade em especial na Alta complexidade, de forma universalizada e igualitária harmonizada com o Sistema Único de Saúde - SUS.
- Ser campo de ensino, pesquisa e extensão na área de saúde e afins, em estreita relação e sob orientação das Coordenadorias e dos Departamentos que nele efetivamente atuam.
- Aprimorar a qualidade acadêmica e científica dos profissionais, contribuindo para o fortalecimento e expansão da pós-graduação.

Figura 3: HUFMA/Unidade Presidente Dutra



Fonte: <https://www.gov.br/ebserh/>

O Setor Hotelaria Hospitalar do Hospital Universitário da Universidade Federal do Maranhão (HUUFMA) tem como objetivo a implementação de um serviço de qualidade e segurança direcionados às áreas de rouparia, lavanderia, limpeza e higienização (gerenciamento de resíduos), segurança, nutrição e dietética, restaurante, recepção.

A finalidade do Serviço de Hotelaria Hospitalar na busca por melhorias, visa à promoção do bem-estar, conforto e segurança na hospitalidade, oferecendo qualidade, valor e satisfação para o cliente durante sua permanência na instituição, com foco na qualidade do atendimento humanizado no ambiente hospitalar.

O HU-UFMA tem adotado uma série de ações para o enfrentamento do novo corona vírus covid-19, que envolve desde o atendimento ao paciente, a aquisição de insumos hospitalares, o treinamento das equipes, a organização de alojamentos, entre outras.

A covid-19 trouxe inúmeras implicações para muitas pessoas que foram acometidas pela doença, o HUUFMA, criou um modelo de atendimento ambulatorial para reabilitação pós-covid. O modelo conta com equipe multiprofissional de oito especialidades: médica, enfermagem, fisioterapia, fonoaudiologia, nutrição, serviço social, terapia ocupacional e psicologia.

Foi estabelecido medidas de restrições do número visitas a internados por tempo indeterminado como medida preventiva para a não disseminação do COVID-19 (Corona vírus).

Ficam suspensas por prazo indeterminado em todas as Unidades do HU-UFMA: visita multiprofissional de matricialmente e visitas religiosas, para gerenciamento de circulação de pessoal no hospital.

Colaboradores sintomáticos devem encaminhar atestado de afastamento, colaboradores vulneráveis dependendo da sua atividade a fará remotamente. A realização de eventos e atividades de capacitação por meio de vídeo conferencia.

A hotelaria hospitalar do HUUFMA adotou e intensificou, por exemplo, a limpeza e desinfecção hospitalar e de superfícies como método de barreira de proteção o uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPI) e higienização das mãos.

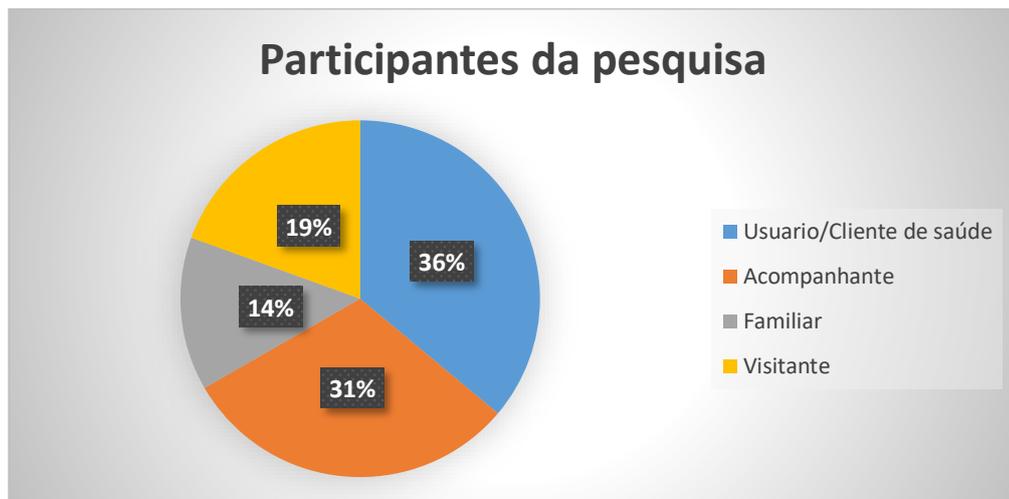
7 RESULTADOS DA PESQUISA

Os participantes da pesquisa foram tanto usuário/cliente de saúde, familiares, acompanhantes e visitantes que usufruíram dos serviços de atendimento em recepção no ambiente hospitalar. Para ter conhecimento desses participantes, questionou-se: Qual a sua situação no hospital?

Com relação à situação dos entrevistados: 36% foram usuários/clientes de saúde, 31% eram acompanhantes, 14% eram familiares e 19% visitantes (Gráfico 1).

Segundo Taraboulsi (2006, p. 24), ao reconhecer que a expressão cliente de saúde é a mais adequada dentro do contexto hospitalar e abrange, além da pessoa enferma, os familiares, amigos, acompanhantes e visitantes, torna-se mais fácil adotar estratégias e implementar ações, inclusive as de hotelaria, que possam garantir a humanização e a qualidade dos serviços

Gráfico 1: Participantes da pesquisa



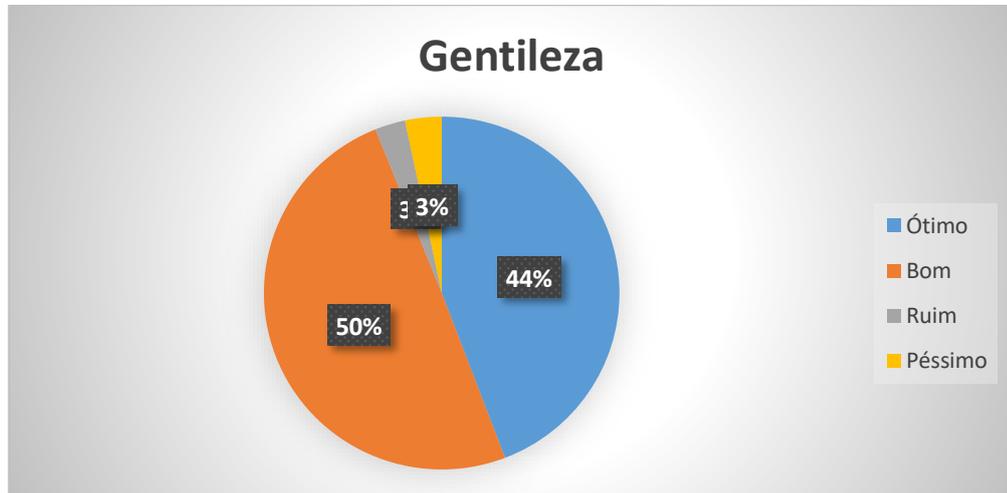
Fonte: Dados da pesquisa

Buscou-se saber sobre a avaliação do setor de recepção, pois é o primeiro contato do cliente de saúde. Para analisar a impressão dos entrevistados da pesquisa, quanto a gentileza prestada no atendimento, fez-se a seguinte pergunta: Os funcionários da recepção foram gentis?

Percebe-se, então, que com relação a um atendimento gentil, foi recebido em, 44% dos casos como ótimo, enquanto 50% consideraram bom, 3% julgaram ruim. Por fim 3% discordaram negativamente com péssimo (Gráfico 2). Segundo Thrinidad (2015), cita que ser gentil é bem mais que ser educado, respeitoso, simpático, bem-humorado ou cordial, ser gentil deveria ser um dever social, pois a gentileza provoca reação positiva em qualquer pessoa, não

importa o ambiente. Um ato de gentileza marca o dia de alguém como um gesto que favorece o bem-estar.

Gráfico 2: Gentileza

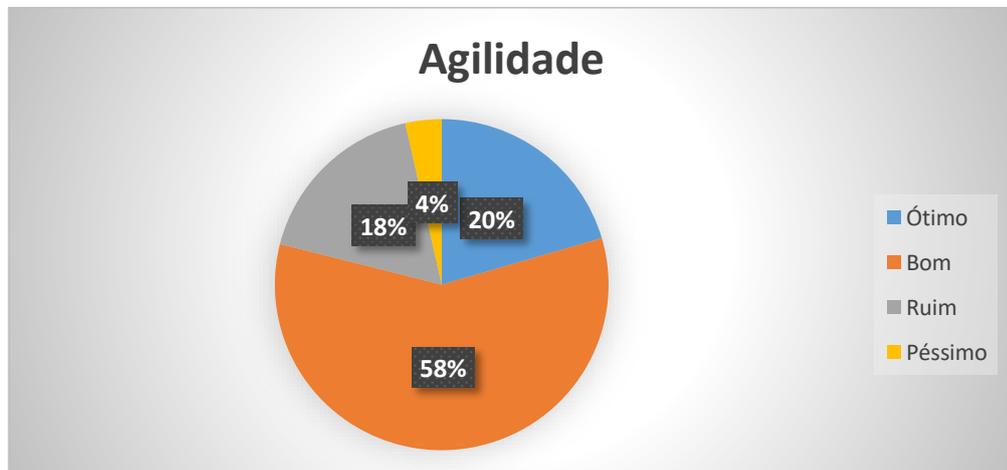


Fonte: Dados da pesquisa

Mesmo com a pandemia percebe-se que o índice de discordância considerando o grau de gentileza como ruim e péssimo, foi de 3%. Isso pode ter sido devido à ansiedade, alto nível de estresse que pode ter gerado em algumas pessoas, devido ao medo da pandemia do corona vírus (Gráfico 2).

No âmbito hospitalar, a agilidade no atendimento mostra para o cliente que você está preocupado em resolver o problema dele o quanto antes, mas mantendo a qualidade e sem pressa.

Gráfico 3: Agilidade



Fonte: Dados da pesquisa

Os dados da pesquisa, quanto a questão agilidade no processo de atendimento em recepção, mostra que 20% dos entrevistados considerou ótimo, 58% como bom, 18% julgaram ruim e 4% estão insatisfeito e consideraram péssimo. A percepção de uma pessoa muda quando está vivenciando uma pandemia, principalmente quando somado à sua situação aflitiva. Isso impacta a percepção do cliente mediante o atendimento prestado, e nesse momento de fragilidade o bom atendimento com agilidade traz menos aborrecimentos nesse momento pandêmico.

Gráfico 4: Comunicação clara e objetiva

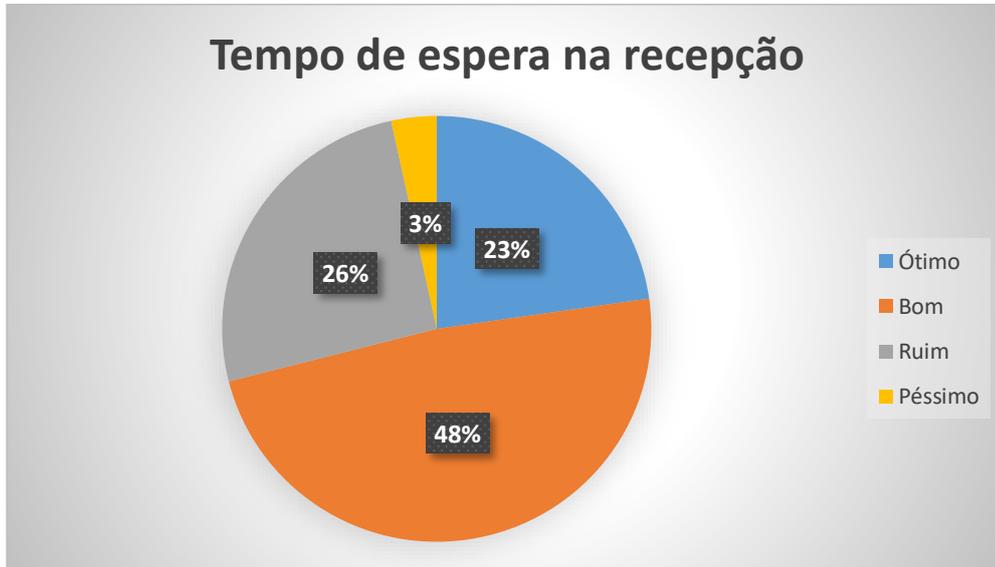


Fonte: dados da pesquisa

O atendimento trata-se de cuidar das necessidades do usuário/cliente de saúde. Quando o funcionário transmite um bom atendimento, transmite não só uma boa imagem, como confiança também. O cliente da área da saúde deve receber um atendimento de qualidade, com informações precisas, claras e objetivas, portanto tal motivo inspirou a pergunta: o funcionário da recepção possui comunicação clara e objetiva? O gráfico 4 exibe o nível de satisfação com relação com a comunicação clara e objetiva da recepção hospitalar, apresentando 26% satisfeitos com ótimo, 68% satisfeito com bom, 3% insatisfeitos com (ruim) e 3% totalmente insatisfeitos com (péssimo). Conforme Chiavenato (2006 p.333), para manter uma harmonia na área de trabalho entre as instituições, funcionários, e com os clientes de saúde as comunicações devem ser claras e objetivas, caminhar juntas.

Durante a covid-19, muitos hospitais estavam superlotados, impactando na satisfação do atendimento, neste momento a importância da comunicação clara, objetiva e direta tem impacto na qualidade do atendimento ao cliente de saúde.

Gráfico 5 - Tempo de espera na recepção



Fonte: Dados da pesquisa

Durante o tempo de espera, o ambiente deve ter “uma atmosfera agradável em suas dimensões, decoração adequada e profissionais treinados em acolhimento e humanização” (Boeger, 2005, p.55). Tudo isso para que o tempo de espera seja o mais confortável possível, tanto para usuário/cliente de saúde quanto seus acompanhantes, visitas, familiares. Demora no atendimento é estressante, e isso pode contribuir para a insatisfação dos clientes de saúde, por este motivo foi perguntado aos entrevistados: Qual o grau de satisfação no tempo de espera na recepção hospitalar? Os dados da pesquisa mostram que 23% consideraram ótimo, 48% consideraram bom, 26% com grau de satisfação ruim, 3% jugaram a insatisfação como péssimo.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os serviços de hotéis foram adaptados para atenderem melhor as necessidades dos clientes de saúde e assim manter um ambiente tranquilo, confortável e sossegado. O atendimento humanizado é essencial nas organizações de saúde, muitos clientes chegam em estado fragilizado tanto fisicamente, mentalmente e psicologicamente.

O cliente de saúde possui necessidade individuais, tornando-o mais observador e prezando cada vez mais pelos seus direitos como consumidor de um atendimento de qualidade.

Esse trabalho possui grande relevância para o meio acadêmico, em razão da hotelaria hospitalar ser um setor que está em crescimento, com mudanças e regras que varia de cada instituição, bem como a pandemia da covid-19, fato sanitário que alterou a rotina e as relações de saúde.

Esta pesquisa se propôs a avaliar por meio de questionário os serviços prestados pelo atendimento de recepção hospitalar com objetivo de analisar a percepção dos clientes com o atendimento, em relação a satisfação quanto a gentileza, agilidade, comunicação clara e objetiva e tempo de espera.

Como resultado da pesquisa, observou-se que o atendimento de recepção do hospital universitário HUUFMA, conseguiu suprir as exigências dos clientes com bom resultado, mesmo com a situação pandêmica do covid-19 que acaba ocasionando alta demanda, gerando superlotação.

No entanto, percebeu-se que nos itens: agilidade e tempo de espera na recepção, teve um aumento de insatisfação considerado como ruim. O que sugere, a necessidade de o setor de hotelaria hospitalar desenvolver métodos que garantam a qualidade do serviço prestado, de forma a melhorar a agilidade nos processos de atendimento, e assim, conseqüentemente diminuindo o tempo de espera na recepção.

Conclui-se que o propósito dos serviços de atendimento em hotelaria na organização hospitalar vai ao encontro da satisfação do cliente. O hospital estudado o HUUFMA, mostrou através da pesquisa de avaliação respondida pelos clientes de saúde, que tem preocupação de humanizar seu atendimento nos serviços prestados.

REFERENCIAS

BEBER, Ariana Oliveira. Hotelaria hospitalar. Semana acadêmica, 2018. Disponível em: <https://semanaacademica.com.br/system/files/artigos/hotelaria_hospitalar_para_publicar.pdf/>. Acesso em: 21 de dez. de 2021.

PEREIRA, Eduardo. Marketing de relacionamento: solução para fidelização dos clientes, colaboradores e fornecedores. Femanet, 2013. Disponível em: <<https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1011260168.pdf/>>. Acesso em: 01 de jan. de 2021.

EMPRESA Brasileira de Serviços Hospitalares. Ebserh, 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/ebserh/pt-br/hospitais-universitarios/regiao-nordeste/huufma/governanca/hu-ufma/>>. Acesso em: 04 de jan. de 2021.

Cliente de saúde x paciente. Portal educação, 2021. Disponível em: <<https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/turismo-e-hotelaria/cliente-de-saude-x-paciente/15666#/>>. Acesso em: 18 de jan. de 2021.

SILVA, Thaise Marques da. A qualidade no atendimento da recepção hospitalar percebida pelos clientes de saúde. Connepi, 2012. Disponível em: <<https://propi.ifto.edu.br/ocs/index.php/connepi/vii/paper/viewFile/4294/2682/>>. Acesso em: 20 de jan. de 2021.

ROSSETTO, Edgar. Estudo da qualidade do serviço hospitalar do hospital universitário regional dos campos gerais por meio do conceito da hospitalidade e humanização. Unicentro, 2014. Disponível em: <<http://www2.unicentro.br/detur/files/2014/09/.pdf/>>. Acesso em: 15 de jan. de 2021.

EMPRESA Brasileira de Serviços Hospitalares. Hu-ufma no enfrentamento do coronavírus. Ebserh, 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/ebserh/pt-br/hospitais-universitarios/regiao-nordeste/hu-ufma/saude/covid-19/>>. Acesso em: 15 de jan. de 2021.

EMPRESA Brasileira de serviços hospitalares. Plano de contingência para infecção humana pelo novo coronavírus (SARS-cov-2) do Hu-ufma. Ebserh, 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/ebserh/pt-br/hospitais-universitarios/regiao-nordeste/hu-ufma/saude/covid19.pdf/>>. Acesso em: 15 de jan. de 2021.

RIBEIRO, Márcio Leonardo Ferreira. Estudo prospectivo para a melhoria no atendimento da recepção de uma rede hospitalar privada na cidade do rio de janeiro. SIMGPI, 2018. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/327078890_Estudo_prospectivo_para_a_melhoria_no_atendimento_da_recepcao_de_uma_rede_hospitalar_privada_na_cidade_do_Rio_de_Janeiro/>. Acesso em: 20 de jan. de 2021.

MASCARENHAS, Rubia Gisele Tramontin. A qualidade percebida pelo paciente através dos serviços de hotelaria hospitalar: Um estudo sobre a hospitalidade na área da saúde. *Revistas UFPR*, 2016. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/39994/>>. Acesso em: 15 de jan. de 2021.

FERREIRA, Lissa Valéria Fernandes. A importância da hospitalidade e qualidade dos serviços na hotelaria hospitalar. *Revista de turismo contemporâneo*, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/8564/>>. Acesso em: 15 de jan. de 2021.

CAMARGO, Maria Emilia. Psicologia positiva e atendimento ao cliente. *Revista científica unitpac*, 2016. Disponível em: <<https://assets.unitpac.com.br/arquivos/revista/2019.pdf/>>. Acesso em: 20 de jan. de 2021.

ELIAS, Sabrina Maria de Sousa. Hotelaria hospitalar e os novos protocolos de segurança: segurança em hospitais universitários. Repositorio UFSC, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/.pdf/>>. Acesso em: 15 de jan. de 2021.

MATTOS, Nathália Moreno Cunha. Uma análise comparativa entre as teorias do marketing de relacionamento e de fidelização e a prática em um hospital o caso do hospital português. Repositório Institucional da UFBA, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/27370/>>. Acesso em: 16 de jan. de 2021.

SGANZERLLA, Silvana Aparecida. A aplicação do marketing de relacionamento na produção da hospitalidade no ambiente hospitalar. *Revista hospitalidade*, 2009. Disponível em: <<https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/thesis/view/4/>>. Acesso em: 16 de jan. de 2021.

ANEXOS

Modelo do questionário, aplicado aos clientes de saúde do HUUFMA como forma de avaliar o atendimento em recepção hospitalar.



QUESTIONARIO DE PESQUISA COM USUARIOS/

CLIENTES DE SAÚDE DO HUUFMA

(Unidade Presidente Dutra) – 2022

O objetivo desta pesquisa de trabalho acadêmico é verificar o grau de satisfação dos usuários/clientes desta instituição de saúde com relação ao atendimento nos serviços de recepção.

| |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INSTITUIÇÃO DE SAÚDE: HOSPITAL UNIVERSITARIO (HUUFMA) Unidade Presidente Dutra. |
| NOME: |
| () USUARIO/CLIENTE DE SAÚDE () ACOMPANHANTE () FAMILIAR () VISITANTE |
| DATA: |

| QUANTO AOS FUNCIONARIOS DA RECEPÇÃO | ÓTIMO | BOM | RUIM | PÉSSIMO |
|-------------------------------------|-------|-----|------|---------|
| 1- GENTILEZA | | | | |
| 2- AGILIDADE | | | | |
| 3- COMUNICAÇÃO CLARA E OBJETIVA | | | | |
| 4- TEMPO DE ESPERA NA RECEPÇÃO | | | | |