

# Fatores que Influenciam o Paciente/Cliente na Escolha do Hospital Privado

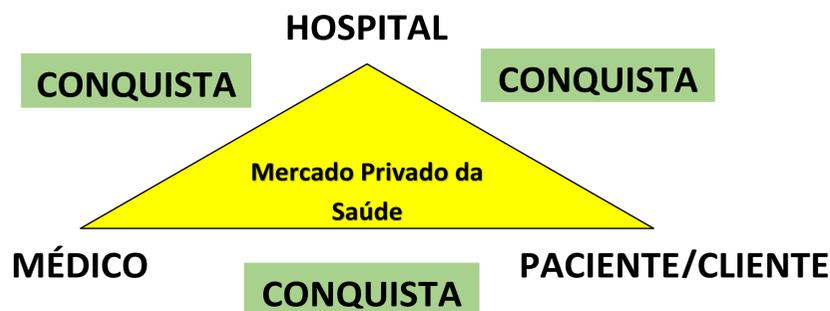
Rodrigo d'Ávila Vieira

Administrador Hospitalar – Mestre em Gestão Estratégica

## 1. INTRODUÇÃO

O mercado privado de saúde apresenta distintas relações e fatores peculiares à conquista de clientes. A interação entre o hospital privado e o paciente/cliente, atores desse estudo, criam um atrativo conveniente à pesquisa. A identificação e a mensuração do grau de relevância de variáveis visam complementar o conhecimento dessa organização sobre o nível de importância desses tópicos para o usuário. Assim, disponibiliza-se subsídios para a qualificação das estratégias de atratividade de pacientes/clientes e do corpo clínico, além de auxiliar na tomada de decisão e na sustentabilidade dessas instituições.

O mercado privado de saúde.



Fonte: Adaptado de ARIOSI (2002, p.59).

## 2. OBJETIVOS

### Objetivo Geral

- Analisar fatores que influenciam os pacientes/clientes na decisão de escolha de um hospital privado.

### Objetivos Específicos

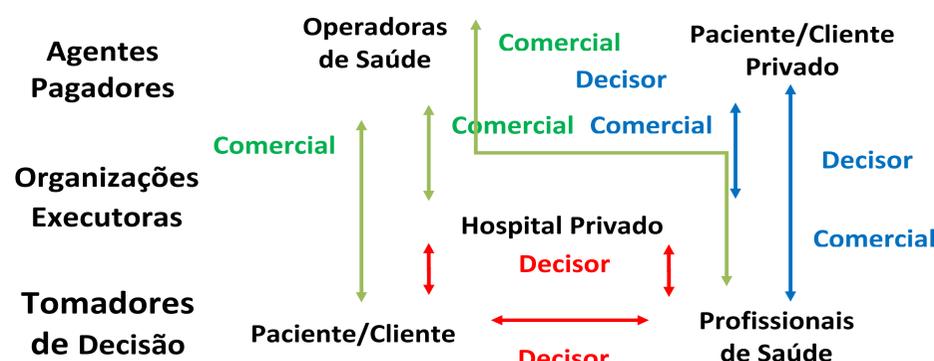
- Identificar e mensurar fatores que influenciam na decisão do paciente/cliente na escolha do hospital privado;
- Sugerir ações que possam compor uma estratégia para o hospital privado captar pacientes/clientes;
- Sugerir ações que possam compor uma estratégia do hospital privado para a conquista do corpo clínico.

## 3. METODOLOGIA

<b>Definição da Pesquisa</b>	Survey – Quantitativa;
<b>Universo</b>	Usuários de planos de saúde de João Pessoa/PB conforme Agência Nacional de Saúde (2010) - 187.088 usuários;
<b>Amostra</b>	Utilizada ferramenta "Decision Analyst Stats 2.0", com margem de segurança de 5% e nível de confiança de 95% - 383 entrevistas;
<b>Questionário</b>	Instrumento com instrução, 11 níveis de resposta (0 a 10) sendo 10 o maior grau de relevância, e 44 variáveis analíticas e variável discriminatória dicotômica;
<b>Pré-Teste</b>	Aplicado em um hospital privado com 25 pacientes/clientes;
<b>Aplicação</b>	Aplicado em hospitais privados de João Pessoa-PB;
<b>Eliminação de Discrepâncias</b>	Utilizado "Score Z" para eliminação de pontuação "> 3". Validadas 318 entrevistas;
<b>Tratamento de Dados</b>	Utilizado excel com uso de teste-t, igualdade para diferença de média com significância de 5%, com mensuração p-bi caudal;
<b>Apresentação</b>	Média decrescente com apresentação do nível de importância das variáveis.

## 4. CONSTRUCTO

Os agentes do mercado privado de saúde e seus relacionamentos



Fonte: Pesquisa

## 5. RESULTADOS

A influência do médico na escolha de um hospital privado pelo paciente/cliente



Fonte: Pesquisa

### Apresentação das Variáveis Analíticas por Nível de Importância

- |   |   |
|---|---|
| 1. Higiene Hospitalar                   | 23. Certificações de Qualidade              |
| 2. Estrutura Física                     | 24. Gestão Profissional                     |
| 3. Controle de Infecção                 | 25. Interação com os Colaboradores          |
| 4. Ética Organizacional                 | 26. Contato com Familiares                  |
| 5. Excelência Assistencial              | 27. Colaboradores Especializados            |
| 6. Tecnologia Assistencial              | 28. Comodidade de Horários                  |
| 7. Humanização                          | 29. Facilidade de Acesso                    |
| 8. Variedade de Diagnóstico             | 30. Cumprimento de Políticas Públicas       |
| 9. Segurança Assistencial               | 31. Apoio Psicológico ao Paciente           |
| 10. Responsabilidade Assistencial       | 32. Decisão Assistencial pelo Paciente      |
| 11. Hospital Especializado              | 33. Pró-Atividade dos Colaboradores         |
| 12. Respeito ao Consumidor              | 34. Clareza de Autoridade Assistencial      |
| 13. Responsabilidade Social             | 35. Resolutividade Hospitalar               |
| 14. Qualidade da Lavanderia             | 36. Empatia                                 |
| 15. Qualidade de Manutenção             | 37. Assistência Pós-Alta                    |
| 16. Qualidade de Nutrição               | 38. Participação em Pesquisa Científica     |
| 17. Equidade de Atendimento             | 39. Cobertura Geográfica                    |
| 18. Qualidade de Prontuário do Paciente | 40. Disponibilização de Parcial de Despesas |
| 19. Facilidade de Acesso                | 41. Controle de Custos                      |
| 20. Qualidade da Hotelaria              | 42. Relação Comercial                       |
| 21. Equipe Multidisciplinar             | 43. Divulgação de Identidade Organizacional |
| 22. Gestão Direcionada ao Paciente      | 44. Redução do Tempo de Internação          |

Fonte: Pesquisa

## 6. CONCLUSÕES

Considerando os resultados, o hospital privado na sua estratégia de captação de clientes deverá destinar esforços ao médico, pois esse representa o principal elo do usuário na escolha da instituição de saúde. Quanto ao paciente/cliente, leigo na essência, somente aspectos tangíveis podem ser avaliados. Outros aspectos estão diluídos na vulnerabilidade e incerteza que o mesmo adquire ao estar dependente e carente. Dessa forma, a pesquisa não conclui o assunto, pois outros stakeholders poderão ser questionados. Entretanto, é passível de aplicação em qualquer instituição hospitalar privada com foco no abastecimento de informações fidedignas ao planejamento estratégico.

## 7. PRINCIPAIS REFERÊNCIAS

- [1] AGÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE, Tabnet – Informações em Saúde Suplementar, Disponível em: [http://www.ans.gov.br/informação\\_em\\_saude\\_suplementar](http://www.ans.gov.br/informação_em_saude_suplementar)>. Acesso em 12/11/2010.
- [2] ARIOSI, R.P. Médico x Paciente: uma relação de satisfação? Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2002.