

Igor Mendes Caixeiro¹,
Letícia Queiroz Mauad²,
Karina Lopes Devito³

¹Graduação, Faculdade de Odontologia, Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, Juiz de Fora, MG, Brasil

²Pós-Graduação em Odontologia, Faculdade de Odontologia, Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, Juiz de Fora, MG, Brasil.

³Departamento de Clínica Odontológica, Faculdade de Odontologia, Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, Juiz de Fora, MG, Brasil.

✉ **Karina Devito**
Faculdade de Odontologia, Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Rua José Lourenço Kelmer, s/n
Bairro: Martelos
CEP: 36036-900 - Juiz de Fora
Minas Gerais - Brasil.
✉ karina.devito@ufjf.edu.br

Submetido: 27/02/2019
Aceito: 02/07/2019

RESUMO

Introdução: As clínicas de radiologia são prestadoras de serviços que realizam exames por imagem odontológicos e seus proprietários devem se preocupar com a qualidade dos serviços prestados. **Objetivo:** Avaliar, por meio da percepção do empresário, a qualidade no atendimento prestado aos clientes das clínicas de radiologia odontológica da cidade de Juiz de Fora (Minas Gerais, Brasil). **Material e Métodos:** Foi aplicado um questionário estruturado, desenvolvido para avaliar a autopercepção do empresário quanto à qualidade no atendimento. Esse instrumento possuía 24 questões, incluindo os seguintes tópicos: dados gerais, infraestrutura, recursos humanos, biossegurança e radioproteção, logística, estratégia de marketing e avaliação dos clientes. **Resultados:** Cerca de 90% das clínicas aceitaram responder o questionário. Pode-se observar que o tempo de mercado das clínicas é bastante variável (um a 27 anos) e, em relação à formação dos seus gestores, apenas dois (25%) eram administradores de empresa. Quando questionados sobre se seus atendentes receberam algum tipo de capacitação, seis (75%) clínicas responderam que sim, mas que se tratou apenas de treinamento interno. Seis (75%) clínicas afirmaram que os pacientes aguardavam no máximo 10 minutos para serem atendidos e que cumpriam o prazo de entrega dos exames e laudos. Em relação ao marketing, o contato telefônico, a internet e as redes sociais foram as estratégias mais frequentes das clínicas participantes. **Conclusão:** Pode-se concluir que as clínicas de radiologia são geridas, na maioria das vezes, por profissionais que não possuem formação em administração, mas que se preocupam em garantir um atendimento de qualidade.

Palavras-chave: Radiologia, Controle de qualidade, Serviços de saúde.

ABSTRACT

Introduction: Radiology clinics are providers of dental imaging services and their owners should be concerned about the quality of the services provided. **Objective:** To evaluate, through the perception of the businessman, the quality of service provided to the clients of the dental radiology clinics of the city of Juiz de Fora (Minas Gerais, Brazil). **Material and Methods:** A structured questionnaire was developed to evaluate the self-perception of the businessman regarding the quality of service. This instrument had 24 issues, including the following topics: general data, infrastructure, human resources, biosafety and radioprotection, logistics, marketing strategy and customer assessment. **Results:** About 90% of the clinics accepted to answer the questionnaire. It can be observed that the market time of the clinics is quite variable (one to 27 years) and, in relation to the training of their managers, only two (25%) were administrators. When questioned about whether their attendants received some type of training, six (75%) clinics answered yes, but it was only internal training. Six (75%) clinics stated that the patients waited for a maximum of 10 minutes to be attended and that they had complied with the deadline for the examinations and awards. In relation to marketing, telephone contact, internet and social networks were the most frequent strategies of participating clinics. **Conclusion:** It can be concluded that radiology clinics are generally managed by professionals with no graduation in administrative field, but concerned about service quality.

Key words: Radiology, Quality control, Health services.

INTRODUÇÃO

O mercado atual vem passando por várias e rápidas transformações, resultantes de fatores como a globalização, a tecnologia cada vez mais avançada, internet e redes sociais. Diante dessas mudanças, encontram-se consumidores exigentes que aprenderam a escolher produtos e serviços considerando fatores como a qualidade e o preço. O fato de o consumidor estar mais capacitado a questionar faz com que ele se comporte de forma bem diferente do passado, forçando as empresas e prestadoras de serviços a conhecerem e atenderem as necessidades desses clientes de forma eficiente.¹ Além disso, a participação dos clientes na avaliação dos serviços fornece informações essenciais para a definição dos padrões de qualidade dos atendimentos prestados.²⁻³

Atualmente, para obter qualidade, não é suficiente exercer as atividades da melhor maneira possível. Com a globalização, cresceu a importância da produtividade. Logo, como resultado, exige-se muito mais das pessoas e das organizações. Nesse novo panorama de mercado, destaca-se um setor que vem crescendo significativamente, o setor de serviços, que hoje é responsável por grande parte do crescimento da economia mundial.¹ Nesse setor, os serviços de saúde, considerados essenciais, correspondem a uma grande parcela do mercado.

A saúde bucal vem ganhando espaço e destaque com a maior conscientização de que os cuidados com a cavidade bucal refletem na saúde geral do indivíduo e na qualidade de vida das pessoas.¹ Assim sendo, os serviços odontológicos vem ocupando uma parcela significativa, especialmente nos grandes centros urbanos. Os serviços relacionados à odontologia incluem, principalmente, consultórios e clínicas odontológicas, clínicas de radiologia odontológica, laboratórios de prótese, dentais e empresas de equipamentos odontológicos e também operadoras de planos de saúde odontológica.

As clínicas de radiologia são prestadoras de serviços que realizam exames por imagem, possuindo equipamentos de custo elevado e envolvendo em sua prática a utilização de radiação ionizante. Dessa forma, os proprietários de clínicas de radiologia devem se preocupar, não só com a radioproteção, mas também com a qualidade dos serviços prestados, garantindo que a imagem radiográfica obtida seja acurada para auxiliar no diagnóstico de diversas condições. Vale lembrar que as clínicas de radiologia odontológica possuem dois grandes grupos de clientes: "clientes/pacientes" e "clientes/cirurgiões-dentistas".

Apesar da qualidade de atendimento ser sabidamente um fator fundamental para a manutenção e sucesso de uma empresa no mercado, os proprietários das clínicas de radiologia odontológica, que geralmente são cirurgiões-dentistas e não administradores por formação, podem ter dificuldades na avaliação da qualidade dos

serviços prestados. Ouvir os clientes e conhecer suas queixas e sugestões é fundamental, mas considerar a percepção do proprietário no panorama da empresa é muito importante, pois é ele que sabe das possibilidades reais de adequação e melhorias, especialmente quando envolvem custos adicionais.

Dessa forma, esse estudo foi realizado com o objetivo de avaliar a autopercepção do empresário quanto à qualidade no atendimento prestado aos clientes das clínicas de radiologia odontológica da cidade de Juiz de Fora (Minas Gerais, Brasil).

MATERIAL E MÉTODOS

Trata-se de uma pesquisa de campo, em que foi aplicado um questionário estruturado, desenvolvido pelos autores do presente estudo, para avaliar a autopercepção do empresário quanto à qualidade no atendimento prestado aos clientes das clínicas de radiologia odontológica. Esse questionário, composto por 23 questões objetivas e 1 questão discursiva, incluiu os seguintes tópicos: dados gerais, infraestrutura, recursos humanos, biossegurança e radioproteção, logística, estratégia de marketing e avaliação dos clientes.

Todos os proprietários das clínicas de radiologia odontológica da cidade de Juiz de Fora (Minas Gerais, Brasil) foram contatados e convidados a responder um questionário. Todos foram esclarecidos adequadamente da pesquisa e de que não haveria nenhuma divulgação do nome da clínica ou de dados de contato (endereço, telefone, website etc.) que permitissem a identificação da empresa ou do respondente. Aqueles que concordaram e quiseram participar da pesquisa assinaram o termo de consentimento livre e esclarecido. Esse estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Juiz de Fora (parecer nº 2.573.791). Os resultados foram apresentados utilizando estatística descritiva.

RESULTADOS

Das nove clínicas privadas de radiologia odontológica da cidade de Juiz de Fora (Minas Gerais, Brasil), oito (88,89%) aceitaram responder o questionário de avaliação de qualidade de atendimento. Todos os respondentes eram proprietários e também administradores das referidas clínicas participantes.

Na primeira parte do questionário, intitulada "Dados Gerais", pode-se observar que as clínicas estavam no mercado há um tempo bastante variável, de um a 27 anos, com uma média de 15,5 (\pm 8,04) anos. Com relação ao número de funcionários que colaboravam nas clínicas, a média foi 10,25 (\pm 7,74) funcionários, variando de uma a 25 pessoas.

Com relação à formação dos proprietários/gestores, seis (75%) afirmaram ser cirurgiões-dentistas, especialistas em radiologia odontológica e dois (25%)

eram administradores, sendo que um desses também era técnico em radiologia. Quando questionados sobre possuir algum curso na área de gestão empresarial, apenas um cirurgião-dentista apresentava curso de Liderança.

A segunda parte do questionário abordava questões referentes à “Infraestrutura das Acomodações”. Avaliando-se a Figura 1 podemos observar que os itens identificados como importantes por todos os entrevistados foram: sofá, jornais e revistas, água e ar condicionado e, três desses itens, estavam presentes em todas as clínicas participantes.

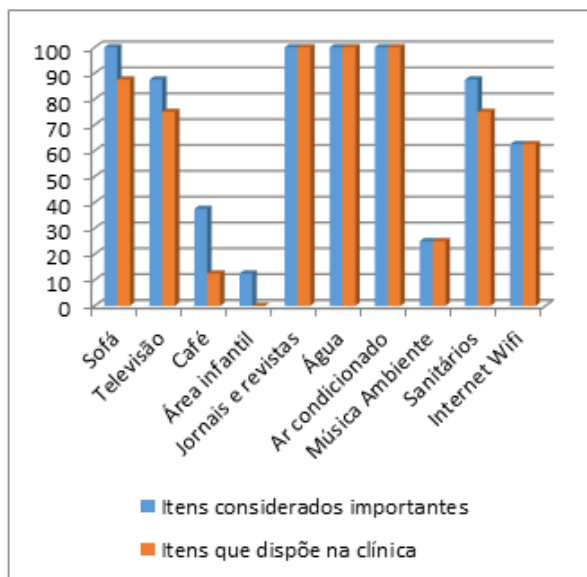


Figura 1: Distribuição percentual das respostas dos entrevistados quanto aos itens que consideram importantes e os itens que dispõem na sala de espera das clínicas de radiologia

Em relação especificamente aos aparelhos e equipamentos de radiologia, todas as clínicas trabalhavam unicamente com imagens digitais. Na Tabela 1 estão apresentados os resultados das respostas dos entrevistados quanto à frequência de substituição dos equipamentos e manutenção da estrutura física da clínica. No quesito acessibilidade, duas (25%) clínicas responderam que não eram adaptadas para pacientes especiais e seis (75%) afirmaram ser totalmente adaptadas e citaram dentre as adaptações: presença de elevador (n = 4/ 50%), banheiro adaptado (n = 4/ 50%), portas adaptadas (n = 6/ 75%), equipamentos de radiologia adaptados (n = 1/ 12,5%) e rampa de acesso (n = 1/ 12,5%).

A terceira parte do questionário abordou a questão dos “Recursos Humanos” e, quando questionados sobre se os seus atendentes (secretários) receberam algum tipo de capacitação para o desempenho das tarefas, seis (75%) clínicas responderam que sim, e que se tratou de treinamento interno, não cursos formais específicos.

Os responsáveis pela execução dos exames

radiográficos eram técnicos em radiologia (87,5%), cirurgiões-dentistas radiologistas (62,5%) ou cirurgiões-dentistas não especialistas (50%). Os responsáveis pelos laudos emitidos eram radiologistas da própria clínica (100%) ou radiologistas que faziam o serviço à distância (13%).

Na quarta parte do questionário foram abordadas as questões sobre “Biossegurança e Radioproteção”. Na Figura 2 estão apresentadas as frequências das respostas dos participantes sobre a proteção individual durante a obtenção dos exames radiográficos. Podemos observar que muitos itens fundamentais para garantir a saúde ocupacional do trabalhador não são adequadamente utilizados. Além disso, sete (87,5%) clínicas possuíam uma pessoa ou equipe responsável pela biossegurança dos materiais e equipamentos contaminados. E sete (87,5%) clínicas sempre utilizavam avental de chumbo e/ou protetor de tireoide nos seus pacientes.

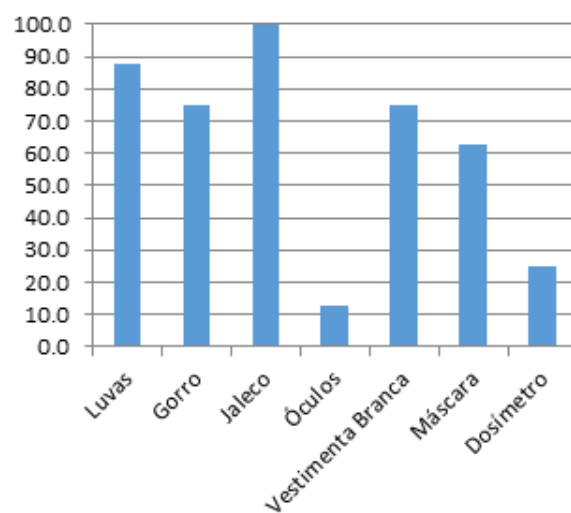


Figura 2: Distribuição percentual dos equipamentos de proteção individual utilizados durante a aquisição dos exames radiográficos

A próxima etapa do questionário abordou a logística das clínicas de radiologia. Quando foram questionados sobre o tempo de espera para o atendimento dos pacientes, seis (75%) afirmaram que os pacientes aguardavam no máximo 10 minutos para serem atendidos, e duas (25%) clínicas falaram que o tempo de espera médio ficava entre 10 e 20 minutos. Em relação aos prazos de entrega dos exames e laudos, a mesma frequência foi observada, ou seja, seis (75%) clínicas afirmaram sempre cumprir os prazos de entrega e duas (25%) consideraram que o prazo é cumprido quase sempre.

Na última etapa do questionário, foram avaliados quesitos sobre as estratégias de marketing e avaliação dos clientes. Foi perguntado aos gestores, por meio de uma questão discursiva, quais cuidados eram tomados para garantir a qualidade dos laudos emitidos. As respostas

foram variadas, mas muitos enfatizaram a conferência dos laudos como fator fundamental: "Após a digitação, conferir com muita atenção"; "todos são rigorosamente conferidos"; "são realizados por um radiologista e conferidos por outro"; "estudo constante, troca de informações com outros radiologistas, conferência por dois profissionais". Também foi destacado para garantir a qualidade o *feedback* dos clientes cirurgiões-dentistas: "pesquisa aos dentistas se os laudos estão sendo satisfatórios" e "*feedback* dos parceiros". Além disso, foram citadas "pesquisa bibliográfica e comparação com casos similares" e os "laudos padronizados feitos por radiologistas treinados".

Quando questionados sobre a aplicação na clínica de pesquisas de satisfação do cliente, sejam direcionadas ao cirurgião dentista ou ao paciente, cinco (62,5%) responderam que realizavam essas pesquisas para os dois públicos.

Na Figura 3 estão apresentadas as frequências das respostas dos participantes sobre as estratégias de marketing utilizadas pelas clínicas.

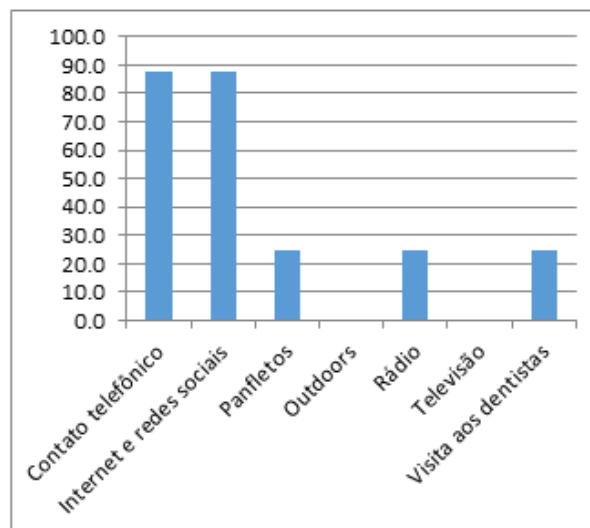


Figura 3: Distribuição percentual das respostas dos participantes sobre as estratégias de marketing utilizadas pelas clínicas

Tabela 1: Distribuição das respostas dos entrevistados quanto à frequência de substituição dos equipamentos e manutenção da estrutura física da clínica

	Nunca	Menor do que gostaria	Ideal, como gostaria	Alta, maior do que gostaria
Qual a frequência média de substituição dos equipamentos radiológicos da clínica?	2 (25%)	1 (12,5%)	4 (50%)	1 (12,5%)
Qual a frequência de manutenção na estrutura física da clínica?	0 (0%)	3 (37,5%)	5 (62,5%)	0 (0%)

DISCUSSÃO

Os serviços de saúde são cada vez mais procurados pela população. Profissionais graduados nas áreas como medicina, odontologia, fisioterapia, farmácia, entre outras, estão fadados a serem gestores de seus próprios empreendimentos.¹⁰ Na área da odontologia, temos variados tipos de organizações, podendo ser consultórios e clínicas odontológicas, clínicas radiológicas, dentais, laboratórios de próteses, empresas de equipamentos odontológicos e operadoras de planos de saúde odontológicos.

As clínicas de radiologia são prestadoras de serviços que realizam exames por imagem odontológicos (intra e extrabucais) e que possuem dois grandes grupos de clientes: "clientes/pacientes" e "clientes/cirurgiões-dentistas". A exigência pela qualidade do serviço prestado abrange desde um contato inicial com uma recepcionista até o resultado final do serviço prestado. Na maioria das vezes, o cliente/paciente não tem conhecimento técnico para avaliar se o serviço prestado a ele foi eficiente. Assim, o paciente irá avaliar a maneira como ele foi tratado, incluindo o atendimento e a estrutura física do estabelecimento.

A satisfação dos pacientes do setor de saúde é um interesse que tem crescido a partir da década de 70, tornando-se um importante fator para avaliar a qualidade do serviço oferecido, fornecendo informações confiáveis sobre a opinião do público.¹¹ Além disso, Donatela e Lima¹² enfatizaram a importância de avaliar a perspectiva do usuário no quesito qualidade do serviço de saúde, já que a sua opinião impacta diretamente no serviço oferecido, levando os empresários a repensar os métodos profissionais ou reformular a forma de organização dos serviços. Segundo Botton et al² a utilização do indicador "satisfação do paciente" é cada vez mais importante para avaliação do serviço odontológico. Das nove clínicas existentes em Juiz de Fora, oito (88,89%) responderam ao questionário proposto e cinco (62,5%) realizavam pesquisa de satisfação ao cliente.

Assim sendo, ouvir os clientes e conhecer suas queixas e sugestões é fundamental, mas considerar a percepção do proprietário no panorama da empresa é muito importante, pois é ele que sabe das possibilidades reais de adequação e melhorias, especialmente quando envolvem custos adicionais.

A qualidade no atendimento é, sem dúvida, primordial para o sucesso e a manutenção da empresa no mercado,

porém, frequentemente, os administradores das clínicas de radiologia odontológica são cirurgiões-dentistas por formação, com pouco ou quase nenhum conhecimento administrativo, podendo ter dificuldade em avaliar adequadamente a qualidade de seu empreendimento. Das oito clínicas que participaram do presente estudo, apenas dois (25%) proprietários/gestores eram formados em administração, sendo que um desses também era técnico em radiologia. Apenas um cirurgião-dentista tinha em seu currículo curso de liderança.

Pereira et al⁷ afirmaram que para obter sucesso no exercício das atividades do setor radiológico, deve-se haver um bom gerenciamento do empreendimento. No entanto, no Brasil, os métodos de gestão ainda são pouco utilizados na área da saúde em geral, o que gera alguns problemas como: congestionamento de pacientes, atrasos nos horários de atendimento sejam eles por parte dos pacientes ou dos profissionais, falta de humanização no atendimento, desconhecimento da legislação, preocupação com a demanda e não com aspectos gerenciais, erros de diagnóstico, entre outros.^{7, 13-16}

No presente estudo, quando os gestores foram questionados sobre o tempo de espera para o atendimento dos pacientes, a maioria (6/ 75%) afirmou que os pacientes aguardavam no máximo 10 minutos para serem atendidos. Em relação aos prazos de entrega dos exames e laudos, a maioria (6/ 75%) das clínicas afirmou sempre cumprir os prazos. Quanto aos cuidados tomados para garantir a qualidade dos laudos emitidos, as respostas foram variadas, mas muitos enfatizaram a conferência dos laudos como fator fundamental.

O primeiro contato do paciente com o local de atendimento é de extrema importância na impressão do serviço oferecido. Na sala de espera, o primeiro setor da clínica a ser utilizado pelo paciente, os seguintes itens foram identificados como os mais importantes: sofá, jornais e revistas, ar condicionado e água. Três desses itens estavam presentes em todas as clínicas participantes.

A radioproteção em clínicas de radiologia odontológica ou médicas é algo inquestionável para os gestores do setor. A portaria nº 453¹⁷, da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde, de 1 de junho de 1998, aprova o regulamento técnico que estabelece as diretrizes básicas de proteção radiológica em radiodiagnóstico médico e odontológico e dispõe sobre o uso dos raios x diagnósticos em todo território nacional. De todas as clínicas consultadas, sete (87,5%) responderam que sempre utilizavam avental de chumbo e/ou protetor de tireoide nos seus pacientes e sete (85,5%) possuíam uma pessoa ou equipe responsável pela biossegurança dos materiais e equipamentos contaminados.

Garbin et al⁹ afirmaram que os principais fatores avaliados nos profissionais da área da saúde incluem a experiência, aparência, empatia e o uso de equipamentos de proteção individual. Os itens de proteção individual citados pelas clínicas participantes foram: luvas, gorros,

jaleco, óculos, vestimenta branca, máscara e dosímetros. Apenas o jaleco foi citado por todas as clínicas. As luvas foram citadas por sete das oito clínicas, porém devemos lembrar que existem clínicas que realizam apenas exames radiográficos extrabucais, que poderiam dispensar esse item.

Targanski et al¹⁸ citaram a acessibilidade como um atributo determinante para a qualidade. Duas clínicas (25%) afirmaram não serem adaptadas para pacientes especiais e seis clínicas (75%) afirmaram ser totalmente adaptadas, sendo elevadores, banheiros adaptados e portas adaptadas os itens mais citados.

Segundo o Ministério da Saúde,¹⁹ apenas 34,5% dos adultos, 40,3% dos idosos e 21,7% dos adolescentes da população brasileira usufruem dos serviços odontológicos, tornando o mercado de trabalho para o profissional mais limitado e carecendo de mais estratégias para manter a clientela e atrair novos pacientes. O marketing é uma tática para se amenizar essa situação, sem ferir o código de ética da profissão. As estratégias de marketing citadas pelas clínicas foram: contato telefônico, internet e redes sociais, panfletos, outdoors, rádio, televisão e visita aos dentistas, sendo as duas primeiras as mais citadas.

Assim sendo, todo o processo de gerenciamento de uma clínica de radiologia deve ser cuidadosamente e constantemente avaliado. O setor de saúde requer investimentos contínuos para garantir a melhoria de produtos e serviços do ponto de vista tecnológico, o uso de novos materiais, equipamentos e ferramentas, bem como a aplicação de métodos modernos de gerenciamento de processos.^{13,20}

CONCLUSÃO

Pode-se concluir que as clínicas de radiologia são geridas, na maioria das vezes, por profissionais que não possuem formação em administração ou áreas afins, mas que se preocupam em garantir um atendimento de qualidade.

REFERÊNCIAS

1. Andrade MC. A qualidade no atendimento aos clientes das clínicas em Radiologia Odontológicas na cidade de Caruaru-PE [Dissertação]. Caruaru (PE): Sociedade de Educação do Vale de Ipojuca; 2010.
2. Bottan ER, Sperb RAL, Telles PS, Uriarte Neto M. Avaliação de serviços odontológicos: a visão dos pacientes. Rev ABENO. 2006; 6(2):128-33.
3. Silva CRRG, Rodrigues VMCP. O que dizem os pacientes dos serviços privados de Radiologia, Portugal. Saúde Soc São Paulo. 2011; 20(2):425-35.

4. Mello JB, Camargo MO. Qualidade na saúde: práticas e conceitos. Normas ISO nas áreas médico hospitalar e ambulatorial. São Paulo: BestSeller; 1998.
5. Vasconcellos PP. Desenvolvimento de um modelo de avaliação da qualidade do serviço odontológico [Dissertação]. Florianópolis (SC): Universidade Federal de Santa Catarina; 2002.
6. Melo WOS, Maia AES, Barracho AA, Ribeiro BP, Correa CJAG, Correia IG et al. Gestão da qualidade na saúde. Rev UNINGÁ Review. 2014; 18(1):24-8.
7. Pereira AG, Vergara LGL, Merino EAD, Wagner A. Soluções no serviço de radiologia no âmbito da gestão: uma revisão da literatura. Radiol Bras. 2015; 48(5):298-304.
8. Furquim TAC, Costa PR. Garantia de qualidade em radiologia diagnóstica. Rev Bras Fis Med. 2009; 3(1):91-9.
9. Garbin AJI, Garbin CAS, Tiano AVP, Carvalho ML, Fagundes ACG. Marketing em odontologia: a percepção do cliente em relação ao serviço odontológico de clínica privada. Rev Odontol UNESP. 2008; 37(2):197-202.
10. Ribas MA, Siqueira ES, Binotto E. O desafio da gestão para profissionais da odontologia. XXX Encontro Nacional de Engenharia de Produção; 2010. [acesso 2018 Mar 01]. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2010_TN_STO_130_833_15943.pdf.
11. Adami NP, Maranhão AMSA. Qualidade dos serviços de saúde: conceitos e métodos avaliativos. Acta Paul Enferm. 1995; 8(4):47-55.
12. Donatela D, Lima MADS. Acesso e acolhimento aos usuários em uma unidade de saúde de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. Cad Saúde Pública. 2003; 19(1):27-34.
13. Amaral CST, Rozenfeld H, Costa JMH, Magon MFA, Mascarenhas YM. Improvement of radiology services based on the process management approach. Eur J Radiol. 2011; 78(3):377-83.
14. Cayirli T, Yang KK, Quek SA. A universal appointment rule in the presence of no-shows and walk-ins. Prod Oper Manag. 2011; 21(4):682-97.
15. Cayirli T, Veral E, Rosen H. Designing appointment scheduling systems for ambulatory care services. Health Care Manag Sci. 2006; 9(1):47-58.
16. Tizon MV. Atuação do tecnólogo em radiologia na gestão dos serviços de radiologia e diagnóstico por imagem [Dissertação]. Florianópolis (SC): Centro Federal de Educação Tecnológica de Santa Catarina; 2006.
17. Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância Sanitária. Portaria 453, de 1º de junho de 1998. Diretrizes básicas de proteção radiológica em radiodiagnóstico médico e odontológico. Diário Oficial da União; 1998.
18. Targanski R, Tinoco MAC, Ribeiro JLD. Modelagem da satisfação e identificação de atributos de qualidade em serviços odontológicos. Produção. 2012; 22(4):751-65.
19. Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Coordenação Nacional de Saúde Bucal. Projeto SB Brasil 2003. Condições de saúde bucal da população brasileira 2002- 2003. Resultados Principais; 2004.
20. Ebisawa MLN. Elaboração de um modelo de referência para o processo de radiologia [Tese]. Mogi das Cruzes (SP): Universidade Mogi das Cruzes; 2010.