

FACULDADE DO LITORAL PARANAENSE

**ISEPE – GUARATUBA
ADMINISTRAÇÃO**

GESTÃO DE SERVIÇOS

OTIMIZAÇÃO DA EMISSÃO DE DOCUMENTAÇÃO ORTODÔNTICA
ATRAVÉS DA IMPLEMENTAÇÃO DE FERRAMENTAS DE GESTÃO DE
SERVIÇOS: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA DOC PLUS

**GUARATUBA
2023**

MARIA EDUARDA LOPES WICHROSKI

GESTÃO DE SERVIÇOS

**OTIMIZAÇÃO DA EMISSÃO DE DOCUMENTAÇÃO ORTODÔNTICA
ATRAVÉS DA IMPLEMENTAÇÃO DE FERRAMENTAS DE GESTÃO DE
SERVIÇOS: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA DOC PLUS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Administração da Faculdade do Litoral
Paranaense – Isepe Guaratuba como requisito parcial
para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Profº. Msc. Francisco Xavier

**GUARATUBA
2023**

TERMO DE APROVAÇÃO

MARIA EDUARDA LOPES WICHROSKI

GESTÃO DE SERVIÇOS

OTIMIZAÇÃO DA EMISSÃO DE DOCUMENTAÇÃO ORTODÔNTICA
ATRAVÉS DA IMPLEMENTAÇÃO DE FERRAMENTAS DE GESTÃO DE
SERVIÇOS: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA DOC PLUS

Este trabalho de conclusão de curso foi julgado e aprovado com o conceito (____) como requisito parcial de obtenção do título de Bacharel em Administração da Faculdade do Litoral Paranaense.

Guaratuba, 27 de Novembro de 2023.

Professor Msc. Fabio Antonio Rossi
Coordenador do curso

Banca Examinadora:

Professor Msc. Fabio Antônio Rossi
Orientador e Avaliador

Professora Dr^a. Rosane Patrícia Fernandes
Avaliadora

Professor Esp. Fabio A. Fietz
Avaliador

DECLARAÇÃO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

DECLARO, para devidos fins de direito, que **assumo total responsabilidade pela autoria e opiniões emitidas no presente trabalho**, isentando a Faculdade do Litoral Paranaense – ISEPE, a Coordenação do Curso de Administração, o Professor Orientador e a Banca Examinadora de toda e qualquer responsabilidade civil acerca o mesmo.

Guaratuba (PR), 27 de Novembro de 2023.

MARIA EDUARDA LOPES WICHROSKI

Dedico este trabalho primeiramente à Deus, e à minha família que me deu forças em todos os momentos da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus pela minha saúde, inteligência e resiliência para superar todas as dificuldades e conquistar meus objetivos.

Gostaria de agradecer também aos professores Mestres Fabio Antonio Rossi e Francisco Xavier Soares Filho.

Aos meus pais e ao meu marido, que sempre me incentivaram e me ajudaram a chegar até aqui.

RESUMO

Esta pesquisa concentra-se na otimização dos processos de emissão de documentação ortodôntica na empresa DOC PLUS, contextualizando a gestão de serviços nesse cenário. Destaca-se a relevância do setor de serviços na economia global e as questões relacionadas da satisfação do cliente, enfatizando a importância de uma gestão eficaz para aprimorar a qualidade do atendimento. A metodologia híbrida empregada inclui pesquisa bibliográfica para fundamentar teoricamente o estudo de caso na empresa e a aplicação de ferramentas como 5W2H e mapeamento de processos para identificar oportunidades de melhoria. O estudo detalha o funcionamento da empresa, identificando problemas em diferentes etapas do atendimento ao paciente, como a ausência de documentos e falhas técnicas nos equipamentos. Propõem-se ações corretivas, como treinamentos e conscientização dos pacientes sobre a importância dos documentos, visando alcançar a excelência nos serviços prestados. Além disso, destaca-se a preocupação da empresa não apenas em oferecer serviços de alta qualidade, mas também em assegurar a fidelização do cliente, elemento fundamental para a competitividade e sucesso empresarial.

Palavras-chave: Gestão de Serviços; Documentação ortodôntica; Ferramentas.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	MÉTODO 5W2H.....	22
FIGURA 2	LOGOMARCA DA EMPRESA.....	24
FIGURA 3	APARELHO DE TOMOGRAFIA CONE BEAM.....	26
FIGURA 4	APARELHO DE RAIOS X PANORAMICA E TELERRADIOGRAFIA.....	26
FIGURA 5	APARELHO DE RAIOS X PANORAMICA E TELERRADIOGRAFIA.....	27
FIGURA 6	SALA DE RAIOS X PERIAPICAL E ESCANIMENTO.....	27
FIGURA 7	FOTOGRAFIA.....	28
FIGURA 8	ORGANOGRAMA FUNCIONAL.....	29
FIGURA 9	FLUXOGRAMA.....	37

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	PLANO DE AÇÃO RECEPÇÃO	35
QUADRO 2	PLANO DE AÇÃO RAIOS X	35
QUADRO 3	PLANO DE AÇÃO FOTOGRAFIA	36
QUADRO 4	PLANO DE AÇÃO ESCANEAMENTO	36

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO E JUSTIFICATIVA.....	11
2	PROBLEMA DE PESQUISA.....	13
3	OBJETIVOS.....	14
3.1	OBJETIVO GERAL.....	14
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
4	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	15
4.1	GESTÃO DE SERVIÇOS.....	15
4.2	A IMPORTÂNCIA DO SERVIÇOS NA ECONOMIA.....	15
4.3	IMPORTANCIA DA QUALIDADE NO GERENCIAMENTO DE SERVIÇOS.....	17
4.4	CICLO DE SERVIÇOS.....	18
4.5	ÉTICA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS.....	19
4.6	LUCRATIVIDADE OPERACIONAL.....	19
4.7	ESTRATEGIA PARA OS SERVIÇOS.....	20
4.8	FERRAMENTE 5W2H.....	21
4.9	MAPEAMENTO DE PROCESSOS.....	22
5	HISTÓRICO DA EMPRESA E FUNCIONAMENTO.....	24
5.1	DADOS DA EMPRESA.....	24
5.2	LOCALIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO.....	24
5.3	OBJETIVOS.....	25
5.4	MENSAGEM.....	25
5.5	PRODUTOS	25
5.6	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO.....	28
5.7	CONCORRENTES.....	28
5.8	ORGONOGRAMA FUNCIONAL	29
6	DESENVOLVIMENTO DO RELATÓRIO.....	31
6.1	METODOLOGIA.....	31
6.2	DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES REALIZADAS NO ESTAGIO E PROPOSTA DE ATUAÇÃO.....	32
6.2.1	Recepção.....	32
6.2.2	Sala de Raio X.....	32

6.2.3	Fotografio.....	32
6.2.4	Escaneamento.....	33
6.3	APLICAÇÃO DA FERRAMENTA 5W2H.....	34
6.3.1	Recepção.....	35
6.3.2	Raio X.....	35
6.3.3	Fotografia.....	35
6.3.4	Escaneamento.....	36
6.4	FLUXOGRAMA.....	36
7	CONCLUSÃO	38
	REFERÊNCIAS	39

1 APRESENTAÇÃO E JUSTIFICATIVA

O setor de serviços tem crescido constantemente na economia mundial. Pesquisas realizadas no Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, afirma que esse setor tem sido responsável pela maior parte do PIB global, ele exerce com a maior contribuição positiva entre os componentes de produção e é responsável por 2,4% do crescimento acumulado no ano, dessa forma essa atividade é uma das principais que produz riqueza em nosso país (IPEA, 2023).

Esse setor também tem sido considerado como uma das principais áreas de geração de emprego nos últimos anos, desta forma, profissionais de áreas distintas vêm-se capacitando para atuar nesse nicho de mercado.

Nesse sentido, Corrêa e Caon (2012, p. 75) destacam o conceito de serviços “como uma ferramenta importante de unificação das pessoas na tomada de decisão em geral e no atendimento a clientes em particular, dentro das organizações de serviço”.

Assim, as organizações se preocupam como os clientes estão percebendo suas atividades e sentem a necessidade de achar um diferencial para prestação de seus serviços. Segundo Feitosa e Ito (2019) *apud* Johnston e Clark (2002, p.122) “se a percepção, a experiência e os resultados do serviço atendem às expectativas do cliente, ele fica satisfeito”.

Nesse contexto, a gestão de serviços pode possuir duas dimensões: a dimensão técnica e a dimensão funcional. A dimensão técnica se refere ao resultado do processo que produz um determinado serviço, isso significa que podemos verificar o que o cliente vai receber quando o processo de produção terminar. A dimensão funcional está relacionada ao processo do serviço, ou seja, como o cliente percebe o serviço prestado (FEITOSA & ITO, 2019).

Segundo a Fundação Nacional da Qualidade “processo é um conjunto de atividades preestabelecidas que executadas numa sequência determinada vão conduzir a um resultado esperado que assegure o atendimento das necessidades dos clientes e outras partes interessadas” (FNQ 2008, p.5).

Otimizar os processos de documentação ortodôntica é fundamental para melhorar a qualidade dos serviços prestados e garantir a satisfação dos pacientes. No entanto, muitas clínicas ainda enfrentam desafios nesse sentido. Explorar a implementação de ferramentas de gerenciamento de serviços como uma solução para

esses desafios não apenas contribui para a literatura sobre gerenciamento de serviços mas também fornecerá insights práticos para aprimorar as operações em clínicas ortodônticas.

Considerando esses aspectos o presente estudo propõe-se a analisar o processo de emissão de documentação ortodôntica na empresa de radiologia, localizada no município de Matinhos – Paraná, verificando Possíveis problemas, e possibilitando sugestões de melhorias

O estudo será importante para a empresa, pois permitirá verificar como está sendo realizado o processo de emissão de documentação ortodôntica, possibilitando a aplicação de ferramentas que favorecem o desempenho na Gestão de Serviços e ocasionam maior aproveitamento dos recursos e assim minimizar os custos.

O estudo também poderá ser fonte de pesquisa a outras empresas do ramo, visto que apresentará informações significativas no que tange a adequação e melhoria do processo de emissão de documentação ortodôntica.

Para a acadêmica este estudo será de grande relevância, pois permitirá a aplicabilidade dos conhecimentos técnicos adquiridos durante a graduação para auxiliar a empresa na adequação do seu processo, e ainda, permitindo a associação da teoria e prática, beneficiando a construção de conhecimento e experiência na área pesquisada.

Este trabalho também pode ser considerado um meio de informação para outras pessoas, interessadas no assunto e em aprofundar seus conhecimentos sobre essa área de pesquisa.

2 PROBLEMA DE PESQUISA

A prestação de serviços ortodônticos exige a emissão eficiente de documentação clínica, o que é crucial tanto para a satisfação do paciente como para a qualidade dos processos na clínica. Diante disso, como a implementação de ferramentas de gestão de serviços pode melhorar a eficiência e a precisão da documentação ortodôntica na empresa DOC PLUS, resultando em um aumento na qualidade do atendimento ao paciente e na eficácia operacional?

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL

Analisar como a implementação de ferramentas de gestão de serviços pode otimizar o processo de emissão de documentação ortodôntica na empresa DOC PLUS, visando aprimorar a eficiência operacional e a qualidade do atendimento ao paciente.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar o processo atual de emissão de documentação ortodôntica na empresa DOC PLUS.
- Identificar os principais obstáculos e deficiências no processo de emissão de documentação.
- Explorar as potenciais contribuições das ferramentas de gestão de serviços para otimizar esse processo.
- Propor recomendações específicas para a implementação bem-sucedida de tais ferramentas na clínica

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1 GESTÃO DE SERVIÇOS

O gerenciamento de serviços é uma abordagem importante para empresas que desejam fornecer serviços de alta qualidade e atender às necessidades dos clientes. Segundo Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014), a gestão de serviços pode ser definida como “o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar recursos (pessoas, equipamentos, informações) para fornecer serviços de alta qualidade, eficientes e aceitáveis aos clientes”.

Nesse sentido, o processo de gestão do serviço inclui várias etapas desde a definição da estratégia até à implementação e monitorização do serviço prestado. Segundo Grönroos (2009), o principal objetivo da gestão de serviços é “produzir serviços de alta qualidade que atendam às necessidades dos clientes e criem valor agregado para a empresa”. Isso significa que a gestão de serviços deve se concentrar em fornecer um serviço que atenda às expectativas do cliente e seja lucrativo para a empresa.

Uma das ferramentas de gestão de serviços mais importantes é a gestão da qualidade, onde a satisfação do cliente e a eficácia do serviço prestado são avaliadas através de métricas. Assim, a gestão da qualidade deve ser vista como uma abordagem holística que abrange todos os aspectos do serviço oferecido, desde o atendimento ao cliente até a entrega do produto final (GRONROOS, 2009).

Além disso, o gerenciamento de serviços também inclui o gerenciamento da cadeia de suprimentos, cujo objetivo é garantir a disponibilidade dos recursos necessários para a prestação de serviços eficaz e eficiente. Segundo Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014), a gestão da cadeia de suprimentos deve ser vista como um processo contínuo de planejamento, implementação e controle, envolvendo a coordenação de fornecedores, fabricantes, distribuidores e clientes.

A gestão de serviços também inclui o gerenciamento da experiência do cliente, que visa criar uma experiência positiva e percebida pelo cliente. Segundo Zeithaml, Bitner e Gremler (2014), a gestão da experiência do cliente deve ser vista como um processo criativo que utiliza elementos sensoriais, emocionais e cognitivos para criar uma experiência única e personalizada para o cliente.

4.2 A IMPORTANCIA DOS SERVIÇOS NA ECONOMIA

A área de serviços tem início na Grécia clássica, onde as atividades de serviços eram vistas na economia com um papel marginal, numa sociedade escravocrata e agrícola. Na idade média os serviços começaram a trazer riquezas através do transporte de tecidos que atravessava a Europa e o Oriente até a China. Com a chegada da primeira revolução industrial no século XVIII, os serviços perdem sua importância na economia e começam a se recuperar no século XX e se mantêm crescente até a época atual (CORRÊA & CAON, 2002).

O setor de serviços desempenha a posição de destaque na economia em todos os países desenvolvidos, a participação desse setor tem sido a geração de riquezas, refletida pelo produto interno bruto, além de ser responsável pela maior parte do PIB mundial, tem sido uma das peças mais dinâmicas da economia, com isso a geração de empregos vem crescendo mais do que nos demais setores (LOVELOCK & WRIGHT 2001).

Nesse contexto, existem alguns fatores que são responsáveis por esse dinamismo, como, as mudanças demográficas, quando se tem mais crianças ou idosos os setores de serviços são mais consumidos como nas áreas da saúde, educação e entretenimento. As mudanças socioeconômicas também influenciam nessa ação, se mais mulheres começam a entrar no mercado de trabalho, essa mulher vai precisar de serviços domésticos, transporte escolar para os filhos, escolas, que são prestados por terceiros (CORRÊA & CAON,2002)

No Brasil, os dados não se mostram diferentes do mundo industrializado, o setor de serviços vem aumentando sua participação nas últimas décadas e se destacando pelo dinamismo e pela crescente participação na produção econômica, cerca de 60% da população se dedica à atividade de serviços. Esse setor é caracterizado por atividades bastante heterogêneas quanto ao porte das empresas, à remuneração média e à intensidade no uso de tecnologias. (IBGE)

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2014 foi realizado a pesquisa anual de serviços, e estimou-se a existência de 1 332 260 empresas cuja sua atividade principal pertencia ao âmbito dos serviços não financeiros que totalizaram R\$1,4 trilhão em receita operacional líquida, ocuparam 13 milhões de pessoas e pagaram R\$289,7 bilhões de reais em salários, retiradas e outras remunerações.

4.3 IMPORTANCIA DA QUALIDADE NO GERENCIAMENTO DE SERVIÇOS

A qualidade é um aspecto fundamental da gestão de serviços, pois afeta diretamente a forma como os clientes percebem uma empresa. Conforme destacado por Zeithaml, Bitner e Gremler (2014), a qualidade é um dos principais determinantes da satisfação e fidelidade do cliente. As empresas que fornecem serviços de alta qualidade podem ganhar a confiança dos clientes e obter uma vantagem competitiva sobre seus concorrentes.

Gianesi e Corrêa (1994), falam sobre algumas considerações importantes sobre a qualidade na prestação de serviços. Todos na organização têm algo a acrescentar para a qualidade final percebida pelo cliente, todos os custos relacionados à qualidade devem ser analisados, todo esforço de melhoria em qualidade repercute na competitividade, há sempre uma forma melhor de fazer as coisas, a qualidade deve ser construída ao longo do processo não somente analisada no final.

Se há um recurso dentro da organização a cargo de fazer algo sem repercussão alguma (ainda que indireta) na forma que o cliente percebe ou percebe a qualidade do que recebe, este recurso está, por definição, mal utilizado e deve ser ou removido da operação, ou redirecionado para uma atividade que possa contribuir para a empresa competir melhor o presente e/ou no futuro. (Gianesi & Corrêa 1994, p.198)

Segundo Zeithaml, Bitner e Gremler (2014), os clientes percebem a qualidade do serviço com base em cinco dimensões: confiabilidade, capacidade de resposta, segurança, empatia e tangibilidade. A confiabilidade refere-se à capacidade de uma empresa de entregar o serviço prometido de forma consistente e precisa. Resposta refere-se à disposição de uma empresa para responder às necessidades do cliente. Segurança refere-se à confiança dos clientes na capacidade de uma empresa de proteger suas informações e propriedades. Empatia é a capacidade de uma empresa entender as necessidades e expectativas de seus clientes e se colocar no lugar deles. Os tangíveis se relacionam com os aspectos físicos e visíveis de um serviço, como a aparência de uma loja ou a qualidade dos materiais usados para fornecer o serviço.

A principal finalidade da empresa é ser melhor que a concorrência naqueles aspectos de desempenho que o cliente mais valoriza. Portanto, o gerente de operações de serviços deve ter atenção, procurar organizar e gerenciar os recursos produtivos da melhor forma para atingir este objetivo.

4.4 CICLO DE SERVIÇOS

O ciclo de serviço é um mapa que contém atividades de experiência do cliente que são incentivadas em cada contato entre cliente e empresa, mapear atividades através de um ciclo de serviço é um método que torna possível a organização se vê do ponto de vista do cliente, aproveitando vários aspectos na organização (ALBRECHT; BRADFORD, 1992).

Os ciclos de serviço começam quando o cliente está apenas pensando em adquirir um produto ou serviço e termina quando o cliente decide que a experiência do serviço acabou, momento em que ele ou ela forma uma impressão final da qualidade do serviço prestado. Analisar o ciclo de serviço de uma empresa é essencial não só para ajudar os profissionais a compreender a perspectiva do cliente, mas também para ajudar a empresa a melhorar sistematicamente a qualidade dos serviços prestados (SOUZA et, al., 2005).

Para pequenas empresas, é fácil analisar os ciclos de serviço. Essas empresas alcançam maior agilidade ao inovar e experimentar seus ciclos de serviço. Além disso, chefes e gerentes são semelhantes aos funcionários da linha de frente que interagem diretamente com os clientes. Embora as pequenas empresas possam usufruir destes benefícios, não têm a mesma influência que as grandes empresas e não podem beneficiar de uma maior imagem ou impacto no mercado. Neste sentido, as pequenas empresas têm mais dificuldade em reter pessoal qualificado, os preços nem sempre são competitivos e os erros são geralmente mais dispendiosos (SOUZA et, al., 2005).

No final das contas, as grandes empresas prestadoras de serviços totalmente comprometidas com a garantia da qualidade e a satisfação do cliente, acabam servindo de modelo para as pequenas. As práticas acabam sendo “copiadas” ou “adaptadas” por empresas de pequeno e médio porte que se interessam em prestar serviços dentro dos padrões de qualidade exigidos pelo mercado (SOUZA et, al., 2005, pg 27).

4.5 ÉTICA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Os aspectos éticos relativos às obrigações dos prestadores de serviços são um fator decisivo para a qualidade. Em suma, as empresas não deveriam prometer mais do que podem cumprir. “A empresa que, intencionalmente, não cumpre o que promete

está fadada ao fim, mais cedo ou mais tarde” (PLA, ALEVATO, SOUZA, 2005 p.30).

Definindo um padrão ético de satisfação do cliente, a organização deve ter não só a sua força para se sair bem no mercado, mas também e sobretudo, um compromisso moral com a sociedade. A satisfação do cliente é a forma como uma organização mostra a atitude esperada dos funcionários em relação aos clientes (LAI 1998).

Ter padrões de comportamento ético significa, antes de mais nada, que a própria organização defina o que acredita ser certo e quais são as suas expectativas. A organização não está interessada apenas em reforçar a sua imagem com outra forma de publicidade para atrair clientes, e sim para mostrar que vale a pena fazer a coisa certa. “Se o padrão ético for claramente enfatizado por toda a organização, o atendimento dos funcionários corresponderá (ou poderá superar) às expectativas criadas nos clientes” (LAI, 1998, p.14).

Nesse sentido, quando uma empresa se promove dizendo que se esforça para satisfazer seus clientes, ela cria expectativas e os atrai. Se os funcionários não entenderem isso ou não estiverem bem preparados, os clientes sairão decepcionados com o atendimento e com a empresa. Em ambos os casos, o atendimento deve ser personalizado. Portanto, as organizações devem zelar pela formação adequada dos colaboradores, seja ela relacionada às características técnicas do produto ou ao comportamento ético que a organização espera de seus colaboradores (LAI 1998).

A própria organização deve sempre ter clareza sobre o que declara ser ético é importante para si. A satisfação do cliente é uma das prioridades da empresa, por isso deve abordar a qualidade, a eficiência e o compromisso moral dos serviços que presta. Caso contrário, é como se ela estivesse dizendo aos seus funcionários para não confiarem em suas decisões, o que colocaria em risco o serviço. “Diante de algum problema ético, por exemplo, o funcionário enfrentará um conflito de valores pessoais e da organização, não sabendo se deve agir como acha que é correto ou agir como acha que a empresa acha correto” (LAI 1998, p.15).

4.6 LUCRATIVIDADE OPERACIONAL

Segundo Zeithaml, Bitner e Gremler (2014), a gestão de serviços pode trazer lucro para as empresas de diversas formas. Primeiro, permite que as empresas

ofereçam serviços adaptados às necessidades do cliente, o que pode aumentar a satisfação e a fidelidade do cliente. Clientes satisfeitos são mais propensos a recomendar a empresa a outras pessoas, o que pode aumentar o número de clientes e, portanto, as vendas.

Além disso, a gestão de serviços pode ajudar as empresas a reduzir custos operacionais e melhorar a eficiência dos processos. Isso porque a gestão de serviços enfatiza a importância de entender os processos internos e externos da empresa e identificar oportunidades de desenvolvimento. Com processos mais eficientes, as empresas podem economizar tempo e recursos, o que pode aumentar a lucratividade.

Nesse contexto Grönroos (2009), destaca que o gerenciamento de serviços pode ajudar as empresas a criar valor agregado para os clientes e aumentar os preços dos serviços. Segundo os clientes estão dispostos a pagar mais se sentirem que estão recebendo um serviço de qualidade que atenda às suas necessidades. Com serviços diferenciados e de alta qualidade, as empresas podem se posicionar no mercado como produtoras de valor agregado e melhorar a rentabilidade.

Clientes retidos são clientes antigos, clientes que compram mais, clientes que muitas vezes estão dispostos a pagar mais pelo serviço por entenderem-no diferenciado, clientes que, se bem gerenciados e atendidos, farão propaganda gratuita do serviço, auxiliando a ampliar as fatias de mercado da empresa (CORREA & CAON 2002, p.34).

Por fim, para que os clientes se tornem fiéis, a empresa precisa mostrar que ela é competente, não apenas atendendo às expectativas, mas superando-as. Entregue o máximo valor possível desde o início, a fidelização começa já no processo de implementação do serviço, garanta que todo o processo de entrega seja rápido e descomplicado, para que já no recebimento o cliente se sinta seguro (CORREA & CAON 2002, p.34).

4.7 ESTRATÉGIAS PARA OS SERVIÇOS

Ao buscar qualidade, a empresa deve desenvolver uma estratégia para os serviços que irá prestar. Esta estratégia irá determinar as políticas gerais da organização, decidir sobre as instalações da empresa, estabelecer padrões de atendimento, competências necessárias para cada especialista, outros processos de trabalho entre si e dinâmica de equipe, tudo isso de forma que atenda a comodidade

e necessidades dos clientes (PLA *et al*, 2005).

Todas as empresas de serviços têm uma estratégia de serviços clara e convincente. Eles possuem uma "razão de ser" que energiza a organização e define a palavra serviço. Uma estratégia de serviço descreve o que cria valor para os clientes em um serviço. Para preparar o caminho para um excelente serviço, os líderes empresariais devem definir adequadamente o que torna o serviço irresistível. eles devem ativar e manter uma visão de excelência de serviço, marcos que apontam para o futuro e apontam o caminho (LOVELOCK & WRIGHT 2001).

Para definir uma estratégia de serviço é preciso focar nas necessidades do cliente. Necessidades de serviço importantes que os concorrentes não estejam atendendo, isso dá à empresa oportunidade de abrir uma posição no mercado (LOVELOCK & WRIGHT 2001).

Converter a estratégia em ação não é simples, especialmente quando é necessário mudar a cultura e os métodos organizacionais da empresa.

Um exemplo típico dessa mudança de estratégias e processos de trabalho são os supermercados. No passado, eles não existiam, alguns eram simples mercearias, e os balconistas cabia a tarefa de retirar os produtos das prateleiras e entregar ao cliente. Hoje é o próprio cliente quem escolhe os produtos das prateleiras. Podemos dizer que o cliente de supermercado passou a ser um integrante efetivo da organização. Dos profissionais que ali atuam são exigidas outras competências (PLA, ALEVATO, SOUZA, 2005 p.22).

4.8 FERRAMENTA 5W2H

Na década de 1950, no Japão, a ferramenta conhecida como 5W2H começou a ser aplicada. Isso ocorreu depois que Taiichi Ohno e Eiji Toyoda, especialistas na área, viajaram para os Estados Unidos com o objetivo de aprender sobre o fordismo e suas aplicações na indústria automobilística.

A ferramenta 5W2H é prática e torna tudo possível identificar as rotinas mais importantes de um processo, projeto ou mesmo de uma unidade produtiva. Também permite identificar quem é quem na organização, o que fazem e por que fazem. SEBRAE (2008).

Para Polacinski (2012) apud GROSBELLI (2014), esta ferramenta consiste em um plano de ação dadas funções que devem ser desenvolvidas da forma mais clara

possível, e também atua como um mapeador para essas funções. Seu principal objetivo é também responder e organizar as sete questões. A abreviatura 5W2H vem do idioma inglês e é composta pelas letras iniciais de sete perguntas que devem ser enviadas durante a elaboração do plano:

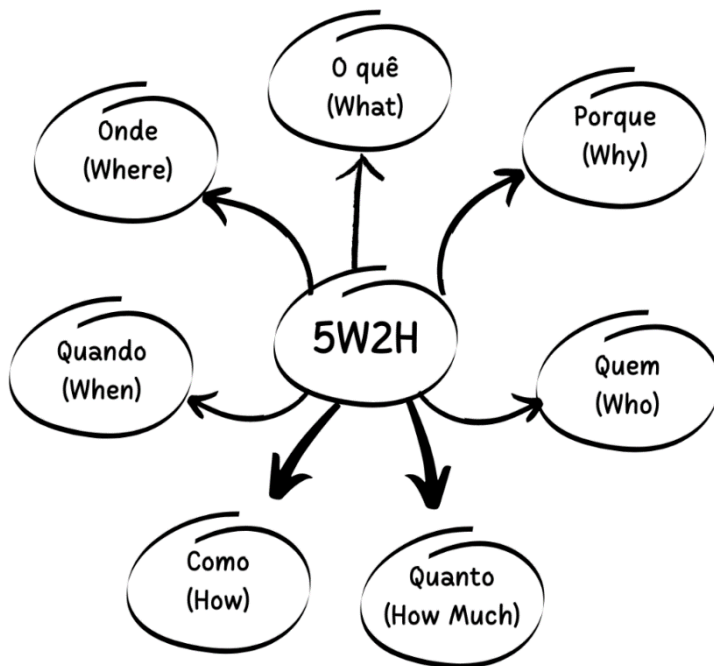


FIGURA 1 – MÉTODO 5W2H
 FONTE: Adaptado de SEBRAE (2022)

Segundo SEBRAE (2022) a ferramenta traz inúmeras vantagens para a organização, pois é muito fácil de usar, então cada empresa ou pessoa pode definir sua própria estratégia, ajuda a unificar a equipe, traz mais clareza na divisão de atividades de cada colaborador, o que facilita a delegação de tarefas, ajuda a promover praticidade e organização porque a equipe sabe o que, como e quando fazer e pode agir rapidamente, facilita a concluir e gerenciar tarefas, o que economiza tempo e recursos e evita atrasos nas entregas, possibilita o aumento dos lucros, melhora o processo de tomada de decisão e eleva o nível de objetividade dos planos de ação.

4.9 MAPEAMENTO DE PROCESSOS

O mapeamento de processos é uma técnica que consiste em criar representações visuais dos fluxos de trabalho, apresentando de maneira gráfica a

sequência de atividades realizadas, também pode ser denominado como um fluxograma, oferecendo uma visão abrangente. Essa abordagem é considerada uma prática recomendada com o propósito de aprimorar a eficiência dos serviços, pois simplifica a compreensão do funcionamento da organização, influenciando as decisões relacionadas à melhoria dos processos e à otimização da alocação de recursos (SEPLAD 2023).

Pereira (2011) *apud* Grosbelli (2014) define o mapeamento como um processo de aquisição de conhecimento acerca das atividades em execução, resultando na criação de um diagrama que representa essas atividades de maneira clara. Esse diagrama viabiliza a elaboração de um modelo de execução, que, por sua vez, permite a identificação dos pontos fortes e fracos, com o intuito de aprimorar as áreas em que se identificam fragilidades.

Nesse contexto, de acordo com Barbrow e Hartline (2015) *apud* Santos et al, (2015) , os processos identificam atrasos e problemas na execução, apresentando informações sobre os fluxos de trabalho de forma que capacita os gestores a tomar decisões fundamentadas. Os mapas de processos também desempenham um papel valioso na comunicação entre departamentos, especialmente quando fornecem informações suficientes para compreender um fluxo de trabalho sem uma sobrecarga de detalhes.

De acordo com Campos (2010) *apud* Grosbelli (2014), o mapeamento de processos é uma estratégia para buscar uma melhoria e um uso mais eficiente dos funcionários, que frequentemente se sentem inibidos devido a uma hierarquia rígida e, muitas vezes, mal preparada.

5 HISTÓRICO DA EMPRESA E FUNCIONAMENTO

5.1 DADOS DA EMPRESA

A empresa de radiologia odontológica é uma empresa que está atuando no mercado há 7 anos, vem expandindo, conquistando novas frentes e investindo em recursos para melhor atender aos seus clientes. A empresa está localizada no litoral do Paraná, possuindo máquinas de raio x de última geração e profissionais capacitados, garantindo assim a eficiência, o profissionalismo, a qualidade e a rapidez na entrega dos exames. A figura 2 apresenta a logomarca da empresa.



FIGURA 2 – LOGOMARCA DA EMPRESA.
FONTE: DOC PLUS (2023)

5.2 LOCALIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO

A Radiologia é uma empresa que está instalada no momento em três cidades do nosso litoral, sendo elas, Matinhos, Guaratuba e Paranaguá localizadas em seus seguintes endereços, Rua Albano Muller, 780 na cidade de Matinhos, Rua José Nicolau Abage na cidade de Guaratuba, e na Rua José Gomes, 444 na cidade de Paranaguá.

As unidades tem seu funcionamento de segunda a sexta-feira nos seguintes horários: Matinhos 08:00/12:00 da 13:00/17:48, Guaratuba 08:30/12:00 da 13:30/18:45 e Paranaguá 08:30/18:45.

5.3 OBJETIVOS

O objetivo da empresa é prestar serviço de diagnóstico facial aos profissionais da área da odontologia de Guaratuba - PR, Paranaguá - PR, Matinhos - PR e região; oferecendo suporte ao tratamento clínico por meio de exames de alta qualidade e resultados confiáveis, buscando sempre investir no aprimoramento dos serviços e na satisfação dos nossos clientes, pacientes e associados.

5.4 MENSAGEM

Ser referência como centro de diagnóstico em termos de inovação, qualidade e eficiência na prestação de serviços, assim como pela humanização dos atendimentos e pela satisfação dos clientes e colaboradores. Buscar também expandir nossos serviços de atendimento de maneira a oferecer, a nossa região mais comodidade e cada vez mais confiança em nossos serviços e diagnósticos.

5.5 PRODUTOS

Todos os Serviços ofertados aos clientes são baseados na confiança, qualidade, procedência e certificações, colocando sempre a frente a Radiologia em destaque no mercado.

A especialidade da empresa é o diagnóstico por imagem, os principais serviços são: Documentação Ortodôntica, Raio x Panorâmico, Tomografia cone beam entre outros. Nossa última novidade foi a disponibilidade do Escaneamento Intrabucal.

A figura 3 apresenta a máquina de tomografia cone beam.



FIGURA 3 – APARELHO DE TOMOGRAFIA CONE BEAM
FONTE: DOC PLUS (2023)

A figura 4 apresenta a máquina de panorâmica e telerradiografia.



FIGURA 4 – APARELHO DE RAIOS X PANORÂMICA E TELERRADIOGRAFIA
FONTE: DOC PLUS (2023)

A figura 5 apresenta a máquina de panorâmica e telerradiografia.



FIGURA 5 – APARELHO DE RAIOS X PANORÂMICA E TELERRADIOGRAFIA.
FONTE: DOC PLUS (2023)

A figura 6 apresenta a sala de raios X periapical e escaneamento intrabucal



FIGURA 6 – SALA DE RAIOS X PERIAPICAL E ESCANEAMENTO.
FONTE: DOC PLUS (2023)

A figura 7 apresenta a fotografia que é utilizada nas documentações ortodônticas.



FIGURA 7 – FOTOGRAFIA
FONTE: DOC PLUS (2023)

5.6 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A Radiologia já atendeu 157 pacientes nas 4 unidades em um único dia, em seus dias mais movimentados a Matriz atende 95 pacientes por dia e as filiais de 20 a 25 pacientes por dia. Prezamos muito para que os dentistas e os pacientes recebam os exames de forma digital, dessa forma conseguimos entregar os exames de raio x na mesma hora que o paciente realizou o exame. Nosso objetivo é que nossa clínica em alguns anos seja 100% digital

5.7 CONCORRENTES

Atualmente a Radiologia é uma empresa privada considerada de grande porte, fornecemos exames de diagnóstico por imagem para todos os dentistas do litoral do Paraná e região, não havendo concorrentes.

5.8 ORGANOGRAMA FUNCIONAL

As funções estão organizadas na empresa conforme o organograma apresentado na figura 8.

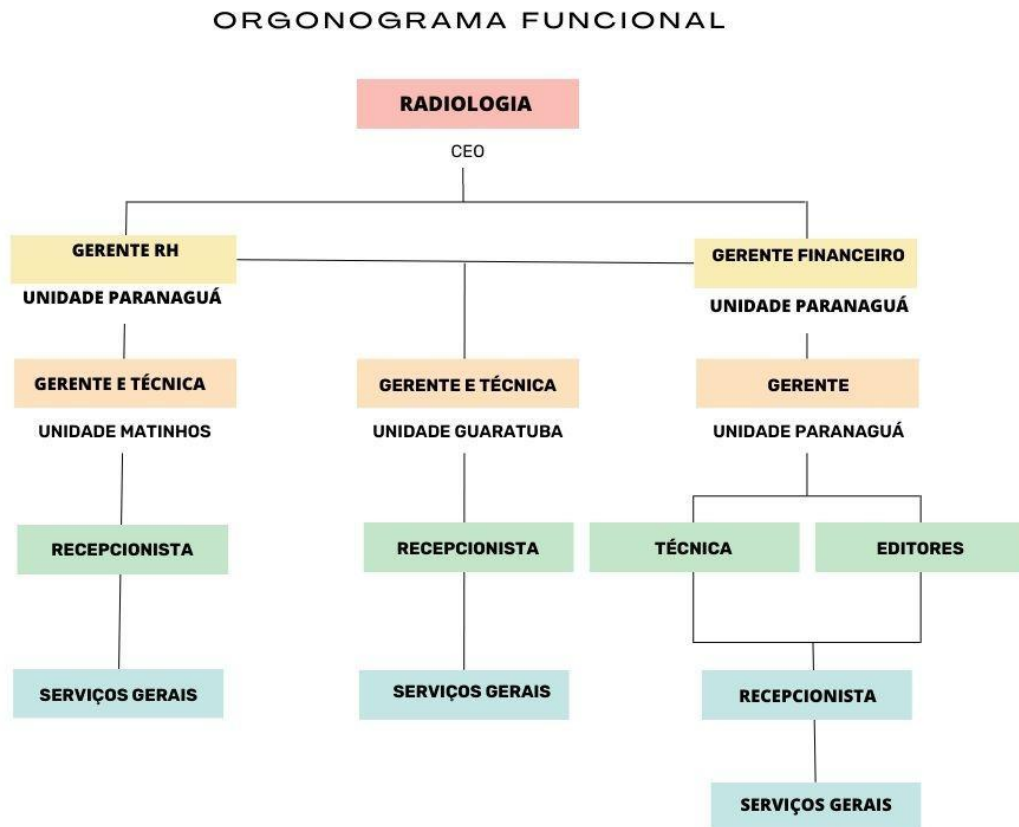


FIGURA 8 – ORGANOGRAMA FUNCIONAL
 FONTE:DOC PLUS (2023)

A divisão de tarefas da empresa se dá da seguinte forma:

- **CEO** - O CEO da empresa trabalha na captação de recursos, tomada de decisões sobre como será prestado o serviço, define o planejamento estratégico da empresa e procura buscar uma visão futura para a organização, sendo assim passa a maior parte do tempo ausente da empresa.
- **Gerente financeiro**- Fica responsável pelas funções contábeis, organiza e controla o setor financeiro.

- **Gerente RH-** É responsável pela coordenar o time, toma conta do estoque e distribuição de matérias para as filiais, responsável por repassar as ordens do CEO
- **Gerente e técnica-** Responsável pela unidade, tem contato com os dentistas,
- **Recpcionista-** Tem o primeiro contato com paciente, monta pasta de exames, envia exames para os pacientes, fecha caixa semanal, conclui guia de convênios.
- **Editores-** Responsável por editar fotos, modelos 3D, impressão de templates de fotos.
- **Técnicas Saúde Bucal-** Responsável por realizar os exames e encaminhar o resultado para os dentistas
- **Serviços Gerais-** Responsável por limpar e deixar a clínica organizada

6 DESENVOLVIMENTO DO RELATÓRIO

6.1 METODOLOGIA

Este estudo emprega uma abordagem metodológica híbrida, incorporando métodos bibliográficos e de estudo de caso para aprimorar a compreensão do processo de emissão de documentação ortodôntica e propor melhorias estratégicas.

A pesquisa bibliográfica, é um dos métodos mais importantes no campo da pesquisa acadêmica, fontes escritas como livros, artigos, relatórios e documentos científicos são analisadas e revisadas criticamente para obter uma compreensão mais profunda de um tema específico.

Marconi e Lakatos (2001) destacam que a pesquisa bibliográfica desempenha um papel fundamental na revisão da literatura, permitindo ao pesquisador compreender o estado atual do conhecimento em sua área de interesse e identificar lacunas a serem preenchidas.

Desse modo a pesquisa, caracteriza também como um estudo de caso, através de observação assintemática.

Segundo Gil (2010), o estudo de caso é uma abordagem que se destaca pela capacidade de aprofundar a compreensão de fenômenos complexos e multifacetados. Essa abordagem permite uma investigação minuciosa e detalhada de um ou mais casos específicos introduzidos em seu contexto natural. Um estudo de caso envolve definir claramente o objeto de pesquisa, coletar dados de diversas fontes, como entrevistas, observações e análises de documentos, e analisar cuidadosamente os dados para identificar padrões e tendências importantes.

Os métodos utilizados contam com a aplicação de ferramentas estratégicas através das ferramentas 5W2H e mapeamento de processos para identificar oportunidades de melhoria, implementação das recomendações derivadas dessas ferramentas para aprimorar a eficiência do processo. Junto com o refinamento contínuo através da incorporação do feedback obtido para realizar ajustes e refinamentos contínuos no processo, visando melhorias constantes.

Ao integrar a pesquisa bibliográfica para embasar teoricamente a abordagem com o estudo de caso específico, este trabalho busca não só compreender o panorama geral da gestão de serviços, mas também aplicar estrategicamente

ferramentas de melhoria para o contexto específico da emissão de documentação ortodôntica.

6.2 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES REALIZADAS NO ESTÁGIO E PROPOSTAS DE ATUAÇÃO

Durante o período de estágio na empresa Doc Plus, tive a oportunidade de vivenciar um ambiente profissional dinâmico e desafiador. Este relatório apresentará uma descrição detalhada das atividades desempenhadas ao longo desse período, é importante observar que, ao longo do período de estágio na empresa, foram identificadas algumas áreas em que os processos de trabalho apresentam deficiências. Com isso serão apresentadas propostas de atuação para o futuro, visando aprimorar processos, otimizar o desempenho e contribuir para o crescimento da empresa através das ferramentas 5W2H e mapeamento de processos.

6.2.1 Recepção

A recepcionista acolhe o paciente, verificando qual o tipo de documentação que ele necessita realizar, os atendimentos são feitos com horário marcado, via telefone, whatsapp ou presencial, o paciente tem que estar portando guia com a solicitação do profissional constando qual tipo de documentação deve ser realizado e documento pessoal para cadastro, a recepcionista orienta o paciente a retirar adornos, como brincos, correntes, piercing e objetos metálicos no cabelo. Por fim, é orientado ao paciente aguardar ser chamado para realização do exame.

Nesse primeiro processo foi observado as seguintes problemáticas:

- paciente não trazer documentos necessários
- paciente não querer tirar adornos

6.2.2 Sala de Raio X

Após o atendimento pela recepcionista, o Técnico chama o paciente conforme ordem de cadastro ou prioridades determinadas por lei. O técnico confere o nome do paciente e solicitação de exame. O mesmo é posicionado na sala de Raio-X de acordo

com o exame a ser realizado, é obrigatório o uso da dosimetria pessoal ao técnico que opera os equipamentos, o técnico passa as orientações de como será realizado o exame ao paciente e após coloca o avental de proteção radiológica no mesmo, assegurando que esteja bem ajustado, em seguida, coloca as barreiras de proteção no equipamento e posiciona o paciente conforme a técnica do exame a ser realizado. Com o paciente posicionado, o técnico se desloca para o lado externo da sala, onde se encontra o display de disparo do equipamento.

O técnico observa o tempo todo a realização do Raio X através do visor da porta, que é composto por barreiras de proteção, em seguida avalia a qualidade das imagens obtidas, garantindo que estejam claras e nítidas para uma análise precisa. Após é armazenado as imagens digitalmente de acordo com as políticas de privacidade e regulamentações vigentes. Em seguida, realiza a limpeza e desinfecção adequada de todo o equipamento e superfícies tocadas pelo paciente, seguindo as diretrizes de biossegurança.

Após realizar o atendimento ao paciente, o técnico coloca as imagens de raio-x para laudo em uma planilha de excel na pasta compartilhada com o radiologista, depois do laudo estar pronto as imagens são colocadas no sistema interno da clínica onde são publicados para os profissionais que solicitaram os exames para o paciente.

No segundo processo foram observados as seguintes problemáticas:

- dificuldade do paciente em ficar centralizado no equipamento

6.2.3 Fotografia

No terceiro processo o paciente é direcionado a sala de fotografia, onde serão realizadas as fotos intra e extra bucais. Para realizar as fotos, o paciente é posicionado sentado em um banco em frente ao painel de fotos, em seguida o técnico vai orientando o paciente durante as fotos extrabucais, para as fotos intrabucais é utilizado puxadores para afastar os lábios e bochechas dos dentes.

Etapa concluída, o profissional que realizou as fotos, irá publicá-las em uma pasta compartilhada com a matriz que fica localizada na cidade de Paranaguá, onde será feito as edições para a montagem de templates. Após as fotos estarem editadas, o editor compartilha novamente essas fotos para a unidade de matinhos para que seja montado o template de fotos do paciente no sistema interno, em seguida o template é

encaminhado novamente pela pasta compartilhada para impressão em Paranaguá, que chegará na unidade de matinhos em no máximo sete dias úteis.

Nesse processo foram observadas as seguintes problemáticas:

- falta de atenção da técnica na hora de realizar as fotos e fazer o paciente voltar até a clínica para repetir o exame

6.2.4 Escaneamento

O último processo de atendimento ao cliente é o escaneamento, onde é realizado a captura de imagem em 3D das arcadas dentárias, o paciente é direcionado a sala de escaneamento posicionado deitado na cadeira, o técnico passa as orientações de como será realizado o último exame. Para a realização do escaneamento o paciente irá ficar com um afastador na boca durante todo o exame que dura em média de 10 a 15 minutos.

Realizado o escaneamento o técnico passa para o processo de edição do modelos onde é feito o recorte e colocado o modelos em uma base padrão para ser enviado para impressão ou postado no sistema interno da clínica somente ele digital

Nesse processo foram observadas as seguintes problemáticas:

- equipamento com pouco espaço de memória, tendo que muitas vezes reiniciar o equipamento e refazer o exame, fazendo com que demore mais o procedimento.

6.3 APLICAÇÃO DA FERRAMENTA 5W2H

6.3.1 Recepção

WHAT (O QUE)	WHY (POR QUE)	WHERE (ONDE)	WHO (QUEM)	WHEN (QUANDO)	HOW (COMO)	HOW MUCH (QUANTO CUSTA)
Promover ações de conscientização aos pacientes a importância dos documentos	Para evitar a perda de tempo da recepção e a ida e volta do paciente	Na unidade de Matinhos	setor de marketing	em 20 dias	criando publicações para as redes sociais, e placas para por na recepção	R\$80,00
Promover ações de conscientização aos pacientes a importância da retirada dos adornos	para otimizar o tempo da recepção e a ida e volta do paciente	Na unidade de Matinhos	setor de marketing	em 20 dias	criando publicações para as redes sociais, e placas para por na recepção	R\$80,00

QUADRO 1 – PLANO DE AÇÃO RECEPÇÃO
FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2023).

6.3.2 Raio-X

WHAT (O QUE)	WHY (POR QUE)	WHERE (ONDE)	WHO (QUEM)	WHEN (QUANDO)	HOW (COMO)	HOW MUCH (QUANTO CUSTA)
evitar a repetição de exames através de treinamento	para otimizar o tempo	na unidade de matinhos	técnica	15 dias	treinamentos com os doutores	R\$200,00

QUADRO 2 – PLANO DE AÇÃO RAIOS X
FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2023).

6.3.4 Fotografia

WHAT (O QUE)	WHY (POR QUE)	WHERE (ONDE)	WHO (QUEM)	WHEN (QUANDO)	HOW (COMO)	HOW MUCH (QUANTO CUSTA)
treinamento da técnica para evitar a repetição de exame	otimizar tempo e evitar ida e volta do paciente	na unidade de matinhos	técnica	em 15 dias	treinamento com os doutores	R\$200,00

QUADRO 3 – PLANO DE AÇÃO FOTOGRAFIA
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2023).

6.3.5 Escaneamento

WHAT (O QUE)	WHY (POR QUE)	WHERE (ONDE)	WHO (QUEM)	WHEN (QUANDO)	HOW (COMO)	HOW MUCH (QUANTO CUSTA)
manutenção do equipamento , para otimizar tempo	para evitar o atraso no atendimento	na unidade de matinhos	suporte técnico do equipamento	em 30 dias	abrindo um chamado com o suporte técnico do equipamento e verificando se o problema pode ser resolvido de forma remota ou presencial	R\$500,00

QUADRO 4 – PLANO DE AÇÃO ESCANEAMENTO
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2023).

6.4 FLUXOGRAMA

A empresa Doc Plus, comprometida com a otimização de suas operações e a excelência na entrega de serviços, implementou um fluxograma de processos detalhado e eficaz. Sob a orientação deste fluxograma, a organização direciona suas atividades de forma metódica e eficiente. O fluxograma, reflete a abordagem precisa da empresa para atender às necessidades de seus clientes e proporcionar serviços de alta qualidade em todas as áreas de atuação

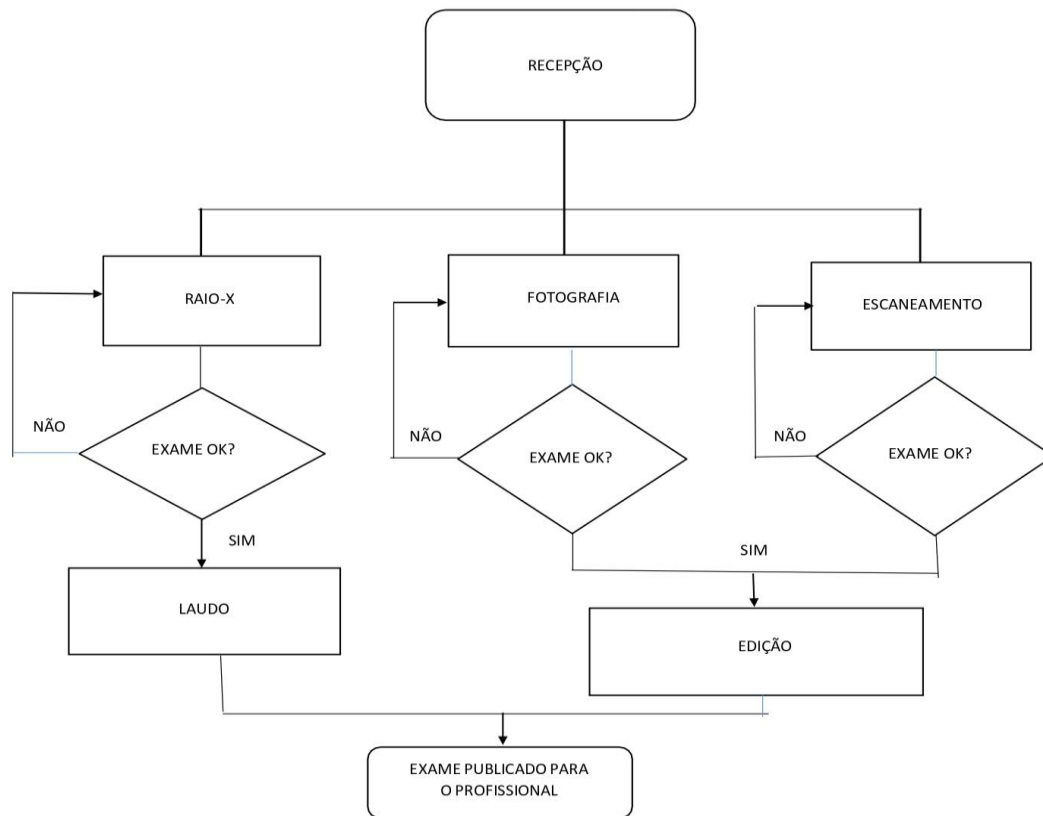


FIGURA 9 - FLUXOGRAMA
FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2023)

7 CONCLUSÃO

Ao analisar profundamente o processo da empresa Doc Plus, fica claro que a resolução de questões cotidianas pode ser viabilizada por meio da aplicação de ferramentas de melhoria contínua, aproveitando o conhecimento e esforço dos colaboradores. A identificação facilitada de obstáculos que impactam o desempenho na documentação ortodôntica abre caminho para a implementação de uma estratégia de melhoria contínua como um plano de ação direcionado para solucionar tais problemas.

O uso de ferramentas de qualidade e aprimoramento contínuo, como exemplificado pelo método 5W2H neste estudo, desempenha um papel crucial ao planejar, detectar falhas e propor soluções. Essas ferramentas simplificam a resolução de problemas de forma eficaz, permitindo mapear os processos internos e de atendimento da documentação ortodôntica por meio de um fluxograma, uma ferramenta essencial para implementar o plano de ação e solucionar os desafios identificados. Reconhecendo que falhas são inerentes a qualquer processo, é vital que a empresa esteja preparada para identificá-las, garantindo a eficiência de seus procedimentos. A disposição para acolher críticas e reconhecer e expor erros é crucial para conduzir a análise contínua em busca de melhorias.

Por fim, a implementação das ferramentas de gestão de serviços exploradas neste estudo é de extrema relevância, uma vez que essas ferramentas podem contribuir de forma significativa para assegurar a qualidade dos processos envolvidos na emissão de documentação ortodôntica. A busca constante pela excelência e a integração dessas ferramentas no cotidiano da empresa são pilares essenciais para garantir a constante evolução e eficácia operacional.

REFERÊNCIAS

ALBRECHT, K.; BRADFORD, L. J. **Serviços com qualidade: a vantagem competitiva**. São Paulo: Makron Books, 1992.

CORRÊA, Henrique L. *et al.* **Gestão De Serviços: lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes**. São Paulo: Atlas, 2002. 480 p.

CORRÊA, Henrique L. *et al.* **Administração Estratégica De Serviços: operações para a satisfação do cliente**. São Paulo: Atlas, 1994. 240 p.

CARVALHO, Leonardo Mello de. **Indicador Ipea mensal de FBCF – resultado de agosto de 2023**. 2023. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/category/atividade-economica/#:~:text=J%C3%A1%20o%20PIB%20per%20capita,do%20crescimento%20acumulado%20no%20ano>. Acesso em: 03 set. 2023.

ESTATÍSTICA, **Instituto Brasileiro de Geografia e Serviços**. 2023. Disponível em: <https://brasilemsintese.ibge.gov.br/servicos.html>. Acesso em: 10 jul. 2023.

FITZSIMMONS, James. *et al.* **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. 7. ed. Porto Alegre: Amgh, 2014. 560 p.

FEITOSA, Wilian Ramalho *et al.* **Um estudo de caso sobre a qualidade na prestação de serviços em uma empresa de automação bancária, automação comercial e serviços** de. 2018. 99 f. - Curso de Administração e Engenharia, Instituto Federal de São Paulo, Canindé, 2019.

GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. 440 p.

GROSBELLI, Andressa Carla. **Proposta de melhoria contínua em um almoxarifado utilizando a ferramenta 5w2h**. 2014. 52 f. Curso de Engenharia de Produção, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Medianeira, 2014

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos De Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 200 p.

LAKATOS, Eva Maria *et al.* **Metodologia do Trabalho Científico: Marina de Andrade Marconi**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021. 256 p.

LAI, Veruska Annely Leong. **A ética nos serviços aos clientes dentro da empresas brasileiras**. 1998. 53 f - Curso de Administração, Escola de Administração de Empresas, São Paulo, 1998.

PLA, Daniel *et al.* **Qualidade em Prestação de Serviços**. São Paulo: Senac, 2005

SEPLAD. **Mapeamento de Processos**. 2023. Disponível em: <https://www.seplad.df.gov.br/mapeamento-de-processos/>. Acesso em: 27 out. 2023

SANTOS, Lucas Almeida dos *et al.* **Mapeamento de Processos: Um Estudo no Ramo de Serviços**. 2015. 128 f. - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

ZEITHAML, Valerie A. *et al.* **A Excelência em Serviços: como superar as expectativas e garantir a satisfação completa de seus clientes**. São Paulo: Saraiva, 2014. 272 p.

.

.