

Satisfação Com O Atendimento E Aconselhamento Na Compra De Medicamentos Não Sujeitos A Receita Médica

Adriana Pires¹, Aurélio Raimundo², Marlene Freitas³, Paula Gomes⁴, Isabel Pinto⁵, Miguel Nascimento⁶

^{1,2,3,4} Trabalho desenvolvido em co-autoria. Aluno(a) do 4º ano da Licenciatura em Farmácia. Departamento de Tecnologias de Diagnóstico e Terapêutica, Instituto Politécnico de Bragança, Escola Superior de Saúde de Bragança, Avenida D. Afonso V. 5300-121 Bragança.

⁵ Departamento de Tecnologias de Diagnóstico e Terapêutica, Instituto Politécnico de Bragança, Escola Superior de Saúde de Bragança, Avenida D. Afonso V. 5300-121 Bragança.

⁶ Departamento de Tecnologias de Diagnóstico e Terapêutica, Instituto Politécnico de Bragança, Escola Superior de Saúde de Bragança, Avenida D. Afonso V. 5300-121 Bragança.

Introdução

A liberalização do mercado de medicamentos não sujeitos a receita médica (MNSRM), que constitui o principal componente de automedicação^{1,2}, levou ao aumento do número de profissionais e de locais onde estes são vendidos³. Sendo que a satisfação do cliente se tem vindo a tornar um ponto-chave na avaliação da qualidade e pertinência de um serviço⁴, o apuramento da satisfação do comprador nos diferentes locais de venda de medicamentos não sujeitos a receita médica apresenta-se como um bom meio de medida da qualidade do atendimento e aconselhamento em cada um deles.

Objetivos

- Avaliar e comparar o grau de satisfação do utente em 3 locais diferentes de venda de MNSRM
- Determinar qual o local de eleição de compra de MNSRM
- Concluir que fatores mais importam para a satisfação do cliente.

Métodos

Estudo transversal, analítico e observacional. A população alvo foi a população da cidade de Bragança, com idade superior a 18 anos que já tenham relatado comprar medicamentos não sujeitos a receita médica e de onde se extraiu a amostra (n=397). Como instrumento de recolha de dados (IRD) foi utilizado um questionário de auto-preenchimento, adaptado do Pharmacy Services Questionnaire (PSQ) e usando a sua escala. A variável dependente foi o grau de satisfação do utente, e as variáveis independentes os locais de venda de MNSRM, o sexo, idade, grau de escolaridade, ser doente crónico e local de residência.

Consideraram-se 3 locais de venda de MNSRM: farmácia, locais de venda de MNSRM com espaço físico próprio (parafarmácias) e inseridos em caixas de hipermercado. Os dois últimos são regulados pela mesma legislação mas foram considerados diferentes neste estudo devido ao contexto muito diferente em que se dá a compra.

Para a análise deste estudo foi utilizado o Statal Package for the Social Sciences (S.P.S.S.) versão 21.0 e o Microsoft Excel. Na análise estatística descritiva recorreu-se a medidas de tendência central (médias e mediana), medidas de dispersão (desvio-padrão) e a frequências absolutas e relativas. Os dados foram submetidos ao Alpha de Cronbach para análise da consistência das respostas, e ao Teste de Friedman para a comparação de 3 amostras emparelhadas ou dependentes.

Resultados

Participaram neste estudo 397 pessoas, sendo que a grande maioria residente em meio urbano (77,1%) e não possuidor de doença crónica (83,6%). A média das idades foi de 36,43 anos (DP±13,046). Relativamente ao grau de escolaridade, 45,3% da amostra (180 inquiridos) completaram o ensino superior. Quanto à frequência de consumo de MNSRM, 63% (250 inquiridos) da amostra não têm frequência definida e apenas 1,8% (7 inquiridos) afirmou consumir MNSRM de forma diária. (ver tabela 1)

| Variáveis | Frequências | | | |
|---|--|-------------|----------|----------|
| | Grupos | n | % | |
| Sexo | Feminino | 288 | 72,5 | |
| | Masculino | 109 | 27,5 | |
| Frequência de consumo de MNSRM | Diariamente | 7 | 1,8 | |
| | Semanalmente | 17 | 4,3 | |
| | Quinzenalmente | 34 | 8,6 | |
| | Mensalmente | 89 | 22,4 | |
| | Sem frequência definida | 250 | 63,0 | |
| Possui doença crónica | Sim | 65 | 16,4 | |
| | Não | 332 | 83,6 | |
| Local de Residência | Urbano | 306 | 77,1 | |
| | Rural | 91 | 22,9 | |
| Nível de Escolaridade | Não sabe ler nem escrever | 2 | 0,5 | |
| | 1º ciclo do ensino básico incompleto | 5 | 1,3 | |
| | 2º ciclo do ensino básico (6ºano) | 26 | 6,5 | |
| | 3º ciclo do ensino básico (9ºano) | 78 | 19,6 | |
| | Ensino Secundário | 106 | 26,7 | |
| | Ensino Superior (Lic., Mest., Dout...) | 180 | 45,3 | |
| Medidas de Tendência Central e de Dispersão relativas à idade | | | | |
| Média = 36,43 | | DP = 13,046 | Min = 18 | Máx = 76 |

Tabela 1 – Caracterização sociodemográfica da amostra

O estudo revelou que a maioria dos inquiridos (88,2%) tem como local de preferência para compra de MNSRM, a farmácia comunitária. (Ver gráfico 1)

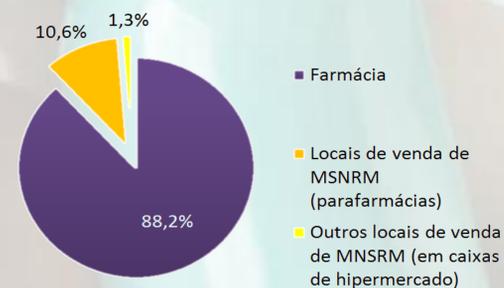


Gráfico 1 - Local de preferência para compra de MNSRM

Seguindo a metodologia original, agruparam-se as questões do FSQ em duas dimensões: atendimento e gestão terapêutica e a escala de resposta variou entre 1 (fraco) e 5 (excelente). Para criticar a satisfação dos inquiridos consideraram-se os valores entre 1,00 e 1,49 - Fraco; 1,50 e 2,49 - Razoável; 2,50 e 3,49 - Bom; 3,50 e 4,49 - Muito bom e valores entre 4,50 e 5,00 - Excelente. A estimativa da fiabilidade da consistência interna revelou que o instrumento é fiável. A satisfação global para farmácia e parafarmácia foi avaliada pela maioria dos inquiridos com um nível de muito bom, enquanto que nas caixas de hipermercado a satisfação global teve um nível de mais baixo, bom. (Ver tabela 2)

| | Farmácia | | | Locais de venda de MNSRM/Parafarmácia | | | Outros Locais de venda de MNSRM/Hipermercado | | |
|------------------------|------------------------------|--------------------|--------------------------|---------------------------------------|--------------------|--------------------------|--|--------------------|--------------------------|
| | Gestão da Terapêutica (em %) | Atendimento (em %) | Satisfação Global (em %) | Gestão da Terapêutica (em %) | Atendimento (em %) | Satisfação Global (em %) | Gestão da Terapêutica (em %) | Atendimento (em %) | Satisfação Global (em %) |
| Fraco | 0 | 0 | 0 | 3,2 | 0 | 0 | 8,3 | 5,6 | 8,3 |
| Razoável | 2,3 | 0,5 | 1,3 | 7,1 | 7,7 | 8,3 | 43,1 | 29,2 | 31,9 |
| Bom | 31,6 | 31,9 | 30,9 | 46,2 | 36,5 | 41,7 | 41,7 | 51,4 | 50,0 |
| Muito Bom | 53,9 | 52,4 | 55,4 | 38,5 | 46,2 | 44,9 | 6,9 | 13,9 | 9,7 |
| Excelente | 12,2 | 15,2 | 12,4 | 5,1 | 9,6 | 5,1 | 0 | 0 | 0 |
| Alpha Cronbach p-value | 0,910 | 0,933 | 0,956 | 0,933 | 0,965 | 0,973 | 0,901 | 0,944 | 0,960 |

Tabela 2 - Distribuição das respostas por dimensão em cada um dos 3 locais de venda de MNSRM

Verificou-se a existência de diferenças na satisfação dos utentes entre os três locais de venda de MNSRM (P-value >0,01). O local que apresentou um nível de satisfação maior foi a farmácia, sendo o hipermercado o local em que os clientes se encontram menos satisfeitos. (Ver tabela 3)

| Dimensões | | Farmácia | | Locais de Venda de MNSRM/Parafarmácia | | Outros Locais de Venda de MNSRM - Hipermercado | | Teste de Friedman |
|--------------------|-------------|----------|---------------|---------------------------------------|---------------|--|---------------|-------------------|
| | | Média | Desvio Padrão | Média | Desvio Padrão | Média | Desvio Padrão | P-value |
| | Atendimento | 3,85 | 0,618 | 3,54 | 0,764 | 2,70 | 0,702 | <0,01 |
| Gestão terapêutica | 3,67 | 0,641 | 3,31 | 0,747 | 2,46 | 0,703 | <0,01 | |
| Satisfação Global | 3,77 | 0,602 | 3,43 | 0,739 | 2,59 | 0,681 | <0,01 | |

Tabela 3 – Comparação da satisfação do utente nos locais de venda de MNSRM

O fator 'conhecimento e atenção dos funcionários de modo a inspirar confiança e credibilidade nos clientes' foi selecionado por 52,6% dos inquiridos como aquele que mais contribui para a satisfação do utente. Anteriormente 56,5% da mostra tinha afirmado que a 'confiança nos profissionais' é o motivo que os leva a eleger um local de compra de MNSRM como preferido. Verifica-se que o papel do profissional que executa a venda tem muita importância na fidelização de um cliente ao local de venda e na sua satisfação com o atendimento e aconselhamento.

Conclusão

Este trabalho de investigação permitiu concluir que o local de preferência para compra de MNSRM é a farmácia, sendo esta a que teve uma melhor avaliação da satisfação média do cliente com o atendimento e aconselhamento na compra deste grupo de medicamentos. Os locais em que a satisfação demonstrou ser menor foram os locais de venda de MNSRM em caixas de hipermercado. O estudo indica que a satisfação dos utentes é muito influenciada pela postura do profissional que executa a venda sendo o conhecimento e a atenção demonstrados pelo profissional, os fatores que mais contribuem para a satisfação. A diferença dos níveis de satisfação nos 3 locais em estudo dá mote a tema para um novo estudo em que se procurara avaliar quais as causas destas diferenças.

Referências Bibliográficas:

- ¹ Matias JTM. *Factores que Influenciam a Compra de MNSRM: Identificação de uma Taxonomia de Consumidores* [dissertação]. Universidade da Beira Interior; 2011
- ² Akçura MT, Gönül FF, Petrova E. *Consumer Learning and Brand Valuation: An Application on Over-the-Counter Drugs*. Marketing Science 2004. Vol.23 (1), pp.156-169.
- ³ INFARMED. *Legislação Farmacêutica Compilada; Estabelece as condições de venda de medicamentos não sujeitos a receita médica (MNSRM)*; Portaria n.º 827/2005, de 14 de Setembro
- ⁴ Davis M, Chase R, Aquilano N. *Fundamentos da Administração da Produção*, Editora Bookman, 2001; pp. 29-30