

## **Avaliação do conhecimento sobre marketing dos cirurgiões dentistas de clínicas privadas no Brasil**

Vicenzotti, B.P<sup>1</sup>; Negreiro, M.K.K<sup>1</sup>; Trigueiro, F.H<sup>1</sup>; Meira, G.F<sup>1</sup>; Sales-Peres, S.H.C<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Departamento de Odontopediatria, Ortodontia e Saúde Coletiva, Faculdade de Odontologia de Bauru, Universidade de São Paulo.

A Odontologia passa por uma fase em que os cirurgiões dentistas, principalmente os recém-formados, possuem grandes dificuldades para se estabelecer no mercado de trabalho, pois este está cada vez mais competitivo, visto que o Brasil é o país com a maior quantidade de profissionais de odontologia do mundo, este fato exige que estes necessitem de outros conhecimentos fora do conhecimento científico e a excelente habilidade técnica. O objetivo do presente estudo foi apresentar uma revisão da literatura sobre o conhecimento de marketing dos cirurgiões dentistas de clínicas privadas no Brasil. A busca de artigos ocorreu no Pubmed e Scielo no mês de março e abril de 2022. Após a aplicação dos critérios de elegibilidade poucos estudos foram encontrados, o que direcionou para uma revisão crítica baseada em literatura científica. Essas bases científicas demonstraram que o grande número de cirurgiões dentistas no mercado de trabalho brasileiro tem elevado a competitividade no âmbito odontológico, levando o profissional a recorrer a diferentes estratégias de marketing odontológico e com uso dessa ferramenta possibilita-se a valorização profissional e a maximização de seus resultados, assim permitindo aplicar conhecimentos de relacionamento com o cliente, mídias digitais e fidelização. Sendo assim, conclui-se que apenas as habilidades técnicas especializadas na odontologia não são suficientes para tornar o cirurgião dentista um profissional de “sucesso”.

Fomento: PUB-USP 2022-152