

AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELA FOP/UNICAMP E PERCEPÇÃO DAS NECESSIDADES DE SERVIÇOS ODONTOLÓGICOS PELOS PACIENTES

Palavras-Chave: Qualidade total, pacientes odontológicos, gestão e marketing em odontologia

Autores/as:

ISABELA FERNANDA BORTOLAZO – PIBIC EM FOP/UNICAMP

ISABELLY CRISTNY CARDOSO CLEMENTE – PIBIC EM FOP/UNICAMP

LARISSA ARAUJO MORAES – PIBIC EM FOP/UNICAMP

LIVIA GENESI DA SILVA OLIVO – PIBIC EM FOP/UNICAMP

ANA FLAVIA DE CARVALHO CARDOZO – FOP/UNICAMP

STEFANY DE LIMA GOMES – FOP/UNICAMP

SORAYA MONTEIRO GUEDES FERNANDEZ – FOP/UNICAMP

Prof. Dr. JOÃO SARMENTO PEREIRA NETO – FOP/UNICAMP

Prof. Dr. LUIZ FRANCESQUINI JÚNIOR – FOP/UNICAMP

INTRODUÇÃO:

Uma das formas para se avaliar uma empresa pública e ou privada é ouvir as sugestões, reclamações, e elogios emitidos pelos consumidores (Tomaz 2012; André, 2014, Goetz 2015; Scarpi, 2015). Tais registros são feitos pela ouvidoria e/ou serviço de atendimento ao consumidor (SAC) (Orth 2010; Lenzi, 2015). Este retorno é também chamado de pesquisa de satisfação dos pacientes/clientes/consumidores de serviços (Lenzi, 2015) e contribuem para a auto avaliação dos sistemas ou metodologias em funcionamento, visando melhorias. Um dos instrumentos de avaliação recebe o nome de FOFA (Força, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) e é realizado por um indivíduo ou empresa com conhecimentos específicos sobre o tema, (André 2014; Scarpi, 2015) os quais elaboram um relatório com as informações colhidas pela observação, no qual pode-se ter um cenário da real situação do que se pretende avaliar (Carreon, 2016). Também há necessidade de ouvir e avaliar as necessidades dos pacientes/clientes/consumidores de serviços (Lacombe & Chu, 2008; Fiuza 2010), nos aspectos tangíveis e intangíveis, pois este é o objetivo principal de uma Instituição de Ensino Superior (IES).

Os valores (visão, metas, valores) defendidos pela IES, podem ou não estar sendo praticados e podem ou não estar sendo percebidos pelos reais consumidores de serviços e o marketing 3.0 e 4.0 prima pelo cumprimento destes visando atingir a certificação/acreditação (Nana, 2013; Borges, 2015).

A pesquisa via telefone realizada a partir de roteiros pré-determinado com questões fechadas, permite a obtenção de apontamentos sobre a qualidade dos serviços prestados e as necessidades reais dos pacientes/clientes/consumidores de serviços, porém, perguntas do tipo dissertativas permitem

realizar o processo de escuta ativa de forma efetiva, por meio do qual são constatadas as reais necessidades dos entrevistados e a sua efetiva percepção da IES em diferentes aspectos.

Assim, há a necessidade de conhecimento do real valor (qualidade tangível e intangível) atribuído pela comunidade onde a Faculdade de Odontologia de Piracicaba da Universidade Estadual de Campinas (FOP/UNCIAMP) está inserida. Dessa forma, esse estudo buscou avaliar os serviços prestados pela IES na cidade de Piracicaba- SP e região e também buscou constatar a percepção das pessoas quanto a sua própria saúde bucal.

METODOLOGIA:

O presente projeto de pesquisa foi aprovado pelo CEP/CONEP CAAE: 47213721.2.0000.5418. Trata-se de um estudo observacional de corte transversal de coleta de dados.

A amostra constou de 200 pessoas, as quais são maiores de 18 anos, residentes na cidade de Piracicaba ou região, e não foram consideradas variáveis como sexo, ancestralidade ou determinantes sociais, econômicos ou culturais. Foram elaborados dois questionários via Google Forms, o primeiro avaliou os serviços prestados pela FOP/UNICAMP e o segundo avaliou a percepção dos danos estéticos, mastigatórios e fonéticos gerados pela condição atual dos seus próprios aparelho estomatognáticos.

Os entrevistados pertencem a rede particular de contatos dos discentes da pesquisa, os quais, inicialmente, abordaram os participantes por mensagem de áudio no aplicativo WhatsApp. Ao aceitar a participação na pesquisa, o participante recebia o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e o link para preenchimento dos questionários elaborados.

As gravações foram enviadas para o Docente responsável para arquivo junto a um HD externo de armazenamento de memória. As respostas aos questionários foram organizadas em duas planilhas do Excell™ e os dados foram submetidos a análise de estatística descritiva simples.

RESULTADOS E DISCUSSÃO:

Resultados para avaliação dos serviços prestados pela FOP/UNICAMP.

Das 200 pessoas convidadas a participar da pesquisa, 112 (56%) aceitaram e suas respostas foram validadas. Foi perguntado aos entrevistados se já haviam utilizado os serviços da FOP/UNICAMP e verificou-se que 33 (29,5%) indicaram que sim e os demais (n=79, 70,5%) nunca procuraram. A informação alarmante das respostas dadas, é que destes 25 (75,8%) conseguiram atendimento, e oito (24,2%) não conseguiram atendimento. Provavelmente, tal situação reflita o período em que a IES teve de reestruturar as clínicas de atendimento durante a pandemia de Covid-19. Mesmo assim, praticamente um quarto não conseguiu atendimento o que sugere a necessidade de melhoria na captação e acolhimento de novos pacientes.

Quando questionado se o profissional que o tratou escutou ativamente as suas necessidades, verificou-se que 22 (88%) indicaram que sim, conforme a Tabela 1. Questionou-se também se o aluno de graduação que atendeu o entrevistado tinha educação/cortesia/simpatia/empatia e verificou-se que 20 (80%) indicaram que sim e cinco (20%) indicaram que não haviam sido atendidos por alunos. Ao se questionar se o aluno possuía os conhecimentos necessários, verificou-se que 19 (76%) indicaram que sim.

Tabela 1. Distribuição das frequências indicando se o profissional que o tratou escutou ativamente as suas necessidades.

Durante o seu atendimento, o Cirurgião Dentista (aluno de graduação) escutou as suas necessidades?	Contagens	% do Total	% acumulada
Não	2	8.0 %	8.0 %
Não sei opinar	1	4.0 %	12.0 %
Sim	22	88.0 %	100.0 %

Questionou o entrevistado se o Docente que o atendeu possuía educação/cortesia/simpatia e verificou-se que 22 (88%) indicaram que sim, conforme Tabela 2. Também se questionou o entrevistado se o Docente que o atendeu possuía conhecimento e verificou-se que 22 (88%) indicaram que sim e três (12%), indicaram não saber opinar. Também se verificou que 25 (100%) indicaram se sentir seguros em relação às regras de biossegurança utilizadas.

Tabela 2. Distribuição das frequências indicando se o Docente possuía educação/cortesia/simpatia necessários para atender pacientes.

O professor que te atendeu tinha educação/cortesia/simpatia?	Contagens	% do Total	% acumulada
Não	1	4.0 %	4.0 %
Não fui atendido por um professor	2	8.0 %	12.0 %
Sim	22	88.0 %	100.0 %

Outros dados foram sobre infraestrutura, localização e valores cobrados pelos procedimentos odontológicos também foram coletados. Analisando esses dados obtidos e aplicando os mesmos ao FOFA, verifica-se que a IES terá muitas oportunidades de se manter como um centro de excelência junto à comunidade científica e geral, os entrevistados apresentaram muitas sugestões que são de fácil aplicação e com baixo custo. A meta dos serviços odontológicos prestados pela FOP tem de ser a qualidade total nos procedimentos (selos de acreditação e qualidade), a inserção de novas tecnologias que estejam disponíveis no mercado, melhorias na busca pela isenção de custos para os pacientes sem

poder aquisitivo, aumento do acolhimento/humanização, com possibilidade de ajuda de custos para alimentação e traslados, dentre outros procedimentos que podem facilitar a realização de maior número de procedimentos/serviços odontológicos em um mesmo dia, ouvir mais as reclamações dos pacientes, bem como, a agilidade na resolução de problemas, dentre outros.

Resultados para percepção das necessidades de serviços odontológicos pelos pacientes.

Das 200 pessoas convidadas a participar da pesquisa, 94 (47%) aceitaram e suas respostas foram validadas. Destes questionou-se quantos precisavam de tratamento dentário e verificou-se que 41 (43,6%) indicaram que sim (Tabela 3).

Tabela 3. Frequências de apontamentos quanto a precisar de tratamento dentário.

Você precisa de tratamento dentário atualmente?	Contagens	% do Total	% acumulada
Não	34	36.2 %	36.2 %
Sim	41	43.6 %	79.8 %
Talvez	19	20.2 %	100.0 %

A tabela abaixo mostra os tipos de procedimentos dentários que os entrevistados apontaram como sendo necessários para seu tratamento.

Tabela 4. Frequências de respostas quanto a precisar dos tipos de procedimentos dentários.

Você tem dentes que precisam ser extraídos (arrancados)?	Contagens	% do Total	% acumulada
Não	74	78.7 %	78.7 %
Sim	14	14.9 %	93.6 %
Talvez	6	6.4 %	100.0 %
Você precisa de tratamentos de canais (endodontia)?	Contagens	% do Total	% acumulada
Não	78	83.0 %	83.0 %
Sim	9	9.6 %	92.6 %
Talvez	7	7.4 %	100.0 %
Você precisa de próteses unitárias?	Contagens	% do Total	% acumulada
Não	74	78.7 %	78.7 %
Sim	17	18.1 %	96.8 %
Talvez	3	3.2 %	100.0 %
Você precisa de próteses parciais removíveis?	Contagens	% do Total	% acumulada
Não	78	83.0 %	83.0 %
Sim	12	12.8 %	95.7 %
Talvez	4	4.3 %	100.0 %
Você tem alguma lesão interna (machucado ou mancha, por ex.)	Contagens	% do Total	% acumulada
Não	81	86.2 %	86.2 %
Sim	7	7.4 %	93.6 %
Talvez	6	6.4 %	100.0 %

Você precisa de restaurações (obturações) nos dentes da frente?	Contagens	% do Total	% acumulada
Não	78	83.0 %	83.0 %
Sim	12	12.8 %	95.7 %
Talvez	4	4.3 %	100.0 %

Você precisa de restaurações nos dentes do fundo?	Contagens	% do Total	% acumulada
Não	68	72.3 %	72.3 %
Sim	21	22.3 %	94.7 %
Talvez	5	5.3 %	100.0 %

Deve-se destacar que embora o aceite em participar da pesquisa tenha sido reduzido, acredita-se que os resultados permitiram verificar a importância da IES e destacar as melhorias que a sociedade realmente valoriza em relação à infraestrutura e prestação de serviços odontológicos.

CONCLUSÕES:

Conclui-se que a IES está a caminho da obtenção de selos de qualidade (acreditação/qualidade total), visto que há soluções de baixo custo para melhorar e ampliar o atendimento e prestação de serviços odontológicos. Também pode-se verificar que os pacientes têm consciência da situação em que se encontram os seus aparelhos estomatognáticos. Na sua maioria, as colocações feitas são passíveis de serem solucionadas e organizadas de forma a aumentar a quantidade e qualidade de serviços à disposição da população regional. Por fim, verificou-se que os entrevistados identificam e reconhecem a necessidade de tratamentos odontológicos, embora ainda não relacionem os mesmos com todos os seus aspectos (mastigatório, fonético, estético e de inserção social).

BIBLIOGRAFIA

- ANDRÉ, Adriana Maria. **Gestão estratégica de clínicas e hospitais**. 2 ed. São Paulo, Ed. Atheneu, 2014. <https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/uecamp/9788538805953>.
- BORGES, Heloísa. **Marketing e vendas para Dentistas: estratégias e ferramentas para o seu consultório**. São Paulo, Ed. Évora, 2015.
- CARREON, Tony. **MBA Master Book of Administração-Marketing em Odontologia**. 1ed. Nova Odessa, Ed. Napoleão, 2016.
- FIUZA, Gisela Demo. Políticas de gestão de pessoas, valores pessoais e justiça organizacional. **Rev. Adm. Mackenzie**, v. 11(5), p. 55-81, 2010.
- GOES, Paulo Sávio Angeiras. **Gestão da prática em saúde bucal**. Porto Alegre, Ed. Artes Médicas, 2015.
- LACOMBE, Beatriz Maria Braga; CHU, Rebeca Alves. Políticas e práticas de gestão de pessoas: as abordagens estratégica e institucional. **Revista de Administração de Empresas**. v. 48, n. 1, art. 2, p. 25-35, 2008.
- LENZI Ricardo, GONÇALVES, Claudio. **Qual é o seu negócio em Odontologia: A pergunta que não pode ficar sem resposta**. São Paulo, Ed. GEN, 2015.
- NANA, Marcia. **Marketing na Odontologia: Estratégias para o sucesso**. Rio de Janeiro, MedBook, 2013.
- ORTH, Celso. **Gestão clínica e do atendimento na Odontologia**. Santos, Ed. GEN, 2010.
- SCARPI, Marinho Jorge. **Administração em saúde-Autogestão de consultórios e clínicas**. Rio de Janeiro, Ed. DOC, 2015.
- TOMAZ, Plínio Augusto Rehse. **Marketing para dentista-Orientação no Consultório-Empresa**. 5.ed.São Paulo, Ed. Navegar, 2012.