



## **Pesquisa Comportamental**

### **“PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR SOBRE VENDA DE MEDICAMENTOS”**

#### **Relatório**

#### **Introdução / Objetivo**

Os gastos com saúde consomem importante parcela do orçamento familiar do brasileiro, especialmente dos idosos que, muitas vezes, vivem somente dos recursos provenientes da aposentadoria. A maior parte desses gastos é representada pela compra de medicamentos.

O Núcleo de Pesquisas da Diretoria de Estudos e Pesquisas da Fundação Procon-SP, dando prosseguimento ao seu trabalho de informar, conscientizar e suscitar discussões acerca de temas de interesse dos consumidores, elaborou uma pesquisa visando identificar comportamentos e opiniões dos consumidores no que diz respeito a venda de medicamentos.

O objetivo é reunir informações que servirão de base para estudos técnicos, ações educativas e orientações futuras sobre dois temas centrais: o direito do consumidor na compra de medicamentos e o uso responsável de dados pessoais.

A pesquisa aborda temas como:

- Frequência e canais de compra de medicamentos (loja física ou online);
- Influência da publicidade e risco de automedicação;
- Conhecimento sobre o Preço Máximo ao Consumidor (PMC) da ANVISA;
- Consulta prévia à tabela da CMED.

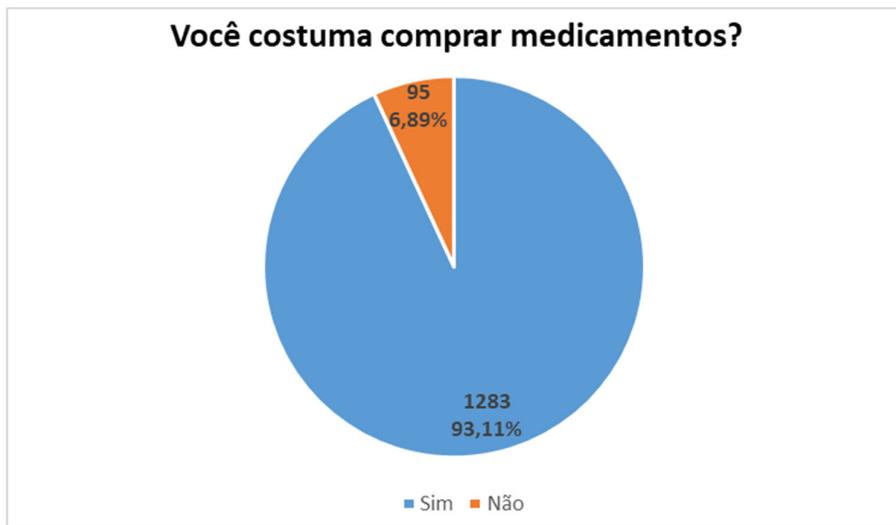
#### **Metodologia**

As informações foram obtidas pela aplicação de questionário estruturado, via internet (site da Fundação Procon-SP), no período de 09/05 a 02/06/25. O questionário foi constituído por dezenove questões fechadas de múltipla escolha, incluindo as do perfil do entrevistado que compra medicamentos.

Responderam à pesquisa 1378 pessoas.

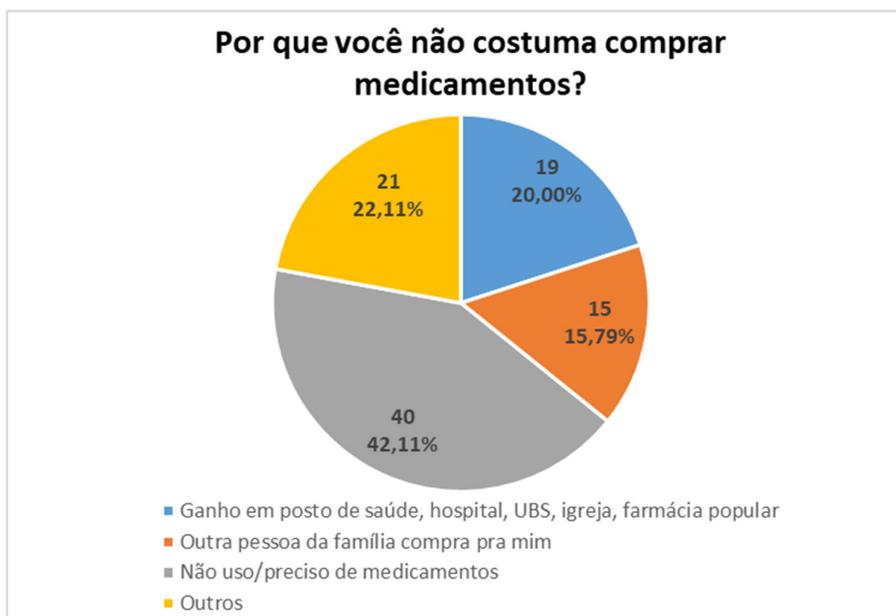
A seguir os resultados.

## Resultados



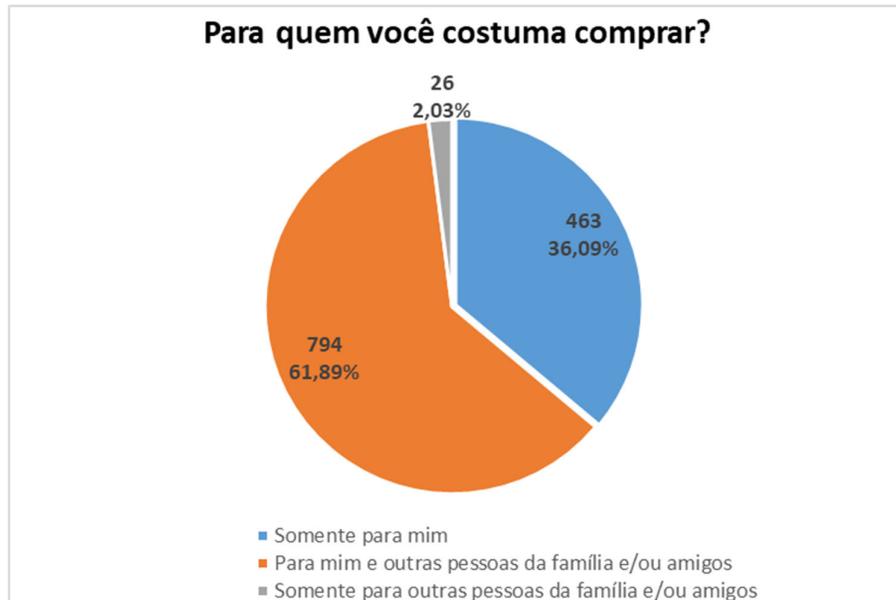
Base: 1378 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 95 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



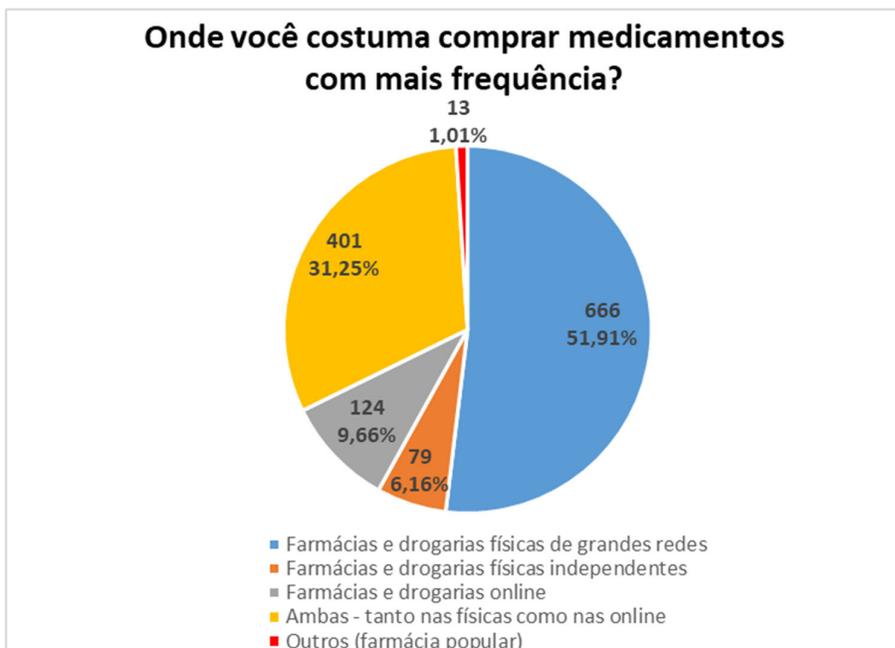
Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



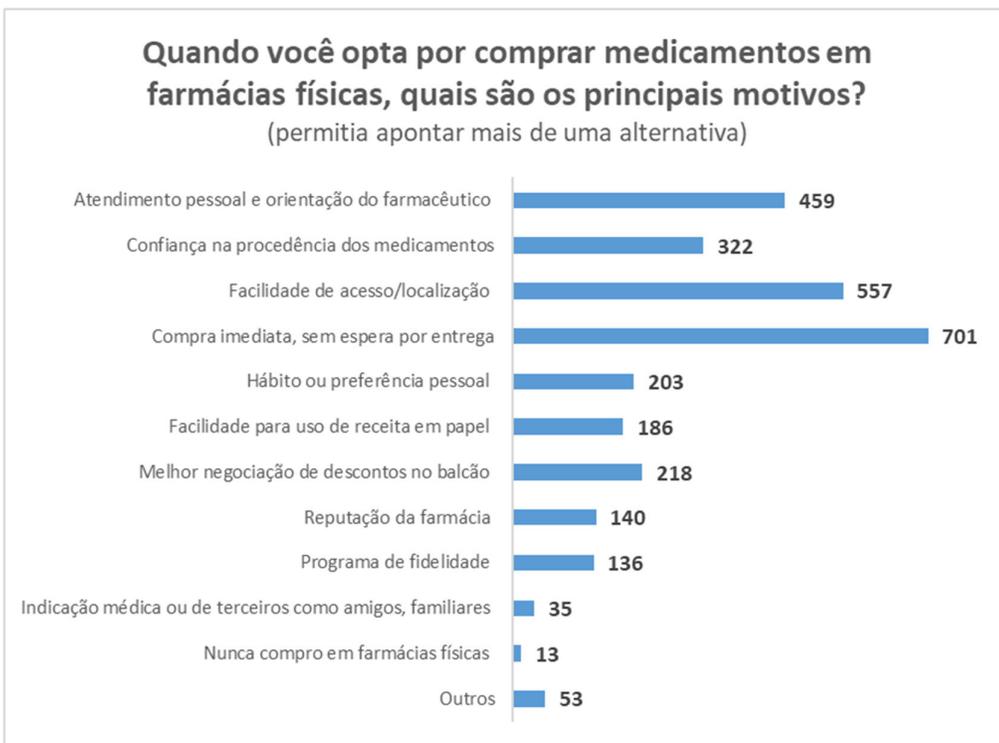
Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 1146 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

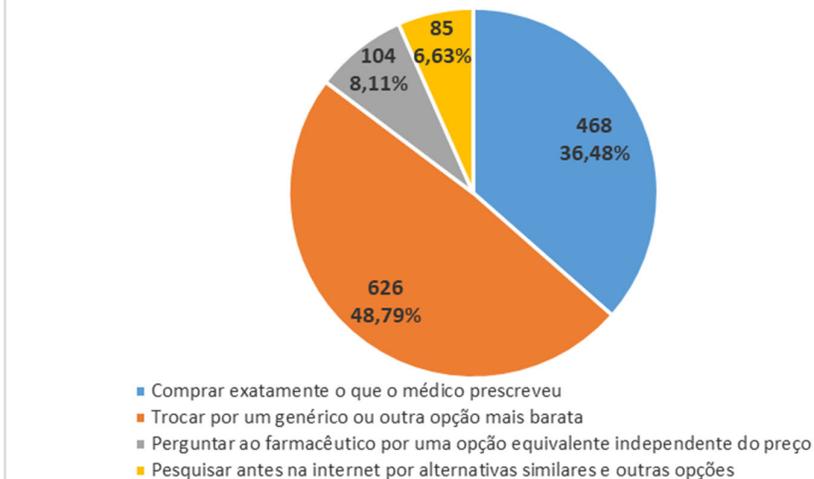
### Quando você opta por comprar medicamentos em farmácias online, quais são os principais motivos? (permitia apontar mais de uma alternativa)



Base: 525 entrevistados

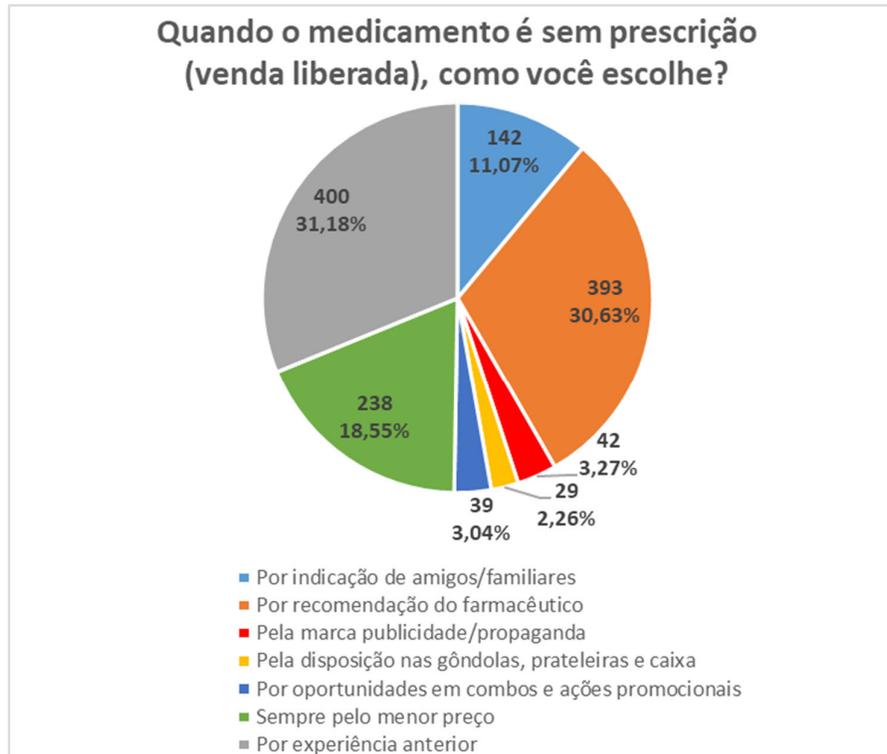
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

### Quando precisa de um medicamento com prescrição, você costuma:



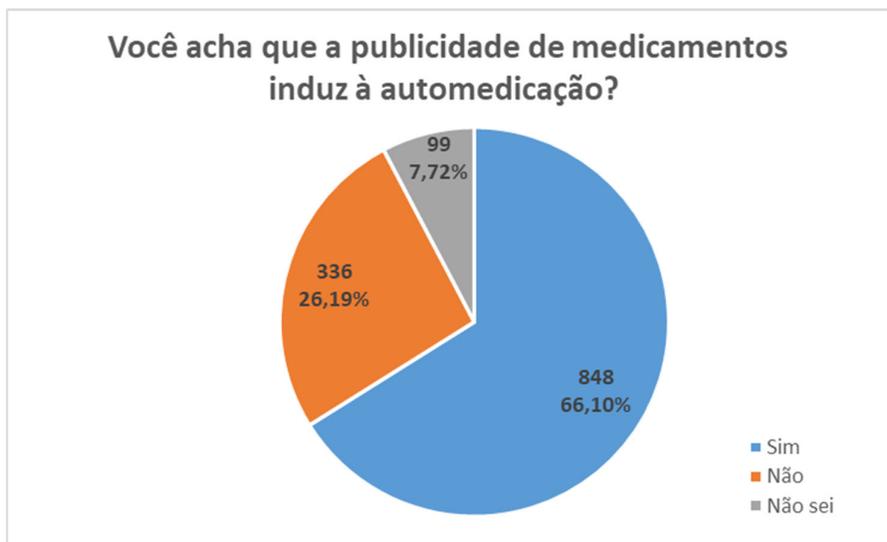
Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



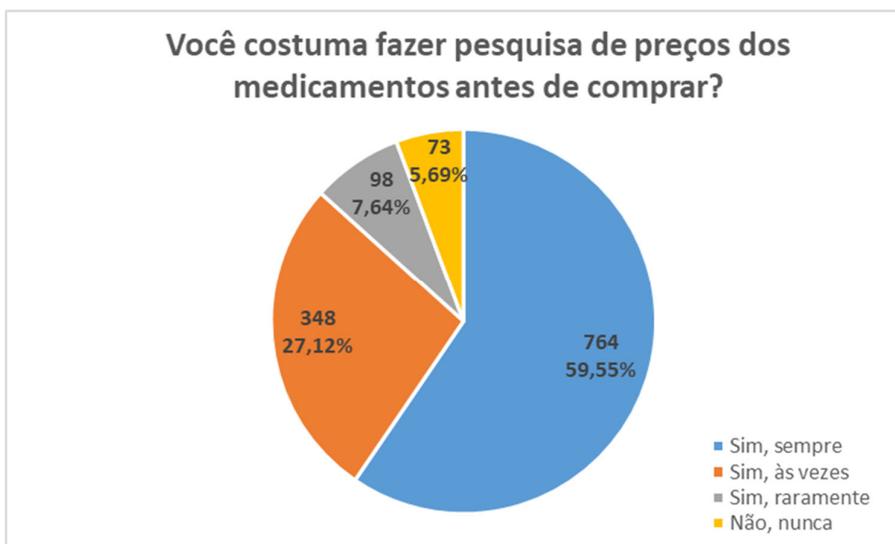
Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



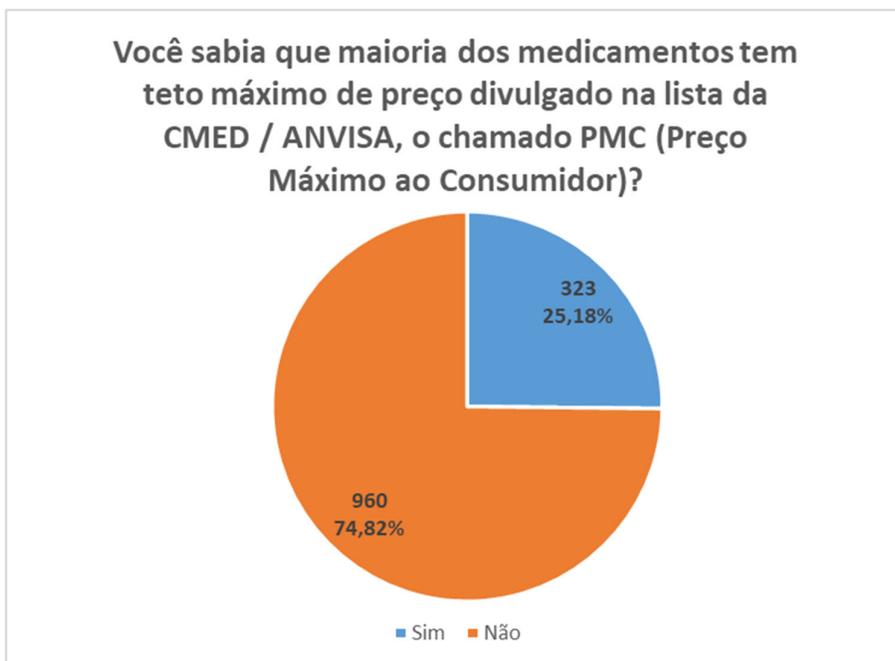
Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



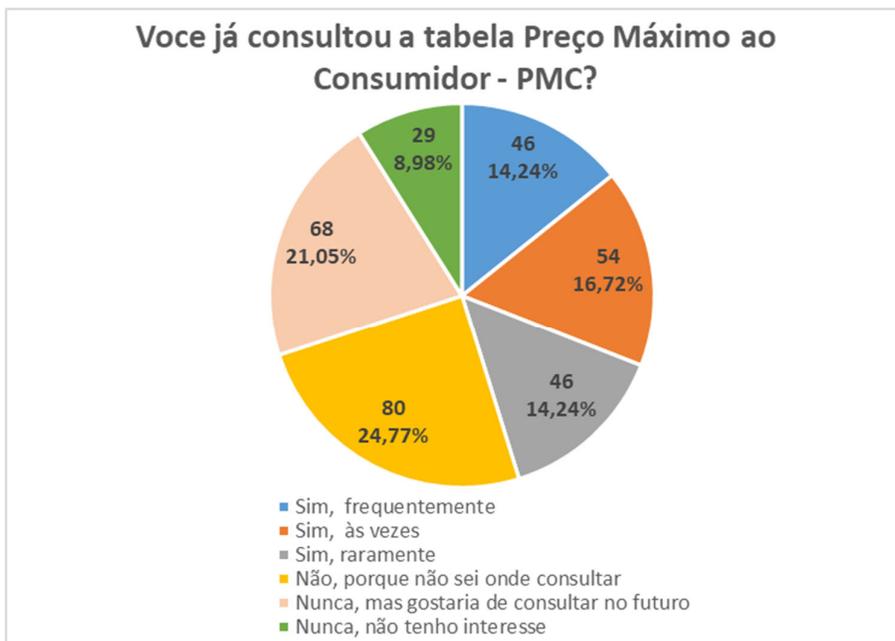
Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



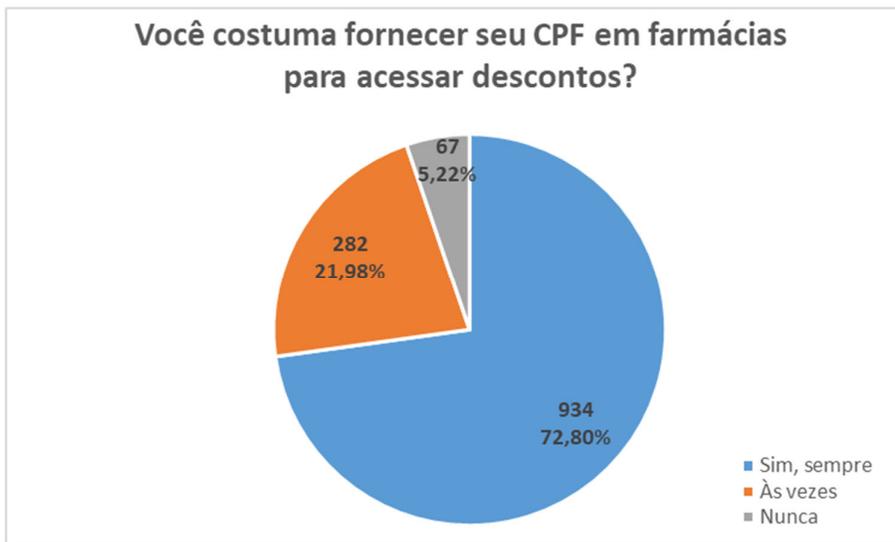
Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



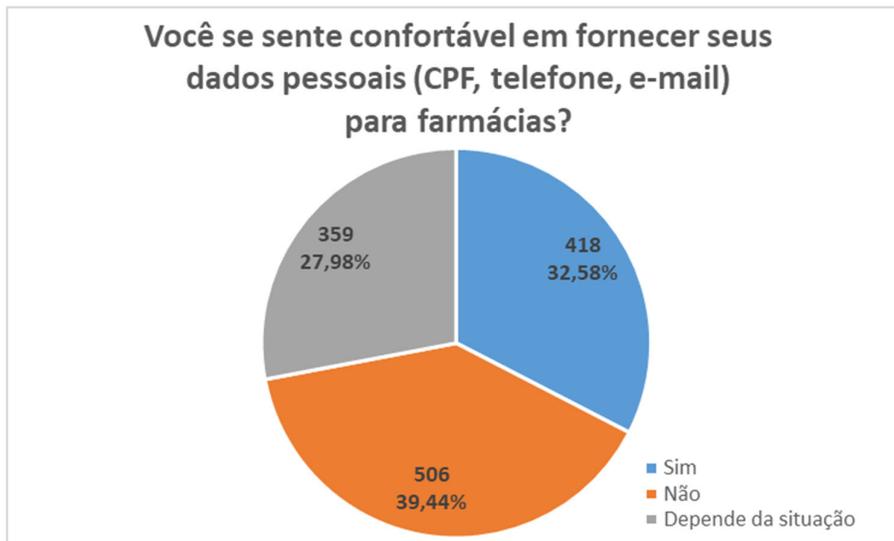
Base: 323 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



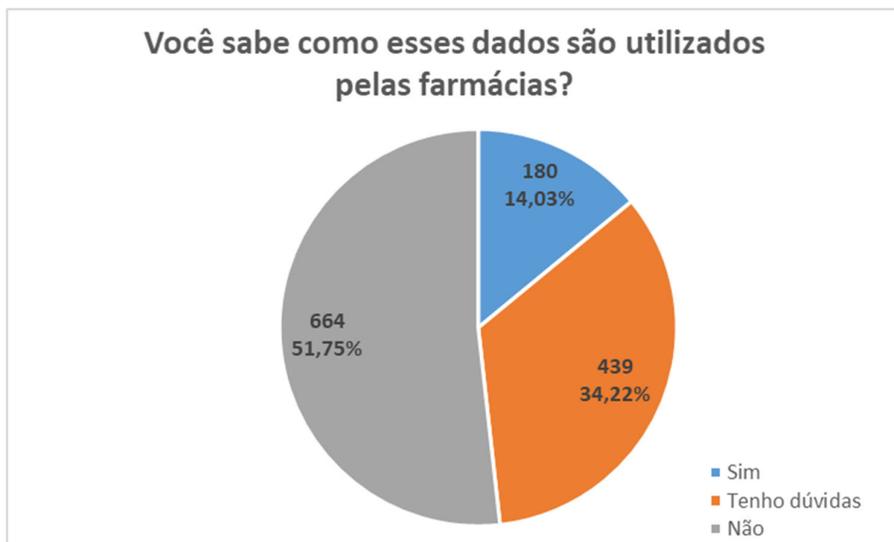
Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 1283 entrevistados

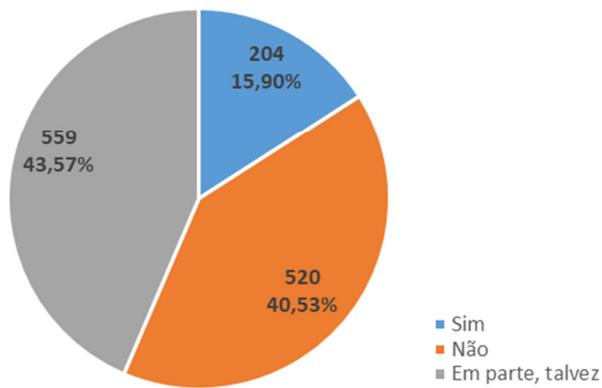
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Em sua opinião, o consumidor tem informações suficientes para fazer boas escolhas ao comprar medicamentos?

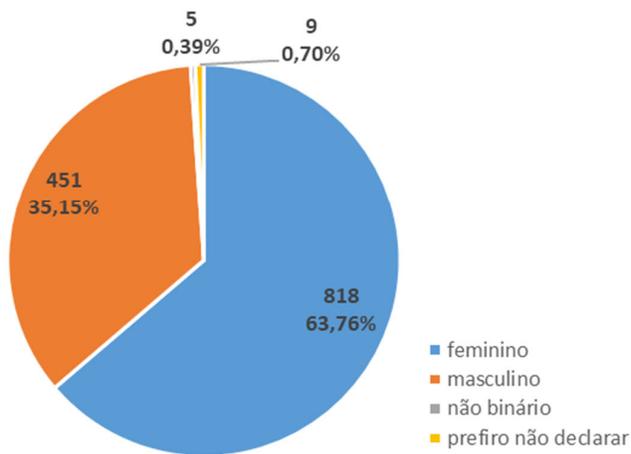


Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

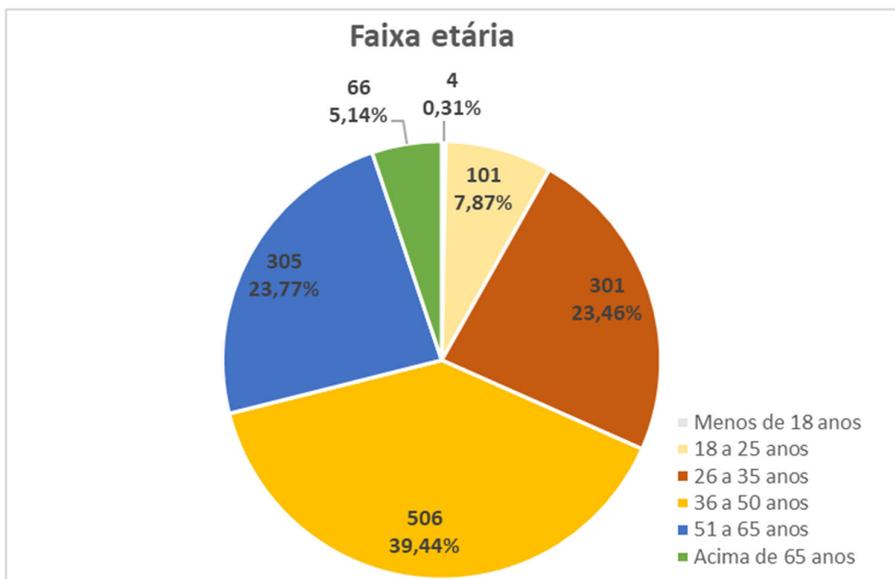
Perfil do Entrevistado que compra medicamentos

Sexo/Gênero:



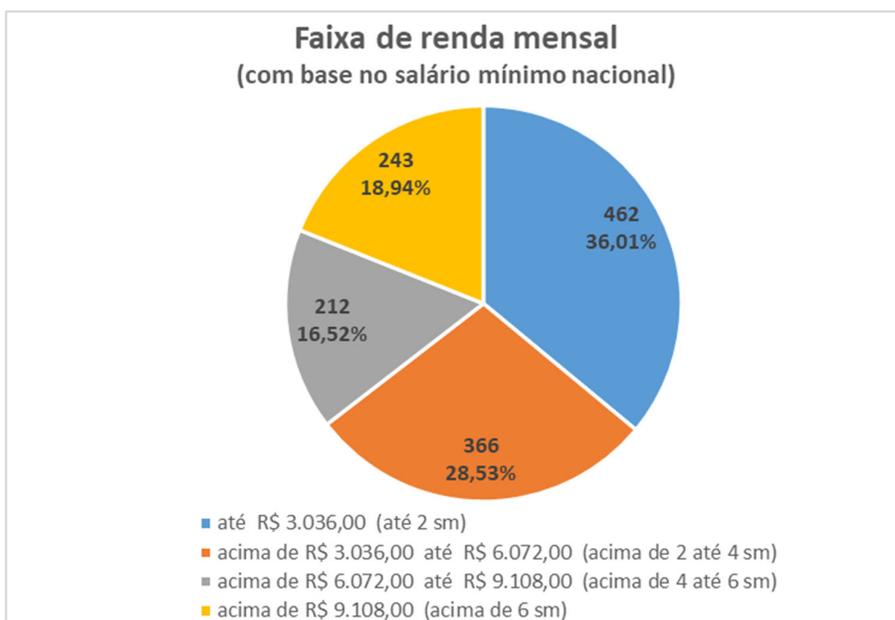
Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



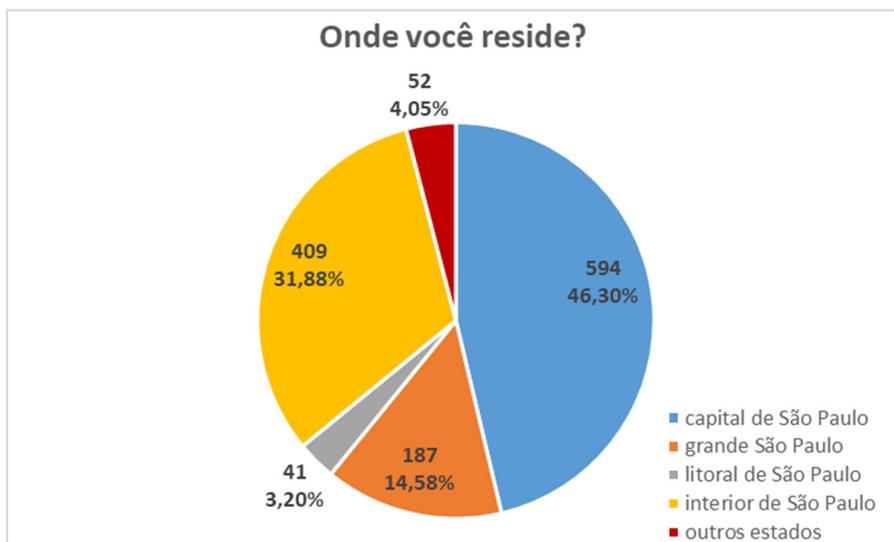
Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 1283 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

### **Análise dos Resultados**

93,11% (1283) dos entrevistados informaram que costumam comprar medicamentos.

6,89% (95) declararam que não compram, sendo que os três motivos mais apontados para não adquirir medicamentos foram: não necessita; obtém em posto de saúde / hospital / UBS / igreja / farmácia popular; comprado por outra pessoa da família.

Como a pesquisa é sobre a percepção do consumidor sobre venda de medicamentos, o restante do levantamento foi focado nos consumidores que compram (1283 entrevistados).

Quando questionamos aos 1283 entrevistados a frequência que compram, a maioria, 67,11% (861), informou que regularmente (todo mês ou mais) compram medicamentos.

58,07% (745) adquirem o medicamento em loja física; 9,66% (124) em loja online; 31,25% (401) tanto na física como na online e 1,01% (13) adquirem na farmácia popular com desconto.

Analisamos os cruzamentos considerando cada faixa etária para visualizarmos melhor a distribuição dos entrevistados. Observamos que os entrevistados que mais compram em loja física são os da faixa etária acima de 65 anos e a de menor de 18 anos. A justificativa para a faixa etária acima de 65 anos comprar mais em lojas físicas é a falta de familiaridade com a tecnologia e com a



linguagem online, já para o público mais jovem, provavelmente seja em função da falta de acesso às compras online por ser menor de idade.

Os quatro motivos mais apontados por comprar em lojas físicas foram: compra imediata (sem espera por entrega); facilidade de acesso / localização; atendimento pessoal (orientação farmacêutico); confiança na procedência do medicamento.

Os motivos mais apontados pelo entrevistado que opta por comprar em lojas online foram: preços mais baixos; comodidade de comprar de casa; promoções exclusivas online; comparação fácil entre as farmácias.

48,79% (626) trocam o remédio prescrito pelo médico por um genérico ou outra opção mais barata, enquanto 36,48% (468) compram exatamente o que o médico prescreveu. Cruzando os resultados com a faixa etária, observamos que os entrevistados que mais costumam comprar o que o médico prescreveu são os da faixa etária de até 18 anos, o restante a maioria opta por substituir o medicamento por um genérico.

Quando o medicamento não necessita de prescrição médica os entrevistados escolhem o medicamento, principalmente, por experiência anterior; por recomendação do farmacêutico; pelo menor preço; por indicação de amigos e familiares. Segmentando o resultado por faixa etária, verificamos que a maioria dos entrevistados até 50 anos leva mais em conta a opinião do farmacêutico na escolha do medicamento, enquanto que a maioria dos consumidores das demais faixas etárias consideram mais a experiência anterior.

66,10% (848) entendem que a publicidade de medicamentos induz a automedicação.

94,31% (1210) declararam que fazem pesquisa de preços antes de comprar os medicamentos. A faixa de renda que apresentou o maior percentual de entrevistados que não costumam fazer pesquisa de preços foi a mais alta, ou seja, acima de seis salários mínimos. Já em contrapartida a faixa de renda de até dois salários mínimos apresentou o maior percentual de entrevistados que sempre faz pesquisa de preços.

74,82% (960) desconhecem que a maioria dos medicamentos possui um teto máximo de preço, denominado de PMC (Preço Máximo ao Consumidor).

Dos que conhecem a lista da CMED / ANVISA do PMC, 54,80% (177) não a consultam antes de comprar um medicamento.

Após cruzamentos verificamos que a maioria dos que responderam que não consultam a tabela de PMC tem entre 36 e 65 anos e residem na capital e interior de São Paulo. Constatamos também que a maioria destes declararam que não consultam a tabela de PMC porque não sabem onde consultar.



72,80% (934) dos entrevistados sempre fornecem o CPF em farmácias para acessar descontos; 21,98% (282) informaram que às vezes fornecem e 5,22% (67) nunca fornecem o CPF.

39,44% (506) declaram que se sentem desconfortável em fornecer seus dados pessoais (CPF, telefone, e-mail).

A maioria informou que não sabe como esses dados são utilizados, 51,75% (664); 34,22% (439) declararam que têm dúvidas e 14,03% (180) informaram que sabe como os dados são utilizados pelas farmácias.

Quando indagados se o consumidor tem informação suficiente para fazer boas escolhas ao comprar medicamentos, 40,53% (520) informaram que não; 15,90% (204) opinaram que sim e 43,57% (559) que em parte, talvez.

Dentro da amostra obtida pelo site do Procon-SP, verificamos que a maioria que compra medicamentos (1283) tem o seguinte perfil:

- sexo feminino, 63,76% (818);
- está na faixa etária de 36 a 50 anos, 39,44% (506);
- ganha até 4 salários mínimos, 64,54% (828);
- reside na capital de São Paulo, 46,30% (594).

### **Orientações Importantes**

Conforme determina a ANVISA, as farmácias e drogarias não podem cobrar pelos medicamentos preço acima do permitido pela CMED. A lista de preços máximos (PMC) permitidos para a venda de medicamentos é disponibilizada no site da ANVISA para consulta dos consumidores e é atualizada mensalmente.

O PMC é o valor máximo que a maioria dos medicamentos podem ser vendidos ao consumidor final, portanto, medicamentos sujeitos ao teto máximo, não podem ser vendidos acima do PMC.

As variações de preço encontradas no mercado podem ocorrer em face dos descontos concedidos pelos estabelecimentos. Esses descontos variam de acordo com critérios livremente estabelecidos por cada fornecedor.

Medicamentos controlados, ou seja, os que possuem tarja preta na sua embalagem, antibióticos e alguns outros definidos pela Anvisa, não podem ser vendidos sem apresentação e retenção da receita médica original. Assim, os sites podem oferecer o remédio, informar o seu preço, mas não podem fornecê-los sem a prévia apresentação e devida retenção da receita.