



Gestão financeira, organização e *marketing* do consultório odontológico

Renato Barcellos Rédua¹
Jordanna Guedes de Amorim²
Lilian de Fátima Guedes de Amorim³
Paulo César Barbosa Rédua⁴

RESUMO

A prática da Odontologia contemporânea exige serviços de qualidade técnica de excelência aliada a conhecimentos sobre organização, gestão financeira e *marketing*. Assim, é importante desenvolver um perfil empreendedor e conhecer estratégias de gestão para alcançar sucesso na redução de custos e aumento da produtividade, sem detrimento do produto final executado^{1,2}. Nosso objetivo nesse artigo é apresentar um modelo de organização, *marketing* e orientação de gestão financeira guiado por normas éticas e técnicas.

Descritores: Gestão em saúde, Economia em odontologia, Odontologia.

ABSTRACT

The contemporary Dentistry requires services of high technical quality combined with knowledge about organization, financial management, and marketing. Thus, it is important to develop an entrepreneurial profile and know management strategies to achieve success in reducing costs and increasing productivity, without detriment of the final product executed^{1,2}. Our objective in this article is to present a model of organization, marketing, and financial management guidance guided by ethical and technical standards.

Descriptors: Health management, Dental Economics, Dentistry.

¹ Dr. em Odontopediatria, Me. e Esp. em Ortodontia, Prof. de Clínica Infantil - Faculdade Multivix.

² Doutoranda em Ciências da Saúde, Me. em Ciências da Saúde e Esp. em Odontopediatria.

³ Dr^a. em Ciências da Saúde, Esp. em Odontopediatria, Prof.^a de Especialização em Odontopediatria.

⁴ Me. em Ciências Fisiológicas, Esp. em Odontopediatria e Prof. de Especialização em Odontopediatria.

E-mail do autor: renatoredua@hotmail.com

Como citar este artigo:

Rédua RB, de Amorim JG, de Amorim LFG, Rédua PCB. Gestão financeira, organização e marketing do consultório odontológico. Full Dent. Sci. 2020;11(44):7-14.
DOI: 10.24077/2020;1144-GFO714

INTRODUÇÃO

O consultório odontológico, independente do tamanho ou volume de atendimentos realizados ou profissionais envolvidos, deve ser gerido como uma empresa, que por definição é “organização econômica, constituída para explorar um ramo de negócio e oferecer ao mercado serviços”³. Assim, o cirurgião dentista deve destinar um tempo de sua formação para adquirir conhecimento e administrar efetivamente os aspectos comerciais de seu consultório, denotando, ao tal período de tempo, a mesma importância de uma consulta de atendimento clínico. Dentre os aspectos envolvidos, devemos considerar a gestão e operação do consultório, estratégia de *marketing*, gestão das finanças, contratação e motivação da equipe, precificação dos serviços e legalização do consultório, tendo como objetivo a entrega de um produto final que encante e fidelize o paciente, fazendo com que sua marca gere credibilidade e desejo de consumo.

Ter um projeto definido para a vida profissional, entender o perfil do paciente que frequenta o consultório e conhecer sua saúde financeira é o ponto de partida para administrar seu negócio². Portanto, perguntas como: Quanto é seu custo fixo e seu custo variável? Quantas horas trabalha por mês? Quanto custa sua hora clínica? Quantos pacientes novos você teve no ano que passou? Quantos são de manutenção e quantos foram de tratamento? Quais são os motivos que levaram a procurar você? Quem está indicando seus pacientes? são fundamentais para permitir desenvolver estratégias de gestão do consultório odontológico.

Além disso, é importante considerar que a evolução do mercado de prestação de serviços odontológicos demonstra que, diferente do passado, quando a excelência clínica era basicamente o único fator para o sucesso profissional, esta condição é hoje apenas um pré-requisito básico e obrigatório para tal. Portanto, fatores como empatia profissional, rede de relacionamentos e gestão do consultório são tão determinantes quanto⁴.

Organização e rotina da equipe do consultório

No início da vida profissional é preciso contratar pelo menos um funcionário, e se este não tiver um treinamento adequado, o profissional terá que treinar e fazer com que ele se encaixe no perfil de qualidade de atendimento que o consultório precisa prestar.

O funcionário precisa ser educado, discreto, organizado, ter bom senso e empatia, linguagem respeitosa, tanto pessoalmente como por telefone, dominar bem as novas tecnologias como *WhatsApp*, *e-mail* e sistemas básicos de computador e *internet*⁵.

Selecionada a equipe, esta deve ser constantemente lembrada dos valores que o profissional transmite, além de ser motivada e recompensada. Isto porque a percepção positiva ou negativa a partir de uma interação cliente-equipe impacta a imagem do profissional, assim como influi diretamente nos índices de captação e fidelização de pacientes.

Responsabilidades diárias e semanais da equipe

Chegar pelo menos 30 minutos antes do horário de início de atendimento e sair somente no horário pré-determinado, mesmo que não haja paciente agendado. Ao chegar, e no intervalo entre os pacientes, providenciar a limpeza de pias, bancadas, equipo, cadeira e montagem das bandejas de atendimento, separar/organizar fichas dos pacientes a serem atendidos e deixar a agenda do dia disponível para o profissional ver, limpar lixeiras, principalmente a do banheiro, arrumar a recepção posicionando revistas, brinquedos, copo de água e café.

Semanalmente recomenda-se verificar estoque de material odontológico, de limpeza, alimentação e escritório, fazer pedidos, conferir entregas e guardá-las, limpeza de equipamentos especiais como ultrassom, ar condicionado, aspirador de saliva, troca de líquidos de esterilização e teste de autoclave (que deve ser registrado em um caderno pré-determinado para isso). Sugerimos um livro de registro para controle de entregas e recebimentos.

Atendendo ao telefone

Deve-se ter em mente que a experiência da primeira consulta ao consultório começa antes mesmo do primeiro aperto de mão. Deve-se considerar que o primeiro contato do paciente com o consultório se faz através da secretária, seja através de um telefone ou de um aplicativo de mensagem. Assim, rapidez no atendimento e demonstrar resolutividade em atender a demanda do paciente devem ser ensinados e orientados a toda equipe.

Orientar que a secretária utilize um tom de voz agradável com “bom dia” ou “boa tarde”, anotar o nome de quem está falando, utilizar sempre expressões de cordialidade e respeito, como “senhor”, “senhora”, “pois não”, “um momento por favor”, evitar usar o termo “não”, assim como não utilizar gírias e diminutivos.

Fornecer informações precisas sobre as facilidades do consultório, como chegar, disponibilidade de estacionamento, enviar localização por aplicativos de mensagens, assim como confirmação do horário marcado.

Rotina de agendamento de consultas

Deve-se seguir algumas regras que tornem o atendimento o menos estressante possível, como obedecer aos tempos determinados pelo profissional para atendimento e evitar marcar longas consultas seguidas para tratamento restaurador. Aproveitar os espaços entre um paciente e outro para os atendimentos de urgência, a menos que sejam situações de traumatismo dental, cujo atendimento deve ser de imediato. Providenciar a marcação de outro paciente quando ocorrer cancelamento de consulta para evitar perda do horário, para isso é necessário ter uma relação de nomes dos pacientes que estão necessitando de atendimento mais urgente ou que se encontram na espera por horário. Atender na hora marcada, evitando atrasos. Sala de espera cheia não é sinal de sucesso, e sim de desorganização do profissional.

Recomendamos que mesmo que o último horário do dia esteja disponível, não seja autorizada a saída do funcionário mais cedo, e isso também se aplica caso o primeiro horário do dia esteja sem agendamento. O não cumprimento do horário diário do funcionário pode induzi-lo a não oferecer o primeiro e o último horário da agenda, para obter o benefício de chegar mais cedo em casa. Também achamos válido estipular metas do número de consultas mensais e proporcionar bônus financeiro de até 20% de acréscimo do salário base quando a meta é superada, isto pode fazer com que o funcionário tenha mais empenho no compromisso do agendamento e do retorno dos pacientes.

Gestão da imagem profissional e marketing

Atualmente, a experiência da primeira consulta ao consultório começa antes mesmo do primeiro aperto de mãos, do primeiro telefonema ou da primeira marcação. Rotineiramente, inicia-se através de ambientes virtuais, páginas de redes sociais, grupos de aplicativos. Portanto, é importante que o consultório tenha uma exposição em ambiente virtual como uma estratégia de reforço positivo da imagem do profissional, algo que agregue valor à percepção de valor do mesmo.

Dentre os primeiros passos para construção da imagem do profissional, podemos citar definir uma identidade visual através de uma logomarca. Importante considerar no desenvolvimento da logomarca quais valores esta deve transmitir, por exemplo, uma imagem visual que transmita modernidade, dinamismo, atualização, requinte e sofisticação, ou uma logomarca que transmita a ideia de aconchego, lúdico e minimalismo. Para essa construção é preciso verificar qual o público alvo do consultório, em outras palavras, com quem esta imagem irá se comunicar. Sugere-se contratar uma equipe profissional para este desenvolvimento.

Ainda mais importante do que desenvolver uma identidade visual, o profissional da área de saúde deve considerar que, na grande maioria dos casos, o seu pró-

prio nome é o seu principal produto, sua marca mais valiosa, e que precisa ser vista e lembrada. Como esse profissional é julgado ou lembrado pela sociedade é um fator que agrega valor em sua prática profissional ou, por outro lado, pode desconstruir esta imagem e criar barreiras na captação de novos pacientes⁶. Portanto, a maneira como este profissional se comporta na sociedade, em sua rotina fora do consultório e nas redes sociais são importantes para construção e reforço da sua identidade profissional junto aos pacientes e demais profissionais responsáveis pelas indicações de novos pacientes.

Temos como sugestão para publicações em redes sociais temas relacionados à: (a) Participação em eventos e congressos de Odontologia, cursos de Pós-Graduação e atualização; (b) Imagens da estrutura física do consultório valorizando organização, limpeza e aparelhos tecnológicos; (c) Comentários e explicações de artigos publicados em periódicos científicos; (d) Repostagem de pacientes que falam sobre o profissional de maneira elogiosa; (e) Postagem de novas tecnologias e informações científicas; (f) Endereço, contatos e (g) Confraternizações de natureza profissional.

Além do recurso da rede social como estratégia de reforço positivo da imagem profissional, consideramos importante desenvolver a mídia interna do próprio consultório para transmissão de informações que agreguem percepção de valor. Para isto, utilizamos televisão tanto na recepção quanto na sala de atendimento para divulgação de informações profissionais que não seriam conhecidas do paciente se não fossem expostas, como: (a) divulgação do currículo da equipe de profissionais; (b) divulgação de artigos ou capítulos de livros publicados pelo profissional; (c) casos clínicos realizados no consultório; (d) divulgação de gentilezas como estacionamento gratuito, café, sucos, disponibilização de carregador de celular; (e) divulgação de serviços prestados no consultório, tais como clareamento dentário, tratamento de dor orofacial, dentre outros (Figuras 1 e 2).



Figura 1 - Televisão na sala de atendimento clínico divulgando mídia interna com informações profissionais da equipe.



Figura 2 - Exemplos de mídia interna divulgada aos pacientes.

Outra aplicação relevante para uso de mídia interna se faz durante a consulta inicial através de recursos digitais para apresentar informações por meio de imagem de casos tratados semelhantes, planos de tratamento virtuais. Montar apresentações sobre o assunto a ser abordado nas consultas é muito importante para conversão do potencial paciente⁷.

Gestão financeira do consultório

É o conjunto de medidas e procedimentos que visam potencializar os ganhos financeiros de um consultório². Permite realizar o controle do montante de valores de entrada e saída (contas a pagar e receber), conhecido como fluxo de caixa, os custos relacionados ao funcionamento do negócio, formação dos preços e demonstrar as alternativas de perfil tributário que o consultório pode executar.

Fluxo de caixa e precificação da hora/clínica

Quanto seu consultório lucrou no último ano? Qual foi a receita e qual o custo fixo e variável? São perguntas que parecem óbvias, todavia, muitos dentistas não sabem respondê-las precisamente. Determinar o fluxo de caixa, que permite calcular a hora/clínica de trabalho profissional, é algo fundamental para a gestão financeira do consultório.

Para calcular a hora/clínica, deve-se verificar quantas horas em média se trabalha por mês, exemplo: 12 meses,

22 dias úteis/mês, 264 dias, menos 22 dias de férias (em média), temos 242 dias. Desses 242 dias, subtrai-se, em média, 26 dias por feriados, participações em congressos ou cursos e outros eventos, teremos 216 dias dividido pelos 12 meses, resultando, então, 18 dias produtivos por mês. Para aqueles que trabalham 8 horas/dia, vezes os 18 dias, temos finalmente uma média de 144 horas/mês para o profissional que se dedica exclusivamente ao consultório.

Na outra ponta para estabelecer a hora/clínica, o profissional deve ter registrado qual é a média de suas despesas fixas e variáveis e quais dessas despesas podem ser incluídas ao Livro Caixa para abatimento fiscal. Consideramos custo fixo aquele que independe da produção do consultório, como aluguel, condomínio, honorários de secretária, contador, recolhimento de FGTS e INSS, taxas anuais de alvará dos bombeiros, anuidade do CRO, ISS, conta de energia e telefone, compras de supermercado e dental, dentre outros. Os custos variáveis são os relacionados a idas a congressos, aquisição de novos equipamentos, manutenção do consultório, serviços laboratoriais, pagamento do imposto do Carnê Leão, dentre outros.

Supondo que um dentista tenha o custo fixo e variável mensal por volta de R\$ 8.000,00, multiplicado por 12 (R\$ 96.000,00), mas dividido por 11 meses (1 mês é de férias), teremos R\$ 8.730,00 de custo fixo mensal. Dividido

por 144 horas, temos R\$ 60,60 a hora clínica. Somado a 20% deste valor (R\$ 12,12) (hora perdida com desmarcação ou falta de consulta, horários não agendados, greve do sistema de transporte público, desastres naturais como enchentes, dentre outros), a hora clínica final seria de aproximadamente R\$ 72,00.

Temos, então, o valor mínimo que se deve cobrar para cada hora de trabalho, independente se atende um paciente particular ou de convênio, sem considerar ainda o que precisa para sustento próprio. Todo mês este profissional começa com um custo de R\$ 10.400,00, que é o quanto se gasta mesmo sem atender clientes. Considerando qual renda o profissional deve gerar mensalmente para sustento próprio? Família, filhos, plano de saúde, aposentadoria, alimentação, lazer, etc. Portanto, iniciar a vida profissional dividindo consultório com outros profissionais passa a ser uma alternativa bastante viável para redução dos custos profissionais e obtenção de maior lucro.

Modelo tributário do consultório: pessoa física ou pessoa jurídica?

Rotineiramente, cirurgiões dentistas recém-egressos da Graduação apresentam pouca ou nenhuma informação sobre gerenciamento tributário do consultório odontológico. Informações sobre as obrigações com a Receita Federal, como as alíquotas de imposto de renda a ser tributado sobre o rendimento declarado, ou como declarar os rendimentos obtidos, e ainda impostos e taxas municipais são informações de extrema importância, porém, quase sempre omitidas ou não informadas durante o período de formação acadêmica do profissional.

Após alguns anos no exercício da profissão, principalmente em função do aumento da renda e, portanto, aumento do montante gasto com o pagamento de imposto sobre esta, é muito comum o profissional buscar maneiras, através da legislação vigente, de reduzir a carga tributária e, então, surge o questionamento se é vantajoso alterar a gestão tributária do consultório de pessoa física, ou seja,

emissão de recibos para o paciente através do CPF do profissional, para a criação de uma “empresa”, onde o consultório torna-se pessoa jurídica e substitui a emissão de recibos para nota fiscal, ou ainda ter as duas estratégias, pessoa física e jurídica em um mesmo consultório.

A primeira informação que se deve ter em mente é que todo recibo emitido pelo profissional, anualmente, deve ser declarado à Receita Federal e guardado por 5 anos. Importante que os valores declarados por esse profissional sejam os mesmos, para que durante o cruzamento de dados da receita não ocorra inconsistência, passíveis de multas que variam de 20% a 150% do imposto devido.

Apesar da obrigação do profissional com a Receita Federal ser apenas durante a declaração anual, dentistas que realizam a declaração do imposto de renda como pessoa física, ou seja, profissionais autônomos que emitem recibo de seus honorários, recomenda-se o recolhimento mensal do imposto devido através do Carne Leão.

Carne Leão é uma forma de recolhimento mensal obrigatória do imposto de renda que incide sobre os rendimentos que a pessoa física (no caso o dentista) recebe de outra pessoa (do cliente), pois são valores que não têm tributação na fonte pagadora, como no caso das pessoas assalariadas (por exemplo, o desconto em folha no salário da ASB pago por esse mesmo dentista).

Informação importante é que o imposto a ser tributado deve incidir sobre o rendimento do dentista descontando os gastos mensais desse profissional para custear as atividades do consultório, ou seja, a tributação a ser paga não é sobre a soma de recibos emitidos, e sim sobre a diferença entre recibos emitidos no mês em questão e o “Livro Caixa” com gastos pagos no mesmo mês. Livro caixa é o conjunto de despesas aceitas pela Receita Federal para dedução do imposto de renda relativas ao exercício da profissão, veja abaixo as Tabelas 1 e 2 sobre as despesas que podem ou não serem incluídas no Livro Caixa para dedução fiscal:

Tabela 1 - Despesas que podem ser informadas no Livro Caixa:

<ul style="list-style-type: none"> - Aluguel do imóvel do consultório. - Condomínio do imóvel do consultório. - Gastos com compra de material de consumo em dentais (resinas, adesivos, luvas, máscaras, flúor, cimentos, bráquetes, fio, implantes, dentre outros). - Gastos com serviços de laboratório de prótese, laboratório de Ortodontia e laboratórios digitais, como Invisalign. - Energia elétrica. - Telefone fixo, celular, Internet e TV a cabo. - Café, biscoitos, sucos, material de limpeza, lâmpadas, papel toalha. - Compra de escovas de dente e kits de higiene bucal. - Material de papelaria como cartucho de impressora, papel, canetas, entre outros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inscrição em congressos, palestras e cursos. - Mensalidades de Pós-Graduação (Especialização, Mestrado, Doutorado) pagas pelo profissional. - Hospedagem em função de congressos ou Pós-Graduação (data deve ser compatível com certificado). - Passagens aéreas ou de ônibus para deslocamento para congressos ou Pós-Graduação. - Assinatura de revistas científicas e compra de livros. - Gastos com consultoria. - Uniformes de trabalho e jalecos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pagamento de salário de funcionários do consultório, INSS, FGTS, vale transporte. - Custos com honorários de contabilidade. - Anuidade de entidades de classe ou associações odontológicas, como CRO, ABO, ABOR, ABOped e outras). - Impostos, taxas e alvarás para atividade do consultório (IPTU, ISS, alvará sanitário, entre outros).
--	---	--

Tabela 2 - Despesas que não são aceitas pela Receita Federal, portanto, não podem ser incluídas no Livro Caixa.

- Gastos com gasolina, diesel ou álcool.	- Gastos com planos de saúde.	- Compra de bens duráveis, como computador, notebook, impressora, telefone celular, móveis.
- Custos com estacionamento para o cliente.	- Gastos com previdência privada.	- Compra de materiais para reforma ou construção, como piso, portas, espelhos, pias, cubas e afins.
- Gastos com pedágios.	- Compra de equipo, caneta de alta rotação, alicates de Ortodontia, espátulas, carpule, fórceps, elevadores, curetas e demais instrumentais.	- Compra de sala.
- Gastos com roupa que não seja específica para área de saúde.		

Portanto, o profissional que realiza a gestão tributária do consultório como “pessoa física” deve estar atento aos itens que podem compor o Livro Caixa, para pagar o imposto devido apenas sobre a diferença entre recibos emitidos no mês em questão e o Livro Caixa com gastos pagos no mesmo mês. Por exemplo, um dentista que em um mês emitiu R\$ 10.000,00 em recibos para seus pa-

cientes, e cujo montante de gastos inseridos no Livro Caixa com data do referido mês foi de R\$ 4.000,00, recolherá 27,5% sobre R\$ 6.000,00 através do Livro Caixa, isto porque a alíquota de tributação acima de R\$ 4.664,68 é de 27,5%, considerando ano base 2020 (Tabela 3).

A alíquota do IR varia de acordo com o lucro, verifique tabela abaixo:

Tabela 3 - Alíquota do Imposto de Renda⁸ 2020:

Até R\$1.903,98 por mês	Isento
De R\$1.903,99 até R\$2.826,65	7,5%
De R\$2.826,66 até R\$3.751,05	15%
De R\$3.751,06 até R\$4.664,68	22,5%
Acima de R\$4.664,68	27,5%

Devido à alíquota incidente sobre os ganhos do profissional autônomo ser muito elevada, considerando a alíquota de 27,5% (Tabela 3), muitos dentistas optam por criar uma “empresa” cuja finalidade é a prestação de serviços odontológicos e então trabalhar através do regime fiscal de Lucro Presumido, ou o regime do Simples Nacional, alternativas em que a tributação incidente é em torno de 15 a 18%, dependendo do estado federativo sobre o montante de nota fiscal emitida, através agora de CNPJ, e não mais CPF.

Todavia, apesar da alíquota de imposto sobre a nota fiscal ser menor do que sobre a pessoa física, existem custos adicionais para manutenção da empresa, como custos com contador, taxas de alvarás de regularização anual da empresa, anuidade do CRO sobre a empresa (EPAO), além da anuidade corrente do profissional, custos mensais com INSS do dentista que é o administrador da empresa e a incidência do Imposto de Renda anual sobre o valor do dentista que assina como administrador da empresa. Ao final da contabilização de todos esses custos, costumamos considerar que o custo efetivo da tributação seja em torno de 18% no regime da empresa. Assim, nem sempre trabalhar no regime de pessoa jurídica é sinônimo de redução de custos do consultório.

No regime de pessoa jurídica (“empresa”) que atua no sistema de Lucro Presumido, o percentual de tributação pode variar de 13% a 16%, dependendo do ISS, que pode estar entre 2% e 4%, dependendo do município. Esse percentual engloba os seguintes tributos: PIS/PASEP, COFINS, ISS, IRPJ e CSLL. O Simples Nacional, por sua vez, além desses impostos, também inclui a Contribuição Previdenciária Patronal, com a alíquota final de 17,22% sobre o faturamento do consultório. Considerando que os valores de tributação são muito semelhantes, o fator a se considerar na escolha entre as duas formas citadas é o número de funcionários da empresa, ou seja, o montante da folha de pagamento desta. Então, segue uma observação importante, manter a carteira do funcionário assinada pelo dentista como profissional autônomo, ao invés de assinar a carteira pela empresa, permite que ocorra o lançamento desta despesa no Livro Caixa, isto por que não existe Livro Caixa para empresas, a tributação é feita sobre 100% do valor de nota fiscal emitida. Portanto, custos para manutenção mensal do consultório (Tabela 1) incluindo despesas com laboratório não são descontados para tributação do exercício da empresa.

Uma estratégia bastante interessante ao dentista é de utilizar o regime do consultório tanto como pessoa física, ou seja, podendo lançar despesas para o exer-

cício da profissão no Livro Caixa e emissão de recibos, quanto como empresa, tendo como estratégia emitir um valor específico de recibos (através do CPF do profissional) e um valor específico de notas fiscais (através do CNPJ da empresa).

Como comentado anteriormente, nem sempre a

abertura da “empresa” será sinônimo de redução de custos tributários, recomenda-se que sejam feitas simulações. Assim, de maneira bem objetiva e simplória, descrevemos três exemplos abaixo (Tabelas 4, 5 e 6). Esses exemplos são genéricos e não exatos devido à alíquota de ISS variar de cidade para cidade.

Tabela 4 - Exemplo 1 (pessoa física).

Receita bruta declarada no mês (recibos emitidos): R\$ 15.000,00

Despesas lançadas no Livro Caixa no mês: R\$ 5.000,00

Lucro fiscal: R\$ 10.000,00 (pagar 27,5% de imposto)

Pagar imposto no mês de R\$ 2.750,00

Lucro líquido: 7.250,00

Lucro real: R\$ 7.250,00 menos seus gastos pessoais com previdência privada, plano de saúde, gasolina, fundo de reserva para reformas e outros relativos ao exercício de sua profissão.

Tabela 5 - Exemplo 2 (pessoa física).

Receita bruta declarada no mês (recibos emitidos): R\$ 35.000,00

Despesas lançadas no Livro Caixa no mês: R\$ 10.000,00

Lucro fiscal: R\$ 25.000,00 (pagar 27,5% de imposto)

Pagar imposto no mês de R\$ 6.875,00

Lucro líquido: 18.125,00

Lucro real: R\$ 18.125,00 menos seus gastos pessoais com previdência privada, plano de saúde, gasolina, fundo de reserva para reformas e outros relativos ao exercício de sua profissão.

Tabela 6 - Exemplo 3 (Pessoa Física e Pessoa Jurídica)

Receita bruta declarada no mês de R\$ 35.000,00, sendo R\$ 13.000,00 em recibos e R\$ 22.000,00 através de nota fiscal.

Despesas lançadas no Livro Caixa no mês: R\$ 10.000,00

Pagar imposto no mês: R\$ 3.750,00. Sendo R\$ 450,00 de imposto através de carne leão (R\$ 13.000,00 de recibos emitidos menos R\$ 10.000,00 de livro caixa) e R\$ 3.300,00 de imposto como pessoa jurídica sobre o total de R\$22.000,00 de nota fiscal emitido.

Lucro líquido: 21.250,00

Lucro real: R\$ 21.250,00 menos seus gastos pessoais com previdência privada, plano de saúde, gasolina, fundo de reserva para reformas e outros relativos ao exercício de sua profissão, além dos gastos mensais com o contador da empresa.

Creio que você tenha observado dois termos distintos que usamos para se referir a lucro: Lucro líquido e Lucro real. Consideramos Lucro líquido o montante que sua atividade como dentista fornece após todas as despesas relativas ao funcionamento pagas e retirada a tributação. Todavia, o profissional liberal deve ter em mente que ele não possui benefícios importantes como de funcionários assalariados, como 13º salário, férias remuneradas, vale refeição, dentre outros. Portanto, sugerimos que após estabelecer o Lucro líquido, o dentista faça uma retirada deste valor para gastos com plano de saúde, deslocamento para o trabalho, um fundo de reserva do consultório (para reformas ou demissão de funcionários, etc) que não deve ser misturado ao fundo de reserva pessoal do profissional, e só então ele

terá em mente o valor de seu Lucro real, ou seja, sua renda mensal verdadeira.

Outro fator a se considerar na escolha do regime tributário do consultório é o efeito da sazonalidade, por exemplo, um consultório de Odontopediatria costuma ter maior número de atendimento e, portanto, maior renda nos meses de férias escolares, como dezembro, janeiro e julho, enquanto que costuma ter um faturamento menor em meses como fevereiro, março e abril por conta de outros gastos familiares, como material escolar das crianças, pagamento de impostos como IPTU, IPVA e o próprio imposto de renda anual. Já em um consultório de Ortodontia, esse efeito é menos sensível, considerando um perfil de atendimento mensal das consultas de ativação da mecânica ortodôntica aplicada.

CONCLUSÃO

Considerando a complexidade de fatores que envolvem a gestão do consultório odontológico, o profissional deve continuamente aprimorar os conceitos da equipe dos profissionais envolvidos na prestação de serviço, conhecer os princípios que regem a organização financeira determinando qual o melhor regime tributário para seu modelo de trabalho, buscar construir uma rede de relacionamento profissional e social para fortalecer o ciclo de captação de novos pacientes, além de continuamente desenvolver serviços técnicos de excelência transformando o atendimento odontológico em uma experiência agradável e desejável^{6,9}.

REFERÊNCIAS

1. Arcier NM, Silva MM, Arcieri RM, Garbin CAS. A importância do marketing odontológico para enfrentar um mercado competitivo. Rev Odontol Araç. 2008; 29(1):13-9.
2. Lupu IC. The importance of control elements in dental office management. Rev Med Chir Soc Med Nat Iasi. 2014; 118(2):520-3.
3. Dicionário Oxford Escolar para estudantes brasileiros de inglês. Editora: Oxford; Edição: 3ª (1 de janeiro de 2018). ISBN-13: 978-0194403566.
4. Islam MS. Effective quality management in dental care practice. Rangpur Dental College Journal. 2014; 2(2).
5. Amundson CW. Dental quality measurement - a practitioner perspective. J Calif Dent Assoc. 2016; 44(4):233-7.
6. Campbell SM, Roland MO, Quayle JA, Buetow SA, Shekelle PG. Quality indicators for general practice: which ones can general practitioners and health authority managers agree are important and how useful are they? J Public Health Med. 1998; 20(4):414-21.
7. Herman B. Teledentistry: How visual treatment planning goes virtual. Dental Economics. 2020; eNewsletters.
8. Disponível em: <https://impostoderenda2020.com.br/tabela-imposto-de-renda-2020/#:~:text=Tabela%20Imposto%20de%20Renda%202020%20%20%20Base,%20%20636%2C13%20%201%20more%20rows%20>
9. Doumit M. Quality management - Dental office applications. Indian J Dent Res. 2017; 28(6):593.

1º MEETING SIMMETRIA

OROFACIAL HARMONIZATION IN SCIENCE
18 e 19 de Junho de 2021 - Curitiba



Mais informações:

www.orthoscience.com.br

(41) 3081-4052

editoraplena@editoraplena.com.br

Espaço Torres, Rua Pergentina Silva Soares, 159, Jardim Botânico

Evento paralelo ao
3º Congresso Ortho Science

Apenas 100 Vagas
Inscreva-se já!

Realização:
EDITORAPLENA

3º Congresso Internacional
Ortho Science



Patrocínio Ouro:
RENOVA