

Maria Madalena Justino Dias

QUALIDADE NO ATENDIMENTO: O Caso Da Cardiocentro

Monografia apresentada à coordenação do curso de Administração, da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Carlos Antonio de Lima Moreira, M.Sc.

Natal, Dezembro de 2002

BB-14129

M

658.56:614.2

D 533q

2002

EX:01

FARN

BIBLIOTECA

Reg. 1000207

02/05/05

Dias, Maria Madalena Justino

Qualidade no atendimento: o caso da Cardiocentro/Maria
Madalena Justino Dias. – Natal:FARN, 2002

27p

Monografia (graduação em Administração) – Faculdade Nata-
lense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1.Qualidade no atendimento – Monografia 2. Serviços de saúde
Monografia Qualidade I. Título

RN/FARN/BC

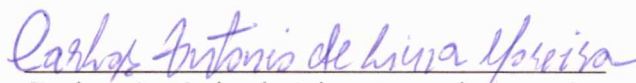
CDU 658.56:614.2

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO RIO GRANDE DO
NORTE**

QUALIDADE NO ATENDIMENTO: O CASO DA CARDIOCENTRO

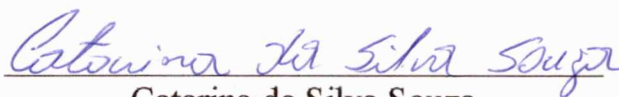
Maria Madalena Justino Dias

Monografia apresentada e aprovada em 13 de Dezembro de 2002, pela banca de qualificação composta pelos seguintes membros:



Carlos Antônio de Lima Moreira, M. Sc.

Orientador



Catarina da Silva Souza

Membro examinador



Fátima Cristina de Lara Menezes Medeiros

Membro examinador

Natal, 13 de Dezembro de 2002.

AGRADECIMENTOS

O primeiro passo da longa caminhada foi dado. O momento inspira alegria, mas também responsabilidade, pois na vida os caminhos da verdade são tortuosos, mas acabam premiando aqueles que se mantêm fiéis até o fim. É hora também de agradecer, a Deus primeiramente pela luz e pela presença em todos os momentos de minha vida. À meus pais pelo amor, apoio e carinho. À meus familiares, amigos e professores pela paciência e confiança que sempre me dedicaram. Agradar a todos é impossível. Porém, é preciso superar obstáculos, esquecer incompreensões e omissões; o importante é não desanimar e seguir em frente, sempre.

SUMÁRIO

LISTA DE GRÁFICOS

1. INTRODUÇÃO	07
1.1 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA	07
1.2 CARACTERIZAÇÃO DA CARDIOCENTRO E SEU AMBIENTE	08
1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA	08
1.3.1 Objetivo geral	08
1.3.2 Objetivos Específicos	09
1.4 JUSTIFICATIVA	09
2. REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 QUALIDADE TOTAL	10
2.1.1 Origem Da Qualidade Total	11
2.1.2 Conceitos	12
2.1.3 Princípios	13
2.1.4 Gestão Da Qualidade.....	15
2.1.5 Qualidade De Serviços	15
3. METODOLOGIA	17
3.1 TIPO DE PESQUISA	17
3.2 UNÍVERSO E AMOSTRA	17
3.3 COLETA DE DADOS	17
3.4 TRATAMENTO PARA ANÁLISE DOS DADOS	17
4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	18
4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS	18
4.2 DADOS AVALIATIVOS	23
5. CONCLUSÕES	30
REFERÊNCIAS BIBLOGRÁFICAS	31
ANEXO	32

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01 - SEXO	18
GRÁFICO 02 – FAIXA ETÁRIA	19
GRÁFICO 03 – RENDA MENSAL	20
GRÁFICO 04 – GRAU DE ESCOLARIDADE	21
GRÁFICO 05 – ESTADO CIVIL	22
GRÁFICO 06 – TEMPO NA CLÍNICA	23
GRÁFICO 07 – FREQUÊNCIA DE RETORNO À CLÍNICA	24
GRÁFICO 08 – CLASSIFICAÇÃO DA CLÍNICA	25
GRÁFICO 09 – SATISFAÇÃO COM A CLÍNICA	26
GRÁFICO 10 – INOVAÇÃO DOS SERVIÇOS	27
GRÁFICO 11 – EXPECTATIVAS DOS CLIENTES	28
GRÁFICO 12 – FUNCIONÁRIOS DA CLÍNICA	29

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo teve por finalidade analisar o grau de qualidade total exigido pelo mercado em relação à capacidade dos profissionais de face com seus clientes. O aumento da competitividade entre as organizações de saúde e a elevada escassez de recursos, surgida nos últimos anos, incitaram as organizações a adotarem novos procedimentos voltados para a melhoria da qualidade dos seus serviços. Entretanto, percebe-se a fundamental importância da adequação do seu capital humano na efetivação de uma cultura de qualidade.

De fato, a participação e interação dos recursos humanos na implementação dessa nova cultura apenas se consolidará através de seu elevado comprometimento dos objetivos da organização, que, por sua vez, surtirá efeito apenas através de condições adequadas de trabalho.

O presente trabalho está organizado na sequência que se segue: caracterização da clínica, referencial teórico baseado em pesquisa bibliográfica acerca do tema qualidade total sob o ponto de vista de vários autores; objetivo geral e específico, justificativa, metodologia e referência bibliográfica.

1.1 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA

Cada vez mais se difunde a importância da qualidade no atendimento em organizações de serviços. Nos últimos anos, algumas organizações de serviços de saúde, sintonizadas com o novo mercado passaram a perceber a importância e a influência da qualidade dos seus serviços tanto em relação à recuperação e satisfação de seus usuários quanto à própria sustentabilidade da instituição.

O aumento da competitividade no mercado e as exigências da clientela vêm estimulando as instituições a prestarem um atendimento que preencha não apenas as conformidades do tratamento dispensado, mas, também a relação interpessoal efetivada durante o tratamento, ou seja, assegurando, além da recuperação e reabilitação da saúde e bem-estar de seus pacientes. Na atual circunstância do mundo organizacional, na busca por uma maior produtividade e qualidade, é de fundamental importância a busca pelo aperfeiçoamento e pela melhoria dos serviços prestados nas organizações.

As atitudes e comportamentos do corpo funcional de saúde e de apoio ocorridos durante o atendimento, são diretamente responsáveis pela eficácia do tratamento e satisfação de seus clientes. Em relação a este aspecto, o nível de comprometimento dos funcionários para com a organização e suas atividades passam a assumir uma condição fundamental à qualidade dos serviços da organização.

Em vista disso, apresenta-se o seguinte problema de pesquisa:

Até que ponto o cliente externo da CARDIOCENTRO encontra-se satisfeito com a qualidade no atendimento?

1.2 CARACTERIZAÇÃO DA CARDIOCENTRO E SEU AMBIENTE

A Cardiocentro foi fundada no dia 26 de março de 1993. Nesta época sua sede era situada na Rua Maxaranguape, funcionando dentro do Hospital São Lucas, permanecendo lá durante nove anos. Hoje em dia, exatamente há um ano, a clínica está localizada na Rua Campos Sales, nº 762 no bairro do Tirol. A Clínica tem por especialidade a cardiologia. Seu quadro de pessoal conta com catorze funcionários e três estagiários. A Clínica é uma sociedade composta por doze médicos.

1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA

1.3.1 Geral

Analisar se o cliente externo da CARDIOCENTRO encontra-se satisfeito com a qualidade no atendimento.

1.3.2 Específicos

- a) Conhecer a opinião do cliente externo da CARDIOCENTRO em relação à qualidade no atendimento;
- b) Identificar a frequência com que o cliente externo da CARDIOCENTRO retorna a clínica; e
- c) Identificar as razões pelas quais o cliente externo da CARDIOCENTRO retorna a clínica;

1.4 JUSTIFICATIVA

As clínicas estão procurando globalizar-se e assim, se manterem nesse mercado, para tanto, necessitam exigir um perfil novo e atualizado dos seus funcionários. Levando em consideração os aspectos antes mencionados, esta pesquisa teve como propósito analisar a qualidade no atendimento dos serviços prestados pela clínica aos seus funcionários e clientes.

Sendo assim, diante das incertezas e pressões à que a sociedade moderna e atual nos impõe, é de grande importância e necessidade o estudo da qualidade, tanto dentro como fora da organização. Pois, além de ser importante para a organização, esse estudo é imprescindível à complementação da formação acadêmica e ao desenvolvimento profissional da pesquisadora, pois, se trata de uma fonte de consulta com bases científicas. A Clínica, de posse desses resultados, terá condições de se auto-avaliar, bem como, também, conhecer os anseios e necessidades de seus clientes com relação à qualidade no atendimento que lhes é prestado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 QUALIDADE TOTAL

Qualidade Total é basicamente, o princípio e a própria ação para a mudança da cultura das empresas. É intuição e lógica, com métodos qualitativos e quantitativos, aliados à psicologia das relações humanas entre o capital e o trabalho. A adoção do novo código de defesa do consumidor obrigou as empresas a terem uma preocupação, cada vez maior, com seus clientes. Enquanto consumidores da Europa e da América do Norte eram e são, há muito tempo, exigentes, o consumidor brasileiro só recentemente despertou para a exigência dos seus direitos. Com isto, as empresas que trabalham com produção e serviços criaram as gerências de atendimento ao consumidor, procurando melhor resolver os problemas de não-conformidades muitas vezes apresentadas por produtos ou serviços. O caminho para a

Qualidade Total busca o chamado “zero defeito” na produção de forma que o produto ou serviço seja feito de forma certa, logo da primeira vez. Os erros ocorridos deverão ser analisados, e corrigidos de tal forma que não voltem a ocorrer. Outro ponto de fundamental importância na Qualidade Total, é o envolvimento de todas as pessoas que trabalham na empresa, em busca da melhoria contínua. Para que a empresa trabalhe com Qualidade Total, é preciso que a alta administração ouça sugestões, considere a opinião dos clientes e cumpra os planos preestabelecidos. É necessário, ainda, que as gerências invistam tempo na Qualidade Total, seja com treinamento ou com avaliações permanentes dos seus subordinados.

A Qualidade Total é aplicada a todas as áreas e níveis da organização e deve começar pelo topo da empresa.

Para JURAN (1992, p. 21), o programa de qualidade total deve basear-se nos seguintes passos:

- a) Promover a conscientização da necessidade e oportunidade de melhorias
- b) Estabelecer metas de melhoramentos
- c) Organizar para atingir as metas
- d) Prover treinamento a todas as pessoas

- e) Executar os projetos para resolver os problemas
- f) Relatar e divulgar o progresso
- g) Demonstrar reconhecimento às pessoas
- h) Comunicar os resultados
- i) Conservar os dados obtidos
- j) Manter o entusiasmo fazendo da melhoria anual parte integrante dos sistemas e processos normais da empresa.

2.1.1 Origem da Qualidade Total

Na conceituação moderna do termo, qualidade significa adequação ao uso. É o atendimento aos desejos e as aspirações dos consumidores, incluindo aspectos econômicos, de segurança e desempenho. A preocupação com a qualidade existe desde os primórdios das civilizações. A qualidade sempre esteve presente na vida do homem. No início, para sobreviver ele já se preocupava com a qualidade dos alimentos que extraia da natureza. Com o uso da agricultura, o homem passou a cuidar da qualidade daquilo que plantava e colhia. Na segunda metade do século XX, a complexidade tecnológica, o aumento do volume de investimentos e a necessidade de segurança concorreram para a ampliação da qualidade. Tornou-se fundamental assegurar previamente, a qualidade dos produtos e serviços, o que deu origem ao controle total da qualidade.

O mercado nos dias de hoje é muito competitivo e exige das empresas, que nele querem sobreviver, produzir seus produtos cada vez mais com maior qualidade. Pensando nisso Deming e Juran e outros profissionais participaram da difusão dos novos conceitos e o uso prático de como administrar com Qualidade Total.

Pode-se resumir a origem da Qualidade Total da seguinte forma:

- a) Nos anos 60 deu-se ênfase ao controle;
- b) Nos anos 70 deu-se ênfase a avaliação;
- c) Nos anos 80 falava-se em garantia;
- d) Nos anos 90 falava-se em melhoria; e
- e) Agora fala-se em desenvolvimento.

2.1.2 Conceitos

A palavra QUALIDADE é diversamente conceituada pelos “gurus” da nossa filosofia embora exista, uma certa convergência entre todas as definições propostas. Elas revelam a importância da satisfação do cliente ou do consumidor dos bens ou serviços que lhes são oferecidos.

Conforme DEMING (1990, p. 25), “A Qualidade deve ter como objetivo as necessidades do usuário, presentes e futuras”.

Para FEIGENBAUM (1994, p. 125), “E o conjunto de todas as características de um produto, que determina o grau de satisfação do cliente”.

No fundo, os vários conceitos de qualidade falam o mesmo idioma através de vários dialetos.

Segundo TOWNSEND (1994, p. 20), “A qualidade seria aquilo que o cliente precisa quando sente que o produto ou serviço vai ao encontro das suas necessidades e corresponde as suas expectativas”.

Para CROSBY (1992, p. 11), “Qualidade significa: conformidade com os requisitos.”

Tal conformidade deve ser absoluta, ou seja, a qualidade visa o zero de feito, ainda que, em muitos casos, isso seja impossível.

Segundo JURAN (1992, p. 28) “Qualidade é a adequação ao uso.”

Essa adequação existe quando o produto ou serviço é confiável e atende as necessidades de quem os utiliza.

De um modo geral, os programas de qualidade total surgem em consequência da exigência dos consumidores em face de uma contínua conscientização e amadurecimento. A razão de ser de uma empresa são os clientes. Portanto, todos os investimentos devem estar voltados para a qualidade, ou seja, tentar buscar continuamente a satisfação das necessidades dos clientes. Por fim, a Qualidade Total não deve ser tratada como um pacote fechado, que bloqueia a criatividade de quem com ela lida, ela deve ser adaptada á realidade em cada empresa, para, realmente, contribuir para a qualidade dos produtos ou serviços produzidos pela mesma.

2.1.3 Princípios

A filosofia da Qualidade Total está baseada em dez princípios, que devem estar presentes em todas as atividades executadas pela empresa, sejam elas estratégicas ou operacionais. Esses princípios funcionam como uma referência dos métodos utilizados para se implantar qualidade na empresa moderna, que deseja direcionar toda sua gestão com enfoque no cliente.

Do ponto de vista de DAMÁZIO (1998), os princípios da Qualidade Total são os seguintes:

- a) *Total satisfação dos clientes*: A satisfação do cliente é o propósito de toda organização. Avaliar como os clientes recebem os produtos ou serviços; é buscar atender as necessidades e expectativas dos clientes externos e internos, atendendo até suas expectativas implícitas.
- b) *Gerência Participativa*: Os vários níveis gerenciais devem criar uma cultura na empresa, de sempre ouvir o que pensam os subordinados. A atitude gerencial deve ser, em um processo participativo, mobilizar seus subordinados incentivando-os, baseando-se em sua motivação, buscando o efeito de sinergia.
- c) *Desenvolvimento dos recursos humanos*: Neste princípio a preocupação é o ser humano. A política de recursos humanos da empresa deverá ter como pontos básicos a educação o treinamento, a fim de buscar a valorização do capital humano da empresa, considerando o seu crescimento e desenvolvimento.
- d) *Constância de propósitos*: O papel da alta administração é fundamental para a fixação da mudança. A coerência das idéias e sua constância de propósitos, associados ao diálogo permanente darão confiabilidade a suas ações e farão com que as pessoas envolvidas com as mudanças se mantenham persistentes naquilo que lhes compete executar.
- e) *Melhoria Contínua*: Para que possa haver um acompanhamento das necessidades dos clientes é preciso internalizar a filosofia da melhoria contínua, que só é percebida quando a empresa começa a superar as expectativas explícitas ou implícitas dos clientes nos produtos ou serviços que ela oferece. A busca de renovação em produtos ou serviços, o

questionamento, a criatividade e a qualificação dos recursos humanos são indícios da melhoria contínua, pois torna possível medir o desempenho atual, que será retratado pelos indicadores.

f) *Gerência de processos*: Gerenciar processos significa aplicar em cada processo o ciclo PDCA (Planejar, Executar, Verificar e Agir Corretamente). Para que se possa atingir o desejado os processos devem ser acompanhados, controlados de forma permanente. Mas, para tal, mais uma vez, são necessários indicadores que meçam a produtividade (eficiência) e a qualidade (eficácia). O gerenciamento da cadeia cliente-fornecedor onde são gerados os bens ou serviços a partir de insumos proporcionados por seus fornecedores, fará com que todos os processos que a compõem sejam gerenciados.

g) *Delegação de poderes*: Delegar significa o poder em decisão. Significa ainda transferir poder e compartilhar responsabilidade. Os modernos processos de gestão exigem alto nível em delegação de poder, além de requerer uma comunicação eficaz e um ágil sistema de informação entre a empresa, seus clientes e fornecedores.

h) *Gerência de Informação e Comunicação*: Para que a filosofia da Qualidade Total seja bem assimilada todo o pessoal da empresa deverá conhecer a missão, o planejamento estratégico, os propósitos e os planos empresariais. E para que isto ocorra deverá ser criado um sistema de informação e comunicação que propicia um veículo de transmissão das informações a serem conhecidas, gerenciadas por pessoas especializadas, que possam passar a informação certa, para a pessoa certa, no momento exato.

i) *Garantia da Qualidade*: Toda organização deverá possuir um conjunto de normas e procedimentos de modo a constituir um sistema documentado passível de certificação. A garantia da qualidade é mais que um sistema de controle de processos, é a integração desse sistema de controle com ações de projetos, operação e planejamento de forma a atencipar e impedir erros, defeitos, não conformidades e variabilidade.

j) *Busca da Perfeição*: a busca da perfeição, ou seja, um padrão em desempenho cuja meta é o “zero defeito”, é um princípio que precisa ser internalizado por todo o pessoal da empresa, desde a alta administração ate o chamado “chão de fábrica”. Os desvios podem ocorrer e devem ser medido com o uso das técnicas e ferramentas de qualidade, para que se localize as

razões das não conformidades e sejam planejadas ações corretivas. O custo de corrigir é sempre mais alto que o custo de prevenir. Portanto, todos na empresa deverão ter consciência da prevenção e do monitoramento dos processos para evitar desvios.

2.1.4 Gestão da qualidade total

De acordo com a ISO/CD 8042, a Gestão da Qualidade Total é um enfoque gerencial de uma organização centrado na qualidade, baseado na participação de todos os seus membros, com o objetivo de alcançar uma lucratividade de longo prazo, através da satisfação do cliente, incluindo benefícios para os mesmos. Sendo assim, a Gestão da Qualidade Total pode ser entendida como sendo um esforço integrado da organização para o cumprimento de sua missão, ou seja, para o pleno atendimento das necessidades dos clientes.

A implantação do processo da gestão da Qualidade Total envolve a definição da missão da organização, a indicação dos responsáveis pelo processo, a definição de responsabilidades, a criação de estratégias para o atendimento das necessidades dos clientes, o desenvolvimento de programas de treinamento, a verificação dos pontos críticos, o treinamento para a solução dos problemas e para o trabalho em equipe. Pela gestão da qualidade total, as organizações e os seus clientes serão parceiros de um mesmo objetivo: a própria realização.

2.1.5 Qualidade de Serviços

O setor de serviços sempre teve contato direto com o cliente, mas só há pouco tempo ele se deu conta do seu novo perfil: mais exigente, mais crítico, mais consciente de seus direitos. O cliente de hoje sabe analisar a relação custo – benefício dos serviços de que se utiliza. Ele é seletivo em suas compras e exige qualidade. É por isso que a organização que não oferece qualidade compromete sua própria existência. A qualidade deixou de ser uma opção e passou a ser uma obrigação e uma necessidade para todas as organizações, porque, o mercado está cada dia mais competitivo. E, num ambiente altamente competitivo, o

crescimento e a própria sobrevivência das organizações dependem de alguns fatores essenciais: alta qualidade, produtividade crescente, redução dos custos e satisfação dos clientes.

Segundo PEPPERS (1998, p. 46), “Serviços de qualidade só acontecem quando você se relaciona com os consumidores em base pessoal” . Sem qualidade, as organizações não terão mais clientes, não terão mercado, não terão lucro e, sendo assim não terão mais legitimidade social.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Essa pesquisa foi aplicada na clínica CARDIOCENTRO e teve como objetivo conhecer o nível de satisfação dos clientes externos em relação a qualidade no atendimento. Ela caracteriza-se como uma pesquisa amostral.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

Foi pesquisado na clínica dentre os 2000 clientes externos cadastrados, 244 clientes com 6% de erro e 95% de confiança.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Para coleta de dados, foi utilizado um questionário semi-estruturado com perguntas fechadas e abertas, que foi aplicado junto aos clientes externos da Cardiocentro.

3.4 TRATAMENTO DOS DADOS

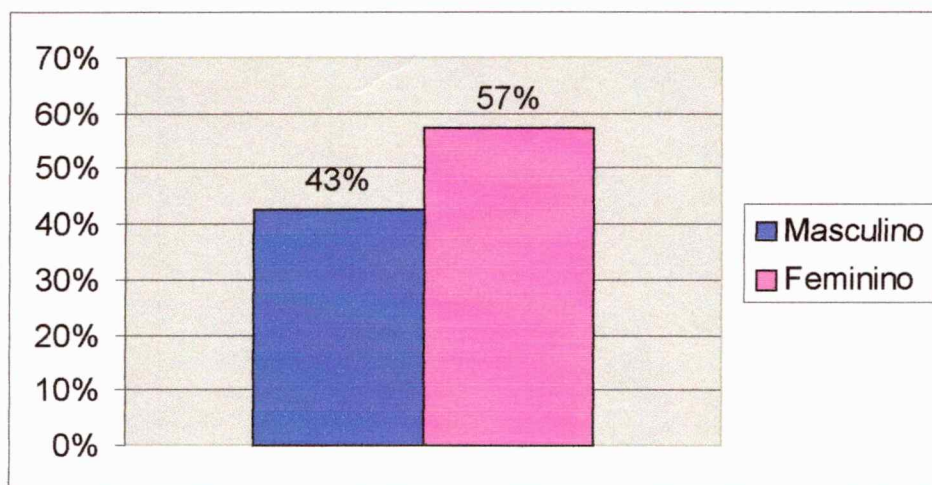
Após a obtenção dos dados foram efetuados testes de consistência visando a eliminação de erros operacionais. Os mesmos, foram tabulados e apresentados graficamente com as suas respectivas análises. Para o tratamento, foi utilizado na maioria o programa Excel.

4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

DENTRE OS ENTREVISTADOS 43% ERAM DO SEXO MASCULINO ENQUANTO QUE, 59% ERAM DO SEXO FEMININO.

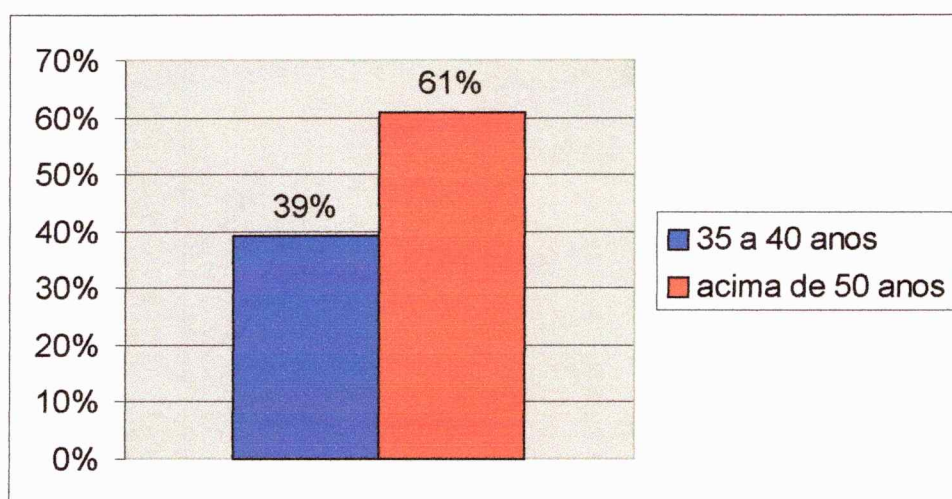
GRÁFICO 01 - SEXO



FONTE: PESQUISA DIRETA, 2002

A faixa etária na sua maioria eram de pessoas acima de 50 anos, correspondendo assim à 61% dos entrevistados. E, correspondendo à 39% se enquadraram as pessoas com faixa etária de 35 à 40 anos.

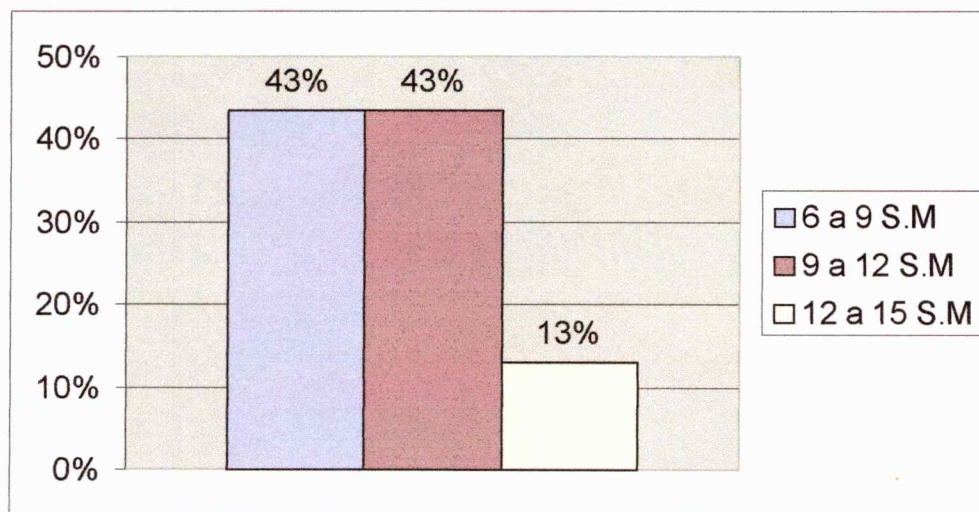
GRÁFICO 02 – FAIXA ETÁRIA



FONTE: PESQUISA DIRETA, 2002

A RENDA MENSAL FAMILIAR, OU SEJA, O SALÁRIO MÍNIMO FICOU CARACTERIZADO DA SEGUINTE FORMA: 13% DAS PESSOAS TINHAM RENDA DE 12 À 15 S.M., ENQUANTO QUE 43% DAS PESSOAS SE ENQUADRAM COM RENDAS DE 6 À 9 S.M. E DE 9 À 12 S.M.

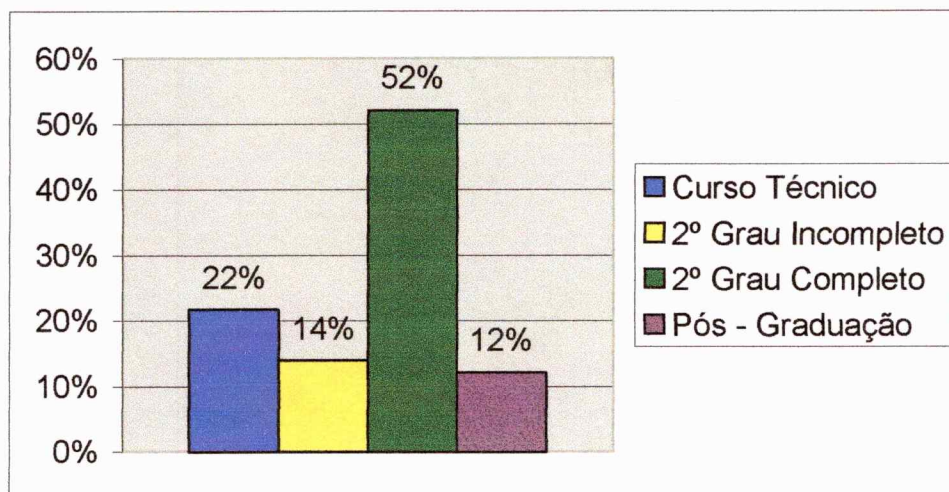
GRÁFICO 03 – RENDA MENSAL



FONTE: PESQUISA DIRETA, 2002

QUANTO AO GRAU DE ESCOLARIDADE A CLASSIFICAÇÃO FOI A SEGUINTE: 12% DOS CLIENTES ERAM PÓS-GRADUADOS, 14% DOS CLIENTES TINHAM O 2º GRAU INCOMPLETO, 22% DOS CLIENTES TINHAM CURSO TÉCNICO E 52% DOS CLIENTES APENAS O 2º GRAU COMPLETO.

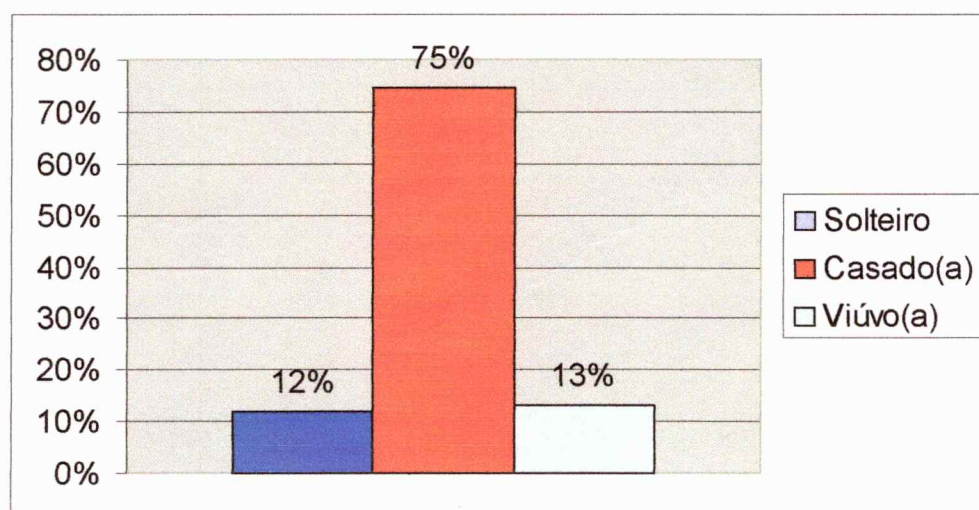
GRÁFICO 4 – GRAU DE ESCOLARIDADE



FONTE: PESQUISA DIRETA, 2002

A PORCENTAGEM FEITO COM OS CLIENTES QUANTO AO ESTADO CIVIL , FOI CARACTERIZADA DA SEGUINTE MANEIRA: 12% DOS CLIENTES SÃO SOLTEIROS, 13% SÃO VIÚVOS, ENQUANTO QUE 75% DOS CLIENTES SÃO CASADOS.

GRÁFICO 5 – ESTADO CIVIL

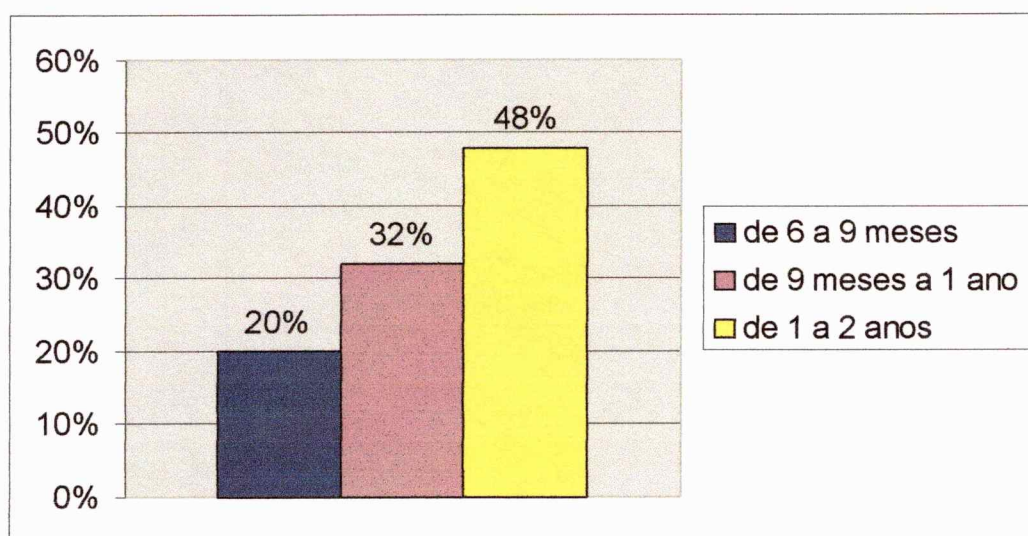


FONTE: PESQUISA DIRETA, 2002

4.2 DADOS AVALIATIVOS

48% DOS ENTREVISTADOS SÃO DA CLÍNICA DE 1 A 2 ANOS, 32% DESSES ENTREVISTADOS SÃO CLIENTES A APENAS DE 9 MESES A 1 ANO, ENQUANTO QUE, 20% DESSES ENTREVISTADOS SÃO CLIENTES A APENAS DE 1 A 2 ANOS.

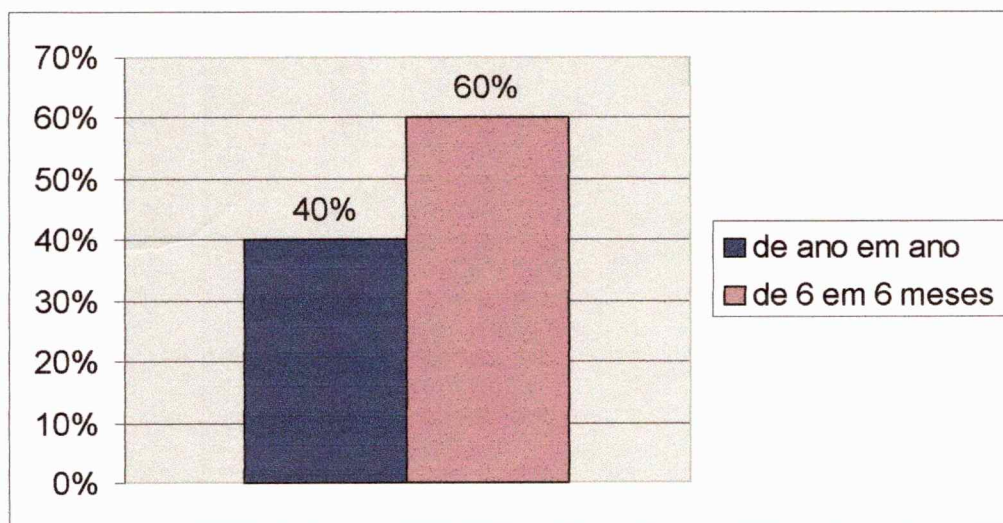
GRÁFICO 6 – TEMPO NA CLÍNICA



FONTE: PESQUISA DIRETA, 2002

A FREQUÊNCIA COM QUE OS CLIENTES RETORNAM A CLÍNICA FICOU BASEADA DA SEGUINTE MANEIRA: 40% DOS CLIENTES RETORNAM A CLÍNICA DE ANO EM ANO E 60% RETORNAM DE 6 EM 6 MESES.

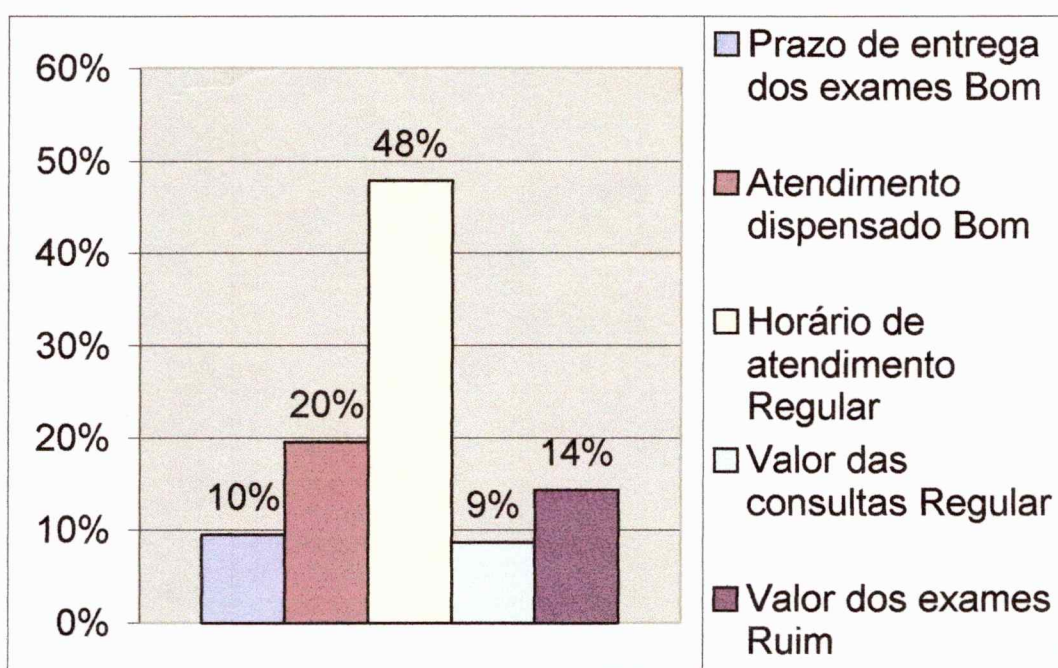
GRÁFICO 7 – FREQUENCIA DE RETORNO À CLÍNICA



FONTE: PESQUISA DIRETA, 2002

9% DOS CLIENTES DA CARDIOCENTRO NÃO ESTÃO SATISFEITO COM O VALOR DAS CONSULTAS, CLASSIFICANDO-AS COMO REGULAR. 10% DOS CLIENTES CLASSIFICARAM O PRAZO DE ENTREGA DE EXAMES COMO BOM. 14% DOS CLIENTES ESTÃO SATISFEITOS COM OS VALORES DOS EXAMES, CLASSIFICANDO-OS COMO RUINS. 20% DOS ENTREVISTADOS DISSERAM QUE O ATENDIMENTO DISPENSADO É MUITO BOM E 48% DOS ENTREVISTADOS, OU SEJA, A MAIORIA NÃO ESTÃO SATISFEITOS COM CUMPRIMENTO DO HORÁRIO DE ATENDIMENTO.

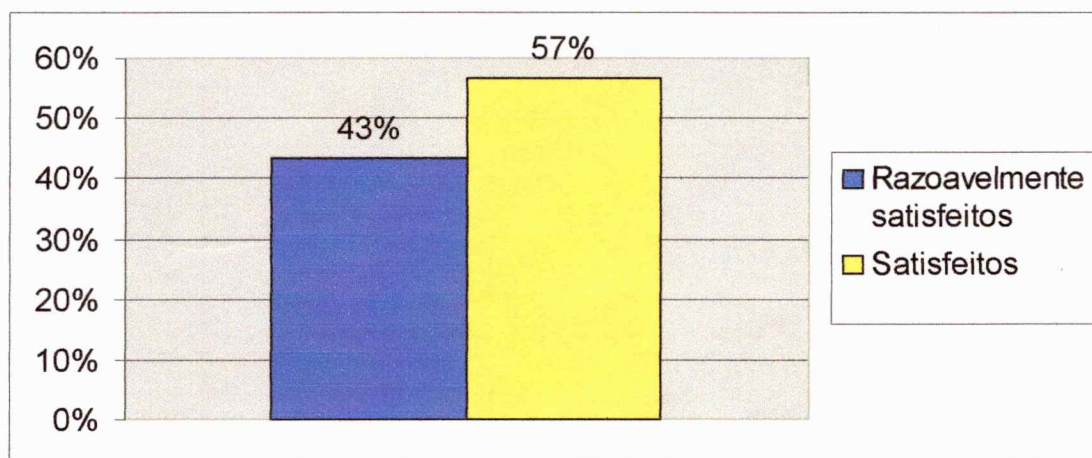
GRÁFICO 8 – CLASSIFICAÇÃO DA CLÍNICA



FONTE: PESQUISA DIRETA, 2002

EM RELAÇÃO A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES COM A CLÍNICA O PERCENTUAL FOI O SEGUINTE: 43% DOS CLIENTES ESTÃO RAZOAVELMENTE SATISFEITOS; ENQUANTO QUE 57% ESTÃO PLENAMENTE SATISFEITOS.

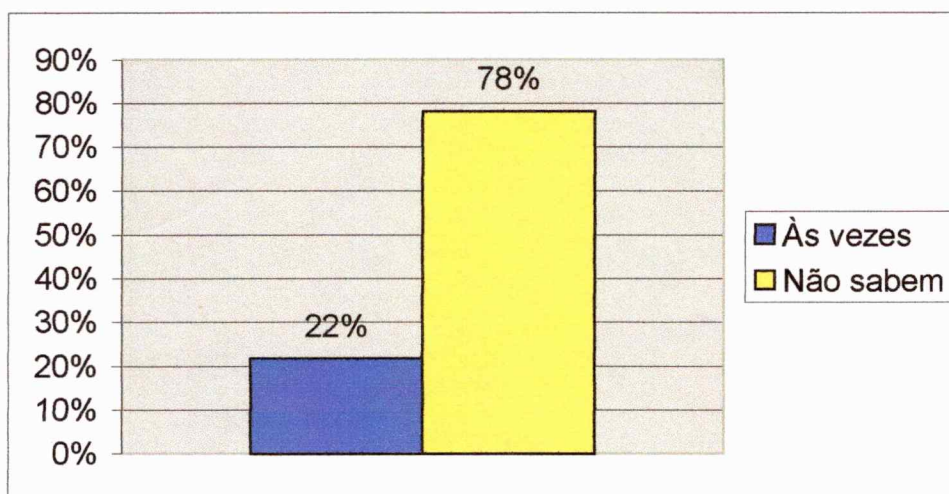
GRÁFICO 9 – SATISFAÇÃO COM A CLÍNICA



FONTE: PESQUISA DIRETA, 2002

22% DOS ENTREVISTADOS DISSERAM QUE A CLÍNICA ÀS VEZES INOVA SERVIÇOS E ATIVIDADES DE ACORDO COM AS NECESSIDADES DOS CLIENTES; JÁ 78% DOS ENTREVISTADOS NÃO SABEM SE HÁ INOVAÇÃO DE SERVIÇOS POR PARTE DA CLÍNICA.

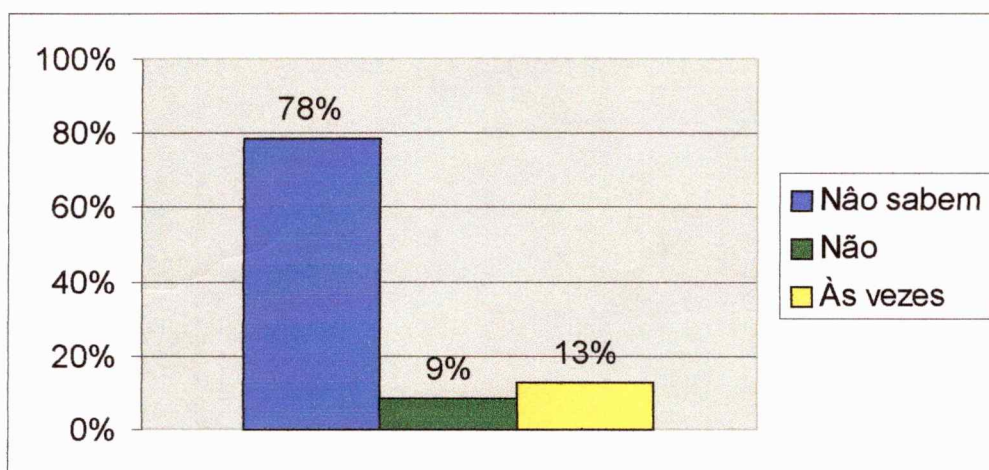
GRÁFICO 10 – INOVAÇÃO DE SERVIÇOS



FONTE: PESQUISA DIRETA, 2002

78% DOS CLIENTES DIZEM NÃO SABER SE A CLÍNICA SUPERA AS SUAS EXPECTATIVAS, 13% AFIRMAM QUE SOMENTE ÀS VEZES; ENQUANTO QUE 9% AFIRMARAM QUE NÃO.

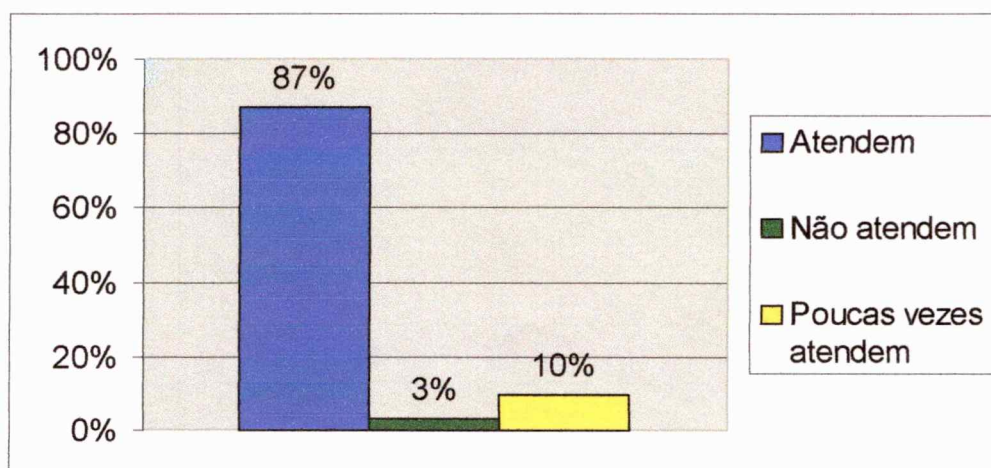
GRÁFICO 11 – EXPECTATIVA DO CLIENTE



FONTE: PESQUISA DIRETA, 2002

QUANTO À SOLICITAÇÃO DE SERVIÇOS DE CLIENTES FEITA À FUNCIONÁRIOS DA CLÍNICA, O PERCENTUAL FOI O SEGUINTE: EM 87% DOS CASOS, OU SEJA, NA SUA MAIORIA OS CLIENTES SÃO ATENDIDOS EM SUAS NECESSIDADES; 10% DOS CLIENTES CLASSIFICARAM QUE POUCAS VEZES SÃO ATENDIDOS EM SUAS NECESSIDADES E 3% RELATARAM QUE NÃO SÃO ATENDIDOS DE MANEIRA IMEDIATA EM SUAS NECESSIDADES.

GRÁFICO 12 – FUNCIONÁRIOS DA CLÍNICA



FONTE: PESQUISA DIRETA, 2002

5. CONCLUSÕES

Este trabalho de monografia acerca do tema Qualidade Total foi designado como sendo uma pesquisa amostral. A amostra seria feita com 244 clientes da clínica Cardiocentro. No entanto, só sendo possível com 230 desses clientes; pois, devido a falta de tempo para a conclusão da análise dos dados. Faltando apenas 14 clientes.

De acordo com questionário aplicado a maioria dos clientes da clínica Cardiocentro se encontra satisfeita com a qualidade no atendimento que lhes é prestado correspondendo à 57%. Ficando à desejar apenas o cumprimento do horário de atendimento que para 48% dos clientes foi classificado como regular. Diante das afirmações acima ficou caracterizado que o cliente da cardiocentro encontra-se satisfeito com a qualidade no atendimento que lhes é prestado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALGARTE, Waldir, QUINTANILMA, Delma. **A História da Qualidade e o Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade**. Rio de Janeiro: Inmetro / Senai, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da administração**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

DAMÁZIO, Alex. **Administrando pela gestão da qualidade total**. Rio de Janeiro: Interciência, 1998.

DEMING, William Edwards. **Qualidade: Revolução da Administração**. Rio de Janeiro: Marques Saraiva, 1990.

KANAANE, Roberto. **Comportamento Humano nas organizações: O Homem rumo ao século XXI**. São Paulo: Atlas, 1994.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 1991.

MEZOMO, João Catarin. **Gestão da Qualidade na Saúde: princípios básicos**. São Paulo: Manole, 2001.

Determinação do grau de SATISFAÇÃO dos clientes da *CARDIOCENTRO* com relação ao atendimento

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

I- Perfil do Entrevistado

1. Sexo: ☐ Masculino ☐ Feminino

2. Faixa etária :

- | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|---|
| ☐ 20 a 25 anos | ☐ 35 a 40 anos | ☐ acima de 50 anos |
| ☐ 25 a 30 anos | ☐ 40 a 45 anos | |
| ☐ 30 a 35 anos | ☐ 45 a 50 anos | |

3 Renda Mensal Familiar (salário mínimo) :

- | | |
|--------------------------------------|--|
| ☐ 00 a 03 S.M | ☐ 12 a 15 S.M |
| ☐ 03 a 06 S.M | ☐ 15 a 18 S.M |
| ☐ 06 a 09 S.M | ☐ 18 a 21 S.M |
| ☐ 09 a 12 S.M | ☐ acima de 21 S.M |

4 Estado civil :

- | | |
|---|---|
| ☐ Casado (a) | ☐ Divorciado (a) |
| ☐ Solteiro (a) | ☐ Viúvo (a) |

5 Qual o seu grau de escolaridade ?

- | | |
|---|---|
| ☐ 1º grau completo | ☐ 3º grau completo |
| ☐ 1º grau incompleto | ☐ 3º grau incompleto |
| ☐ 2º grau completo | ☐ curso técnico |
| ☐ 2º grau incompleto | ☐ Pós-graduação |

II- Dados Avaliativos

1 A quanto tempo o (a) senhor (a) é cliente da Clínica CardioCentro ?

- | | |
|---|---|
| ☐ menos de 3 meses | ☐ 1 a 2 anos |
| ☐ 3 a 6 meses | ☐ 2 a 3 anos |
| ☐ 6 a 9 meses | ☐ 3 a 4 anos |
| ☐ 9 meses a 1 ano | ☐ mais de 4 anos |

2 Com que frequência o (a) senhor (a) retorna à Clínica CardioCentro?

- | | |
|--|---|
| ☐ de 3 em 3 meses | ☐ de 2 em 2 anos |
| ☐ de 6 em 6 meses | ☐ outros |
| ☐ de ano em ano | |

3 Como o (a) senhor (a) classificaria os seguintes itens relativos à Clínica CardioCentro ?
Assinale com um x no espaço correspondente a sua opção.

- a) prazo de entrega dos exames
- b) atendimento dispensado na clínica
- c) cumprimento do horário de atendimento
- d) valor das consultas
- e) valor dos exames

ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO

4 Na sua opinião, a Clínica Cardiocentro inova serviços e atividades (processos) de acordo com as necessidades do cliente ?

- [] não [] Às vezes
[] sempre [] não sei

5 Do seu ponto de vista, a Clínica Cardiocentro busca superar as expectativas do cliente ?

- [] não [] às vezes
[] sempre [] não sei

6 Quando o (a) senhor (a) pede um serviço a um funcionário (a) da clínica Cardiocentro :

- [] ele (a) não procura atender as suas necessidades
[] ele (a) poucas vezes procura atender as suas necessidades
[] ele (a) procura sempre atender as suas necessidades

7 Em relação a sua satisfação com a Clínica Cardiocentro :

- [] não estou satisfeito. O que está faltando ? Explique
[] estou razoavelmente satisfeito. O que está faltando ? Explique
[] estou totalmente satisfeito.