

A PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS E A SATISFAÇÃO DOS PACIENTES DO CENTRO DE ESPECIALIDADES MÉDICAS DE CARAGUATATUBA

LAURA MATHIAS MADIO¹, MARLETTE CASSIA OLIVEIRA FERREIRA²

¹ Graduanda em Tecnologia em Processo Gerenciais, IFSP, Câmpus Caraguatatuba, laura.madio@aluno.ifsp.edu.br

² Docente do IFSP, Câmpus Caraguatatuba, marlette@ifsp.edu.br

Área de conhecimento (Tabela CNPq): Mercadologia

RESUMO: A percepção do cliente da qualidade do serviço e sua satisfação com o resultado recebido é fonte de informações importantes na busca pela melhoria dos processos. Esta pesquisa teve como objetivo identificar a percepção da qualidade e a satisfação dos pacientes com relação aos serviços de saúde do Centro de Especialidades Médicas de Caraguatatuba. O procedimento metodológico adotado neste trabalho foi o descritivo, com natureza quantitativa. A pesquisa descritiva incluiu a análise dos dados levantados pela aplicação de um questionário estruturado com 43 (quarenta e três) questões, composto de perguntas abertas, de múltipla escolha e de escala do tipo Likert, com um total de 58 respondentes, baseado no modelo SERVQUAL. Os resultados demonstram que é preciso focar no melhoramento da qualidade de serviços e na satisfação ao oferecer, nas instalações físicas, no prazo combinado de consultas e exames, na presteza dos funcionários e na segurança e domínio sobre os assuntos em questão pelo Centro de Especialidades Médicas.

PALAVRAS-CHAVE: Satisfação do paciente; Qualidade; SERVQUAL; Serviço; Boca a Boca

1 INTRODUÇÃO

Com o aumento da população de Caraguatatuba, em 2012, a prefeitura da cidade inaugurou o Centro de Especialidades Médicas, criado para atender as necessidades das pessoas que precisavam desses serviços da área da saúde. Esta empresa está cadastrada na Solutudo, no segmento de Unidades de Saúde. No mercado, a empresa está localizada na Avenida Maranhão, nº 421, no bairro Jardim Primavera.

O Centro de Especialidades Médicas de Caraguatatuba tem vários setores para suprir a demanda dos pacientes que precisam passar por áreas, como: oncologia, cardiologia, urologia, infectologia, fisioterapia, fonoaudiologia, dermatologia, psiquiatria, hidroterapia, etc.

Com o aumento da procura desses serviços, é importante que haja estudo sobre os serviços prestados pelo CEM aos seus pacientes, o que justifica este trabalho, tendo em vista que nenhuma pesquisa foi identificada sobre o assunto. Portanto, como problema da pesquisa tem-se: “Qual a percepção da qualidade dos pacientes com os serviços ofertados pelo Centro de Especialidades Médicas?”

A pesquisa tem como objetivo geral identificar a percepção da qualidade com os serviços oferecidos aos pacientes do Centro de Especialidades Médicas de Caraguatatuba e, como objetivos específicos, analisar a percepção de qualidade no ambiente do atendimento, avaliar a satisfação do paciente com esses serviços, tendo como objeto de pesquisa os pacientes ou pessoas que já receberam atendimento nele.

2 MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia apresenta os métodos utilizados para responder ao problema proposto. É uma pesquisa realizada pela primeira vez e as conclusões contribuem para novas revelações e avanço (MARCONI; LAKATOS, 2003).

A natureza do trabalho é aplicada, pois tem como objetivo gerar conhecimentos para esta aplicação, se dirigindo à solução de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais (ANDRADE, 2010)

A natureza adotada na pesquisa é a aplicada, pois tem como objetivo gerar conhecimentos para esta aplicação, se dirigindo à solução de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais (GERHARDT; SILVEIRA, 2009)

O procedimento metodológico adotado neste trabalho foi o descritivo, com natureza quantitativa. A pesquisa descritiva incluiu a análise dos dados levantados pela aplicação de um questionário estruturado com 43 (quarenta e três) questões, composto de perguntas abertas, de múltipla escolha e de escala do tipo Likert (MALHOTRA, 2012).

A pesquisa descritiva incluiu a análise dos dados levantados pela aplicação de um questionário estruturado com 43 (quarenta e três) questões, composto de perguntas abertas, de múltipla escolha e de escala do tipo Likert (HAIR et al., 2014).

O procedimento metodológico adotado neste trabalho foi o descritivo, com natureza quantitativa, pois a pesquisa quantitativa considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros (MALHOTRA, 2012).

O procedimento adotado foi a pesquisa de campo, pois baseia-se na observação dos fatos tal como ocorrem na realidade. O pesquisador efetua a coleta de dados “em campo”, isto é, diretamente no local da ocorrência dos fenômenos. Para a realização da coleta de dados são utilizadas técnicas específicas, como a observação direta, os formulários e as entrevistas. [...]” (ANDRADE, 2010)

O objeto de estudo desta pesquisa são os pacientes do Centro de Especialidades Médicas. A técnica de amostragem utilizada foi probabilística que é um processo de amostragem em que cada pessoa da população pode ter uma chance fixa de ser incluída na amostra, no caso, os pacientes do CEM.

Nesta pesquisa tem-se como população alvo os pacientes do CEM que estão na faixa etária de 17 a 74 anos, pois este Centro atende várias pessoas e idades diferentes, pois atende várias especialidades médicas.

O arcabouço amostral desta pesquisa são os moradores de Caraguatatuba que passam ou já passaram pelo Centro de Especialidades Médicas. O município possui 100.840 habitantes, segundo o censo do IBGE (2010).

A técnica de amostragem classifica-se em estratificada considerando a adoção de dois estágios em que a população é dividida. No primeiro momento foi selecionado o Centro de Especialidades Médicas, e, em seguida, foi feita a amostragem aleatória dos usuários cadastrados.

A execução do processo de amostragem exige uma especificação detalhada de como serão implementadas as decisões sobre população, arcabouço amostral, unidade amostral, técnica de amostragem e tamanho da amostra. (MALHOTRA, 2012)

A amostragem classifica-se em estratificada, porque há adoção de dois estágios em que a população é dividida. Em um primeiro momento foi selecionado o Centro de Especialidades, da Av. Maranhão, Jd. Primavera, e em seguida, feita a amostragem aleatória dos usuários cadastrados.

Nesta pesquisa foi utilizado um questionário baseado no modelo SERVQUAL para método de coleta de dados, pois um questionário, seja ele chamado de roteiro, formulário de entrevista ou instrumento de medida, é um conjunto formal de perguntas cujo objetivo é obter informações dos entrevistados. (MALHOTRA, 2012). Para o tratamento dos dados da pesquisa foi utilizado o excel, onde era possível calcular a média das respostas dos pacientes do CEM, gerando os percentuais necessários para esta pesquisa. O pré-teste serve para verificar possíveis falhas no questionário, com perguntas desnecessárias ou que constriam o entrevistado, ele deve ser testado antes de sua utilização definitiva.

QUADRO 1: Quadro de questões

Teoria	Tipo	Questão	Autor e Ano
Tangibilidade	Escala do tipo likert 7 pontos	1, 18, 32, 28, 9	Lopes, Hernandez e Nohara (2008)
Confiabilidade	Escala do tipo likert 7 pontos	36, 6, 14, 4, 7	Lopes, Hernandez e Nohara (2008).
Presteza	Escala do tipo likert 7 pontos	17, 25, 31, 5	Lopes, Hernandez e Nohara (2008).)
Segurança	Escala do tipo likert 7 pontos	23, 2, 40, 37, 33	Lopes, Hernandez e Nohara (2008)
Empatia	Escala do tipo likert 7 pontos	13, 10, 21, 3, 26	Lopes, Hernandez e Nohara (2008)
Boca a boca	Escala do tipo likert 7 pontos	34, 19, 15, 16, 8	Carrol e Ahuvia (2006) e Batra, Ahuvia e Bagozzi (2012)
Satisfação do cliente	Escala do tipo likert 7 pontos	29, 30, 24, 22	Machleit et al. (1994)

FONTE: Autora (2022)

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dos 58 respondentes válidos para esta pesquisa e segundo a pontuação da ABEP (2015), pode-se observar que a classe predominante dos respondentes é a classe B2, com 32,8% da amostra, seguida pela classe C1 com 24,1%. Todos os respondentes, 100%, residem em Caraguatatuba. Ao que se refere ao grau de instrução dos entrevistados, a escolaridade predominante é o ensino médio completo/superior incompleto com (45,8%); fundamental I completo/fundamental II incompleto (3,4%); Fundamental II completo / Médio incompleto (10,2%); Analfabeto / Fundamental I incompleto (5,1%); e superior completo (33,9%). A população respondente do questionário é composta por 77,6% do público feminino, e 22,4% masculino.

3.3 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DA TEORIA BOCA A BOCA

A teoria boca a boca obteve uma média geral de intenção de 76,93%. Esta média resultou da análise das variáveis discutidas a seguir. Quando dada a afirmativa: "Eu recomendaria os serviços do CEM para várias pessoas."; "Eu conversaria com meus amigos sobre o CEM"; "Eu tento falar para muitas pessoas sobre as qualidades do CEM"; "Eu faço muitas divulgações boca a boca sobre o CEM."; "Eu falaria coisas boas para as pessoas sobre o CEM.", pode-se observar que 69% dos respondentes concordaram, 17% discordaram e 13,44% se mantiveram neutros.

3.4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DA TEORIA SATISFAÇÃO DO PACIENTE

A teoria de satisfação do paciente obteve uma média geral de intenção de 82,67%. Esta

média resultou da análise das variáveis discutidas a seguir. Quando dada a afirmativa: "Eu gosto de utilizar serviços do CEM"; "Eu fico satisfeito ao utilizar os serviços do CEM"; "Se eu pudesse escolher, provavelmente voltaria a utilizar os serviços do CEM"; "Eu recomendaria os serviços do CEM para outras pessoas", pode-se observar que 79% dos respondentes concordaram, 10% discordaram e 11% se mantiveram neutros.

3.5 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DA TEORIA TANGIBILIDADE

A teoria da tangibilidade obteve uma média geral de intenção de 80%. Esta média resultou da análise das variáveis discutidas a seguir. Quando dada a afirmativa: "O CEM possui equipamentos modernos e atualizados."; "As instalações físicas do CEM são atraentes"; "Estou satisfeito com o serviço de limpeza do CEM"; "A sinalização dos consultórios e salas é suficiente."; "Os funcionários do CEM estão bem vestidos e têm boa aparência.", pode-se observar que 76% dos respondentes concordaram, 11% discordaram e 13% se mantiveram neutros.

3.6 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DA TEORIA CONFIABILIDADE

A teoria da confiabilidade obteve uma média geral de intenção de 77,03%. Esta média resultou da análise das variáveis discutidas a seguir. Quando dada a afirmativa: "Os exames e consultas acontecem no prazo combinado"; "Quando tenho um problema, os funcionários mostram interesse em solucioná-lo."; "O CEM realiza bem os serviços desde o primeiro atendimento"; "Os serviços oferecidos pelo CEM são realizados no tempo esperado"; "Os funcionários são bem instruídos para me atender.", pode-se observar que 74% dos respondentes concordaram, 14% discordaram e 13% se mantiveram neutros.

3.7 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DA TEORIA PRESTEZA

A teoria de prestação obteve uma média geral de intenção de 78,49%. Esta média resultou da análise das variáveis discutidas a seguir. Quando dada a afirmativa: "Os funcionários do CEM trazem exatamente a informação que eu pedi."; "Os funcionários solucionam meus problemas."; "Os funcionários estão dispostos a me ajudar se tenho problemas ou dúvidas."; "Os funcionários do CEM estão sempre livres para atender as minhas solicitações.", pode-se observar que 73% dos respondentes concordaram, 11% discordaram e 16% se mantiveram neutros.

3.8 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DA TEORIA SEGURANÇA

A teoria de segurança obteve uma média geral de intenção de 80,95%. Esta média resultou da análise das variáveis discutidas a seguir. Quando dada a afirmativa: "Os serviços oferecidos pelo CEM são confiáveis."; "Os funcionários estão preparados para responder às minhas perguntas."; "Os funcionários demonstram cortesia."; "Os funcionários do CEM demonstram segurança e domínio"; "o CEM oferece um serviço de qualidade.", pode-se observar que 79,3% dos respondentes concordaram, 8% discordaram e 13% se mantiveram neutros.

3.9 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DA TEORIA EMPATIA

A teoria de empatia obteve uma média geral de intenção de 77,77%. Esta média resultou da análise das variáveis discutidas a seguir. Quando dada a afirmativa: "O CEM tem funcionários que me dão atenção pessoal."; "O CEM tem horário de atendimento conveniente para todos."; "O CEM tem funcionários na quantidade e com a qualidade necessária para dar atenção pessoal aos pacientes."; "O CEM está comprometido com os interesses que eu manifesto."; "Os funcionários do CEM entendem as minhas necessidades específicas", pode-se observar que 71% dos respondentes concordaram,

17% discordaram e 11% se mantiveram neutros.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo geral identificar a percepção da qualidade com os serviços oferecidos aos pacientes do Centro de Especialidades Médicas de Caraguatatuba e, como objetivos específicos, analisou a percepção de qualidade no ambiente do atendimento, e avaliou a satisfação do paciente com esses serviços, tendo como objeto de pesquisa os pacientes ou pessoas que já receberam atendimento nele.

No constructo boca a boca, a média obtida foi de 76,93%, porém na afirmação “Eu faço muita divulgação boca a boca sobre o CEM ficou abaixo da média”, com 67,19%, e a afirmação “Eu falaria coisas boas para as pessoas sobre o CEM”, ficou acima da média com 85,71%.

No constructo Satisfação do Paciente, a média obtida foi de 82,67%, vale ressaltar que a afirmação “Eu fico satisfeito ao utilizar os serviços do CEM” ficou abaixo da média com 79,36%, e na “Eu recomendaria os serviços do CEM para outras pessoas” acima da média com 83,06%.

No constructo Tangibilidade, a média obtida foi de 80,00%, mas a afirmação “As instalações físicas do CEM são atraentes” ficou abaixo da média com 69,31%, e a “Os funcionários do CEM estão bem vestidos e têm boa aparência.” ficou acima da média com 88,35%.

No constructo Confiabilidade, a média obtida foi de 77,03%, vale ressaltar que a afirmação “Os exames e consultas acontecem no prazo combinado”, ficou abaixo da média com 73,01%. Mas a “Os funcionários são bem instruídos para me atender.” e a “O CEM realiza bem os serviços desde o primeiro atendimento” ficaram acima da média com 79,89% cada.

No constructo Presteza, a média obtida foi de 78,49%, a afirmação “Os funcionários do CEM estão sempre livres para atender às minhas solicitações” ficou abaixo da média com 75,13%. Mas a “Os funcionários solucionam meus problemas” ficou acima da média com 82,01%.

No constructo Segurança, a média obtida foi de 80,95%, porém a afirmação “Os funcionários do CEM demonstram segurança e domínio” ficou abaixo da média com 78,30%, e a “Os serviços oferecidos pelo CEM são confiáveis” ficou acima da média com 86,24%.

Por fim, o constructo Empatia ficou com média de 77,77%, a afirmação “O CEM tem funcionários na quantidade e com a qualidade necessária para dar atenção pessoal aos pacientes” ficou abaixo da média com 71,95%, porém a “O CEM está comprometido com os interesses que eu manifesto” ficou acima da média com 82,01%.

Como limitação da pesquisa é possível citar o baixo número de respondentes. À medida que a qualidade do serviço provém da avaliação geral de um desempenho, auferida no longo prazo, sugere-se a empresa treinamento aos funcionários e para trabalhos futuros novas pesquisas sobre empatia, e em como os pacientes podem ter mais confiança nos serviços, assim como em outras atividades oferecidas pela instituição para avaliação da qualidade do serviço oferecido.

Portanto, pode-se concluir que para melhorar a qualidade de serviços e atendimentos é preciso focar na satisfação ao utilizar os serviços do cem, nas instalações físicas do cem, o prazo combinado de consultas e exames, na presteza dos funcionários e na segurança e domínio sobre os assuntos em questão.

REFERÊNCIAS

- AAKER, David A.; KUMAR, V.; DAY, George S. **Pesquisa de Marketing**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2004.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- CHURCHILL JR., Gilbert A.; BROWN, Tom J.; SUTER, Tracy A. **Pesquisa básica de marketing**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- COZBY, Paul C. **Métodos de pesquisa em ciências de comportamento**. São Paulo: Editora Atlas, 2003.
- HAIR, J F.; CELSI, M W.; ORTINAU, D J.; BUSH, R. P. **Fundamentos de Pesquisa de Marketing**. 3. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.
- MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: Uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- MARCONI, Mariana de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.