

# PERCEÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS ODONTOLÓGICOS OFERTADOS EM CLÍNICAS E CONSULTÓRIOS

III SIMPÓSIO DE PESQUISA DO ECOSISTEMA ANIMA

O SABER SE MANIFESTA NA EXPERIMENTAÇÃO.



Vitor Peral dos Santos<sup>1</sup>, Danilo Pereira Xavier<sup>2</sup>, Gabriela Santo de Oliveira<sup>3</sup>, Pamela Chaves Rodrigues dos Santos<sup>1</sup>, Giovanna Araújo de Farias<sup>1</sup>, Lara Silva Moura<sup>3</sup>, Rebecca Luz Camargo da Silva<sup>1</sup>, Jéssica Souza<sup>3</sup>, Dra. Elaine Cristina Escobar<sup>1,2 e 3</sup>

UNA<sup>3</sup>, UNIFG<sup>2</sup>, SÃOJUDAS<sup>1</sup>

UNA<sup>3</sup>, UNIFG-BA<sup>2</sup>, USJT<sup>1</sup>

Odontologia - prof.elaineescobar@ulife.com.br

## Introdução

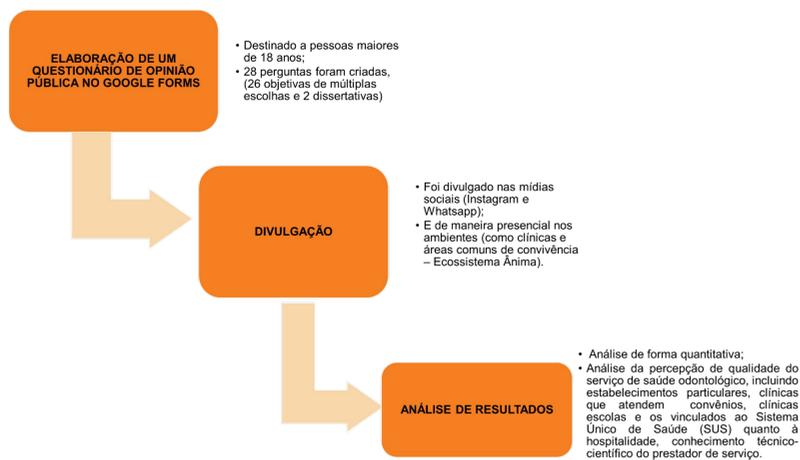
A qualidade oferecida nos serviços de saúde interfere diretamente na percepção de valor por parte dos clientes (Turra et al, 2021). A eficácia do atendimento, afeta a experiência do cliente e consequentemente impacta na satisfação com a experiência vivenciada. Para potencializar a criação de vínculos com os clientes e promover a fidelização dos mesmos, é preciso segundo Lemos (2021), ter um olhar atento ao marketing odontológico que realizamos dentro e fora do ambiente de atendimento, antes, durante e após a consulta.

## Objetivo

Avaliar a opinião pública quanto às expectativas e percepção de qualidade em relação ao serviço odontológico ofertado em diferentes perfis de clínicas e consultórios em território nacional.

## Metodologia

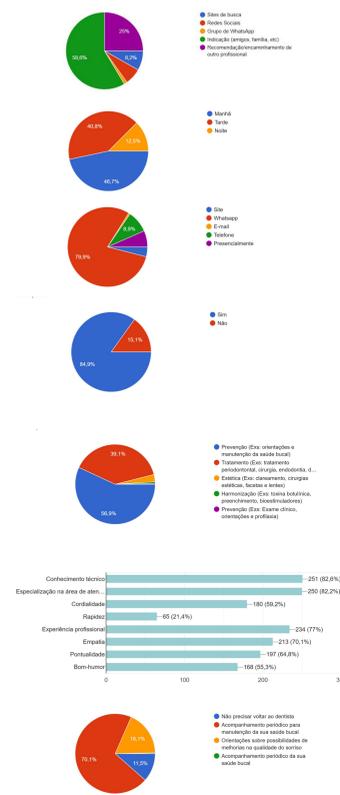
A pesquisa teve caráter quantitativo e qualitativo. Para a coleta dos dados foi desenvolvido um questionário utilizando como ferramenta o Google Forms. O questionário não coletou informações que pudessem identificar os respondentes, sendo considerado um questionário de opinião pública. O questionário incluiu informações sobre o perfil do respondente (gênero, idade, estado de residência e renda familiar), tipo de serviço odontológico utilizado (clínicas/consultórios particulares, convênios, clínicas-escolas e SUS), informações relevantes dos aspectos de infra-estrutura, da prestação do serviço e do profissional. Os resultados obtidos foram analisados e identificaram tendências claras na expectativa dos respondentes quanto ao perfil do serviço odontológico



## Resultados

Obtivemos um total de 304 respondentes, sendo que 65,5% foram mulheres e 34,2% homens, sendo a maioria na faixa etária entre 18 e 30 anos (54,6%), com renda familiar de até dois salários mínimos (33,2%). O estado com maior número de respondentes foi São Paulo (36,5%).

Questões	Respostas
Como você busca o consultório/clínica no qual realizará seu atendimento odontológico?	<b>Indicação (amigos e familiares) 58,6%</b> <b>Indicação de outro profissional 25%</b> Sites de Busca 8,6% Redes Sociais 6,9%
Qual o melhor período para realizar sua consulta odontológica?	<b>Manhã (46,7%), tarde (40,8%) e noite (12,55%)</b>
Na sua opinião, qual é a melhor maneira de realizar o agendamento da sua consulta odontológica?	<b>Whatsapp (79,9%)</b>
Qual a sua opinião sobre a cobrança da consulta de exame clínico/plano de tratamento odontológico? A cobrança é justificada e demonstra profissionalismo?	<b>Sim (84,9%)</b>
Qual o tipo de serviço odontológico que você considera mais importante?	<b>Prevenção (56,9%)</b>
Quais opções abaixo você considera importantes no profissional que o atenderá?	<b>Conhecimento técnico 82,6%</b> <b>Especialização na área de atendimento 82,2%</b>
O que você espera após o término de um tratamento odontológico?	<b>Acompanhamento periódico para manutenção de saúde bucal 70,1%</b>



Além disso, os dados ressaltam que a demonstração de profissionalismo é importante para os clientes, principalmente ao considerar que eles possuem expectativas elevadas com relação ao profissional que irá atendê-los, tais como passar um diagnóstico e plano de tratamento (97%), ter conhecimento técnico (82,6%), explicar e tirar dúvidas sobre o tratamento (78,3%). Quando a infraestrutura é considerada, banheiros limpos (90,8%), água (88,8%) e sinal de wi-fi (61,8%) disponíveis são relevantes para os respondentes.

## Conclusões

Através da análise da amostra foi possível concluir que os clientes independentemente da região de residência buscam atendimento especializado ofertado por um profissional com conhecimento técnico-científico, clareza na comunicação e atenção durante e após o atendimento odontológico. O principal serviço buscado é a prevenção, visando a manutenção da saúde bucal. A escolha do profissional é norteadora por indicação e os sites de busca e redes sociais apresentam um papel irrelevante na escolha. Quanto à infraestrutura os clientes esperam proximidade de sua residência, um ambiente limpo, organizado e confortável com disponibilidade de água e sinal de internet. A avaliação contínua da percepção da qualidade do serviço ofertado pode proporcionar insumos para adequações no serviço, visando atender às expectativas dos clientes.

## Bibliografia

Turra, L.; Zanetti, P.; Rigo, L. [https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/Satisfacção dos pacientes com o atendimento odontológico: uma revisão integrativa. Revista da ABENO, \[S. I.\], v. 21, n. 1, p. 1258, 2021. DOI: 10.30979/revabeno.v21i1.1258](https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/Satisfacção%20dos%20pacientes%20com%20o%20atendimento%20odontológico.%20uma%20revisão%20integrativa.%20Revista%20da%20ABENO,%20[S.%20I.],%20v.%2021,%20n.%201,%20p.%201258,%202021.%20DOI:%2010.30979/revabeno.v21i1.1258). Disponível em: <https://revabeno.emnuvens.com.br/revabeno/article/view/1258>. Acesso em: 16 set. 2024.

Lemos, V.H.C. Conhecimento de odontólogos sobre o marketing e suas necessidades para o sucesso de consultórios odontológicos do estado de Sergipe. Trabalho de Conclusão de Curso em Odontologia – Centro Universitário AGES. Paripiranga, 2021.

## Agradecimentos

Agradecemos ao programa **Pró-Ciência do Ecossistema Ânima** pelo apoio para realização desse trabalho