**FUNDAÇÃO INSTITUTO CAPIXABA DE PESQUISAS EM
CONTABILIDADE, ECONOMIA E FINANÇAS - FUCAPE**

LÉIA GALLETI TENÓRIO CORREIA

**FATORES DE INFLUÊNCIA NA ADESÃO AO CONSUMO DE
MEDICAMENTOS GENÉRICOS**

**VITÓRIA
2016**

LÉIA GALLETI TENÓRIO CORREIA

**FATORES DE INFLUÊNCIA NA ADESÃO AO CONSUMO DE
MEDICAMENTOS GENÉRICOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração, da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisa em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas.

Orientador: Prof. Dr. Arilton Carlos
Campanharo Teixeira

**VITÓRIA
2016**

LÉIA GALLETI TENÓRIO CORREIA

**FATORES DE INFLUÊNCIA NA ADESÃO AO CONSUMO DE
MEDICAMENTOS GENÉRICOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração, da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisa em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas.

Aprovada em 22 de Setembro de 2016.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. ARILTON CARLOS CAMPANHARO TEIXEIRA
Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e
Finanças (FUCAPE)
Orientador

Prof. Dr BRUNO FUNCHAL
Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e
Finanças (FUCAPE)

Prof. Dr. FABIO MORAES DA COSTA
Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e
Finanças (FUCAPE)

Dedico este trabalho aos meus queridos: minha filha Fernanda, à minha mãe Alice e ao meu saudoso pai, José.

AGRADECIMENTOS

Ao meu Deus, pelo seu infinito amor.

À minha filha Fernanda que esteve comigo nos momentos mais difíceis.

A toda minha família pelo incentivo, e, em especial, ao meu irmão Hezer.

Aos professores da Fucape pela dedicação e carinho em ensinar.

Ao meu orientador Arilton Teixeira pelo seu imenso apoio e contribuição.

A todos os colegas da Fucape pelo privilégio que tive em conhecê-los, e pela ajuda dessas pessoas tão maravilhosas.

A todos os meus amigos de trabalho, em especial, aos amigos da regional do Espírito Santo.

RESUMO

Os medicamentos genéricos foram introduzidos no Brasil para ampliar o acesso da população aos medicamentos, pois são mais baratos. Contudo, levantamentos mostram que os genéricos, embora disponíveis há 15 anos representam 27,1% do mercado de medicamentos, enquanto que em países desenvolvidos, como nos Estados Unidos, a 80%. O objetivo deste estudo constituiu em investigar e analisar fatores de influência no consumo de genéricos, a partir da decisão do consumidor. Trata-se de estudo descritivo, quantitativo, não probabilístico, com amostra de 162 pessoas, tendo como sujeitos da pesquisa, consumidores acima de 18 anos. Os resultados revelam os seguintes fatores de influência no consumo: “Sempre pergunto ao farmacêutico se existe o genérico para o medicamento que está sendo comprado”; “Meus familiares compram medicamentos genéricos”; “Pergunto ao farmacêutico se existe um medicamento mais barato quando acho que o receitado pelo médico está caro”; e “Sistema de Saúde Utilizado pelo Consumidor”. Pode-se concluir que a influência do farmacêutico junto ao consumidor, a influência da família e o preço dos genéricos são determinantes para ampliar a adesão ao consumo de medicamentos genéricos.

Palavras-chave: Medicamentos genéricos. Fatores de influência no consumo. Decisão do consumidor.

ABSTRACT

Generic drugs have been introduced in Brazil to expand access to medication, because they are cheaper. However, surveys show that generics, although available for 15 years represent 27.1% of the pharmaceutical market, while in developed countries like the United States, 80%. The aim of this study consisted in investigating and analyzing influence factors in the consumption of generics, from the consumer's decision. This is a descriptive study, quantitative, not probabilistic, with a sample of 162 people, and as research subjects, consumers over 18 years. The results reveal the following factors influence consumption: "Always ask the pharmacist if there is a generic for the drug being purchased"; "My family buy generic drugs"; "I ask the pharmacist if there is a cheaper drug when I think prescribed by the doctor is expensive"; and "Health System Used by the consumer". It can be concluded that the influence of the pharmaceutical with the consumer, the influence of the family and the price of generics are key to enlarge the membership of the consumption of generic drugs.

Keywords: Generic drugs. Factors influencing consumption. Consumer decision.

LISTA DE SIGLAS

ANS – Agência Nacional de Saúde

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

FDA – Food and Drugs Administration

ML – Máxima Verossimilhança

MQO – Mínimos Quadrados Ordinários

MS – Ministério da Saúde

PNM – Política Nacional de Medicamentos

QML – Quase Máxima Verossimilhança

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Valores Numéricos Atribuídos aos Dados Sociodemográficos (Exceto para Variáveis Dummy)	25
Tabela 2: Resumo da Caracterização da Amostra	28
Tabela 3: Avaliação da Compra de Medicamentos	30
Tabela 4: Variáveis Sociodemográficas (Exceto as Variáveis Dummy)	31
Tabela 5: Regressões	32
Tabela 6: Variável Dependente: (P2) Medicamentos Genéricos e de Marca Fazem o Mesmo Efeito	47

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 OS MEDICAMENTOS NO BRASIL	13
2.1.1 Medicamentos Genéricos	14
2.2 ESTUDOS SOBRE MEDICAMENTOS GENÉRICOS	15
2.3 A DECISÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR	20
3 METODOLOGIA	22
3.1 POPULAÇÃO E AMOSTRA	23
3.2 COLETA DE DADOS	24
3.3 TÉCNICA DE ANÁLISE DOS DADOS	26
3.3.1 Variáveis dependentes e independentes	26
4 RESULTADOS	28
4.1 COMPOSIÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	28
4.2 ESTATÍSTICA DESCRITIVA	29
4.3 REGRESSÕES	31
5 CONCLUSÃO	36
5.1 LIMITAÇÕES DA PESQUISA	37
REFERÊNCIAS	39
APÊNDICE A - E-MAIL - PESQUISA DE OPINIÃO	42
APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO	43
APÊNDICE C - REGRESSÕES PELOS MÉTODOS DE POISSON E MÍNIMOS QUADRADOS ORDINÁRIOS	47

Capítulo 1

1 INTRODUÇÃO

Os medicamentos são insumos essenciais para a saúde das populações. Proporcionam a cura das doenças, a redução do sofrimento e interrompem o processo de adoecimento. Para os indivíduos portadores de doenças crônicas, retardam os efeitos maléficos das enfermidades, melhorando a qualidade de vida das pessoas (PONTES JUNIOR et al., 2008).

Assim, o acesso a medicamentos tem efeito importante sobre a situação de saúde individual que, por sua vez, está relacionada à sua capacidade produtiva e de geração de renda. Isso torna tanto a oferta de serviços de saúde, como a situação de saúde da população, preocupações crescentes entre os formuladores de políticas públicas.

O Governo brasileiro, a exemplo de países desenvolvidos como os Estados Unidos, Canadá, França, Inglaterra, Japão, instituiu os medicamentos genéricos para reduzir os custos na saúde e ampliar o acesso aos tratamentos pela população, dado que os genéricos são mais baratos. Sancionou a Lei 9.787/1999, conhecida como a Lei dos Genéricos (IPEA, 2011), regularizando a fabricação e comercialização de medicamentos copiados no Brasil.

A nova legislação alterou o mercado farmacêutico brasileiro desenvolvendo a indústria nacional de medicamentos genéricos, possibilitando, principalmente à população de menor poder aquisitivo, maior acesso a medicamentos com qualidade e baixo custo, contribuindo para reduzir o problema de saúde pública do país.

Contudo, embora proporcionando uma redução de preço entre 40 e 62%, bem como existindo a mais de uma década, a cota de medicamentos genéricos no mercado brasileiro responde à apenas 27,1%, enquanto que em outros mercados, como nos Estados Unidos, equivale a 80% (PROGENÉRICOS, 2015).

A aceitação de medicamentos genéricos vem sendo amplamente estudada e uma série de estudos identificaram limitadores no consumo de genéricos. Desses, destacam-se a falta de confiança nos genéricos pelos idosos, por pessoas de menor renda e pessoas com pouca escolaridade (KOHLI; BULLER, 2013; BULSARA et al., 2010; NARDI et al., 2015; COSTA-FONT; RUDISSLIL; TAN, 2014; SEWELL et al., 2012; LAMBERT et al., 1980). Acredita-se que o consumo de genéricos pode ser afetado por fatores que interferem na adesão do consumidor a esse tipo de medicamento.

Assim, o presente trabalho visa investigar fatores que influenciam a decisão de compra de medicamentos genéricos pelo consumidor, tendo em vista que, segundo dados do IBGE (2012), os gastos com medicamentos pelas famílias brasileiras são aproximadamente 48,6% das despesas com saúde.

Para tanto, o estudo procura identificar o que motiva os consumidores de medicamentos a optar pelos genéricos, identificando as características do consumidor, e, em seguida, evidencia e analisa fatores de influência na adesão aos medicamentos genéricos.

Este estudo é relevante, dada a função social da Lei dos Genéricos na melhoria das condições de compra dos consumidores, redução dos custos com medicamentos e ampliação do acesso aos tratamentos de saúde pela população.

Justifica-se o tema escolhido, pois, aos formuladores de políticas públicas, conhecer os possíveis problemas que interferem na substituição do medicamento de marca pelo genérico pelo consumidor, enseja em oportunidades de ajustes e estratégias de melhorias no desempenho do programa de genéricos.

Dado o contexto, o presente trabalho visa investigar fatores que influenciam a decisão de compra de medicamentos genéricos pelo consumidor.

Este estudo está estruturado da seguinte forma: o primeiro capítulo, constituído pela introdução, contextualiza o tema, estabelece o problema de pesquisa e o objetivo geral do estudo. No segundo capítulo, o referencial teórico, quando são apresentados os principais conceitos relacionados ao tema como os medicamentos no Brasil, os medicamentos genéricos, estudos sobre medicamentos genéricos e a decisão de compra do consumidor. No terceiro capítulo é informada a metodologia e as técnicas utilizadas. No capítulo seguinte, a apresentação dos dados da investigação proposta e a análise dos resultados. O último capítulo traz as considerações finais da pesquisa com comentários acerca dos achados, a conclusão da pesquisa e limitações do estudo.

Capítulo 2

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A fim de promover maior compreensão ao estudo, são apresentados neste capítulo, tópicos relativos aos conceitos e diferenciação entre medicamentos de marca e genéricos, aspectos sobre a legislação brasileira de medicamentos e estudos sobre os medicamentos genéricos.

2.1 OS MEDICAMENTOS NO BRASIL

Os medicamentos no Brasil integram a Política Nacional de Medicamentos (PNM), e esta tem por objetivo promover a melhoria das condições da assistência à saúde, garantindo segurança, eficácia e qualidade dos medicamentos e o acesso da população àqueles considerados essenciais (SILVA, 2014).

A Lei federal nº 5.991, de 17 de dezembro de 1973, conceitua o medicamento como “produto farmacêutico, tecnicamente obtido ou elaborado, com finalidade profilática, curativa, paliativa ou para fins de diagnóstico” (NASCIMENTO, 2009).

Mas do ponto de vista econômico, mesmo apresentando particularidades em relação a outros produtos industrializados, os medicamentos não deixam de ser bens de consumo, e como tal, podem apresentar deficiências na produção e circulação, com impacto negativo na saúde da população (TOBAR, 2008).

Ainda no tocante à legislação brasileira, a Lei 9.787/99 e a Resolução 391/99, classificam e distinguem os medicamentos de referência, conhecidos como de marca, como aqueles nos quais foram empregados anos de pesquisa e diversos

testes como os de biodisponibilidade¹ e bioequivalência² para torná-los inovadores e garantir eficácia, segurança e qualidade através de comprovação científica.

Estes medicamentos comportam registro junto ao Ministério da Saúde, e possuem patentes que duram cerca de 20 anos, garantindo exclusividade de comercialização durante todo esse período (PEREIRA; BRITO; BEKER, 2012).

2.1.1 Medicamentos Genéricos

Os medicamentos genéricos foram instituídos pelos Estados Unidos na década de 60, mas somente em 1984 foram aprovados pelo FDA (Food and Drug Administration), com base em estudos que demonstram que eles são bioequivalentes às versões de marca (PROGENÉRICOS, 2010).

O objetivo do governo americano ao criar os genéricos, foi buscar alternativa legal para reduzir os custos dos tratamentos de saúde, ampliando o acesso da população aos tratamentos de saúde e aquisição de medicamentos (PROGENÉRICOS, 2010).

No Brasil, os genéricos foram instituídos em 1999, por meio da Lei 9.787. A regulação dos genéricos foi estabelecida com os mesmos critérios do FDA americano, introduzindo testes de bioequivalência e de biodisponibilidade (PROGENÉRICOS, 2010). Desta forma, a legislação brasileira define os Medicamentos Genéricos como aqueles quimicamente equivalentes e

¹ **Biodisponibilidade** – indica a velocidade e a extensão de absorção de um princípio ativo em uma forma de dosagem, a partir de sua curva concentração/tempo na circulação sistêmica ou sua excreção na urina.” (ANVISA, 2016).

² **Bioequivalência** – consiste na demonstração de equivalência farmacêutica entre produtos apresentados sob a mesma forma farmacêutica, contendo idêntica composição qualitativa e quantitativa de princípio (s) ativo (s), e que tenham comparável biodisponibilidade, quando estudados sob um mesmo desenho experimental. (ANVISA, 2016).

bioequivalentes aos de marca. Sua intercambialidade³ com o medicamento de referência é assegurada por testes de equivalência farmacêutica e bioequivalência, realizados por laboratórios credenciados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (QUENTAL et al., 2008).

Quanto à comercialização, esta pode ocorrer após a expiração da patente da marca, mediante autorização e registro no órgão de vigilância sanitária (BEARDEN; MASON, 1980).

Em se tratando de regulamentação, esta se pautou na redução dos custos da assistência à saúde e acesso à população aos tratamentos de saúde (NETO; PINHO; MACEDO, 2015).

2.2 ESTUDOS SOBRE MEDICAMENTOS GENÉRICOS

Embora a necessidade premente de ampliar o acesso aos medicamentos, a adesão a esse tipo de medicamento, não se baseia em apenas o benefício econômico, mas também em atributos importantes como segurança e eficácia. O que vem motivando estudos focando o assunto em diferentes perspectivas. (CARVALHO, ACCIOLY JÚNIOR; RAFFIN, 2006).

Nos parágrafos seguintes, encontram-se as principais conclusões dos estudos pesquisados que tratam de “percepções sobre os genéricos e fatores de influência na adesão ao consumo de medicamentos genéricos”.

Bulsara et al (2010), na Austrália, destacaram a desconfiança nos genéricos motivada pela possibilidade de influências dos fabricantes sobre os profissionais de saúde. Concluíram que os idosos não confiam nos genéricos. Além da falta de

³ **Intercambialidade**, ou seja, a segura substituição do medicamento de referência pelo seu genérico. (ANVISA, 2016).

confiança na parte terapêutica, avaliaram que os genéricos possuem nomes extensos e confusos, diferentemente dos medicamentos de marca, que possuem nomes pequenos e fáceis de memorizar.

Kohli e Buller (2013), em pesquisa feita nos Estados Unidos, sobre o comportamento de compra de medicamentos isentos de prescrição médica, destacaram que para as mulheres de meia idade (41 anos) e com pouca formação escolar, os medicamentos genéricos são percebidos como seguros e eficazes. Aliado a isso, o fator preço foi identificado como uma característica inerente à diferenciação entre o medicamento de marca e genérico. Determinante na decisão de compra do produto. Concluíram que a idade e a gravidade da doença influenciam negativamente o consumo de genéricos.

Nardi et al (2015), no Brasil, enfocaram a etnia e confiança como fatores importantes na decisão do consumidor. Identificaram influência negativa para o consumo de medicamentos genéricos entre os idosos, pessoas não brancas e de menor renda, devido à falta de confiança nesse tipo de medicamento. Nesse mesmo sentido, destacaram o uso de genéricos somente para “doenças não graves” e “preferência do médico pelo medicamento de marca”, influenciando negativamente o uso de genéricos. Já em relação à influência positiva para o consumo, ressaltaram o fator “experiência de consumo de genéricos” destacando que este é um fator que promove a adesão aos genéricos.

Lambert et al (1980), nos Estados Unidos, em estudo das percepções sobre genéricos, investigando idosos de baixa renda, identificaram percepções positivas acerca dos genéricos, com achados favoráveis à substituição do medicamento de marca pelo genérico.

Costa-Font, Rudissill e Tan (2014), testaram a aceitação dos espanhóis pelos genéricos quando os custos são partilhados pelo governo. Reforçaram que a resistência na substituição da marca pelo genérico está associada à baixa escolaridade e falta de informações sobre os genéricos. Reforçaram o fator idade e constataram que pessoas mais idosas e que recebem ajuda do governo para o custeio do medicamento, são mais resistentes à adesão aos genéricos. Identificaram ainda o fator “troca do medicamento na farmácia”, porém, em condições muito específicas, sem caracterizar o farmacêutico como orientador nesse processo de substituição.

Garcia et al (2003), na Espanha, analisaram o conhecimento e predisposição dos médicos em receitar medicamentos genéricos. Identificaram situações opostas em relação à prescrição dos genéricos: os médicos com mais tempo no exercício da profissão se mostraram mais resistentes à substituição do medicamento de marca pelo genérico. Enquanto que os médicos com menos tempo na profissão apresentaram predisposição maior para o uso dos genéricos.

Sewell et al (2012), nos Estados Unidos, em estudo feito com a população feminina rural afroamericana, encontraram que as mulheres negras são mais resistentes à aceitação dos medicamentos genéricos. Destacaram ainda que esse grupo não confia nos medicamentos genéricos. Genéricos são classificados em “menos potentes” e de “baixa qualidade”.

Patel et al (2009), na África do Sul, estudaram a aceitação dos genéricos pelos consumidores e profissionais da saúde do setor público e privado, e encontraram percepções negativas com falta de confiança nos genéricos. Essas percepções são oriundas da falta de qualidade dos genéricos que reflete na confiança.

Farfan-Portet et al (2012), em estudo feito na Bélgica, observaram que o “aumento dos gastos com medicamentos” é determinante para a adesão ao consumo do genérico. Quando os gastos são menores o paciente está mais propenso a utilizar remédios de marca.

Sousa (2007), no Brasil, identificou o fator farmacêutico como influente no aumento de compra de genéricos. A referência do Consumidor é o farmacêutico, prestando informações e esclarecimentos sobre genéricos. Nesse mesmo sentido, Sousa, Mesquita e Lara (2013), também no Brasil, corroborando com os estudos do primeiro autor, identificaram que os genéricos são bem aceitos e o consumidor procura trocar o medicamento na farmácia com a ajuda do farmacêutico ou “balconista”. Esses são fatores que influenciam aumentando o consumo de genéricos.

Sclar, Robison e Skaer (1996), nos Estados Unidos, em estudo de farmácias comunitárias no Estado de Washington, avaliaram os efeitos das consultas dos consumidores aos farmacêuticos. Ressaltaram que os atendimentos dos farmacêuticos duram em média de 4 a 6 minutos e 42% dos consumidores mudaram a compra pretendida fazendo a opção pelo genérico. Enfocaram ainda predominância do gênero feminino na busca do farmacêutico para sanar suas dúvidas.

Objetivando maior compreensão, o quadro 1 apresenta um consolidado dos estudos pesquisados, conforme segue:

Estudo	País	Resumo
Lambert et al (1980)	Estados Unidos da América (EUA)	Identificados os fatores renda, Idade e eficácia.
Bulsara et al (2010)	Austrália	Fatores idade e confiança: Os idosos não confiam nos genéricos. Genéricos possuem nomes confusos.
Kohli e Buller (2013)	Estados Unidos da América (EUA)	"Idade, renda, gênero, escolaridade, preço.
Nardi et al (2015)	Brasil	"Idade, preço, renda, etnia, confiança e experiência de consumo: identificados como fatores importantes na decisão de consumidor. Idosos e pessoas de baixa renda não confiam nos genéricos".
Costa-Font; Rudissill; Tan (2014)	Espanha	"Idosos são resistentes aos genéricos. O fator "troca do medicamento na farmácia" ocorre em condições específicas, mas a prioridade é seguir a prescrição médica".
Sousa (2007)	Brasil	O fator "farmacêutico" influencia para aumentar a adesão aos genéricos.
Garcia et al (2003)	Espanha	"Predisposição dos médicos em relação aos genéricos: os médicos com maior tempo no exercício da profissão são mais resistentes aos genéricos".
Sewell et al (2012)	Estados Unidos da América (EUA)	"Etnia e gênero: mulheres negras são mais resistentes à aceitação dos genéricos".
Patel et al (2009)	África do Sul	"Percepções negativas acerca dos genéricos: Atribuídos a produtos falsificados".
Sousa; Mesquita; Lara (2013).	Brasil	"Genéricos bem aceitos: a troca do medicamento de marca pelo genérico ocorre com auxílio do farmacêutico ou balconista".
Farfan-Portet et al (2012)	Bélgica	"O fator, aumento dos gastos com medicamentos, é determinante para que haja a compra do genérico".
Sclar; Robison; Skaer (1996)	Estados Unidos da América (EUA)	Farmacêuticos orientam a substituição por genéricos: Gênero feminino prevalece na busca do suporte do farmacêutico na substituição pelo genérico

Quadro 1: Resumo consolidado dos estudos pesquisados associados às percepções sobre os genéricos e fatores de influência no consumo

Fonte: Elaborado pela autora

Em síntese, os estudos apresentados evidenciam que a aceitação ou rejeição aos medicamentos genéricos pode ser influenciada pela idade, gênero, renda, escolaridade, preço, etnia, confiança nos medicamentos genéricos, experiência de consumo de genéricos, prescrição médica, influência do farmacêutico, gravidade da doença e volume gasto com medicamentos.

2.3 A DECISÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR

A decisão de compra pode ser caracterizada por um processo que leva o indivíduo a comprar determinado produto em detrimento de outro. Alguns autores definiram o comportamento de compra do consumidor como um processo dinâmico que muda conforme as pessoas e a ocasião. Também entendem que o comportamento se manifesta durante a busca, compra e avaliação de produtos e serviços (JACOBY, 1975; SCHIFFMAN; KANUK, 2007).

No que se refere à decisão do consumidor sobre medicamentos, esta pode ser afetada por diversas características ou fatores, tais como a idade, a situação econômica, o gênero, escolaridade, profissão, classe social, dentre outras.

Nesse sentido, conforme disposto neste mesmo capítulo, estudos concluíram que indivíduos com pouca escolaridade e de baixa renda tendem a ter percepções mais negativas acerca dos medicamentos genéricos (KOHLI; BULLER, 2013; BULSARA et al., 2010; NARDI et al., 2015; COSTA-FONT; RUDISSL; TAN, 2014; SEWELL et al., 2012; PATEL et al., 2009).

Baseado em estudos e modelos de comportamento do consumidor, Kotler (1998), destacou, dentre outros, os fatores culturais, sociais e pessoais como influenciadores no comportamento do consumidor. Segundo esse autor, os Fatores Culturais são os que mais influenciam o comportamento do consumidor por meio da cultura aprendida em uma sociedade, no meio da família e outras instituições básicas. Destaca, na sequência, as subculturas como responsáveis por fornecer identificação e socialização mais específica para seus membros (nacionalidades, religiosos, raciais e geográficos). Ainda nessa perspectiva, destaca a influência da classe social com suas divisões hierárquicas. “A cultura tem um profundo efeito [...]

Os Fatores Sociais representam outro grupo que pode influenciar no momento decisório de compra (grupos primários como família, amigos, vizinhos e grupos secundários, mais formais são os religiosos, profissionais e sindicatos). A família é o mais influente na referência primária, mesmo que inconsciente. Os papéis e posição social dependem de cada grupo (papel de filho, de esposo, no seio familiar, e no trabalho essa mesma pessoa assume um papel de gestor) (KOTLER, 1998). Prosseguindo, que as características pessoais (idade, fase da vida, ocupação, condições econômicas, estilo de vida, personalidade e autoestima) também influenciam as decisões. Durante toda a vida nossas escolhas mudam. O tipo de alimentação varia desde bebê até quando ficamos idosos; o consumo muda pela posição no ciclo da vida e no ciclo familiar; pelo padrão relativo à sua ocupação; pelas condições econômicas; classe social e estilo de vida e por fim, a autoestima (KOTLER; KELLER, 2006).

Para o desenvolvimento deste trabalho, estão sendo utilizadas as características ou fatores culturais, sociais e pessoais classificados por Kotler (1998), e para facilitar a compreensão, as classificações segundo esse autor foram resumidas e dispostas no quadro 2, conforme segue:

CULTURAL		SOCIAL			PESSOAL
SUBCULTURA	CLASSE SOCIAL	GRUPOS DE REFERÊNCIA	FAMÍLIA	PAPÉIS E POSIÇÕES SOCIAIS	
Nacionalidade	Ocupação Renda	Grupos de afinidade	Orientação	Papeis e	Idade e ciclo de vida
Religiões	Grau de instrução	Grupos de aspiração e	e		Ocupação e condições econômicas
Raça e região geográfica	Posições Acesso à comunicação Atividades de lazer	Líderes de opinião	Procriação	Posições sociais	Personalidade e autoconceito
					Estilo de vida e valores

Quadro 2: Fatores Culturais, Sociais e Pessoais.
Fonte: Kotler (1998), adaptado pela autora.

Capítulo 3

3 METODOLOGIA

Neste capítulo se apresenta a metodologia utilizada na investigação realizada, cujo objetivo principal é identificar fatores de influência na adesão aos medicamentos genéricos.

O questionário utilizado foi adaptado do questionário de Sousa (2007). A fim de aplicar o questionário no contexto deste estudo, foram feitas adaptações, com inclusão de 5 (cinco) variáveis: “P3 - sempre que vou comprar medicamentos, opto por genéricos”; “S4 - Meu médico não prescreve medicamentos genéricos”; “S5 - Recebo recomendação do médico para não trocar a medicação prescrita”; “S6 - Meu médico é indiferente quanto à prescrição e uso de medicamentos genéricos”; e “C4 - Sou fiel à compra do medicamento que o médico prescreve, seja ele de marca ou genérico”. A inclusão dessas variáveis deveu-se à: “P3 - sempre que vou comprar medicamentos, opto por genéricos”, instituída como variável de controle para avaliar o consumo de genéricos. Para as demais (S4, S5, S6, e C4), avaliar a influência do médico na decisão de compra do medicamento genérico. A escolha do questionário proposto por esse autor se deu face ao estudo do comportamento do “consumidor de medicamentos” e síntese das variáveis do processo decisório de compra do consumidor de medicamentos.

Desta forma, a pesquisa desenvolvida utilizou uma abordagem quantitativo-descritiva, que envolve a aquisição de dados descritivos sobre pessoas, comportamentos e lugares buscando uma melhor compreensão dos fenômenos gerados.

Quanto à procedência dos dados, a pesquisa utilizou revisão bibliográfica e pesquisa de campo (questionário). Os dados primários foram coletados por meio de questionários com perguntas fechadas (VERGARA 2003; GODOY, 1995).

3.1 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população referente a esta pesquisa pode ser definida como os consumidores de medicamentos genéricos, acima de 18 anos, residentes em Vitória (ES). Assim, a amostra foi selecionada pela facilidade de acesso, totalizando em 162 pessoas, tratando-se de uma amostra de natureza não probabilística e de conveniência, independente do gênero, classe social, idade e instrução.

Optou-se por utilizar e-mail para o envio do link de acesso ao questionário aos respondentes (APÊNDICE A). A seleção desses e-mails se deu pela técnica “bola de neve”. Ou seja, A pesquisadora encaminhou o convite da pesquisa por meio de mensagens (e-mails) a pessoas contidas em sua lista de contatos. A essas, foi solicitado que replicassem a pesquisa e link de acesso a outras pessoas de convívio social ou profissional.

Assim, a “bola de neve” se dá quando a coleta de dados é direcionada a um grupo de contato que processa as indicações seguintes, repassando o instrumento de coleta para outros que eles próprios indicaram.

A técnica bola de neve utilizada para coleta dos dados pode ter gerado viés na amostra, como será vista nos próximos capítulos. As características da amostra são bem diferentes das características da população do município em estudo e da população brasileira em geral. Possui grau de instrução elevado, renda familiar elevada, e a maioria possui planos de saúde.

3.2 COLETA DE DADOS

Os dados foram coletados por meio de questionário composto por 19 questões: 13 afirmativas contendo uma escala de concordância de 5 pontos segundo a escala de Likert, com atribuição dos seguintes valores numéricos: (1) discordo totalmente (2) discordo parcialmente (3) nem concordo nem discordo (4) concordo em partes (5) concordo totalmente, (VIEIRA; DALMORO, 2013); e 06 (seis) sociodemográficas.

Para as 6 perguntas sociodemográficas (gênero, renda familiar, grau de instrução, uso de medicamentos de forma contínua, faixa etária e sistema de saúde utilizado), os valores numéricos seguem os seguintes critérios:

Gênero: Masculino=0; Feminino=1.

Renda Familiar: Renda familiar mensal. O valor do salário mínimo corresponde ao salário vigente à época da coleta dos dados da pesquisa (2015). Um salário mínimo= R\$788,00; 2 a 4 salários mínimos = R\$2.364,00; 4 a 6 salários mínimos = R\$3.940,00; 6 a 10 salários mínimos = R\$6.304,00; 10 a 20 salários mínimos = R\$11.825,00, que correspondem ao ponto médio das respectivas faixas. E para a última faixa, R\$15.760,00, correspondente ao valor dos 20 salários mínimos. Não soube dizer, “vazio”.

Grau de Instrução: Os valores atribuídos são equivalentes ao número de anos de estudos em cada faixa: Ensino Fundamental = 9 anos de estudos; Ensino médio=12 anos de estudos; Ensino superior=16 anos de estudos e Pós-graduação/mestrado/doutorado e outros=21 anos de estudos.

Para o Uso de Medicamentos de Forma contínua: 0 (zero) para sim e 1 para não.

Faixa etária: foram atribuídos valores que equivalem à média etária de cada faixa: 18 a 29 anos=23,5; 30 a 45 anos=37,5; 46 a 65 anos=55,5; Acima de 65 anos=65. Sistema de Saúde Utilizado, foi 0 (zero) para Público (SUS) e 1 Privado (planos de saúde).

Para melhor visualização, os valores estão resumidos e dispostos na tabela 1, seguinte:

TABELA 1: VALORES NUMÉRICOS ATRIBUÍDOS AOS DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS (EXCETO PARA VARIÁVEIS DUMMY)

Variável	Descrição	Valor Atribuído
Renda Familiar Mensal em Reais	01 Salário mínimo	R\$ 788,00
	2 A 4 Salários mínimos	R\$ 2.364,00
	4 A 6 Salários mínimos	R\$ 3.940,00
	6 A 10 Salários mínimos	R\$ 6.304,00
	10 A 20 Salários mínimos	R\$ 11.825,00
	Mais de 20 Salários mínimos	R\$ 15.760,00
	Não Sabe.	-
Grau de Instrução em anos de estudos	Ensino fundamental	9 anos
	Ensino médio	12 anos
	Ensino Superior	16 anos
	Especialização/Mestrado/Doutorado/Pós-Doutorado /outros	21 anos
Faixa Etária	18 a 29 anos	23,5 anos
	30 a 45 anos	37,5 anos
	46 a 65 anos	55,5 anos
	Acima de 65 anos.	65 anos

Fonte: Elaborado pela autora.

Para construção do questionário foi utilizada a ferramenta do “Google Docs” que possibilita ao pesquisado ler e responder o documento diretamente sem a intervenção do entrevistador. Segundo Mattar (2008), este método é classificado como questionário autopreenchido.

O questionário (APÊNDICE B) tem como principal objetivo responder às questões propostas para identificar fatores de influência na decisão de compra do consumidor pelo genérico. As perguntas de 1 a 4 referem-se a fatores culturais, de 5

a 10 a fatores sociais, 11 a 19 a fatores pessoais, incluindo 6 sociodemográficas, já demonstradas no subitem 3.2.

A fim de testar o instrumento de coleta dos dados, o questionário foi direcionado previamente a oito pessoas, objetivando avaliar a ferramenta de coleta, bem como a clareza e compreensão das perguntas, uma vez que seria direcionado ao público.

As respostas foram recolhidas durante o mês de julho de 2015.

3.3 TÉCNICA DE ANÁLISE DOS DADOS

Para análise dos dados, o tratamento estatístico utilizado considerou a proporção de respostas para caracterização da amostra, na estatística descritiva foi considerada a média, desvio padrão, mínimo e máximo para descrever e resumir o conjunto de informações coletadas (MANN, 1995), e por fim, as Regressões de Poisson (ML/QML- Máxima Verossimilhança e Quase Máxima Verossimilhança) e Mínimos Quadrados Ordinários (MQO).

3.3.1 Variáveis dependentes e independentes

Para fins de análises nesta pesquisa, as variáveis dependentes são identificadas como: “P1 – Confio na qualidade dos medicamentos genéricos”, “P2 – Medicamentos genéricos e de marca fazem o mesmo efeito” e “P3 – Sempre que vou comprar medicamentos, opto por genéricos”. E as variáveis independentes como: “C1- Pergunto ao farmacêutico se existe um medicamento mais barato quando acho que o receitado pelo médico está caro”, “C2 – Aceito sugestões do farmacêutico para a troca do medicamento”, “C3 – sempre pergunto ao farmacêutico

se existe o genérico para o medicamento que está sendo comprado”, “C4 – Sou fiel à compra do medicamento que o médico prescreve, seja ele de marca ou genérico”, “S1 – Só compro medicamento de marca quando o médico não aceita a troca por genérico”, “S2 – Sempre pergunto ao médico se existe a opção de genérico para o medicamento receitado”, “S3 – Meus familiares compram medicamentos genéricos”, “S4 – Meu médico não prescreve medicamentos genéricos”, “S5 – Recebo recomendação do médico para não trocar a medicação prescrita”, “S6 – Meu médico é indiferente quanto à prescrição e uso de medicamentos genéricos”, “P4 – Gênero”, “P5- Renda familiar”, “P6 – Escolaridade”, “P7 - Uso de medicamentos de forma contínua”, “P8 – Idade” e “P9 – Sistema de saúde utilizado”.

Capítulo 4

4 RESULTADOS

Neste capítulo, os dados foram organizados de forma a responder aos objetivos da pesquisa. Inicialmente, apresenta-se a caracterização da amostra, em seguida a estatística descritiva de cada variável. Por fim, são apresentadas e analisadas as regressões.

Importante esclarecer que, a estratégia utilizada para coleta dos dados e seleção da amostra favoreceu para um enviesamento da amostra.

4.1 COMPOSIÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A Tabela 2 apresenta o resumo da caracterização da amostra.

TABELA 2: RESUMO DA CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Caracterização da amostra		Frequência	%
Gênero	Feminino	97	59,9
	Masculino	65	40,1
Renda familiar mensal	Até 1 salário mínimo	1	0,6
	De 2 a 4 salários mínimos	47	29
	De 4 a 6 salários mínimos	36	22,2
	De 6 a 10 salários mínimos	32	19,8
	De 10 a 20 salários mínimos	32	19,8
	Mais de 20 salários mínimos	10	8,7
	Não souberam dizer	0	0
Grau de instrução Em anos de estudos	Ensino fundamental	2	1,2
	Ensino médio	25	15,4
	Ensino superior	83	51,2
	Ensino superior pós-graduação	39	24,1
	Mestrado ou doutorado/outros	13	8,1
Faz uso de medicamento (s) de forma contínua	Sim	84	51,9
	Não	78	48,1
Faixa etária	18 a 29 anos	49	30,2
	30 a 45 anos	56	34,6
	46 a 65 anos	57	35,2
Sistema de Saúde	Privado (Planos de Saúde)	152	94,8
	Público (SUS)	10	6,2

Fonte: Dados da pesquisa
N=162

Analisando a tabela 2, pode-se observar que o gênero feminino apresenta predominância na amostra, correspondendo a 59,9% do total.

Em relação à faixa etária, a amostra está equilibrada e bem distribuída nas três primeiras faixas com 30,2%, 34,6% e 35,2%. Ocorreu certo equilíbrio entre os que usam medicamento (s) de forma contínua e os que não usam, com 51,9% para uso e 48,1% para o não uso.

Quanto à renda dos entrevistados, predomina os que ganham entre 4 até 20 salários mínimos, em três faixas, com 61,8% do total da amostra. Em relação à escolaridade, a maioria possui nível superior e pós-graduação, totalizando em 75,3% da amostra. 94,8% utilizam o sistema privado de saúde. Esse percentual está acima dos dados da Agência Nacional de Saúde Suplementar do Ministério da Saúde-ANS/MS (2015), sendo que 68,9% da população de Vitória (ES) possui planos de saúde. Nota-se nesses resultados o enviesamento da amostra resultante da técnica de coleta dos dados, conforme esclarecido na metodologia.

4.2 ESTATÍSTICA DESCRITIVA

Objetivando realizar uma análise preliminar das variáveis investigadas, os respondentes foram questionados a respeito do consumo (compra) de medicamentos por meio de 13 perguntas, além das 6 perguntas sociodemográficas, já identificadas na metodologia, que buscam identificar como o consumidor se comporta em face da opção de compra do medicamento de marca ou genérico.

Antes, porém, importante evidenciar que no questionário, as perguntas de 1 a 4 referem-se a fatores culturais, de 5 a 10 a fatores sociais, e de 11 a 19 a fatores

personais, caracterizados segundo a classificação de Kotler (1998), já explicadas no capítulo 2.

Na tabela 3 estão dispostos os resultados do questionário, observando-se a média, desvio-padrão, o mínimo e o máximo.

TABELA 3: AVALIAÇÃO DA COMPRA DE MEDICAMENTOS

Fator	Variável	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
Cultural	C1 Pergunto ao farmacêutico se existe um medicamento mais barato quando acho que o receitado pelo médico está caro	3,56	1,67	1,00	5,00
	C2 Aceito sugestões do farmacêutico para a troca do medicamento	2,93	1,54	1,00	5,00
	C3 Sempre pergunto ao farmacêutico se existe o genérico para o medicamento que está sendo comprado	3,60	1,55	1,00	5,00
	C4 Sou fiel à compra do medicamento que o médico prescreve, seja ele de marca ou genérico.	3,27	1,62	1,00	5,00
Social	S1 Só compro medicamento de marca quando o médico não aceita a troca por genérico	3,48	1,58	1,00	5,00
	S2 Sempre pergunto ao médico se existe a opção de genérico para o medicamento receitado	3,60	1,56	1,00	5,00
	S3 Meus familiares compram medicamentos genéricos	4,19	1,01	1,00	5,00
	S4 Meu médico não prescreve medicamentos genéricos	2,59	1,32	1,00	5,00
	S5 Recebo recomendação do médico para não trocar a medicação prescrita	3,34	1,45	1,00	5,00
	S6 Meu médico é indiferente quanto à prescrição e uso de medicamentos genéricos	2,97	1,40	1,00	5,00
Pessoal	P1 Confio na qualidade dos medicamentos genéricos	3,96	1,15	1,00	5,00
	P2 Medicamentos genéricos e de marca fazem o mesmo efeito	3,71	1,27	1,00	5,00
	P3 Sempre que vou comprar medicamentos, opto por genéricos.	3,36	1,46	1,00	5,00

Fonte: Dados da pesquisa
N=162

Na tabela 4, são apresentadas as médias e o desvio padrão das variáveis sociodemográficas, exceto as variáveis Dummy (P4, P7 e P9), conforme segue:

**TABELA 4: VARIÁVEIS SOCIODEMOGRÁFICAS
(EXCETO AS VARIÁVEIS DUMMY)**

Fator	Variável	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
P5	Renda	R\$ 6.518,00	4,438	R\$ 788,00	R\$ 15.760,00
Pessoais					
P6	Escolaridade	17 anos	3,233	9 anos	21 anos
P8	Idade	42 anos	9,946	18 anos	65 anos

Nota: Elaborado pela autora
N=162

4.3 REGRESSÕES

Nessa parte do estudo, o objetivo foi identificar e mensurar fatores de influência no consumo de medicamentos genéricos. São testadas as variáveis que podem afetar a confiança e o consumo de genéricos.

Deve-se destacar que, para a avaliação dos fatores que afetam a “confiança” e o “consumo”, foram feitas regressões, pelos métodos de Poisson e Mínimos Quadrados Ordinários (MQO). O propósito disso deve-se a algumas limitações: as variáveis dependentes são discretas, logo, o método dos Mínimos Quadrados Ordinários não é o mais indicado. Mas, por outro lado, o método de Poisson que lida com variável discreta, também não é inteiramente adequado. As variáveis dependentes não têm distribuição de Poisson. Neste caso, embora com algumas limitações, foram aplicados os dois métodos, objetivando resultados mais robustos.

Nas quatro regressões realizadas, “P1 – Confio nos medicamentos genéricos” está definida como variável dependente de teste da “confiança” nos genéricos e “P3 – Sempre que vou comprar medicamentos, opto por genéricos”, definida como variável dependente de teste do “consumo” de medicamentos genéricos. Para a

variável dependente “P2 – Medicamentos genéricos e de marca fazem o mesmo efeito” as regressões foram feitas, porém, dispostas no apêndice C, dado que essa variável tem sentido muito próximo ao da variável “P1 – Confio nos medicamentos genéricos”, que testa a confiança nos medicamentos genéricos.

Na tabela 5, seguinte, estão demonstrados os resultados das variáveis de teste da confiança (P1) e consumo (P3) dos medicamentos genéricos.

TABELA 5: REGRESSÕES

VARIÁVEIS DEPENDENTES (P1 e P3)	P1 - CONFIO NOS GENÉRICOS		P3 - OPTO POR GENÉRICOS	
	POISSON	MQO	POISSON	MQO
VARÁVEIS INDEPENDENTES	Coeficiente	Coeficiente	Coeficiente	Coeficiente
Constante	1.306.367 (0.2518)	3.915.442 (0.0806)	-0.151571 (0.9024)	0.293007 (0.8977)
(S3) Família Compra	0.066490 (0.1850)	0.239473 (0.0109)	0.097383 (0.0930)	0.227484 (0.0180)
(C4) Fiel à Prescrição	0.006879 (0.8123)	0.026890 (0.6404)	-0.034151 (0.2691)	-0.114357 (0.0536)
(S1) Marca só quando o médico não troca	-0.020603 (0.4515)	-0.079302 (0.1409)	-0.010922 (0.7204)	-0.028367 (0.6054)
(S6) Médico Indiferente	0.019694 (0.5163)	0.070900 (0.2297)	0.007830 (0.8132)	0.011512 (0.8484)
(S4) Médico não prescreve genérico	-0.010159 (0.7589)	-0.038147 (0.5592)	-0.007283 (0.8387)	-0.025637 (0.7011)
(S5) Médico não troca	-0.008941 (0.7722)	-0.041273 (0.4976)	0.018896 (0.5736)	0.043734 (0.4823)
(S2) Pergunto ao médico por genérico	0.029917 (0.3618)	0.108712 (0.0832)	0.016609 (0.6480)	0.051072 (0.4243)
(C3) Pergunto ao farmacêutico por genérico	0.055069 (0.1566)	0.213345 (0.0048)	0.149060 (0.0009)	0.428298 (0.0000)
(C1) Pergunto ao farmacêutico por medicamento mais barato	0.012470 (0.7417)	0.040939 (0.5817)	0.050738 (0.2314)	0.153188 (0.0453)
(C2) Sugestão do farmacêutico para troca	-0.006747 (0.8488)	-0.022809 (0.7458)	0.015857 (0.6791)	0.033458 (0.6421)
(P7) Uso contínuo	0.089631 (0.3234)	0.335223 (0.0599)	0.052718 (0.5955)	0.123879 (0.4943)
(P9) Sistema de saúde	0.102576 (0.5572)	0.374594 (0.2647)	0.385640 (0.0517)	1.128.100 (0.0012)
(P4) Gênero	-0.520878 (0.3783)	-1.955.221 (0.0906)	0.002279 (0.9972)	0.221644 (0.8505)
(P5) Renda	-2.04E-06 (0.9070)	-7.19E-06 (0.8305)	-1.28E-05 (0.5249)	-3.69E-05 (0.2843)
(P8) Idade	-0.011978 (0.6247)	-0.045808 (0.3356)	-0.002717 (0.9179)	-0.013919 (0.7745)
(P6) Escolaridade	-0.034330	-0.134681	0.002101	-0.012686

TABELA 5: REGRESSÕES (CONTINUAÇÃO)

	(0.5823)	(0.2710)	(0.9749)	(0.9191)
Gênero*Idade (P4*P8)	0.002926	0.009044	0.002713	0.005017
	(0.7637)	(0.6297)	(0.7999)	(0.7937)
Gênero*Renda (P4*P5)	-2.44E-05	-9.61E-05	1.27E-05	2.86E-05
	(0.3177)	(0.0408)	(0.6406)	(0.5490)
Gênero*Escolaridade (P4*P6)	0.030271	0.119557	-0.014768	-0.047040
	(0.3129)	(0.0416)	(0.6525)	(0.4303)
Idade*Escolaridade (P8*P6)	0.000654	0.002552	-6.90E-05	0.000175
	(0.6290)	(0.3306)	(0.9623)	(0.9478)
N=	162	162	162	162
R - Quadrado	0.328479	0.359840	0.578525	0.589022
R – Quadrado ajustado	0.233228	0.269037	0.518742	0.530728
Prob (f-statistic)	0.463705	0.000001	0.000000	0.000000

Fonte: Elaborado pela autora

N= 162

Observações da tabela 5: 1 - Os números destacados em negrito são estatisticamente significantes a 5% de confiança. 2- Os valores do p-valor estão dispostos entre parênteses ().

Conforme explicitado inicialmente, o estudo consistiu em avaliar os efeitos das variáveis independentes informadas no capítulo 3, em relação à “confiança” e “consumo” de genéricos. Após análise das regressões, identifica-se que das variáveis investigadas, quatro exercem influência na “Confiança (P1)” ou “Consumo (P3)” de medicamentos genéricos, sendo: C3 (Sempre pergunto ao farmacêutico se existe o genérico para o medicamento que está sendo comprado); S3 (Meus familiares compram medicamentos genéricos); C1 (Pergunto ao farmacêutico se existe um medicamento mais barato quando acho que o receitado pelo médico está caro); e P9 (Sistema de Saúde).

Os resultados revelam que C3 (Sempre pergunto ao farmacêutico se existe o genérico para o medicamento que está sendo comprado) afeta tanto a “confiança” quanto o “consumo” de genéricos. Esses resultados são condizentes com os estudos de COSTA-FONT; RUDISSL; TAN, 2014; Sclar; Robison e Skaer (1996), Lambert et al (1980); Sousa, Mesquita e Lara (2013). O que pode indicar que as orientações do farmacêutico no ponto de venda de medicamentos, pode ser decisivo para o aumento do consumo de medicamentos genéricos. Esses resultados divergem dos estudos de Farfan-Portet et al. (2012), em que é admitida a

substituição do medicamento de marca pelo genérico, desde que seja pelo médico e não mediante orientações do farmacêutico.

Revelam ainda que a variável S3 (Meus familiares compram medicamentos genéricos) influencia a confiança e o consumo de medicamentos genéricos. Esses resultados são condizentes com os estudos de Nardi et al (2015), em que havendo o consumo de genéricos pela própria pessoa ou pelos familiares, aumenta a adesão e consumo de genéricos. A confiança passa a existir à medida que utilizados, os genéricos surtam o efeito esperado.

Em relação à variável C1(Pergunto ao farmacêutico se existe um medicamento mais barato quando acho que o receitado pelo médico está caro), os estudos revelam que afeta o consumo de genéricos, mas não afeta a confiança. Esses achados são condizentes com os estudos de Farfan-Portet et al (2012) e Nardi et al (2015), sendo o preço determinante na escolha do medicamento

Considerando a variável “P9-Sistema de saúde utilizado” este é um fator que afeta a compra de medicamentos genéricos, mas não afeta a confiança. Esse resultado corrobora com os estudos de Costa-Font, Rudissill e Tan (2014), citado anteriormente, uma vez que consumidores sem auxílio do governo para custear os medicamentos, fazem a opção de compra por medicamentos genéricos.

Para ambas as variáveis analisadas, C1(Pergunto ao farmacêutico se existe um medicamento mais barato quando acho que o receitado pelo médico está caro) e P9 (Sistema de Saúde Utilizado), a não afetação na confiança deve-se ao fato de que o consumidor toma sua decisão considerando o preço do medicamento. O interesse do consumidor é por medicamento mais barato, não especificando a preferência pelo genérico. O genérico torna-se a opção por ser mais barato, justificando a influência no consumo.

Destaca-se na análise, que os fatores gênero, idade, escolaridade e renda, neste estudo, não são significantes a um nível de confiança de 5%. Não afetam a confiança ou compra dos medicamentos genéricos. Como visto no capítulo 2, em muitos estudos pesquisados esses fatores são determinantes na decisão de compra de genéricos (Bulsara et al (2010); Nardi et al (2015); Kohli e Buller (2013); Lambert et al (1980); Costa-Font, Rudissill e Tan (2014).

Por isto, o resultado descrito no parágrafo anterior motivou a realização de testes das variáveis, gênero, renda, idade e escolaridade, conjuntamente. Foram feitas multiplicações de gênero*idade, gênero*renda e gênero*escolaridade para tentar capturar impactos conjuntos dessas variáveis. Os resultados se mostraram significativos apenas para a “confiança” (regressão 02), na multiplicação do gênero e renda (gênero*renda) e gênero com a escolaridade (gênero*escolaridade). O que sinaliza que as mulheres com maior escolaridade confiam mais nos medicamentos genéricos, mas não compram mais. Porém, embora significativos, os testes mostram que os efeitos dessas variáveis são muito pequenos e economicamente irrelevantes.

Ainda com a perspectiva de capturar impactos conjuntos, as variáveis Idade e escolaridade foram testadas conjuntamente (idade*escolaridade). Os testes mostraram que não há significância. Não afetam a confiança e consumo dos genéricos.

Conforme informado no capítulo 3, a técnica utilizada na coleta dos dados favoreceu a um enviesamento da amostra. A Renda e a escolaridade são elevadas, diferentes do padrão da população brasileira.

Contudo, vale frisar que nos estudos pesquisados e citados no capítulo 2, os fatores renda e escolaridade, focaram grupos com pouca escolaridade e baixa renda.

Capítulo 5

5 CONCLUSÃO

O objetivo deste estudo foi identificar fatores de influência no consumo de medicamentos genéricos pelo consumidor.

Os resultados sugerem que a influência do farmacêutico junto ao consumidor, a influência da família e o preço dos medicamentos genéricos são determinantes para a adesão ao consumo de genéricos.

A influência do farmacêutico pode ocorrer no momento em que este auxilia o comprador na substituição do medicamento de marca pelo genérico. Esta ocorre no ponto de venda de medicamentos. Como visto no capítulo 02, na revisão da literatura, o farmacêutico com poucos minutos de conversa consegue convencer o consumidor a comprar medicamentos genéricos. Isso sugere a influência do farmacêutico na decisão do consumidor, embora a legalidade de sua participação conferida pela ANVISA – RDC Nº 16/07. Essa situação pode não ser a mais indicada, pela possibilidade da parcialidade do profissional, conduzindo o processo em direção a seus próprios interesses.

Já em relação à influência da família, esta decorre naturalmente pelo grupo de referência mais próximo. Conforme vistos na literatura pesquisada, estudos revelam que a decisão do consumidor pode ocorrer até mesmo de forma inconsciente. Em questões como esta, havendo a utilização de genéricos no grupo de referência, faz aumentar a confiança nesse tipo de medicamento. Essa confiança aumenta à medida que os genéricos surtam os efeitos esperados e essas experiências se replicam no grupo familiar. Com isso, identifica-se que quando a

família utiliza os genéricos, acaba eliminando alguns possíveis receios sobre esse tipo de medicamento, aumentando a adesão ao consumo.

O preço dos genéricos se destaca com determinante para o consumidor que busca comprar medicamentos mais baratos, bem como para aquele que utiliza a rede privada de saúde. Os usuários da rede privada, diferentemente dos usuários do SUS, não contam com a ajuda do governo para custear os medicamentos. Neste caso, os genéricos são escolhidos por serem mais baratos, evidenciando a influência do preço na decisão do consumidor.

Por fim, importante evidenciar que alguns fatores não foram significativos segundo os resultados desta pesquisa. O gênero, a escolaridade, a renda e a idade, como vistos na revisão da literatura no capítulo 2, são fatores que se destacaram influenciando no consumo de genéricos. Neste estudo, porém, não influenciam. Pode-se destacar resultados significativos resultantes de testes conjuntos dessas variáveis apenas para o teste entre o “gênero e escolaridade” (gênero*escolaridade), e “gênero com renda” (gênero*renda). O que sinaliza que as mulheres com maior escolaridade confiam mais nos genéricos, mas isso não interfere no consumo. Mesmo assim, com efeitos muito pequenos.

Desta forma, este estudo contribuiu confirmando fatores que afetam o consumo de medicamentos genéricos.

5.1 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Importante apontar as limitações do estudo. A amostragem utilizada foi não probabilística, neste caso não permite uma avaliação mais objetiva dos resultados para que se possa generalizar.

Destaca-se a possibilidade de viés da amostra em função da técnica que foi utilizada para colher os dados. Houve solicitação a um grupo de pessoas que direcionassem a pesquisa a outras pessoas de contatos, gerando o que se chama de “bola de neve”. Pode-se admitir que o assunto da pesquisa tivesse sido debatido entre alguns participantes. Além disso, os grupos podem ter características próximas, como padrão socioeconômico, que resultou em uma amostra com alta escolaridade e renda.

Outra questão se refere ao fato de que as variáveis dependentes são discretas, mas não tem distribuição de Poisson. Neste caso, devido a essas limitações e para obtenção de resultados mais robustos, as regressões foram feitas pelo método de Poisson e Mínimos Quadrados Ordinários (MQO).

Desta forma, é importante evidenciar que a interpretação dos resultados seja com as devidas reservas.

REFERÊNCIAS

- ANVISA. **Biodisponibilidade**. 2016. Disponível em: < **biodisponibilidade** >. Acesso em: 10 fev. 2016.
- BEARDEN, W. O.; MASON, J. B. Determinants of physician and pharmacist support of generic drugs. **Journal Of Consumer Research**, p. 121-130, 1980.
- BRASIL. Resolução RDC nº 16, de 02 de março de 2007. Aprova o “**Regulamento Técnico par Medicamentos Genéricos**”. Órgão emissor: ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Disponível em: www.anvisa.gov.br =>. Acesso em: 14 de fevereiro de 2016.
- BULSARA, C. et al. 'Not the full monty'. **Australian Journal of Saúde Primários**, v. 16, p. 240-245, 2010.
- CARVALHO, M. C. R. D.; ACCIOLY JÚNIOR, H.; RAFFIN, F. N. Representações sociais do medicamento genérico por consumidores residentes em Natal, Rio Grande do Norte, Brasil. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 3, mar. 2006.
- COSTA-FONT, J.; RUDISILL, C.; TAN, S. Brand loyalty, patients and limited generic medicines uptake. **Health Policy**, v. 116, n. 2, p. 224-233, 2014.
- FARFAN-PORTET, M. I. et al. Patient socioeconomic determinants of the choice of generic versus brand name drugs in the context of a reference price system: evidence from Belgian prescription data. **Eur J Saúde Econ**, v. 13, p. 301-313, 2012.
- GARCÍA, A. J. et al. Generic drugs: good or bad? Physician's knowledge of generic drugs and prescribing habits. **Gac Sanit.** v. 17, n. 2, p. 144-9, 2003.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, p. 57-63, abr. 1995.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de orçamentos familiares primeiros resultados, Brasil e grandes regiões**. Rio de Janeiro, 2012.
- IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Diretoria de Estudos e Políticas Sociais. **Políticas sociais: acompanhamento e análise**. Rio de Janeiro, n. 19, 2011.
- JACOBY, J. Consumer psychology as a social psychological sphere of action. **American Psychologist**, v. 30, n. 10, p. 977-987, 1975.
- KOHLI, E.; BULLER, A. Factors influencing consumer purchasing patterns of generic versus brand name over-the-counter drugs. **Southern Medical Journal**, v. 106, n. 2, feb. 2013.
- KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Atlas, 1998.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAMBERT, Z. V. et al. Predispositions toward generic drug acceptance. **J Consum Res**, v. 7, n.1, p. 14-23, 1980.

MANN, P. S. **Introductory statistics**. Chicago (IL): Wiley, 1995.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. São Paulo: Atlas, 2008.

NARDI, E. P. et al. Perceptions of the population regarding generic drugs in Brazil: a nationwide survey. **BMC Public Health**, fev. 2015.

NASCIMENTO, A. C. Propaganda de medicamentos no Brasil. É possível regular? **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, p. 869-877, 2009.

NETO, Maria Cândida; PINHO, José Carlos; MACEDO, Isabel. Determinantes e implicações da satisfação dos médicos face aos medicamentos genéricos. **Economia Global e Gestão**, v.15,n.2, Lisboa set. 2010. Disponível em:<http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?acript=sci_artteeext&pid=S0873-74442010000200004>. Acesso em:3 dez. 2015.

PATEL, A. et al. ‘This body does not want free medicines’’: South African consumer perceptions of drug quality. **Health Policy and Planning**, n. 1–9, 2009.

PEREIRA, R. A.; BRITO, R. R.; BEKER, J. Marketing farmacêutico, o propagandista e o medicamento genérico no composto de produtos da indústria farmacêutica no Rio de Janeiro e São Paulo. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA (SEGET), 9., 2012, Resende (RJ). **Anais...** Resende: AEDB, 2012.

PONTES JÚNIOR et al. A definição de medicamentos prioritários para o monitoramento da qualidade laboratorial no Brasil: articulação entre a vigilância sanitária e a Política Nacional de Medicamentos. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 9, set. 2008.

PRÓGENÉRICOS. Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos. **Perfil institucional**. 2010. Disponível em: <<http://www.progenericos.org.br/mercado>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

_____. **Mercado**. 2015. Disponível em: <<http://www.progenericos.org.br/mercado>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

QUENTAL, C. et al. Genéricos medicamentos no Brasil: impactos das políticas públicas sobre a indústria nacional. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 13, supl., p. 619-628, abr. 2008.

SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. **Consumer behavior**. New Jersey: Prentice Hall, 2007.

SCLAR, D. A.; ROBINSON, L. M.; SKAER, T. L. Pharmacy consultation and over-the-counter medication purchasing outcomes: over-the-counter medication intervention project team. **Journal of Clinical Pharmacy Therapeutics**, v. 21, n. 3, p. 177-184, jun. 1996.

SEWELL, K. et al Perceptions of and barriers to use of generic medications in a rural African American population: Alabama, 2011. **CDC - Preventing Chronic Disease**. v. 9, n. 12, 2012.

SILVA, T. C. **A heterogeneidade da demanda em modelos evolucionários**: um ensaio teórico e o caso da indústria farmacêutica. 2014. Tese (Doutorado) - Universidade Federal De Minas Gerais, Faculdade De Ciências Econômicas, Centro De Desenvolvimento E Planejamento Regional, Belo Horizonte (MG), 2014.

SOUSA, C. V.; MESQUITA, J. M. C.; LARA, J. E. Análise da decisão de compra de medicamentos frente à existência de produtos substitutos: um estudo no município de Belo Horizonte, Brasil, **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 11, nov. 2013.

SOUSA, C. V. **Análise das decisões de compra de medicamentos pelos consumidores finais**: um estudo no município de Belo Horizonte. 2007. Dissertação (Mestrado) - Belo Horizonte (BH), 2007.

TOBAR, F. Economía de los medicamentos genéricos en América Latina. **Revista Panam Salud Publica**, Buenos Aires, v. 23, n. 1, p. 59-67, 2008.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1998.

VIEIRA, K. M.; DALMORO, M. **Dilemas na construção de escalas tipo Likert**: o número de itens e a disposição influenciam nos resultados? *Revista de Gestão Organizacional*, v. 6, Ed. Especial, 2013. Disponível em: <<https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/viewFile/1386/118>> . Acesso em: 11 jan. 2016.

APÊNDICE A - E-MAIL - PESQUISA DE OPINIÃO

Você, morador no município de Vitória, foi convidado a preencher o formulário:
DECISÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR DE MEDICAMENTOS - Pesquisa de
Opinião.

Para preencher, vá a:

<https://docs.google.com/forms/d/1uq->

[xdkVXiNWjGVSPwZVPRQiETKi9E07koqgKsad4olq/viewform?c=0&w=1&usp=mail_f](https://docs.google.com/forms/d/1uq-xdkVXiNWjGVSPwZVPRQiETKi9E07koqgKsad4olq/viewform?c=0&w=1&usp=mail_f)

[orm_link](#)

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO

DECISÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR DE MEDICAMENTOS

PESQUISA DE OPINIÃO

O enunciado das questões são afirmações. Indique o grau de concordância, assinalando a opção escolhida.

*Obrigatório

1) Pergunto ao farmacêutico se existe um medicamento mais barato quando acho que o receitado pelo médico está caro *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

2) Aceito sugestões do farmacêutico para a troca do medicamento *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

3) Sempre pergunto ao farmacêutico se existe o genérico para o medicamento que está sendo comprado *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

4) Sou fiel à compra do medicamento que o médico prescreve, seja ele de marca ou genérico *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

5) Só compro medicamento de marca quando o médico não aceita a troca por genérico *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

6) Sempre pergunto ao médico se existe a opção de genérico para o medicamento receitado *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

7) Meus familiares compram medicamentos genéricos *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

8) Meu médico não prescreve medicamentos genéricos *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

9) Recebo recomendação do médico para não trocar a medicação prescrita *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

10) Meu médico é indiferente quanto à prescrição e uso de medicamentos genéricos *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

11) Confio na qualidade dos medicamentos genéricos *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

12) Medicamentos genéricos e de marca fazem o mesmo efeito *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

13) Sempre que vou comprar medicamentos, opto por genéricos *

- Discordo totalmente (1)
- Discordo parcialmente (2)
- Nem concordo nem discordo (3)
- Concordo em partes (4)
- Concordo totalmente (5)

14) Gênero *

- Masculino (0)
- Feminino (1)

15) Grau de escolaridade *

- Ensino fundamental (1)
- Ensino médio (2)
- Superior (3)
- Especialização (4)
- Mestrado/Doutorado/Pós-Doutorado/outro (5)

16) Renda Familiar *

- 01 salário mínimo (1)
- 2 a 4 salários mínimos (2)
- A partir de 4 a 6 salários mínimos (3)
- A partir de 6 até 10 salários mínimos (4)
- A partir de 10 até 20 salários mínimos (5)
- Mais de 20 salários mínimos (6)
- Não sabe

17) Faz uso de medicamento(s) de forma contínua *

- Sim (0)
- Não (1)

18) Utiliza o Sistema de Saúde *

- Público (0)
- Privado (planos de saúde e particular) (1)

19) Idade *

- 18 a 29
- 30 a 45
- 46 a 65
- Acima 65

APÊNDICE C - REGRESSÕES PELOS MÉTODOS DE POISSON E MÍNIMOS QUADRADOS ORDINÁRIOS

TABELA 6: VARIÁVEL DEPENDENTE: (P2) MEDICAMENTOS GENÉRICOS E DE MARCA FAZEM O MESMO EFEITO

VARIÁVEL DEPENDENTE (P2) - MESMO EFEITO	P2 - Medicamentos genéricos e de marca fazem o mesmo efeito	
	POISSON	MQO
VARÁVEIS INDEPENDENTES	Coeficiente	Coeficiente
Constante	2.152.045 (0.0654)	7.132.639 (0.0070)
(S3) Família Compra	0.052376 (0.3138)	0.170882 (0.1186)
(C4) Fiel à Prescrição	-0.007284 (0.8073)	-0.032535 (0.6296)
(S1) Marca só quando o médico não troca	-0.006719 (0.8146)	-0.021241 (0.7355)
(S6) Médico Indiferente	-0.001131 (0.9713)	-0.005205 (0.9399)
(S4) Médico não prescreve genérico	0.003852 (0.9102)	0.010955 (0.8861)
(S5) Médico não troca	-0.008336 (0.7928)	-0.033585 (0.6374)
(S2) Pergunto ao médico por genérico	0.019381 (0.5676)	0.062573 (0.3928)
(C3) Pergunto ao farmacêutico por genérico	0.043776 (0.2781)	0.163615 (0.0626)
(C1) Pergunto ao farmacêutico por medicamento mais barato	0.039352 (0.3214)	0.134428 (0.1240)
(C2) Sugestão do farmacêutico para troca	-0.009484 (0.7953)	-0.041335 (0.6162)
(P7) Uso contínuo	0.087034 (0.3531)	0.303949 (0.1443)
(P9) Sistema de saúde	0.222263 (0.2396)	0.768388 (0.0519)
(P4) Gênero	-0.632378 (0.2920)	-2.305.627 (0.0885)
(P5) Renda	3.55E-06 (0.8448)	1.31E-05 (0.7390)
(P8) Idade	-0.033671 (0.1854)	-0.123204 (0.0282)
(P6) Escolaridade	-0.083692 (0.1905)	-0.308611 (0.0324)
Gênero*Idade (P4*P8)	0.005790 (0.5681)	0.021104 (0.3375)
Gênero*Renda (P4*P5)	-2.38E-05 (0.3462)	-8.88E-05 (0.1057)

TABELA 7: VARIÁVEL DEPENDENTE: (P2) MEDICAMENTOS GENÉRICOS E DE MARCA FAZEM O MESMO EFEITO (CONTINUAÇÃO)

Gênero*Escolaridade (P4*P6)	0.030251 (0.3313)	0.110810 (0.1060)
Idade*Escolaridade (P8*P6)	0.001697 (0.2260)	0.006210 (0.0445)
N= 162	N=162	N=162
R - Quadrado	0.279398	0.290083
R - Quadrado ajustado	0.177185	0.189386
Prob (f-statistic)	0.380443	0.000146

Fonte: Elaborado pela autora

Observações : 1 - Os números destacados em negrito são estatisticamente significantes a 5% de confiança. 2- Os valores do p-valor estão dispostos entre parênteses ().