

Autor: Euripedes Fernandes de Oliveira Júnior

Título(s): [pt] Os fatores que influenciam a decisão de troca de um medicamento de marca por um medicamento genérico.

Resumo(s): [pt] Por meio trabalho, pretende-se compreender como e por que razões o medicamento prescrito pelo médico é substituído pelo produto genérico no ponto de vendas. Este fenômeno, até o momento, é desconhecido tanto pelos médicos quanto pela indústria farmacêutica. Para tanto, foram estudados fatores como tempo de utilização de um medicamento de marca, decisão compartilhada, risco percebido da doença, conhecimento subjetivo da doença, sensibilidade a preço de medicamentos e atitude em relação aos medicamentos genéricos. Assim, o conhecimento das referidas variáveis e de suas influências sobre a decisão de compra do consumidor poderão ajudar a compreender o comportamento de compra do consumidor de medicamentos, para que a indústria farmacêutica possa mensurar seus resultados, traçar novas estratégias e minimizar perdas. Com base nos resultados obtidos, constatou-se, numa amostra de 399 pessoas, que, dos 60,8% respondentes cujas prescrições médicas referiam-se a produtos de marca, 46,61% trocaram o medicamento inicialmente prescrito por medicamentos genéricos ou similares. Quanto aos genéricos, a situação foi inversa: apesar das 31,7% de receitas médicas indicando a compra de genéricos, a participação de medicamentos genéricos aumentou para 57,7% entre os medicamentos comprados, indicando que houve uma migração dos medicamentos de marca inicialmente prescritos para a aquisição de genéricos. Foi possível confirmar também que a troca do medicamento de marca por genéricos deu-se, na maioria das vezes (90,1% dos entrevistados que realizaram a troca referida) em razão do preço, seguida da justificativa de que o princípio ativo ou o efeito do medicamento genérico são os mesmos do que aqueles dos medicamentos de marca, embora a pesquisa também tenha demonstrado, surpreendentemente que houve substituição de produtos genéricos prescritos pelo médico, por produtos de marca, contrariando portanto a proposta inicial deste estudo.

[] This study intends comprehend how and which reasons lead to the change of prescribed medication by the generic drugs in the sales point. This phenomenon, until the moment, is unknown so much by the doctors as by the pharmaceutical industry. It was studied factors like time of utilization of brand medicines, shared decision, perceived risk of the disease, subjective knowledge about the disease, sensibility at medications price and attitude towards the generic drugs. This way, the referred variables knowledge and their influences on the purchase decision of the consumer will be able to help to comprehend the purchase behavior of the medicines consumer, in order the pharmaceutical industry can measure its results, trace new strategies and minimize losses. Through the obtained results, it was possible verify that, in a sample of 399 interviewees, of the 60,8% whose medical prescriptions referred to brand medicines, 46,61% changed the initially prescribed medication for generic or similar medicines. Regarding the generic, the situation was inverse: in spite of the 31,7% of brand medicines prescriptions indicating the purchase of generic, the participation of generic medicines increased for 57,7% among bought medicines, indicating that there was a migration of the brand medicines initially prescribed to the acquisition of generic drugs. Also it was possible to confirm that the change of the brand medicine for generic medicines it was given, most of the time (90,1% of the interviewees who accomplished the referred change) in reason of the price, followed by the excuse that the active principle or the effect of the generic drugs are the same than those of the brand medicines, although the research also has demonstrated, surprisingly, that there was substitution of

prescribed generic medicines by the doctor, for brand medicines also, thwarting therefore the initial proposal of this study.