



**CENTRO
UNIVERSITÁRIO**

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO ASSIS GURGACZ

JOÃO VITOR GAVIRATTI BOLDARINI

**A INFLUÊNCIA DOS REPRESENTANTES COMERCIAIS NA PRESCRIÇÃO
MÉDICA - UMA ANÁLISE DAS PRECRIÇÕES**

**CASCADEL - PR
2023**

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO ASSIS GURGACZ

JOÃO VITOR GAVIRATTI BOLDARINI

**A INFLUÊNCIA DOS REPRESENTANTES COMERCIAIS NA PRESCRIÇÃO
MÉDICA – UMA ANÁLISE DAS PRESCRIÇÕES**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Farmácia do Centro
Universitário da Fundação Assis Gurgacz- FAG,
como requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel em Farmácia.

Professora Orientadora: SUZANA BENDER

**CASCADEL - PR
2023**

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO ASSIS GURGACZ

NOME DO ALUNO

**A INFLUÊNCIA DOS REPRESENTANTES COMERCIAIS NA PRESCRIÇÃO
MÉDICA – UMA ANÁLISE DAS PRESCRIÇÕES**

Trabalho de Conclusão de curso, do curso de Farmácia, do Centro Universitário FAG,
exigido como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Farmácia, sob orientação
da Prof.^a Suzana Bender, tendo sido _____ com a nota
_____, na data de ____/____/_____.

BANCA EXAMINADORA

ORIENTADOR: SUZANA BENDER

AVALIADOR 1

AVALIADOR 2

Cascavel - Paraná, ____ de _____ de 2023

SUMÁRIO

1.0 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	5
1.1 PRESCRIÇÕES MÉDICAS	5
1.2 PROPAGANDA MÉDICAS	6
1.3 A INFLUÊNCIA DAS PROPAGANDA MÉDICAS NA DISPENSAÇÃO.	7
1.4 A ÉTICA NA PRESCRIÇÃO FARMACÊUTICA	8
ARTIGO CIENTIFICO	10
RESUMO	10
ABSTRACT	10
1.0 INTRODUÇÃO	11
2.0 METODOLOGIA	13
3.0 RESULTADO/DISCUSSÃO	14
4.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS	17
REFERÊNCIAS.....	19

1.0 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 PRESCRIÇÕES MÉDICAS

No Brasil, a regulamentação sanitária inclui a lei nº 5.991 de 1973, estabelece que a prescrição médica deve conter algumas informações como: nome, endereço do paciente, data, assinatura do prescritor e número do registro no Conselho Profissional (Silva; Bandeira; Oliveira, 2012). A prescrição de medicamentos no Brasil é regida pela lei Federal nº 9.787 de 1999 e pela resolução nº 357 de 2001 do Conselho Federal de Farmácia (Dammenhain, 2010).

A prescrição médica é um documento da comunicação entre o médico e o paciente das orientações sobre a administração dos medicamentos, e uma prescrição adequada ou um tratamento criterioso, devem incluir na receita médica apenas os medicamentos essenciais (Madruga; Souza, 2011).

No entanto, há diversos fatores que podem dificultar o médico ao decidir selecionar um tratamento farmacológico mais apropriado. Dentre esses fatores, incluem-se a visão do médico em relação ao processo de saúde e doença, o nível de capacitação técnica, as condições socioculturais e econômicas da população, a disponibilidade de medicamentos na instituição de saúde em que atua e as fontes de informação acessíveis a ele.

A falta de conhecimento adequado e a falta de informações fornecidas ao paciente sobre seus medicamentos, geram grandes desafios para o manejo adequado da terapia medicamentosa, levando à ineficácia do tratamento ou mesmo a complicações graves (Portela *et al*, 2010).

É essencial adotar estratégias para garantir o preenchimento preciso da prescrição, a fim de minimizar erros de medicação. Além disso, é importante conscientizar que o processo de tratamento envolve múltiplas partes, como médico, paciente e farmacêutico (Weber; Bueno; Oliveira, 2012).

A prescrição inadequada de medicamentos, ocorre quando um profissional prescreve os medicamentos com um alto risco de eventos adversos, superando os benefícios terapêuticos, mesmo quando existem outras alternativas terapêuticas mais eficazes e seguras disponíveis (Oliveira, 2018).

Os profissionais responsáveis pela prescrição de medicamentos desenvolvem seus próprios hábitos de prescrição, uma vez que não existe um padrão global estabelecido para a prescrição (Souza & Borges, 2011). Milhões de prescrições são emitidas nos serviços de saúde públicos no Brasil sem atender aos requisitos de legalidade, legibilidade e completude

necessários para fornecer informações adequadas na dispensação e garantir o uso correto dos medicamentos (Lyra; Prado; Abriata, 2004).

1.2 PROPAGANDAS MÉDICAS

No Brasil, a propaganda de medicamentos tem sua legislação, como a Lei nº 9.294/96, que dispõe sobre as restrições ao uso de propaganda de medicamentos, RDC 102, de 30/11/2000, e regulamenta as propagandas e publicidades de medicamentos (Brasil, 2000).

Nos Estados Unidos e Nova Zelândia, os mecanismos de publicidade e propaganda de medicamento não há restrições, o que as faculdades de medicina no país fornecem relatórios a população sobre alertas e defesas sobre realmente de fator aquele princípio ativo age no organismo (Toop *et al.*, 2003).

O intuito principal das propagandas medicas é construir suas marcas fortes, implementar o valor simbólico ao produto (Rabello; Camargo, 2012). Tornar o fármaco conhecido pelas características associadas à necessidade (Palácios *et al.*, 2008). Anunciar diversificadas estratégias de propaganda e publicidade, para conseguir agregar maior valor ao produto final de mercado e se inserir no dia a dia dos pacientes (Oliveira *et al.*, 2007).

A indústria farmacêutica tem importância no cuidado à saúde da população, pois se esforçam muito para desenvolver novos medicamentos, formulas farmacêuticas ou até mesmo para outras indicações terapêuticas (Rabello; Camargo, 2012). Os grandes laboratórios farmacêuticos, tem como seu principal alvo de publicidade e propaganda os médicos e outros profissionais da área da saúde que podem prescrever determinadas classes de fármacos, onde destacam-se os argumentos mais comuns entres os representantes comerciais a segurança, facilidade de administração e eficácia rápida do produto (Aquino *et al.*, 2010).

Os gastos das industriais farmacêuticas são muito grandes, seus custos por meio de publicidade e propaganda são em média 35% do valor das vendas, sabendo que o faturamento da comercialização de um medicamento, pode chegar aos bilhões de reais (Soares, 2008).

Muitos representantes anunciam seus medicamentos a médicos e farmácias comerciais como “novos”, quando na verdade, se trata de imitação de medicamentos que estão sendo vendidos a anos no mercado, sendo oferecido a menor custo ou ainda criam novos usos de indicações terapêuticas. Com a quebra da patente, a margem de lucro sobre o medicamento desenvolvido diminui significativamente, ao ponto que as indústrias farmacêuticas adotem o uso de propaganda de medicamento similar ao anterior, porém com patente renovada,

ressaltando propriedades supostamente novas, de pesquisas que, provavelmente, não foram realizadas pela indústria, apenas como estratégias relacionadas ao marketing (Angell, 2004).

Entretanto, para muitos médicos, à única fonte de informação de novos medicamentos que eles adquirem é por meio dos representantes comerciais das indústrias farmacêuticas, com isso muitos acreditam que não são manipulados ou influenciados por ações propagandistas, porém muitas das vezes é oferecidos brindes, amostras, patrocínios da indústria farmacêuticas como forma de agradecimentos a atenção destinada aos representantes comerciais, portanto, isso pode impactar na qualidade do tratamento do paciente (Barros e Joany 2002, p.894).

O Conselho Federal de Medicina (CFM), percebeu que isso pode gerar grandes riscos e desenvolveu normas que proíbem a relação da prescrição médica ao ganho de remuneração extras ou vantagens que os representantes comerciais possam impulsionar, para obter mais resultados na venda de seus produtos ou medicamentos farmacêuticos (Palácios, *et al.*, 2008).

Esses potenciais riscos, podem ser tanto para a atividade profissional do médico quantos aos pacientes (Rego, 2004). Os órgãos responsáveis, buscam cada vez mais encontrar alternativas para impor limites nessa relação entre representantes comerciais de indústria farmacêuticos com os médicos, como já vem sendo feito pela Associação Médica Mundial (Abbasi, Smith, 2003).

1.3 A INFLUÊNCIA DAS PROPAGANDAS MÉDICAS NA DISPENSAÇÃO

No ambiente de comunicação entre indústria farmacêutica e médico, ocorre um mecanismo que é chamado de marketing de relacionamento, onde ambos envolvidos cultivam e desenvolvem suas preferências (Rodrigues, 2013).

Essa dinâmica estimula a indústria farmacêutica a adotar o marketing de relacionamento como uma das ferramentas fundamentais para conquistar a prescrição médica de seu interesse (Scharitzer, 2000).

Em uma pesquisa realizada na Áustria, foi constatado uma associação significativa entre a satisfação dos médicos e a qualidade do relacionamento estabelecido com os representantes das empresas farmacêuticas. O objetivo principal do trabalho desenvolvido pelo propagandista vendedor é fornecer informações relevantes à classe médica, com o intuito de influenciar e agregar seus medicamentos dentro de um mercado de produtos que envolvem diversas marcas de laboratórios farmacêuticos, que necessitam de prescrição médica (Coelho, 2011).

Esse processo de comunicação abrange elementos relevantes, que visam contribuir com a rotina diária do médico, fornecendo-lhe um conjunto de informações, que o auxiliem na

tomada de decisão ao prescrever seu medicamento em ambiente clínico (Abdalla; Castilho, 2016).

No contexto da indústria farmacêutica, há interesse crescente no uso do marketing de relacionamento, com estratégias para fortalecer as relações com seus clientes e compreender as necessidades das diferentes partes envolvidas nesse processo, como médicos e laboratórios farmacêuticos, e manter uma conexão cada vez mais sólida e duradoura é fundamental, criando valor para a indústria farmacêutica (Bretzke, 2001). O relacionamento desenvolvido entre o profissional da saúde e a indústria farmacêutica, deve acontecer, de maneira harmônica (Rodrigues, 2013).

Entretanto, à existência de uma relação bastante sólida entre médico e paciente, há uma tendência natural para que o paciente adquira a medicação de acordo com a prescrição do médico, assim, à relação de confiança entre ambas as partes, fortalecendo a adesão ao tratamento e a efetividade dos cuidados médicos (Peppers; Rogers; Dorf, 2001).

Portanto, um dos elementos chave do trabalho dos propagandistas das industriais e laboratórios farmacêuticos, é convencer o médico de que uma determinada marca é a opção mais adequada em comparação com outras alternativas. Isso se torna ainda mais relevante ao considerar que as necessidades dos pacientes variam entre si, permitindo tratar clientes diferentes de forma personalizada, reconhecendo suas particularidades e demandas individuais (Peppers; Rogers; Dorf, 2001).

1.4 A ÉTICA NA PRESCRIÇÃO FARMACÊUTICA

A responsabilidade dos prescritores, baseia-se na conduta profissional e implica no compromisso do profissional de assumir a responsabilidade por suas ações. Ao realizar uma prescrição, os médicos devem considerar alguns fatores como a segurança e a eficácia dos produtos pelo conhecimento adquirido e na responsabilidade. Entende-se que a receita médica, é um documento importante, de valor legal, que implica na responsabilização daqueles que prescrevem, administram e comercializam os medicamentos perante o indivíduo (Bueno; Sousa; Xavier, 2016).

O médico ou responsável pela prescrição de medicamentos, não pode causar dano ao paciente, seja por meio de ações ou até mesmo as omissões, que sejam caracterizadas como imperícia, imprudência ou negligência, vale ressaltar que a responsabilidade médica é sempre pessoal, ou seja, cada profissional é individualmente responsável por suas ações e não pode transferir essa responsabilidade a terceiros (Bueno; Sousa; Xavier, 2016).

Em muitos casos, o médico opta por escrever apenas o princípio ativo de um medicamento, cientes de que uma substituição no ato da compra dos medicamentos pode ocorrer, a menos que instruções contrárias sejam fornecidas na receita. Entretanto, à diferentes tipos de laboratórios que fabricam o mesmo princípio ativo tanto os de “marca” como também os genéricos, e muitos desses medicamentos há os bonificados/comissionados, que quando é vendido na farmácia comercial são repassados uma parte do valor da venda ao influenciador, chamado de comissão (Nobre, 2013).

Esses medicamentos são comercializados por laboratórios e indústrias farmacêuticos que, frequentemente, agem sem compromisso ético, aproveitando-se das falhas na fiscalização e adotando estratégias comerciais e fiscais questionáveis (Nobre, 2013).

Embora, é fundamental destacar que a interação entre representantes comerciais e médicos deve ser baseada em princípios éticos, transparência e em conformidade com as regulamentações em vigor. Os médicos devem tomar decisões de prescrição com base em evidências científicas, considerando as necessidades clínicas dos pacientes e agindo de forma ética (Abdala; Castilho, 2016).

Atualmente no Brasil, há regulamentações específicas que estabelecem normas para o processo de prescrição de medicamentos, é importante ressaltar que o ato de prescrever é uma etapa fundamental no cuidado ao paciente, e todos os profissionais qualificados e capacitados devem obedecer às normas e diretrizes vigentes de prescrição estabelecidos pelo Conselho Regional e Federal (CRF) e do Código de Ética (Nobre, 2013).

Assegurar a qualidade desses produtos farmacêuticos, incluindo a origem da matéria-prima, fabricação e boas práticas laboratoriais, nem sempre é uma prática comum para alguns laboratórios. Da mesma forma, a farmacovigilância nem sempre recebe a devida atenção (Nobre, 2013).

O aprimoramento científico dos medicamentos desempenha um papel crucial no processo de prescrição, conferindo significado a uma ferramenta crucial terapêutica, que visa aliviar o sofrimento humano. No entanto, caso a falta de cumprimento da responsabilidade ética na prescrição médica não seja cumprida, isso pode acarretar prejuízos incalculáveis para a população (Bueno; Sousa; Xavier, 2016).

A influência dos representantes comerciais na prescrição médica- Uma análise das prescrições

The influence of commercial representatives on medical prescriptions - An analysis of prescriptions

João Vitor Gaviratti Boldarini

Graduação de Farmácia

Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz

End: Rua Carlos de Carvalho 956, Parque São Paulo, Cascavel - PR, CEP: 85803-780

E-mail: joaovitorgaviratti@gmail.com

Suzana Bender

Mestre em Ciências Farmacêuticas:

Universidade Estadual do Oeste do Paraná

End: Rua Universitaria, 1619 - Universitario, Cascavel - PR, 85819-110

E-mail: professorabender@gmail.com

RESUMO

Os representantes comerciais promovem um papel relevante na promoção de medicamentos e na influência nas práticas e prescrições médicas. Dessa forma, o objetivo desse trabalho foi avaliar se a propaganda das indústrias farmacêuticas influencia na prescrição médica de um hospital particular da cidade de Cascavel-PR. A pesquisa foi classificada como estudo observacional descritiva. Foram analisadas cem prescrições de antibiótico que chegaram até uma farmácia comercial na cidade de Cascavel- PR. Após aprovação do Comitê de Ética e Pesquisa em seres humanos (Parecer de aprovação N° 6.335.655). Os resultados revelaram uma possível influência dos representantes comerciais do laboratório Eurofarma com 31% das prescrições médicas. Também foi encontrado um predomínio de prescrições de medicamentos similares representando 72% das prescrições. Observou-se que os medicamentos similares totalizaram 88% das prescrições indicando uma influência dos representantes comerciais na prescrição dos medicamentos de um hospital particular. Os medicamentos similares apareceram com valores de mercado muito próximo ao de referência, porém, apresentam benefícios de qualidade semelhante ao dos medicamentos genéricos. De acordo com a lista REMUME do município, notou-se que diversos medicamentos que foram prescritos são disponibilizados pela farmácia básica do município. Assim, os profissionais prescritores devem ser incentivados a tomar decisões sobre as prescrições com base na eficácia, segurança e custo-benefício dos medicamentos.

Palavras-chave: Propagandista Médico, Farmácia, Prescrição

ABSTRACT

Sales representatives play a significant role in promoting medications and influencing medical practices and prescriptions. Thus, the aim of this study was to assess whether the advertising from pharmaceutical industries influences the medical prescription at a private hospital in the

city of Cascavel-PR. The research was classified as a descriptive observational study. One hundred antibiotic prescriptions that reached a commercial pharmacy in Cascavel-PR were analyzed. After the approval of the Committee of Ethics and Research in Human Subjects (Approval Number 6,335,655), the results revealed a possible influence of the commercial representatives from the Eurofarma laboratory on 31% of medical prescriptions. There was also a prevalence of prescriptions for similar medications, representing 72% of the prescriptions. It was observed that similar medications accounted for 88% of the prescriptions, indicating an influence of commercial representatives on the prescriptions of doctors in a particular hospital. Similar medications appeared with market values very close to the reference, but they present benefits of quality similar to generic medications. According to the municipal REMUME list, it was noted that several prescribed medications are available at the basic pharmacy of the municipality. Thus, prescribing professionals should be encouraged to make decisions about prescriptions based on the effectiveness, safety, and cost-effectiveness of medications.

Keywords: Medical Representative, Pharmacy, Prescription

1 INTRODUÇÃO

A propaganda no contexto médico, abrange todas as atividades informativas e persuasivas, executadas por produtores e distribuidores com o intuito de influenciar a prescrição, fornecimento, aquisição e/ou uso de medicamentos. As informações promocionais sobre medicamentos, devem ser seguras, precisas, confiáveis e informativas, evitar incluir fontes não verificáveis, afirmações enganosas ou omissões (Abdala; Castilho, 2016).

Os representantes comerciais, desempenham um papel relevante na promoção de medicamentos e na influência das práticas de prescrição dos médicos, distribuindo amostras grátis, brindes, trabalhos científicos e materiais informativos sobre medicamentos, esses propagandistas médicos, são frequentemente mencionados como a primeira fonte de informação sobre medicamentos (Molinari; Moreira; Coterno, 2005).

Entretanto, é fundamental destacar que a interação entre representantes comerciais e médicos deve ser baseada em princípios éticos, transparência e em conformidade com as regulamentações em vigor. Os médicos devem tomar decisões de prescrição com base em evidências científicas, considerando as necessidades clínicas dos pacientes e agindo de forma ética (Abdala; Castilho, 2016).

O processo de propagandas voltado para médicos, tem se mostrado cada vez mais problemático em termos éticos, devido à utilização de métodos que proporcionam vantagens aos prescritores, o que pode resultar em desvios do que seria considerado uma prescrição adequada (Molinari; Moreira; Coterno, 2005).

O Conselho Federal de Medicina (CFM), percebeu que isso pode gerar grandes riscos e desenvolveu normas que proíbem a relação da prescrição médica ao ganho de remuneração

extra ou vantagens que os representantes comerciais possam impulsionar, para obter mais resultados na venda de seus produtos (Palácios, *et al.*, 2008). Esses potenciais riscos, podem ser tanto para a atividade profissional do médico quanto aos pacientes (Rego, 2004).

As indústrias farmacêuticas, tem como seu principal alvo de propaganda os médicos e outros profissionais da área da saúde que podem prescrever determinadas classes de fármacos, onde destacam-se os argumentos mais comuns entres os representantes comerciais a segurança, facilidade de administração e eficácia rápida do produto (Aquino *et al.*, 2010).

Os gastos das industriais farmacêuticas são muito grandes, seus custos por meio de publicidade, são em média 35% do valor das vendas, sabendo que o faturamento da comercialização de um medicamento, pode chegar aos bilhões de reais (Soares, 2008).

Porém, para muitos médicos, à única fonte de informação de novos medicamentos que eles adquirem é por meio dos representantes comerciais das indústrias farmacêuticas, com isso muitos acreditam que não são manipulados ou influenciados por ações propagandistas, contudo, muitas das vezes são oferecidos brindes, amostras e patrocínios da industrial farmacêuticas como forma de agradecimentos a atenção destinada aos representantes comerciais, portanto, isso pode impactar na qualidade do tratamento do paciente (Barros e Joany 2002, p.894).

No Brasil, há regulamentações específicas que estabelecem normas para o processo de prescrição de medicamentos. É importante ressaltar, que o ato de prescrever é uma etapa fundamental no cuidado ao paciente, e todos os profissionais qualificados e capacitados devem obedecer às normas e diretrizes vigentes de prescrição estabelecidos pelo Conselho Regional e Federal (CRF) e do Código de Ética (Nobre, 2013).

A prescrição de medicamentos no Brasil é regida pela lei Federal nº 9.787 de 1999 e pela resolução nº 357 de 2001 do Conselho Federal de Farmácia. Entende-se que a receita médica, é um documento importante, de valor legal, que implica na responsabilização daqueles que prescrevem, administram e comercializam os medicamentos perante o indivíduo (Bueno *et al.*, 2016) e uma prescrição adequada ou um tratamento criterioso, devem incluir na receita médica apenas os medicamentos essenciais (Madruga; Souza, 2011).

O médico ou responsável pela prescrição de medicamentos, não pode causar dano ao paciente, seja por meio de ações ou até mesmo as omissões, que sejam caracterizadas como imperícia, imprudência ou negligência, vale ressaltar que a responsabilidade médica é sempre pessoal, ou seja, cada profissional é individualmente responsável por suas ações e não pode transferir essa responsabilidade a terceiros (Bueno; Sousa; Xavier, 2016).

Os profissionais responsáveis pela prescrição de medicamentos desenvolvem seus próprios hábitos de prescrever, uma vez que não existe um padrão global estabelecido para o

mesmo (Souza & Borges, 2011). Milhares de prescrições são emitidas nos estabelecimentos de saúde no Brasil, sem atender aos requisitos de legalidade, legibilidade e completude necessários para fornecer informações adequadas na dispensação e garantir o uso correto dos medicamentos (Lyra; Prado; Abriata, 2004). No entanto, caso haja falta de cumprimento da responsabilidade ética na prescrição médica, isso pode acarretar prejuízos incalculáveis para a população. (Bueno; Sousa; Xavier, 2016)

Portanto, o objetivo principal dessa pesquisa é avaliar se a propaganda das indústrias farmacêuticas influencia na prescrição médica, através da análise das prescrições de uma farmácia comercial da cidade de Cascavel- PR.

2 METODOLOGIA

O tipo de pesquisa para esse projeto foi classificado como um estudo observacional descritivo, que foi uma análise das prescrições médicas que são receitadas aos pacientes de um hospital particular de Cascavel-PR. Mais especificamente, essa pesquisa envolveu a coleta e análise de dados das prescrições médicas para identificar se a presença e a influência dos representantes comerciais estão associadas a determinadas escolhas de medicamentos pelos médicos. É importante ressaltar que essa análise foi uma pesquisa observacional descritiva.

O objetivo principal foi analisar as prescrições médicas coletadas em uma farmácia comercial de Cascavel, PR. Os pesquisadores buscaram identificar padrões, destacar tendências e apresentar informações que serviram de base para discussões. Para alcançar esse objetivo, os pesquisadores analisaram cem receituários médicos que foram prescritos aos pacientes que passaram pelo atendimento de um hospital particular de Cascavel-PR.

Nesses receituários foi pesquisada a classe de antibióticos com maior frequência de prescrição e se estes eram mais caros em comparação com alternativas da mesma classe. Também foi verificada a repetição de medicamentos de um mesmo laboratório.

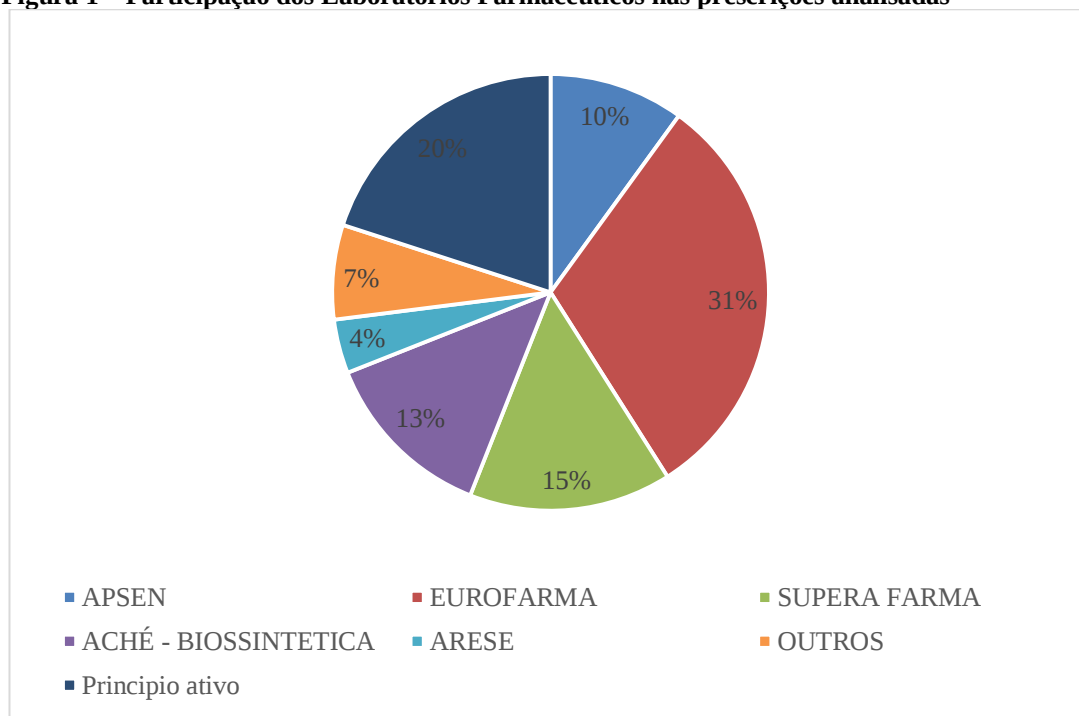
A coleta de dados foi realizada de acordo com as normativas que regulamentam a ética, garantindo a privacidade e confidencialidade dos dados obtidos por meio da prescrição médica. A pesquisa passou pela aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa (Plataforma Brasil), seguindo todos os regulamentos e diretrizes que se aplicam (Parecer de aprovação Nº 6.335.655).

Após as coletas de dados das prescrições médicas, foi desenvolvida uma análise descritiva dos resultados obtidos, apresentando por meio de gráficos e tabelas para demonstrar a influência dos representantes comerciais na prescrição médica.

3 RESULTADO/ DISCUSSÕES

Os resultados que foram apresentados no gráfico demonstraram as prescrições por laboratórios, fornecendo evidências de que as ações propagandistas dos representantes comerciais das indústrias farmacêuticas Eurofarma, Supera Farma e Aché-Biosintética, exerceram uma influência relevante na decisão dos médicos ao prescrever medicamentos para pacientes.

Figura 1 – Participação dos Laboratórios Farmacêuticos nas prescrições analisadas



Fonte: Autor, 2023

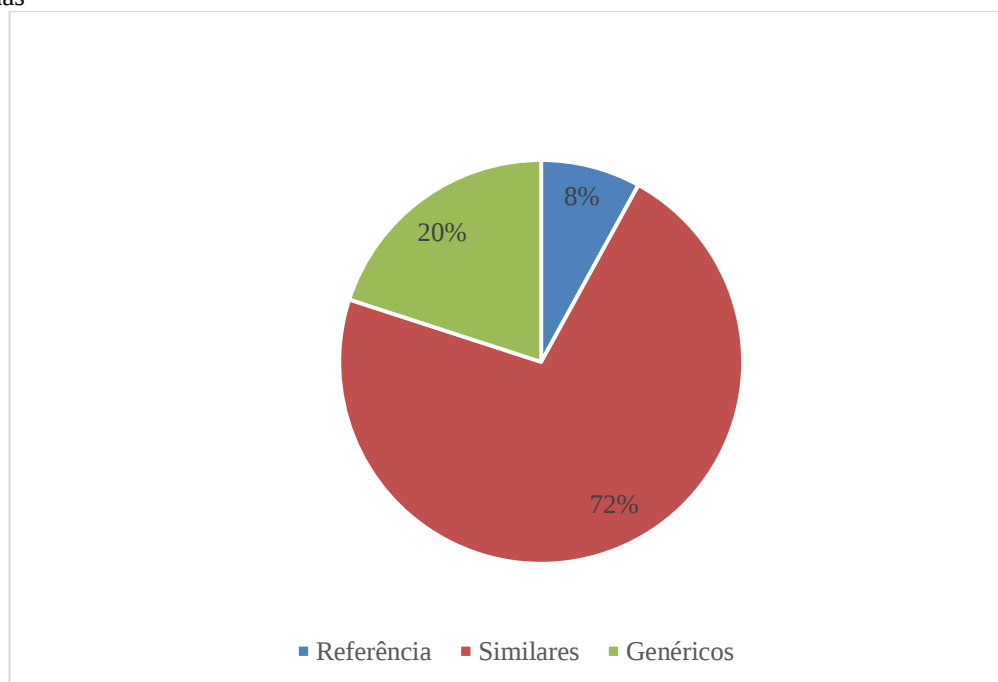
Na Figura 1, o destaque foi da indústria farmacêutica Eurofarma, com uma representatividade de 31% das prescrições médicas. Esta alta taxa em comparação aos demais laboratórios, forneceu indicativo da participação dos representantes comerciais na tomada de decisões na prescrição médica.

Os laboratórios Supera Farma (15%), Aché-Biosintética (13%) e Apsen (10%) representaram também participação nas prescrições médicas. A categoria "outros", que apresentou 7% das prescrições, destacou a existência de diversas indústrias farmacêuticas com baixa ou nenhuma participação nas decisões de prescrições médicas. Já o laboratório Arese apresentou a menor porcentagem dentro das receitas analisadas.

As prescrições que foram realizadas pelo nome do fármaco e não de marca específica, demonstrou 20% de participação do total das prescrições, sugerindo que os médicos podem estar tomando decisões com base na substância ativa do medicamento e não se restringiram à marca de uma fabricante. Quando o profissional opta por realizar a prescrição pelo nome do sal pode estar baseando sua conduta em evidências científicas e clínicas e não em propaganda (Abdala; Castilho, 2016).

O gráfico apresentado na Figura 2, demonstrou a participação em percentual das prescrições médicas entre Referência, Similares e Genéricos (princípio ativo). Esta análise visou aprofundar a compreensão da influência dos representantes comerciais na prescrição médica com base nessas diferentes classificações dos medicamentos.

Figura 2 – Porcentagem de medicamentos de Referência, Similares e Genéricos nas prescrições médicas analisadas



Fonte: Autor, 2023

Os dados do gráfico demonstrados na figura 2 indicaram um predomínio de medicamentos classificados como similares, representando 72% das prescrições médicas. A extensa utilização de medicamentos da classe similares, levantou questões sobre a independência dos médicos na prescrição, uma vez que eles podem ter sido influenciados por estratégias de marketing e/ou relacionamentos comerciais com fabricantes de similares (Nobre, 2013).

A categoria “genéricos” no gráfico, compreendeu apenas 20% das participações nas prescrições. Essa categoria ofereceu opções de tratamento economicamente vantajosas, muitas vezes menos dispendiosas e são medicamentos equivalentes aos medicamentos de referência em termos de qualidade e eficácia (Abdala; Castilho, 2016).

Entretanto, a categoria “referência” representou uma parcela relativamente pequena das prescrições, com apenas 8% do total. Os medicamentos de referência não foram a escolha predominante dos médicos prescritores, devido ao alto custo em comparação aos concorrentes do mercado. Os medicamentos mais prescritos foram o Lanico (12%) do laboratório Supera Farma, Astro (12%) e Tamiram (7%) da Eurofarma e Zirk (10%) da Biosintética.

A Tabela 1, forneceu informações sobre o medicamento azitromicina, que teve maior quantidade de prescrições e um comparativo entre as classes de medicamentos e seu valor de compra.

Tabela 1 – Porcentagem da prescrição do medicamento azitromicina 500mg com 3 comprimidos por classificação, nome de laboratório e valor de compra

Classificação	Nome (Laboratório)	Valor do Medicamento (R\$)	Nº Prescrições (%)
Referência	Zirtromax (Pfizer)	39,98	0
Similar	Astro (Eurofarma)	21,89	48
Similar	Zirk (Biosintética)	17,61	40
Genérico	Azitromicina (Medley)	14,90	13

Fonte: Autor, 2023.

Os medicamentos similares, como Astro (Eurofarma) e Zirk (Biosintética), apareceram com participação de 48% e 40% respectivamente, sendo representações significativas no número de prescrições, totalizando 88%. Esse dado sugeriu que os representantes comerciais podem ter desempenhado um papel essencial ao promover esses medicamentos para os profissionais prescritores.

O medicamento de referência, Zirtromax (Pfizer), que não obteve nenhuma prescrição no período de análise, possivelmente pela falta de interesse médico, motivado pelo fato do medicamento ter custo maior em comparação com os outros laboratórios. Porém a classe de medicamentos genéricos foi a que teve o menor custo e representou apenas 13% das prescrições médicas, sendo que apresentam os mesmos benefícios do que os similares.

A Tabela 2, ilustrou a mesma tendência de prescrição médicas, tendo prevalência nas classes de medicamento similares.

Tabela 2 – Porcentagem da prescrição do medicamento amoxicilina com clavulanato 875+125mg com 14 comprimidos por classificação, nome de laboratório e valor de compra

Classificação	Nome (Laboratório)	Valor do Medicamento
---------------	--------------------	----------------------

		(R\$)	Nº Prescrições (%)
Referência	Clavulin BD (GSK)	98,62	0
Similar	Lanico (Supera Farma)	93,78	57,15
Similar	Sinot Clav (Eurofarma)	99,90	23,80
Genérico	Amoxicilina+ Clavulanato (EMS)	72,90	19,05

Fonte: Autor, 2023.

Conforme demonstrado na Tabela 2, os medicamentos similares representaram 57,15% (Lanico) e 23,80% (Sinot Clav), totalizando 81% das prescrições analisadas. Esta classe foi mais prescrita, apesar da proximidade ou mesmo superioridade dos valores de mercado em relação aos medicamentos de referência. Este fato foi evidenciado pela prescrição do medicamento Sinot Clav, que apresentou um custo de R\$99,90 em comparação com o medicamento de referência, cujo preço foi de R\$98,62.

O medicamento de referência não obteve nessa análise nenhuma prescrição. Já a classe dos genéricos obteve 19% das prescrições, que foi consideravelmente baixo, uma vez que apresentam os mesmos benefícios dos medicamentos similares e um preço mais acessível, além de evidenciar ao paciente o nome do princípio ativo do medicamento. Portanto, a tabela reforçou que há uma influência considerável dos representantes comerciais na prescrição de medicamentos, com os similares como a opção preferencial.

Por fim, por meio de uma consulta ao REMUME, uma lista elaborada pelo município de Cascavel-PR, que contempla medicamentos considerados essenciais para atender às demandas de saúde da comunidade local, notou-se que diversos medicamentos que foram prescritos, são disponibilizados nas farmácias básicas do município, como azitromicina e amoxicilina com clavulanato, onde o paciente pode fazer o tratamento sem nenhum custo ao adquirir o medicamento pelo sistema público de saúde.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na pesquisa realizada, os dados revelaram que os representantes influenciaram nas decisões dos profissionais prescritores ao prescrever medicamentos para os pacientes em um hospital particular, com destaque para medicamentos similares do laboratório Eurofarma. Os principais medicamentos prescritos apresentavam alternativas mais econômicas disponíveis ou eram fornecidos pela Farmácia Básica de acordo com o REMUME.

Dessa forma conclui-se que é de suma importância que haja transparência e ética nas relações entre a indústria farmacêutica e seus profissionais, conhecidos como representantes comerciais, assim como os profissionais de saúde, especialmente aqueles que fazem as

prescrições. Os profissionais prescritores devem ser incentivados a tomar decisões sobre as prescrições com base na eficácia, segurança e custo-benefício dos medicamentos.

REFERÊNCIAS

- ABDALLA, M. C.E.; CASTILHO S.R. **Análise da propaganda dirigida a profissionais de saúde**. Universidade Fluminense, 2016.
- ANGELL, M. **The truth about drug companies**. New York: Random House, 2004.
- AQUINO, D. S.; BARROS, J. A. C.; SILVA, M. D. P. **A automedicação e os acadêmicos da área de saúde**. Ciênc. Saúde Coletiva, v. 15, n. 5, 2010, p. 2533-2538.
- BARROS, José Augusto Cabral de; JOANY, Sabrina. **Anúncios de medicamentos em revistas médicas: ajudando a promover a boa prescrição?** Ciênc. saúde coletiva, Rio de Janeiro, v. 7, n. 4, p. 891-898, 2002.
- Bretzke, M. **Marketing de relacionamento e competição em tempo real com CRM (customer relationship management)**. São Paulo: Atlas. 2001.
- Coelho, N. **O propagandista e o futuro**. Revista UP Farma, 33, julho. Edição especial. 2011.
- DAMMENHAIN, R. A. **Manual Prático para Prescrição de Medicamentos de acordo com a legislação sanitária brasileira**. Versão dezembro de 2010, São Paulo, 2010.
- LYRA, D. P.; PRADO, M. C.T. A.; ABRIATA, J. P. et al. **As prescrições médicas como causadoras de risco para problemas relacionados com os medicamentos**. Seguin.Farmacoter, v. 2, n. 2, p. 86–96. 2004.
- MADRUGA, C. M. D., SOUZA, E. S. M. **Manual de orientações básicas para prescrição médica**. 2ª edição. CRM-PR, 2011.
- Miranda, L. B.; Sousa, S. F.; Xavier, M. P. **Responsabilidade ética na prescrição médica: relato de experiência**. Gurupi-TO. Revista amazonia Science & Health, recebido em 15 de janeiro de 2016, aceito em 25 de Abril de 2016.
- MOLINARI, G. J. D. P.; MOREIRA, P. C. S.; CONTERNO, L. O. **A influência das estratégias promocionais das indústrias farmacêuticas sobre o receituário médico**. Faculdade de medicina de Marília: uma visão ética. Marília, Revista Brasileira de Educação Médica, 2005.
- NOBRE, P. F. S. **Prescrição Off-Label no Brasil e nos EUA: aspectos legais e paradoxos**. Ciênc. saúde coletiva, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, p. 847-854, mar. 2013.
- OLIVEIRA, C. S.; SANTOS, A. S.; LEITE, I. C. G. **Avaliação da qualidade das prescrições médicas da farmácia municipal de Catalão - Goiás**. Minas Gerais: Rev. Med. Minas Gerais, 2015.
- OLIVEIRA, Rayanne C. **Nível de conhecimento sobre a prescrição médica entre usuários da atenção básica de Lagarto/se. Lagarto**: Universidade Federal de Sergipe Campus Universitário Professor Antônio Garcia Filho, 2018.

PALÁCIOS, et al. **Promoção e propaganda de medicamentos em ambiente de ensino: elemento para debate.** Comunidade saúde e educação. V.12, pp 893-905 dezembro de 2008.

Peppers, D. Rogers, M. Dorf, B. **Marketing one to one.** São Paulo: Makron Books. (2001)

PORTELA, A. S.; SIMÕES, M. O. S.; FOOK, S. M. L.; NETO, A. N. M.; SILVA, P. C. D. **Prescrição médica: orientações adequadas para o uso de medicamentos?** Campina Grande: Ciência & Saúde Coletiva, 2008.

RABELLO, E.T.; CAMARGO, K.R.J. **Drug advertising: health as a consumer product.** Interface - Comunic., Saúde, Educ., v.16, n.41, p.357-67, abr./jun. 2012.

Rodrigues, E. C. **A importância do marketing de relacionamento para os representantes da indústria farmacêutica.** Trabalho de conclusão de curso de especialização, Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro. 2013.

SILVA, E. R. B., BANDEIRA, V. A. C., OLIVEIRA, K. O. **Avaliação das prescrições dispensadas em uma farmácia comunitária no município de São Luiz Gonzaga – RS.** Rev Ciênc Farm Básica Apl, v. 33, n. 2, p. 275-281, 2012.

Secretaria de Saúde do Município de Cascavel. (2019). **Relação Municipal de Medicamentos Essenciais (REMUME): Medicamentos Básicos** - Outubro de 2019. Cascavel, PR. Disponível em https://sesau.cascavel.pr.gov.br/storage/arquivo/remume_basicos_outubro_2019.pdf. Acesso em: 15 de novembro de 2023.

Scharitzer D. & Kollarits H. C. (2000). **Satisfied customers: profitable customer relationships: pharmaceutical marketing: how pharmaceutical sales representatives can achieve economic success through relationship management with settled general practioners: an empirical study.** Total Quality Management, Abingdon, 11(7).

SOARES, J.C.R.S. **Quando o anúncio é bom, todo mundo compra. O projeto de monitoração e a propaganda de medicamentos no Brasil.** Ciências & Saúde Coletiva, v. 13, suppl., p. 641-649, 2008.

SOUSA, I. F.; BORGES, D. B. **Prescrição de medicamentos: legislação e recomendações.** Instituto Salus, maio-junho de 2011.

TOOP, L. et al. **Report to the minister of health supporting the case for a ban on DTCA.** 2003. Disponível em <https://shorturl.at/mGLPY> . Acesso em: 16 de outubro de 2023.

WEBER, D., BUENO, C.S., OLIVEIRA, K. R. **Análise das prescrições medicamentosas de um hospital de pequeno porte do Estado do Rio Grande do Sul.** Revista de Ciências Farmacêuticas Básica e Aplicada. p. 139-145, 2012.