

4-TC - Marketing em Odontologia: a percepção do cliente em relação ao serviço odontológico de clínica privada

Ana Carolina da Graça FAGUNDES, Maria de Lourdes CARVALHO,

Ana Valéria Pagliari TIANO, Cléa Adas Saliba GARBIN, Artênio José Isper GARBIN

O mercado de trabalho odontológico torna-se cada vez mais competitivo levando o cirurgião-dentista a lançar mão de ferramentas de marketing para atrair sua clientela, mas este esquece por vezes de procurar saber o que seu público alvo deseja. Este estudo teve por objetivo avaliar a percepção dos usuários de clínicas privadas em relação aos serviços odontológicos. Foi realizado de outubro a dezembro de 2006 em um município do interior de São Paulo e obteve aprovação no Comitê de Ética em Pesquisa. Os usuários que participaram da pesquisa responderam 21 questões abertas e fechadas sobre utilização destes serviços, percepção no atendimento, princípios de biossegurança e organização do consultório. A maioria dos entrevistados (53,4%) considera que os aspectos relativos à humanização são os mais relevantes na hora do atendimento odontológico. Quanto à aparência do profissional e biossegurança foi considerado muito importante o uso de luvas (78,6%), máscara (72,8%), gorro (54,4%), óculos (45,6%), roupa branca (40,8%) e jaleco (38,8%). Na organização, o descumprimento de horário foi o aspecto relatado pela maioria (19,4%) como sendo o que mais desagrada quando procuram um atendimento odontológico. Conclui-se que na percepção dos usuários os aspectos mais valorizados no atendimento são a relação profissional-paciente e o cumprimento do horário agendado e o uso de equipamentos de proteção individual. Isso nos leva a uma reflexão em relação ao comportamento do cirurgião-dentista frente ao paciente, sendo que o mesmo pode ser aprimorado desde a formação acadêmica.