

## FATORES QUE INFLUENCIAM A DEMANDA DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS NA CIDADE DE DUAS ESTRADAS-PB

Bianca Nascimento Silva<sup>1</sup> | <https://orcid.org/0009-0005-8156-600X>  
José Augusto Lopes Viana<sup>1</sup> | <https://orcid.org/0000-0001-5366-3308>

Submetido: 29/04/2024 | Aprovado: 18/06/2024 | Publicado: 01/10/2024

Editora associada: Tatiana Abreu

DOI: <http://dx.doi.org/10.18265/2526-2289a2024id8486>

**Resumo** - Este trabalho teve como propósito conhecer quais fatores, na perspectiva do consumidor, influenciam a venda de medicamentos genéricos na cidade de Duas Estradas-PB. Fundamentada com o método descritivo com abordagem quantitativa, foi utilizado como instrumento de pesquisa um questionário on-line composto por 08 questões, com link de acesso divulgado em redes sociais, para o qual se obteve 132 respondentes. A pesquisa demonstrou que os consumidores estão atentos a diversos aspectos na escolha de um medicamento genérico, sendo guiados por diversos fatores no que resulta identificar e conhecer se realmente o medicamento proporciona aquilo que se espera dele. Outro fator evidenciado é a segurança e confiança que tem o consumidor nesse tipo de medicamento. Noventa e quatro por cento dos participantes registraram consumir esse tipo de medicamento e mais da metade deles, 54%, nunca se mostram inseguros ao consumi-los, embora procurem saber antes se o medicamento é confiável (51%) e admitam que a questão financeira ajuda na escolha (50%). De forma ampla, a população se mostra confiante e com disposição para adquirir medicamentos genéricos e o preço acessível que ele apresenta parece ter influência nessa disposição.

**Palavras-chave:** medicamento genérico; consumidor; decisão de compra.

## FACTORS THAT INFLUENCE THE DEMAND FOR GENERIC MEDICINES IN THE CITY OF DUAS ESTRADAS-PB

**Abstract** - This work aimed to understand which factors, from the perspective of the consumer, influence the sale of generic medicines in the city of Duas Estradas-PB. Based on the descriptive method with a quantitative approach, an online questionnaire consisting of 8 questions was used as a research instrument, with an access link published on social networks, for which 132 respondents were obtained. The research demonstrated that consumers pay attention to several aspects when choosing a generic medicine, being guided by several factors, which results in identifying and knowing whether the medicine really provides what is expected of it. Another factor highlighted is the safety and trust that consumers have in this type of medicine. Ninety-four percent of participants reported consuming this type of medication and more than half of them, 54%, never feel insecure about consuming them, although they try to find out beforehand whether the medication is reliable (51%) and admit that the financial aspect helps in choice (50%). Broadly, the population appears confident and willing to purchase generic medicines and the affordable price it presents seems to have an influence on this willingness.

**Keywords:** generic medicine; consumer; buying decision.

<sup>1</sup> Instituto Federal da Paraíba

## 1 INTRODUÇÃO

Os medicamentos fazem total diferença na vida dos seres humanos. Como bens direcionados à saúde, constituem o recurso médico e terapêutico mais frequentemente utilizado (Tobar, 2008). No cenário atual, os consumidores se mostram propensos a adquirir medicamentos influenciados por diversos fatores, inclusive de cunho subjetivo, em algumas situações influenciando na prescrição pelos médicos do tipo de medicamento, se de marca ou genérico, assim como na oferta desses medicamentos pelos farmacêuticos, em outras se opondo a substituição de medicamentos de marca por genérico quando estes são prescritos por seus médicos (Dylst; Vulto; Simoens, 2013).

De acordo com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), no Brasil, os medicamentos são disponibilizados para os consumidores em três classes: os de referência, os similares e os genéricos. Os de referência são medicamentos inovadores fabricados de forma exclusiva, disponibilizados por marcas comerciais bastante conhecidas, já os medicamentos similares contêm marcas e nomes diferentes do original, os preços são acessíveis e têm o mesmo princípio ativo (ANVISA, 2020b).

Para Simoens (2012), os medicamentos genéricos são instrumentos-chave para os governos sustentarem seus sistemas de saúde e controlar os gastos farmacêuticos. No Brasil eles são identificados pela tarja amarela, tendo a letra G maiúscula na embalagem e a descrição medicamento genérico, além do mais deve constar na embalagem o número da lei nº 9.787, de 1999 (ANVISA, 2020a). A Lei nº 9.787, de 10 de fevereiro de 1999, foi aprovada como a lei do medicamento genérico no país. Ela surgiu da necessidade de assegurar a qualidade, eficácia e o teste de segurança do medicamento genérico, garantindo a intercambialidade com o produto de referência (Brasil, 1999).

Com as opções de tipos diferentes do mesmo medicamento, muitos fatores podem influenciar a decisão do consumidor no momento da compra. Conhecer esses fatores pode auxiliar no planejamento de atores nesse mercado, com o propósito de enxergar a demanda dos fármacos genéricos, similares e de referência, e o que influencia o consumidor a adquirir um tipo ou outro, já que compreender as motivações do consumidor, assim como se adaptar a elas, é uma necessidade para a sobrevivência de qualquer negócio (Samara; Morsch, 2005).

Em cidades de pequeno porte, como Duas Estradas-PB que, segundo o IGBE (2023), possuía uma população estimada de 3.569 habitantes em 2021, é esperado que os medicamentos

genéricos sejam preferidos pelos preços acessíveis, no entanto compreender essas preferências a partir da perspectiva do próprio consumidor é fundamental para um bom planejamento. Dessa forma, para conduzir o presente trabalho foi elaborada a seguinte questão de pesquisa: quais fatores, na perspectiva do consumidor, influenciam a venda de medicamentos genéricos na cidade de Duas Estradas-PB?

Para responder a questão de pesquisa, procurou-se conhecer quais fatores, na perspectiva do consumidor, influenciam a venda de medicamentos genéricos na cidade de Duas Estradas-PB. Sendo necessário para tanto identificar o perfil do público que consome medicamentos genéricos na cidade; registrar os medicamentos genéricos de maior demanda e identificar os aspectos considerados pelos consumidores na sua decisão de compra de medicamentos genéricos.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 HISTÓRIA DOS MEDICAMENTOS GENÉRICOS NO BRASIL

Segundo a ANVISA (2020b), na década de 70, deu-se o início do processo para a produção de medicamentos genéricos no país. Já durante a década de 90, após a aprovação da Lei 9.787, de 10/02/1999, foram criadas as condições para a implantação desses medicamentos em consonância com normas adotadas pela organização mundial da saúde, países da Europa, Estados Unidos e Canadá.

No contexto internacional, não há uma definição simples do que se entende ser um medicamento genérico, já que os países utilizam diferentes definições para esses medicamentos (Tobar, 2008). No Brasil, no entanto, a regulamentação da Lei dos Genéricos em 1999 possibilitou a introdução de conceitos inéditos empregados para o registro de um medicamento no país, como a equivalência farmacêutica (*in vitro*) e a bioequivalência (*in vivo*). Desse modo, a Lei dos Genéricos estabeleceu um novo padrão para o desenvolvimento e o registro de medicamentos no país (Araújo *et al.*, 2010; Brasil, 1999). No ano 2000, iniciou-se a concessão dos primeiros registros de medicamentos genéricos. Nesse período foram concedidos 182 registros de medicamentos genéricos (Brasil, 1999).

Depois de aprovados pela ANVISA, os medicamentos genéricos são registrados no Brasil sob a Denominação Comum Brasileira (DCB), que é uma lista com a denominação do fármaco ou princípio farmacologicamente aprovado pelo órgão federal da vigilância sanitária,

e a Denominação Comum Internacional (DCI), recomendada pela Organização Mundial da Saúde (ANVISA, 2020c).

## 2.2 IDENTIFICAÇÃO E ASPECTOS DO MEDICAMENTO GENÉRICO

Os medicamentos genéricos para serem reconhecidos pelos consumidores ganharam uma embalagem com identidade própria, composta por uma tarja amarela com a letra G e o termo “Medicamento Genérico”. A embalagem deve conter o princípio ativo do medicamento e a inscrição “Medicamento genérico Lei nº 9.787, de 1999” (ANVISA, 2020a).

Uma característica do mercado de medicamentos genéricos é a intercambialidade, que permite que o farmacêutico substitua o medicamento de referência pelo seu medicamento genérico e o seu medicamento de referência pelo seu medicamento similar intercambiável e assim mutuamente. Os medicamentos considerados intercambiáveis são aqueles que apresentam junto a ANVISA a comprovada eficácia e segurança através de estudos de bioequivalência e biodisponibilidade, bioisenção ou equivalência farmacêutica com o seu original (ABCFARMA, 2019).

A intercambialidade do medicamento de referência é aceita após testes de equivalência farmacêutica e bioequivalência, que são produzidos por laboratórios realizável pela ANVISA. A qualidade desses testes é assegurada pelas Boas Práticas de Fabricação (BPF), de acordo com a RDC 210 de 4 de agosto de 2003 (Quental *et al.*, 2008).

Destaca-se que o ato de intercambialidade, que é de carácter legal em locais que contém a dispensação de medicamentos, geralmente acontece porque os consumidores optam pelo medicamento mais barato, que é o caso dos genéricos, ainda que outros consumidores respeitem o medicamento que foi prescrito na receita. Na opção pelo genérico, normalmente o que importa é o preço, assim os profissionais desse segmento devem estar atentos a essa característica (Rumel; Nishioka; Santos, 2006).

Os estudos de Biodisponibilidade e Bioequivalência, que permitem a intercambialidade dos medicamentos, são regulamentados pela a RESOLUÇÃO-RDC 56, de 10 de outubro de 2014, que contém as Boas Práticas a serem adotadas na realização desses estudos, como o conjunto de práticas que devem ser observadas pelos centros de pesquisa de forma a garantir sua qualidade conformidade.

Segundo a ANVISA (2020a), a Biodisponibilidade aponta a velocidade e a extensão de absorção de um fármaco em uma forma de dosagem, a partir da concentração e tempo na circulação sistêmica ou sua excreção na urina. Já a Bioequivalência corresponde aos equivalentes farmacêuticos ou alternativas farmacêuticas que, ao serem administrados na mesma dose e condições experimentais, não apresentam diferenças estatisticamente significativas em relação à biodisponibilidade (ANVISA, 2020a). O estudo de bioequivalência é realizado entre o medicamento de referência e os medicamentos de estudo, sejam eles genéricos ou similares (ABCFARMA, 2019).

### 2.3 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO CONTEXTO DOS MEDICAMENTOS GENÉRICOS

O marketing busca conhecer as necessidades e os desejos dos consumidores através de seus objetivos, cumprindo o seu papel, localizando as motivações, hábitos e serviços, contribuindo, assim, com fatores que influenciam a tomada de decisão dos consumidores. As necessidades e os desejos a serem realizados variam bastante, de necessidades básicas como a fome e a sede, passando pelo amor, status e realizações espirituais (Samara; Morsch, 2005).

O comportamento do consumidor é a ligação de características que levam as pessoas a terem percepções, atitudes e sofrerem influências que as levam a tomada de decisão em suas compras de produtos e serviços para satisfazer suas necessidades, e o seu comportamento é influenciado por fatores culturais, sociais e pessoais (Kotler; Keller, 2012). Nesse sentido, Solomon (2002) descreve algumas características importantes que identificam os consumidores diferentes ou iguais entre si como idade, gênero, classe social e renda. A partir do reconhecimento de satisfazer seu desejo da compra de um bem ou serviço, a necessidade pode ser provocada por estímulos internos e externos (Samara; Morsch, 2005).

De acordo com Banov (2017), os fatores internos do consumidor estão relacionados à percepção, motivação e aprendizagem de consumos, já os fatores externos são ciclo de vida e estilo de vida. Os consumidores tomam decisões com o propósito de alcançar objetivos, o que resulta em fazer a melhor escolha (Mowen; Minor, 2003). Assim, o comportamento do consumidor pode ser estudado como o processo envolvido entre o que as pessoas estão procurando, comprando e usando determinados bens, serviços e ideias (Solomon, 2002).

No contexto do consumo de medicamentos genéricos, os consumidores tomam suas decisões sobre influencias específicas, as opiniões dos profissionais de saúde, médicos e

farmacêuticos, por exemplo, desempenham um papel fundamental e têm um potencial considerável para impactar as percepções dos consumidores na promoção dos medicamentos genéricos e na aceitação deles (Alrasheedy *et al.*, 2014; Dunne, 2016).

Fatores internos, como a preocupação com a relação preço/eficácia, também se evidenciam no processo de decisão do consumidor quando essa decisão representa a substituição de medicamentos de marca por medicamentos genéricos (Dunne, 2016). Estudos com o propósito de investigar a aceitação desse tipo de medicamento indicam que as vantagens advindas do menor preço têm diminuído uma resistência inicial à substituição de medicamentos com marcas consagradas no mercado por genéricos no Brasil, onde o maior uso desses medicamentos se encontra na classe econômica C (Bertoldi *et al.*, 2016).

A automedicação também se mostra fortemente presente no consumo de medicamentos genéricos (Barbosa; Resende, 2018), o que se evidencia no consumo de medicamentos de uso mais frequente, sem a necessidade de prescrição médica, como medicamentos para a dor (Alrasheedy *et al.*, 2014; Barbosa; Resende, 2018; Bertoldi *et al.*, 2016). Por outro lado, segundo Alrasheedy *et al.* (2014) e Dylst, Vulto e Simoens (2013), em geral, as pessoas se mostram hesitantes na aquisição desses medicamentos quando se trata de doenças mais sérias como hipertensão e câncer.

Apesar de se mostrarem influenciados por diversos fatores, é importante destacar que o consumidor também influencia comportamentos no cenário dos medicamentos genéricos. Segundo Dylst, Vulto e Simoens (2013), as preferências dos pacientes são levadas em consideração na escolha dos médicos em prescrever, e dos farmacêuticos em dispensar, um medicamento de marca ou genérico.

### 3 METODOLOGIA

Este trabalho de pesquisa foi desenvolvido como um estudo transversal do tipo descritivo com abordagem quantitativa. De acordo com Gil (1991), as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial o esclarecimento das características relacionadas com a sociedade ou o fenômeno estudado. A pesquisa com abordagem quantitativa faz uma referência com dimensões de intensidade quantificando resultados (Rodrigues; Oliveira; Santos, 2021), nessa abordagem os dados são quantificados, geralmente, com a aplicação de alguma forma de análise estatística (Malhotra, 2012).

Como instrumento de pesquisa foi utilizado um questionário para coleta de dados sobre os fatores que influenciam o público-alvo na aquisição de medicamento genérico, além do levantamento do perfil dos respondentes. O questionário foi elaborado em uma versão adaptada de Santos (2022), sendo aplicado com consumidores da cidade de Duas Estradas, no estado da Paraíba. A cidade tem cerca de 3.600 habitantes (IBGE, 2023), atendidos por três farmácias. O questionário ficou disponível no formato on-line entre os dias 06 e 20 de setembro de 2023. Para tanto, foi utilizado o site Survey Monkey ([www.surveymonkey.com](http://www.surveymonkey.com)), obtendo-se 132 respondentes.

O questionário foi composto por 08 questões com elementos que identificaram os fatores que influenciam a demanda de medicamentos genéricos entre os consumidores. As questões registravam o (I) gênero, (II) idade, (III) renda familiar, (IV) grau de instrução, (V) se o respondente consumia medicamento genérico, (VI) tipos de medicamentos genéricos consumidos, (VII) frequência que considera determinados aspectos na compra de medicamentos genéricos, e (VIII) motivo pelo qual não consumia medicamento genérico, caso tivesse assinalado que não consumia medicamento genérico na questão específica.

Para a divulgação do questionário on-line foi usado um link nas redes sociais WhatsApp, Instagram e Facebook. No entanto, antes da divulgação com a população, foi realizado um pré-teste do questionário durante o período de 23 a 28 de agosto de 2023, com 13 participantes. O resultado do pré-teste não mostrou necessidade de alterações nas questões, assim, em seguida foi aplicado o questionário de forma definitiva.

Os dados obtidos foram analisados com medidas de frequência, com o uso de planilha eletrônica, para a criação de gráficos e tabelas. Os resultados obtidos são discutidos na próxima seção desse estudo.

#### **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

A aplicação do questionário neste estudo alcançou 132 respondentes. Quando classificados por gênero (masculino, feminino e outro), 86% dos participantes se declararam do gênero feminino, 14% do gênero masculino e nenhum respondente assinalou a opção outros (Tabela 1).

Tabela 1 – Gênero e grau de instrução dos respondentes.

<b>Gênero</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Masculino	19	14
Feminino	113	86
Outros	0	0
Total	132	100
<b>Grau de instrução</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Ensino Fundamental	9	7
Ensino médio	77	58
Graduação (Ensino Superior)	36	27
Pós-graduação	10	8
Total	132	100

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Sobre o grau de instrução dos participantes da pesquisa, como pode ser verificado na Tabela 1, houve um maior percentual para grau de instrução no ensino médio, com 58%. Já com menor concentração se apresenta o ensino fundamental, com 7%. Vê-se também que 27% dos respondentes são pessoas com ensino superior (graduação) e para o pós-graduação apenas 8% dos respondentes.

Ainda sobre o perfil socioeconômico dos participantes da pesquisa, a Tabela 2 apresenta os resultados para faixa etária e renda familiar mensal dos respondentes. Conforme pode ser observado sobre a faixa etária dos respondentes, ocorreu maior concentração na faixa etária de 25 a 34 anos, 43%. Já com uma menor concentração a faixa etária de 45 anos ou mais, 5%. Observa-se também que 26% dos respondentes tinham entre 18 e 24 anos e 35 e 44 anos de idade, a mesma porcentagem final dos resultados coletados para essas faixas.

Registrou-se sobre a renda mensal familiar dos respondentes um maior percentual (67%) na renda até R\$ 1.320,00 (um salário mínimo na época de realização da pesquisa), e com o menor percentual (2%) renda acima de R\$ 5.280,00. Verifica-se que os respondentes com renda mensal de R\$ 1.320,01 a R\$ 2.640,00 corresponderam a 22% e de R\$ 2.640,01 a R\$ 5.280,00 representam 8% (Tabela 2).

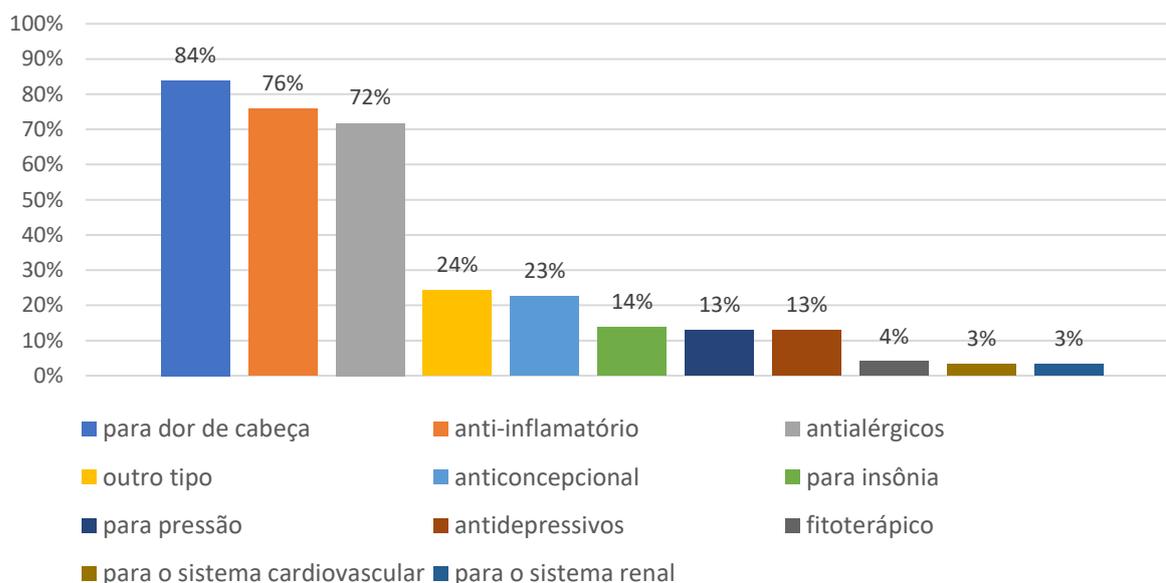
Tabela 2 – Faixa etária e Renda familiar dos respondentes.

<b>Faixa etária</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
18 a 24 anos	34	26
25 a 34 anos	57	43
35 a 44 anos	34	26
45 anos ou mais	7	5
Total	132	100
<b>Renda familiar</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Até R\$ 1.320,00	88	67
De R\$ 1.320,01 a R\$ 2.640,00	29	22
De R\$ 2.640,01 a R\$ 5.280,00	12	9
Acima de R\$ 5.280,00	3	2
Total	132	100

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Integrando os objetivos específicos, na pesquisa foram analisados os medicamentos que são mais consumidos no dia a dia dos consumidores. Como se pode observar no Gráfico 1, a maior concentração foi na opção de medicamentos para dor de cabeça, com 84%.

Gráfico 1 – Tipo de medicamento consumido.



Fonte: dados da pesquisa (2023)

Medicamentos para a dor também aparecem como mais consumidos entre os genéricos em outros estudos (Alrasheedy *et al.*, 2014; Barbosa; Resende, 2018; Bertoldi *et al.*, 2016). É provável que a facilidade de acesso somada ao grande número de publicidade na mídia para esse tipo de medicamento (ainda que medicamentos da classe de referência) produzam esse resultado. Já os tipos de medicamentos com menores registros entre os respondentes foram aqueles para o sistema cardiovascular e para o sistema renal, registrando-se 3% para essas opções (Gráfico 1). Resultado similar se verifica em outros estudos, segundo Alrasheedy *et al.* (2014) e Dylst, Vulto e Simoens (2013), evidenciando que, em geral, as pessoas se mostram hesitantes na aquisição de medicamentos genéricos para doenças mais sérias como hipertensão e câncer.

Quando questionados sobre a frequência (sempre, às vezes ou nunca) com que levam em consideração alguns aspectos na escolha de um medicamento genérico. A opção “fico inseguro(a) quando consumo o medicamento genérico” obteve o percentual de 54% para “nunca”, e a questão “procuro saber se o resultado do medicamento genérico é realmente o que se espera” obteve 54% para “sempre”, sendo estes os maiores percentuais registrados. A Tabela 3 exibe os resultados detalhados.

Tabela 3 – Aspecto considerado na escolha do medicamento genérico

Aspecto	Nunca	Às vezes	Sempre	Total
Procuro saber se o medicamento genérico é seguro e confiável.	10%	39%	51%	100%
Procuro saber se o resultado do medicamento genérico é realmente o que se espera.	10%	36%	54%	100%
Indicaria o medicamento genérico para outra pessoa.	5%	47%	48%	100%
Fico preocupado(a) com os efeitos colaterais que o medicamento genérico pode trazer.	33%	41%	26%	100%
Fico inseguro(a) quando consumo o medicamento genérico.	54%	37%	9%	100%
Penso que se é mais barato, não pode ser tão bom quanto o medicamento de marca.	40%	42%	18%	100%
A questão financeira ajuda na escolha entre o medicamento genérico.	2%	48%	50%	100%

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Ainda sobre a Tabela 3, pode-se observar que 50% dos respondentes registraram a opção “sempre” para o aspecto “a questão financeira ajuda na escolha entre o medicamento genérico”. Para a interpretação dos resultados para esse item é importante considerar que 89% dos respondentes dessa pesquisa registraram renda familiar até dois salários mínimos, somadas as duas primeiras faixas de renda. Nesse aspecto, esse resultado se mostra consoante com a Pesquisa Nacional de Acesso, Utilização e Promoção do Uso Racional de Medicamentos (PNAUM) de 2014, que na ocasião abordou o uso de medicamentos genéricos no país (Bertoldi *et al.*, 2016). A PNAUM mostrou que o maior uso desses medicamentos se encontra na classe econômica C, com 47% dos respondentes registrando o seu uso.

Para o aspecto “penso que se é mais barato, não pode ser tão bom quanto o medicamento de marca” foi registrado com o percentual de 42% para a opção “às vezes”. O aspecto “fico preocupado(a) com os efeitos colaterais que o medicamento genérico pode trazer” registrou 41% para a opção “às vezes”, o aspecto “indicaria o medicamento genérico para outra pessoa” 48% para a opção “sempre”, e “procuro saber se o medicamento genérico é seguro e confiável” 51% também para a opção “sempre”.

A preocupação com a relação preço/eficácia (penso que se é mais barato, não pode ser tão bom quanto o medicamento de marca), que, se somada as opções “às vezes” e “sempre” representam 60% das respostas, também é registrado no estudo de Dunne (2016), que compreende uma pesquisa sobre as percepções e experiências de usuários de medicamentos genéricos em vários países. Essa preocupação representa, em seu estudo, uma barreira substancial para o aumento do uso desse tipo de medicamento. Porém, os resultados para os demais itens avaliados mostram que os participantes da presente pesquisa não se mostram hesitantes em relação ao medicamento genérico, sugerindo que estão confortáveis em relação à segurança e eficácia que esse tipo de medicamento traz.

Uma das questões perguntava aos respondentes se eles faziam uso de medicamentos genéricos. Como resultado, 124 participantes (94%) responderam que sim, que consumiam medicamentos genéricos e apenas 8 deles (6%) responderam que não consumiam. Uma observação importante a se fazer sobre essa questão é que no momento que o participante escolhia a alternativa “não” ele era automaticamente levado para outra página do questionário para registrar o motivo pelo qual não consumia medicamentos genéricos. Os resultados são apresentados na Tabela 4.

Tabela 4 – Motivo pelo qual não consome medicamento genérico.

<b>Motivo</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Só confio em medicamento de marca	0	0%
Acho que não faz efeito	0	0%
Se é mais barato não é confiável	1	13%
Não acho que seja eficaz	0	0%
Minha experiência com esse tipo de medicamento não foi boa	0	0%
Meu médico não recomenda	1	13%
Pessoas que conheço não recomendam	1	13%
Outro motivo	5	63%

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Embora com um pequeno número de respondentes para esse item, e apenas para registro, observa-se que na amostra alcançada a maioria daqueles que não consomem medicamentos genéricos, 63% deles, assinalaram o aspecto “outro motivo”. Os aspectos “se é mais barato não é confiável”, “meu médico não recomenda” e “pessoas que conheço não recomendam” obteve 13% cada, apenas um respondente assinalando cada um desses aspectos. Para os demais

aspectos apresentados não foram obtidas respostas. O baixo número de respondentes que não consumiam medicamentos genéricos, registrados nesse estudo, impediu uma análise que mostrasse algum resultado significativo para esse item.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo conhecer quais fatores influenciam a demanda de medicamentos genéricos na cidade de Duas Estradas-PB, buscando identificar quais aspectos levariam, ou não, ao consumo desse tipo de medicamento.

Com os resultados desse estudo é possível observar que os consumidores estão confiantes nas suas escolhas quando optam por medicamentos genéricos no que diz respeito a qualidade, a eficácia e a segurança no consumo desse medicamento. De forma ampla, a população se mostra com disposição para adquirir medicamentos genéricos, e o preço acessível que ele apresenta parece ter influência nessa disposição, já que quase a totalidade dos respondentes assinalou que a questão financeira ajuda na escolha. Além disso, os medicamentos mais consumidos são aqueles para dor de cabeça e anti-inflamatórios, tipos de medicamentos aparentemente de uso comum entre a população.

Uma limitação desse estudo, que impactou uma análise importante nos resultados, encontra-se no fato de que entre os participantes da pesquisa alguns registraram que não consumiam medicamentos genéricos, mas a quantidade desses respondentes foi muito pequena, inviabilizando que se pudesse encontrar um motivo que representasse de forma significativa a decisão de não se adquirir medicamentos genéricos.

Por fim, espera-se que os resultados desse estudo venham contribuir para o comércio local nesse segmento com um melhor entendimento do comportamento do consumidor e da aceitação do medicamento genérico na sociedade, sugerindo-se, ainda, a reprodução desse estudo em outras populações a fim de se obter uma visão ampla do uso e percepções sobre esse tipo de medicamento que se mostra muito importante em vários aspectos para as pessoas e para o comércio, novos estudos que possam, a partir de uma amostra adequada, identificar percepções sobre o consumo de medicamentos genéricos segmentados por comorbidades e faixas etárias, por exemplo.

---

## REFERÊNCIAS

- ABCFARMA, 2019. **Entenda a diferença entre os medicamentos e suas intercambialidades. Associação Brasileira do Comércio Farmacêutico.** Disponível em: <<https://site.abcfarma.org.br/entenda-a-diferenca-entre-medicamentos-e-as-intercambialidades/>>. Acesso em: 11 mai. 2023.
- ALRASHEEDY, A. A.; HASSALI, M. A.; STEWART, K.; KONG, D. C. M.; ALJADHEY, H.; IBRAHIM, M. I. M.; AL-TAMIMI, S. K. Patient knowledge, perceptions, and acceptance of generic medicines: a comprehensive review of the current literature. **Patient Intelligence**. v. 6, p. 1-29. 2014.
- ANVISA, 2020a. **Conceitos e definições.** Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/acesoainformacao/perguntasfrequentes/medicamentos/conceitos-e-definicoes>>. Acesso em: 10 mai. 2023.
- ANVISA, 2020b. **Medicamentos genérico.** Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/medicamentos/genericos>>. Acesso em: 11 abr. 2023.
- ANVISA, 2020c. **Denominações Comuns Brasileiras.** Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/farmacopeia/dcb>>. Acesso em: 14 abr. 2023.
- ARAÚJO, L. U.; ALBUQUERQUE, K. T. D.; KATO, K. C.; SILVEIRA, G. S.; MACIEL, N. R.; Spósito, P. Á.; STORPIRTIS, S.; BARCELLOS, N. M. S.; SOUZA, J.; BUENO, M.; STORPIRTIS, S. Medicamentos genéricos no Brasil: panorama histórico e legislação. **Revista Panamericana de Salud Pública**, v. 28, n. 6, p. 480-492. 2010.
- BANOV, M. R. **Comportamento do consumidor: vencendo desafios.** 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017.
- BARBOSA, J. C. S. RESENDE, F. A. Perfil do uso indiscriminado de medicamentos na cidade de Cordisburgo-MG. **Revista Brasileira de Ciências da Vida**. v. 6, n. 3. 2018.
- BERTOLDI, A. D.; ARRAIS, P. S. D.; TAVARES, N. U. L.; RAMOS, L. R.; LUIZA, V. L.; MENGUE, S. S.; DAL-PIZZO, T. S.; FARIAS, M. R.; OLIVEIRA, M. A. Utilização de medicamentos genéricos na população brasileira: uma avaliação da PNAUM 2014. **Revista de Saúde Pública**. São Paulo, v. 50, n. 2. 2016.
- BRASIL. **Lei nº 9.787, de 10 de fevereiro de 1999.** Lei dos medicamentos genéricos no Brasil. Poder Executivo. Brasília: MS, 1999. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19787.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19787.htm)>. Acesso em: 12 mai. 2023.

DUNNE, S. S. What do users of Generic Medicines think of them: a Systematic Review of consumers' and patients' perceptions of, and experiences with, Generic Medicines. **The Patient**, v. 9, p. 499–510. 2016.

DYLST, P.; VULTO, A.; SIMOENS, S. Demand-side policies to encourage the use of generic medicines: an overview. **Expert Review of Pharmacoeconomics & Outcomes Research**. v. 13, n. 1, p. 59-72. 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo. Atlas. 1991.

IBGE. Cidades e Estados. 2023. Disponível em: < <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pb/duas-estradas.html>>. Acesso em: 09 jun. 2023.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MOWEN, J. C. MINOR, M. S. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

QUENTAL, C. et al. Medicamentos Genéricos no Brasil: impactos das políticas públicas 38 sobre a indústria nacional. **Ciência & Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, v. 13, p. 619-628. 2008.

RODRIGUES, T. D. F. F.; OLIVEIRA, G. S.; SANTOS, J. A. As pesquisas qualitativas e quantitativas na educação. **Revista Prisma**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 154-174. 2021.

RUMEL, D.; NISHIOKA S. A.; SANTOS, A. A. M. Intercambialidade de medicamentos abordagem clínica e o ponto de vista do consumidor. **Revista de Saúde Pública**. São Paulo, v. 40, n. 5, out. 2006.

SAMARA, B. S.; MORSCH, M. A. **Comportamento do consumidor**: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SANTOS, C. L. **Intenção de compra de medicamentos genéricos**. 2022. 28 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, Instituto Federal da Paraíba, Guarabira - PB.

SIMOENS, S. A review of generic medicine pricing in Europe. **Generics and Biosimilars Initiative Journal**. v. 1, n. 1, p. 8-12. 2012.

SOLOMON, M. R. **O Comportamento do consumidor**: comprando, possuindo e sendo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

---

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