

Avaliações e Perfis dos Clientes que passaram pelo Processo de Rolfing® no Núcleo de Atendimento, Pesquisa e Educação em Rolfing® - NAPER

Yeda Bocaletto

Rolfista e Coordenadora de Pesquisa do NAPER

Neste artigo, apresentarei os primeiros resultados do Banco de Dados do NAPER – Núcleo de Atendimento, Pesquisa e Educação em Rolfing®.

Pequeno histórico do NAPER, antigo Projeto Ambulatório de Rolfing

O Projeto Ambulatório, hoje denominado NAPER, foi criado em setembro de 1998 por um grupo independente de Rolfistas - ou seja, não ligados à diretoria da ABR. Estes rolfistas discutiam, numa Reunião Anual de Rolfing:

- o alto custo da sessão de Rolfing, que impedia o acesso ao processo a muitos clientes em potencial.
- o ciclo vicioso do atendimento solitário dentro de consultório particular, que gera padrões repetitivos de atendimento e procedimentos e que é limitado por nossas barreiras pessoais, de formação, de tipo de leitura corporal, de estilo, preferências, etc.
- a pouca produção de conhecimento e geração de pesquisa em Rolfing.

Com estas questões em perspectiva, este grupo resolveu criar o Projeto Ambulatório de Rolfing.

Os moldes de atendimento a serem seguidos seriam os do atendimento coletivo e compartilhado, como se faz em nossos cursos de treinamento. Este *setting* de atendimento coletivo, em que vários rolfistas atenderiam nos mesmos horários, possibilitaria a troca de informações sobre técnicas de Rolfing e leitura corporal, a discussão dos processos dos clientes atendidos, etc. As sessões teriam custos mais baixos, possibilitando que pessoas que não tivessem meios de pagar o preço de sessão em um consultório particular pudessem experienciar o processo de Rolfing. E os casos dos clientes seriam registrados, compartilhados e discutidos, não só com o objetivo de provocar aprimoramento profissional, mas também com o de gerar conhecimento em Rolfing.

Portanto, desde sua criação, os objetivos do NAPER - Projeto Ambulatório eram:

- 1- Educacional: aprendizado e aprimoramento profissional de rolfistas através de troca de experiência durante as sessões, discussão de casos, supervisões de rolfistas mais avançados, workshops, etc.
- 2- Social: atendimento a custos mais baixos.
- 3- Pesquisa: gerar conhecimento sobre Rolfing através do grande número de clientes que potencialmente seriam atendidos no Projeto e que nos dariam permissão de utilização das informações sobre seus processos.

Em 1998, 1999 e 2000, os horários de atendimento do NAPER eram restritos a apenas um ou dois dias por semana, com alguns horários de atendimento. Apenas em 2001 a estrutura financeira e administrativa do Projeto se consolidou, possibilitando o aluguel de uma sala apenas nossa, e o atendimento em todos os dias da semana, em 6 horários por dia.

Em 2002, o Projeto Ambulatório de Rolfing mudou sua denominação e passou a se chamar Núcleo de Atendimento, Pesquisa e Educação em Rolfing - NAPER, nome que melhor descreve seus propósitos.

Hoje somos oficialmente o Núcleo de Atendimento, Pesquisa e Educação em Rolfing da Associação Brasileira de Rolfing. Temos fortes conexões com a Escola Brasileira de Rolfing. Somos reconhecidos no Estatuto de nossa Associação e também temos nosso próprio Estatuto.

Até dezembro de 2004, em seis anos e quatro meses de existência, já foram rolfados 653 clientes no Núcleo.

Até 2004, 28 rolfistas já haviam trabalhado no NAPER. Isso revela que uma parcela significativa da comunidade de profissionais de Rolfing já passou pelo Núcleo, uma vez que, até 2004, contávamos com aproximadamente 100 profissionais em todo o Brasil. E se tomarmos em consideração que o NAPER é um fenômeno basicamente paulistano, ou, se quisermos ampliar seu alcance geográfico, um fenômeno paulista, temos que grande parte dos rolfistas do estado e da cidade de São Paulo já trabalharam no Núcleo.

Documentos do Protocolo de Atendimento dos Clientes NAPER

Logo no início do NAPER, surge a preocupação com a comunicação entre os rolfistas durante as discussões de casos e com a coleta de informações sobre os clientes, relevantes para a condução do processo, assim como para a sua continuidade, em caso de retorno para sessões de manutenção/*post-ten work*. Que linguagem e que instrumentos usar para o registro e a comunicação do processo do cliente?

Começa, então, o desenvolvimento dos documentos de registro do processo dos clientes.

No início, foi utilizada a ficha de recrutamento de clientes que a ABR aplicava em clientes de cursos de formação em Rolfing.

Depois desta primeira experiência de aplicação de um mesmo questionário para todos os clientes do Núcleo, o grupo percebeu, mais e mais, a importância de se organizar, homogeneizar e padronizar um modo comum de obtenção de informações importantes sobre o cliente para possibilitar a **condução, a reflexão e o registro** do processo do cliente dentro de uma prática de atendimento coletivo de Rolfing. Além disso, há um incrível potencial de pesquisa que se cria com um número tão grande de clientes rolfados por ano e com registros sistemáticos de seus processos.

A partir disso, estes documentos foram sendo gerados, se transformando e se sofisticando com o amadurecimento do grupo e do próprio Núcleo.¹

Hoje, o Protocolo de Atendimento de Cliente do NAPER é composto pelos seguintes documentos: Entrevista Inicial, Relatório de Sessões, Relatório do Rolfista, Relatório do Cliente, Contrato e fotos do cliente “antes” e “depois” do processo.

Na Entrevista Inicial, além de criarmos *rapport* com nosso cliente, colhemos informações sobre a razão da busca pelo Rolfing; queixas relativas a dor; histórico somático, emocional e de saúde; hábitos físicos; forma pela qual ficou sabendo sobre o Rolfing e sobre o NAPER; idade; profissão; grau de instrução; além de endereço, telefone e e-mail.

No Relatório de Sessão, registramos cada sessão: escrevemos o *feedback* do cliente, nossa leitura corporal, o objetivo e técnicas utilizadas na sessão, os resultados obtidos e sugestões e planos para sessões futuras. Baseamo-nos no modelo *SOAP notes*, ensinado em cursos de formação de Rolfing e utilizado por profissionais americanos para reembolso de sessões por Planos de Saúde.

No Relatório do Cliente, cada cliente, após o final do processo avalia se seus objetivos foram atingidos; como percebe as mudanças (físicas, funcionais, emocionais, etc) em seu corpo e em sua vida; a intensidade e frequência da dor. Além de avaliar a eficiência do Rolfing, os clientes avaliam também o atendimento no contexto do NAPER e o rolfista que o atendeu.

No Relatório do Rolfista, cada profissional faz um relato final do processo de seu cliente, abordando os seguintes tópicos: objetivos do cliente no início do processo; avaliação do rolfista da estrutura, função, emoção e histórico do cliente; descrição do(s) objetivo(s) do processo para o cliente; descrição das estratégias e técnicas utilizadas para cumprir o(s) objetivo(s); descrição dos resultados obtidos; e registro das orientações, dadas ao cliente, do que fazer após o processo.

O Contrato consiste num documento em que explicamos os objetivos do Projeto e as regras do atendimento a serem seguidas: objetivo social, educacional e de pesquisa, atendimento coletivo, mais de um cliente por horário, rolfistas discutindo o caso, compartilhamento das informações do processo do cliente, importância de se cumprir o horário, política de cancelamento de sessão, forma de pagamento, etc. Estando ciente e de acordo com estas regras, o cliente assina esse documento.

Também temos, no prontuário de cada cliente, as fotos antes e depois do processo. E, em alguns casos, fotos intermediárias, feitas em sessões com mudanças significativas na estrutura do cliente.

Histórico do Banco de Dados

Este banco de dados tem sido gestado há alguns anos. Desde que entrei no NAPER, em 2000, tenho estado na Coordenação de Pesquisa do Núcleo. Desde então, tenho encabeçado a organização dos documentos de atendimento de clientes e vislumbrado o uso das informações neles contidos.

No Encontro de Avaliação das Atividades do NAPER, no final de 2000, apresentei uma primeira tabulação manual de alguns dados, em que fiz um balanço do gênero, idade, local de moradia e profissão dos clientes que passaram pelo Núcleo até aquela data.

Em 2002, já num projeto mais arrojado, Paula Mattoli e eu coordenamos a tabulação manual de muitas questões dos quatro Documentos de Atendimento de Clientes do NAPER. Nesta tarefa, todos os rolvistas que trabalharam no Núcleo tabularam as informações dos clientes que atenderam até 2002.

O resultado deste trabalho resultou num texto - que se encontra na biblioteca da ABR, à disposição dos membros - e também numa apresentação no Encontro Anual de Rolving de 2003.

Mas os resultados desta fase de desenvolvimento da idéia do Banco de Dados ainda não permitiam o cruzamento das informações, o que possibilita uma análise mais consistente e sofisticada dos dados. Por isso, já neste momento, comecei a vislumbrar a construção de um Banco de Dados computadorizado, tarefa esta que necessitaria mais trabalho e, o mais difícil, dinheiro, pois teríamos que contratar mão de obra especializada em computação e estatística.

Após esta fase, grande parte do trabalho de engenharia do desenvolvimento da Banco de Dados já estava pronta. As questões de interesse já estavam selecionadas e ordenadas logicamente; as possibilidades de respostas fechadas já estavam listadas. E a tarefa mais difícil, o estabelecimento de parâmetros para as questões dos quatro documentos do protocolo de atendimento, que foram se modificando e se sofisticando conforme o passar do tempo, já estava pronto.

No ano de 2004, Pedro Prado, que sempre esteve junto ao Núcleo, dando suporte aos projetos do NAPER, encampa o projeto do Banco de Dados, para utilizar seus dados em sua dissertação de doutorado, e consegue recursos das mais variadas fontes.

Em 2004-2005, reorganizei o Roteiro de Tabulação dos documentos do Protocolo de Atendimento do NAPER e tabulei os prontuários dos 653 clientes que já haviam passado pelo Núcleo até dezembro de 2004.

O Banco de Dados está pronto. Sua estrutura de organização e recepção de informações já está formatada. Os dados dos clientes atendidos até 2004 estão tabulados e digitados. E as primeiras tabelas de freqüência, cruzamento e os primeiros gráficos já foram feitos.

Agora, a cada ano, alimentaremos o Banco de Dados com as informações dos clientes atendidos no período. Os prontuários de 2005 já foram tabulados e já devem estar sendo digitados no Banco de Dados.

O trabalho de concepção e construção do Banco de Dados tornou-se possível, dentre outros fatores, por uma vasta experiência prévia que tive em duas áreas, anteriores à minha atuação como rolfista: a graduação em Sociologia e Antropologia na Unicamp; e a administração, por dez anos, de uma empresa de pesquisa de mercado em Campinas. Dessa forma, pude articular essa experiência anterior em outras áreas de atuação e formação com as necessidades e possibilidades de pesquisa no NAPER, trazendo elementos técnicos, em grande parte alheios ao universo do Rolfing, para que o desenho desse Banco de Dados fosse traçado com pertinência e precisão, assim podendo contribuir para o desenvolvimento de pesquisa em Rolfing no Brasil.

Organização e Construção do Banco de Dados

Para a construção do Banco de Dados, utilizei-me dos quatro documentos de registro do processo de Rolfing do Protocolo de Atendimento de Clientes do NAPER: Entrevista Inicial, Relatório do Rolfista, Relatório do Cliente e Relatório de Sessão. Com os documentos em mãos, fiz a seleção das questões e informações importantes e possíveis de serem trabalhadas, e construí dois roteiros de tabulação: um para as questões fechadas/objetivas/quantitativas e outro para as questões abertas/subjetivas/qualitativas.²

Esta seleção de informações resultou em dois produtos:

- 1- Banco de Dados Quantitativo, que contém os resultados das questões fechadas, objetivas e quantificáveis.
- 2- Banco de Dados Qualitativo, que contém a transcrição das respostas abertas e subjetivas dos clientes (não apresentarei estes resultados aqui).

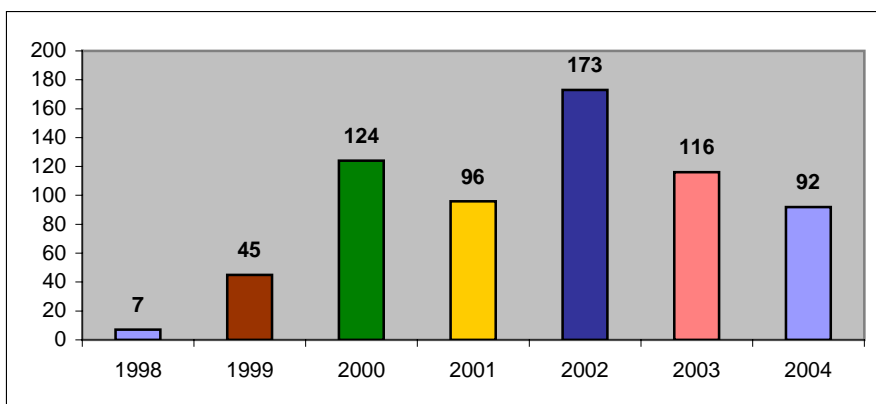
O Banco de Dados Quantitativo apresenta grupos distintos de informações:

- 1) Informações demográficas, que nos permitem identificar que tipo de cliente procura o Rolfing, tais como: gênero, sexo, idade, profissão, grau de instrução, local de moradia.
- 2) Dados para avaliarmos por quais razões os clientes procuram o Rolfing: razão da procura pelo método Rolfing, queixas relativas à dor/desconforto (local, intensidade e frequência da dor), tipo de patologia que apresentam, etc.

- 3) Dados que nos fornecem um histórico somático, emocional, de saúde e hábitos dos clientes, traçando um perfil dos mesmos (informações com as quais, durante o processo, desenvolvemos o plano de tratamento do cliente). Dados que nos permitem, ao final do processo, avaliar os resultados e a eficiência do Rolfing em vários níveis: frente às queixas do cliente; frente à estrutura e função; frente às patologias que apresentam; frente à situação emocional e/ou cultural em que se encontram, etc.
- 4) Informações sobre como o cliente ficou sabendo sobre o Método Rolfing e sobre como chegou até o NAPER.
- 5) Dados sobre a satisfação dos clientes com o resultado obtido, com o atendimento no Núcleo e com o Rolfista. Além de informações concretas sobre a eficiência do Rolfing, apresentadas através da avaliação da intensidade e frequência da dor/desconforto após o processo, sob a perspectiva do cliente.

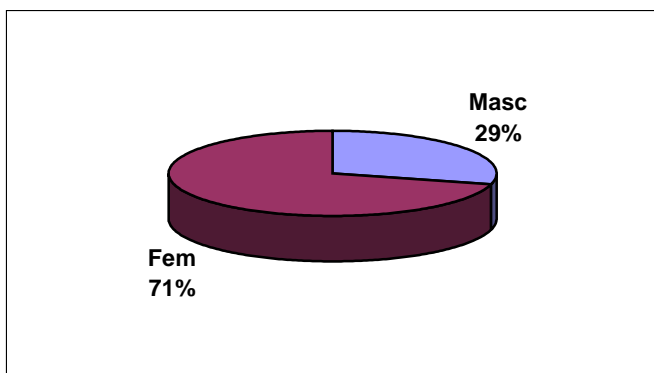
Evidentemente, nem todos os dados levantados serão apresentados neste artigo, que pretende ser apenas uma mostra inicial dos resultados obtidos a partir do Banco de Dados. Passemos, então, à apresentação desses primeiros dados, seguidos de comentários e interpretações.

NÚMERO DE CLIENTES ATENDIDOS POR ANO DE FUNCIONAMENTO DO PROJETO



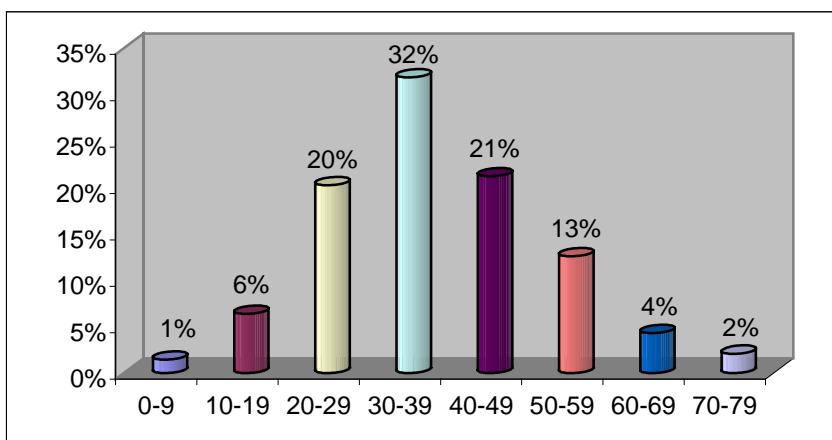
O número de clientes atendidos no NAPER variou nestes 6 anos de existência em função das circunstâncias em que se encontrava. Em 1998, 1999 e 2000, atendíamos apenas alguns horários em dois dias por semana. A partir de 2001, começamos a atender em 6 horários diários, de segunda a sexta-feira. O número de clientes atendidos também varia de acordo com a alteração no número de rolfistas trabalhando no Núcleo. Outros fatores que contribuíram para o aumento ou diminuição do número de clientes foram fatores conjunturais, tal como mudança de local de atendimento.

GÊNERO DOS CLIENTES DO PROJETO



A maioria dos clientes atendidos no NAPER é do sexo feminino. Este dado parece estar bem próximo à realidade de consultórios particulares de Rolfling, assim como à de outras práticas de terapias holísticas complementares, psicoterapias e massoterapia.

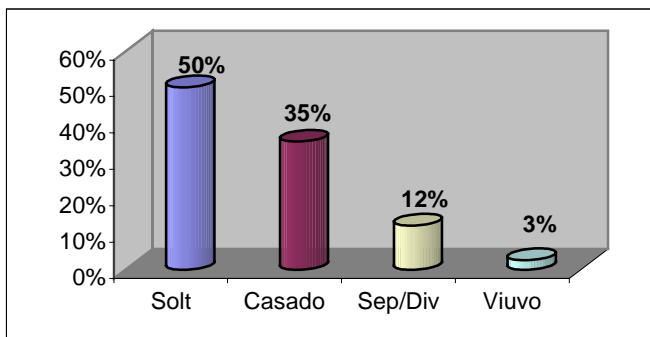
IDADE DOS CLIENTES DO PROJETO



A maioria dos clientes do Núcleo é composta por uma população adulta e economicamente ativa (consulte também a tabela de profissão). Temos poucos clientes crianças e adolescentes, assim como poucos clientes da terceira idade. Embora crianças e adolescentes tenham menos problemas estruturais e funcionais, o que é coerente com a pouca quantidade de clientes nestas faixas etárias, ocorre exatamente o contrário com a população de terceira idade. Pessoas com mais de 60 anos têm maior probabilidade de terem problemas estruturais e funcionais, porém não constituem um percentual significativo de clientes no NAPER.

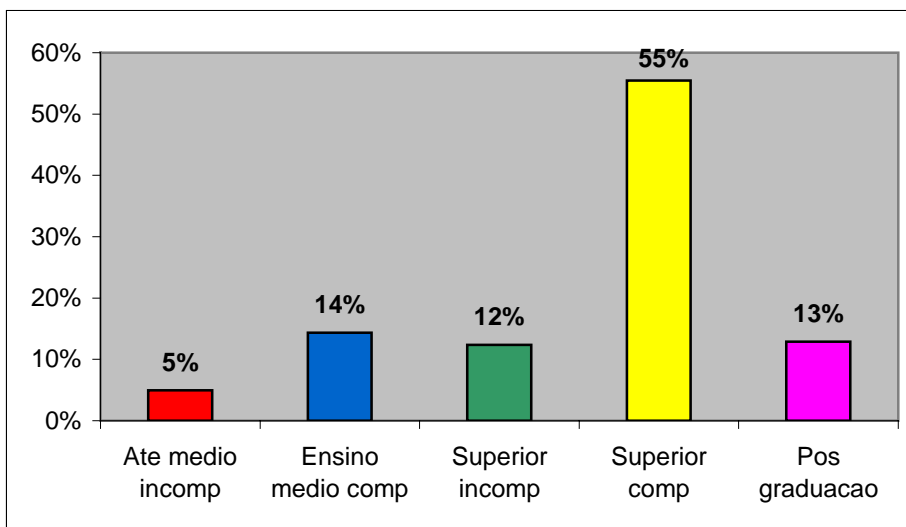
OBS: Para esta análise, não fiz a comparação com a distribuição etária da população brasileira, especialmente nas faixas acima de 60 anos, o que daria mais consistência à análise.

ESTADO CIVIL DOS CLIENTES DO PROJETO



O estado civil predominante dos clientes do NAPER é solteiro – 50%. Este é um dado que precisaria de cruzamento com outras questões para ser melhor compreendido, o que será feito posteriormente.

QUAL É A SUA FORMAÇÃO ESCOLAR?

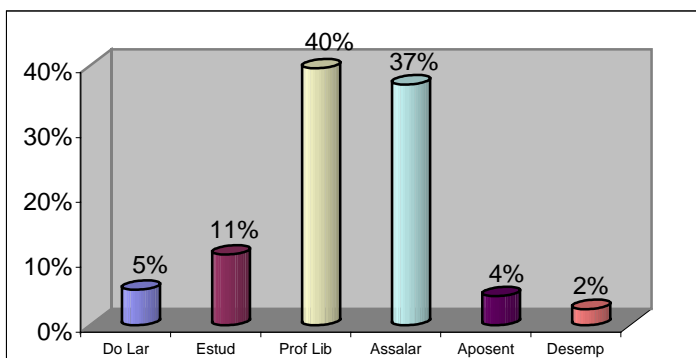


Os clientes do NAPER têm alto grau de instrução. 80% deles têm curso superior incompleto ou maior grau de instrução. Rolfing é uma terapia nova e pouco difundida no Brasil e nossos clientes potenciais possuem grande acesso à informação.

Os clientes do NAPER, especificamente, não têm alto padrão econômico, mas possuem alto padrão cultural. A maioria deles faz parte de uma classe média e média baixa em termos de faixa salarial, mas com alto padrão de consumo cultural e de informação, característica dos grandes centros urbanos.

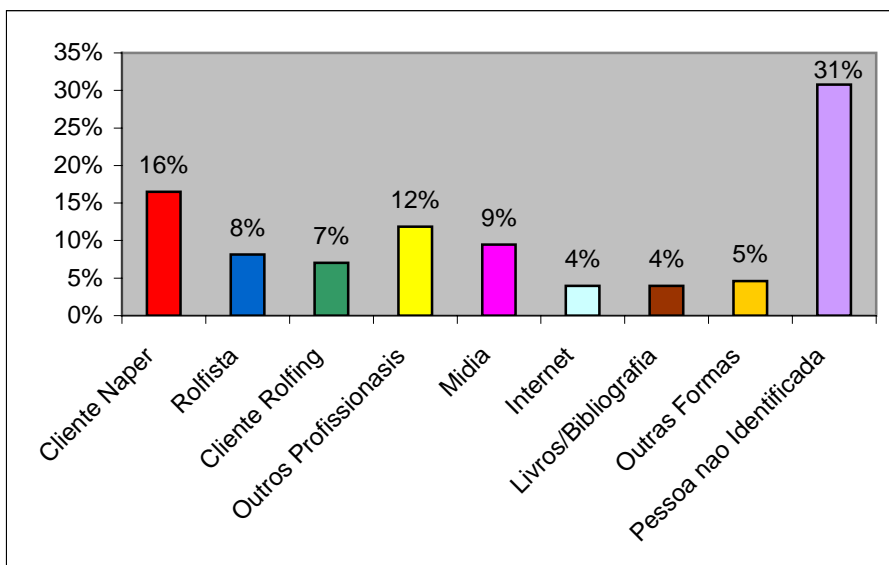
Infelizmente, clientes de baixo poder aquisitivo não chegam ao NAPER, ao que parece, mais em função do baixo acesso à informação que acompanha o baixo poder aquisitivo do que pelos preços de sessão praticados por nós, que estão bastante abaixo da média do mercado.

PROFISSÃO DOS CLIENTES DO PROJETO



Os clientes do NAPER são, em sua maioria, economicamente ativos, com leve prevalência de clientes profissionais liberais sobre clientes assalariados.

COMO VOCÊ FICOU SABENDO SOBRE O MÉTODO ROLFING DE INTEGRAÇÃO ESTRUTURAL?



Pergunta de múltipla resposta. Portanto, a soma total das porcentagens não é igual a 100%.

Perguntamos aos clientes do NAPER sobre a forma pela qual eles ficaram sabendo sobre o método Rolfing. Descobrimos que tomaram conhecimento do método através de pessoas, em sua maioria, clientes de Rolfing, seja do NAPER ou de consultório particular.

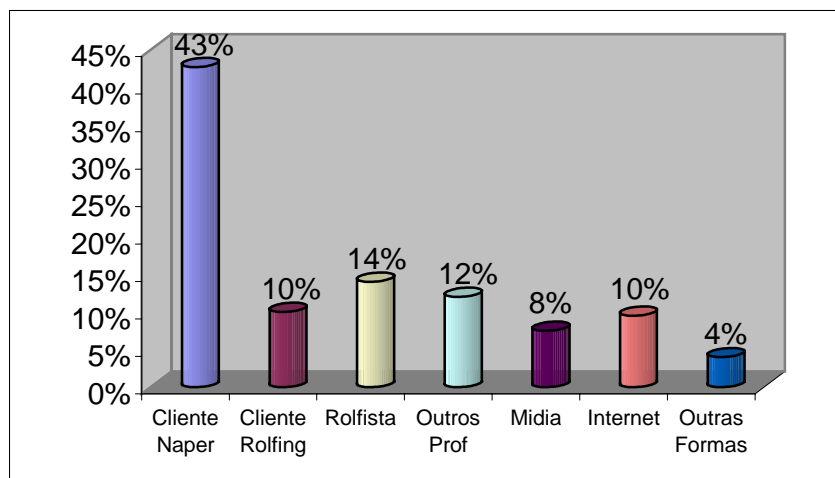
Concluí, através da leitura atenta dos documentos do Prontuário dos clientes, que a categoria de **pessoa não identificada** é composta, em sua quase totalidade, por clientes que já passaram pelo processo de Rolfing.

Portanto, 54% dos clientes do NAPER ficaram sabendo sobre o método através de clientes que já passaram pelo processo de Rolfing.

Por outro lado, temos uma baixa porcentagem de indicação de clientes para Rolwing por outros profissionais (médicos, fisioterapeutas, psicoterapeutas, professor de educação física, etc): apenas 12%, o que revela nossa baixa penetração frente a estes mercados profissionais.

Se levarmos em consideração que temos pouca visibilidade na mídia – jornal, revista, rádio e TV –, podemos dizer que estes meios de comunicação são eficientes na geração de clientes. A porcentagem de 9% pode parecer baixa em relação às outras, porém, concretamente, nestes 6 anos de projeto, as poucas vezes em que uma mídia se referiu ao Rolwing nos gerou um número significativo de clientes.

QUEM INDICOU O NAPER?



Pergunta de múltipla resposta. Portanto, a soma total das porcentagens não é igual a 100%

A maioria dos clientes do NAPER chega a nós através de indicação de clientes que passaram pelo processo de Rolwing no Núcleo – 43%. Se somarmos a esta cifra os 10% de clientes que chegaram ao NAPER por indicação de clientes de Rolwing de consultórios particulares, temos que 53% de nossos clientes são indicados por ex-clientes. Isso confirma o que se fala dentro da comunidade: cliente gera cliente.

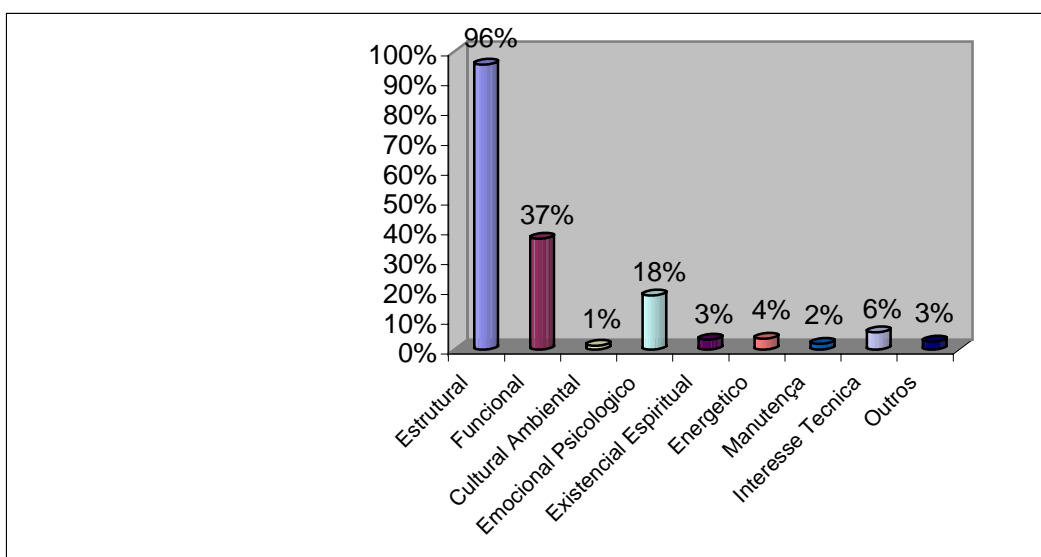
Encontramos também uma boa porcentagem de colegas que indicam os serviços do NAPER, uma vez que, hoje em dia, há bastante negociação sobre o valor da sessão entre rolfista e cliente – 14% .

Observe que as porcentagens de indicação do NAPER por outros profissionais e através da mídia são quase idênticas às porcentagens da forma pela qual os clientes ficam sabendo sobre o método Rolwing.

Com certeza, se tivéssemos maior penetração na mídia e uma maior visibilidade e credibilidade frente a outros profissionais, teríamos dois canais importantes de geração de clientes atuando a nosso favor.

Fácil falar. Difícil implementar. Mas poderíamos dedicar mais de nosso tempo investindo em formas eficientes e impessoais de gerar clientes. Investir mais em formas objetivas de promover o método e seus benefícios, e depender menos geração de clientes através de clientes – que é um processo mais lento e pessoal.

RAZÃO DA PROCURA PELO ROLFING



Pergunta de múltipla resposta. Portanto, a soma total das porcentagens não é igual a 100%

Perguntamos aos clientes a razão pela qual eles estavam procurando o Rolfing. As respostas dadas por eles eram de caráter aberto e subjetivo. Transformamos estas respostas abertas em categorias que usamos em Rolfing e dividimos as queixas dos clientes em *estrutural, funcional, emocional, energético, espiritual e cultural*. Além destas razões também apareceram como motivo pela busca por Rolfing o *retorno para manutenção* e o *interesse pela técnica*.

Como resultado obtivemos que a grande maioria dos clientes, 96%, procura o Rolfing em função de questões estruturais – má postura, dores crônicas, escoliose, desvios na coluna, etc. Seguem-se as queixas funcionais como segundo maior grupo de motivo pela busca por Rolfing - 37%.

Em terceiro lugar aparecem as queixas de ordem *emocional/psicológica*, com 18%.

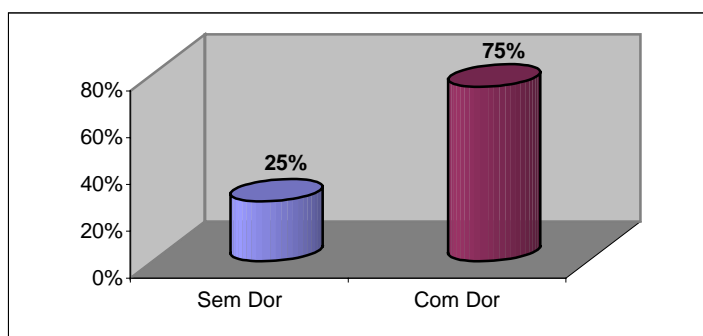
O Rolfing, enquanto técnica, endereça diretamente o corpo, a integração das estruturas somáticas, portanto, não há de ser uma surpresa a alta porcentagem de pessoas que buscam o Rolfing com queixas estruturais.

Chama a atenção, porém, a porcentagem de 18% dos clientes buscando Rolfinf em função de queixas emocionais.

Nós sabemos, na prática e na teoria, que, ao reorganizar, equilibrar e integrar as estruturas físicas, os outros aspectos do ser humano (emocional, intelectual, cultural e espiritual) também são afetados no mesmo sentido. Neste resultado, temos o reconhecimento concreto, pela parte mais afetada por nosso trabalho – o cliente – de que isso acontece, uma vez que estes procuram o Rolfinf para equilibrar questões emocionais.

OBS: Gostaria de agradecer ao colega Pedro Prado por sua inequívoca contribuição para a organização das categorias de grupamento das respostas abertas utilizadas nesta questão. Seu conhecimento e ampla visão sobre os vários significados e facetas do processo de Rolfinf foram imprescindíveis para a realização desta tarefa.

QUEIXA RELATIVA À DOR

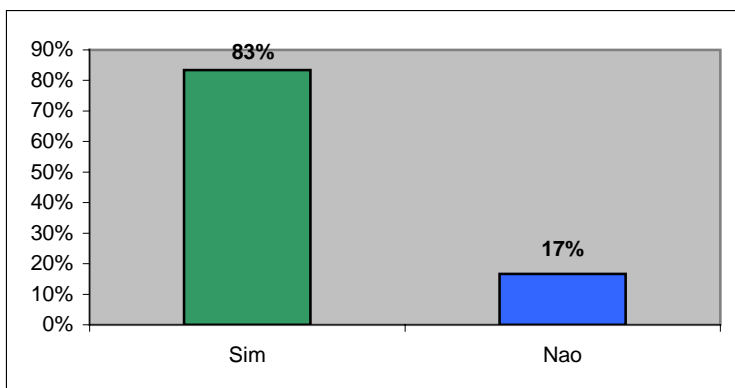


Perguntamos aos clientes se eles possuíam alguma queixa relativa a dor ou desconforto físico que os tenha levado a procurar por Rolfinf. Descobrimos que 75% dos clientes do NAPER procuram Rolfinf para o alívio de dores.

Embora Rolfinf não tenha sido originalmente desenhado para ser uma técnica de segundo paradigma (cura, “fix work”), mas sim de terceiro (integração e holismo), nós sabemos, assim como nossos clientes, da grande eficiência do Rolfinf no alívio de dores. Ao re-organizar as estruturas miofasciais e promover a mudança de padrões de movimento nocivos ao equilíbrio e fluência corporal no campo gravitacional, dores crônicas e lesões resultantes de movimentos repetitivos diminuem e desaparecem.

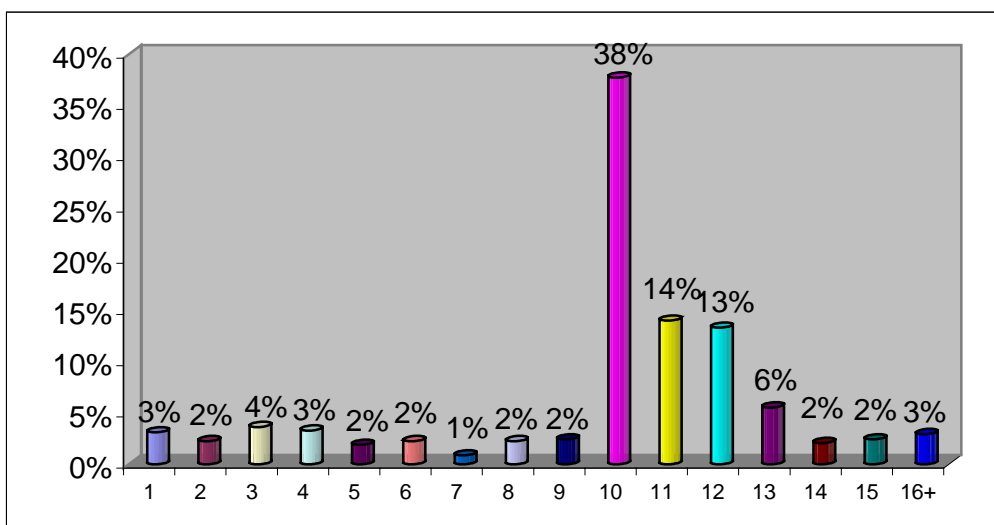
Veja também gráfico intensidade da dor após Rolfinf.

COMPLETOU O PROCESSO DE ROLFING?



83% dos clientes que passaram pelo processo de Rolfing no NAPER completaram seus processos. 17% desistiram do processo em alguma sessão. Acredito que esta taxa de desistência seja alta se comparada com a de consultórios particulares, porém, as condições em que são oferecidas as sessões no NAPER são bastante específicas e nem sempre facilmente aceitas por alguns clientes: sala coletiva, com vários clientes e vários rolfistas; leitura corporal em que vários rolfistas analisam cada cliente; pouca flexibilidade de horário; etc.

NÚMERO DE SESSÕES POR CLIENTE ATENDIDO NO PROJETO

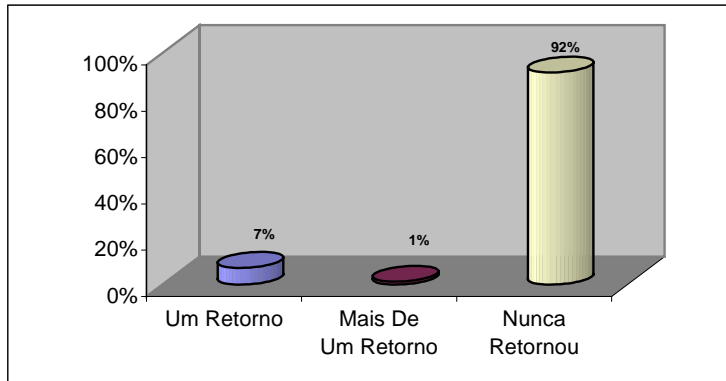


38% dos processos conduzidos no NAPER são compostos por 10 sessões, portanto, os rolfistas seguiram o protocolo clássico de Rolfing.

40% dos processos dos clientes do NAPER são compostos por mais de 10 sessões.

Devo esclarecer que os processos com 9 sessões ou menos não correspondem apenas a processos de clientes que desistiram. Aqui também se encontram clientes de retorno/manutenção/"post-ten work", assim como clientes que fazem acordos específicos de menos sessões do que as 10 clássicas.

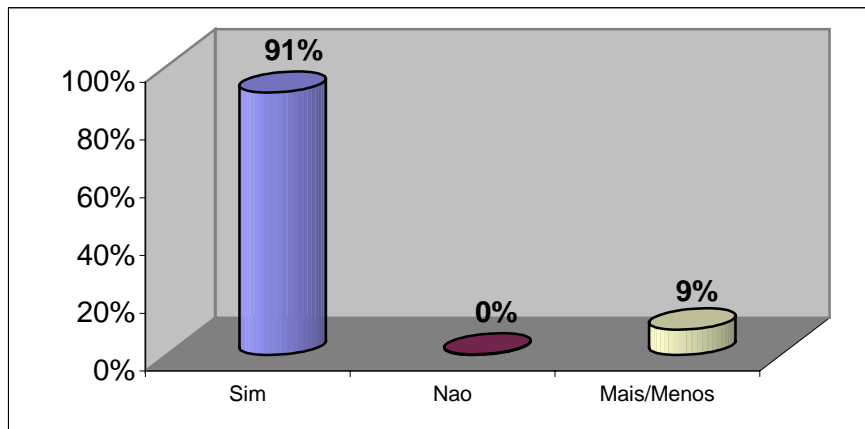
NÚMERO DE CLIENTES QUE RETORNAM PARA SESSÕES DE MANUTENÇÃO



Infelizmente, o número de clientes que não retornam para sessões de manutenção/post-ten work é bastante alto. Esta, com certeza, é uma área a ser explorada pelo NAPER.

GRAU DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES COM O PROCESSO

Você atingiu seus objetivos?



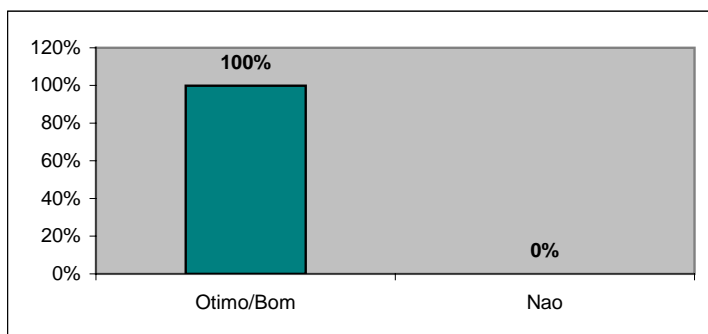
O grau de satisfação dos clientes que completaram seus processos com os resultados obtidos é extremamente alto.

91% dos clientes que passaram pelo processo de Rolfing no NAPER afirmam ter atingido seus objetivos completamente e 9% afirmam que os atingiram mais ou menos. E nenhum cliente afirmou que não atingiu seus objetivos de maneira alguma.

Leve-se em consideração que a opinião dos clientes que não completaram o processo não entra nesta estatística.

GRAU DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES COM O PROFISSIONAL

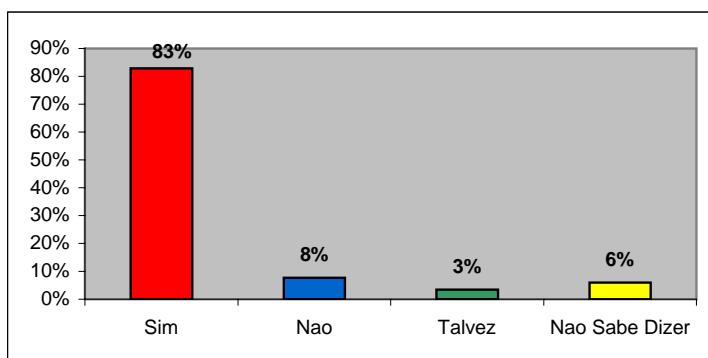
Como foi trabalhar com seu rolfista?



Os rolfistas têm 100% de aprovação de seus clientes. A totalidade dos clientes que termina o processo diz ter sido bom ou ótimo trabalhar com seu rolfista.

Novamente, vale repetir, os clientes que param o processo por qualquer motivo não respondem ao Relatório do Cliente, que contém esta pergunta.

VOCÊ ACHA QUE O ROLFING AJUDOU VOCÊ EM OUTROS ASPECTOS DE SEU SER? (emocional, sócio-cultural, espiritual, etc)

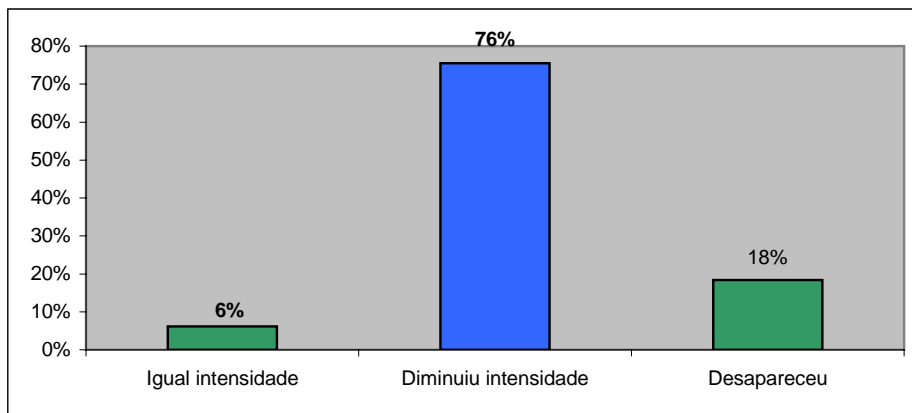


Ao final do processo, perguntamos aos clientes se eles percebiam alguma modificação provocada pelo Rolfing em outras esferas de suas vidas. Esta pergunta vem de encontro a nossa concepção holística de

Rolfing. Sabemos que nosso canal de trabalho é o corpo, assim como sabemos que se o corpo se organiza ele ressoa nas outras esferas do ser – emocional, espiritual, intelectual e cultural.

Como resultado, temos que 83% dos clientes reconheceram que o Rolfing influenciou em outros setores de suas vidas.

INTENSIDADE DA DOR APÓS O PROCESSO DE ROLFING



Perguntamos aos clientes que acusaram ter algum tipo de dor ou desconforto qual era a intensidade desta dor, tanto antes do processo, na Entrevista Inicial, como após, no Relatório do Cliente. Cruzamos esta informação e obtivemos que 76% dos clientes do NAPER apontam a diminuição da intensidade da dor pela qual procuraram o Rolfing. 18% afirmam que a dor/desconforto desapareceu. E apenas 6% afirmam que a intensidade de sua dor/desconforto continuou igual ao final do processo. Estes dados são bastante significativos. Temos uma taxa de insucesso bastante pequena - 6% - dentro da perspectiva de segundo paradigma (cura).