



MUDANÇAS, PERSPECTIVAS E TENDÊNCIAS SOCIOESPACIAIS:
15 ANOS DA FAMAM NO RECÔNCAVO DA BAHIA/BRASIL
8 A 10 DE NOVEMBRO DE 2018
FACULDADE MARIA MILZA



A INFLUÊNCIA DO MARKETING PARA O USO RACIONAL DE MEDICAMENTOS EM UMA FARMÁCIA DE FEIRA DE SANTANA-BA

Suany Souza Santos^{*}
Vanessa de Oliveira Almeida^{**}

Com o número importante de doenças existentes, se faz necessário notar a grande importância dos medicamentos para a humanidade. A globalização e a competitividade atuais entre as organizações fazem com que as empresas necessitem de um diferencial, o qual encontra-se nas posturas e estratégias de marketing rápidas e criativas que agregam mais valor às exigências do mercado-alvo do que a concorrência. Com as estratégias sendo utilizadas pelas indústrias farmacêuticas, farmácias e drogarias são inevitáveis que o uso racional de medicamentos seja um tema irrelevante. Dessa forma, o objetivo deste trabalho é identificar se as ferramentas de marketing estão sendo utilizadas pelo estabelecimento farmacêutico de forma a incentivar o uso racional de medicamentos. A pesquisa será realizada aplicando-se questionários com o intuito de obter dados de determinada amostra de clientes de uma farmácia comunitária no município de Feira de Santana-BA. Após autorização do comitê de ética (CEP) serão entrevistados 50 clientes/ frequentadores da farmácia. O resultado esperado é conhecer o perfil dos usuários da farmácia e dos quais 4Ps são utilizados, verificar o grau de satisfação dos usuários, identificar se o farmacêutico incentiva o uso racional de medicamentos, reconhecer se os usuários conhecem as formas de marketing utilizadas pela farmácia e identificar os principais determinantes da qualidade dos serviços prestados pela farmácia. A perspectiva esperada é demonstrar o perfil socioeconômico dos clientes da farmácia e conseqüentemente avaliar as características de marketing que mais atraem tais clientes e como o farmacêutico executa seus conhecimentos para prática do uso racional de medicamentos.

Palavras-chave: Propaganda de medicamentos. Consumo de medicamentos. Marketing e saúde. Setor farmacêutico. Marketing-mix.

* Graduanda em Bacharelado em Farmácia da Faculdade Maria Milza (FAMAM). suanygarantia@gmail.com;

** Doutora em Ciências Agrárias, Docente da Faculdade Maria Milza (FAMAM). voagro@gmail.com;