

ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO DE INOVAÇÕES EM SERVIÇOS DE SAÚDE: EFEITOS DO COMPORTAMENTO DE CONSUMIDORES DE BAIXA RENDA

Autor: RACHEL DE CAMARGO SERPA DE ALMEIDA

Banca examinadora: Pres. Orientador: Prof. Dr. José Geraldo Pereira Barbosa, Prof^a Dr^a Cecília Lima de Queirós Mattoso, Prof. Dr. Antonio Augusto Gonçalves, Prof. Dr. Jorge de Abreu Soares - UERJ

RESUMO

Inovação não é uma tendência, é uma necessidade que atinge todo tipo de empresa, em todo tipo de atividade, em todos os lugares do planeta. Tratando-se do público de baixa renda, o mesmo vem alcançando uma real elevação nos padrões de consumo, representando hoje uma fatia de mercado expressiva para a maioria das empresas. Para os serviços de saúde privados, os desafios e oportunidades se multiplicam na medida em que é preciso adaptar a estratégia empresarial às especificidades do público de baixa renda, mantendo o foco nas inovações centradas no paciente. O objetivo da pesquisa, um estudo múltiplo de casos, de abordagem qualitativa, foi descrever quais são as orientações estratégicas utilizadas por instituições de saúde privadas para desenvolver inovações para pacientes de baixa renda. Os resultados da pesquisa evidenciaram a importância dada ao atendimento de funcionalidades mais essenciais valorizadas pelo público alvo, seguida da preocupação em flexibilizar formas de pagamento. Direcionadas principalmente aos processos, as inovações encontradas têm características, sobretudo incrementais, desenvolvidas e disseminadas informalmente e suportadas por uma cultura organizacional colaborativa e focada no paciente, com forte apelo social. As inovações na estrutura física, políticas de atendimento e pagamentos são consoantes com a percepção dos pacientes de baixa renda entrevistados. Eles apontam como principais itens de escolha da clínica popular, diante do SUS, as evidências de conforto e comodidade, bem como o tratamento eficaz (fruto de indicações e experiências anteriores) e a agilidade no tratamento.

Palavras-chave: inovação; serviços de saúde; comportamento do consumidor de baixa renda.