

# **GESTÃO DA QUALIDADE COM ÊNFASE EM PESQUISA DE SATISFAÇÃO**

## **Quality management with emphasis on satisfaction survey**

Autor 1: Gabriela Rezende Porto

Autor 2: Vanderleia Melo

Autor 3: Illa Beghine Soncin

### **RESUMO**

O presente artigo teve como objetivo trazer a importância da qualidade, aliada a pesquisa de satisfação, como uma ferramenta na gestão da qualidade para garantir a melhoria contínua dos serviços oferecidos através da percepção de seus usuários. A pesquisa teve como objeto de estudo a clínica de saúde Medmais Consulta, de onde foram extraídos dados quantitativos de pesquisa de satisfação, já realizada no interior da clínica. Para a pesquisa, foram utilizados questionários com perguntas fechadas relacionadas aos tipos de serviços prestados, ambiente e limpeza. Contou-se com 3.389 questionários respondidos, uma média de 100 pessoas por dia entrevistadas em um período de um mês. Dessa maneira, pode-se observar a análise de NPS (Net Promoter Score), com dados obtidos em 2022, sobre a variação da percepção dos usuários. Isso mostrou como ao longo dos anos a clínica se manteve em relação aos serviços, mostrando como a pesquisa de satisfação consegue trazer dados concretos para analisar em que áreas é necessário tomar as decisões de melhorias e implementações diárias na organização. A partir disso, o presente artigo conseguiu mostrar como a gestão da qualidade, aliada a pesquisa de satisfação, conseguem trazer dados satisfatórios e precisos sobre as expectativas dos clientes e como isso pode impactar nos resultados da clínica, gerando melhorias nos processos, assertividade na análise de tomadas de decisões, mudanças e implementações no ambiente, buscando cada vez mais a positividade dos serviços oferecidos, de forma a se destacar no mercado da área de saúde, ou qualquer outro tipo de organização em que tal metodologia for utilizada.

**Palavra chave:** Qualidade, Pesquisa de satisfação, Melhoria contínua, fidelização.

## ABSTRACT

This article aimed to bring the importance of quality, combined with the satisfaction survey, as a tool in quality management to ensure continuous improvement of the services offered through the perception of its users. The research object of study was the Medmais Consulta health clinic, from which quantitative data were extracted from a satisfaction survey, already carried out inside the clinic. For the research, questionnaires were used with closed questions related to the types of services provided, environment and cleanliness. There were 3,389 questionnaires answered, an average of 100 people interviewed per day over a period of one month. In this way, the NPS (Net Promoter Score) analysis can be observed, with data obtained in 2022, on the variation in user perception. This showed how over the years the clinic has maintained itself in relation to the services, showing how the satisfaction survey manages to bring concrete data to analyze in which areas it is necessary to make decisions for improvements and daily implementations in the organization. From this, this article was able to show how quality management, combined with satisfaction research, can bring satisfactory and accurate data on customer expectations and how this can impact clinical results, generating improvements in processes, assertiveness in the analysis decision-making, changes and implementations in the environment, increasingly seeking the positivity of the services offered, in order to stand out in the health area market, or any other type of organization in which such methodology is used.

**Keywords:** Quality, Satisfaction survey, Continuous improvement, loyalty.

---

\* Rede de Ensino Doctum – Unidade Itamar Franco – E-mail [rezendegabriela@outlook.com](mailto:rezendegabriela@outlook.com) –  
Graduando em Engenharia de Produção

\* Rede de Ensino Doctum – Unidade Itamar Franco – E-mail [wanderleiajd@gmail.com](mailto:wanderleiajd@gmail.com) –  
Graduando em Engenharia de Produção

\*\* Rede de Ensino Doctum – Unidade Itamar Franco – E-mail – [prof.illa.soncin@doctum.edu.br](mailto:prof.illa.soncin@doctum.edu.br)

## 1. Introdução

Nos dias atuais, cada vez mais os consumidores estão solicitando uma qualidade superior nos serviços e produtos que lhe são ofertados. Nesse sentido, as organizações já compreendem que a melhoria constante é crucial para a sua sobrevivência dentro do mercado competitivo.

O mercado competitivo proporciona às empresas um ambiente desafiador de sobrevivência, em que as oportunidades de melhoria da qualidade no desempenho estratégico, tático e operacional tendem a garantir aos clientes os produtos e serviços com um nível padrão desejado (DOS SANTOS et al., 2017).

Atualmente o serviço de saúde nas redes privadas vem sendo oferecido de forma popular e mais acessível, o que levou a um crescimento no número de redes de clínicas populares, que buscam oferecer serviços de qualidade, o que é imprescindível para atrair cada vez mais clientes. As eventuais falhas que podem acontecer nessa modalidade de sistema de saúde podem gerar uma insatisfação, que podem relacionar a empresa diretamente aos erros ocorridos e induzir outros clientes a não utilizarem os serviços ou não retornarem futuramente. Isso mostra que as empresas precisam estar alinhadas com as perspectivas dos usuários.

Segundo Vavra (1993) apud Cunha (2013),

[...] Perder um cliente insatisfeito pode ser mais prejudicial do que parece. Um cliente que não teve suas expectativas atendidas pode transmitir suas queixas a outros nove clientes atuais ou potenciais, multiplicando por nove o grau de insatisfação com o serviço oferecido de maneira gera (CUNHA, 2013, p. 18)

Segundo o modelo proposto por Oliver (1980), a atitude do cliente antes de processar a compra, fruto das expectativas criadas previamente, é modificada com o atingir da satisfação baseada numa experiência positiva, a qual o conduz a intenções posteriores. Desse modo, para que haja aperfeiçoamento dos serviços prestados é necessário que as instituições realizem uma avaliação constante e de forma sistemática para averiguar quais são as percepções dos clientes diante de determinado produto ou serviço.

Nesse contexto a gestão da qualidade contribui com o aumento da satisfação dos clientes. Conseqüentemente, isso gera um crescimento amplo na taxa de fidelização dos consumidores, uma vez que eles ficam de que assegurados de que suas necessidades e desejos poderão ser atendidos pela organização através dos seus serviços e/ ou produtos.

Dessa maneira, o presente artigo tem como um de seus propósitos apresentar alguns conceitos relacionados ao objeto, como a gestão da qualidade. Investigar as possíveis melhorias que podem ser implementadas nos serviços prestados.

O objetivo principal deste trabalho constitui em a satisfação de usuários e acompanhantes com a qualidade do atendimento da clínica de saúde popular MedMais Consulta, localizada em Juiz de Fora, Minas Gerais, tendo em vista a necessidade de melhoria contínua da avaliação da eficiência dos serviços qualidade em serviços ofertados. Além disso, a pesquisa também buscou verificar como a gestão qualidade aliada a pesquisa de satisfação podem colaborar para uma satisfação do usuário. Nesse viés, o estudo realizado poderá possibilitar futuras análises e melhorias nos indicadores de qualidade tendo em vista as respostas dos consumidores mediante a pesquisa de satisfação no âmbito dos serviços avaliados.

## **2. Referencial Teórico**

### **2.1 Gestão da Qualidade**

De acordo com Moreira (2013) apud Elero e Ferreira (2020), a gestão da qualidade pode ser concebida como sendo “atributos de produtos, serviços e tudo que é originado por trabalho humano” (ELERO E FERREIRA, 2020, p. 5). Pode-se observar que tudo pode ser analisado de acordo com o conceito, como um serviço prestado, um alimento ou um dispositivo eletrônico.

A preocupação com a qualidade dentro das organizações existe desde o início do século XX, no entanto, as diversas formas pelas quais as empresas planejam, definem, obtêm, controlam, melhoram continuamente e demonstram a qualidade, tem sofrido grandes evoluções ao longo dos últimos tempos, respondendo a mudanças políticas, económicas e sociais. (MENDES 2007, p.12)

Pode-se perceber que a qualidade ocupa um papel cada vez mais presente e relevante dentro das organizações. Dessa maneira, o seu objetivo principal consiste na sobrevivência das empresas a partir da satisfação total de seus clientes. Com a abertura do mercado, a globalização e o aumento da competitividade, tem se tornado crescente a necessidade das organizações em melhorarem seu processo de organizações e controle de atividades.

Conforme Shiba (1993), a qualidade, enquanto conceito, evoluiu da adequação ao padrão para a adequação às necessidades latentes dos clientes. Sendo assim,

essa área possui uma grande necessidade de aperfeiçoamento e melhoria contínua de produtos e serviços.

Conforme Frei (2008), como citado em Corte (2009), a qualidade na prestação de serviços é derivada da capacidade de distinguir características com um desempenho inferior e transformá-las em outras de elevado desempenho e superiormente valorizadas pelo cliente. Nesse viés, as organizações devem dedicar os seus esforços para buscar identificar quais são as características que os clientes valorizam, quais as necessidades que procuram ver satisfeitas e quais as experiências que pretendem experimentar enquanto fazem uso de determinado serviços ou produto.

Conseqüentemente, um dos fatores mais imprescindíveis para o sucesso das organizações consiste na qualidade de seus produtos e serviços. A implementação de um sistema de gestão de qualidade eficiente possibilita de uma maneira satisfatória a sobrevivência e um melhor desempenho da empresa, em qualquer que seja seu ramo de atuação. Nesse sentido, a ferramenta de Gestão da Qualidade tem como finalidade melhorar os processos e a qualidade dos serviços e/ou produtos ofertados.

Conforme o Centro de Tecnologia da Informação Renato Archer (2012, p.6), as principais vantagens da implementação da Gestão da Qualidade são:

- Maior satisfação dos clientes;
- Melhoria da imagem, cultura e desempenho da organização;
- Aumento da produtividade e redução de custos;
- Melhoria da comunicação, moral e satisfação dos colaboradores;
- Maior competitividade e oportunidade, tanto no mercado nacional como internacional;
- Implementação da Gestão da Qualidade com base em padrões e normas nacionais ou internacionais, que compreende treinamento, mapeamento, documentação dos processos produtivos e registro das atividades realizadas por uma organização.

A constante procura pela melhoria contínua pode ser materializada pela concepção de um sistema de auto avaliação permanente, qualificado para avaliar os ciclos curtos, as atividades, o seu desempenho e resultados, tendo em consideração a análise dos resultados que vêm sendo alcançados, a observação da eficácia das atividades e práticas associadas, a percepção das áreas e oportunidades de melhoria (MARQUES, 2005, p.36).

Uma das maneiras de garantir a melhoria contínua no processo de prestação de bens e serviços consiste na realização de pesquisa de satisfação, pois ela permite

que a imagem da organização seja potencializada, já que visa estabelecer metas e estratégias para aumentar o desempenho e corrigir as inconformidades, monitorando e controlando os indicadores que influenciam a satisfação do consumidor.

Conforme Lucinda (2010) a utilização das ferramentas da qualidade tem como finalidade colaborar para o entendimento do problema, possibilitar um método eficiente de abordagem, disciplinar o trabalho e aumentar a produtividade, sendo de vital relevância para a performance e desempenho de uma organização.

## **2.2 Pesquisa de Satisfação**

Visto que a satisfação das necessidades e dos desejos dos clientes têm como finalidade otimizar os processos econômicos e de marketing (Maddox, 1981), é coerente conceber a insatisfação como sendo um resultado negativo na interação entre cliente e fornecedor, o qual deveria ter sido evitado (Fitchett e Smith, 2001). Nesse viés, pode-se perceber que informações de contentamento ou descontentamento do cliente são de grande relevância para empresas que estão comprometidas com a qualidade do serviço/ produto que são ofertam.

Neste contexto, a pesquisa de satisfação é uma ferramenta proativa das organizações que têm como principal objetivo obter feedback do seu público-alvo. Por conseguinte, os resultados dessas investigações são abundantes de oportunidades que podem ser transformadas em melhorias mediante as necessidades e propensão dos consumidores. Ademais se torna um meio direto entre o cliente e a instituição que, por sua vez, também sai ganhando, tendo acesso às opiniões sobre as soluções que as mesmas oferecem. Segundo Skogland e Siguaw (2004) os clientes que estão satisfeitos com a compra/aquisição de um produto/serviço possuem maiores chances de voltar a utilizar aos produtos/serviços dessa organização, por conseguinte os clientes insatisfeitos possuem probabilidade baixa de voltar a utilizar os mesmos.

Além disso, existem modelos e estratégias que corroboram para a mensuração do nível de Satisfação do Usuário de serviços que podem ser implementados de uma maneira simples. A seguir são apresentados em resumos os três tipos de modelos mais comuns:

- NPS - Net Promoter Score ou Índice de promotores e detratores;
- CSAT - Customer Satisfaction Score ou Índice de satisfação do cliente;
- CES - Customer Effort Score ou Índice de esforço do consumidor;

O NPS é um dos modelos recentes no mercado, foi inserido em 2003, trata-se de uma métrica utilizada para mensurar o nível de satisfação dos clientes a longo prazo de lealdade, ela é destacada pela facilidade de aplicação. A avaliação possui a única pergunta

“Qual a probabilidade de você indicar essa empresa aos seus amigos?”. Contendo notas de 0-10, em que notas de 0-6 são detratores, 6-8 são neutros, 9-10 são os promotores.

O CSAT é o método mais conhecido e utilizado. Essa métrica permite mensurar a satisfação dos clientes em curto prazo, sendo assim, são monitorados pontos específicos da empresa. Os questionários têm como opções respostas que são aferidas por meio de uma escala ou pontuação, normalmente, de 01 a 05 ou algo bem mais simples ainda como a escolha de uma figura (como rostos felizes ou zangados, ou um polegar para cima ou para baixo).

O CES pode ser considerado o modelo mais recente em que estão descritas acima, sendo inserido em 2010. Este modelo avalia se o esforço realizado pelo usuário para utilizar um serviço se mostrou um fator determinante na probabilidade de o cliente comprar com a empresa novamente ou recomendá-la. Tal metodologia tem como principal ideia reduzir o esforço do cliente (facilitando a resolução de seus problemas de consumo) para então fideliz-lo.

De forma resumida, essas métricas possibilitam que organização consiga mensurar se está correspondendo às expectativas, identificar as possíveis falhas no atendimento e assim retifica-las, fazendo com que o cliente se sinta valorizado e ouvido e possibilitando a criação de estratégias a longo prazo para a evolução dos seus serviços e tomadas de decisões mais assertivas tendo em base o feedback recebido dos clientes. Segundo Boydrick (1997), ninguém vende seu produto ou serviço tão eficientemente quanto os seus clientes satisfeitos.

### **2.3 Gestão da Qualidade do Setor de Saúde**

A Gestão da Qualidade é responsável por realizar um trabalho crescente e contínuo, empregado no dia a dia, que possibilita a organização a se superar em atendimento e profissionalismo, tornando-a referência na sociedade. Por outro lado, em se tratando do assunto saúde, pode-se dizer que possuir saúde é viver com boa disposição física e mental, incluindo o bem-estar entre os indivíduos.

A qualidade de um produto ou serviço é garantida quando é observado e ajustado demasiadamente quem são os principais clientes a serem atendidos pelos mesmos, de forma a saber a identificar as suas principais necessidades e buscar sempre desenvolver produtos/serviços com atributos que atendem as suas necessidades, as quais foram identificadas previamente através de um dado planejamento e introduzidas no produto ou serviço pelo nível operacional. (FLYNN et al. 1994)

Nesse viés, as condutas e serviços de saúde necessitam estar em consenso com aquilo que é esperado pelos pacientes/clientes, ou seja, é a aceitabilidade que assegura a satisfação dos clientes. Por conseguinte, a aceitabilidade depende da consideração de alguns elementos:

- Custo
- Acessibilidade
- Comodidade
- Resultado
- Oportunidade

No setor de saúde, a qualidade é definida com um conjunto de atributos que inclui um nível de excelência profissional, o uso eficiente de recursos, um mínimo de risco ao usuário, um alto grau de satisfação por parte dos mesmos, considerando-se essencialmente os valores sociais existentes. (DONABEDIAN 1992)

O ponto de vista de Donabedian evidencia a busca por qualidade nos serviços relacionados a área da saúde, e tendo em vista que a adoção de um sistema de gestão da qualidade é uma decisão estratégica das organizações, as instituições da saúde podem ser avaliadas de várias formas:

- Avaliação da estrutura: existência de recursos físicos (instalações), humanos (pessoal) e organizacionais (comitês, protocolos assistenciais, etc.) adequados;
- Avaliação dos processos de trabalho nas áreas da gestão, serviços de apoio e serviços assistenciais: organização e documentação, protocolos, normas e rotinas;
- Avaliação dos resultados: o impacto da assistência prestada na situação de saúde, conhecimento e comportamento do paciente. (Ex: Média de permanência)

- Avaliação da satisfação dos pacientes em relação ao atendimento recebido e dos provedores destes serviços em relação aos seus ambientes de trabalho.

Dessa forma, Mezomo (2001) corrobora que a qualidade é um fator que interfere diretamente nos produtos ou serviços oferecidos, que se tornam concordantes com a missão de uma organização, compromissada com o atendimento as demandas de seus clientes. Nesse viés, conforme enfatiza o Crosby (1986) apud Alencar (2018), “a qualidade é tangível, gerenciável e pode ser medida”.

## **2.4 Indicadores da Qualidade do Setor de Saúde**

Pode-se dizer que um dos indicadores básicos do atendimento ao paciente consiste na compreensão sobre o nível do serviço prestado pela organização e as dificuldades enfrentadas pelas mesmas, caso existam. Sendo assim, tal conceito consiste em um ponto de partida para que sejam elaborados e implementadas melhorias.

Camargo (2011) afirma que a qualidade é uma filosofia que avalia o ponto central dos negócios de uma organização, disseminando-o em todas as atividades e funcionários, independentemente de sua função, ou seja, é um sistema condutor em que todas as pessoas, de todos os setores e em todos os níveis hierárquicos de uma organização cooperam em promover e engajar vigorosamente as atividades do controle da qualidade por toda a empresa.

Avedis Donabedian, um dos principais estudiosos sobre a qualidade em saúde, tem seus conceitos utilizados até hoje pelas organizações de saúde, principalmente nos aspectos referentes a avaliação da qualidade em serviços de saúde (CAMPOS; CARVALHO, 2000; VUORI, 1991). Para Donabedian (1980), uma definição para qualidade deveria se iniciar a partir de três dimensões: a estrutura, o processo e o resultado.

Para se obter um nível de qualidade elevado nos serviços prestados dentro da estrutura dos estudos de Donabedian é necessário que a empresa possua uma estrutura de qualidade para recepção dos usuários dos serviços, além atentar a fatores como acomodação, equipamentos de qualidade e atendimento, desde a recepção até ao atendimento realizado, pelos demais profissionais de saúde. No processo esse se refere ao atendimento prestado pelos profissionais da saúde, que devem sempre zelar pelo bom relacionamento com o paciente. O resultado refere-se ao término da estadia do cliente na clínica, e a expectativa desse usuário sobre o respectivo serviço buscado

por ele, buscando avaliar se suas expectativas foram atendidas e qual o seu nível de satisfação com os serviços prestados pela instituição.

A figura 1 a seguir mostra os "Sete Pilares da Qualidade" elaborados/formulados pelo Donabedian (1980): eficácia, efetividade, eficiência, otimização, aceitabilidade, legitimidade, equidade.

Quadro 1: Adaptado de Sete Pilares da Qualidade

<b>DIMENSÕES</b>	<b>DESCRIÇÃO DA DIMENSÃO DA QUALIDADE EM SAÚDE</b>
EFICÁCIA	É a capacidade do cuidado, ou seja, o melhor que se pode fazer nas condições mais favoráveis, dado o estado do paciente e mantidas constantes as demais circunstâncias.
EFETIVIDADE	Ao definir e avaliar a qualidade, a efetividade pode ser mais precisamente especificada como sendo o grau em que o cuidado, cuja a qualidade está sendo avaliada, alça-se ao nível de melhoria da saúde que os estudos de eficácia têm estabelecido como alcançáveis.
EFICIÊNCIA	É a medida dos custos com o qual uma dada melhoria na saúde é alcançada.
OTIMIZAÇÃO	Torna-se relevante à medida que os efeitos do cuidado da saúde não são avaliados de forma absoluta, mas relativamente aos custos. Numa curva ideal, o processo de adicionar o benefícios pode ser tão desproporcional aos custos acrescidos, que tais "adições" úteis perdem a razão de ser.
<b>DIMENSÕES</b>	<b>DESCRIÇÃO DA DIMENSÃO DA QUALIDADE EM SAÚDE</b>
ACEITABILIDADE	Sinônimo de adaptação do cuidado aos desejos, expectativas e valores dos pacientes e suas famílias.
LEGITIMIDADE	Aceitabilidade do cuidado da forma em que é visto pela comunidade ou sociedade em geral.
EQUIDADE	Princípio pelo qual se determina o que é justo ou razoável na distribuição do cuidado e de seus benefícios entre os membros da população. A equidade é parte daquilo que torna cuidado aceitável para os indivíduos e legítimo para a sociedade. Igualdade na distribuição do cuidado e de seus efeitos sobre a saúde.

Fonte: Righi et. al. (2010).

### 3. Metodologia

#### 3.1 Classificação da Pesquisa

A metodologia utilizada para a classificação do presente estudo tem como base a amostragem de dados já coletados na clínica MedMais, logo, a mesma pode ser classificada como uma pesquisa bibliográfica, que utiliza como referência a análise de dados já existentes em outras fontes pesquisadas para traçar um comparativo entre

os dados pesquisados e os dados extraídos da empresa referida, a fim de se obterem resultados com embasamento teórico e científico.

A pesquisa de coleta de dados foi realizada no interior da clínica, com pacientes e usuários dos serviços, sem classificação ou escolha dos mesmos, participando quem se dispunha a responder o questionário após a realização do seu atendimento médico. Nesse viés, os pacientes realizavam a marcação de respostas referente a quatro perguntas já existentes quanto aos serviços de 5S (SEIRI- **senso** de utilização, seleção, descarte; SEITON- **senso** de organização, arrumação; SEISO – **senso** de limpeza; SEIKETSU – **senso** de saúde, higiene e padronização; SHITSUKE- **senso** de disciplina, autodisciplina), como limpeza da clínica, reposição de descartáveis, informativos e acessibilidade. Além disso, também respondiam questões relacionadas com o tempo de espera e a qualidade do atendimento.

Desta forma, a pesquisa realizada pode ser classificada em qualitativa baseada em instrumentos de coleta de dados, no caso do presente estudo tal coleta de dados teve como base a aplicação de um questionário com objetivo de certificar a satisfação e a opinião dos usuários quanto aos serviços prestados pela organização. Os dados coletados nessa pesquisa são secundários, ou seja, já foram obtidos através uma consultoria realizada na clínica MedMais, os mesmos foram disponibilizados pelos gestores da empresa para amostragem do referido estudo.

A pesquisa conta também com fontes bibliográficas retiradas de outros estudos e artigos do mesmo segmento, os quais podem ser observados a fim de se obter a importância da qualidade aliada a pesquisa de satisfação, para obter dados do grau de satisfação dos usuários de um serviço de saúde e avaliar o quanto isso pode impactar nos serviços ou produtos oferecidos. Segundo os procedimentos técnicos estudados por Gil (2008, p.50) “A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado constituído principalmente de livros e artigos científicos. Não recomenda se trabalhos oriundos da internet”.

### **3.2 Amostragem**

Os clientes consultados para o desenvolvimento da pesquisa, que correspondem aos usuários dos serviços de saúde prestados pela organização, consistem naqueles que, durante o tempo em que a mesma foi desenvolvida, se dispuseram e concordaram em responder o questionário, composto por quatro

perguntas relacionadas aos 5S, quatro relacionadas ao tempo de espera e três relacionadas a qualidade do atendimento.

## **4. Resultados**

### **4.1 Análise e interpretação dos dados coletados**

Neste capítulo, serão apresentados os resultados coletados da pesquisa realizada com base nos 3.389 (três mil e trezentos e oitenta e nove) questionários respondidos pelos usuários de serviços da clínica MedMais Consulta, realizada ao longo de um mês tendo uma média de 100 pessoas responderam ao questionário por dia. As perguntas realizadas estão diretamente correlacionadas ao objetivo geral e aos objetivos específicos deste trabalho, quais sejam:

- Entender a satisfação dos consumidores que utilizam serviços médicos da Clínica MedMais Consulta
- Identificar possíveis lacunas na entrega dos serviços das clínicas médicas particulares;
- Verificar como a gestão da qualidade aliada a pesquisa de satisfação podem colaborar para a satisfação do usuário;

Neste contexto, visando melhor entendimento dos temas abordados, os resultados aqui discutidos serão divididos em tópicos. Para melhor visualização e explicação das respostas às perguntas fechadas, foram gerados dados quantitativos que serão mostrados através de gráficos e também dados qualitativos que já foram mencionados em outras pesquisas relacionadas com o tema em estudo.

#### **4.1.1. Análise quantitativa dos dados**

- **Perguntas relacionadas aos 5S**

Quanto as perguntas relacionadas aos 5S, constatou-se, conforme o gráfico da figura 2, que a limpeza da clínica obteve um índice de satisfação alto, sendo que 93% dos clientes estavam muito satisfeitos e 7% satisfeitos, gerando uma satisfação de 100% dos usuários entre satisfeitos e muito satisfeitos, o mesmo acontece para as perguntas relacionadas aos informativos sobre a clínica, em que as taxas permanecem iguais.

Com relação as perguntas acerca da reposição dos descartáveis e acessibilidade, o grau de satisfação dos usuários pesquisados obteve uma avaliação de 100%, em que os usuários se mostraram muito satisfeitos com estes dois serviços.

Figura 1 : Pesquisa de satisfação: Relacionadas a 5s



Fonte: MedMais Consulta (2022)

• Perguntas relacionadas a tempo de espera

Em se tratando da avaliação quanto ao tempo de espera para a marcação de consultas, o gráfico da figura 3 mostra uma taxa de satisfação eficiente, sendo que 80% dos usuários estão muito satisfeitos com os serviços prestados, entretanto há uma taxa de 10% de insatisfação e 7% dos usuários se mostraram indiferentes quanto a esse quesito. A espera na recepção obteve resultados aquém dos anteriores uma vez que a taxa de clientes muito satisfeitos obteve um percentual de somente 67%, sendo que os 33% restantes se dividiram entre satisfeitos, insatisfeitos e indiferentes a esse tempo de espera.

Quando questionados sobre a espera para a consulta, constatou-se que 73% dos usuários se mostraram muito satisfeitos, 7% satisfeitos, 3% insatisfeitos e 17% indiferentes a essa espera.

Figura 2: Pesquisa de satisfação: Relacionadas a tempo de espera



Fonte: MedMais Consulta (2022)

- **Perguntas relacionadas ao atendimento**

Em relação as três perguntas relacionadas ao atendimento, conforme a figura 4 verificaram-se que, no quesito da qualidade no atendimento de marcação de consulta, 83% dos usuários se mostraram muito satisfeitos, sendo apenas 7% insatisfeitos e os demais 3% divididos entre muito insatisfeitos, indiferentes e satisfeitos.

Percebe-se que os respondentes possuem opiniões positivas quanto ao atendimento na recepção da clínica, uma vez que foi constatado que 87% dos usuários estão muito satisfeitos, sendo observada uma porcentagem de somente 7% indiferentes e satisfeitos com esse serviço em questão.

Além disso, quando questionados sobre a qualidade do atendimento nas consultas, 80% dos usuários responderam estarem muito satisfeitos, 10% se mostraram satisfeitos e 7% ficaram indiferentes.

Diante do exposto foi possível perceber que os respondentes consideram que a clínica MedMais Consulta oferece uma ótima infraestrutura, preços acessíveis para a realização de consulta/ exame, um ambiente limpo e profissionais atenciosos.

Entretanto, também é possível identificar uma parcela de pacientes que apresentavam queixas, como insatisfação com o tempo de espera da consulta médica, dificuldade para falar com a telefonia referente a marcação de consulta ou retorno, além de fechamentos de agenda repentinos.

Figura 3: Pesquisa de satisfação: Relacionadas ao atendimento



Fonte: MedMais Consulta (2022)

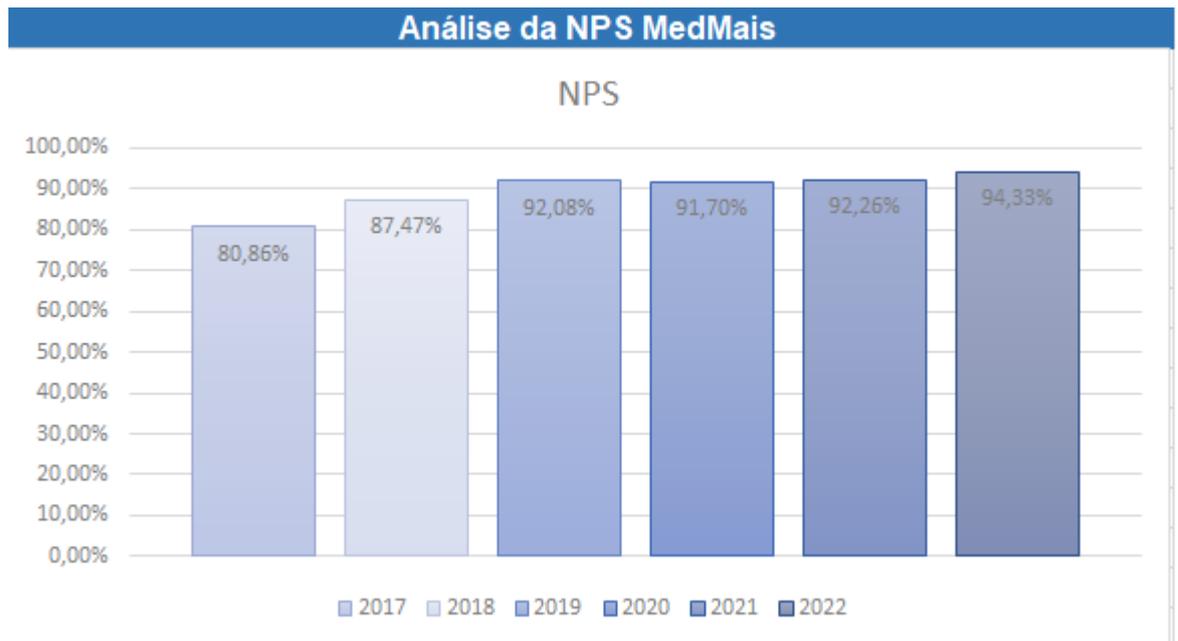
#### 4.1.2. Análise qualitativa dos dados

- **Análise da NPS (Net Promoter Score) da MedMais**

Através da análise do gráfico da figura 5, foi possível avaliar a métrica do nível de satisfação dos pacientes com relação aos serviços prestados pela clínica e é possível notar que houve pouca variação ao longo dos últimos quatro anos. Além disso, a média da NPS ao longo dos anos foi de 91,45%, sendo que em 2017 a porcentagem equivalia a 80,86% e em 2022 a experiência dos usuários foi elevada a um nível de 94,33%.

É possível constatar que, em quatro anos, verificou-se uma melhoria de 13,47% no nível geral dos serviços avaliados com a pesquisa, isso mostra a importância da avaliação para garantir a melhoria na gestão da qualidade e consequentemente a satisfação dos usuários. Uma vez que, segundo os ensinamentos de Kotler e Keller (2012, p. 397), “a qualidade do serviço de uma empresa é testada sempre que o serviço é prestado”.

Figura 4: Pesquisa de satisfação – Média do nível de satisfação com o atendimento



Fonte: MedMais Consulta (2022)

## **4.2 Influência dos dados analisados na gestão da qualidade**

Nas palavras de Kotler e Keller (2012, p. 398) os clientes “comparam o serviço percebido com o serviço esperado” e formam expectativas a partir de várias circunstâncias, como no caso de lembranças de experiências positivas anteriores, boca a boca (ou seja, o poder de influência de terceiros) e também pela propaganda

Dessa maneira, os dados influenciam diretamente na qualidade, pois estes demonstram quais medidas, são plausíveis de mudanças ou melhorias. Conseqüentemente, esse fato permite um aumento da satisfação do cliente, uma vez que fica evidente que a prioridade da organização deve ser prestar um atendimento eficiente tanto no atendimento de recepção quanto na consulta médica.

Dessa forma, para obter uma melhoria e gerar qualidade nos serviços oferecidos, a gestão qualidade deve sempre contar com a percepção dos usuários dos serviços para escolher a melhor forma de conduta ao longo da prestação de serviço. Exemplo notório, diante dos dados obtidos, constituiu em verificar os mesmos foram de suma importância para a tomada de iniciativas que visaram mudar a percepção do paciente em uma próxima visita, sendo assim, possível gerar uma maior satisfação e um melhor índice de fidelização. Cabe ressaltar que o maior marketing realizado ainda é a propaganda da qual é passada de pessoa para pessoa por meio da comunicação oral, já que ela permite verificar o grau de satisfação de quem está usufruindo dos serviços e o que será levado para outros usuários ou futuros usuários. Desse modo, os dados obtidos irão influenciar diretamente na tomada de decisões na gestão da qualidade, que devem sempre ter como objetivo principal a fidelização dos consumidores.

## 5. Considerações finais

Através da pesquisa realizada acerca do tema e da análise da opinião dos entrevistados que responderam a pesquisa de satisfação, foi possível concluir que os gestores das instituições devem sempre buscar a satisfação de seus clientes, visto que o fato de manter um bom relacionamento com cliente e oferecer um serviço de qualidade tem como consequência a fidelização do mesmo e também a sua indicação para futuros clientes. Uma vez satisfeitos, os clientes tendem a voltar a consumir os serviços, além de que se tornam influenciadores de uma empresa ou marca, interferindo inclusive na indicação de outros novos clientes.

Diante de tudo que foi estudado e pesquisado, entende-se que o objetivo geral da pesquisa foi alcançado: Analisar a satisfação dos consumidores com os serviços prestados da Clínica MedMais Consulta. Além disso, os objetivos específicos também foram satisfatórios, sendo estes: Verificar como a gestão qualidade aliada a pesquisa de satisfação podem colaborar para a satisfação do usuário.

Os resultados extraídos da pesquisa mostram que a métrica de desempenho visa a busca constante de compatibilidade entre os serviços que a Clínica MedMais oferece e os serviços que os pacientes procuram. Em se tratando deste quesito, pode-se dizer que a organização corresponde as expectativas dos consumidores, o que resulta na satisfação com os serviços prestados.

Com a análise dos resultados extraídos da NPS (Net Promoter Score) da clínica MedMais Consulta foi possível observar que conforme a métrica de mensuração da satisfação dos pacientes percebe-se a necessidade de algumas melhorias nos serviços prestados mediante a percepção dos usuários. Dentre as quais pode-se citar a otimização e redução do tempo de espera para o atendimento médico, uma possível medida para reduzir esse tempo consiste na implementação de um sistema de triagem. A triagem possui como objetivo principal agilizar o atendimento médico, filtrando os pacientes mais urgentes e garantindo um atendimento mais personalizado e atencioso ao paciente enquanto o mesmo aguarda por sua consulta, o que faz com que os pacientes ganhem qualidade durante sua passagem pela instituição. Tal medida possibilita a redução de filas de espera e evita a superlotação desses espaços. Além disso, cabe ressaltar que, após a equipe de gestão da clínica analisar os relatórios das pesquisas de satisfação realizadas, foi efetuada a contratação de mão de obra adicional para suprir a demanda e as necessidades dos

pacientes com relação a falhas no atendimento telefônico para agendamento de consultas

Por fim, cabe destacar que a realização de pesquisa de satisfação é de grande relevância, não somente dentro do ambiente clínico hospitalar, mas em todas as áreas de prestação de serviço ao consumidor, uma vez que, através da realização periódica das mesmas, torna-se possível identificar e corrigir falhas nos serviços, além de otimizar as formas de atendimento, fidelizar e construir uma boa relação entre a instituição prestadora de serviço e o consumidor.

## Referências:

- ALBUQUERQUE, Juraci Dias. Qualidade hospitalar: uma análise de sua realidade em Campina Grande-Paraíba-Brasil. 2013. Disponível em: [https://dehesa.unex.es/flexpaper/template.html?path=https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/414/1/TDUEX\\_2012\\_%20Albuquerque.pdf](https://dehesa.unex.es/flexpaper/template.html?path=https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/414/1/TDUEX_2012_%20Albuquerque.pdf). Acessado em: 13 de Setembro de 2022.
- ALENCAR, Moisés Monteiro da Silva et al. Gestão da Qualidade: Conceitos e Perspectivas em Segurança nos Serviços de Saúde. Disponível em: [https://semanaacademica.com.br/system/files/artigos/sst192\\_artigo\\_cientifico\\_.pdf](https://semanaacademica.com.br/system/files/artigos/sst192_artigo_cientifico_.pdf). Acessado em: 31 de Agosto de 2022.
- DOS SANTOS, Lilian Maria; DE LARA, Marcia; DA SILVA MARIANI, Jonatã. Marketing de relacionamento: a utilização da ferramenta net promoter score (NPS) para mensurar a satisfação dos clientes de um posto de combustível. TCC's Administração, 2018. Disponível em: <http://repositorio.camporeal.edu.br/index.php/tccadmin/article/view/303>. Acessado em: 08 de Agosto de 2022.
- ELERO, Matheus Raphael; FERREIRA, Marco Antonio. Desenvolvimento de indicadores e Dashboard para gestão da qualidade em uma indústria de produtos e eletrônicos. 2020. Disponível em: <http://riut.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/26668/1/dashboardgestaoqualidade.pdf>. Acessado em: 25 de Agosto de 2022.
- Fitchett, J. A., Smith, A. (2001). "Consumer Behaviour in an Unregulated Market: The Satisfactions and Dissatisfactions of Illicit Drug Consumption". *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 1, n.º 4, pp. 355-368.
- SKOGLAND, I., SIGUAW, J. Are your satisfied customers loyal?. *Cornel University*, vol. 45, n. º3, p. 221-234, 2004.
- FLYNN, B. B., SCHROEDER, R. G., SAKAKIBARA, S. (1994). A Framework for Quality Management Research and Associated Measurement Instrument. *Journal of Operations Management*, 11(4), 339-366.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de Marketing: a bíblia do marketing. São Paulo: Pearson, 2006, 2012.
- LUCINDA, Marco Antônio. Qualidade: fundamentos e práticas para curso de graduação. 3 ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2010.
- LUZ, Santos Oliveira et al. Sistema de Gestão da Qualidade-SGQ. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação–MCTI. Centro de Tecnologia da Informação Renato Archer-CTI Renato Archer. Coordenação de Inovação Tecnológica–CIT.

Campinas, 2012. Disponível em:

<https://www.cursosavante.com.br/cursos/curso561/conteudo8278.pdf>. Acessado em 08 de Agosto de 2022.

Maddox, R.N. (1981). "Two Factors Theory and Consumer Satisfaction:

Replication and Extension". *Journal of Consumer Research*, vol. 8, n.º 1, pp. 97-102.

Marques, A. S. (2005). *Integração Normativa na Gestão da Qualidade*

(Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia industrial, Aveiro, Portugal). Disponível:

<http://hdl.handle.net/10773/4607>. Acessado em: 25 de Agosto de 2022.

MARTINS, Roberto Antonio; COSTA NETO, Pedro Luiz de Oliveira. Indicadores de desempenho para a gestão pela qualidade total: uma proposta de sistematização.

*Gestão & Produção*, v. 5, p. 298-311, 1998. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/gp/a/8YKQWhKnMdmjGtd5bkBwj8L/abstract/?lang=pt#>.

Acessado em: 01 de Agosto de 2022.

MEZOMO, João Catarin. *Gestão da Qualidade na Saúde – Princípios básicos*. 19.ed.

São Paulo: Manole, 2001.

PLÁCIDO, Eliel Carlos Rosa. *ECONOMIA E GESTÃO DA SAÚDE*. Disponível em:

[https://www.ufjf.br/oliveira\\_junior/files/2011/08/AULA-QUALIDADE-EM-SAUDEELIEL-converted-converted-aula-01-11-2018.pdf](https://www.ufjf.br/oliveira_junior/files/2011/08/AULA-QUALIDADE-EM-SAUDEELIEL-converted-converted-aula-01-11-2018.pdf). Acessado em: 13 de Setembro de 2022.

RIGHI, Angela Weber; SCHMIDT, Alberto Souza; VENTURINI, Jonas Cardona.

Qualidade em serviços públicos de saúde: uma avaliação da estratégia saúde da família. *Revista Produção Online*, v. 10, n. 3, p. 649-669, 2010. Disponível em:

<https://www.producaoonline.org.br/rpo/article/view/405/721>. Acessado em: 12 de

Novembro de 2022.

SANTOS, Valdecir Nunes dos. *Satisfação de clientes*. 2008. Disponível em:

<https://bdm.unb.br/handle/10483/1461>. Acessado em: 18 de Agosto de 2022.

SHIBA, S.; GRAHAM, A.; WALDEN, D. *A new American TQM*. Portland,

Productivity Press, 1993.