

CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

FRANCILUCIA RIBEIRO DE FREITAS BENTO

**A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DA QUALIDADE: Um estudo de opinião pública
sobre a qualidade do atendimento no serviço de saúde na cidade de Caririaçu - CE**

Juazeiro do Norte-CE
2018

FRANCILUCIA RIEIRO DE FREITAS BENTO

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DA QUALIDADE: Um estudo de opinião pública sobre a qualidade no atendimento do serviço de saúde na cidade de Caririaçu - CE

Trabalho de Conclusão de Curso – *Artigo Científico*, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, em cumprimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharel.

Orientadora: Esp. Márcia Maria Leite Lima.

Juazeiro do Norte-CE
2018

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DA QUALIDADE: Um estudo de opinião pública sobre a qualidade no atendimento do serviço de saúde na cidade de Caririaçu - CE

Este exemplar corresponde à redação final aprovada do Trabalho de Conclusão de Curso da FRANCILUCIA RIBEIRO DE FREITAS BENTO.

Data da Apresentação ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Assinatura: _____
Orientadora: Prof. Esp. Márcia Maria Leite Lima/ Unileão

Assinatura: _____
Membro: Prof. Esp. Alyne Leite de Oliveira/ Unileão

Assinatura: _____
Membro: Prof. Me. Emerson Paulo Rodrigues Santos/ Unileão

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DA QUALIDADE: Um estudo de opinião pública sobre a qualidade no atendimento do serviço de saúde na cidade de Caririçu - CE

Francilucia Ribeiro de Freitas Bento ¹
Márcia Maria Leite Lima ²

RESUMO

O estudo tem por objetivo geral identificar os principais fatores que caracterizam um bom atendimento nos serviços prestados por instituições de saúde. Como metodologia tem-se um estudo de opinião pública, de natureza quantitativa e exploratória quanto aos objetivos. Para o alcance dos resultados realizou-se uma pesquisa nos dias 24 a 28 de setembro de 2018 na cidade de Caririçu-CE com 300 (trezentos) indivíduos. Para o alcance dos resultados os dados foram coletados através de um questionário contendo (quinze) perguntas entre abertas e fechadas, posteriormente analisadas por meio da análise estatística descritiva. Com os resultados, percebeu-se segundo a avaliação dos participantes a pontualidade e atenção no atendimento médico, o conforto oferecido ao paciente, educação, cortesia, agilidade e rapidez na recepção, pontualidade na entrega dos exames, como sendo os fatores que caracterizam um atendimento de qualidade.

Palavras chave: Qualidade. Satisfação. Atendimento.

ABSTRACT

The study has for general objective to identify the main factors that characterize a good service in the services rendered by institutions of health. As methodology is had a study of public opinion, of quantitative and exploratory nature as for the objectives. For the reach of the results he/she took place a research on the 24 on September 28, 2018 in the city of Caririçu-CE with 300 (three hundred) individuals. For the reach of the results the data were collected through a questionnaire, containing (fifteen) questions between open and closed, later analyzed through the descriptive statistical analysis. With the results, it was noticed according to the participants' evaluation the punctuality and attention in the medical service, the comfort offered to the patient, education, courtesy, agility and speed in the reception, punctuality in the delivery of the exams, as being the factors that characterize a quality service.

Keywords: Quality. Satisfaction. Attendance.

1 INTRODUÇÃO

A qualidade dos serviços prestados por instituições de saúde tem sido discutida e polêmica, principalmente tratando-se de instituições hospitalares, onde o seu atendimento se faz com maior urgência devido ao seu trabalho que recebe situações de emergência, mas nem sempre esse atendimento é completo e coerente, e muitas vezes acabam afetando sua eficiência

¹ Graduanda do Curso de Administração do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, Juazeiro do Norte, Ceará, ffrancilucia@gmail.com

² Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, Juazeiro do Norte, Ceará, marcialeite@leaosampaio.edu.br

e eficácia deixando seus pacientes e usuários insatisfeitos (SOARES; ZAMBONI; SANTOS, 2010). Pesquisa realizada pelo Datafolha aponta que mais da metade da população ou 55% dos brasileiros avaliam a saúde como sendo ruim ou péssima, 34% como regular e 10% como boa, (FOLHA, 2018).

O atendimento ao cliente na área de saúde envolve aspectos diversos sobre qualidade e humanização, um serviço de atendimento a este tipo de cliente precisa ser visto além do termo serviço de atendimento, caso contrário deixa a impressão de que os outros serviços não estão nesse processo. Os clientes dos serviços de saúde mais do que quaisquer outros, necessitam cuidados especiais, face a compreensiva fragilidade emocional a que estão submetidos e o que se percebe é que as organizações têm focado muito mais no aprimoramento do conhecimento técnico, do que nas habilidades e atitudes emocionais, tanto dos profissionais de saúde quanto do pessoal de apoio. Diante dessa explanação, a pesquisa partiu do seguinte questionamento: quais os fatores que interferem na satisfação do cliente no momento do atendimento pelas instituições de saúde?

Com base nesse questionamento, o trabalho partiu das seguintes hipóteses: A satisfação dos usuários com o sistema de saúde está relacionada com fatores ligados à qualidade da assistência, a interação profissional de saúde - usuário e a resolutividade dos serviços de saúde; A satisfação varia por sexo e entre faixas etárias; A gestão não estar preparada tecnicamente para identificar e atender as reais necessidades dos clientes.

A pesquisa objetiva de modo geral identificar os principais fatores que caracterizam um bom atendimento nos serviços prestados por instituições de saúde, buscando-se conhecer o perfil da gestão na área da saúde, o que é cliente, a importância da qualidade no atendimento na prestação de serviço para a satisfação do cliente como estratégia competitiva e analisar os dados coletados na pesquisa.

A escolha se deu pelo tema ser uma das questões que afetam a sociedade, justificando-se por abordar a importância da qualidade no atendimento com o intuito de identificar a satisfação dos usuários desses serviços de saúde para com isso auxiliar os gestores na tomada de decisão e implantações de melhorias no atendimento.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 GESTÃO ORGANIZACIONAL

A gestão visa programar melhorias executando ações precisas, avaliando e controlando o desempenho e criando um ambiente motivado e lucrativo para a organização, no contexto

gerencial, o gestor tem como atividades primordiais planejar, organizar, dirigir, controlar e tomar decisões, a fim de alcançar os objetivos preestabelecidos (BALCHUENAS, 2014).

Ainda sobre o conceito de gerir, Oliveira (2009) confirma que é um sistema que consolida um agrupado de princípios, normas e funções para desenvolver um planejamento futuro e acompanhar sua realização direcionando os recursos para o objetivo. Maximiano (2007), afirma que quando uma empresa está organizada, seus colaboradores necessitam de normas para saberem o que fazer, precisam ser coordenados e suas atividades controladas pelo gestor.

As organizações são unidades sociais estruturadas com a finalidade de alcançar objetivos, as organizações são organismos sociais pois estão em constante mudança, num processo contínuo, e para isso utilizam-se de métodos para alcançar os objetivos propostos para criar valor para os clientes (D' ASCENSÃO, 2007).

Por se portar como um ambiente dinâmico e configurado por constantes mudanças, as organizações devem desenvolver suas habilidades para se adaptarem. Neste sentido, novos desafios impostos pelas estratégias empresariais resultam em uma atualização constante das ferramentas e procedimentos para revisão e melhorias dos processos já consolidados (MARANHÃO; MACIEIRA, 2014).

Dessa forma, a gestão na saúde, não pode ser entendida como um fim em si, mas, sim, como consequência da prática de modelos de gestão e assistencial integrados, coerentes e sistêmicos que permitam o planejamento, o controle, a garantia e a busca pela melhoria contínua da qualidade (BURMESTER, 2013).

Sendo assim, há necessidade de gestores que detenham uma postura de coordenação para administrar (VANDERLEI; ALMEIDA, 2007). A gestão das organizações de saúde é um importante instrumento para a efetivação de políticas, que é ao mesmo tempo condicionante e condicionada pelo modo como se organiza a produção de serviços (ALVES; PENNA; BRITO, 2004).

2.1.1 Gestão na Saúde

A Gestão especificamente em saúde, é uma área com grande necessidade de profissionalização, tanto pela seriedade de sua atividade fim, como pela nobreza de sua função na sociedade, ainda sofre com a falta de estudos e com a falta de uma gestão profissional e eficaz (MOREIRA, 2015).

O gestor dentro de uma instituição de saúde é responsável por administrar diversas

áreas, isto é, tem a necessidade de compreender assuntos de alta complexidade relativos ao setor de compra de medicamentos e assuntos que influenciam na logística de materiais, assuntos ligados à área financeira, contas a pagar e a receber, auditorias, acompanhamento de questões jurídicas, necessitando manter o funcionalismo dentro das normas preestabelecidas de órgãos reguladores (FERREIRA, 2015).

O administrador que atua na área deve ter perfeito entendimento dos processos de trabalho na prestação da saúde com uma visão integrada de todos os serviços, autonomia e iniciativa para decidir, apoiando-se nos princípios ético, ter comprometimento com a empresa, saber trabalhar em equipe e estar sempre disposto a aprender diariamente (SEIXAS, 2004).

A complexidade do ambiente no qual as organizações estão inseridas em geral provoca uma demanda geral de informações cada vez mais acuradas para a tomada de decisão, para que as organizações de saúde possam atuar nesse ambiente, é necessário que seus gestores busquem ferramentas de gestão que tenham eficácia comprovada no meio empresarial (ALEMI; SULLIVAN, 2007).

Em concordância Ferreira (2015), os gestores deverão saber perceber a necessidade de uma total integração e interação de atividades funcionais das áreas afins com as áreas meio, com o objetivo de identificar e mensurar as necessidades de serviços médico, para que os serviços ofertados ao paciente possam atendê-lo em suas expectativas ou superá-las.

2.2 GESTÃO ESTRATEGICA DIRECIONADO AO ATENDIMENTO AO CLIENTE

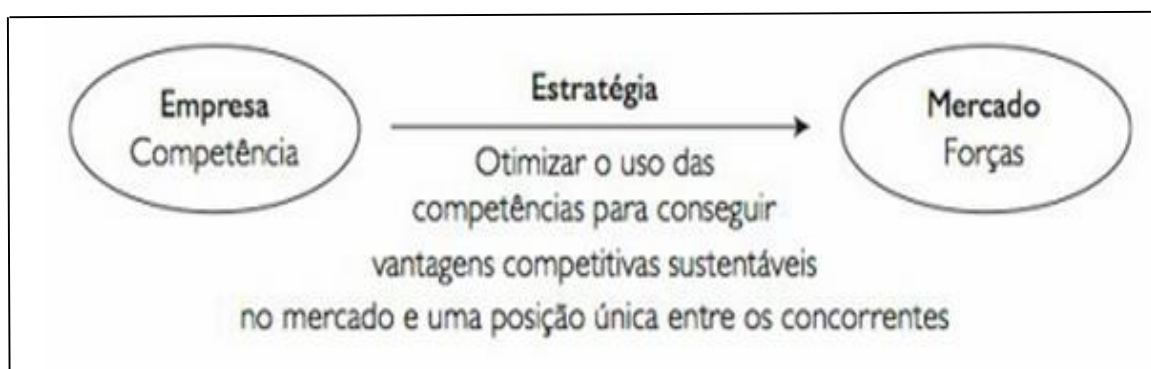
A maioria das organizações tem reduzido o tempo para a previsão de negócios e planejamento estratégico, devido à volatilidade do ambiente de negócios. O ambiente de negócios está mudando, e a frequência das mudanças tem aumentado. A Gestão Estratégica é um processo que pode ser planejado, gerenciado, executado e acompanhado continuamente pelo nível estratégico da organização, de forma que integre todos os envolvidos na empresa (COSTA, 2010).

De acordo com Leite (2016) um dos principais fatores para a construção de uma vantagem competitiva bem sucedida com a estrutura de execução estratégica do gerenciamento organizacional de uma empresa são incorporados ao gerenciamento de mudanças. Para isso é necessário que o planejamento estratégico seja um processo iterativo, emergente e em constante evolução, isto é, não pode ser um processo anual, top-down. Nesse sentido, as organizações precisam considerar e adotar a mudança em sua estratégia para competir e assegurar o sucesso em longo prazo (LEITE, 2016).

Ao abordar a temática mudança o autor Aguilera (2009) afirma que as expressões renovação ou turnaround significam mudar substancialmente a performance de uma empresa, não retirando-a de uma rota de declínio para colocá-la em crescimento. Trata-se de mudança de rumo, ou seja, redirecionamento para a obtenção de resultados superiores aos da média do mercado, de maneira sustentável.

E nesta perspectiva de um cenário ligado as mudanças organizacionais e econômicas são necessárias que a estratégia de planejamento esteja diretamente direcionada de como a empresa usa suas competências para desenvolver vantagens competitivas que sejam sustentáveis, únicas e valorizadas pelos clientes. Na figura 01 Aguilera (2009) demonstra a formulação estratégica de uma empresa.

Figura 01: Formulação Estratégica.



Fonte: Extraído Aguilera (2009).

O uso da estratégia não pode ser confundido com discurso sobre missão e visão. A estratégia precisa levar a bons resultados e tem a ver com o que fazer para ser único em determinado segmento (AGUILERA, 2009).

A gestão estratégica surgiu com a finalidade de superar um dos principais entraves do planejamento estratégico que é a implantação, as causas apontadas para essa ocorrência, estava sua dissociação da realidade organizacional, buscando reunir o plano estratégico e sua implementação em uma única ação, visando garantir as mudanças organizacionais necessárias para essa implementação e a participação de todos os envolvidos em seu processo decisório, correspondendo, assim, ao conjunto de atividades intencionais e planejadas, estratégicas, operacionais e organizacionais, que visam adequar e integrar a capacidade interna da organização ao ambiente externo (TAVARES, 2010).

Numa sociedade orientada para o serviço, a qualidade e a excelência do mesmo assumem um fator estratégico para o sucesso da empresa. (RIBEIRO, 2007) Na intenção de clarificar esse conceito, hoje tão considerado no mercado competitivo, Kotler (2000) define serviço como

algo que seja de natureza intangível, que uma parte pode proporcionar a outra e que não resulta na propriedade de nenhum objeto. O autor explica ainda que sua execução pode estar ou não ligada a um produto concreto. Os serviços vêm assumindo uma posição cada vez mais importante para a conquista da satisfação dos clientes.

Para a gestão estratégica, o cliente é visto, enfatizando os processos de seleção, conquista, retenção e cultivo do relacionamento com os clientes. A seleção se baseia na segmentação e escolha do público-alvo, ou seja, o grupo de clientes lucrativos para a empresa. Após escolher o grupo a ser atendido, a empresa inicia um processo de conquista onde procura mostrar para o cliente que tem um produto que atenda às suas necessidades, e assim apresenta os valores cultivados pela empresa para o cliente. Esse provavelmente é o processo mais caro, pois exige material de apoio e até cortesias para atrair o cliente desejado para o seu ponto de venda. (KAPLAN; NORTON, 2004)

2.3 GESTÃO DA QUALIDADE COM FOCO NO ATENDIMENTO AO CLIENTE

A qualidade não é um conceito novo na história da humanidade, mas algo que se tem modificado no decorrer dos anos e da evolução das relações econômicas e sociais (MACHADO, 2010). Deixou de ser um conceito relacionado apenas a aspectos técnicos, incluindo também demandas de mercado consumidor, objetivando incorporar ao produto ou serviço, atributos que os tornem mais atrativos e que interfiram de maneira positiva na decisão de aquisição destes. A evolução do conceito da qualidade a partir da perspectiva do mercado levou a um cenário em que os consumidores se tornaram mais exigentes quanto ao produto ou serviços que lhes são ofertados (CARPINETTI, 2016).

O primeiro passo em direção a qualidade é entender seus conceitos de forma a poder aplica-los corretamente, a gestão da qualidade só se completa se for estabelecido um ciclo virtuoso de medição e análise dos resultados e ações de melhoria (CARPINETTI, 2016).

A qualidade no atendimento, é um aspecto que, além de contribuir para a construção de uma boa imagem organizacional e de possibilitar o aumento da lucratividade da empresa, propicia uma boa conexão entre a organização e o cliente, a qual pode se solidificar de acordo com o aumento da qualidade (KOTLER; KELLER, 2012). De acordo com La Casas (2008) é aquela que tem a capacidade de satisfazer as necessidades dos consumidores, quando um serviço se iguala ou supera as expectativas, causa satisfação nos clientes quando é inferior, traz insatisfação e quando o serviço supera essa expectativa, diz-se que a empresa alcançou a excelência em serviço.

Conhecer bem o perfil do cliente para atendê-lo da melhor forma possível, faz se necessário uma vez que atraí-lo até a empresa não é uma tarefa fácil, segundo Toneli, Sousa e Müller (2010) a procura pelos serviços de saúde se dar mais por mulheres do que pelos homens, em decorrência do aspecto histórico-cultural ou por não poderem se ausentar do trabalho e para as mulheres ocorrem principalmente em decorrência da necessidade de realizar exames periódicos.

Para que haja um atendimento de qualidade, além da relação percebida entre o cliente e o atendente, os gestores precisam oferecer uma infraestrutura de qualidade condizente ao serviço prestado e processos internos bem elaborados, uma vez que eles influenciam os externos. É importante entender que o excesso de processos desnecessários, de modo a dificultar o atendimento é um fator que traz uma imagem negativa para a organização e, portanto, pode comprometer a qualidade do atendimento prestado (LOBOS, 1996).

O cliente satisfeito mantém, normalmente, com a empresa um relacionamento saudável, de longa duração, onde ele e a empresa, de alguma forma, são beneficiados (KOTLER, 2000). O autor descreve ainda o perfil do cliente satisfeito, atribuindo-o a ele os seguintes: permanece fiel por mais tempo; compra mais à medida que a empresa lança novos produtos ou aperfeiçoa produtos existentes; fala favoravelmente da empresa e de seus produtos; dá menos atenção a marcas e propaganda concorrentes e é menos sensível ao preço; oferece ideias sobre produtos ou serviços à empresa; custa menos para ser atendido do que novos clientes, uma vez que as transações são de rotinas.

O cliente quer priorizar as suas necessidades e seus interesses, existem vários fatores que geram impacto positivo na satisfação de seus clientes. São eles: ouvir, encantá-lo, oferecer produtos e serviços de qualidade, preço justo, condições de pagamento flexíveis, prazos cumpridos, existência das mercadorias ou serviços demandados, atendimento gentil e comprometido, facilidades na entrega e oportunidade de descontos e ofertas especiais (BRAGA et. al, 2014).

Complementando esse pensamento, Paiva Neto e Silva (2007), dizem que para haver uma boa qualidade no atendimento, as empresas devem proporcionar ao cliente economia de tempo, dinheiro e esforço, ao promover informações corretas, completas, compreensíveis e atualizadas, de modo a criar uma relação de comunicação igualitária e de qualidade entre o consumidor e a organização. Partindo desse entendimento, se a organização conseguir compreender a linguagem, as necessidades e desejos de seus clientes, mais facilmente conseguirá satisfazê-los.

O mundo digital possibilitou uma nova relação dos clientes com os serviços. As

empresas precisam saber como se relacionar. O cliente da área da saúde não é mais só aquele que vai para uma consulta médica ou um atendimento de balcão. Este novo cliente é muito mais contestador e tem muito mais informação a respeito da área da saúde (MACEDO, 2017).

A autora afirma ainda que a abordagem humanizada é fundamental, a forma como se comunica e aborda um cliente da área da saúde, tendo em vista que este nem sempre vai procurar o serviço por algo prazeroso, ele pode estar passando por um momento difícil. A maneira de comunicar e a empatia, ou seja colocar-se no lugar do paciente e entender o que ele estar passando é importante para trazer qualidade no atendimento e satisfação para o cliente (MACEDO, 2017).

Em consonância, Santos (1999) diz que há uma necessidade de desempenhar um trabalho em equipe harmonizado, no qual o médico e os demais profissionais da saúde, devem estabelecer objetivos comuns e analisar criticamente, de forma contínua, o desempenho alcançado, a fim de que possam desenvolver uma conduta profissional mais humanizada. Segundo o autor é imprescindível um intenso trabalho educativo pois a prestação de serviço de saúde com qualidade e humanizada é uma questão de cidadania, é direito constitucional do brasileiro, é dever do Estado e obrigação ética dos profissionais da saúde, afinal o paciente quer que os profissionais de saúde tenham tempo suficiente para tirar suas dúvidas quanto ao seu estado de saúde e receber mais atenção.

4 METODOLOGIA

Quanto os meios utilizados para este estudo, optou-se por um estudo de opinião por se tratar em buscar conhecer atitudes, pontos de vista e preferências que as pessoas têm sobre algum assunto, serviço, produto. Como também conhecer interesses, comportamentos, falhas entre outros. No âmbito organizacional esta pesquisa tem como objetivo auxiliar em tomadas de decisão (ALMEIDA, 1996).

O presente estudo tem-se uma abordagem quantitativa, foca na objetividade, acredita que a realidade só pode ser compreendida por meio da análise dos dados brutos, coletados com o apoio de instrumentos padronizados e neutros, como as amostras são grandes consideradas representativas da população, os resultados representam um resultado real da população pesquisada. A pesquisa quantitativa tem suas bases na linguagem matemática, com intuito de descrever as causas de um fenômeno e relações entre variáveis (BIGNARDI, 2009). A pesquisa quantitativa considera-se a possibilidade de quantificação em tudo, o que traduz em números as informações e as opiniões com a finalidade de classificar e analisar o objeto de estudo em

questão, com a utilização de técnicas estatísticas.

Quanto aos objetivos trata-se de uma pesquisa exploratória por proporcionar maior familiaridade com o problema, ou seja, evidenciá-lo. Pode envolver levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas (GIL, 2008). Para Severino (2007), a pesquisa exploratória busca levantar informações sobre determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto, enquanto a descritiva se detém na análise e interpretação de dados, ou seja, descrever significa identificar, relatar, comparar, entre outros aspectos.

A amostra foi do tipo não-probabilística definida por critério de conveniência. Esta técnica é muito comum e consiste em selecionar uma amostra da população que seja acessível. Ou seja, os indivíduos empregados nessa pesquisa são selecionados porque eles estão prontamente disponíveis, não porque eles foram selecionados por meio de um critério estatístico (OCHOA, 2015). A amostra contou com 300 pessoas que responderam ao questionário entre os dias 24 e 28 de setembro. Foi utilizado um questionário contendo 15 (quinze) perguntas entre abertas e fechadas como instrumento de coleta de dados e, por isso, os resultados receberam tratamento quantitativo. Nas pesquisas científicas, o questionário, quando bem elaborado, torna-se um importante instrumento de coleta de dados e tem como função tornar possíveis os resultados quando estes dependem das respostas dos sujeitos do corpus da pesquisa (MARCONI e LAKATOS, 2011).

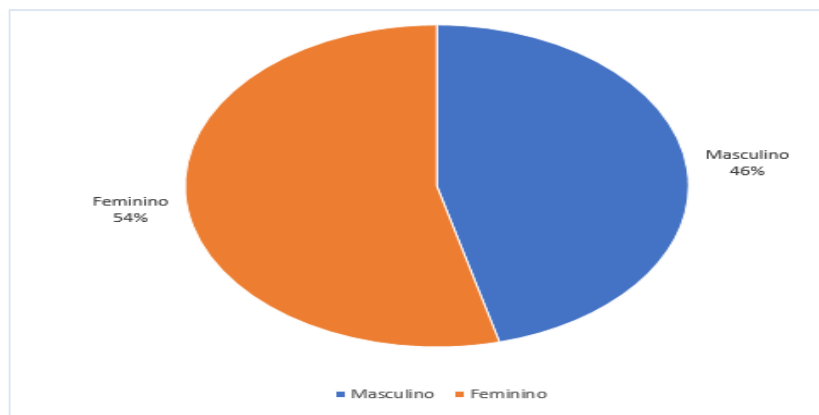
Para a análise dos dados alcançados, realizou-se leituras do conteúdo onde estabeleceu-se uma relação com os dados analisados. Os dados coletados foram analisados por meio da Análise de tratamento estatística descritiva. Seu objetivo básico é sintetizar uma série de valores de mesma natureza, permitindo dessa forma que se tenha uma visão global da variação desses valores, organiza e descreve os dados de três maneiras: por meio de tabelas, de gráficos e de medidas descritivas (ARANGO, 2001).

5 ANÁLISE E DISCUSSÕES DE RESULTADOS

O estudo em questão buscou analisar por meio da opinião pública, os principais fatores que caracterizam um bom atendimento nos serviços prestados por instituições de saúde, bem como as variáveis de segmentação dessas pessoas (sexo, idade, escolaridade e o serviço de saúde que utiliza: público, particular ou plano de saúde e o nível de satisfação com o atendimento recebido por estes serviços). O estudo foi realizado entre os dias 24 (vinte e quatro) e 28 (vinte e oito) de setembro de 2018 (dois mil e dezoito) na cidade Caririçu-CE, com

indivíduos que utiliza um dos três tipos de serviços em saúde. Os resultados da pesquisa foram analisados a partir de questionário, cujos resultados são apresentados a seguir.

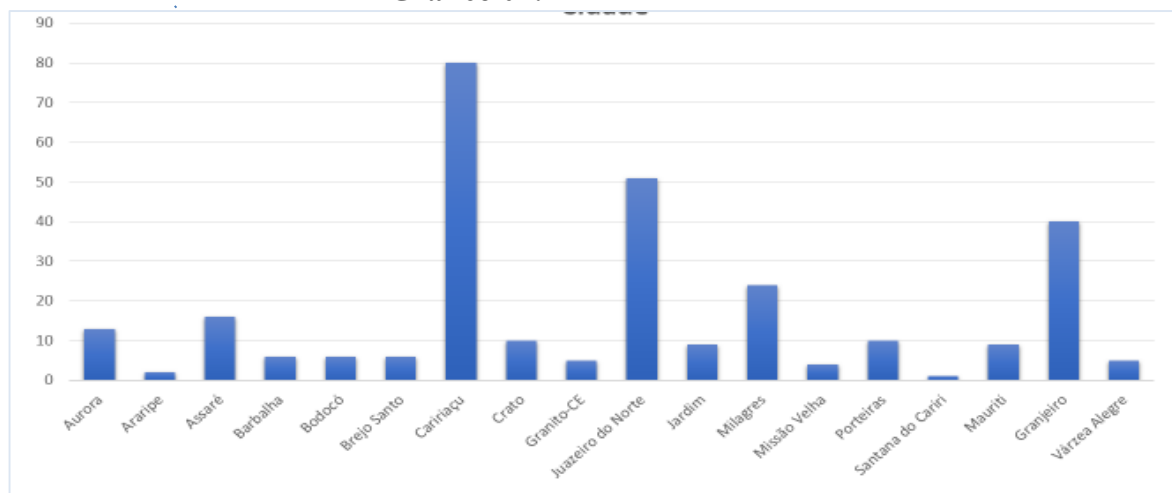
Gráfico 01: Gênero.



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

De acordo com o gráfico 01(um) percebe-se que 54% dos entrevistados são do sexo feminino e 46% do sexo masculino. Pode-se inferir que as mulheres que responderam ao questionário procuram mais os serviços de saúde que o público masculino. Confirmando-se o que diz Toneli, Sousa e Müller (2010) que a procura pelos serviços de saúde se dar mais por mulheres do que pelos homens, em decorrência do aspecto histórico-cultural ou por não poderem se ausentar do trabalho e para as mulheres ocorrem principalmente em decorrência da necessidade de realizar exames periódicos. Cabendo aos gestores das unidades de saúde desenvolver estratégias para atrair também esse público com campanhas de conscientização para cuidados com a saúde e com isso obter vantagens competitivas, pois é um novo nicho de mercado para atuar (LEITE, 2016).

Gráfico 02: Cidade onde reside.

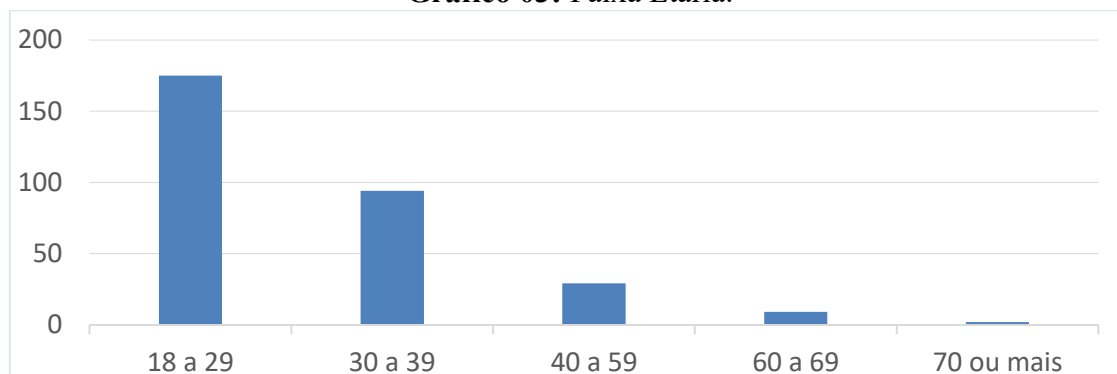


Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

De acordo com o gráfico 02 (dois) 27% dos entrevistados residem na cidade de Caririáçu, possibilitando aos gestores conhecer os quão satisfeitos estão os clientes em relação

ao atendimento nos serviços de saúde ofertados na cidade pelo governo municipal e rede privada. Uma vez que nesta cidade encontra-se unidades de saúde públicas e empresas privadas que prestam serviços médicos especializados, de odontologia e de análises clínicas.

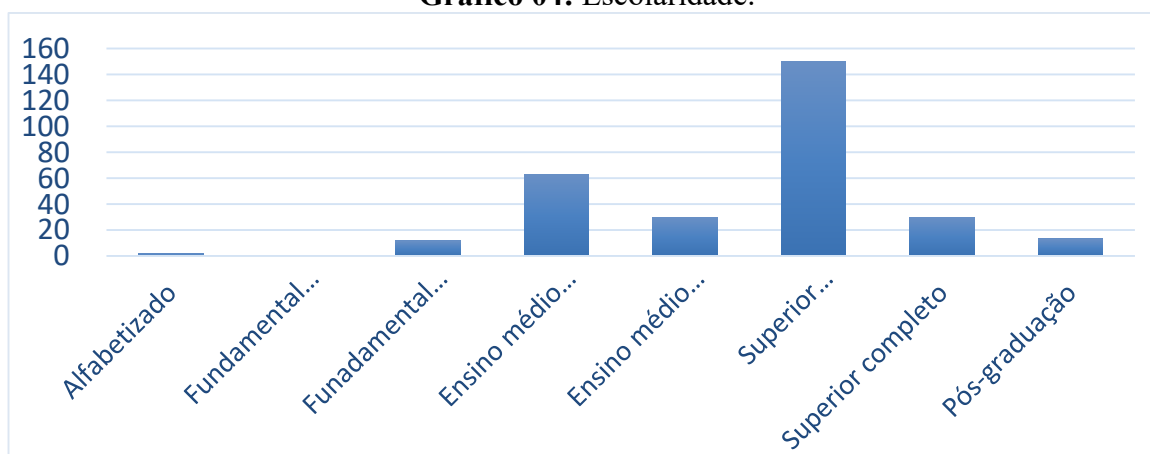
Gráfico 03: Faixa Etária.



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Analisando o gráfico 03 (três), embora tenha um percentual considerável na faixa de 30 a 39 de 31%, identifica-se nesse gráfico uma frequência acumulada na faixa de 18 a 29 anos, concentrando 56% da amostra, revelando o potencial da juventude inserida nesse contexto, ou seja, a geração Y e Z também designada como geração da internet, procurando sempre novas alternativas, focados no que querem e possuem uma vasta rede de informações. Macedo (2017) diz que o mundo digital possibilitou uma relação diferente dos clientes com os serviços e cabe às empresas saberem se comunicar com os clientes, uma vez que o cliente da área da saúde não é mais só aquele que vai para uma consulta médica ou um atendimento de balcão. Este novo cliente é muito mais contestador e tem muito mais informação a respeito da área da saúde.

Gráfico 04: Escolaridade.

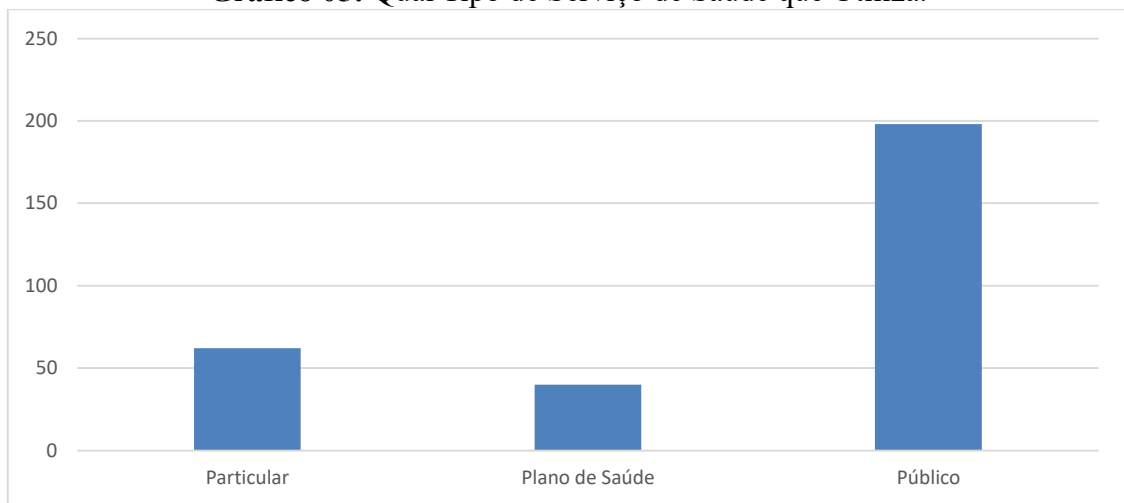


Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Quanto à escolaridade é perceptível através do gráfico 04 (quatro), que que 150 das pessoas entrevistadas está cursando uma graduação o que revela uma estrutura por busca de conhecimento. A informação se relaciona perfeitamente com 56% da amostra pertencer à

geração Y, segundo informações do gráfico 03, que busca aprendizado constante e novo alternativo principalmente nos serviços, essa geração é detentora de conhecimento e sabem questionar e são propagadores de informação. Conhecer bem o cliente faz com que as empresas direcionem seus serviços de forma atender as necessidades deste. Oferecer um serviço de qualidade contribui para a construção de uma boa imagem organizacional e de possibilitar o aumento da lucratividade da empresa, propicia uma boa conexão entre a organização e o cliente, a qual pode se solidificar de acordo com o aumento da qualidade (KOTLER; KELLER, 2012).

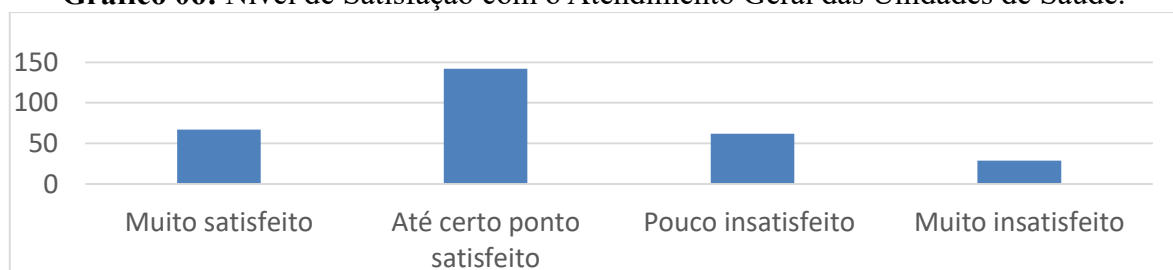
Gráfico 05: Qual Tipo de Serviço de Saúde que Utiliza.



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Pode-se observar no gráfico 05 (cinco) que 198 dos entrevistados utilizam o serviço público confirmando como sendo o serviço de saúde mais utilizado pelos entrevistados, seguido de 62 indivíduos que utilizam o serviço privado e 40 que aderiram ao plano de saúde. Confirmando que pesquisa realizada em parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apontou que a maioria dos brasileiros utilizam os serviços públicos de saúde (BRASIL, 2015).

Gráfico 06: Nível de Satisfação com o Atendimento Geral das Unidades de Saúde.

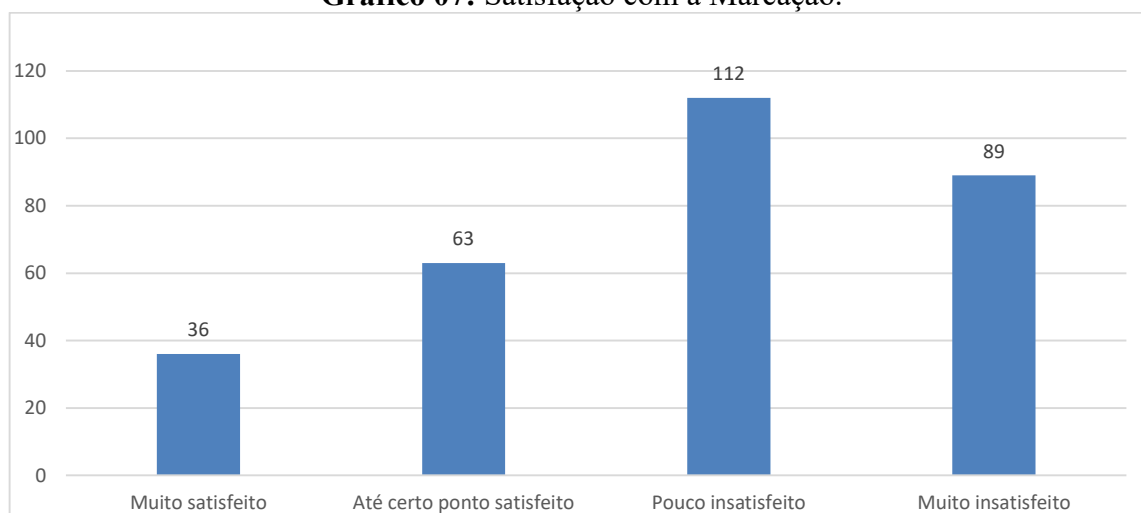


Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Ao analisar o gráfico 06 (seis) verifica-se que na superioridade dos dados, 142 entrevistados encontram-se até certo ponto satisfeito com o atendimento geral das unidades de saúde que frequentam. Percebe-se que 29 dos entrevistados estão muito insatisfeitos, sendo 62

pouco satisfeito e 67 indivíduos encontram-se muito satisfeitos. Os níveis de insatisfação justificam-se pela insatisfação quanto a pontualidade do atendimento médico como mostram as informações que contém o gráfico 14, podendo relacionar-se ainda com a insatisfação dos que responderam ao questionário quanto a marcação caracterizando um percentual de 30% e 37% pouco satisfeitos-informação do gráfico 7.

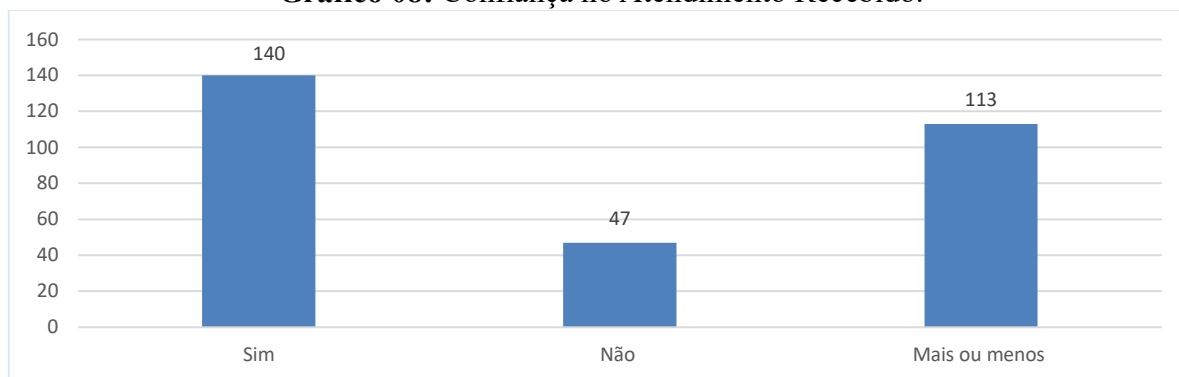
Gráfico 07: Satisfação com a Marcação.



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Quanto a satisfação com a marcação, segundo o gráfico 112 dos entrevistados encontra-se pouco satisfeito e 89 muito insatisfeito, quando somados esses valores tem-se um dado negativo para os serviços de saúde, pois mais da metade dos entrevistados mostram-se insatisfeitos com estes serviços. Como 66% dos entrevistados utilizam o serviço público de saúde - informações do gráfico 5 (cinco) - Infere-se que há uma demanda maior pela marcação nesse tipo de serviço e este não pode atender a todos no prazo exigido pelo cliente, gerando assim esse índice de insatisfação.

Gráfico 08: Confiança no Atendimento Recebido.

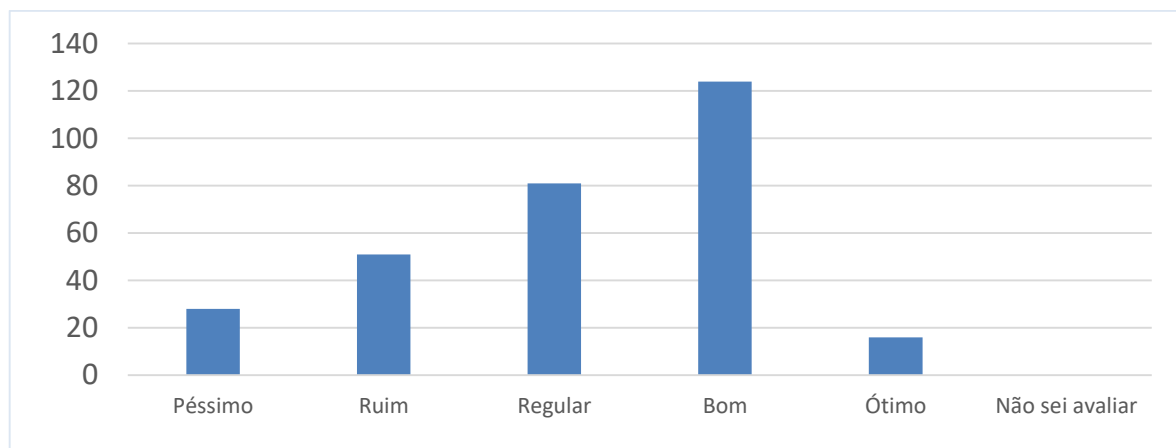


Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Ao analisar o gráfico 8, é perceptível que uma maioria 140 indivíduos têm confiança no atendimento recebido, porém 113 dos entrevistados dizem ter mais ou menos confiança no

atendimento recebido no serviço de saúde. Esse índice de insatisfação pode estar relacionado ao serviço médico que muitas vezes é rápido deixando o paciente sem explicações quanto as suas dúvidas em relação ao seu estado de saúde de acordo com informações do gráfico 14.

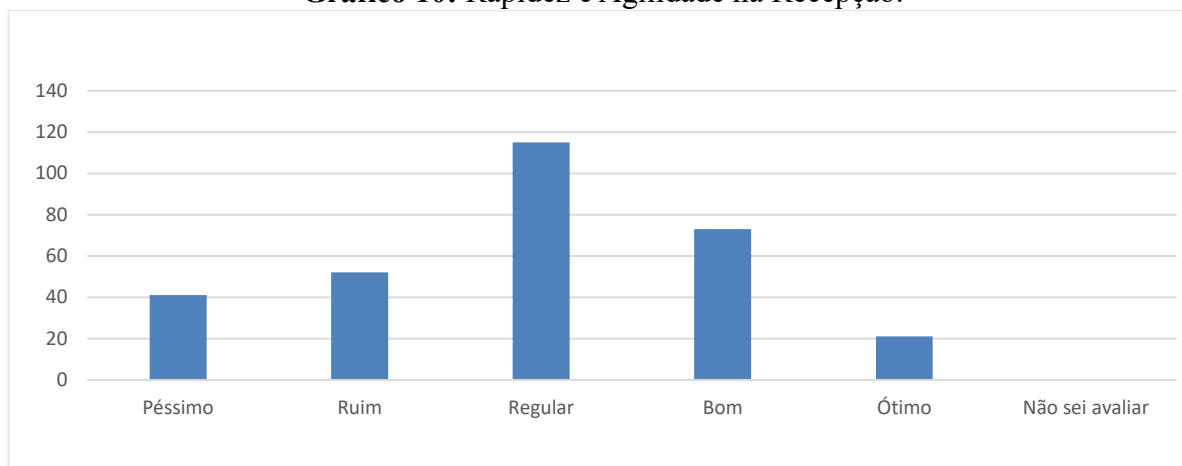
Gráfico 09: Educação e Cortesia da Recepção.



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

O gráfico 9 (nove) apresenta a percepção dos entrevistados em relação ao serviço de recepção das unidades de saúde. De um modo geral, os resultados mostram um grau médio de satisfação destes em relação a esse serviço, uma vez que a supremacia dos dados, 124 pessoas que compõem a amostra, consideram como sendo bom o serviço seguido de 81 que consideram como regular. A recepção constitui a primeira impressão do paciente a respeito da unidade. Confirmando-se o que diz Paiva Neto e Silva (2007), nesse aspecto, a instituição que apresenta um serviço de recepção organizado, ágil e que atende cordialmente ao cliente, gera uma expectativa positiva em relação à assistência que prestará ao paciente.

Gráfico 10: Rapidez e Agilidade na Recepção.

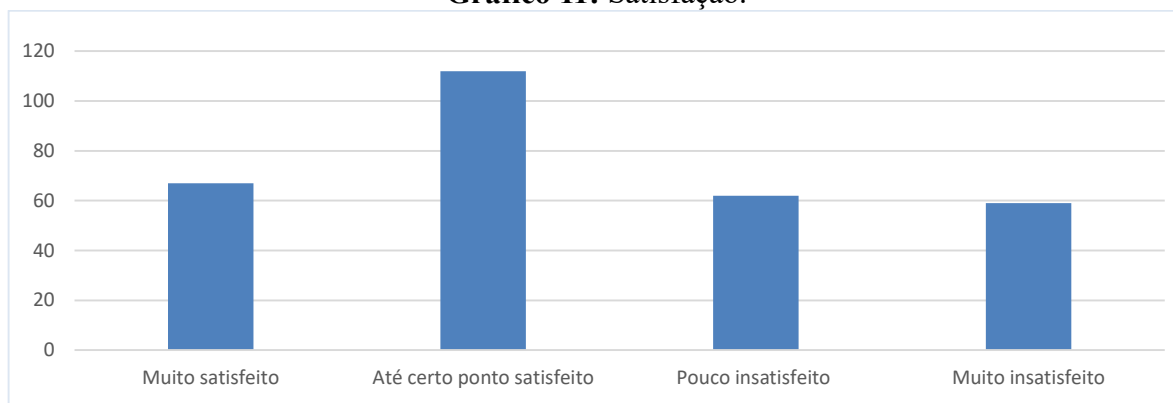


Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

O gráfico 10 (dez) mostra claramente um nível de grau médio de satisfação quanto a rapidez e agilidade na recepção, sendo que 115 o consideram como regular e 73 como o serviço

sendo bom, reforçando o que diz o Paiva Neto e Silva (2007). Faz-se entender que processos desnecessários de modo a dificultar o atendimento geram para as organizações uma imagem negativa e pode comprometer a qualidade dos serviços prestados (LOBOS, 1996). De um modo geral os respondentes do questionário mostram-se satisfeitos com a agilidade do serviço de recepção.

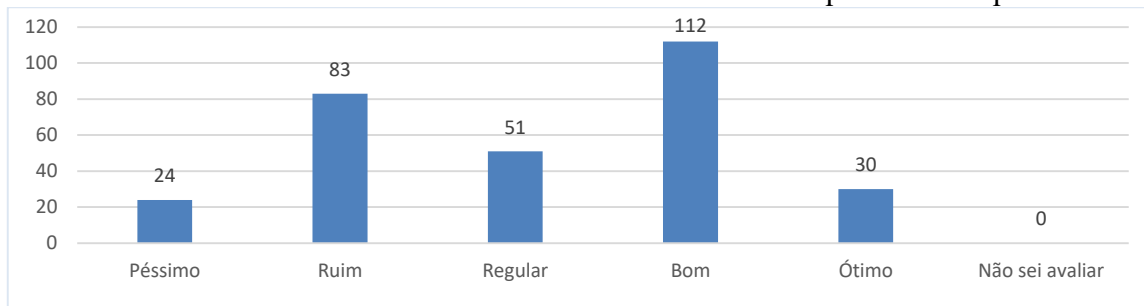
Gráfico 11: Satisfação.



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Ao analisar o gráfico 11 (onze) tem-se um índice de satisfação acima da média quando somados os níveis muito satisfeito 67 e até certo ponto satisfeito 112, embora os níveis de pouco insatisfeito e muito insatisfeito estejam em quantidades próximas do muito satisfeito sendo 62 e 59 respectivamente, considera um índice de satisfação até certo ponto favorável em relação a forma de tratamento pelos profissionais de saúde. Confirmando-se o que diz Ferreira (2015), as unidades que possuem uma equipe de saúde que demonstra interesse e atenção aos pacientes, caminha para alcançar a qualidade pela satisfação das necessidades dos requisitos e das expectativas dos pacientes.

Gráfico 12: Conforto Oferecido nas Unidades de Saúde que Você Frequenta.

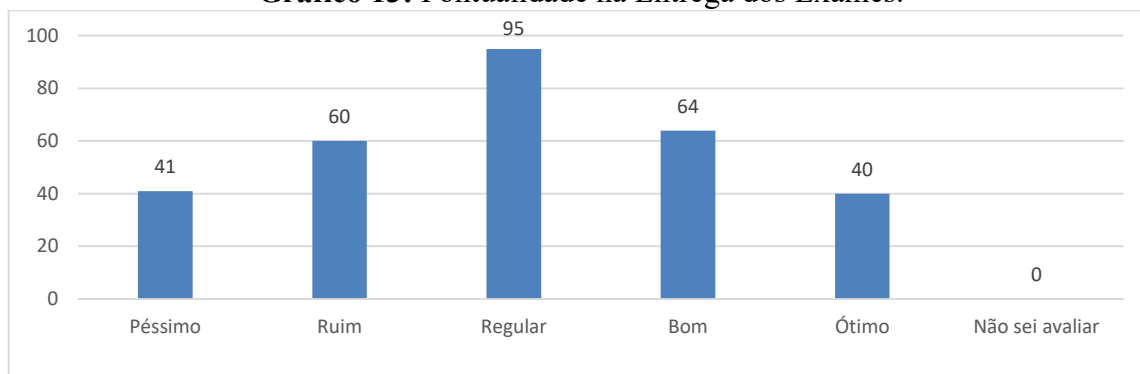


Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

O gráfico 12 (doze) mostra a percepção dos entrevistados quanto ao conforto oferecido pelas unidades de saúde que frequentam. A partir dos resultados, pode-se inferir que há uma tendência de satisfação quanto ao conforto oferecido pelas unidades de saúde. Confirmando-se

o que diz Lobos (1996), para que haja atendimento de qualidade e a relação de satisfação percebida entre cliente e atendente os gestores devem oferecer uma infraestrutura condizente com os serviços que ofertam nas organizações.

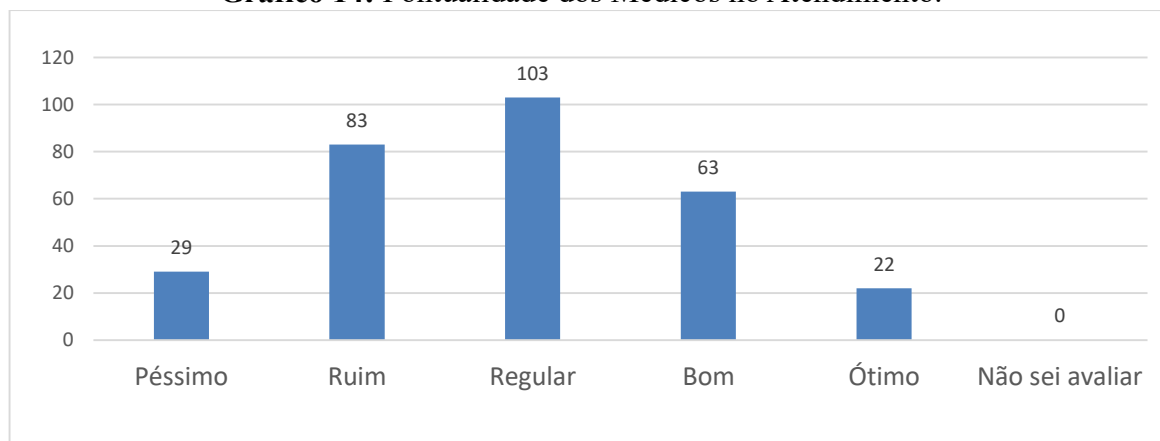
Gráfico 13: Pontualidade na Entrega dos Exames.



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

De acordo com o gráfico 13 (treze), 95 indivíduos caracterizam como sendo regular a pontualidade na entrega dos exames. Pode-se inferir que há um nível de satisfação mediana. De acordo com Braga et al. (2014) para que o cliente sinta-se satisfeito com o serviço oferecidos pela empresa existem critérios e um desses critérios é o prazo de entrega. Paiva Neto e Silva (2007) também abordam como critério para a satisfação dos clientes a economia de tempo.

Gráfico 14: Pontualidade dos Médicos no Atendimento.

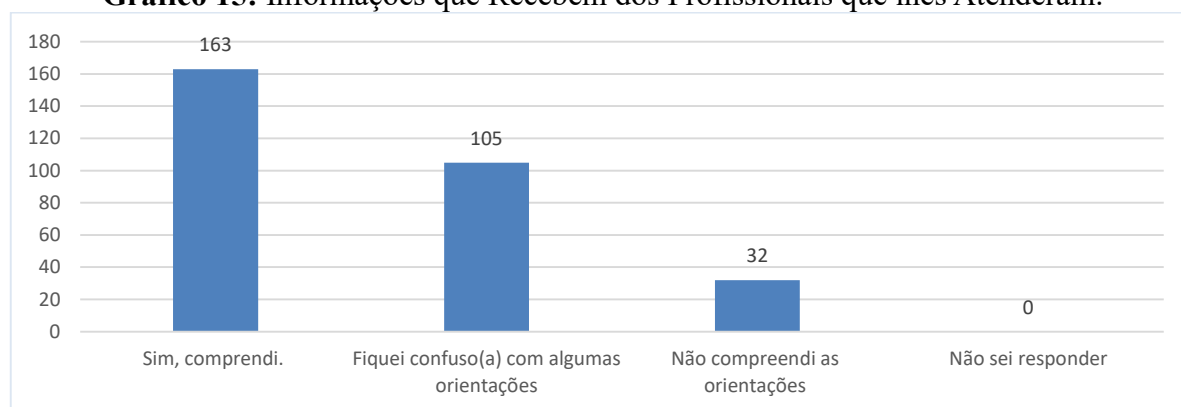


Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Ao se analisar o gráfico 14 (quatorze) 83 avaliaram com ruim e 29 como sendo péssimo a pontualidade do médico no atendimento, quando somados esses dois índices dá um total de 112, ultrapassando o maior nível que foi 103 que avaliaram esse serviço como regular. Percebe-se que há um nível de insatisfação quanto à pontualidade dos médicos no atendimento, a demora em vir atender ou ainda o tempo de consulta muito rápido com paciente, desrespeitando o que diz Santos (1999) que é direito do paciente em ser atendido por um serviço de saúde humanizado e de qualidade assegurado pela constituição brasileira e obrigação ética desse

profissional. Em concordância Macedo (2017), coloca como sendo fundamental a abordagem humanizada, a forma como se comunica e aborda um cliente da área da saúde. A maneira de comunicar e a empatia, ou seja colocar-se no lugar do paciente e entender o que ele está passando é importante para trazer qualidade no atendimento e satisfação para o cliente. Deste modo, confirma-se o que diz Moreira (2015), que a Gestão em Saúde, é uma área com grande necessidade de profissionalização, tanto pela seriedade de sua atividade fim, como pela nobreza de sua função na sociedade, ainda sofre com a falta de estudos e com a falta de uma gestão profissional e eficaz.

Gráfico 15: Informações que Recebem dos Profissionais que lhes Atenderam.



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

De acordo com as informações do gráfico 15 (quinze) embora 163 indivíduos terem compreendido as orientações recebidas pelos profissionais de saúde, 105 das pessoas ficaram confusas com algumas orientações. Confirmando-se o porquê dos 112 entrevistados estarem insatisfeitos com a pontualidade do serviço médico em atender o paciente e o fazer de forma rápida, segundo informações do gráfico 14. Os pacientes querem que os médicos tenham tempo suficiente para tirar-lhes suas dúvidas e esclarecer-lhes quanto ao seu estado de saúde (SANTOS, 1999).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No que concerne ao perfil sócio demográfico dos indivíduos entrevistados, se constitui em sua maioria por mulheres (54%), concentrados na faixa etária entre 18 e 30 anos (56%) quanto a escolaridade com nível superior incompleto (50%), em relação ao serviço de saúde que utilizam: o público (66%), o particular (21%) e o plano de saúde (13%).

No geral verificou-se que há insatisfação por parte dos participantes desse estudo em relação aos seguintes fatores: atendimento geral da unidade 40%, insatisfação com a marcação 67% e a pontualidade do atendimento médico 38%, este último podendo influenciar na

compreensão quanto às orientações dos profissionais de saúde, uma vez que 42% ficaram com dúvidas quanto a orientação recebida. Cabendo aos gestores rever a atuação destes serviços, tendo em vista que a qualidade no atendimento, é um aspecto que, além de contribuir para a construção de uma boa imagem organizacional e de possibilitar o aumento da lucratividade da empresa, propicia uma boa conexão entre a organização e o cliente, a qual pode se solidificar de acordo com o aumento da qualidade (KOTLER; KELLER, 2012).

Os fatores que tiveram uma satisfação mediana quanto aos serviços foi a pontualidade na entrega dos exames que caracterizaram como sendo regular com um percentual de 32%, Fica então visível a necessidade de melhorias nesse serviço, tendo em vista que um dos critérios de satisfação para o cliente é a pontualidade (BRAGA ET AL., 2014).

Os fatores considerados satisfatórios foram os serviços da recepção quando somados os percentuais regular e bom deu-se um percentual acima da média de 59% em relação aos critérios cortesia e educação, já aos critérios de agilidade quando somados dar um percentual de 62%, quanto a forma de tratamento pelos profissionais obteve-se um percentual de 59% e 37% consideram o conforto oferecido pelas unidades como bom. Diante desses dados, para que se continue obtendo resultados satisfatórios, por meio da gestão da qualidade é entender seus conceitos de forma a poder aplica-los corretamente, ela só se completa se for estabelecido um ciclo virtuoso de medição e análise dos resultados e ações de melhoria (CARPINETTI, 2016).

Neste sentido, o estudo sistematiza a opinião de uma parcela da população com relação a satisfação em relação ao atendimento prestado pelos serviços de saúde, ao conforto oferecido e a pontualidade, obtendo como critérios para a qualidade no atendimento, segundo a avaliação dos participantes a pontualidade e atenção no atendimento médico, o conforto oferecido ao paciente, educação, cortesia, agilidade e rapidez na recepção, pontualidade na entrega dos exames. Como limitação do presente estudo considera-se o fato de ele considerar apenas uma pequena parte da população do município, ou seja, apenas as pessoas que se propuseram responder ao questionário. Neste caso, os resultados não podem ser generalizados para toda a população do município. Como sugestão para o próximo estudo fica a possibilidade de avaliar a opinião da totalidade da população do município.

REFERÊNCIAS

AGUILERA, J.C. **Gestão Estratégica de mudanças corporativas**. São Paulo. Saraiva, 2009.

ALVES, M; PENNA, CMM; BRITO, MJM. Perfil dos gerentes de unidades básicas de saúde. **Revista Brasileira de Enfermagem**. vol.57 nº4. Brasília Jul./Ago. 2004. Disponível em: < <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-71672004000400011> > acesso em 15 ago. 2018.

ALEMI; SULLIVAN. **Controle de Gestão em organizações Hospitalares**- Revista de Gestão USP- 2007.

Arango, H. G. **Bioestatística: Teórica e Computacional**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2001.

BRAGA, V., CASTRO, J., VERAS, G., CRISTOFORI, V., REBELO, M. QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE. **REVISTA DE TRABALHOS ACADÊMICOS**, América do Norte, 0, mar. 2014. Disponível em: <http://revista.universo.edu.br/index.php?journal=1reta2&page=article&op=view&path%5B%5D=1126&path%5B%5D=841>. Acesso em: 23 Set. 2018.

BRASIL. MISTÉRIO DA SAÚDE. Pesquisa nacional de saúde: 71% dos brasileiros têm os serviços públicos de saúde como referência. GOVERNO DO BRASIL. Brasília, 02 jun. 2014. Disponível em: < <https://www.brasil.gov.br/noticias/saude/2015/06/71-dos-brasileiros-tem-os-servicos-publicos-de-saude-como-referencia> > acesso em 13 set. 2018.

COSTA, E.A. **Gestão estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos** / Eliezer Arantes da Costa. – 2. ed. – São Paulo: Saraiva, 2007.

CARPINETTI, L. C. R. **Gestão da qualidade: conceitos e técnicas** / Luiz Cesar Ribeiro Carpinetti. – 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2016.

D'ASCENÇÃO, L. C. M. **Organização, Sistemas e Métodos: análise, redesenho e informatização de processos administrativos**/ Luiz Carlos M. D'Ascensão.- 1. Ed. - 4. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2007.

FERREIRA, F. T. **Gestão em saúde: a importância da qualificação administrativa na atuação de gestores em instituições de saúde**, 2015. Disponível em < http://www.inovarse.org/sites/default/files/T_15_021M > acesso em 14 set. 2018.

GESTÃO DE UAN| **Um resgate do binômio: alimentação e nutrição/ organização** Denise Balchúnas. – 1. Ed. – São Paulo: Roca, 2014.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

GOMES, J. L. C. **Qualidade em Serviço: com estimular a percepção positiva dos clientes**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/qualidade-em-servicos/81805/>> acesso em 16 maio 2018.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. Mapas estratégicos – Balanced Scorecard: convertendo ativos intangíveis em resultados tangíveis. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LAS CASAS, A. L. **Qualidade total em serviço: conceitos, exercícios, casos práticos** / Alexandre Luzzi Las Casas. – 6. ed. – São Paulo: Atlas, 2008.

LEITE, D. E. S. Gerenciando mudanças nas organizações: um guia de práticas / Project Management Institute. São Paulo: Saraiva, 2016.

LOBOS, J. **O céu não é o limite: para a empresa brasileira que quer vencer.** São Paulo: Instituto da Qualidade, 1996.

MACEDO, C.C. **A importância da atenção no relacionamento com clientes da área da saúde.** SETORSAÚDE. Disponível em: <<http://setorsaude.com.br>> acesso em: 10 set. 2018.

MARANHÃO, M. MACIEIRA, M. E. B. **O Processo Nosso de Cada Dia: modelagem de processos de trabalho.** 2. Ed. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2014.

MAXIMIANO, A. C. A. **Fundamentos de Administração: manual compacto para as disciplinas TGA e introdução à Administração.** 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARCONI, M. de A. LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica.** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MOURA, F. B. **Gestão da Qualidade e Vantagem Competitiva.** Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/gestao-da-qualidade-e-vantagem-competitiva/27433/>> acesso em: 15 de maio de 2018.

MOREIRA, Ivan. **O atendimento ao cliente nos serviços de saúde.** RHPortal, 2015. Disponível em <<https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/o-atendimento-ao-cliente-nos-servios-de-sade>> acesso em: 14 set. 2018.

OCHOA, C. **Amostragem não probabilística: Amostra por conveniência.** 2015. Disponível em: <<https://www.netquest.com/blog/br/blog/br/amostra-conveniencia>> Acesso em 20 de set. 2018.

PAIVA NETO, A M.; SILVA, H. O. **Qualidade no Atendimento ao Público: Uma Proposta de Adequação da Recepção da Sede das Promotorias de Justiça Capital – Edifício Promotor de Justiça Paulo Cavalcanti.**

OLIVEIRA, D. P. R. **Administração de Processos: conceitos, métodos, prática.** 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SANTANA, F. **A Dinâmica da Aplicação do termo Qualidade na Educação Superior Brasileira.** São Paulo: Editora Senac, 2007.

SEVERINO, A. J. Metodologia do Trabalho Científico. 22. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SEIXAS; M. A. Desafios do Administrador Hospitalar. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, ano 5, nº 9, p. 16-20, jan. /jun.2004. Disponível em: <<https://revistas.unifacs.br/index.php/rgb/article/viewFile/185/188> > acesso em: 15 de ago. 2018.

SANTOS, S. R. Fatores de satisfação e insatisfação entre os pacientes assistidos pelo sus. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília, v. 52, n. 1, p. 43-53, jan. /mar. 1999. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/reben/v52n1/v52n1a06.pdf>> acesso em: 15 set. 2018.

TAVARES, M. C. **Gestão estratégica** / Mauro Calixto Tavares. – 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

TONELI, M. J. F; SOUZA, M. G. C; MÜLLER, R C. F. Masculinidades e práticas de saúde: retratos da experiência de pesquisa em Florianópolis/SC. **Physis Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 3, p. 973- 994, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010373312010000300015&script=sci_abstract&tlng=pt> acesso em 11 set. 2018.

ANEXO