

AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS DA ASSOCIAÇÃO DE APOIO AO FISSURADO LÁBIO-PALATAL DE MARINGÁ

Franciele Aparecida Pelosi da Silva (PIBIC/CNPq/FA/Uem), Vanderly Janeiro (Orientador), e-mail: francieleapps@gmail.com.

Universidade Estadual de Maringá / Centro de Ciências Exatas /Maringá, PR.

Ciências Exatas e da Terra/ Probabilidade e Estatística/ Estatística

Palavras-chave: coleta de dados, estatística descritiva, estatística computacional

Resumo:

A Associação de Apoio ao Fissurado Lábio - Palatal de Maringá (AFIM) faz o atendimento de aproximadamente 500 pacientes, havendo assim necessidade de instrumentos para avaliar a qualidade do serviço prestado. Por meio de metodologias estatísticas, procurou-se desenvolver ferramentas para avaliar a qualidade do atendimento prestado e apontar as expectativas das pessoas que lá são atendidas. Ainda, formar e alimentar uma base de dados sobre a agilidade para agendamento da consulta e atendimento, acolhimento, confiança, ambiência, humanização, acessibilidade, eficácia e expectativa sobre os serviços recebidos, de forma que possam ser extraídas informações que deem suporte a gestão da AFIM.

Introdução

Em 10/04/87 teve início as atividades da Associação de Apoio ao Fissurado Lábio - Palatal de Maringá (AFIM). Sua formação aconteceu durante o trabalho de descentralização desenvolvido pelo Hospital de Reabilitação de Anomalias Craniofaciais (HRAC) situado no município de Bauru (SP), considerado referência no tratamento das malformações craniofaciais, incluindo as fissuras labiopalatais. A AFIM é uma Organização da Sociedade Civil, sem fins econômicos, com sede própria, que conta com profissionais especializados. Contabiliza hoje cerca de 500 pacientes cadastrados, provenientes de Maringá e 80 municípios da região. Estes pacientes realizam tratamento cirúrgico nos hospitais especializados de referência: HRAC e Centro de Atendimento Integral ao Fissurado Lábio - Palatal (CAIF), em Curitiba (PR). Hoje a AFIM oferece atendimento clínico ambulatorial nas áreas de serviço social, psicologia, nutrição, fonoaudiologia, odontologia (especialidades: ortodontia, bebê clínica, odontopediatria, clínica geral, etc.) e apoio pedagógico, contribuindo para o acompanhamento especializado gratuito, para que o tratamento cirúrgico possa ser realizado dentro de sua cronologia e o indivíduo alcance a reabilitação. Dado o seu crescimento, tanto no número de pessoas atendidas quanto na variedade de serviços que

hoje é prestada pela AFIM. Neste sentido, este trabalho busca a construção de um banco de dados com informações das pessoas atendidas, de suas evoluções e dos serviços prestados a cada um para que a qualidade dos serviços prestados possam ser avaliadas e metas serem traçadas para assim atender as expectativas dos seus associados. Desta forma, fornecer um instrumento que auxilie na gestão da AFIM, além de contribuir para monitoramento e melhora na qualidade de atendimento, subsidiará a associação com um material que facilite a prestação de contas aos seus órgãos de fomento e na busca de novas fontes para compor o seu orçamento.

Materiais e métodos

De acordo com *Aaker et al.*(2001), a aplicação de um questionário deve seguir uma sequência lógica: planejar o que vai ser mensurado, formular as perguntas para obter as informações necessárias, definir o texto e a ordem das perguntas e o aspecto visual do questionário, testar uma amostra e caso necessário fazer outro teste. Então, foi realizado o levantamento dos objetivos pretendidos e a análise de um questionário que já vinha sendo usado pela AFIM, para que se estabelecesse as prioridades da instituição na elaboração da pesquisa de satisfação. Para o início das entrevistas, foi necessário reestruturar o questionário que a instituição já utilizava.

A reestruturação consistiu em reformular as escalas dos itens de respostas das questões e agregar maior clareza das perguntas aos entrevistados. Para isto, o questionário foi dividido em cinco partes: a primeira, contendo questões acerca das informações pessoais do paciente; a segunda, sobre a estrutura da AFIM e a terceira parte, em relação a equipe técnica. A quarta, a opinião pessoal sobre o que o paciente acha da AFIM, e por último, a quinta parte, os comentários e sugestões, que consiste de uma questão aberta que preza o pensamento livre do usuário. Ao todo o questionário é formado por 27 questões. Nas questões referentes as partes 2 e 3, foi utilizada a escala Likert, em que foi definida a escala de pontuação de 1 a 5, sendo: (1)"muito insatisfeito", (2)"insatisfeito", (3)"regular", (4) "satisfeito", (5) "muito satisfeito".

Para o cálculo do tamanho da amostra, foi utilizada a seguinte fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot (1-p) \cdot N}{\epsilon \cdot (N-1) + Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot (1-p)}; \text{ sendo } p \text{ é a prevalência estimada do evento, } \epsilon \text{ é o}$$

erro tolerável de amostragem, N o tamanho da população e $Z_{\alpha/2}$ o valor crítico que corresponde ao grau de confiança desejado.

No caso da AFIM, o tamanho da população é de 488 pacientes, então para um intervalo com 95% de confiança é necessário uma amostra de 216 usuários entrevistados. Este número não foi alcançado devido ao baixo fluxo de pacientes pelos reflexos da pandemia.

Resultados e Discussão

Foram colhidos 54 questionários nos quais os resultados mostram que os usuários da AFIM estão muito satisfeitos, porém relatam durante as entrevistas que alguns pontos podem ser melhorados, principalmente em relação à recepção e acomodações dos pacientes e acompanhantes. Vale destacar, que dentre a amostra colhida, 81% tem idade entre 0 e 18 anos e que pelo menos 40% dos pacientes estão em tratamento por mais de 11 anos.

Questionados sobre a estrutura da AFIM, o quesito "limpeza", que está relacionada as refeições servidas, atingiu maior grau de satisfação, 100% dos respondentes a avaliaram como muito satisfeitos. Quanto à recepção, 2% dos indivíduos estão insatisfeitos.

Os demais itens: refeições, espaço físico e coordenação não apresentaram usuários insatisfeitos. Nota-se que no item "espaço físico", 13% classificaram as atividades oferecidas aos usuários enquanto esperam atendimento, como regular. Isso deve-se, ao fato que os acompanhantes dos pacientes são indiferentes ou na maioria das vezes não utilizam nenhuma das atividades oferecidas. Em relação a coordenação da AFIM, 37% dos respondentes não souberam avaliar esta questão, muitos justificaram por não ter conhecimento ou por nunca ter precisado recorrer à coordenação. Quanto à equipe técnica, em todos os quesitos questionados, todos os usuários estão satisfeitos ou muito satisfeitos. Cabe destacar, que o apoio pedagógico e a psicóloga, atingiram 100% de pacientes muito satisfeitos. A questão com menor grau de satisfação foi a brinquedoteca, o que pode ser justificado por meio de comentários dos usuários que desejam a ampliação do espaço para as crianças brincarem.

No mais, o grau de satisfação dos usuários da AFIM, é alto, na escala Likert aplicada no questionário, a instituição obteve uma média geral de 4,84, de uma pontuação que varia de 1 a 5.

Com os resultados obtidos por meio das entrevistas, e com o auxílio do google planilhas, foi criado um banco de dados e um *dashboard* (Figura 1), o qual permite a inserção de novos questionários e consequentemente a atualização dos dados e dos gráficos.

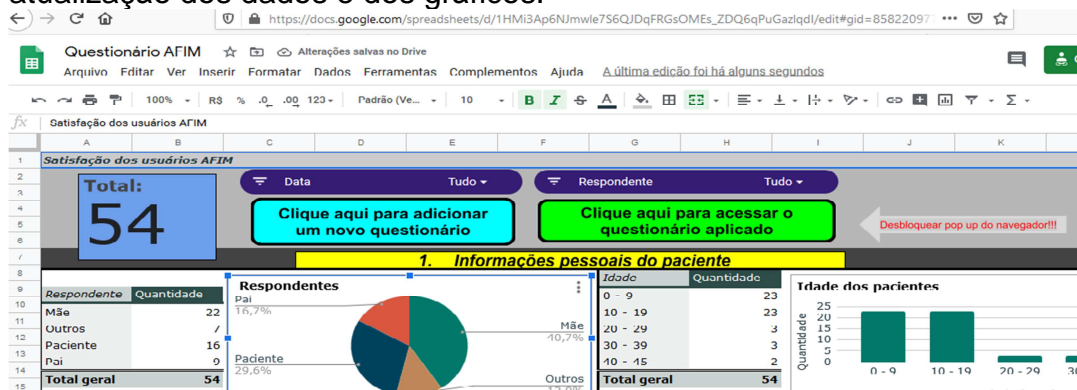


Figura 1 - Dashboard dos questionários colhidos.

Conclusões

O trabalho permitiu conhecer o grau de satisfação dos usuários da Associação de Apoio ao Fissurado Lábio-Palatal de Maringá.

Apesar do número de entrevistas desejadas não terem sido alcançados, de acordo com os dados colhidos, tanto os pacientes quanto os acompanhantes, em todos os pontos questionados retornaram um alto grau de satisfação em relação a instituição.

Portanto, têm-se o grau de satisfação, um importante quesito para o melhoramento da instituição e recomenda-se que a aplicação do questionário seja sistemática em todos os meses, agregando novas informações ao banco de dados, permitindo uma contínua melhora dos serviços prestados pela AFIM.

Agradecimentos

Agradecemos ao CNPQ pela oportunidade que nos deram de ter acesso a novos conhecimentos que nos enriqueceram e com certeza nos ajudarão para o nosso desenvolvimento no futuro.

Referências

1. Aaker, D.A., Kumar, V. , Day, G.S. (2001).Marketing Research, (7th ed.). New York; John Wiley and Sons.
2. MATTAR, F. N.; OLIVEIRA, B.; MOTTA, S. L. S. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução e análise**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
3. R Core Team (2019). **R: A language and environment for statistical computing**. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. URL <https://www.R-project.org/>.
4. Amaro, Ana, Andreia Póvoa, and Lúcia Macedo. "**A arte de fazer questionários**."Porto, Portugal: Faculdade de Ciências da Universidade do Porto (2005). 5. NOTARI, José Nelson. A satisfação de clientes em uma loja auto centro de pneus através do enfoque da"janela do cliente". 2002.