



**FACULDADE DE ENGENHARIA,
LETRAS E CIÊNCIAS SOCIAIS DO SERIDÓ (FELCS)
CAMPUS CURRAIS NOVOS/RN
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ARTHUR FRANKLIN MENDES DE SOUZA

**AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS:
UM ESTUDO NO LABORATÓRIO DE ANÁLISES CLÍNICAS CEMED
EM CURRAIS NOVOS/RN**

**Currais Novos/RN
2020**

ARTHUR FRANKLIN MENDES DE SOUZA

**AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS:
UM ESTUDO NO LABORATÓRIO DE ANÁLISES CLÍNICAS CEMED EM
CURRAIS NOVOS/RN**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Dra. Andrea Cristina Santos de Jesus.

**Currais Novos/RN
2020**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

Sistema de Bibliotecas - SISBI

Catálogo de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial da Faculdade de Engenharia, Letras e Ciências Sociais do Seridó - FELCS - Currais Novos

Souza, Arthur Franklin Mendes de.

Avaliação da qualidade dos serviços prestados: um estudo no Laboratório de Análises Clínicas CEMED em Currais Novos/RN / Arthur Franklin Mendes de Souza. - 2020.

41 f.: il. color.

Monografia (graduação) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Faculdade de Engenharia, Letras e Ciências Sociais do Seridó, Graduação em Administração. Currais Novos, RN, 2020.

Orientador: Profa. Dra. Andrea Cristina Santos de Jesus.

1. Administração - Monografia. 2. Atendimento - Qualidade - Monografia. 3. Serviço - SERVQUAL - Monografia. I. Jesus, Andrea Cristina Santos de. II. Título.

RN/UF/BS - Currais Novos

CDU 658.64

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que contribuíram de forma direta e indiretamente com a produção deste trabalho acadêmico, em especial a minha esposa, meus familiares.

Agradeço ao Senhor Deus toda sabedoria e discernimento para concluir esta etapa do meu processo acadêmico.

RESUMO

O trabalho tem por objetivo de verificar o nível da qualidade dos serviços prestados pelo Laboratório Cemed, através da percepção e expectativa dos clientes (pacientes), utilizando-se do modelo SERVQUAL. Neste contexto, a pesquisa deteve-se em desenvolver-se uma pesquisa bibliográfica com estudos teóricos e históricos sobre a temática, desenvolvendo um estudo de campo, aplicando questionários a clientes da empresa que disponibilizaram de forma voluntária em participar da pesquisa, totalizando trinta (30) participantes. Na pesquisa foi possível verificar que os 31 anos de atuação no mercado Curraisnovense foram de suma importância para construir a confiança, credibilidade de serviços e manter-se atuante na área dos serviços prestados, necessitando no entanto após a análise dos resultados centrar em algumas melhorias para garantir uma melhor satisfação aos seus clientes, conforme apresenta-se nos resultados.

Palavras-chave: Atendimento, Qualidade, Serviço. SERVQUAL.

ABSTRACT

The objective of this work is to verify the level of quality of services provided by the Cemed Laboratory, through the perception and expectation of customers (patients), using the SERVQUAL model. In this context, the research focused on developing a bibliographic research with theoretical and historical studies on the theme, developing a field study, applying questionnaires to company customers who voluntarily made available to participate in the research, totaling thirty (30) participants. In the survey, it was possible to verify that the 31 years of experience in the Curraisnovense market were extremely important to build trust, service credibility and remain active in the area of services provided, however, after analyzing the results, focus on some improvements for guarantee a better satisfaction to its customers, as shown in the results.

Keywords: Attendance, Quality, Service. SERVQUAL.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01:	9
Figura 02:	10
Figura 03:	11
Figura 04	11
Figura 05	12
Figura 06	18

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	12
1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO	16
1.2.1 Geral	16
1.2.2 Específicos	16
1.3. JUSTIFICATIVA DO ESTUDO	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 CONCEITO HISTÓRICO SOBRE QUALIDADE DOS SERVIÇOS.....	14
2.2 DEFINIÇÃO DE QUALIDADE	16
2.3 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	19
2.4 SATISFAÇÃO DO CLIENTE	21
2.5 SERVIÇOS LABORATORIAIS	23
2.6 CONTROLE DE QUALIDADE	24
3 METODOLOGIA DA PESQUISA	26
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	28
5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	33
REFERÊNCIAS	34
ANEXO 1 QUESTIONÁRIO	35

1 INTRODUÇÃO

Atualmente no Brasil passa-se por um colapso no serviço de saúde, hospitais sucateados, salários atrasados e profissionais por vezes despreparados, refletem a atual situação do Serviço Público, que deveria prestar excelência para à população. O que vê hoje é uma sociedade cada vez mais insatisfeita e indignada por verem seus direitos de cidadão não passarem de uma teoria.

Por outro lado, o Serviço Privado tenta atender as necessidades dessa demanda, oferecendo um atendimento mais humanizado e ágil, diminuindo o tempo de espera e dando mais opções para que os pacientes possam encontrar mais eficácia em seu tratamento. Rothery (1993) enfatiza que “qualidade é a adequação ao uso. É a conformidade às exigências”. Neste contexto, o Serviço Privado busca ofertar mais qualidade seja em produto ou serviço. Infelizmente essas vantagens custam caro e muitos pacientes não tem outra alternativa a não ser esperar.

Contudo, vale salientar ainda que, a exigência de um usuário do Serviço Privado é bem maior que ao usuário do Serviço Público. Zenone (2003) enfatiza que a exigência cada vez mais buscada pelos clientes traz como consequências maiores desafios para as empresas desenvolverem suas atividades, tendo que reestruturar seus processos na atuação no mercado e modificando-se de acordo com o perfil de cada cliente.

A avaliação dos serviços prestados nos setores, sejam eles públicos ou privados, são necessários para nortear a busca de melhoras. No que se refere à saúde, apesar de existir uma série de dificuldades para avaliar a qualidade nesta área, há a necessidade de escolher sistemas de avaliação e indicadores de desempenho adequados para apoiar a administração destes serviços. Neste contexto, a busca por qualidade pelos serviços de atenção à saúde é uma necessidade técnica e social, e a adoção de um sistema de gestão da qualidade é uma decisão estratégica das organizações (QUINTO NETO, 2000).

Esta decisão, passa pela visão da empresa, para Bogmann (2000) a empresa precisa ter como foco principal o seu cliente. É preciso identificá-los e compreendê-los a fim de encontrar a melhor maneira de atraí-los, aumentando sua fidelidade. Pretende-se então responder com este trabalho a seguinte pergunta: qual é a percepção dos pacientes da Clínica Cemed em relação á qualidade do atendimento?

A principal contribuição é levantar informações essenciais para o aprimoramento dos processos, buscando sempre o atendimento cada vez mais humanizado.

No atual cenário esse assunto vem sendo muito discutido e compreendê-lo é de suma importância para o bem-estar da sociedade. O estudo em questão poderá auxiliar as práticas dos profissionais de saúde no atendimento aos pacientes, melhorando assim, as relações com a sociedade em geral.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

O Laboratório de Análises Clínicas-Cemed está localizado no município de Currais Novos, no interior do estado do Rio Grande do Norte, a aproximadamente 180 Km da capital. A Cemed tem como objetivo oferecer serviços laboratoriais e clínicos para atender às necessidades de clientes com qualidade, precisão nos resultados, credibilidade e atualização constante em tecnologia e inovação.

O início de suas atividades deu-se em 1989 e hoje atende várias regiões seridoenses. A administração do Laboratório Cemed é compartilhada pela Bioquímica Cleide Barbosa de Macêdo e seu filho, Roberto César Barbosa de Macêdo, também bioquímico. Ambos possuem uma gestão humanizada e diferenciada, por se tratar de um negócio destinado em prevenir e tratar doenças.

Figura 1: Dra. Cleide e Dr. Roberto - Fonte: Lab. Cemed de Anal. Clín. Ltda.



Fonte: Lab. Cemed de Anal. Clín. Ltda,2019.

O Laboratório Cemed esta situado na Avenida Teotônio Freire, nº 878, Bairro JK, na cidade de Currais Novos - RN. O presente trabalho centrou seu desenvolvido no setor de entrega de resultados laboratoriais. É uma das portas de entrada dos pacientes na Clínica Cemed, destinado ao atendimento direto ao usuário.

Figura 2: Prédio- Laboratório Cemed – Fonte: Lab. Cemed de Anal. Clín. Ltda.

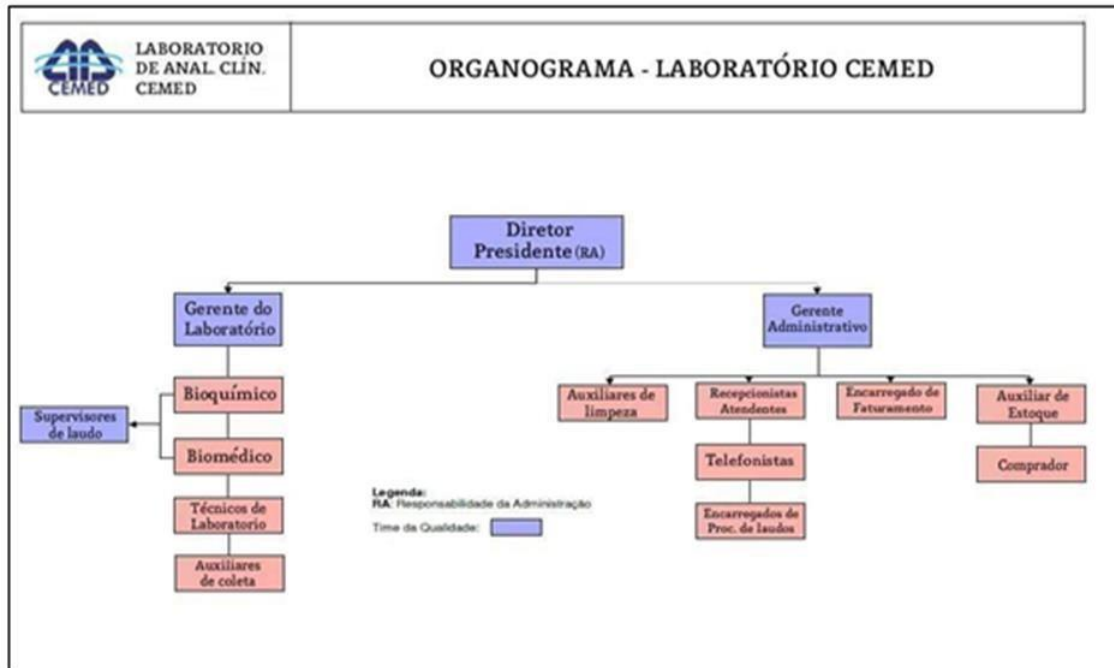


Fonte: Lab. Cemed de Anal. Clín. Ltda, 2019

Para suprir as necessidades de uma expressiva parcela de cidades vizinhas como Bodó, Cerro Corá, Lagoa Nova e Tenente Laurentino, a Cemed ampliou o seu atendimento através de duas novas unidades: A Cemed Essencial, situada no centro de Currais Novos/RN e a Cemed Grupo Center, situada em Lagoa Nova/RN. As novas unidades significam a geração de novos empregos e renda aquecendo a economia da região. A empresa visa consolidar a sua marca com atendimento de qualidade e eficiência.

A Cemed tem como missão aprimorar a cada dia sua prestação de serviços e o tratamento especializado, resgatando as melhores condições físicas e emocionais de cada paciente que procura os seus profissionais, utilizando-se das mais avançadas técnicas da medicina. A empresa investe sempre em tecnologia e novos equipamentos em seu laboratório, ofertando novos exames com diagnósticos mais precisos.

Figura 3: Organograma Laboratório Cemed



Fonte: Lab. Cemed de Anal. Clín. Ltda,2019.

Dispõe de atendimento especializado nas mais diversas áreas da medicina, atendendo, inclusive, pacientes que precisam realizar exames de alta complexidade. Possui uma equipe de profissionais qualificados, juntamente com multiprofissionais, responsáveis pelo bom atendimento e acolhimento ao paciente.

Figura 4: Dra. Larissa e Dr Roberto – Fonte: Lab. Cemed de Anal. Clín. Ltda.



Fonte: Lab. Cemed de Anal. Clín. Ltda, 2019.

Figura 5: Equipe de trabalho – Fonte: Lab. Cemed de Anal. Clín. Ltda



Fonte: Lab. Cemed de Anal. Clín. Ltda, 2019.

1.1 OBJETIVOS DO ESTUDO

1.1.1 Geral

Verificar o nível da qualidade dos serviços prestados pelo Laboratório Cemed, através da percepção e expectativa dos clientes (pacientes), utilizando-se do modelo SERVQUAL.

1.1.2 Específicos

- Definir, de acordo com a literatura da área, o conceito de qualidade e satisfação no serviço prestado;
- Mensurar o nível das dimensões da qualidade dos serviços, baseado no modelo SERVQUAL;
- Identificar os principais problemas apontados pelos usuários do serviço;

- Sugerir mudanças para o aprimoramento das eventuais falhas encontradas a partir da pesquisa direta.

1.3. JUSTIFICATIVA DO ESTUDO

Justifica-se a importância deste trabalho por trazer reflexões sobre a qualidade no atendimento prestado na área da saúde do serviço privado, já que é uma área que sofre muitas críticas pela insatisfação dos clientes, em que os mesmos encontram-se fragilizados e com necessidades diversas.

Além disso, é muito importante mensurar a satisfação do cliente em qualquer área. FRANKENTHAL (2018) destaca que, seja qual for o setor, empresas com clientes descontentes ficam em situação crítica e tem menos chances de atingir os resultados esperados. Dessa forma medir essa satisfação e pôr em prática as melhorias analisadas trazem inúmeros benefícios, além dos gestores tirarem aprendizados valiosos desse tipo de estudo.

A avaliação da qualidade dos serviços prestados aos usuários pela organização auxilia os gestores na tomada de decisão e na implantação de melhorias a este atendimento.

É de grande importância a busca do aprimoramento no serviço de saúde, seja ele público ou privado. O estudo em questão trará uma reflexão sobre as práticas dos profissionais de saúde no atendimento aos pacientes, buscando fornecer subsídios para os mesmos. Esse trabalho se justifica também por possibilitar ao discente a aplicação dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Administração.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONCEITO HISTÓRICO SOBRE QUALIDADE DOS SERVIÇOS

Oferecer produtos ou serviços que superem as expectativas do consumidor é um conceito mais antigo do que imaginamos. Em 2150 a. C. O código de Hamurabe preocupava-se com a qualidade das construções das casas, onde os construtores eram punidos se a mesma desmoronasse e causasse algum dano. Preocupações com a qualidade são observadas na cultura dos romanos e fenícios. A produção de alguns produtos deveriam seguir algumas especificações.

De acordo com Alfredo Lobo (2002) nos séculos XVIII e XIX a qualidade era relacionada ao conhecimento individual de cada trabalhador. Um artesão, por exemplo, acompanhava o processo de fabricação do produto, corrigindo possíveis falhas e garantindo que este se tornaria uma boa venda. Com a evolução do mercado e a necessidade de uma produção em massa, os artesões foram sendo substituídos pela mão-de-obra não especializada e barata. As organizações procuravam uma maior produtividade e menos gastos, o que gerou uma diminuição da qualidade dos produtos fabricados.

Com a criação das máquinas a vapor a produção ficando mais acelerada houve uma fomentação no desenvolvimento, a produtividade foi aumentando consideravelmente. Os espaços físicos precisaram ser adaptados e o homem passou a operar as máquinas, determinando a velocidade da produção. Dessa forma, o serviço passou a ser padronizado e o contato com o consumidor era mínimo. Percebeu-se então, a necessidade de melhorar o processo produtivo. Com as contribuições de Fayol e Taylor a administração das empresas pôde ser analisado e foi observado seus pontos críticos.

Segundo Chiavenato (1983), no século XX a administração científica surgiu com a necessidade da busca de meios para resolver problemas que afetavam diretamente a produção. Frederick Taylor criou um processo de inspeção onde o mesmo era responsável em manter a qualidade.

Em 1931 é criado o controle estatístico da qualidade, através da publicação do livro *Economic control of quality of manufactured product* (Shewhart, 1931). Ele observou que a inspeção individual dos produtos era impossível, já que a demanda era muito alta. Ele então desenvolveu o sistema de amostragem.

Em 1927 e 1932 ocorreu grande avanço organizacional através de experiências coordenadas por Elton Mayo, onde a empresa passou a ser mais humanizada. O foco passou a ser as relações humanas, os aspectos emocionais dos funcionários e seus comportamentos sociais. Foi observado que o colaborador motivado gerava uma maior produtividade.

Por volta de 1980 as empresas passaram a operar seguindo as normas da ISO (International Organization for Standardization), que são boas práticas e a padronização de produtos e serviços. Ariele (2015) enfatiza que estas normas buscam a melhoria da qualidade e o desenvolvimento das organizações. Para a empresa implantar as normas da ISO é preciso que ela passe por um projeto dividido em fases. Dessa forma ela irá se adequar às regras e estará candidata ao certificado. As normas da ISO englobam técnicas do Taylorismo e Fordismo e são uma evolução na qualidade, fazendo com que as empresas alavanquem seus resultados.

Porém, esse tipo de gestão trouxe alguns problemas para os gestores. O colaborador era sujeito a cumprir normas e procedimentos de difícil compreensão, o que comprometia o bem-estar dos empregados. O clima organizacional tornou-se hostil, além da desmotivação causada pelos baixos salários.

Segundo Camila (2004) as empresas buscaram aumento da produtividade e da qualidade no Brasil em 1990, com a abertura do comércio ao mercado internacional. Foi criado o Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade (PBQP), onde foram incluídos novas técnicas de produção, como a Qualidade Total. A Qualidade Total baseia-se na melhoria contínua dos processos organizacionais, envolvendo todos os setores na empresa e o meio externo.

No Brasil, a partir do início da década de 90, vem sendo observado um grande movimento em prol da melhoria da qualidade de produtos e serviços. A criação pelo Governo Federal do Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade, a abertura econômica, que expôs as empresas brasileiras a um ambiente de grande competição, a evolução do cidadão brasileiro enquanto consumidor, que passou a exercer mais plenamente seus direitos e deveres, e a estabilização da moeda foram fatores indutores e decisivos para esse movimento. (LOBO, 2002, p.2)

Hoje a globalização da economia exige mudanças nas organizações. O mercado possui clientes cada vez mais exigentes, o que o torna cada vez mais competitivo. Investir em qualidade dos serviços e produtos mantém as empresas firmes e preparadas para os desafios do mercado, além de ser um diferencial

competitivo capaz de gerar desenvolvimento corporativo para as organizações. Processos realizados com qualidade possibilita maiores chances de acertos para o gestor, fazendo com que as empresas atinjam o máximo de eficiência e eficácia.

2.2 DEFINIÇÃO DE QUALIDADE

A fim de dar prosseguimento ao trabalho, faz-se necessário conceituar o termo qualidade, já que é um termo bastante utilizado no nosso cotidiano, mas que possui vários significados. A qualidade geralmente é associada à eficácia, produtividade e competitividade, porém, ela também pode ser representada pelo nível de satisfação dos clientes de acordo com suas necessidades. Já, para outros, a qualidade está no valor associado ao produto, como preço, desempenho técnico, durabilidade entre outros.

O conceito qualidade evoluiu ao longo do século XX, passando pelo entendimento de qualidade focada no produto, através da perfeição técnica. Ao longo do tempo sua conceituação pode ser definida pela satisfação dos clientes, adequando um conjunto de características distintas que podem ser associadas tanto ao produto como a conformidade de cada cliente. (CARPINETTI, 2010). Observando essas definições, percebe-se que a qualidade pode ser definida através de suas características e parâmetros.

Por essa perspectiva, um produto de qualidade é aquele que no mercado apresenta o desempenho esperado a um preço aceitável (ou se possível, avaliar, a um custo de vida aceitável), e internamente à empresa apresenta um nível de conformidade adequada a um custo aceitável (CARPINETTI, 2010. p. 15)

Neste contexto, destaca-se que, a gestão da qualidade é usada como estratégia competitiva nas empresas em geral. A sua administração visa a melhoria contínua, onde o princípio essencial é, o foco no cliente. É preciso conhecer o consumidor do seu produto ou serviço. O cliente precisa ser o foco principal da empresa. Para isso é preciso indentificar suas necessidades, além de definir quais os requisitos para atingir suas expectativas. A eficácia do seu atendimento esta ligada diretamente ao grau de conhecimento que você terá do seu cliente.

Muitos empreendimentos se iniciam e fracassam por falta de conhecimento em seus clientes. É preciso que haja esforço e comprometimento mútuo na

identificação e no bom relacionamento com o usuário do seu produto ou serviço. O envolvimento de todos ajudará a atender as expectativas do mercado, além de auxiliar na melhoria dos produtos e processos. Dessa forma, percebe-se que para que uma empresa sobreviva e se destaque no mercado atual, ela precisa olhar para o seu cliente, observar o que ele realmente necessita, procurando sempre a sua satisfação. (CARPINETTI, 2010)

Para atingir o mais próximo possível da qualidade exigida pelo cliente é preciso entender também como funcionam os processos de sua empresa. Não adianta possuir as melhores ferramentas e as mais modernas estruturas se, internamente, os processos não estejam alinhados à equipe.

Os colaboradores precisam estar engajados e direcionados. Uma equipe que entende melhor como funciona as atividades de sua empresa atinge os resultados mais rapidamente. Os processos de uma empresa correspondem as atividades de processamento físico e de informação.

Um processo pode ser entendido como uma atividade que transformam uma ou mais entradas (informação, material) em uma ou mais saídas, através da agregação de valor à entrada e utilizando-se de recursos organizacionais. Portanto, um processo se caracteriza por entradas e saídas, atividades e relacionamentos ou fluxos, de material e/ ou informação. (CARPINETTI, 2010. p. 36).

Estes processos precisam ser administrados com eficácia, onde o gestor precisa saber exatamente como direcionar sua equipe para prestar os serviços que garantam a efetividade destes processos.

Nos dias atuais a qualidade no serviço é essencial para a sobrevivência da empresa, principalmente na área de saúde, que é uma área tão frágil e carente do nosso país. Nesse contexto os indicadores estatísticos de qualidade são fundamentais para aprimoração da qualidade dos serviços, pois descrevem a situação atual de um problema, além de deixar mais claro quais medidas precisam ser tomadas para que seja solucionado.

Figura 6: Relacionamento entre princípios de gestão da qualidade



Fonte: CARPINETTI, 2010.

Centrando nestes pontos destacados por Carpinetti, é possível uma gestão de qualidade, primando por uma mesma visão da empresa, uso adequado de materiais e objetos precisos, atenção ao cliente, avaliação dos serviços.

A garantia da qualidade é uma função da empresa que tem por finalidade confirmar se todas as atividades estão sendo conduzidas da forma requerida. Portanto, a garantia da qualidade na empresa, é a função que visa confirmar se todas as ações necessárias para o atendimento das necessidades dos clientes estão sendo conduzidas de forma completa. (VIEIRA, DETONI, BRAUM, SANTOS)

A maioria das empresas que prestam serviços de saúde possui grande deficiência no uso da tecnologia e informação (TI). O simples fato de uma automação em seus processos traria consequências profundas e muito rápidas para a empresa.

2.3 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Atualmente, o setor de serviços de saúde vem aumentando constantemente no Brasil, em especial as análises clínicas, representando uma importante fonte econômica no mercado brasileiro (SEBRAE, 2015). Assim, devido ao crescimento da competitividade e as exigências de cada cliente, a satisfação dos mesmos são fatores

essenciais e recebem cada vez mais atenção durante a execução de um exame laboratorial.

Nos últimos tempos percebe-se uma importante evolução nos serviços de saúde tendo em vista a crescente exigência dos clientes. Dessa forma as organizações buscam uma melhoria contínua em seus processos e serviços, passando a ser uma conduta na maioria das organizações.

Carla (2010) enfatiza que nos laboratórios clínicos, essa realidade está cada vez mais presente, onde para manter um padrão de qualidade é necessário atender todas as exigências de cada cliente específico. O laboratório clínico deve dar segurança no serviço prestado, de forma consistente. As informações repassadas devem satisfazer as necessidades do cliente, além de oferecer agilidade no resultado e uma avaliação correta, já que o cliente busca tratamento de saúde. A área da saúde possui clientes diferenciados. O tratamento que deve ser dado para os mesmos precisa ser de forma respeitosa e com toda atenção possível, pois eles encontram-se muito fragilizados. Geralmente a grande demanda de usuários nesse setor gera uma demora no atendimento, o que traz muitas reclamações e insatisfação (CARLA 2010).

Os usuários e clientes são importantes em empresas de prestação de serviços de saúde, pois existe uma busca por um serviço que atenda as suas necessidades e preferências. Isso é a principal motivação dos clientes nessa área. Os laboratórios clínicos devem, portanto, respeitar o paciente, dando a atenção que ele busca, além de entregar resultados de exames que sirvam para se fazer um diagnóstico mais preciso. Dessa forma é importante oferecer serviços que superem as expectativas, não atendendo apenas as suas necessidades (MARTELLI, 2011).

Uma análise laboratorial realizada com clareza, precisão e rapidez contribuem diretamente para a preservação e restauração da saúde do usuário, além de valorizar a assistência médica e desenvolvendo um melhor serviço prestado. O laboratório de análises clínicas deve alinhar os seus processos para que garanta a segurança nas informações passadas além de assegurar consistência e confiabilidade na avaliação clínica. Para que as necessidades dos clientes sejam atendidas é essencial uma realização correta de diagnóstico e tratamento.

O paciente deve receber um resultado seguro e de qualidade e a credibilidade do laboratório é muito importante. “A busca constante pela qualidade dos exames laboratoriais é um caminho que deve ser realizado por todos os laboratórios clínicos

que buscam o sucesso e um des taque no mercado consumidor” (SANTOS1, ZANUSSO JUNIOR2, 2015, p. 8) Portanto, um laboratório que considera técnica e controle pode agregar valor, oferecendo às pessoas um tratamento bem mais humanizado.

O laboratório clínico que der uma especial atenção a aspectos de humanização no atendimento aos seus clientes, com esmero e efetividade, estará de fato criando valor no seu trabalho, para aquele cliente direto que é o seu paciente, reduzindo sua sensação de “mal necessário”, o que aumentará a fidelização do mesmo. A qualidade no atendimento laboratorial humanizado favorece a fidelização do paciente ao laboratório (BARQUES 2012, p. 23).

Carla (2010) destaca que para atingir esse nível de satisfação é de extrema importancia controlar todos os processos, indentificando possíveis falhas que possam vir a acontecer. Se essas falhas ocorrerem, o laboratório deve ser capaz de minimizar as consequencias desses erros. Dessa forma os custos e desperdícios são evitados, aumentando a produtividade e consequentemente a competitividade no mercado.

Assim, a garantia da qualidade nos serviços de um laboratório de análises clínicas será alcançada com o controle total de todas as etapas dos processos que inicia com a recepção do cliente e vai até a entrega do resultado ao mesmo.

O atendimento desde a chegada do paciente até a sua saída do hospital, assim como possuir um sistema de aferição da satisfação do cliente fazem com que os hospitais tenham um feedback de seus serviços prestados e assim possam investir em melhorias que irão beneficiar tanto a empresa quanto os pacientes (GOMES, NASCIMENTO, OLIVEIRA, FERREIRA 2015, p. 15).

Dessa forma, para que seja dado um atendimento de qualidade e que satisfaça o paciente é primordial saber suas necessidades e feedback. Quando o paciente percebe a preocupação que a empresa dá às suas necessidades ele se sente mais seguro e a empresa consegue fidelizar mais clientes.

Outro fator importante é a verificação desse nível de satisfação dos clientes. Esse controle pode ser feito através de várias ferramentas, como uma simples pesquisa de satisfação, por exemplo. Para Gonçalves (2016) os dados coletados devem ser observados com muita atenção e postos em prática, pois ao contrário será perda de tempo e dinheiro. Ele aborda ainda a atenção que deve ser dada na escolha do tipo de pesquisa, pois assim teremos informações mais precisas acerca da

problemática. O mesmo afirma que devem ser tomadas decisões de acordo com o levantamento dessas informações e que elas servirão de segurança demonstrando que o entrevistado terá sua opinião levada em consideração na melhoria dos processos da empresa.

É essencial que a pesquisa seja levada a sério pelos pacientes, afinal, eles não vão confiar em uma ação que nem a própria equipe da clínica dá importância. Ou seja, se a clínica possui uma pesquisa em andamento, os colaboradores que têm contato direto com o cliente devem estimular a participação, principalmente na recepção (GONÇALVES 2016).

A satisfação no atendimento interfere diretamente no tratamento dos pacientes. Dessa forma, se existir qualidade no atendimento prestado existirá também um alto nível de satisfação dos pacientes. Os dados coletados nas pesquisas de satisfação devem ser analisados de forma humanizada e com qualidade. Os resultados apontarão pontos onde deve haver melhorias como acessibilidade e eficácia no atendimento (UEMURA, VELASCO 2009)

Lima (2016) afirma que é preciso elaborar um questionário conciso, de maneira que leve o entrevistado a indicar os pontos que precisam ser analisados e melhorados. Segundo ele a opinião do paciente deve ser levada em consideração, pois o melhoramento fará com que ele retorne quando necessitar e provavelmente o fidelizará. O autor demonstra a importância de dar aos clientes esse canal de feedback, pois assim evitará outras formas do mesmo expressar a sua opinião acerca da qualidade do atendimento, o que pode chegar a prejudicar a imagem da empresa.

2.4 SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Com o aumento da competitividade e o crescimento do processo de globalização, se tornou cada vez mais difícil a permanência de qualquer empresa no mercado. Os clientes buscam mais qualidade nos serviços e produtos, comprando de maneira mais racional e utilizando a tecnologia para encontrar exatamente o que vai satisfazer sua necessidade. Somente organizações que satisfazem seus clientes conseguem destaque em seu segmento.

Clientes insatisfeitos colocam empresas de todos os segmentos em estado de alerta, pois a base que se mostrava sólida pode rapidamente se desfazer

e derrubar os resultados. Líderes empresariais que reconhecem a importância de medir a satisfação do cliente têm muito a ganhar (FRANKENTHAL 2008, p. 12).

A importância que a organização dá aos seus clientes está diretamente ligada ao seu sucesso ou insucesso. BRANDÃO (2019) destaca que produtos que são satisfatórios hoje, em pouco tempo podem se tornar não satisfatórios para seu cliente, o que reforça a relevância da percepção dos mesmos.

Para atingir a satisfação dos clientes as organizações devem atender seus consumidores sanando suas necessidades, buscando superar suas expectativas. Uma empresa que preocupa-se em manter a satisfação do seu cliente constrói um relacionamento a longo prazo, o que facilita o atendimento de suas necessidades. Um cliente satisfeito fideliza-se, além de recomendar para outras pessoas.

Por outro lado um cliente insatisfeito pode interferir negativamente nos resultados da empresa. A insatisfação pode ser gerada por alguma falha de atendimento ou falha no produto, por isso medir a satisfação do cliente é fundamental.

A satisfação do comprador é uma função diretamente relacionada entre as expectativas do produto e o desempenho percebido do produto". A avaliação da satisfação do cliente em relação aos serviços prestados é uma forma de evitar clientes insatisfeitos, corrigindo antecipadamente eventuais falhas. Uma das maneiras mais utilizadas para avaliar a satisfação de clientes tendo sido a pesquisa de marketing (KOTLER, 1995, p.182),

Para Frankenthal (2008) ao mensurar a satisfação do consumidor a empresa poderá identificar as causas da insatisfação, além de compreender qual serviço ou produto é mais valorizado pelo cliente. Com essas informações o gestor terá mais facilidade em aplicar estratégias para melhorar os processos da organização. Uma simples pesquisa de satisfação identificará os pontos fortes e fracos de seu negócio. Ouvir aqueles que consomem o seu produto e serviço é preocupar-se em sempre oferecer o melhor para o mesmo.

Uma vez identificado os pontos críticos, as mudanças precisam ser implementadas. Empresas que utilizam tais informações e buscam melhoramento contínuo conseguem minimizar falhas futuras, além de ganhar clientes fidedignos que confiam mais na sua marca. (FRANKENTHAL 2008).

Frankenthal (2008) enfatiza que os avanços das redes sociais facilitou a propagação do marketing positivo e negativo da sua marca. Um cliente satisfeito irá

fazer comentários e depoimentos sobre sua empresa, recomendando o seu serviço ou produto. Conseqüentemente novos clientes se interessarão em conhecer e consumir na sua empresa.

O desafio de conquistar a satisfação do seu cliente é alcançado quando entendemos nosso consumidor e oferecemos o que realmente ele necessita. A busca das informações necessárias servirá como bússola para seu negócio e mostrará o caminho mais adequado para atingir os melhores resultados.

2.5 SERVIÇOS LABORATORIAIS

O intenso desenvolvimento da tecnologia trouxe profundas transformações para todos os setores da economia, em especial a área da saúde. Os avanços científicos, o surgimento de novas técnicas e equipamentos exigem hoje um profissional cada vez mais capacitado. Para atender as necessidades dos seus consumidores os gestores da área de saúde enfrentam vários desafios, tanto técnicos quanto administrativos. (BECKER 2004).

Os laboratórios de análises clínicas são estabelecimentos que realizam exames laboratoriais, sendo responsáveis pela coleta e manejo de material humano. De acordo com a Portaria nº 407/2002 – Laboratórios de Análises Clínicas - 02/ 05/ 2002, são considerados procedimentos de coleta de material humano os que envolvem sangue, suor, urina, fezes, lesões, secreções, entre outros materiais necessários para exame diagnóstico. O mesmo deve atender as normas sanitárias estabelecidas para funcionamento.

Os laboratórios podem realizar coletas domiciliares que consistem na prestação de procedimento de coleta de material humano em residências, geralmente de pessoas com dificuldades de locomoção.

A Portaria nº 407/2002 – Laboratórios de Análises Clínicas - 02/ 05/ 2002 ressalva que um laboratório de análises clínicas deve fornecer um laudo técnico, que pode ser impresso ou digital padronizado, possuindo a identificação do profissional responsável pela análise clínica, previstos na norma técnica e na legislação em vigor.

Todo laboratório de Análises clínicas deverá funcionar obrigatoriamente mediante licença sanitária, emitida pelos órgãos sanitários competentes. A coleta dos materiais biológicos deverá ser realizada por técnicos em análises clínicas, que são profissionais capacitados para atuar em hospitais e outras unidades de saúde. As

análises dos materiais colhidos devem ser realizadas por profissionais especializados como bioquímicos, biomédicos e farmacêuticos.

Por manter um contato próximo aos pacientes, estes técnicos precisam aplicar um atendimento humanizado, no qual exista empatia, desde o início da coleta, até a entrega do resultado. (blog.diagnosticodobrasil 2019). Os laboratórios de análises clínicas são fundamentais para a realização de exames distintos que investigam o estado de saúde de um indivíduo, auxiliando e dando suporte para que a sociedade esteja com a saúde em dia. Seja na esfera pública e privada esses espaços necessitam exercer suas atividades com ética profissional e com um atendimento humanizado, garantindo que os exames chegarão da melhor forma ao paciente.

2.6 CONTROLE DE QUALIDADE

O laboratório clínico para desenvolver suas atividades se faz preciso ter como foco a prestação dos seus serviços com segurança e qualidade, para tanto, a melhoria contínua dos processos na rotina laboratorial é primordial, a segurança do paciente, o material utilizado adequadamente, e principalmente o controle de qualidade destes. Chaves (2010) destaca que estas observações são importantes para evitar erros, outrora já ocorrido, evitando consequências e recorrências.

O conceito de controle de qualidade é definido como técnicas e atividades operacionais empregadas para monitorar a execução dos requisitos da qualidade especificados. Adicionalmente, controle externo da qualidade, compreende a avaliação do desempenho de sistemas analíticos por meio de ensaios de proficiência, análise de padrões certificados e comparações interlaboratoriais (SANTOS & ZANUSSO JUNIOR, 2015, p.3).

Para tanto, o controle interno focado na qualidade norteia procedimentos busca realizar exames com pacientes, destacando-se que estas amostras permite verificação do analítica do sistema dentro dos limites já estabelecidos.

O controle interno da qualidade é um controle intralaboratorial que analisa diariamente as amostra-controle que possuem valores conhecidos com o objetivo de avaliar a precisão dos ensaios realizados no laboratório clínico. Desta forma, permite avaliar se o funcionamento dos procedimentos laboratoriais são eficientes e confiáveis e se fornecem resultados válidos, que

colaboram para o estabelecimento do diagnóstico pelo clínico (LOPES, 2003 apud (SANTOS & ZANUSSO JUNIOR, 2015, p.3).

Vale assim, destacar que estes processos devem ser monitorados fazendo comparações entre amostras de controles com as amostras dos clientes, construindo assim, informações. O desempenho dos processos analíticos pode ser monitorado analisando as amostras-controle juntamente com as amostras dos clientes.

Assim, após a obtenção dos dados, um gráfico de controle pode ser construído a partir da média e desvio padrão, de modo a verificar se os valores estão dentro dos limites de controle, para que os resultados dos pacientes não precisem serem suspensos. As Boas Práticas de Laboratórios regulam através de normas o funcionamento, organização e as condições que as análises laboratoriais, norteadas pelo planejamento, o armazenamento, liberação, preservação, descartes e arquivamento de resultados. Essas normas incluem as atividades pré-analíticas, analíticas e pós-analíticas (SOUZA & AMOR, 2010)

Desta maneira, cabe aos laboratórios relamente realizar a avaliação externa da sua qualidade, para encontrar demonstrativos exatos e a validade do seu sistema de qualidade, de modo a garantir a confiabilidade do seu processo técnico científico.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Trata-se de Trabalho de Conclusão de Curso realizado sob forma de pesquisa quantitativa. O estudo foi realizado em uma das principais referências em saúde da região. O Laboratório de Análises Clínicas Cemed, conforme previamente mencionado, situado em Currais Novos-RN.

Para a análise da percepção da qualidade dos serviços do estabelecimento citado, utilizar-se-á a escala SERVQUAL como instrumento de pesquisa. A escala SERVQUAL foi desenvolvida com o intuito de medir a satisfação do cliente com relação a diferentes pontos da qualidade de serviços, e esta ferramenta de medição foi desenvolvida por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988). Os autores afirmam que essa ferramenta permite ao cliente avaliar a instituição, a partir de sua expectativa inicial e da avaliação pós-compra.

Através dessa ferramenta, leva-se em conta a percepção do atendimento recebido, assim, como a visão do que seria o atendimento correto para o cliente e a percepção pós atendimento, isto é, se o que ele esperava receber foi atendido. Basicamente, a escala contempla 22 itens de expectativas, além de 22 itens de percepção, os quais refletem, de fato, as cinco dimensões da qualidade que compõem a escala, sendo elas confiabilidade, responsabilidade, segurança, empatia e tangibilidade. No processo de elaboração da escala, devem ser levadas em conta as cinco dimensões principais, e, dentro destas dimensões, serão estipulados 22 atributos que serão avaliados em uma escala de sete pontos.

A escala de pontuação varia extremamente, sendo que a resposta poderá ficar em forte discordância até forte concordância (GRÖNROOS, 2009). Após a tabulação dos dados, devem ser calculadas as médias de cada uma das dimensões da qualidade e, na sequência, aplicados os resultados na fórmula do GAP, que seria a média da percepção, menos a média da expectativa.

Segundo DAVIDSON (2017), a escala SERVQUAL estima a qualidade do serviço em números exatos e auxilia a gestão baseando-se nas expectativas dos clientes em confronto com a percepção do mesmo em relação à empresa. Além disso, a SEVQUAL avalia as cinco dimensões da qualidade no tocante à tangibilidade, confiabilidade, segurança, presteza e empatia. Esses dados facilitam a tomada de decisão na gestão empresarial.

A pesquisa, do tipo exploratória e descritiva, foi realizada no período de 01 a 30 de abril de 2020, aplicada à população de clientes e pacientes da clínica Cemed, do qual houve 30 participantes, de acordo com a disponibilidade do cliente. O método de coleta de dados foi a aplicação de questionários que continham 22 questões objetivas. Tais questões se atribuíram notas de 1 a 6 em relação à qualidade dos serviços da empresa sob as concepções da expectativa e da realidade.

Através desses dados colhidos foi possível analisá-los, comparando os níveis de expectativa e percepção verificados pelos clientes e pacientes. Por meio dessa comparação foi possível mensurar o gap (diferença).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os dados obtidos nos questionários aplicados aos clientes da clínica Cemed, do qual tiveram a participação de forma voluntária será discutido seus dados com as visões paralelas dos 30 clientes participantes. O questionário na sua primeira parte refere-se a expectativa que o cliente tinha para com a empresa em seu atendimento, considerando aspectos de informações antes já obtidas, como referências, preço, acessibilidade, outros.

A primeira análise de dimensão foi sobre Tangíveis destacando os equipamentos, as instalações, aparência dos colaboradores e o tipo de negócios. Dos 30 participantes, neste item inicial de expectativas a média obtida foi de

Quadro 1: Expectativa do cliente sobre tangíveis

Dimensão	Nº	Pergunta da área	1ª Entrevista (Empresa ideal)	2ª Entrevista (Avaliação da sua empresa)	Qualidade
Tangíveis	1	O equipamento é atualizado	5,70	4,80	-0,90
	2	As instalações físicas são visualmente atraentes	5,00	5,50	0,50
	3	Os empregados estão bem-vestidos/arrumados	4,40	5,80	1,40
	4	A aparência das instalações físicas é condizente com o tipo de negócio da prestadora de serviços	4,40	6,00	1,60
	Média Final da Dimensão				0,65

Fonte: Dados obtidos pelo pesquisador. 2020.

Ao observar sobre as expectativas criadas pelos 30 clientes anteriormente com relação aos pontos abordados para com a Cemed, em relação ao laboratório de análises, apresentou uma média de 5,7. Posteriormente após o atendimento ao ser atendido a média da avaliação da empresa em termos aos itens tangíveis teve uma diminuição, sendo este o único quesito negativo com -90 na qualidade do cliente.

A apresentação de pessoas ou a própria auto apresentação é também uma questão de etiqueta, podendo envolver, superficialmente, questões de protocolo. É um ato simples, presente no nosso dia a dia e se inicia com os contatos sociais ou profissionais (SALGADO, 2010, p. 140).

Os demais itens na visão do cliente tiveram um crescimento de pontuação, representando assim, a satisfação do cliente com relação aos demais quisitos.

Com relação a confiabilidade no trabalho prestado pelo Laboratório de Análises da empresa Cemed, obteve-se as seguintes pontuações:

Quadro 2: Análise da confiança dos cliente para com os laboratório Cemed

Dimensão	Nº	Pergunta da área	1ª Entrevista (Empresa ideal)	2ª Entrevista (Avaliação da sua empresa)	Qualidade
Confiabilidade	5	A empresa atende os cronogramas prometidos (envio de propostas, orçamentos, contato com o cliente)	5,80	6,00	0,20
	6	A empresa tem interesse em resolver os problemas do cliente	5,00	5,80	0,80
	7	Os profissionais da empresa são bem qualificados	5,5	5,8	0,30
	8	A empresa presta o serviço na data combinada	4,00	4,80	0,80
	9	A empresa mantém registros de tudo que envolve o serviço	5,50	6,00	0,50
	Média Final da Dimensão				

Fonte: Dados obtidos pelo pesquisador. 2020.

Este quisito teve um resultado com mais pontos positivos no que se refere a confiabilidade do cliente para com a empresa. Contudo, vale destacar que três dos quisitos ficaram abaixo da nota máxima. O item com mais pontuação positiva foi a de resolver os problemas dos clientes, o cumprimento de cronogramas apesar de alcançar nota máxima 6,0. Gil (1999, p.27 apud Paladini , 2007, p. 27) cita que:

Para que haja qualidade no binômio “fornecedor/cliente” há necessidade de ocorrer qualidade em seus “processos” e “resultados”, o que acarreta a elaboração, por parte de ambos, de especificações de caráter “técnico-operacional” e “administrativo-operacional” convergentes/integradas/com características de unicidade.

Quadro 3: analisado sobre a capacidade de resposta da empresa para com o cliente

Dimensão	Nº	Pergunta da área	1ª Entrevista (Empresa ideal)	2ª Entrevista (Avaliação da sua empresa)	Qualidade
Capacidade de resposta	10	Os colaboradores informam com precisão a data da prestação do serviço	6,00	5,50	-0,50
	11	Os colaboradores atendem rapidamente as demandas do cliente	5,50	5,00	-0,50
	12	Os colaboradores estão sempre dispostos a ajudar o cliente	5,00	5,50	0,50
	13	Os colaboradores estão sempre ocupados demais para atender o cliente	4,00	6,00	2,00
	Média Final da Dimensão				

Fonte: Dados obtidos pelo pesquisador. 2020.

Ao observar os dados acima do quadro sobre a capacidade de resposta do Laboratório de Análises Clínicas da Cemed, percebe-se que no quesito sobre precisão das informações sobre data de serviços houve uma queda de 0,50 pontos com relação a expectativa e satisfação pós serviço. Comunicar-se é nada menos que o ápice do fato da vida estabelecer-se como relação” (PELIZZOLI, 2012, p.2). Bem como, a satisfação em atendimento da demanda por parte dos colaboradores.

A garantia dos serviços foi um dos quesitos mais bem pontuados positivamente na satisfação do cliente.

Quadro 4: Garantia dos serviços

Dimensão	Nº	Pergunta da área	1ª Entrevista (Empresa ideal)	2ª Entrevista (Avaliação da sua empresa)	Qualidade
Garantia	14	Os colaboradores são confiáveis	6,00	6,00	0,00
	15	Os clientes sentem-se seguros ao negociar com os colaboradores	5,50	6,00	0,50
	16	Os colaboradores são educados/gentis	5,00	5,50	0,50
	17	Os colaboradores sabem responder às perguntas do cliente	5,00	5,50	0,50
	Média Final da Dimensão				0,38

Fonte: Dados obtidos pelo pesquisador. 2020

Os apresentaram uma pontuação favorável no que se refere a garantia dos serviços ofertados pelo laboratório de Análises Clínicas da Cemed, destacando a confiança nos colaboradores, a segurança em negociar, a educação e a satisfação nas perguntas respondidas com precisão. Cobra (2015), diz que o cliente se conquista e se mantém com base na qualidade de atendimento

Quadro 5: Empatia

Dimensão	Nº	Pergunta da área	1ª Entrevista (Empresa ideal)	2ª Entrevista (Avaliação da sua empresa)	Qualidade
Empatia	18	A empresa dá a cada cliente atenção individualizada	5,00	5,50	0,50
	19	Os colaboradores dão atenção individualizada a cada cliente	5,50	5,50	0,00
	20	Os colaboradores compreendem plenamente as necessidades/sentimentos do cliente	5,00	5,50	0,50
	21	Os colaboradores carregam consigo os interesses do cliente	5,00	5,00	0,00
	22	A empresa funciona em horário(s) conveniente(s) para o cliente	6,00	6,00	0,00
	Média Final da Dimensão				0,20

Fonte: Dados obtidos pelo pesquisador. 2020

A empatia “é a compreensão respeitosa do que os outros estão vivenciando” (ROSENBERG, 2006, p. 150), nestes pontos analisados pelos clientes, não houve alteração significativa sobre a empatia da empresa para com os seus clientes, contudo, permaneceu com visão positiva, apesar de ser a que na média final da dimensão foi a que obteve menor média..

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresa por influência da globalização e toda o desenvolvimento de mercado, tecnologia e exigências do consumidor passaram a atentar-se na qualidade dos serviços prestados, isto porque a concorrência exige que empreendedores fiquem atentos as demandas precisas para que se possa atender o consumidor, manter-se ativo e atuante.

A qualidade no atendimento tem sido um dos fatores determinantes para fidelizar clientes, visto que está diretamente ligada a relação construída entre empresa e cliente. Assim, a pesquisa desenvolvida teve por objetivo verificar o nível da qualidade dos serviços prestados pelo Laboratório Cemed, através da percepção e expectativa dos clientes (pacientes), utilizando-se do modelo SERVQUAL.

A empresa in loco está atuante no mercado há 31 anos, sendo a primeira empresa na cidade como clínica, tem vencido e superado as dificuldades que o mercado, a economia e as alterações constantes de empreender, realizando melhorias estruturais, nos recursos humanos, especialidades, serviços e investimentos em aparelhos com tecnologias

Mediante a pesquisa com os clientes foi possível avaliar a satisfação do cliente com alguns pontos precisos de melhorias, que não se pode identificar pontos que contribuíram para a falha destes, contudo, na maioria dos pontos avaliados a empresa está na média de satisfação dos clientes.

A empresa CEMED, mesmo em meio a desafios tem permanecido no mercado liderando ainda em meio as clínicas do município, as melhorias ao longo destes anos tem sido um dos fatores que tem fidelizado os seus clientes. No entanto, se faz necessário a mesma analisar os pontos que influenciaram nos resultados insatisfatórios para quem em 2021 possa atuar com mais eficácia no mercado.

REFERÊNCIAS

ALFREDO LOBO (2002) . **O MOVIMENTO DA QUALIDADE NO BRASIL – SARAIVA – 2002.**

BOGMANN, Itshak Meir. **Marketing de Relacionamento: Estratégias de fidelização e suas implicações financeiras.** São Paulo: Nobel, 2000.

CARLA, D CHAVES. **Controle de qualidade no laboratório de análises clínicas.** J Bras Patol Med Lab • Volume 46 • Número 5 • outubro 2010. Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/jbpml/v46n5/02.pdf>> Acesso em 18/03/ 2018.

CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro. **Gestão da qualidade: conceitos e técnicas –** São Paulo: ATLAS, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto (1983). **Introdução à Teoria Geral da Administração.** São Paulo: McGraw-Hill do Brasil.

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

FRANKENTHAL, Rafaela. **7 razões para medir a satisfação do cliente.** 2018. Disponível em: <<https://mindminers.com/pesquisas/medir-satisfacao-do-cliente>>. Acesso em 20 de Junho de 2018.

GONÇALVES, Cláudio Gor. **A importância de medir a satisfação dos seus clientes** Revista Odontologia e Negócios. Disponível em <http://www.inpn.com.br/Materia/Index/132675>. Publicado em: 11/10/2016 11h26.

GRONROOS, Christian. **Marketing: Gerenciamento e Serviços.** 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003

LACERDA, Idelma. **Qualidade no atendimento ao cliente como fator de crescimento empresarial.** 2015. Disponível em: <<https://monografias.brasilecola.uol.com.br/administracao-financas/-qualidade-no-atendimento-ao-cliente-como-fator-crescimento-empresarial.htm>>. Acesso em 04 de Julho de 2018.

MOTTA, V. T. et al. **Gestão da qualidade no laboratório clínico.** 2 ed. Caxias do Sul: Editora Médica Missau, 2001.

PAROLIN, Isabel. **Professores formadores: A relação entre a família, a escola e a aprendizagem – Práticas educativas.** Positivo Ed: 2005.

ROSEMBERG, Marshall B. **Comunicação não-violenta: técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais e profissionais** | Marshall B. Rosenberg; [tradução Mário Vilela]. - São Paulo: Ágora, 2006. Disponível em:< <http://www.icomfloripa.org.br/wp-content/uploads/2016/03/Comunicac%CC%A7a%CC%83o-Na%CC%83o-Violenta.pdf>> Acesso em 12 de fev de 2019.

ROTHERY, Brian. ISO 9000. São Paulo, Makron Books,1993.p.13.

SANTOS, Adriano Palhari dos. ZANUSSO JUNIOR, Gerson. **CONTROLE DE QUALIDADE EM LABORATÓRIOS CLÍNICOS**. Revista Uringá. Vol.45,pp.60-67 (Jul - Set 2015). Disponível em:< https://www.mastereditora.com.br/periodico/20150924_075713.pdf> Acesso em: 13/02/2018.

SEBRAE. SAUDE: **Um mercado voltado para terceira idade- Uma análise da feira hospitalar**. 2015. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros. Disponível:< <http://www.sebraemercados.com.br/wp-content/uploads/2015/06/Estudo-mercado-saude.pdf>> Acesso em: 15/02/2018.

SILVA, Flaviane de Paula; Gomes, Nicole Barbosa; NASCIMENTO, Denise Cristina de Oliveira; Ferreira, Ailton da Silva. **Nível de serviços logísticos aplicados às empresas de serviços: Estudo de caso em hospitais localizados em Volta Redonda/RJ** Congresso Internacional de Administração, 2015 – Ponta Grossa/PR. Disponível em: www.admpg.com.br/2015/down.php?id=1715&q=1>. Acesso em: 13/02/2018.

SOUZA E AMOR (2010): SOUZA, R. F.; AMOR, A. L. M. **Controle de qualidade de técnicas realizadas nos laboratórios de parasitologia da Secretaria Municipal de Saúde do Município de Salvador, Bahia**. RBAC, v. 42, n. 2, 101-106, 2010.

SUDA, Eneida Yuri; UEMURA, Missae Dora; VELASCO, Eliane. **Avaliação da satisfação dos pacientes atendidos em uma clínica-escola de Fisioterapia de Santo Andre/SP**. Fisioterapia e Pesquisa, São Paulo, v.16, n.2, p.126-31, abr./jun. 2009. Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/fp/v16n2/06.pdf>> Acesso em 04 de Julho de 2018.

ZENONE, Luiz Claudio. **Marketing da gestão & tecnologia**. São Paulo: Editora Futura, 2003.

SITES:

(GOMES, NASCIMENTO, OLIVEIRA, FERREIRA 2015). www.admpg.com.br/2015/down.php?id=1715&q=1

(VIEIRA, DETONI, BRAUM, SANTOS) https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos06/680_Indicadores%20de%20qualidade%20em%20uma%20Unidade%20Hospitalar.pdf

Anderson Martelli (2011): <https://pt.scribd.com/document/113558259/10-Gestao-Da-Qualidade-Em-Laboratorios-de-Analises-Clinicas>

BASQUES 2012) <http://www.qualichart.com.br/blog/humanizacao-no-atendimento-em-laboratorios-clinicos/>

CHAVES 2010: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-24442010000500002

DAVIDSON (2017) <https://blogdaqualidade.com.br/4-passos-para-aplicar-analise-servqual-na-sua-empresa/>

DAVIDSON (2017) <https://blogdaqualidade.com.br/servqual-um-metodo-para-avaliar-a-qualidade-do-servico/>

GONÇALVES 2016: <http://www.inpn.com.br/Materia/Index/132675>

LIMA (2016) www.clinicadealtaperformance.com/como-medir-a-satisfacao-de-pacientes/

LOPES 2003: http://www.goldanalisa.com.br/arquivos/%7B8530AFBA-AE96-4413-90EE-9C929C896B39%7D_Garantia_e_Control_e_da_Qualidade_no_Laboratorio_Clinico%5B1%5D.pdf

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988). http://www.scielo.br/pdf/reeusp/v47n5/pt_0080-6234-reeusp-47-05-1227.pdf

APÉNDICE

APÊNDICE 1

QUESTIONÁRIO

Cliente:			
Contato:			
Endereço:			
Dimensão	Nº	Pergunta da área	1ª Entrevista (Empresa ideal)
Tangíveis	1	Os equipamentos de uma empresa devem ser atualizados?	
	2	As instalações físicas devem ser visualmente atraentes em uma empresa?	
	3	Os empregados devem estar bem vestidos/arrumados?	
	Média Final da Dimensão		
Confiabilidade	5	Qual a importância da empresa entregar o que é prometido? (orçamentos, resultados e etc.)	
	6	A empresa deve ter interesse em resolver os problemas do cliente?	
	7	É importante que os profissionais da empresa sejam qualificados?	
	8	A empresa deve prestar o serviço na data combinada?	
	9	A empresa deve manter registros de tudo que envolve o serviço?	
Média Final da Dimensão			
Capacidade de resposta	10	É importante que os colaboradores informem com precisão a data da prestação do serviço?	
	11	Os colaboradores devem atender rapidamente as demandas dos clientes?	
	12	É importante que os colaboradores estejam sempre dispostos a ajudar o cliente?	
	13	Os colaboradores devem atender com agilidade as necessidades dos clientes?	
	Média Final da Dimensão		
Garantia	14	Os colaboradores devem ser confiáveis?	
	15	É importante que os clientes se sintam seguros com o atendimento?	
	16	Os colaboradores devem ser educados e gentis?	
	17	Os colaboradores devem saber responder às perguntas do cliente?	
Média Final da Dimensão			
Empatia	18	É importante que a empresa dê a cada cliente atenção individualizada?	
	19	É importante que os colaboradores deem a cada cliente atenção individualizada?	
	20	É importante que as necessidades dos clientes sejam compreendidas pelos colaboradores?	
	21	Os colaboradores devem carregar consigo os interesses do cliente?	
	22	É importante que a empresa funcione em horários convenientes para o cliente?	
Média Final da Dimensão			

APÊNDICE 2

QUESTIONÁRIO 2

Cliente:			
Contato:			
Endereço:			
Dimensão	Nº	Pergunta da área	2ª Entrevista (Avaliação da Empresa)
Tangíveis	1	Os equipamentos da empresa são modernos?	
	2	As instalações físicas são visualmente atraentes?	
	3	Os empregados estão bem vestidos/arrumados?	
	4	A aparência das instalações físicas estão condizente com o tipo de negócio da empresa?	
	Média Final da Dimensão		
Confiabilidade	5	A empresa entrega o que é prometido? (orçamentos, resultados e etc.)	
	6	A empresa tem interesse em resolver os problemas do cliente?	
	7	Os profissionais da empresa são qualificados?	
	8	A empresa presta o serviço na data combinada?	
	9	A empresa registra tudo o que envolve o serviço?	
Média Final da Dimensão			
Capacidade de resposta	10	Os colaboradores informam com precisão a data da prestação do serviço?	
	11	Os colaboradores atendem rapidamente as demandas dos clientes?	
	12	Os colaboradores estão sempre dispostos a ajudar o cliente?	
	13	Os colaboradores atendem com agilidade as necessidades dos clientes?	
Média Final da Dimensão			
Garantia	14	Os colaboradores são confiáveis?	
	15	Os clientes se sentem seguros com o atendimento?	
	16	Os colaboradores são educados e gentis?	
	17	Os colaboradores sabem responder às perguntas do cliente?	
Média Final da Dimensão			
Empatia	18	A empresa dá a cada cliente atenção individualizada?	
	19	Os colaboradores dão a cada cliente atenção individualizada?	
	20	As necessidades dos clientes são compreendidas pelos colaboradores?	
	21	Os colaboradores carregam consigo os interesses do cliente?	
	22	A empresa funciona em horários convenientes para o cliente?	
Média Final da Dimensão			

