

## **PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS ODONTOLÓGICOS OFERTADOS EM CLÍNICAS E CONSULTÓRIOS NO BRASIL**

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

1 – USJT; 2 – UNIFG-BA; 3- UNA

### **RESUMO:**

Uma das maneiras de melhorar a qualidade e a efetividade do serviço odontológico é por meio da avaliação dos serviços prestados e apontamento das falhas, visando a melhoria contínua. As expectativas dos clientes podem ou não serem atendidas durante as experiências vivenciadas desde o acesso, percepção da organização, interação com a infraestrutura e percepção de valor do atendimento ofertado pelo cirurgião-dentista. Para assegurar um melhor entendimento das reais expectativas do cliente e sua percepção dos serviços ofertados, foi realizada uma pesquisa de opinião pública, através da aplicação de um questionário, tendo como ferramenta o Google Forms. A pesquisa não coletou dados que pudessem identificar os respondentes. O questionário foi disponibilizado através das mídias sociais e possibilitou a coleta de dados das regiões sul, sudeste e nordeste do Brasil. 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 norteada por indicação e os sites de busca e redes sociais apresentam um papel irrelevante na escolha. Quanto à infraestrutura os clientes esperam 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.

### **PALAVRAS-CHAVE:**

Serviço odontológico, Satisfação do cliente, Marketing odontológico.

### **INTRODUÇÃO:**

A qualidade oferecida nos serviços de saúde interfere diretamente na percepção de valor por parte dos clientes. 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.

A qualidade oferecida nos serviços odontológicos impacta na satisfação dos clientes. Compreender como os clientes percebem a qualidade oferecida em consultórios e clínicas é

essencial para analisar as áreas de melhoria e garantir atendimentos mais humanizados e eficientes.

A percepção de qualidade do serviço ofertado está relacionada com diversos fatores: conhecimento técnico científico e habilidades do profissional, clareza na comunicação entre os profissionais e o cliente, empatia no atendimento, infraestrutura e acessibilidade do local, o profissionalismo dos colaboradores, além da comunicação e as possíveis formas de pagamento.

A modernização está cada vez mais presente na Odontologia e, junto a ela, o olhar do cirurgião-dentista com relação ao marketing odontológico e a experiência dos clientes antes, durante e após a consulta, visando superar as expectativas dos clientes.

## **MÉTODO:**

Foi construído um questionário de opinião pública e anônima utilizando a plataforma “Google Forms” para o desenvolvimento da pesquisa, onde 28 perguntas foram criadas, sendo 26 objetivas de múltiplas escolhas e 2 dissertativas, o questionário foi divulgado através das redes sociais. Essa divulgação também ocorreu de maneira presencial nos ambientes que pertencem às universidades do Ecossistema Ânima, como clínicas e áreas comuns de convivência. As respostas ao questionário foram avaliadas de forma quantitativa, com o objetivo de analisar a percepção de qualidade do serviço de saúde odontológico, incluindo estabelecimentos particulares, clínicas que atendem aos convênios, clínicas escolas e os serviços vinculados ao Sistema Único de Saúde (SUS). Foram considerados hospitalidade, conhecimento técnico-científico do prestador de serviço, áreas de atuação do cirurgião dentista, utilização de novas tecnologias nos diferentes perfis de serviço de saúde e pontos que promovem a fidelização do cliente.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES:**

A amostra considerou o total de respondentes, sendo 304 de diferentes estados do Brasil. Como tratava-se de uma pesquisa de opinião pública não foram coletados dados pessoais dos respondentes.

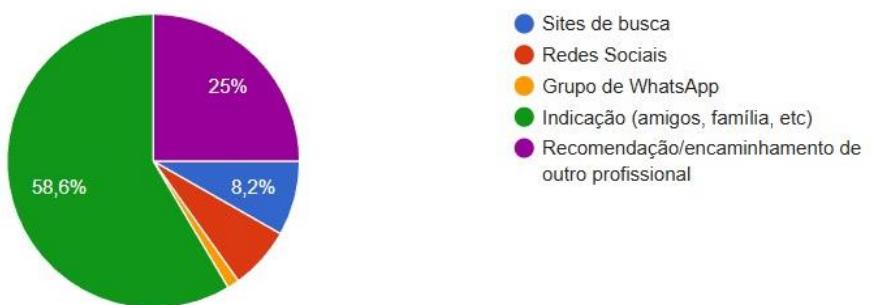
Dentre os 304 respondentes, 65,5% eram mulheres e 34,2% homens, a maioria na faixa etária entre 18 e 30 anos (54,6%) e com renda familiar de até dois salários mínimos (33,2%). Os

estados com maiores números de respondentes foram, respectivamente, São Paulo (36,5%), Goiás (26,6%) e Bahia (20,7%).

Grande parte dos respondentes relataram buscar o serviço odontológico próximo às suas residências (56,9%), sendo que o tipo de atendimento mais procurado foi o particular (58,2%).

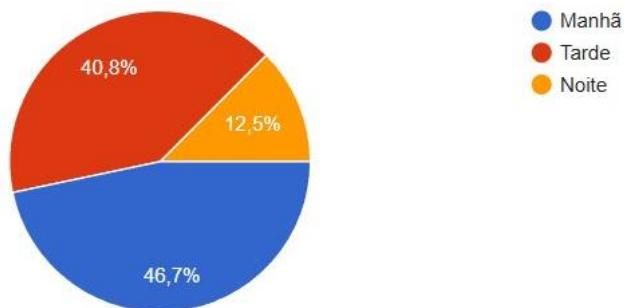
Um dado muito importante obtido nesta pesquisa foi a maneira com a qual a maioria dos clientes procuram o consultório que pretendem realizar o atendimento (Gráfico 1). O buzz marketing popularmente conhecido como “boca a boca” onde o próprio paciente satisfeito com o serviço indicam o profissional se mostrou fortemente relevante nesse ponto, já que a maioria dos respondentes afirmaram basear-se na indicação de amigos e família (58,6%), além de outra porção considerável relatar que a recomendação profissional também é muito importante (25%). Os sites de busca influenciam apenas 8,2% da amostra e a mídias sociais impactam na escolha de 6,9% da amostra.

Gráfico (1): Como você busca o consultório/clínica no qual realizará seu atendimento odontológico?



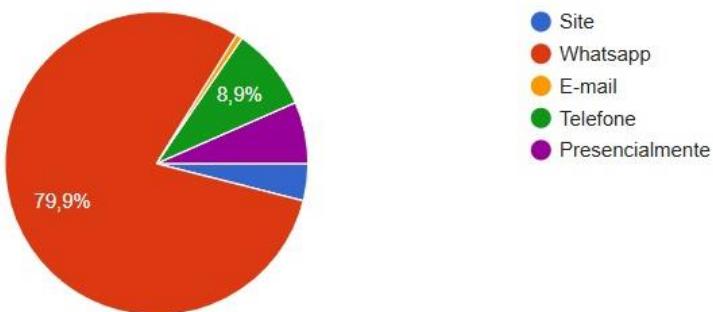
Outro ponto de interesse com relação à busca pelo atendimento é o horário em que ele ocorrerá (Gráfico 2), sendo que a preferência da maioria é no período matutino (46,7%).

Gráfico (2): Qual o melhor período para realizar sua consulta odontológica?



Além disso, constatou-se que a melhor maneira de realizar o agendamento da consulta é através da rede social WhatsApp (Gráfico 3).

Gráfico (3): Na sua opinião, qual é a melhor maneira de realizar o agendamento da sua consulta odontológica?



O histórico do último atendimento odontológico dos respondentes ressaltou a boa acessibilidade do estacionamento (31,3%), visto que a maioria não utilizou transporte público para chegar ao local (63,7%). Além disso, constatou-se que a obtenção de vagas para atendimento foi considerada razoável por 47% respondentes, 37,2% consideraram fácil e 15,8% difícil.

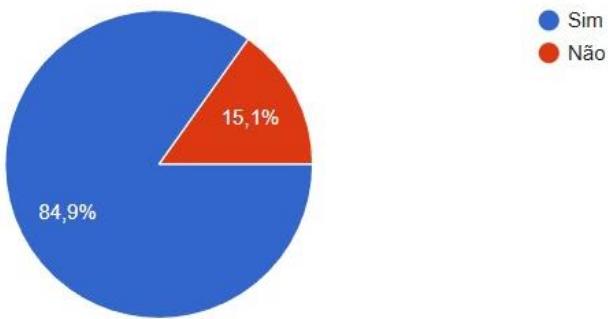
Ficou claro, também, que o cuidado com a recepção, somado a limpeza e organização do consultório, são pontos muito relevantes para a percepção de boa qualidade do atendimento (Gráfico 4). Essa necessidade se mostrou praticamente unânime (99,7%), sendo que as principais expectativas com relação a esse aspecto são a pontualidade do atendimento, banheiro limpo, água e qual profissional irá realizar o atendimento.

Gráfico (4): Na sua opinião, a limpeza e organização da clínica/consultório, influência na experiência do atendimento?



Dando foco no cirurgião dentista, as posturas e condutas que ele apresenta são marcantes para a satisfação do cliente. Um dado surpreendente foi a visão positiva da maioria dos respondentes com relação à cobrança da consulta (84,9%), pois de todos os procedimentos odontológicos, a cobrança da consulta inicial ainda gera dúvidas aos cirurgiões dentistas. Porém, segundo GARBIN et al., (2019) a cobrança da primeira consulta é indiscutível já que o objetivo da primeira sessão é determinar as necessidades do paciente, fazendo um exame completo, além de determinar uma das etapas mais importantes do tratamento em saúde, o diagnóstico e o plano de tratamento (Gráfico 5).

Gráfico (5): Qual a sua opinião sobre a cobrança da consulta de exame clínico/plano de tratamento odontológico? A cobrança é justificada e demonstra profissionalismo?



Os dados ressaltam que a demonstração de profissionalismo é importante para os clientes, principalmente ao considerar que eles possuem expectativas notáveis com relação ao profissional que irá atendê-los, conforme pode ser observado nos Gráficos 6, 7 e 8. Dentre as expectativas dos respondentes, podemos ressaltar a entrega de um diagnóstico e plano de tratamento (97%), conhecimento técnico-científico (82,6%), explicação e suporte às eventuais dúvidas sobre o tratamento (78,3%).

Gráfico (6): Você acha importante que o profissional lhe passe um diagnóstico e um plano de tratamento após a avaliação odontológica?

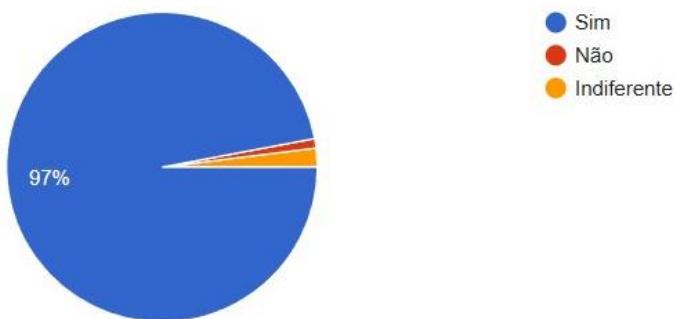


Gráfico (7): Quais opções abaixo você considera importantes no profissional que lhe atenderá?

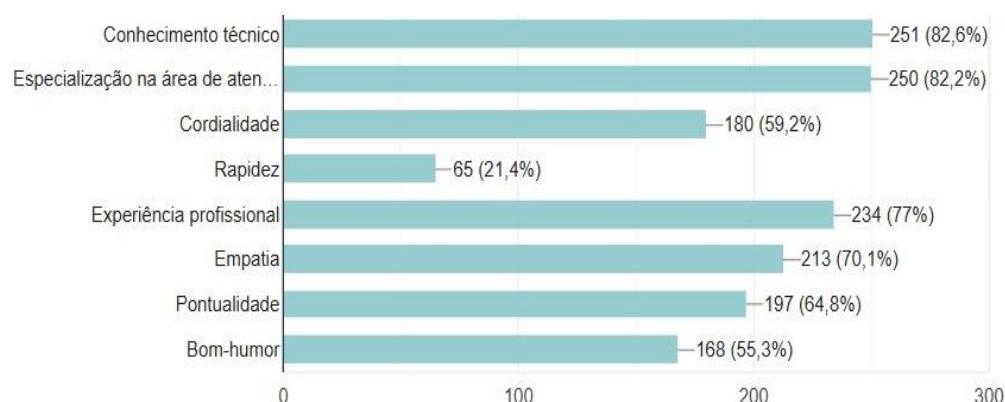


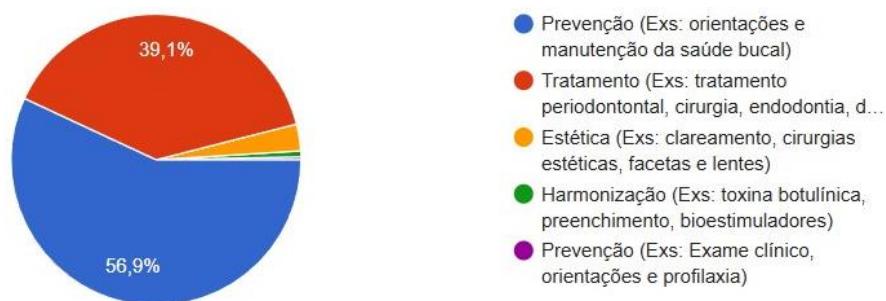
Gráfico (8): Qual das opções abaixo mais lhe agrada durante uma consulta odontológica?



É de suma importância para o profissional cirurgião-dentista conhecer os tipos de procedimentos de maior interesse para os clientes que buscam atendimento odontológico. O

principal serviço procurado é o de prevenção (56,9%), sendo que logo atrás há a busca por serviços de tratamento (39,1%), Os tratamentos estéticos compreendem a 3% do motivo de busca do serviço odontológico e a harmonização orofacial compreende 0,7% conforme pode ser observado no Gráfico 9.

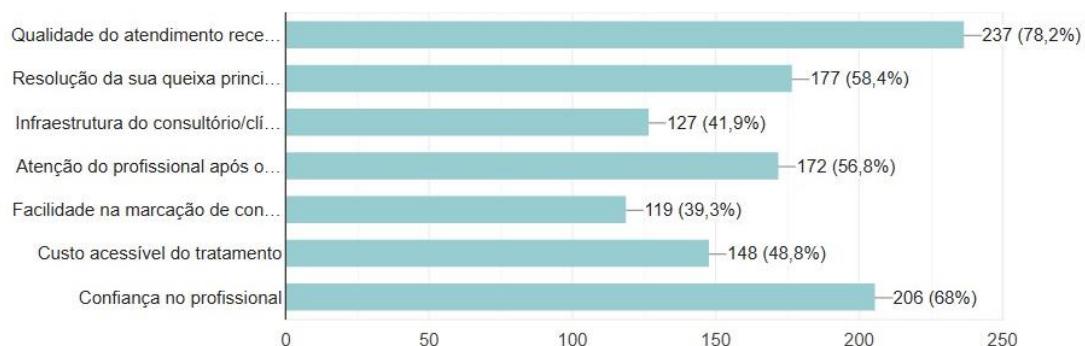
Gráfico (9): Qual o tipo de serviço odontológico que você considera mais importante?



Os momentos finais do atendimento e pós-atendimento também precisam de uma atenção especial. Além de uma postura atenciosa e de acompanhamento pós-operatório cuidadoso (61,8%), a maioria dos respondentes afirma que o intervalo entre consultas ideal seria de sete dias (51,3%) e esperam um acompanhamento periódico para manutenção da saúde bucal (70,1%). Também é importante destacar que a forma de pagamento preferida é através do cartão de crédito (48,4%).

A fidelização dos clientes ocorre, principalmente, pela percepção de qualidade do atendimento odontológico oferecido juntamente com a confiança no profissional (Gráfico 10).

Gráfico (10): Quais opções abaixo influenciam na sua decisão em retornar a um serviço odontológico no qual realizou atendimento?



A pesquisa obteve respostas de participantes das regiões sul, sudeste e nordeste do Brasil. A análise por região demonstrou grande semelhança no perfil dos respondentes, não havendo diferenças estatisticamente significativas entre as regiões. As expectativas dos clientes impactam diretamente na percepção de qualidade do serviço odontológico ofertado.

Um serviço odontológico humanizado e eficaz pode ser criado considerando as expectativas dos clientes. O aprimoramento contínuo do profissional, a empatia, a comunicação eficaz dos colaboradores, a acessibilidade ao serviço e a adequação da infraestrutura, impactam na percepção de qualidade do serviço ofertado. Este estudo não apenas fornece a visão da necessidade de um aprimoramento contínuo, mas a análise detalhada das expectativas dos clientes, indicando tendências atuais no perfil dos serviços odontológicos almejados pelos clientes.

## **CONCLUSÕES:**

Atendimentos particulares e de qualidade, organização, conforto, limpeza, confiabilidade, conhecimento técnico-científico do profissional, atenção e cuidado são só alguns dos diversos fatores necessários para que o cliente se sinta satisfeito e, consequentemente, seja fidelizado e assegurado como promotor do consultório, e do profissional prestador do serviço.

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 norteada por indicação e os sites de busca e redes sociais apresentam um papel irrelevante na escolha. Quanto à infraestrutura os clientes esperam 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.

As clínicas e consultórios podem adotar práticas que priorizem a competência técnica do profissional e considere as expectativas dos clientes no delineamento da oferta de um serviço que garanta a satisfação com o serviço e a fidelização dos clientes.

## **REFERÊNCIAS:**

RIGO, L. et al.. Satisfação com a vida, experiência odontológica e autopercepção da saúde bucal entre idosos. Ciência & Saúde Coletiva, v. 20, n. 12, p. 3681–3688, dez. 2015.

TURRA, L.; ZANETTI, P.; RIGO, L. Satisfação dos pacientes com o atendimento odontológico: uma revisão integrativa. Revista da ABENO, [S. l.], v. 21, n. 1, p. 1258, 2021. DOI: 10.30979/rev. abeno. v2 1i1.1258. Disponível em: <https://revabeno.emnuvens.com.br/revabeno/article/view/1258>. Acesso em: 16 set. 2024.

LEMOS, V.H.L. 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.

GARBIN, Artônio José Isper, et al. Cobrança de honorários: é estabelecida pelo Código de Ética. Salusvita, Bauru, v. 28, n. 1, p.53-63, 2009

BORGES, H. **Marketing e Vendas para Dentistas**. Évora, São Paulo, 2015.

FADEL, Marianella; FILHO, Gilsée. Percepção da qualidade em serviços públicos de saúde: um estudo de caso. SciELO, [S. l.], 23 mar. 2008.

AZEVEDO, Antonio. Avaliação de desempenho de serviços de saúde. SciELO, [S. l.], 1 abr. 2004.

SILVA, Andréa et al. A percepção da qualidade do serviço e a satisfação dos usuários das unidades básicas de saúde de Caraguatatuba. Instituto federal de educação, ciência e tecnologia , [S. l.], 2016.

MOIMAZ, S. A. S. et al. Satisfação e perfil de usuários do serviço odontológico no Sistema Único de Saúde. RFO UPF, v. 20, n. 3, p. 334–339, 1 dez. 2015.

TURRA, L.; ZANETTI, P.; RIGO, L. Satisfação dos pacientes com o atendimento odontológico. Revista da ABENO, v. 21, n. 1, p. 1258, 8 ago. 2021.

SILVA, M. F. V. DE M. et al. Avaliação da satisfação do usuário no serviço de saúde bucal: revisão integrativa da literatura. Cadernos Saúde Coletiva, v. 30, n. 3, p. 460–470, set. 2022.

DO, E. Expectativa do cliente do serviço odontológico. Disponível em: <[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSelvhmz2dD9yZiPrnYLZb0Zwq6kWMPnsez9SoLHep7\\_NUGFJQ/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSelvhmz2dD9yZiPrnYLZb0Zwq6kWMPnsez9SoLHep7_NUGFJQ/viewform)>. Acesso em: 18 set. 2024.