

## RELACIONAMENTO PACIENTE-DENTISTA COMO DETERMINANTE NA INTENSÃO DE VOLTAR AO ATENDIMENTO

Michele Natara Portilio – Graduanda do curso de Odontologia, bolsista CNPq – IMED Passo Fundo, michelenatara@gmail.com

Manueli Tomasi, Graduanda do curso de Psicologia, bolsista FAPERGS – IMED Passo Fundo, manuelitomasi5@gmail.com

Lilian Rigo, Professora e Doutora do curso de Odontologia – IMED Passo Fundo, lilianrigo@imed.edu.br

Orientador – Jandir Paulli, Doutor em Sociologia – URGs, Professor e pesquisador PPGA, - IMED Passo Fundo, jandir@imed.edu.br

### Introdução

A lealdade (intenção de voltar) tem sido alvo de vários estudos, A lealdade a uma marca, produto e nesse caso, serviço, requer uma forte disposição interna do paciente em continuar retornando ao mesmo cirurgião-dentista.

O objetivo foi verificar o afeto e cognição na intenção dos pacientes em retornar aos atendimentos odontológicos com o (a) dentista.

### Metodologia

O delineamento do estudo é do tipo quantitativo analítico transversal. A amostragem foi realizada por conveniência, onde todos os pacientes em tratamento nas Clínicas de Odontologia da graduação e pós-graduação da Faculdade Meridional (Passo Fundo) e de dois consultórios particulares (Carazinho), durante os meses de novembro de 2015 a abril de 2016, o que resultou em uma amostra de 150 pessoas.

Foi utilizado como instrumento de coleta de dados um questionário com questões sociodemográficas auto aplicativas e as escalas de afeto percebido, cognição e intenção de voltar.

### Descrição e análise de dados

**Tabela 1.** Variáveis sociodemográficas

<b>Sexo</b>	
Feminino	59,2
<b>Estado civil</b>	
Solteiro	42,9
<b>Nível de escolaridade</b>	
Ensino médio completo/incompleto	39,4
<b>Gênero do dentista</b>	
Feminino	59,1
<b>Idade aprox. do dentista</b>	
Menos de 30 anos	53,8
<b>Frequência da visita</b>	
Uma vez por mês	40,3
<b>Última consulta</b>	
↓semana	25,6

Quanto Na análise inferencial ao teste de ANOVA verificou-se que houve uma relação estatisticamente significativa entre o afeto e cognição no retorno do paciente ao dentista ( $p < 0,001$ ).

### Considerações Finais

É possível verificar que o afeto e a cognição são determinantes no momento da recompra, neste aspecto a personalidade do paciente surge como uma característica importante de análise, para identificar distinções em relação à lealdade do cirurgião-dentista.

### Referências

- DUGAN, E.; TRACHTENBERG, F.; HALL, M. A. Development of abbreviated measures to assess patient trust in a physician, a health insurer, and the medical profession. *BMC Health Services Research*, v. 5, n. 64, 2005.
- WOODRUFF, R. B. Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 25, n. 2, p. 139-153, 1997.