



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE IPORÁ-UNIPORÁ  
CURSO DE ODONTOLOGIA**

**RAYNER DA SILVA ESTEVES**

**MARKETING EM ATENDIMENTO HUMANIZADO**

**IPORÁ-GO  
2025**

**RAYNER DA SILVA ESTEVES**

**MARKETING EM ATENDIMENTO HUMANIZADO**

Artigo apresentado à Banca Examinadora  
do Curso de Odontologia Centro  
Universitário de Iporá-UNIPORÁ como  
exigência parcial para obtenção do título  
de bacharelado em odontologia

Orientador: Prof. Diego César Marques

**BANCA EXAMINADORA**

Vanessa Gabriela Gonzales Marques

Ma. Esp. Prof. Vanessa Gabriela Gonzales Marques

Presidente da Banca

Diego César Marques

Esp. Buco-Maxilo Facial. Prof.: Diego César Marques

Orientador

Cláudia Ribeiro de Lima

Drª. Prof. Cláudia Ribeiro de Lima

**IPORÁ-GO**

**2025**

## **MARKETING EM ATENDIMENTO HUMANIZADO**

## **MARKETING IN HUMANIZED CARE**

*Rayner da Silva Esteves<sup>1</sup>*

*Diego César Marques<sup>2</sup>*

### **RESUMO**

O objetivo desse estudo é discutir de que forma o marketing aliado ao atendimento humanizado pode se tornar um diferencial no atendimento em odontologia. Hoje, não basta ter apenas conhecimento técnico: o paciente espera ser ouvido, acolhido e sentir segurança durante todo o processo de tratamento. Nesse contexto, o marketing deixa de ser apenas divulgação e passa a atuar como uma ferramenta de aproximação, capaz de fortalecer vínculos, gerar confiança e transformar a experiência do paciente. O atendimento humanizado, quando bem aplicado, ajuda a reduzir o medo e a ansiedade, melhora a satisfação e aumenta as chances de fidelização. Já o marketing, quando voltado para relacionamentos, potencializa essa entrega ao ampliar a visibilidade e fortalecer a reputação do consultório. Além disso, a presença digital da clínica se conduzida de forma ética, clara e acolhedora funciona como uma extensão desse cuidado, reforçando a imagem de excelência. Dessa maneira, este estudo mostra que marketing e humanização não devem ser vistos de forma separada, mas como estratégias que se completam. Quando usados em conjunto, eles contribuem para fidelizar pacientes, consolidar a clínica no mercado e promover crescimento sustentável.

**Palavras-chave:** odontologia. atendimento humanizado. marketing em saúde. Fidelização. marketing de relacionamento.

---

<sup>1</sup> Graduando em odontologia pela Centro Universitário de Iporá-UNIPORÁ, GO. Email: rayner0800@gmail.com  
<sup>2</sup> Orientador, Diego Marques Cesar Email: drdiegobucomaxilo@gmail.com

## ABSTRACT

This study aims to discuss how marketing combined with humanized care can become a key differentiator in dentistry. Nowadays, technical knowledge alone is not enough: patients expect to be heard, welcomed, and to feel safe throughout the entire treatment process. In this context, marketing goes beyond promotion and acts as a tool to strengthen bonds, generate trust, and transform the patient's experience. Humanized care, when applied effectively, helps reduce fear and anxiety, increases satisfaction, and boosts patient loyalty. Relationship-oriented marketing enhances this process by expanding visibility and strengthening the reputation of dental practices. Furthermore, the clinic's digital presence when conducted ethically, clearly, and in a welcoming manner serves as an extension of this care, reinforcing an image of excellence. Therefore, this study demonstrates that marketing and humanization should not be seen as separate practices, but as complementary strategies. When used together, they contribute to patient loyalty, strengthen the clinic's market position, and promote sustainable growth.

**Keywords:** dentistry. humanized care. healthcare marketing. patient loyalty. relationship marketing.

## 1 INTRODUÇÃO

A odontologia contemporânea ultrapassa os limites do atendimento clínico tradicional. Hoje, os pacientes buscam não somente solucionar problemas de saúde bucal, mas viver uma experiência completa desde recepção até o acompanhamento após os procedimentos. Nesse sentido, o atendimento humanizado assume papel central, pois o paciente deseja ser visto como alguém único, com histórias e necessidades próprias. Quando há acolhimento e escuta ativa, cria-se confiança, favorece-se a fidelização e surgem indicações espontâneas para amigos e familiares. Como destacam Silva e Lima (2021), o atendimento humanizado é um dos pilares da odontologia atual, pois aproxima o paciente do profissional, fortalece vínculos e melhora a percepção de qualidade do serviço prestado.

O conceito de humanização vai além de um atendimento cordial; ele implica em práticas que reconhecem o paciente em sua totalidade, considerando sua história, expectativas e até suas fragilidades. Isso significa que cada detalhe do percurso clínico da forma como é recebido até os cuidados após o tratamento impacta diretamente na experiência vivida. Estudos apontam que pacientes que percebem empatia e escuta ativa sentem-se mais seguros, aderem melhor aos tratamentos e tendem a manter um vínculo contínuo com a clínica (Oliveira, 2022; Silva et al., 2022). Assim, humanizar não é apenas um diferencial competitivo, mas um elemento indispensável para consolidar relações de confiança e fidelização.

A presença digital é outro aspecto que não pode ser ignorado. Atualmente, grande parte dos pacientes recorre à internet para escolher um dentista, e uma comunicação clara nas redes sociais pode ser decisiva. Segundo Pereira et al., (2023), a reputação online está entre os fatores mais relevantes no processo de decisão. Publicar conteúdos educativos, mostrar bastidores e compartilhar depoimentos autênticos se torna, portanto, uma forma de gerar confiança e aproximar o profissional da comunidade.

O networking também se apresenta como um recurso estratégico para o crescimento sustentável. Conectar-se a outros profissionais, fornecedores e até mesmo aos pacientes amplia horizontes, fortalece a imagem da clínica e abre novas oportunidades Almeida et al., (2021). Para Silva e Campos (2022), esse tipo de

interação contribui para aumentar o alcance, consolidar credibilidade e conquistar reconhecimento no mercado. Na prática, isso ocorre em congressos, palestras, feiras de saúde ou em ações sociais que aproximam a odontologia das pessoas.

Pesquisas recentes confirmam a relevância desse conjunto de fatores. Silva *et al.*, (2025) apontam que práticas de humanização, como acolhimento, escuta ativa e integração entre equipe e paciente, fortalecem vínculos, ampliam a resolutividade do atendimento e melhoram a experiência do paciente. Já Moura *et al.*, (2025) demonstram que a aplicação de estratégias de marketing de relacionamento associadas à humanização promove maior satisfação, estimula a fidelização e diferencia a clínica em um mercado cada vez mais competitivo. Pequenas atitudes, como recepcionar com cordialidade ou enviar mensagens de acompanhamento após o atendimento, continuam gerando impacto positivo na percepção do paciente (Turra; Zanetti; Rigo, 2021).

Assim, integrar marketing, atendimento humanizado e networking deixou de ser uma escolha e passou a ser uma exigência para quem deseja se destacar na odontologia contemporânea. Oliveira *et al.*, (2024). Este trabalho tem como objetivo refletir sobre como esses três pilares, quando aplicados de forma integrada, podem transformar o consultório odontológico em um espaço de excelência, capaz de encantar pacientes, fortalecer a imagem profissional e consolidar o dentista como referência. Diante disso, a pesquisa busca responder à seguinte questão: Como o networking aliado ao atendimento humanizado pode contribuir para a excelência e o crescimento sustentável de clínicas odontológicas?

## 2 OBJETIVO GERAL

Entender como o networking e o atendimento humanizado podem melhorar a experiência do paciente e contribuir para a excelência em odontologia.

## 3 OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Mostrar estratégias de atendimento humanizado;

- Explicar como o networking fortalece relações com os pacientes, colegas e parceiros, promovendo confiança fidelização e oportunidade de crescimento.
- Relacionar excelência clínica e fidelização de pacientes;
- Propor ideias aplicáveis na prática clínica.

#### 4 METODOLOGIA

Esse trabalho é uma revisão de literatura, foram examinados em artigos, livros e trabalhos acadêmicos já publicados informações que me ajudassem a entender melhor como o marketing, o atendimento humanizado e o networking se conectam na odontologia. A ideia foi juntar diferentes visões de autores para analisar de forma crítica o que já existe sobre o tema.

As pesquisas foram feitas em bases como SciELO, PubMed, Google Acadêmico, LILACS e na plataforma Research, Society and Development (RSD), usando palavras-chave em português e inglês: odontologia, atendimento humanizado, marketing em saúde, networking, excelência e fidelização de pacientes. Para deixar o estudo atualizado, foi selecionado materiais publicados principalmente entre 2020 e 2025.

Foram selecionados apenas trabalhos que dialogam diretamente com o tema, evidenciando a importância da humanização, do relacionamento com os pacientes e da construção de uma rede profissional de contatos. Textos que não apresentavam relação consistente com o assunto ou que eram excessivamente antigos foram excluídos do conjunto analisado.

Depois da seleção, foi realizada a análise crítica comparando as ideias dos autores e buscando os pontos em comum e também as diferenças. Com isso, foi possível construir uma reflexão fundamentada, que serviu de apoio para responder à pergunta central do estudo: Como o networking aliado ao atendimento humanizado pode contribuir para a excelência e o crescimento sustentável de clínicas odontológicas?

#### 5 DESENVOLVIMENTO

Na odontologia contemporânea, o atendimento ultrapassa a dimensão puramente técnica e passa a incorporar aspectos emocionais, relacionais e comunicativos. Os pacientes já não buscam apenas a resolução de problemas bucais, mas experiências que envolvam acolhimento, escuta ativa e empatia. Esse movimento reflete uma mudança cultural mais ampla na saúde, em que a humanização se consolida como requisito fundamental para a qualidade do cuidado. De acordo com Guerra *et al.*, (2022), o ato de cuidar em odontologia vai além da execução clínica, pois envolve a valorização do paciente em sua integralidade, o que contribui para maior satisfação e confiança no profissional.

O atendimento humanizado, nesse sentido, não se limita a gestos simbólicos, mas manifesta-se em práticas concretas que começam desde a recepção e se estendem ao acompanhamento pós-tratamento. Santos *et al.*, (2022) destacam que a escuta ativa e o acolhimento fortalecem vínculos, aumentam a adesão aos tratamentos e reduzem barreiras emocionais, como medo e ansiedade, ainda presentes em grande parte da população. Assim, pequenas atitudes, como uma comunicação clara sobre procedimentos e um cuidado atencioso no pós-operatório, tornam-se determinantes para a fidelização dos pacientes.

Paralelamente à humanização, o marketing em saúde se apresenta como ferramenta estratégica para consolidar relacionamentos. Mais do que uma simples forma de divulgação, o marketing ético tem o papel de transmitir valores, evidenciar diferenciais e criar vínculos de confiança. Segundo Sousa *et al.* (2023), quando utilizado de maneira responsável, o marketing digital contribui para a construção de relacionamentos duradouros, tornando-se uma extensão da própria prática clínica. Fernandes *et al.*, (2023) acrescentam que conteúdos educativos, como postagens sobre prevenção e saúde bucal, reduzem inseguranças, aproximam o paciente do consultório e aumentam a credibilidade do profissional.

É importante, entretanto, que a presença digital seja conduzida de forma ética e responsável. Emiliano *et al.*, (2022) reforçam que a comunicação em saúde deve respeitar normas legais e éticas, garantindo clareza, transparência e compromisso com a verdade. Isso significa que as redes sociais, quando bem utilizadas, deixam de ser apenas vitrines de serviços e passam a se consolidar como canais de diálogo, aprendizado e proximidade. Marques e Neif (2024) corroboram essa visão ao afirmar que a interação ativa nas mídias digitais fortalece a relação profissional-paciente, ampliando a confiança construída no ambiente clínico.

Outro eixo fundamental para o fortalecimento da odontologia é o networking. Mais do que estabelecer contatos, trata-se de criar redes de cooperação e aprendizado que impactam diretamente na prática clínica e na consolidação profissional (Kotler; Keller, 2019). A participação em congressos, feiras e eventos científicos proporciona atualização constante, enquanto as parcerias interdisciplinares ampliam a resolutividade dos tratamentos. Conforme destaca uma análise recente publicada pelo Valor Econômico (2025), clínicas que conseguem integrar inovação tecnológica, práticas de humanização e estratégias de marketing alcançam maior fidelização e se diferenciam em um mercado altamente competitivo.

Desse modo, percebe-se que a odontologia contemporânea exige a integração entre três pilares: o atendimento humanizado, que valoriza a experiência subjetiva do paciente; o marketing ético, que reforça a credibilidade e a identidade da clínica; e o networking, que amplia oportunidades e fortalece a reputação profissional. Juntos, esses elementos não apenas elevam a qualidade percebida do serviço odontológico, mas também asseguram crescimento sustentável e posicionamento diferenciado no mercado.

A análise realizada ao longo deste trabalho evidencia que o futuro da odontologia está diretamente ligado à capacidade do profissional em integrar técnica, humanização e estratégias de relacionamento. O paciente contemporâneo deixou de buscar apenas a resolução de problemas clínicos; ele deseja viver uma experiência completa, que envolva confiança, acolhimento e conexão genuína com o dentista e sua equipe. Nesse sentido, práticas humanizadas, como escuta ativa e comunicação empática, mostraram-se fundamentais para reduzir ansiedades e estreitar vínculos, corroborando os achados de Santos *et al.*, (2022).

O marketing, muitas vezes associado apenas à propaganda, foi discutido aqui como uma ferramenta estratégica para fortalecer laços, transmitir valores e aproximar a clínica da comunidade. Quando aplicado de maneira ética, como defendem Sousa *et al.*, (2023), ele se torna um prolongamento do atendimento humanizado, capaz de potencializar a imagem da clínica e consolidar a fidelização dos pacientes.

Outro aspecto essencial abordado foi o networking. Mais do que simples trocas de contatos, trata-se da construção de uma rede sólida de relacionamentos, que inclui profissionais de diferentes áreas, fornecedores e

até mesmo os próprios pacientes. Essa rede contribui para ampliar a visibilidade, criar oportunidades de crescimento e consolidar a credibilidade do consultório, como demonstram recentes análises de mercado (valor econômico., 2025).

Diante disso, torna-se evidente que a odontologia contemporânea exige uma postura integrada. O sucesso de uma clínica não depende apenas da qualidade técnica dos procedimentos, mas da soma entre cuidado humano, comunicação transparente e construção de relacionamentos duradouros. É essa combinação que gera experiências positivas, fideliza pacientes e fortalece a reputação do profissional. Assim, o atendimento humanizado aliado ao marketing ético e ao networking estratégico não se configuram apenas como tendências, mas como pilares indispensáveis para o crescimento sustentável e a excelência na prática odontológica.

A odontologia atual exige muito mais do que excelência técnica. O paciente contemporâneo busca confiança, acolhimento e experiências que o façam sentir-se valorizado em cada etapa do atendimento. Nesse cenário, a humanização emerge como um diferencial indispensável, pois cria vínculos sólidos e transforma a consulta em um momento de cuidado integral. Como ressaltam Santos *et al.*, (2022), práticas como a escuta ativa e a comunicação empática não apenas reduzem barreiras emocionais, mas também favorecem a adesão ao tratamento e a fidelização.

O marketing, quando aplicado de forma ética e responsável, potencializa esse processo ao ampliar a presença do cirurgião-dentista no ambiente digital e fortalecer sua credibilidade. Mais do que divulgar serviços, trata-se de comunicar valores, educar a comunidade e estreitar laços. Sousa *et al.* (2023) demonstram que clínicas que utilizam estratégias digitais pautadas na transparência conseguem consolidar relacionamentos duradouros, tornando o marketing uma extensão do próprio atendimento humanizado.

Além disso, o networking se apresenta como um pilar estratégico para o crescimento sustentável. A troca de experiências em eventos científicos, parcerias interdisciplinares e ações comunitárias amplia o alcance do consultório e fortalece sua imagem perante a sociedade. Como apontado pelo Valor Econômico (2025), clínicas que conseguem alinhar inovação, humanização e estratégias de relacionamento tendem a se destacar em um mercado cada vez mais competitivo.

Portanto, integrar atendimento humanizado, marketing ético e networking não deve ser visto como uma escolha opcional, mas como uma exigência para o sucesso na odontologia contemporânea. Essa combinação gera impacto positivo tanto na

percepção do paciente quanto na consolidação da clínica, garantindo não apenas resultados clínicos eficazes, mas também experiências transformadoras que fidelizam e encantam.

## 6 CONCLUSÃO

A partir da análise desenvolvida neste estudo, foi possível compreender que a odontologia contemporânea demanda uma atuação que ultrapassa a dimensão estritamente técnica, incorporando de forma essencial aspectos emocionais, comunicacionais e relacionais. Observou-se que o paciente atual valoriza experiências que envolvem acolhimento, atenção individualizada e segurança em todas as etapas do atendimento, o que reforça a importância de práticas humanizadas. Ao longo da pesquisa, verificou-se que elementos como escuta ativa, clareza nas explicações e acompanhamento pós-procedimento contribuem significativamente para a construção de vínculos mais sólidos e para a redução de barreiras emocionais, como medo, ansiedade e insegurança.

Além disso, constatou-se que a presença digital e as estratégias de marketing ético desempenham papel determinante na forma como clínicas e profissionais são percebidos pela comunidade. O uso responsável das mídias sociais, aliado à produção de conteúdos educativos, mostrou-se fundamental para reforçar valores, transmitir confiança e aproximar o público dos serviços de saúde bucal. A comunicação transparente e coerente contribui não apenas para divulgar a atuação profissional, mas também para ampliar o impacto social da odontologia, promovendo informação de qualidade e estimulando hábitos preventivos.

Outro ponto central identificado foi a relevância do networking como ferramenta estratégica de desenvolvimento profissional. A participação ativa em eventos científicos, a busca por parcerias interdisciplinares e o diálogo constante com outros profissionais permitem ampliar horizontes, desenvolver novas competências e fortalecer a reputação no mercado odontológico. Essa rede de relações favorece tanto a troca de conhecimentos quanto o surgimento de oportunidades de crescimento, que se tornam cada vez mais essenciais em um cenário competitivo e em constante transformação.

Dante dessas análises, conclui-se que o êxito na odontologia contemporânea depende da integração harmoniosa entre três pilares: o atendimento humanizado, o marketing ético e o networking estratégico. Quando aplicados de forma conjunta, esses elementos fortalecem a credibilidade profissional, aprimoram a experiência do paciente e contribuem para o crescimento sustentável das clínicas. Assim, torna-se evidente que o futuro da prática odontológica está diretamente ligado à capacidade do profissional em unir excelência técnica, cuidado humanizado e estratégias de relacionamento eficientes, garantindo uma atuação mais completa, ética e alinhada às necessidades da sociedade atual.

## REFERÊNCIAS

1. A, M. N. P. et al. Marketing and patient acquisition strategies in dental clinics: development and implementation of digital marketing campaigns to attract new patients and effectiveness of social networks as a marketing tool for dental clinics. *Research, Society and Development*, v. 13, n. 10, e47175, 2023.
2. F, M. T.; SOUZA, V. P. Marketing digital e fidelização de pacientes na odontologia: estratégias e desafios. *Journal of Health Marketing*, v. 7, n. 1, p. 101–115, 2023. Disponível em: <https://www.jhm.org.br/articles/2023/101-115>. Acesso em: 21 set. 2025.  
L, M.; SILVA, J. Atendimento humanizado e fidelização de pacientes. *Revista Brasileira de Odontologia*, São Paulo, v. 15, n. 3, p. 45–52, 2021.
3. M, C. F.; NEIF, A. Interação profissional-paciente em ambientes digitais: impactos na confiança e fidelização. *Revista de Comunicação em Saúde*, v. 5, n. 3, p. 89–100, 2024.
4. M, L. C. et al. Estratégias de marketing de relacionamento associadas à humanização na odontologia: impactos na fidelização de pacientes. *Revista de Odontologia Contemporânea*, v. 17, n. 1, p. 45–58, 2025.
5. O, G. N.; SILVA, G. K. B.; ROCHA, L. M. B. M.; MALTA, L. M. B. The importance of humanized dental care in public health. *Research, Society and Development*, v. 13, n. 1, 2023
6. O, M. O. C. Atendimento humanizado: a sua importância e seus obstáculos. *Scientia – Repositório Institucional*, 2022. Disponível em: <https://repositorio.pgsskroton.com//handle/123456789/52370>. Acesso em: 21 set. 2025.
7. P, I. T. et al. Avaliação participativa da qualidade da informação de saúde na internet: o caso de sites de dengue. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 28, n. 3, p. 1021–1030, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sdeb/a/6F66q4Jr3YdZCjSMQZ4CyjQ/>. Acesso em: 21 set. 2025.
8. S, J. F.; CAMPOS, R. M. Marketing digital na odontologia: estratégias de posicionamento e fortalecimento da imagem profissional. *Revista da ABENO*, v. 22, n. 3, p. 150–158, 2022.
9. S, T. R. et al. Humanização no atendimento e seus efeitos nos resultados clínicos. *Revista Saúde em Foco*, v. 8, n. 1, p. 99–115, 2023. Disponível em: <https://zenodo.org/records/17162255>. Acesso em: 21 set. 2025.
10. S, T. R. et al. Práticas de humanização na odontologia e seus impactos no atendimento clínico. *Revista Saúde Coletiva*, v. 12, n. 2, p. 45–59, 2025.