

FATORES QUE INFLUENCIAM OS USUÁRIOS NA AQUISIÇÃO DE MEDICAMENTOS MANIPULADOS EM FARMÁCIA NO MUNICÍPIO DE PELOTAS-RS

HELENA DE MORAES FIRPO

Farmacêutica-Bioquímica, Pós-graduanda do MBA Executivo em Saúde, Fundação Getúlio Vargas, FGV, Porto Alegre, RS.

E-mail: helenafirpo@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

No Brasil, as primeiras referências à farmácia datam do século XVI, com os boticários, profissionais empíricos que, em estabelecimentos denominados boticas, eram os responsáveis pela manipulação e fornecimento de medicamentos no país até que a profissão farmacêutica fosse instituída e aceita pela sociedade. De acordo com Cervi (2002), a mudança da Família Real e da Corte Portuguesa para o Brasil em 1808, foi um marco para a história da farmácia. Um dos primeiros atos de D. João VI, tendo em vista as péssimas condições sanitárias e de higiene do país naquela época, foi agilizar o ensino da medicina e farmácia.

Foi assim, com a profissionalização na área de medicamentos e saúde, que gradualmente as boticas foram substituídas pelas “Pharmacias” cuja produção, essencialmente artesanal, era baseada nos formulários internacionais e na flora medicinal brasileira. Até o surgimento e desenvolvimento da indústria farmacêutica no país, esses estabelecimentos, através de suas preparações magistrais, foram os únicos capazes de fornecer os medicamentos prescritos pela classe médica. Conforme Junior (2002), por volta de 1950, com a industrialização na área farmacêutica, o farmacêutico a ela se associou, omitindo sua verdadeira essência e permitindo que os “oficiais de farmácia” assumissem o seu papel, na farmácia, de modo que a manipulação magistral perdeu grande parte de seu espaço.

Na década de 80, iniciou-se um movimento para que houvesse um resgate da farmácia de manipulação e consequentemente do farmacêutico (THOMAZ, 2001). Essa retomada foi impulsionada por diversos fatores, en-

tre os quais: a profissionalização, implantação de novas tecnologias, e o surgimento de distribuidoras que passaram a oferecer matérias-primas em quantidades acessíveis para as farmácias e atendendo padrões de qualidade e segurança.

Atualmente, mesmo frente à diversidade de medicamentos ofertados pela indústria farmacêutica, medicamento de referência, genérico e similar, observa-se a consolidação de uma cultura magistral tanto entre os consumidores quanto entre os profissionais prescritores. A existência dessa cultura pode ser evidenciada pelo surpreendente desempenho do setor magistral que, de acordo com dados disponibilizados pela Associação Nacional de Farmacêuticos Magistrais (Anfarmag), em 2002, já era responsável por 8% do faturamento do setor farmacêutico brasileiro, ou seja, R\$ 1,35 bilhão ao ano.

No entanto, surge a seguinte questão: quais seriam os fatores que influenciam os consumidores na aquisição de medicamentos manipulados? O estudo do perfil desses consumidores e a investigação dos fatores influentes em sua decisão constituem elementos fundamentais para que as empresas atuantes no setor magistral possam desenvolver estratégias e ações de marketing direcionadas às reais necessidades de seus clientes e possam aumentar ainda mais sua participação nesse mercado tão disputado.

Nesse sentido, o presente estudo teve como tema central o comportamento do consumidor na aquisição de medicamentos manipulados e procurou identificar os fatores determinantes na escolha do consumidor pela manipulação dos medicamentos dos quais necessita, bem como analisar o perfil desses consumidores e a influência dos profissionais prescritores na escolha por esse tipo de medicamento.

Tipo de pesquisa

Foi realizado estudo quantitativo, com aplicação de questionário estruturado por perguntas abertas e fechadas, além de questões encadeadas. Em decorrência dos objetivos estabelecidos para esse estudo, buscou-se a resposta para as seguintes questões:

- Quem compra, ou seja, qual o sexo, a idade e o perfil dos consumidores?
- O quê esse consumidor compra? Ele manipula todos os medicamentos dos quais necessita ou apenas alguns?
- Quando? Com que frequência ocorre esse consumo?
- Por quê? Quais as influências na decisão de compra?

Amostragem

Optou-se pela técnica amostral não probabilística, sendo a amostra determinada por acessibilidade e compreendendo o total de 100 entrevistados. A aplicação dos questionários, após definição da amostra e aplicação de pré-teste, ocorreu no período de 13 a 23 de março de 2007, nas dependências de uma farmácia localizada no município de Pelotas/RS, sendo direcionada aos clientes através de entrevistas pessoais e telefônicas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O perfil dos clientes da amostra analisada pode ser assim caracterizado: são, em sua maioria, pessoas do sexo feminino (69%), com idade superior a 61 anos (33%); aposentados (28%); do lar (18%) e professores (10%), sendo que em relação à escolaridade, a maioria situa-se entre o 1º e 2º grau incompleto; não evidenciam o costume de realizar pesquisa de preço antes de efetivarem a compra de medicamentos e adquirem medicamentos manipulados mensalmente.

Entre os entrevistados, observou-se a presença de dois grupos que para análise dos dados foram assim classificados: Grupo A, corresponde a 65% dos entrevistados, costumam manipular todos os medicamentos dos quais necessitam e grupo B, corresponde aos 35% restantes que, embora usuários dos serviços da farmácia magistral, não costumam manipular todos os medicamentos dos quais necessitam.

Tabela 1. O senhor (a) costuma manipular todos os medicamentos dos quais necessita?

RESPOSTA	FREQÜÊNCIA	
	Nº	%
Sim	65	65,0
Não	35	35,0
Total	100	100,0

Fonte: pesquisa de campo

Para identificar os fatores determinantes na escolha do consumidor, questionou-se aos clientes do grupo B, qual o critério adotado para manipular apenas alguns medicamentos dos quais necessitam. Evidenciaram-se as seguintes respostas:

Tabela 2. Qual o critério adotado para que o senhor (a) manipule alguns medicamentos dos quais necessita e outros não?

RESPOSTA	FREQÜÊNCIA	
	Nº	%
A. Orientação médica	15	42,8
B. Dúvidas sobre o efeito / eficácia do medicamento	9	25,7
C. Falta de matéria prima para manipulação	8	22,8
D. Só manipula fórmulas para emagrecimento	1	2,9
E. Os industrializados são muito caros	1	2,9
F. Ganha alguns da Secretaria da Saúde	1	2,9
Total	35*	100,0

* Somente os que responderam negativamente na questão anterior
Fonte: pesquisa de campo

A orientação médica é o critério adotado por 42,8% dos entrevistados, seguido pela dúvida em relação ao efeito ou eficácia do medicamento. Esses dados permitem constatar que mesmo com o desenvolvimento da cultura magistral e o crescimento apresentado pelo setor nos últimos anos, ainda existem barreiras a serem superadas. Por outro lado, 22,8% dos entrevistados alegam que não manipulam todos seus medicamentos pela indisponibilidade da matéria-prima para manipulação, demonstrando uma oportunidade a ser explorada pelo setor magistral.

No sentido de identificar os fatores decisivos na escolha do consumidor, os entrevistados responderam a seguinte questão: Qual o fator de maior importância para que o senhor (a) decida comprar medicamento manipulado ao invés do industrializado?

Tabela 3. Qual o fator de maior importância para que o senhor (a) decida comprar medicamento manipulado ao invés de industrializado?

OPÇÕES	FREQUÊNCIA			
	Grupo A – Costumam manipular todos os medicamentos		Grupo B – Não costumam manipular todos os medicamentos	
	Nº	%	Nº	%
Possibilidade de manipular diversas substâncias em única cápsula	5	7,7	2	5,7
Confiança na qualidade do medicamento	21	32,3	10	28,6
Menor preço	40	61,5	13	37,1
Orientação médica	3	4,6	9	25,7
Outra	1	1,5	1	2,9
Total	70*	107,6*	35	100,0
Outra. Qual?				
• Reações adversas menores	1	1,5	0	0,0
• Qualidade do medicamento	0	0,0	1	2,9

* Alguns assinalaram mais de uma alternativa
 Fonte: pesquisa de campo

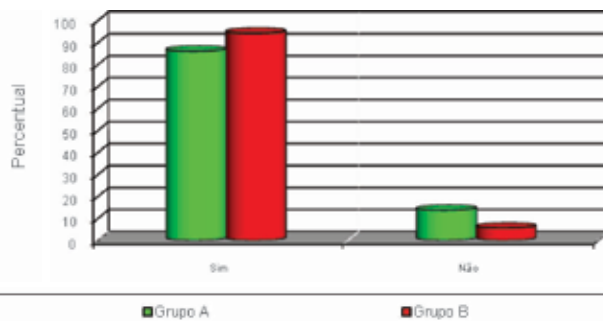
Entre os clientes do grupo A, observa-se que para 61,5%, o fator mais importante em sua decisão é o menor preço, seguido da confiança na qualidade do medicamento que representa 32,3% das respostas. Da mesma maneira, no Grupo B, observa-se que esses fatores também são os mais significativos, representando, respectivamente, 37,1% e 28,6%. No entanto um fator importante deve ser ressaltado: enquanto apenas 4,6% dos entrevistados do grupo A consideram a orientação médica como fator decisivo, entre o grupo B esse número passa para 25,7%, confirmando a existência de uma restrição a alguns medicamentos manipulados conforme foi levantado na análise da questão dois. Essa restrição pode não estar diretamente relacionada aos consumidores, mas quem sabe aos profissionais prescritores que orientam seus pacientes.

Através dos dados coletados nas questões anteriores, já foi possível constatar que a orientação médica constitui elemento importante na escolha do usuário, principalmente entre aqueles que não costumam manipular todos os medicamentos dos quais necessitam. Com a intenção de melhor compreender essa influência dos prescritores sobre a escolha do consumidor pela manipulação dos medicamentos, passa-se para a análise das respostas obtidas através dos seguintes questionamentos: O senhor (a) está consumindo medicamentos manipulados porque foram prescritos pelo seu médico? Qual a opinião do seu médico em relação ao consumo de medicamentos manipulados?

Entre os entrevistados do grupo A, 86,2% consomem medicamentos manipulados por prescrição médica. Já no grupo B, o consumo de medicamentos manipulados por prescrição médica é maior, representando 94,3%.

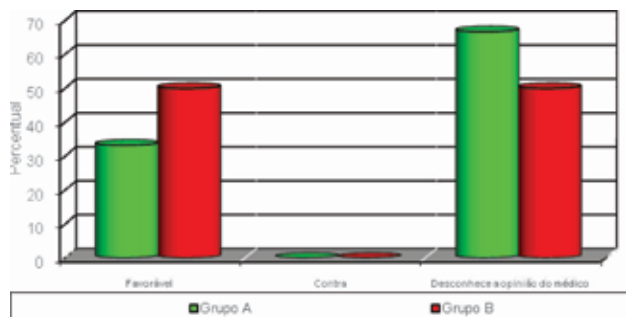
Esses dados confirmam a influência do prescritor, principalmente entre aqueles que demonstram algum tipo de resistência ao medicamento manipulado e que conforme, já colocado, a orientação médica é relevante na decisão do referido grupo.

Aqueles clientes que responderam estar consumindo medicamentos manipulados sem orientação médica, representam 11% da amostra total e quando questionados sobre a opinião de seus médicos em relação a essa classe de medicamentos, revelaram as seguintes respostas: os que desconhecem a opinião de seus médicos representam 66,7% entre o grupo A e 50% entre o grupo B. Os que relatam opinião favorável de seus médicos somam 33,3%, no grupo A e 50% no B. Aqui é importante ressaltar que o Grupo B, nessa questão, representa apenas 2% de toda amostra analisada.



Fonte: pesquisa de campo

Figura 1. O senhor (a) está adquirindo medicamentos manipulados porque foram prescritos pelo seu médico?



Fonte: pesquisa de campo

Figura 2. Qual a opinião do seu médico em relação ao consumo de medicamentos manipulados?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Frente aos resultados apresentados nessa pesquisa, foi possível constatar que embora grande parte da amostra em estudo tenha demonstrado ótima aceitação aos medicamentos manipulados, uma parcela dos clientes, representando 35% dos analisados, apresentou algum tipo de restrição a esses medicamentos, relatando que não manipulam todos os medicamentos dos quais necessitam. Essa restrição pode estar relacionada com a orientação que esses clientes recebem dos profissionais prescritores, já que 42,8% desses clientes relataram que o critério adotado para manipular apenas alguns dos medicamentos que necessitam, é a orientação médica.

Dessa forma, pode-se concluir que as ações de marketing, já praticadas pela indústria farmacêutica, junto aos profissionais prescritores, podem representar uma importante ferramenta para que o setor magistral consiga aumentar sua participação no mercado de medicamentos. Ações de marketing ou até mesmo de qualificação e credibilização do setor tornam-se necessárias ao passo que, 25,7% da amostra relataram ter dúvida sobre o efeito ou eficácia de alguns medicamentos manipulados.

Os dados levantados permitem ainda concluir que outra possibilidade de crescimento para o setor magistral seria aumentar a oferta de produtos manipulados, pois 22,8% desses clientes alegam que não manipulam todos os medicamentos dos quais necessitam por indisponibilidade no setor magistral.

Ainda analisando os fatores influentes na escolha do consumidor pelo medicamento manipulado, conclui-se que existe um conceito pré-estabelecido de que esses medicamentos são mais baratos que os industrializados. Essa conclusão baseia-se no fato de que embora a maioria dos clientes considere o baixo preço como fator decisivo pela escolha dos medicamentos manipulados, esses clientes não costumam realizar pesquisa de preço antes da aquisição de seus medicamentos.

Em relação à análise da influência dos profissionais prescritores na escolha do consumidor pela manipulação dos medicamentos, conclui-se que a orientação médica constitui elemento importante na escolha do consumidor, principalmente entre aqueles que não costumam manipular todos os medicamentos dos quais necessitam.

Esse estudo foi realizado analisando apenas a realidade relatada pelos pacientes de uma Farmácia localizada no município de Pelotas/RS e, portanto, não deve ter seus resultados extrapolados ou generalizados para todo o setor magistral.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARROS, J. A. C. Estratégia mercadológica da indústria farmacêutica e o consumo de medicamentos. *Rev. Saúde Pública*, vol. 17, n. 5. Outubro, 1983.
- BRANDÃO, A. Farmácia magistral. Tanta credibilidade, tanto crescimento. Qual o segredo. *Farmácia Brasileira*, Jun/Jul., p. 5-9. 2002.
- CERVI, R. *Centralização de compras como estratégia logística: O Caso das Farmácias Magistrais*. 2002. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- JUNIOR, D. A. *Farmácia de Manipulação – Noções Básicas/ Curso Revisado e Atualizado*. São Paulo: Tecnopress, 2002.
- PEREIRA, Rodrigo Alexandre Vieira; Rodríguez, Martius Vicente Rodríguez. Análise Competitiva do Mercado Farmacêutico Brasileiro: Estudo de Caso. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 10, 2003.
- THOMAZ, S. Manipulação magistral no Brasil: cinco séculos de futuro. *Internacional J. Pharm. Compounding*, v.3, p.10-16, 2001.