

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

AMANDA MARTINS LEITE

**GESTÃO DA QUALIDADE NO ATENDIMENTO NA RECEPÇÃO DA
PRONTOCLÍNICA E MATERNIDADE DR. PAULO GURGEL**

**NATAL/RN
2011**

AMANDA MARTINS LEITE

**GESTÃO DA QUALIDADE NO ATENDIMENTO NA RECEPÇÃO DA
PRONTOCLÍNICA E MATERNIDADE DR. PAULO GURGEL**

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte – FARN, como requisito para obtenção do grau de bacharel em administração.

Orientador (a): Maria Teresa Pires Costa, MSc.

NATAL/RN
2011

UNI-RN
BIBLIOTECA

CD: 35.573

Cód de Barr: 100.1846

Data: 29 / 06 / 12

M
658.56
L533g
ex.:3
2011

Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos

Leite, Amanda Martins
Gestão da Qualidade no atendimento na recepção da Prontoclínica e
Maternidade Dr. Paulo Gurgel / Amanda Martins Leite. – Natal, 2011.
41f.

Orientador: Maria Teresa Pires Costa. (Msc.)
Monografia (Bacharel em Administração) – Faculdade Natalense para
o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Administração - Monografia. 2. Marketing de Serviços - Monografia.
3. Gestão da Qualidade – Monografia. 4. Atendimento – Monografia.
I. Título.

RN/FARN/BC

CDU 658.56

AMANDA MARTINS LEITE

GESTÃO DA QUALIDADE NO ATENDIMENTO NA RECEPÇÃO DA
PRONTOCLÍNICA E MATERNIDADE DR. PAULO GURGEL

Monografia apresentada á coordenação do curso de graduação em Administração
da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte, aprovada
em ____/____/____.

Maria Teresa Pires Costa, MSc
Orientador(a)

Catarina da Silva Souza, MSc
Examinadora

Examinador

Dedico esse trabalho primeiro a Deus, pois me abençoou com a sabedoria para realização desse trabalho, a minha família com todo seu apoio e dedicação e aos meus amigos.

AGRADECIMENTOS

A Deus primeiramente por ter me dado a oportunidade de me abençoar com sua sabedoria e grandeza e por ter me fornecido uma família e uma vida cheia de saúde.

Aos meus pais pelo carinho, amor, compreensão, dedicação ao meu crescimento e ao meu desenvolvimento social e acadêmico. Sem eles não teria conquistado esse objetivo.

Aos meus avós paternos (in memoriam) que estão orando por mim no Reino de Deus e aos meus avós maternos com todo carinho e palavras de incentivo e amor. A minha orientadora Teresa Pires que foi fundamental para a realização desse projeto.

Aos meus amigos que compreenderam minha ausência e me apoiaram em momentos dedicados ao meu aperfeiçoamento acadêmico.

A minha grande amiga Jennefer Luize Marinho Mouzallas que me ajudou consideravelmente na realização desse projeto de monografia;

Agradeço a todos os que diretamente ou indiretamente me incentivaram, orientaram e tiveram toda a paciência e dedicação a minha evolução acadêmica.

E tenho a certeza que sem o apoio de todos não seria fácil chegar a um excelente trabalho.

RESUMO

Este trabalho representa um estudo realizado em uma Prontoclínica e Maternidade situada na cidade de Natal-RN. Nos últimos anos a Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel enfrentou dificuldades em conquistar seu cliente. Neste sentido o marketing de serviço corrobora na busca de relações satisfatórias, atraindo a atenção do cliente através de programas de relacionamento. Nesses programas permitem que haja maior envolvimento do cliente com a empresa, bem como identifique as demandas potenciais pelos serviços fornecidos. Desta forma, o estudo do comportamento do consumidor surge como instrumento essencial para conhecer os hábitos de consumo daqueles que buscam a clínica para aderir serviços que satisfaçam às necessidades e expectativas. Delinear estratégias de marketing de serviços na Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel para satisfazer o cliente foi o objetivo deste estudo. A pesquisa foi do tipo exploratória e descritiva. O universo envolveu 1000 clientes, sendo utilizada uma amostra probabilística simples de 10% do universo, com margem de erro de 5% e grau de confiabilidade de 95%. O instrumento utilizado para a coleta de dados foi o questionário semi-estruturado, com perguntas fechadas, usando-se os programas Excel e Word para a tabulação dos dados. Os resultados identificaram que, o perfil do cliente da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel, em sua maioria é do sexo feminino (54%), casado (53%), com faixa etária entre 21 a 25 anos (41%) e possui renda familiar de dois a seis salários mínimos (51%). Quanto aos hábitos de consumo dos clientes, observou-se que a maioria dos respondentes preza pelo bom atendimento oferecido pela recepção (40%). Em relação ao acesso aos ambientes da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel (40%) acham bom, em relação à rapidez e rigor no atendimento (40%) não opinaram. Foi observado também, que a qualidade no atendimento em relação às suas reclamações (58%) não chegou a fazer reclamações. Diante do exposto, verificou-se que a empresa ainda utiliza incipientemente as ferramentas do marketing, inclusive do marketing de serviços, em virtude de suprir as necessidades de seu cliente. A Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel precisa melhorar ainda mais sua qualidade de serviço, para sim entretear-se com seus consumidores, criando satisfação do mesmo. Desta forma sugere-se que a empresa implante um programa de CRM, bem como a contratação de novos funcionários e melhorando o espaço de suas instalações, a fim de que as necessidades e expectativas de seus clientes continuem a serem atendidas.

Palavras-chave: Marketing de Serviços. Atendimento. Gestão da Qualidade.

ABSTRACT

This work represents a study accomplished at The Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel which is located in Natal – State of Rio Grande do Norte – Brazil. In the last years it has been facing difficulties in conquering the clientage. Thus the marketing service corroborates in the search of satisfactory relationships, attracting the client's attention through relationship programmes. These programmes allow that exist a larger involvement between the clients and the proceedings that are offered to them, as well as the demands. So the study of the clients' behavior appears as an essential instrument in order to recognize the habits of those who want to be treated in relation to the needs and expectations. To delineate strategies of marketing services in the Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel was the objective of this study. The research was based on two types: exploratory and descriptive. This study has involved 1000 clients and it was performed by a simple probability sample of 10%, inserting a margin of error of 5% and reliability of 95%. The instrument used for the collection of data was the semi-structured questionnaire, with closed questions, being used the programs Excel and Word for the tabulation of the data. The results identified that the most clients' profile of the Prontoclínica belongs to feminine sex (54%), married (53%), between 21 and 25 years (41%). These groups have family income from two to six times minimum salaries (51%). In relationship to the habits of the clients' consumption, it could be observed that, the most of those that answered have approved the good attendance at the reception counter (40%) and the access to inner parts (40%). As for the emergency services, 40% have not answered. It was also observed the complaints about the quality of attendance, 58% have not complained about. Before the exposed, it was verified that The Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel has been using the same tools of marketing to supply the clients' necessities. The Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel needs to improve a lot the quality. Thus it was suggested that the Prontoclínica applies a CRM programme, contracts new employees, and improve the space of its facilities. So the clients' necessities and expectations can well be taken care of.

Key Word: Marketing of Services. Attendance. Administration of the Quality.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Acesso aos ambientes da Prontoclínica.....	29
Gráfico 02 - Orientações fornecidas pelas funcionárias da recepção a respeito do atendimento da Prontoclínica.....	30
Gráfico 03 - Tempo médio de espera que é observado pelos pacientes.....	31
Gráfico 04 - Avaliação dos pacientes em relação ao atendimento proporcionado pelas recepcionistas.....	32
Gráfico 05 - Qualidade no atendimento da recepção da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel em relação ao tempo de espera.....	33
Gráfico 06 - A qualidade do atendimento as reclamações dos pacientes.....	34
Gráfico 07 - Em relação a rapidez e rigor no atendimento	35
Gráfico 08 - Em relação a resolução dos problemas colocados	36
Gráfico 09 - Sexo.....	36
Gráfico 10 - Faixa etária.....	37
Gráfico 11 - Grau de instrução.....	38
Gráfico 12 - Estado civil.....	39
Gráfico 13 - Renda familiar.....	39

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Acesso aos ambientes da Prontoclínica.....	29
Tabela 02 - Orientações fornecidas pelas funcionárias da recepção a respeito do atendimento da Prontoclínica.....	30
Tabela 03 - Tempo médio de espera que é observado pelos pacientes.....	30
Tabela 04 - Avaliação dos pacientes em relação ao atendimento proporcionado pelas recepcionistas.....	31
Tabela 05 - Qualidade no atendimento da recepção da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel em relação ao tempo de espera.....	32
Tabela 06 - A qualidade do atendimento as reclamações dos pacientes.....	33
Tabela 07 - Em relação a rapidez e rigor no atendimento.....	34
Tabela 08 - Em relação a resolução dos problemas colocados.....	35
Tabela 09 - Sexo.....	36
Tabela 10 - Faixa etária.....	37
Tabela 11 - Grau de instrução.....	38
Tabela 12 - Estado civil.....	38
Tabela 13 - Renda familiar.....	39

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
1.1 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA.....	10
1.2 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO E SEU AMBIENTE.....	12
1.3 OBJETIVOS.....	15
1.3.1 Objetivo Geral.....	15
1.3.2 Objetivos Específicos.....	16
1.4 JUSTIFICATIVA.....	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	18
2.1 BREVE HISTÓRICO DA QUALIDADE.....	18
2.2 CONCEITOS DE QUALIDADE.....	19
2.3 QUALIDADE EM SERVIÇOS.....	21
2.4 QUALIDADE NO ATENDIMENTO HOSPITALAR.....	22
3 METODOLOGIA.....	25
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	25
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA.....	26
3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	27
3.4 TRATAMENTO PARA ANÁLISE DOS DADOS.....	28
4 RESULTADOS.....	29
5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES.....	41
REFERÊNCIAS.....	43
APÊNDICE.....	45

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA

A qualidade é uma arma estratégica e deve ser uma ação orientada ao que apresenta o mercado, os concorrentes sempre mantendo o foco nos desejos e necessidades dos clientes. As empresas devem se qualificar e manter um padrão de qualidade alto, de forma que esses padrões sejam perceptíveis ao seu público alvo. “O verdadeiro critério de boa qualidade é a preferência do consumidor.” (FALCONI, 2004, p. 2).

De acordo com Deming (DEMING, 1990, p.124) a importância em manter a qualidade do produto com intuito de gerar satisfação do cliente com o produto/serviço; esse estado de espírito dos clientes gera uma imagem positiva da organização para a sociedade, através da influência exercida pelos consumidores em seus grupos de relacionamento sobre as experiências adquiridas com o produto/serviço. Deming deixa clara a importância de manter os clientes satisfeitos não somente no momento da venda como também durante todo o tempo de uso, na busca do encantamento e sua consequente fidelização. A qualidade deve ser abordada de forma sistemática na organização como forma de maximização da eficiência e eficácia operacional.

O conceito unificado de qualidade na saúde, segundo DONABEDIAN (1992, p. 50), “O melhor cuidado é o que maximiza o bem estar do paciente, levando em conta o balanço dos ganhos e perdas esperados que acompanhem o processo do cuidado em todas as etapas”. Portanto, a assistência da qualidade implica em aumentar as probabilidades de êxito e reduzir aquelas consideradas como indesejáveis.

A qualidade no atendimento é o fator mais importante de qualquer estabelecimento, principalmente em hospital que lida diretamente com vidas. Um bom atendimento tem que ser bom para o bem geral, não só para o paciente.

A participação do cliente é essencial para a busca de melhoria do atendimento. É necessário realizar pesquisas de satisfação do cliente e solicitar

sugestões para a melhoria da qualidade no atendimento de um hospital privado no Brasil.

Nesse estudo, que a qualidade do atendimento ao cliente em hospitais enfrenta grandes problemas, tais como: longo tempo em espera para o atendimento, os fatores mais importantes no momento do atendimento, e prazos para o cumprimento no atendimento.

De acordo com Mezomo (2001, p. 15): “Os administradores de saúde podem e devem vir a ser a maior força na solução dos muitos problemas do nosso precário sistema de saúde, que não se limitam à melhor provisão de pessoal e de melhores mecanismos de financiamento”.

Na construção da humanização das práticas hospitalares, é sustentando a recusa da violência contra os usuários dos serviços, do baixo nível técnico da assistência, das precárias condições de trabalho dos profissionais de saúde e da pobreza da comunicação entre equipes de saúde e usuários, dentre outros problemas que afetam a qualidade destes serviços. Esta análise conduz ao anseio do funcionamento das organizações. Atualmente, os modelos tradicionais não respondam mais às constantes transformações que se processam em organizações que não se encontram mais em ambientes estáveis e imutáveis. Criando condições favoráveis para gerar a inovação por meio de um processo dinâmico de criação do conhecimento organizacional. (MEZOMO, p. 210, 2001)

A mudança verdadeira e eficaz implica a substituição de paradigmas, modelos ou padrões comumente adotados na forma como o trabalho vem sendo executado e a empresa vem sendo organizada. [...] a mudança exige ainda uma decisão corporativa e não apenas da cúpula ou dos níveis gerenciais superiores. Todo quadro de pessoal deve assumir a tarefa (jornada) da mudança, com a consciência de que o trabalho vale a pena ser realizado.

Existem algumas características específicas em Administração da Saúde que a tornam particularmente complexa e que representam variáveis importantes a serem salientadas. Segundo Ortiz e Fajardo (1979, p. 61) seriam: “a individualização dos serviços, a diversificação dos recursos humanos, quanto aos níveis acadêmico, social e econômico; a diversificação do financiamento da atenção médica; a dificuldade na avaliação do “produto final”; a existência de um aspecto emocional de alto valor aos serviços de saúde caracterizados como local de sentimentos, alívio,

esperança, cura, morte, dor; a existência de desdobramento de autoridade em dois níveis, o hierárquico e o informal, baseado em conhecimento, prestígio e experiência". Tal citação mostra, novamente, a importância da motivação dos integrantes da organização como uma das condições básicas do desempenho da própria instituição.

Diante do exposto, o problema desta pesquisa é: Qual a percepção da qualidade no atendimento prestado na Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel no ponto de vista dos clientes?

1.2 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO E SEU AMBIENTE

Uma prontoclínica médica é um ambiente profissional muito particular. Diferentemente de um Hospital, as prontoclínicas se caracterizam por atenderem seus pacientes em um ambiente menos conturbado e mais confortável. Cada vez mais se torna possível encontrar em prontoclínicas um espaço que engloba um número crescente de especialidades concentradas em um mesmo ambiente, facilitando as necessidades de muitos pacientes. A razão para a escolha da prontoclínica a ser estudada se deu pelo fato de melhorar o atendimento na recepção da prontoclínica, pois é seu maior gargalo.

Um dos grandes diferenciais da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel está na equipe técnica e humana, com profissionais altamente capacitados, proporcionando qualidade e satisfação no atendimento. Sua equipe é composta por 49 médicos reconhecidos no estado do Rio Grande do Norte. E em busca de um melhor atendimento, a prontoclínica conta com um quadro de 83 colaboradores que inclui nutricionistas, enfermeiros, técnicos de enfermagem, maqueiros, auxiliar de serviços gerais, recepcionistas, auxiliar de farmácia, técnico de laboratório, faturista, maqueiro e técnico de raios-X.

A Prontoclínica da Criança foi fundada em 1985, pelo Dr. Paulo Gurgel e Francisca Nilma de Medeiros, com o intuito de atender as necessidades da Zona Sul de Natal-RN, atendendo inicialmente apenas crianças que contavam com um pronto socorro infantil, um consultório pediátrico, um laboratório e 3 (três) leitos

hospitalares. Seu quadro funcional era de 12 (doze) funcionários e atendia a alguns convênios existentes na época e se tratava apenas de uma clínica.

Atualmente a empresa atende além da Zona Sul de Natal-RN e alguns municípios vizinhos. Conta com uma excelente estrutura física de trinta leitos, uma sala de raio-X, uma sala de ultrassonografia, um pronto socorro, uma sala de pequenas cirurgias, 5 (cinco) consultórios, 2 (dois) centro cirúrgico, um laboratório de análise e conta também com uma equipe médica de mais de vinte especialidades, todos estes serviços são oferecidos para crianças e adultos, além de continuar atendendo a particulares e pelo convênio da Prefeitura da cidade do Natal.

A Prontoclinica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel encontra-se localizado na Rua Monte Sinai, nº 1948, Capim Macio, Natal/RN.

Nestes 26 anos de atuação, a clínica vem se mantendo firme no mercado, com intuito de se tornar a maior referência em clínica de pronto atendimento na região. Sua equipe é composta com 83 funcionários, distribuídos da seguinte forma:

- 1 nutricionista
- 5 técnicos de nutrição
- 7 ASG (Auxiliar de Serviços Gerais)
- 12 recepcionistas
- 6 enfermeiros
- 46 técnicos em enfermagem
- 2 auxiliares de farmácia
- 4 técnicos de laboratório
- 4 faturista

Na equipe existem também funcionários autônomos, totalizando 56, são distribuídos da seguinte forma:

- 9 cirurgiões
- 4 anestesistas
- 2 maqueiros
- 5 técnicos de Raio-X
- 6 bucomaxilofacial
- 8 médicos pediatras
- 12 médicos

- 6 ortopedistas
- 1 dermatologista
- 2 otorrinolaringologista
- 1 ginecologista

MISSÃO

Atender as necessidades médicas e hospitalares da região Sul da cidade do Natal e dos demais municípios vizinhos e na integralidade e qualidade do serviço prestado.

Atender as necessidades e desejos dos clientes internos e externos, demonstrando sempre a responsabilidade e confiabilidade, visando parcerias duradouras.

OBJETIVOS

Quanto aos objetivos a serem alcançados, a Pronto Clinica Dr. Paulo Gurgel estabeleceu

- Ser referencia no mercado local em prestação de serviços, buscando sempre a melhoria contínua;
- Atender as necessidades dos clientes em soluções médicas;
- Demonstrar consistência como empresa e prestadora, conseguindo o respeito da sociedade;
- Desenvolver novas parcerias com fornecedores visando a redução de custos e melhorias na qualidade do serviço oferecido.

CONCORRÊNCIA

A Prontoclinica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel esta no mercado desde 1985, localizada em um bairro de classe média da cidade. Com alta demanda de pacientes, os hospitais tem livre concorrência, pois possui um relacionamento de parcerias com hospitais privados, tais como: Hospital Promater e PAPI. A Prontoclínica Dr. Paulo Gurgel também possui uma parceria com a Prefeitura do Natal, atendendo pelo S.U.S, para complementar a alta demanda de pacientes de baixa renda.

CLIENTES

A empresa presta serviço para os bairros locais como Capim Macio, Ponta Negra, Neópolis, Mirassol além dos municípios de regiões metropolitanas da capital norterio-grandense.

FORNECEDORES

Compreender a importância dos fornecedores, estabelecer uma relação sincera e verdadeira com eles é um passo importante na caminhada para o sucesso, pois são eles os responsáveis pela qualidade dos produtos e serviços prestados pela organização, já que para entregar prestar um serviço, as empresas usam insumos vindos de fornecedores.

A Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel tem uma parceria de confiança com seus fornecedores. Atualmente, a empresa trabalha com os seguintes fornecedores, sendo esses os principais:

- Erymed Comercial Ltda
- PrommIndustria de Materiais CirurgicosLtda
- Exomed Representação de Medicamentos Ltda
- Liquigás (Petrobrás)
- Solumed Materiais Médicos Ltda
- Set Serv de Esterelização com Material Médico Hospitalar

1.1 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Avaliar a percepção da qualidade no atendimento prestado na Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel no ponto de vista dos clientes.

1.3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Verificar o tempo de espera e a satisfação do paciente
- ✓ Verificar a percepção que os clientes têm da qualidade no atendimento prestado pelos serviços que utiliza.
- ✓ Analisar o fluxo de pacientes dentro da clínica

1.4 JUSTIFICATIVA

Esta pesquisa foi idealizada como uma forma de colaboração para os conhecimentos da área e de melhorar o atendimento na recepção da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel. O intuito é construir uma base de informações que possa atingir o nível do raciocínio administrativo dentro da área da saúde.

A pesquisa científica torna-se viável a partir da descoberta de que os conhecimentos existentes são insuficientes para explicar os problemas surgidos, e com isso, chegar a uma compreensão da realidade, lançando princípios possíveis de serem explicados e que possam servir de base para mudanças no setor.

De ponto de vista prático, essa proposta de estudo justifica-se pelo fato de permitir a Prontoclínica conhecer a importância da utilização de estratégias de atendimento na recepção. Torna-se possível proporcionar uma visão mais ampla sobre o uso dessas práticas, aumentando a capacidade de aperfeiçoar o atendimento na recepção.

A organização de saúde privada é visto num cenário de forma a conquistar espaço de crescimento, orientada para o desempenho organizacional, a fim de promover o atendimento mais eficaz da população e obter vantagens competitivas mais efetivas. Por outro lado, tal mudança de cenário instiga a preocupação com o contexto que o caracteriza, especialmente por conta de relatos que demonstram a ocorrência de problemas no atendimento que cada vez esta mais crescente a demanda. Os serviços de saúde não possui muita credibilidade na maioria da população. A população em si quer acreditar em uma fonte onde esteja em segurança em que tudo ocorrerá de forma favorável, e esperam excelência em

atendimento. Nos jornais a maioria das vezes noticiam falhas no serviço da saúde. Gera-se então um questionamento de como a rede de saúde privada tem suportado tamanha mudança e como tem se comportado para acompanhar essa demanda com qualidade e resultados positivos.

A importância deste trabalho para a Prontoclinica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel visa otimizar a qualidade de atendimento, melhorando e ultrapassando expectativas de seus clientes que estão cada vez mais exigentes, oferecendo um serviço de excelência. Além de recrutar, selecionar e contratar profissionais qualificados para cada tipo de tarefa a ser desenvolvida, fazendo da empresa um diferencial no mercado. Realizando sugestões que visem somar ao que já é desenvolvido, com foco de alavancar a qualidade ao atendimento.

O estudo Gestão da Qualidade no Atendimento da Recepção de Clientes vai trazer uma importância significativa para a instituição de ensino Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte- FARN, porque ampliará o acervo bibliográfico no que diz respeito ao tema em estudo sobre Gestão da Qualidade de atendimento.

A escolha do tema tem forte atração a escolhas profissionais e conhecimentos da autora.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 BREVE HISTÓRICO DA QUALIDADE

No século XVIII, até o início do século XIX, período que antecedeu a revolução industrial, a manufatura era realizada por artesãos habilidosos. Nesta época, a qualidade estava mais relacionada à reputação individual de cada trabalhador. Durante a revolução industrial institui-se a divisão do trabalho, divisão a partir da qual cada trabalhador era responsável por uma pequena parte de cada produto, não conseguindo visualizar o produto final. Nesta fase, o controle de qualidade era exercido pelos supervisores. Na era Taylor, com a produção em série, iniciou-se a inspeção de produtos. Posteriormente, já na década de 1920, a qualidade era operacionalizada através de gráficos estatísticos, diminuindo a intervenção direta dos supervisores. Este procedimento começou a ser utilizado de forma mais efetiva a partir da Segunda Guerra Mundial, principalmente na indústria de armas.

A preocupação com a qualidade, no sentido mais amplo da palavra, começou com W.A. Shewhart, estatístico norte-americano que, já na década de 20, tinha um grande questionamento com a qualidade e com a variabilidade encontrada na produção de bens e serviços. Shewhart desenvolveu um sistema de mensuração dessas variabilidades que ficou conhecido como Controle Estatístico de Processo (CEP). Criou também o Ciclo PDCA (Plan, Do, Check e Action), método essencial da gestão da qualidade, que ficou conhecido como Ciclo Deming da Qualidade.

Na década de 1950, Armand Feigenbaum introduz o controle da qualidade total, procedimento que permitia a identificação e a medição dos envolvimento da alta administração na qualidade. A partir da década de 1960, a ideia defendida por Crosby, com relação ao defeito zero, enfatizou a responsabilidade de atuação de cada funcionário de forma a executar seu trabalho com maior perfeição (STEVENSON, 2001, p. 316).

O período pós-guerra trouxe ainda dimensões novas ao planejamento das empresas. Em virtude da incompatibilidade entre seus produtos e as necessidades

do mercado, passaram a adotar um planejamento estratégico, porque caracterizava uma preocupação com o ambiente externo às empresas.

A crise dos anos 70 trouxe à tona a importância da disseminação de informações. Variáveis informacionais, socioculturais e políticas passaram a ser fundamentais e começaram a determinar uma mudança no estilo gerencial. Na década de 80, o planejamento estratégico se consolida como condição necessária, mas não suficiente se não estiver atrelado às novas técnicas de gestão estratégica.

A gestão estratégica considera como fundamentais as variáveis técnicas, econômicas, informacionais, sociais, psicológicas e políticas que formam um sistema de caracterização técnica, política e cultural das empresas. Tem também, como seu interesse básico, o impacto estratégico da qualidade nos consumidores e no mercado, com vistas à sobrevivência das empresas, levando-se em consideração a sociedade competitiva atual.

2.2 CONCEITOS DE QUALIDADE

Pode-se verificar uma série de definições para o termo qualidade, uma vez que dependera do ponto de vista do autor.

No dicionário Aurélio (FERREIRA, 1999, p. 1675) diz que:

Qualidade (do latim *qualitate*) e propriedade, atributo ou condição das coisas ou das pessoas capazes de distingui-las das outras ou de lhes determinar a natureza. Numa escala de valores, qualidade que permite avaliar e, conseqüentemente, aprovar, aceitar ou recusar, qualquer coisa. Dote, dom, virtude. Condição, posição, função.

A palavra qualidade designa o conjunto de atributos ou propriedades de um produto ou serviço que permite ao consumidor ou cliente emitir um juízo de valor a respeito dele.

Quando se diz que algo tem qualidade, designa-se uma ferramenta positiva com respeito às características do produto ou serviço.

Segundo Mezomo (2001, p. 73), "Entendemos 'qualidade' como sendo um conjunto de propriedades de um serviço (produto) que o tornam adequado à missão

de uma organização (empresa) concebida como resposta às necessidades e legítimas expectativas de seus clientes”.

Qualidade, enquanto conceito é um valor conhecido por todos e, no entanto, definido de forma diferenciada por diferentes grupos ou camadas da sociedade — a percepção dos indivíduos é diferente em relação aos mesmos produtos ou serviços, em função de suas necessidades, experiências e expectativas. A qualidade é considerada universalmente como algo que afeta a vida das organizações e a vida de cada um de nós de uma forma positiva

De acordo com Feigenbaum, qualidade é “o total das características de um produto e de um serviço referentes a marketing, engenharia, manufatura e manutenção pelas quais o produto ou serviço quando em uso, atenderá às expectativas do cliente”. (CHIAVENATO, 1998, p. 127).

Segundo Moller (1999, p. 13) afirma que mesmo que seja difícil descrever qualidade, raramente se tem dúvida quando se experimenta qualidade superior ou inferior. Pelo fato da qualidade ser subjetiva, ela depende das necessidades e expectativas de cada um em particular, tendo significado relativo para determinada situação.

O serviço considerado de qualidade é quando apresentado fatores essenciais que suprem as necessidades dos clientes ou suas expectativas. Considerando que pessoas são diferentes, ou seja, torna o conceito de qualidade subjetivo. A qualidade é uma extensão da missão da organização, atendendo as necessidades e expectativas do cliente, ou seja, um serviço tem qualidade se vai de encontro ou se supera as nossas expectativas. Estamos constantemente a ser exortados para procurar melhorar a qualidade do nosso trabalho – no entanto, nem sempre partimos de uma definição clara do que é a qualidade. É mais fácil começar por definir um objeto por aquilo que esse objeto não é. Quando nos deparamos com situações em que, como utilizadores de um bem ou serviço, as nossas necessidades não são satisfeitas ou as nossas expectativas são frustradas, sabemos que de uma forma ou de outra a qualidade foi negligenciada.

2.3 QUALIDADE EM SERVIÇOS

Com a globalização houve a expansão de empresas nos mercados do mundo inteiro com isso veio à concorrência e a competitividade, as exigências de seus clientes aumentaram na mesma proporção exigindo que as organizações sejam flexíveis para alcançar equilíbrio no mercado e alcançar a capacidade de prever os desejos dos clientes e do mercado, onde o cliente é a pessoa mais importante de seu negócio e mais, é disputado pelo mercado.

Hoje vemos muitos segmentos do mundo empresarial enfrentando verdadeiros desafios na busca da excelência em seus serviços, desenvolvendo atributos de valor para agregar adequação e diferenciação, através da qualidade, voltados às necessidades do público a quem esses serviços são destinados. O sucesso de uma organização depende, fundamentalmente, do nível da qualidade dos seus serviços no sentido de satisfazer a exigência do seu público.

Para determinar a qualidade de um serviço implica: na seriedade, visão, liderança de pessoal, perseverança, treinamento e participação de todos da organização, além do respeito pelos colaboradores, parceiros, clientes “são critérios essenciais para obter uma excelência na qualidade em serviços”. A eficiência de um serviço ou atendimento está estreitamente ligada à qualidade pessoal. Embora haja diferentes padrões de qualidade e mesmo que não seja fácil descrevê-los, os clientes percebem facilmente quando se trata de um atendimento com qualidade superior ou inferior.

De acordo com Muller (1999, p. 154) o principal fator de diferenciação para o cliente passou a ser a qualidade do serviço prestado. Dessa forma, os serviços não se apresentam como subproduto, mas como o próprio produto.

De um modo geral, para se obter uma qualidade na prestação de serviços deve se ter a consciência de que o serviço só é realizado através de pessoas, ou seja, depende do empenho de cada colaborador, consciente de seu papel e comprometido com o sucesso da organização. Ou seja, isso só será possível a partir de um bom nível de desempenho das pessoas responsáveis por esses serviços, pois envolve ainda a satisfação das exigências e expectativas técnicas e humanas da pessoa que presta o serviço e das outras com quem se relaciona. Sabe-se que o aspecto humano no atendimento é determinante na

fidelidade do cliente e, muitas vezes, assume maior importância que a qualidade objetivado serviço. Nesse caso, ele não se importa de pagar mais, por valorizar o atendimento diferenciado recebido.

O setor de serviços cresce constantemente, abrange a lei da oferta e procura de um produto essencialmente intangível, podendo ou não está atrelado a um produto físico. Ou seja, são atos que facilitam a vida do cliente. Em muitos casos os serviços são complementares aos produtos, algumas vezes as organizações não ligam para este detalhe. Porém, quando se é adquirido um produto, há uma cadeia de setores de serviços envolvidos, tais como: logística da entrega, montagem do produto, assistência técnica, que são serviços agregados ao produto, e se não tomado a devida atenção, consequentemente prejudica a qualidade do produto.

Segundo Casas (1999, p. 11) “O critério de julgamento para serviço é o nível de satisfação dos consumidores alcançado. Isso significa que se o cliente sair satisfeito de uma relação comercial, o objetivo da qualidade do serviço foi alcançado”.

Para Mezomo (2001, p. 76), “As organizações de serviços estão, portanto, exigindo novo estilo de gestão: a gestão pela melhoria da qualidade, com enfoque no atendimento dos clientes, no conhecimento da concorrência e na redução de custos”.

A opção pela qualidade é imprescindível na conquista e na preservação da fidelidade do cliente. Toda a qualidade está ligada ao fator humano. D esse modo, um ser humano bem formado, com valores éticos, morais e religiosos, ao lado do preparo profissional, saberá realizar o seu trabalho com excelência, resultando em benefícios a todos envolvidos no processo de prestação serviços: a organização, o funcionário e o cliente.

2.4 QUALIDADES NO ATENDIMENTO HOSPITALAR

Alguns hospitais no Brasil e no mundo estão implantando as Ferramentas de Qualidade como modelo de gerenciar os processos. O momento atual vivenciado pelo mercado de trabalho reflete uma cultura onde só permanecem

no cenário atual de competitividade as empresas que investirem em seus ativos intelectuais e em sua dimensão humana.

Para que o compromisso com a qualidade seja assumido na organização, deve ser estabelecido, desde os passos iniciais, um processo conjunto e cooperativo. Novos conceitos de qualidade, herdados da indústria, vêm sendo aplicados nos serviços de saúde. É importante que uma nova filosofia, a da qualidade total, impregne a decisão dos administradores para torná-los capazes de eliminar a ineficiência e os erros na forma com que o serviço vem sendo prestado.

Para a boa qualidade do atendimento de saúde, dar atenção às preocupações dos clientes é tão importante quanto à competência técnica. Para os clientes, a qualidade está ligada, sobretudo ao tipo de interação que eles têm com os profissionais de saúde — aqui entram atributos tais como tempo de espera, privacidade e facilidade de acesso ao serviço — e, em nível mais básico, a qualidade está associada ao fato dos clientes receberem os serviços que realmente procuram. A importância da perspectiva do cliente nos serviços de planejamento familiar foi reconhecida cada vez mais durante a década de 1980.

O objetivo na qualidade do atendimento hospitalar tem a finalidade de habilitar em seus colaboradores conhecer os serviços peculiares, tais como: conceitos, rotinas operacionais, participação do serviço social, corpo clínico, serviços de controle e infecção hospitalar, serviços de nutrição, hotelaria, assistência ao paciente, arquivo médico estatístico, engenharia hospitalar, farmácia hospitalar, etc.

A qualidade no atendimento na área da saúde diz respeito a mudanças estruturais que envolvem gestão, processo de trabalho e relacionamentos interpessoais dentro de princípios de participação, compromisso e respeito às aos usuários e dos profissionais da saúde. A qualidade da atenção, o interesse e a responsabilidade são aspectos enfatizados pela cultura da humanização que devem estar presentes desde o momento em que as pessoas chegam aos serviços de saúde.

Para ter uma qualidade no atendimento mais eficaz, é preciso a divisão de cargos e espaços, o amparo ao paciente e o apreço pela função que o outro exerce. É preciso dar lugar a atividades multidisciplinares. O bom atendimento, um local adequado de espera e um tratamento digno de qualquer pessoa – seja ela rica, pobre, pagante ou não de plano de saúde.

Há uma necessidade de incentivo a aqueles que possuem o papel de 'cuidador' precisam de um treinamento em ambiente de diferenças, de superação e de desgaste. Aplicando um treinamento adequado e eficiente à qualidade no atendimento hospitalar o grau de satisfação aumenta, consequentemente conquistando a excelência na qualidade do atendimento hospitalar.

Com a implantação de um Programa de Qualidade em uma organização hospitalar, espera-se que as pessoas envolvidas, como um todo, deseje a transformação quando da padronização dos métodos de trabalho, nos protocolos a serem instituídos, nos cursos e treinamentos.

As organizações de saúde são consideradas um sistema complexo, onde as estruturas e os processos são de tal forma interligada, que o funcionamento de um componente interfere em todo o conjunto e no resultado final.

No processo da qualidade no atendimento na área da saúde, devemos considerar a fragilização física e emocional provocada pela doença e as suas consequências na relação entre o profissional e o paciente. Sentimentos como afeição, respeito, simpatia, empatia, angústia, raiva, medo, erotismo, compaixão, etc. são inevitáveis em qualquer contato humano. Estarão, portanto, presentes nas relações nos serviços de saúde. Para que haja profissionalismo e bom atendimento, esses aspectos precisam ser reconhecidos, estar sob controle e a serviço da compreensão das necessidades do usuário e dos profissionais. Na verdade, esses sentimentos, mesmo que intensos e imprevisíveis, quando incorporados adequadamente à atividade do profissional, podem se tornar instrumentos valiosos no atendimento à saúde. Da mesma forma, considerar os aspectos de condições de vida, de condições de trabalho, de relações familiares, culturais e sociais, pode contribuir para o cuidado do usuário e o restabelecimento do seu bem-estar.

Definir e gerenciar os processos internos da organização é pontos fundamentais para se trabalhar com o Ciclo de Melhoria Contínua e faz parte de um Programa de Qualidade estabelecer os padrões que se pretende atingir dentro da realidade da Instituição, sendo imprescindível a participação de todos os colaboradores, e principalmente a dedicação total da gerencia e diretoria.

3 METODOLOGIA

A metodologia proporciona a escolha adequada dos métodos utilizados nas pesquisas, proporcionando melhor resultado.

Segundo Lakatos e Marconi (1991, p.17)

Metodologia Científica, mais do que uma disciplina, significa introduzir o discente no mundo dos procedimentos sistemáticos e racionais, base da formação tanto do estudioso quanto do profissional, pois ambos atuam, além da prática, no mundo de ideias.

Para Oliveira (1998, p. 326) “Metodologia estuda os meios ou métodos de investigação do pensamento correto e do pensamento verdadeiro, e procura estabelecer a diferença entre o que é verdadeiro e o que não é, entre o que é real e o que é ficção”.

3.1 TIPO DE PESQUISA

A pesquisa tem por finalidade tentar conhecer e explicar os fenômenos que as acontecem suas mais distintas manifestações e as formas com se processam seus aspectos estruturais e funcionais, a partir de uma série de perguntas. Com isso temos diversos tipos de pesquisa cada uma com um objetivo distinto. No caso específico desta pesquisa foi realizado um estudo de caso exploratório e descritivo.

A pesquisa exploratória tem como o objetivo a formulação de um problema que possibilite uma pesquisa mais precisa, ou até mesmo para a elaboração de hipóteses. Segundo Martins (1994, p.28), a pesquisa é exploratória por “tratar-se de uma abordagem adotada para a busca de maiores informações sobre determinado assunto”. De acordo com Gil (1996, p.45) “A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”.

O estudo descritivo possibilita desenvolver um nível de análise em que é permitido identificar as diferenças formas dos fenômenos, bem como sua ordenação

e classificação. Para Oliveira (1998, p.12) a pesquisa descritiva “é um estudo que permite ao pesquisador a obtenção de uma melhor compreensão do comportamento de diversos fatores e elementos que influenciam determinado fenômeno”. Segundo Luft (1996, p. 438) “Descrição é a representação verbal de um objeto (lugar, situação ou coisa), em parte que se procura assimilar os traços mais particulares ou individualizantes do que se escreve”.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

3.2.1 Universo

Do ponto de vista de Gil (1996, p.97):

o universo de pesquisa de um determinado assunto possui muitos elementos envolvidos e por isso torna inviável considerá-los em sua totalidade. Por essa razão, o mais frequente é trabalhar com uma amostra, ou seja, com uma pequena parte dos elementos que compõe o universo.

Segundo Oliveira (1998, p. 160) “Universo ou população: é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”.

De acordo com Lakatos e Marconi (1999, p. 32) “População é um subconjunto do universo”.

O universo deste estudo envolveu os funcionários e os clientes que frequentarão a Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel na cidade de Natal nos meses de setembro e outubro de 2011.

3.2.2 Amostra

De acordo com Vergara (1998, p.48), “amostra é uma parte do universo (população), escolhida segundo algum critério de representatividade”.

De acordo com Oliveira (1998, p. 160) “entende-se por amostra uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo”.

De acordo com Vieira e Hossne (2001, p. 29) “Amostra é todo subconjunto de elementos retirados da população para obter a informação desejada”.

A amostra é um subconjunto do universo, ou seja, representa uma porção ou parcela convenientemente selecionada do universo.

A amostra foi constituída por aqueles indivíduos do universo que concordarem em responder ao instrumento de pesquisa no período estabelecido para a coleta de dados sendo, portanto, não probabilística e acidental.

3.3 Instrumento de Coleta de Dados

Utilizou-se como instrumento de coleta de dados o questionário. (continuação do tipo que questionário a ser utilizado)

Segundo Lakato e Marconi (1999, p. 142) “Questionário é um instrumento de coleta de dados constituído por uma serie ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem presença do entrevistador”.

De acordo com Cervo e Bervian (1996, p. 138) “Questionário é a forma mais usada para coletar dados, pois possibilita medir com melhor exatidão o que se deseja”.

3.4 TRATAMENTOS PARA ANÁLISE DOS DADOS

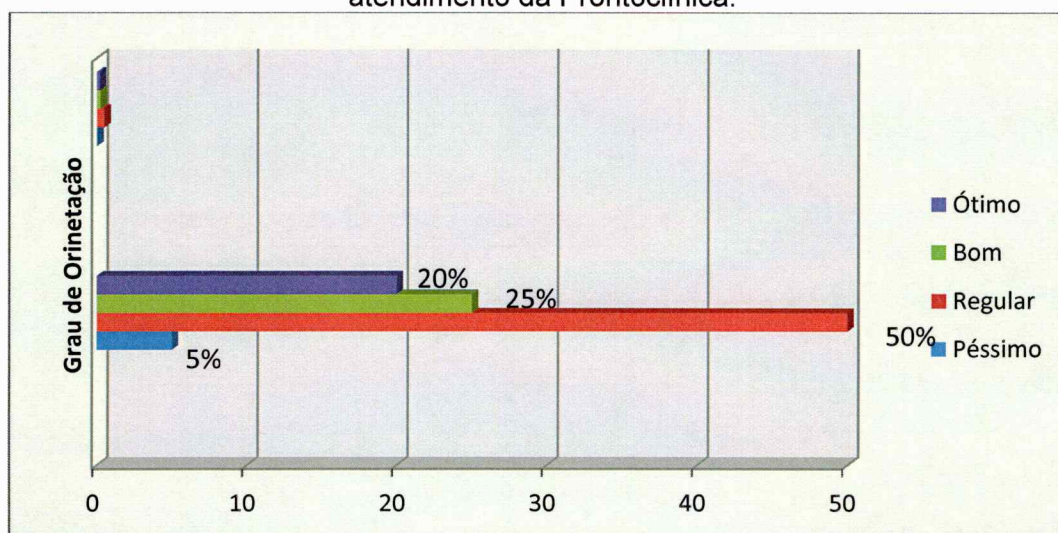
Os dados foram organizados e apresentados em tabelas e gráficos realizados através dos programas computacionais Excel e Word, utilizando-se a tabulação simples, e com respostas múltiplas, sendo analisados de forma descritiva para posteriores conclusões.

Tabela 02 – Orientações fornecidas pelas funcionárias da recepção a respeito do atendimento da Prontoclínica

Grau de satisfação	Nº de Respostas	%
Péssimo	5	5%
Regular	50	50%
Bom	25	25%
Ótimo	20	20%
Total	100	100%

Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclínica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

Gráfico 02 - Orientações fornecidas pelas funcionárias pela recepção a respeito do atendimento da Prontoclínica:



Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclínica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

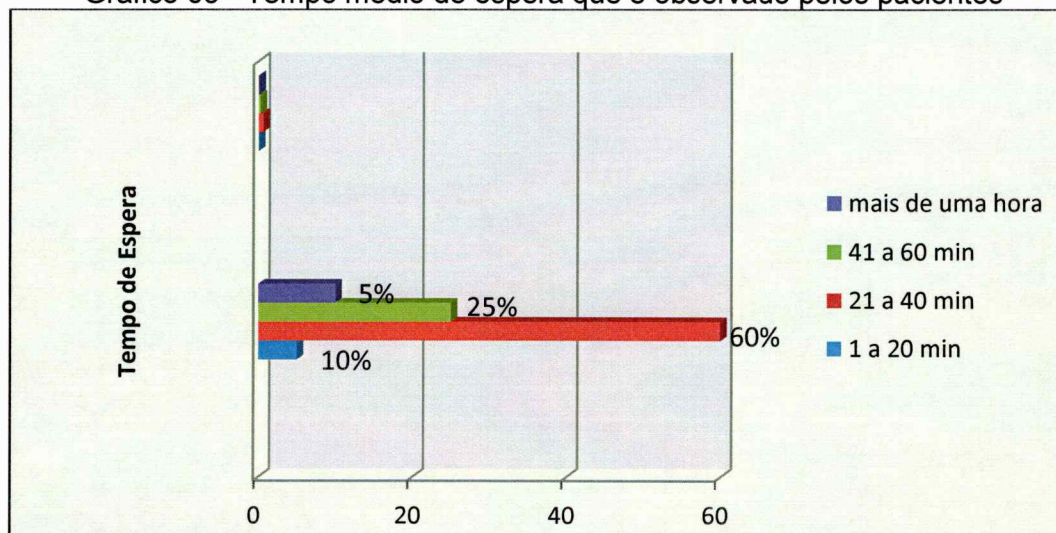
De acordo com o gráfico 02 as orientações recebidas pelos funcionários da recepção da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel acreditam que **50%** são regulares, ou seja, não informando com exatidão a informação fornecida, 25% dos entrevistados considerou que o grau de orientação é bom, 20 % acham ótimo e 5% acreditam serem péssimas as orientações fornecidas.

Tabela 03 – Tempo médio de espera que é observado pelos pacientes

Tempo de Espera	Nº de Respostas	%
1 a 20 min	5	5%
21 a 40 min	60	60%
41 a 60 min	25	25%
mais de uma hora	10	10%
Total	100	100%

Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclínica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

Gráfico 03 - Tempo médio de espera que é observado pelos pacientes



Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Dr° Paulo Gurgel, setembro/2011

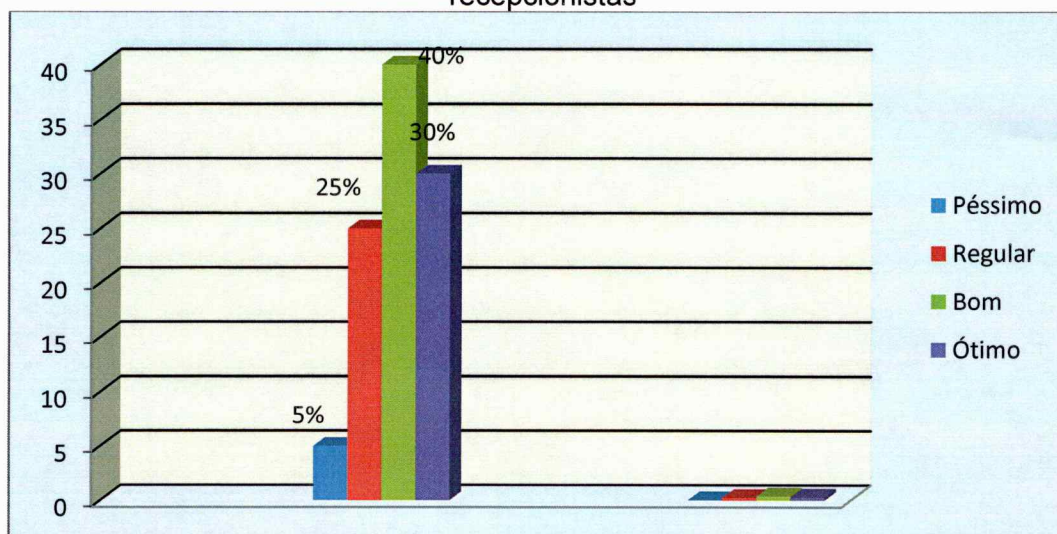
O gráfico 03 mostra que 60% dos clientes esperam de 21 a 40 minutos e consideram normal comparando com os hospitais da cidade, 25 % aguardam 41 a 60 minutos insatisfeitos com a demora do atendimento, 10 % de 1 a 20 minutos consideraram eficaz o tempo de espera e 5 % dos entrevistados dizem a aguardar de mais de uma hora para ser atendido alegando que a organização está ineficaz.

Tabela 04 – Avaliação dos pacientes em relação ao atendimento proporcionado pelas recepcionistas

Grau de Atendimento	N° de Respostas	%
Péssimo	5	5%
Regular	25	25%
Bom	40	40%
Ótimo	30	30%
Total	100	100%

Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Dr° Paulo Gurgel, setembro/2011

Gráfico 04 - Avaliação dos pacientes em relação ao atendimento proporcionado pelas recepcionistas



Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclínica e Maternidade Dr° Paulo Gurgel, setembro/2011

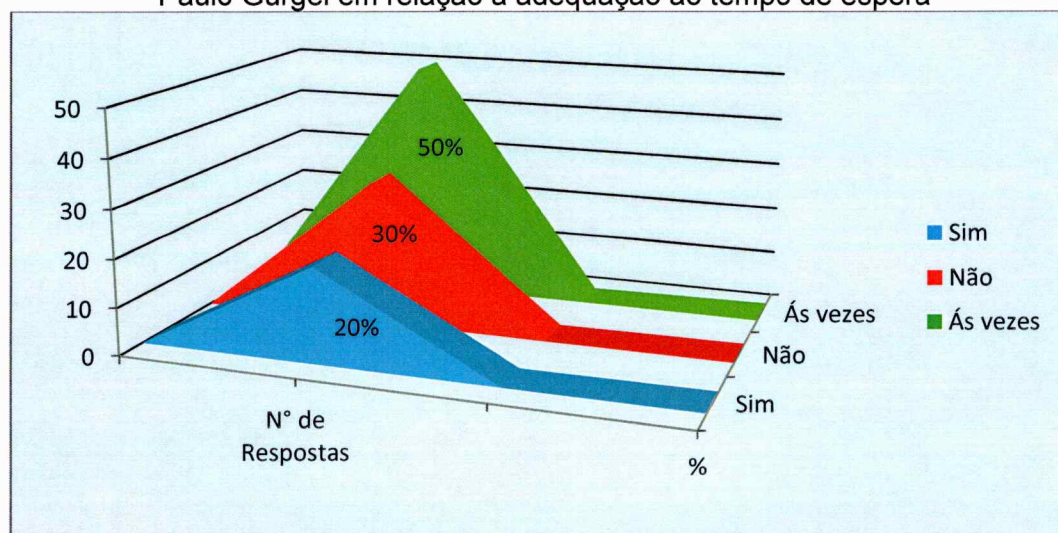
Conforme o gráfico 04, 40% dos entrevistados revela que a recepção da Prontoclínica oferece um atendimento de boa qualidade e que corresponde satisfatoriamente os seus clientes, gerando uma percepção positiva. De acordo com pesquisa realizada, 30% dos entrevistados apontam que a recepção da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel se preocupa em oferecer um ótimo atendimento. Somente 25% dos entrevistados afirmam que a recepção apresenta uma preocupação em oferecer um atendimento regular. Convém ressaltar que 5% dos entrevistados revelaram que o atendimento é de péssima qualidade e que a Prontoclínica precisa treinar mais as recepcionistas para poder alavancar a qualidade no atendimento.

Tabela 05 – Qualidade no atendimento da recepção da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel em relação a adequação ao tempo de espera

Grau de Atendimento	N° de Respostas	%
Sim	20	20%
Não	30	30%
Às vezes	50	50%
Total	100	100%

Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclínica e Maternidade Dr° Paulo Gurgel, setembro/2011

Gráfico 05 - Qualidade no atendimento da recepção da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel em relação a adequação ao tempo de espera



Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclínica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

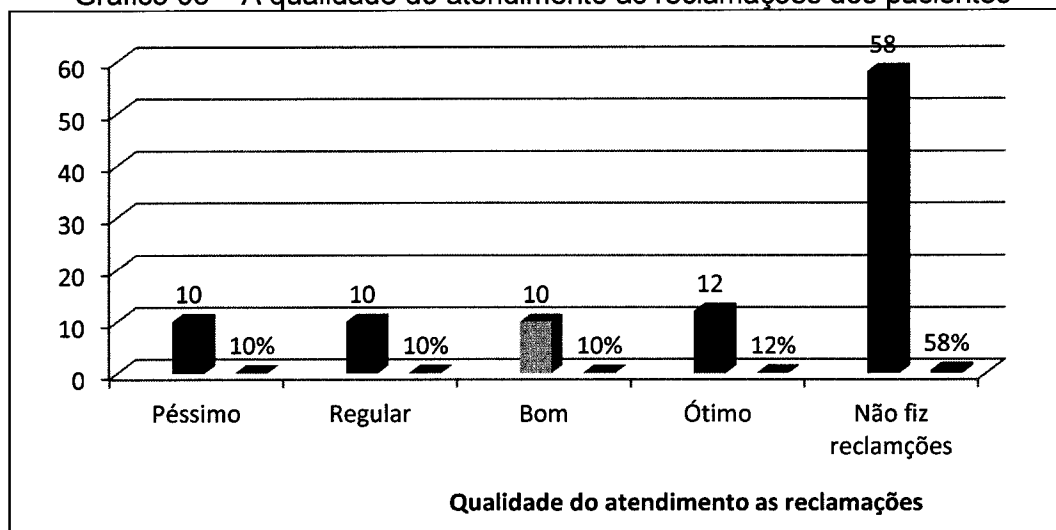
Como podemos observar no gráfico 05, 50% dos entrevistados revelou que às vezes a recepção se adequa para diminuir o tempo de espera, 30% considera que não e consideram insatisfeito com a burocratização e 20% consideram que a recepção se adequa para diminuir o tempo de espera.

Tabela 06 – A qualidade do atendimento as reclamações dos pacientes

Grau de Atendimento	Nº de Respostas	%
Péssimo	10	10%
Regular	10	10%
Bom	10	10%
Ótimo	12	12%
Não fiz reclamações	58	58%
Total	100	100%

Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclínica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

Gráfico 06 – A qualidade do atendimento as reclamações dos pacientes



Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

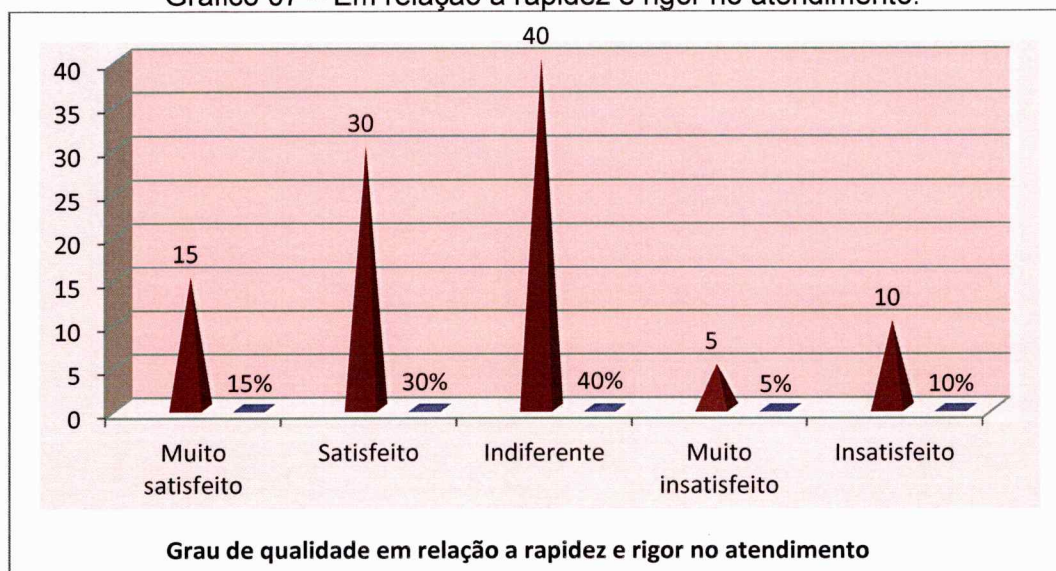
Com relação ao atendimento a reclamações, 58% revelou que nunca haviam feitos reclamações, 12% dos entrevistados que fizeram reclamação acharam ótimo o feedback fornecido, 10% informaram que é bom o atendimento as reclamações, 10% achara regular e 10% dos clientes informaram que é péssimo e deixou muito a desejar o atendimento. Percebe-se que, em base nos dados do gráfico que a recepção precisa melhorar no que se diz respeito na qualidade no atendimento as reclamações.

Tabela 07 – Em relação à rapidez e rigor no atendimento

Grau de Qualidade	Nº de Respostas	%
Muito satisfeito	15	15%
Satisfeito	30	30%
Indiferente	40	40%
Muito insatisfeito	5	5%
Insatisfeito	10	10%
Total	100	100%

Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

Gráfico 07 – Em relação à rapidez e rigor no atendimento:



Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

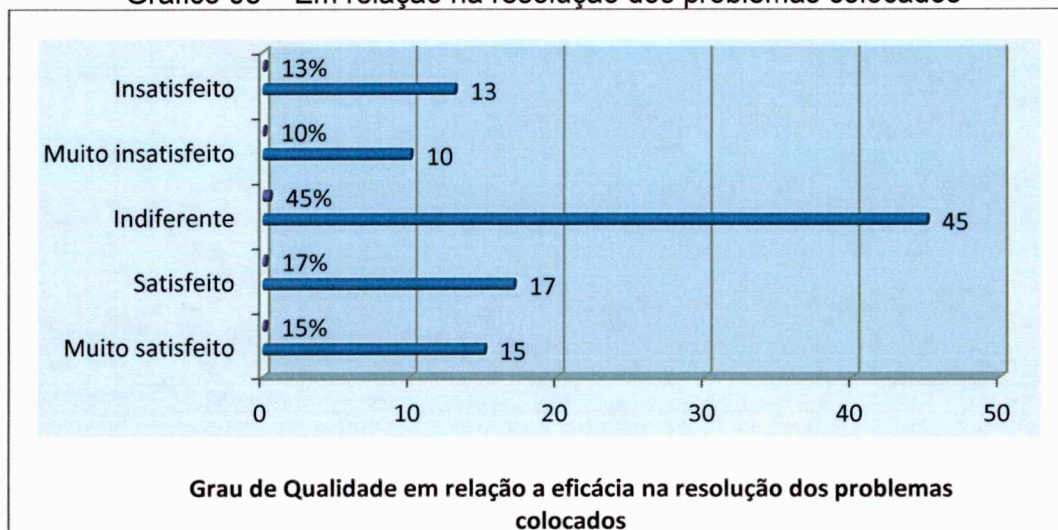
O gráfico 07 revela que o atendimento da recepção da prontoclínica é considerado rápido pelos clientes. Em verdade, 40% dos entrevistados não quiseram opinar, ou seja, se mostraram indiferente quanto ao rigor e rapidez no atendimento. No entanto, 30% dos clientes estão satisfeitos quanto ao rigor e rapidez no atendimento fornecido e 15 % muito satisfeito. Por outro lado, 10% dos entrevistados apontam insatisfação com relação à rapidez por parte da recepção ao revelar que as recepcionistas estão sobrecarregadas de serviço e não atendendo a rigor no atendimento e apenas 5% dos entrevistados estão muito insatisfeitos. É possível afirmar, com base nos dados revelados neste gráfico que a recepção oferece uma percepção positiva no que diz respeito ao seu rigor e rapidez no atendimento.

Tabela 08 - Em relação na resolução dos problemas colocados

Grau de Qualidade	Nº de Respostas	%
Muito satisfeito	15	15%
Satisfeito	17	17%
Indiferente	45	45%
Muito insatisfeito	10	10%
Insatisfeito	13	13%
Total	100	100%

Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

Gráfico 08 – Em relação na resolução dos problemas colocados



Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Dr° Paulo Gurgel, setembro/2011

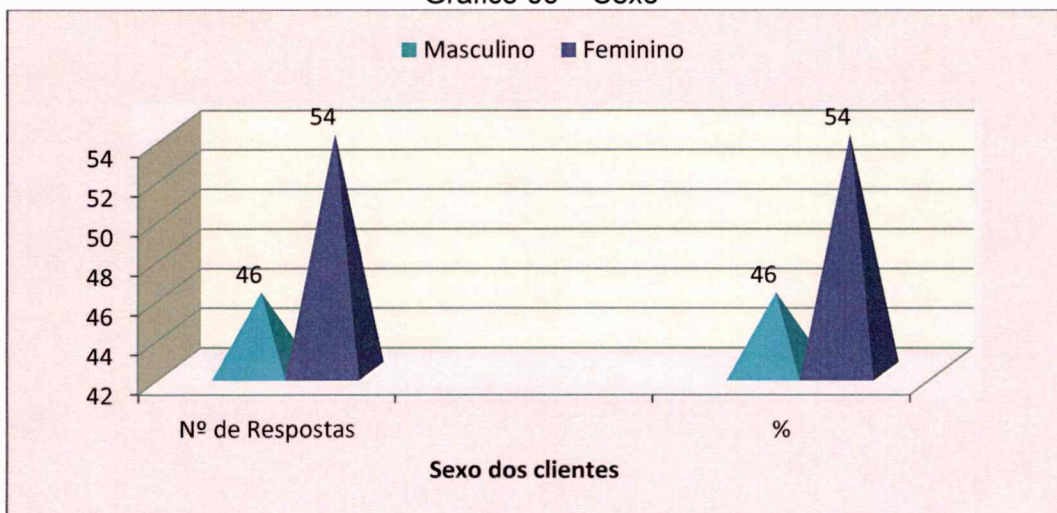
O gráfico 08 mostra que em relação aos problemas colocados 45% dos entrevistados se mostraram indiferentes ou não quiseram opinar, 17% revelou que a prestação desse serviço é satisfatória e 15% mostram muito satisfeitos, 13% informaram a sua insatisfação referente a este serviço e 10% muito insatisfeitos em relação a eficácia na resolução dos problemas colocados.

Tabela 09 – Sexo

Sexo	Nº de Respostas	%
Feminino	54	54
Masculino	46	46
Total	100	100

Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Dr° Paulo Gurgel, setembro/2011

Gráfico 09 – Sexo



Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Dr° Paulo Gurgel, setembro/2011

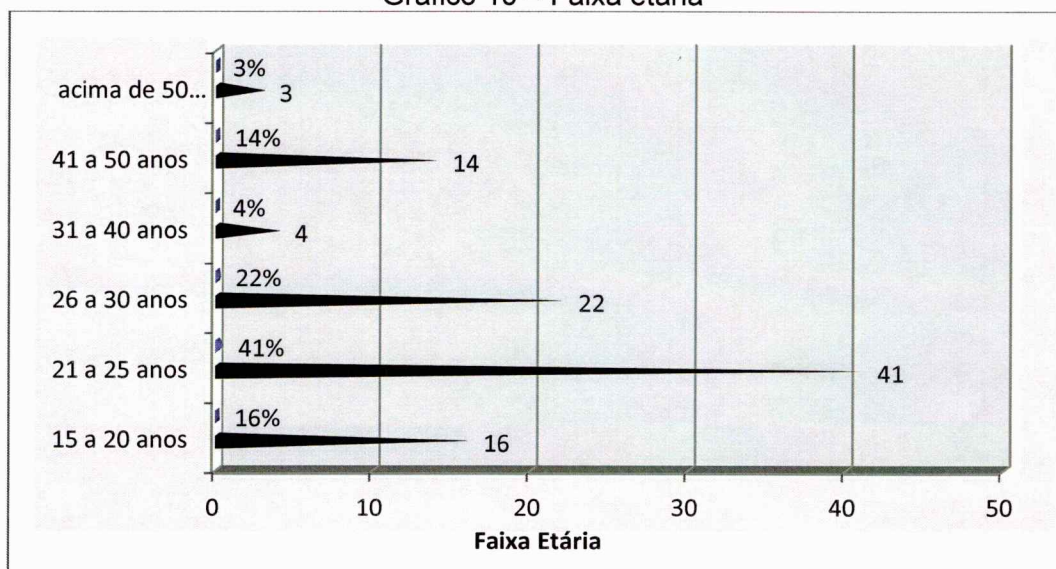
De acordo com o gráfico 09, 54% dos clientes da empresa Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel são do sexo feminino, isto é explicado porque naturalmente há uma maior tendência das mães acompanharem seus filhos.

Tabela 10 – Faixa etária

Faixa Etária	Nº de Respostas	%
15 a 20 anos	16	16%
21 a 25 anos	41	41%
26 a 30 anos	22	22%
31 a 40 anos	4	4%
41 a 50 anos	14	14%
Acima de 50 anos	3	3%
Total	100	100%

Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

Gráfico 10 – Faixa etária



Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

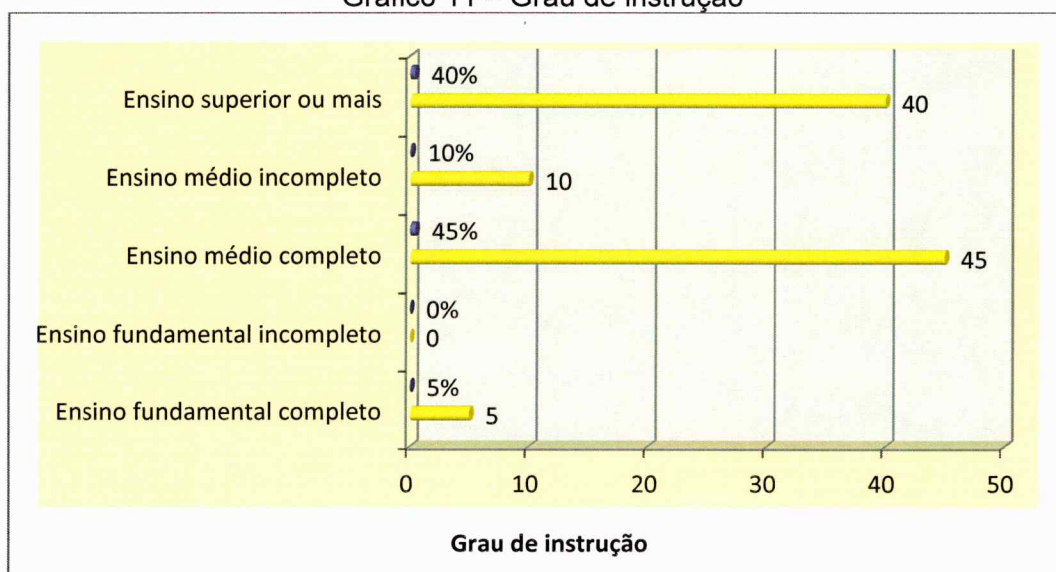
O gráfico 10 mostra que 41% dos entrevistados possuem a idade entre 21 a 25 anos, 3% acima de 50 anos, 4% de 31 a 40 anos, 16% de 15 a 20 anos, 22% de 26 a 30 anos e 14% de 41 a 50 anos. A maioria tendo a faixa etária de 21 a 25 anos.

Tabela 11 – Grau de instrução

Grau de instrução	Nº de Respostas	%
Ensino fundamental completo	5	5%
Ensino fundamental incompleto	0	0%
Ensino médio completo	45	45%
Ensino médio incompleto	10	10%
Ensino superior ou mais	40	40%
Total	100	100%

Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

Gráfico 11 – Grau de instrução



Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

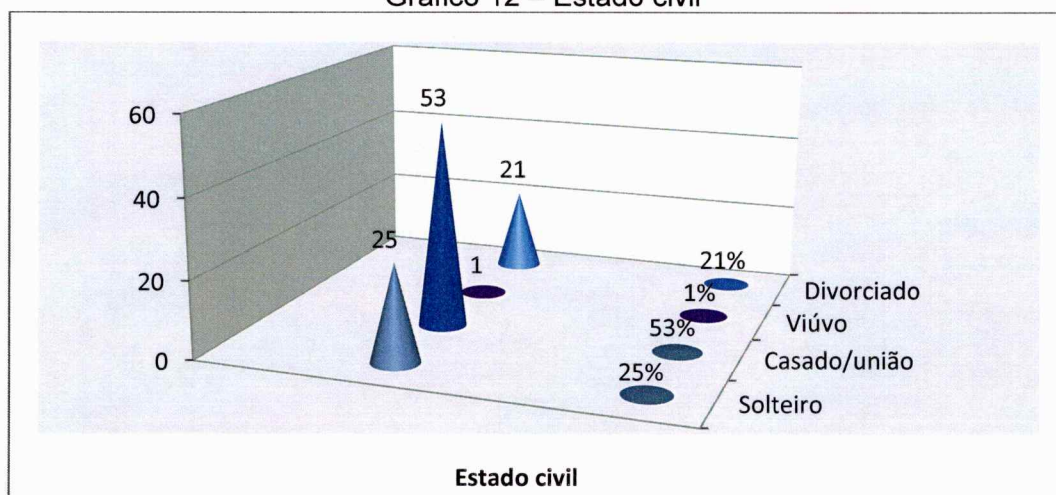
Pode-se observar no gráfico 11, que 45% dos entrevistados tem como grau de instrução o ensino médio completo, 40% superior completo ou mais, 10% ensino médio incompleto, 5% ensino fundamental completo. O que se entende que a maioria dos clientes da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel possuem instrução de ensino médio completo.

Tabela 12 – Estado civil

Estado civil	Nº de Respostas	%
Solteiro	25	25%
Casado/união	53	53%
Viúvo	1	1%
Divorciado	21	21%
Total	100	100%

Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

Gráfico 12 – Estado civil



Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

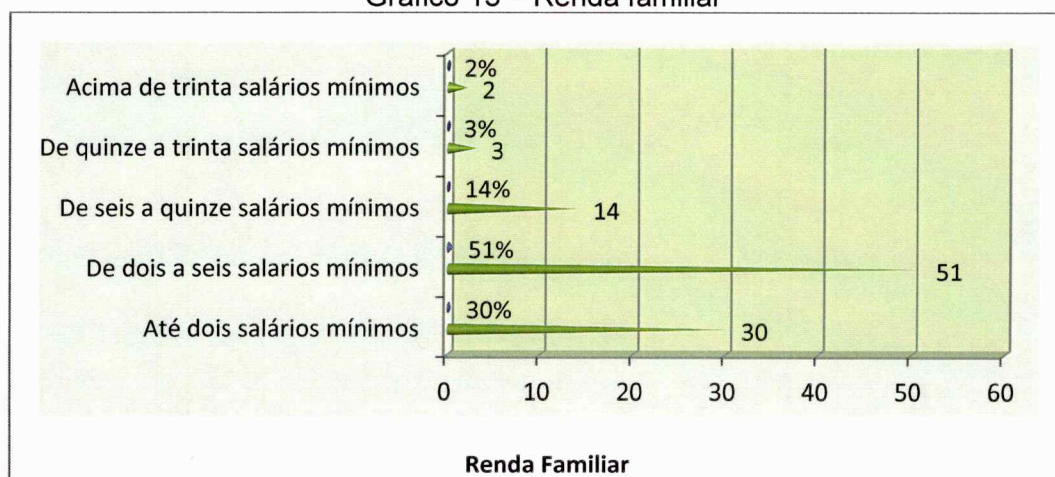
Conforme o gráfico 12, 53% dos entrevistados são casados/união, partindo de 25% de solteiros, 21% de solteiros e 1% viúvo. O que mostra que a maioria dos clientes são casados.

Tabela 13 – Renda familiar

Renda familiar	Nº de Respostas	%
Até dois salários mínimos	30	30%
De dois a seis salarios mínimos	51	51%
De seis a quinze salários mínimos	14	14%
De quinze a trinta salários mínimos	3	3%
Acima de trinta salários mínimos	2	2%
Total	100	100%

Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

Gráfico 13 – Renda familiar



Fonte: Pesquisa realizada na Prontoclinica e Maternidade Drº Paulo Gurgel, setembro/2011

De acordo com o gráfico 13, 51% dos entrevistados tem uma renda familiar de dois a seis salários mínimos, 30% até dois salários mínimos, 14% de seis a quinze salários mínimos, 3% de quinze a trinta salários mínimos e 2% ganham acima de trinta salários mínimos. O que se observa que a maioria dos clientes da prontoclínica ganha uma renda de superior de dois a seis salários mínimos. Essa pesquisa foi realizada somente com clientes que pagam pelo serviço, embora que a prontoclínica também atende pelo S.U.S.

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

A pesquisa realizada, com uma amostra de clientes presentes no pronto atendimento, proporcionou informações e resultados importantes que influenciam diretamente nas estratégias de atendimento elaborados para a Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel. Os aspectos pesquisados que a percepção inicial gerou uma expectativa, no entanto favorável para a maioria dos entrevistados. Isso se confirmou tanto no que se diz respeito ao atendimento da recepção, os pacientes demonstraram em média satisfeitos.

No que se refere ao atendimento da recepção da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel, a pesquisa revelou que os entrevistados percebem-se de como é essencial à gestão da qualidade para a melhoria do atendimento na prontoclínica. É possível afirmar que a Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel encontra um pouco de dificuldades em corresponder com as expectativas dos seus pacientes gerando uma percepção a melhorar, uma vez que 40% dos clientes apontaram que a recepção se prepara em oferecer um bom atendimento. Satisfazer o cliente se torna um objetivo muito claro por parte da recepção da prontoclínica. Portanto, é possível afirmar que a recepção da prontoclínica estudada, procura sempre atender da melhor maneira possível. Isso aponta que a abordagem feita na recepção se mostra compatível como geradora de satisfação dos clientes.

Para potencializar resultados é importante que se amplie os espaços físicos melhorando suas instalações, colocando guichês de atendimento, implantar um fluxograma para otimizar no processo de atendimento da recepção, implantando o sistema CRM para medir o grau de satisfação dos clientes e cadastramento, call center somente para a marcação de consultas, bem como a contratação de novos funcionários, a fim de que as necessidades e expectativas de seus clientes continuem a serem atendidas.

No que se diz respeito ao atendimento as reclamações, 58% revelou que nunca haviam feito reclamações, isso mostra que não há um lugar onde reclamar a não ser na recepção, com a implantação de callcenter deve-se atender o setor de reclamações.

Para se obter o resultado da qualidade no atendimento é preciso fazer com que os clientes se sintam satisfeitos ao ponto de recomendarem para outras

peçoas os serviços que elas mesmas já aprovaram. Isso poderá se reverter em mais pacientes que buscarão os serviços desta prontoclínica, em busca da qualidade dos seus serviços e do seu atendimento. Com isso, é possível concluir que os pacientes entrevistados desta prontoclínica estudada obtiveram um bom atendimento. Para que a qualidade do atendimento seja continuamente oferecida, recomenda-se que haja investimentos em treinamento e desenvolvimento de pessoas direcionando assim a cultura organizacional da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel.

REFERÊNCIAS

AAKER, D.A.; KUMAR, V.; DAY, G.S. **Pesquisa de Marketing**. São. Paulo: Atlas, 2001.

ADAMI, N.P.; Maranhão, A.M.S. A **Qualidade dos serviços de saúde**: conceitos e métodos avaliativos. Disponível em:
<http://www.unifesp.br/denf/acta/1995/8_4/pdf/art5.pdf> Acesso em: 05 jun. 2011.

ARAÚJO, Márcia Virgínia Bezerra Procópio de. **Uma análise da abordagem de atendimento da Clínica Pedro Cavalcante: Paciente ou cliente?** 2009. Trabalho de Conclusão de Cursos (Monografia em 2009) – FARN. Natal, 2009.

CAMPOS, Gonçalves Yuri, **A Importância da gestão de qualidade para a competitividade das empresas na globalização dos mercados**. Disponível em:
<<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/a-importancia-da-gestao-de-qualidade-para-a-competitividade-das-empresas-na-globalizacao-dos-mercados/30118/>> Acesso em: 05 jun. 2011.

CAMPOS, Vicente Falconi, **TQC: Controle da Qualidade Total** (no estilo Japonês). Ed. Rio de Janeiro: Bloch, 1992.

CASAS, A. L. **Qualidade Total em Serviços**: Conceitos, Exercícios, Casos Práticos. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. **Os novos paradigmas**: como as mudanças estão mexendo com as empresas. São Paulo. Atlas, 1998.

DEMING, W. Edwards. **Qualidade**: A revolução da administração. Rio de Janeiro: Marques-Saraiva, 1990.

DONADEDIAN, A. Evolução da qualidade da atenção médica. (Coord.) **Investigação sobre serviços de saúde**: a analogia. Washington, D.C, 1992.

FERREIRA, Aurélio Buarque De Holanda. **Novo Aurélio Século XXI**: O dicionário da língua portuguesa. 3. Ed.. – Ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1996.

JUNG, F. C **Metodologia para Pesquisa & Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.

JUNIOR, M. I; CIERCO, A. A; ROCHA, V. A; MOTA, B. E. **Gestão da Qualidade**. 6 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

LONGO, Juliano Mary Rose, **Gestão da Qualidade**: Evolução Histórica, Conceitos Básicos e Aplicação na Educação. Disponível em:
<http://www.ipea.gov.br/pub/td/td_397.pdf> Acesso em: 19 ago. 2011.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços**: marketing e gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.

LUFT, Celson Pedro. **Novo manual de português**. 3. ed. São Paulo: Globo, 1996.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para a elaboração de monografia e dissertações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1994

MEZOMO, João Catarin. **Gestão da qualidade na saúde**: Princípios básicos. Barueri: Manole, 2001.

MIRANDA, Luiz Felipe Bezerra. **A percepção da qualidade dos serviços prestados pelo Hemonorte Sob Ótica de Seus Usuários**. Trabalho de Conclusão de Cursos (Monografia em 2004) – FARN. Natal, 2004.

MOLLER, Claus. **O lado da qualidade**: Maximizando a qualidade de produtos e serviços através do desenvolvimento das pessoas. São Paulo: Pioneira, 1999.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de Metodologia Científica**: projetos de pesquisas TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

ROESCH, A.M.S **Projetos de estágio e de pesquisa em Administração**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SAMARA, B. S.; BARROS, C. J. **Pesquisa de marketing**. 3 ed. São Paulo: Makron Books, 1997.

STEVENSON, Willian J. **Administração das operações de produção**. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

VERGARA, Silva Constant. **Projeto de pesquisa em administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

VIEIRA, S.; HOSSNE, W. S. **Metodologia científica para a área de saúde**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

APÊNDICE A

**PESQUISA DE OPNIÃO DOS CLIENTES DA PRONTOCLÍNICA E MATERNIDADE
DR. PAULO GURGEL**

Sr.(a) cliente, esta pesquisa tem por objetivo saber a sua opinião sobre a qualidade no atendimento na recepção da Prontoclíncae Maternidade Dr. Paulo Gurgel.

1. O acesso aos ambientes da prontoclínica é:

() P^éssimo () Regular () Bom () ^Ótimo

2. Como o Sr.(a) classifica as orientações fornecidas pelas funcionárias da recepção a respeito do funcionamento do atendimento da Prontoclínica:

() P^éssimo () Regular () Bom () ^Ótimo

3. Qual o tempo médio de espera o Sr.(a) observa que existe entre um paciente e outro:

() 1 a 20 minutos () 41 a 60 minutos
() 21 a 40 minutos () mais de uma hora

4. Como o Sr.(a) avalia o atendimento proporcionado pelas recepcionistas?

() P^éssimo () Regular () Bom () ^Ótimo

5. Sr.(a) considera que o atendimento da recepção da Prontoclínica e Maternidade Dr. Paulo Gurgel é adequado para diminuir o tempo de espera?

() Sim () Não () Às vezes

6. Como é a qualidade do atendimento às suas reclamações?

() Péssimo () Regular () Bom () Ótimo () Não fiz reclamações

7. Em relação a rapidez e rigor no atendimento:

() Muito satisfeito () Indiferente () Muito insatisfeito
() Satisfeito () Insatisfeito

8. Em relação a eficácia na resolução dos problemas colocados:

- ☐ Muito satisfeito ☐ Indiferente ☐ Muito insatisfeito
☐ Satisfeito ☐ Insatisfeito

CLIENTE

9. Sexo

- ☐ Feminino ☐ Masculino

10. Faixa etária

- ☐ 15 a 20 anos ☐ 31 a 40 anos
☐ 21 a 25 anos ☐ 41 a 50 anos
☐ 26 a 30 anos ☐ acima de 50 anos

11. Grau de instrução

- ☐ Ensino fundamental incompleto ☐ Ensino médio incompleto
☐ Ensino fundamental completo ☐ Ensino médio completo
☐ Ensino superior

12. Estado civil

- ☐ Solteiro ☐ Viúvo
☐ Casado/união ☐ Divorciado

13. Renda familiar

- ☐ Até dois salários mínimos ☐ De quinze a trinta salários mínimos
☐ De dois a seis salários mínimos ☐ Acima de trinta salários mínimos
☐ De seis a quinze salários mínimos