

Cartão de visita: uma estratégia de marketing profissional na prática odontológica

Viveiros GM, Rovida TAS, Queiroz APDG, Garbin CAS, Marquesi C, Moimaz SAS

Faculdade de Odontologia de Araçatuba (FOA/UNESP)

gabrielamavi@hotmail.com

Com o aumento das exigências, e a competitividade do mercado de trabalho, algumas estratégias de marketing têm sido utilizadas para a conquista de pacientes e para a manutenção e melhora dessas relações. O Marketing envolve informações de mercado, assistência a clientes, relações públicas, comunicação visual, e política de serviços, além de estreitar a relação paciente profissional. O objetivo do trabalho foi analisar os cartões de visita utilizados como estratégia inicial de marketing por Cirurgiões-Dentistas, tendo como base o Código de Ética Odontológico, a lei nº 5081/1966 e os princípios de marketing. Foi realizado um estudo transversal, de análise documental, em 3 municípios da Região Noroeste do Estado de São Paulo. Após terem sido coletados os dados, os cartões foram classificados por especialidades de atuação profissional e as seguintes variáveis foram analisadas: atendimento ao código de ética Odontológico, especificamente a presença do número de CRO, a identificação da profissão, e o emprego de forma adequada da expressão “Clínico Geral”, assim como características visuais; e também o atendimento ao disposto na Lei nº 5081/1966. Os dados obtidos foram processados por meio do programa Epi Info 5.1 e a avaliação dos cartões de visita foi de forma qualitativa. Os cartões de visita são um importante meio de divulgação do trabalho profissional, porém, alguns Cirurgiões Dentistas tem negligenciado preceitos éticos e princípios Legais. Deste modo, ressalta-se a necessidade da conscientização sobre as leis que regem a profissão.

Apoio financeiro: *PROEX UNESP.*