
Artigo Original

Comportamento do consumidor de medicamentos e serviços farmacêuticos: desafios atuais e horizontes pós-Covid-19

Consumer behavior of pharmaceutical drugs and services: current challenges and post-Covid-19 horizons



<http://dx.doi.org/10.18316/sdh.v9i3.7689>

Helena Hiemisch Lobo Borba^{1*}, Denise Maria Woranovicz Carvalho²

RESUMO

Objetivo: Entender o comportamento do consumidor de medicamentos e serviços farmacêuticos na época da pandemia de Covid-19. **Materiais e métodos:** Fez-se uma survey quantitativa por meio de questionário elaborado no Google Forms e disseminado por meios eletrônicos. Foram coletados dados sociodemográficos e acerca da compra de medicamentos e uso de serviços farmacêuticos em farmácias comunitárias. Os dados foram analisados com os softwares Microsoft Excel 365 e SPSS v. 22. **Resultados:** Obteve-se 250 respostas, predominantemente de indivíduos do estado do Paraná e com alto grau de escolaridade e renda. Não houve redução importante na compra de medicamentos na pandemia e certos

medicamentos (e.g. analgésicos, antigripais) foram adquiridos em volume maior neste período. Houve aumento da compra de álcool gel, máscaras e na procura por vitaminas, além do aumento da compra on-line de medicamentos. Constatou-se a necessidade de atuação mais categórica do farmacêutico como provedor de orientações acerca de medicamentos, sobretudo aqueles potencialmente destinados ao tratamento da Covid-19. **Conclusão:** No cenário atual de infodemia e desinformação, esta pesquisa revela a importância de mais ações do farmacêutico, especialmente quanto à educação em saúde, além da potencialidade de explorar a interação virtual do paciente com este profissional.

Palavras-Chaves: COVID-19; Comportamento do Consumidor; Assistência Farmacêutica.

ABSTRACT

Objective: To understand the behavior of consumers of medicines and pharmaceutical services at the time of Covid-19 pandemic. **Material and Methods:** A quantitative survey was carried out through a questionnaire developed in Google Forms and electronically disseminated. Sociodemographic data and information on the purchase of medicines and use of pharmaceutical services in community pharmacies were collected. Data were analyzed using Microsoft Excel 365 and SPSS v. 22. **Results:** A total of 250 responses were obtained, mainly from individuals from the state of Paraná and with a high level of education and income. There was no major reduction in the purchase of medicines during the pandemic and certain drugs (e.g. painkillers, cold medicines) were

¹ Departamento de Farmácia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Brasil.

² Departamento de Administração Geral e Aplicada, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Brasil.

***Autor correspondente:** Departamento de Farmácia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Av. Pref. Lothário Meissner, 632, Jardim Botânico, Curitiba, PR. CEP 80210-170, Brasil.

E-mail: helena.hlb@gmail.com

Submetido em: 14.10.2020

Aceito em: 28.01.2021

purchased in larger amounts during this period. There was an increase in the purchase of hand sanitizers, masks, and vitamins, in addition to an increase in online purchase of medicines. A more categorical role of the pharmacist in medication counseling is needed, especially concerning medicines potentially intended for Covid-19 treatment. **Conclusion:** In the current scenario of infodemia and misinformation, this research reveals the importance of more actions by the pharmacist, especially regarding health education, in addition to the potential to explore the virtual interaction between patient and pharmacist.

Keywords COVID-19; Consumer Behavior; Pharmaceutical Services.

INTRODUÇÃO

Desde a declaração da Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre a Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional representada pela Covid-19¹, a população tem reagido com mentalidade de estoque, de modo que e as seguintes categorias se tornaram prioridade: suprimentos médicos, álcool, lenços umedecidos, kits de primeiros socorros, antissépticos, medicamentos para gripe e resfriado e tosse².

Devido à necessidade do isolamento social, o comportamento dos cidadãos sofreu algumas modificações, incluindo a adaptação às tecnologias on-line emergentes³. O relatório de Chaudhary (2020) reforça esta assertiva, afirmando que o setor de comércio eletrônico ganhou impulso muito antes da pandemia, mas devido a tantos bloqueios pandêmicos, uma demanda por produtos essenciais (mantimentos e medicamentos) foi imposta às empresas de comércio eletrônico, o que pode ser tanto um desafio quanto uma oportunidade. Fazer compras on-line era uma questão de conveniência, mas agora se tornou uma necessidade para evitar aglomerações e se proteger do vírus⁴.

De fato, a popularidade dos mercados on-line vem crescendo entre vendedores e compradores⁵, e para Neger et al., em pesquisa realizada em Bangladesh durante a pandemia do coronavírus, fatores administrativos e fatores relacionados a produto, economia de tempo, e pagamento influenciam o comportamento de compra dos consumidores pela internet⁶. Assim,

compras on-line de diversos tipos de produtos, incluindo medicamentos, passaram a fazer parte do cotidiano de muitas pessoas⁷.

Os efeitos de longo prazo da Covid-19 ainda não foram determinados, mas seu impacto no varejo é significativo, pois os varejistas de bens essenciais, como é o caso da saúde, têm tido oportunidades de aumento de demanda para atender os consumidores em casa⁸. Mesmo o boletim do Sebrae (2020) afirma que, com registros de aumento das vendas nesse período de isolamento social provocado pela pandemia do novo coronavírus, as farmácias, na contramão de outros setores, tiveram no Brasil um incremento de 15% nas demandas, e a sugestão é que as empresas do setor desenvolvam canais alternativos de venda e repensem estratégias⁹.

Ainda não foram publicados estudos sobre as vendas em farmácias de medicamentos para o tratamento de doenças agudas e crônicas durante a pandemia. Pode-se presumir que as pessoas comprarão quantidades maiores de medicamentos e solicitarão mais prescrições se temerem quarentenas prolongadas¹⁰. Esta prática pode instigar ainda mais a automedicação, que pode ser influenciada pelas carências e hábitos culturais da sociedade, bem como pela qualidade dos serviços de saúde e pelas práticas dos prescritores¹¹.

A automedicação é uma prática inerente ao autocuidado e se define como a seleção e utilização de medicamentos isentos de prescrição, ou seja, não tarjados, para o tratamento de desordem autolimitada reconhecida pelo próprio indivíduo¹². Todavia, a despeito de ser uma prática reconhecida pela OMS e representar um setor financeiro promissor, quando realizada de maneira inadequada, sem orientação de profissional habilitado, a automedicação pode gerar danos à saúde¹³. Nesse sentido, o farmacêutico se destaca como profissional de saúde com capacidade de atender aos desafios que existem atualmente no sistema de saúde e de prover uma variedade de serviços ao público e aos pacientes, uma vez que consistem nos profissionais de saúde mais acessíveis e o primeiro ponto de contato para o tratamento de pequenas doenças. Entretanto, os farmacêuticos são frequentemente referidos como os profissionais de saúde mais subutilizados, muitas vezes limitados à função de venda de medicamentos^{14,15}.

Por meio de uma revisão de escopo, verificou-se que a maioria dos consumidores busca orientação do farmacêutico em relação aos medicamentos de venda livre¹⁶. De fato, o farmacêutico pode ajudar na resolução de problemas relacionados com medicamentos, mas é necessário desenvolver uma relação de confiança com o usuário, ou seja, é preciso que uma parceria com o paciente seja estabelecida. Assim, a mudança de foco, do medicamento para o paciente, proporcionada com o advento do Cuidado Farmacêutico, aumenta a segurança do farmacêutico diante do novo desafio da consulta farmacêutica¹⁷.

Em época de isolamento social, uma estratégia que permite aos farmacêuticos expandir ainda mais o alcance de suas intervenções de maneira eficiente é por meio da utilização da telemedicina, que é o uso de informações médicas por meio de comunicações eletrônicas: interações telefônicas, transmissão eletrônica de dados clínicos, serviços de mensagens eletrônicas, entre outros, para melhorar o estado de saúde de um paciente¹⁴.

A pandemia trouxe a necessidade de reflexões acerca de compra de medicamentos, de compra de outros itens necessários para o seu enfrentamento, de novas formas de compras de produtos e serviços de saúde, bem como acerca da automedicação, da importância do farmacêutico na promoção da saúde da população, e da necessidade do conhecimento, por parte dos consumidores, dos serviços farmacêuticos destinados ao paciente, à família e à comunidade. Assim, o objetivo desta pesquisa é entender o comportamento do consumidor de medicamentos e serviços farmacêuticos na época da pandemia de Covid-19.

MATERIAIS E MÉTODOS

Este estudo, de caráter transversal¹⁸, visa a entender o comportamento do consumidor de medicamentos e de serviços farmacêuticos na época da pandemia da Covid-19. Considerou-se apropriado conduzir um estudo quantitativo, do tipo descritivo, realizado de maneira não probabilística por conveniência (ou acessibilidade), que seleciona elementos pela facilidade de acesso a eles, na forma de um questionário, ou survey¹⁸⁻²¹.

O questionário foi desenvolvido pelos pesquisadores e submetido à validação por três professores farmacêuticos com profundo conhecimento em medicamentos e serviços farmacêuticos. Após a validação, foram aplicados questionários preliminares (pré-teste) com quatro participantes para verificar a necessidade de ajustes e para saber o tempo necessário para completar o questionário. A versão final do questionário é composta de 30 questões, do tipo pesquisa de opinião pública, extraídas da literatura prévia e ajustadas para o contexto deste estudo; o tempo necessário para preenchimento é de 10 minutos.

O questionário, que compreende questões fechadas e de múltipla escolha, foi estruturado em três partes, com questões referentes a: 1) perfil socioeconômico dos respondentes; 2) compra de medicamentos em lojas físicas e pela internet; 3) utilização de serviços e procedimentos farmacêuticos em lojas físicas e pela internet. Para este estudo foram adotadas as definições de serviços e procedimentos farmacêuticos constantes no documento "Serviços farmacêuticos diretamente destinados ao paciente, à família e à comunidade - contextualização e arcabouço conceitual", do Conselho Federal de Farmácia²².

Para desenvolver o questionário, os autores adaptaram, para o contexto deste estudo, as questões e discussões encontradas na literatura referentes a: dados demográficos e moradia²³⁻²⁴, seleção de farmácia^{23,25,26}, compra de medicamentos^{23,27}, compra de medicamentos on-line^{28,29}, compra de outros itens^{30,31}, utilização de serviços e procedimentos^{32,33} e utilização de serviços via telefone^{4,31,34}.

Para desenvolver o formulário os autores entenderam que a aplicação deveria ser remota, em função do isolamento social oriundo da pandemia do novo coronavírus. Pesquisas on-line fornecem muitas vantagens para o respondente: além de serem eficientes em termos de tempo e convenientes para os entrevistados, outros pontos positivos do questionário eletrônico são rapidez do preenchimento, facilidade de leitura e atratividade propiciada pela interatividade^{35,36}. Para o pesquisador, destacam-se o controle sobre o preenchimento incorreto do questionário³⁷, impedindo que o respondente avance para o item seguinte se a questão presente não for respondida corretamente, além do aumento na credibilidade e na velocidade de apuração dos dados coletados³⁶.

Uma das ferramentas que possibilita desenvolvimento, disponibilização e avaliação dos questionários é o Google Docs³⁸. Mesmo sabendo das “vulnerabilidades que existem nos meios virtuais, como possíveis falhas nos servidores, perdas de credenciamento, manutenções dos serviços, entre outras”³⁸, a aplicação em meio eletrônico foi escolhida pois para desenvolver o formulário os autores entenderam que a aplicação deveria ser remota, em função do isolamento social oriundo da pandemia do novo coronavírus. Ademais, apesar dos dados referentes a linhas móveis³⁹ e do aumento do uso da internet no Brasil^{40,41}, e cientes da possível obtenção de “resultados não representativos da população, devido à existência de diferenças socioeconômicas entre as pessoas que utilizam a Internet e o restante da população”³⁶, optou-se pelo envio dos questionários por meio virtual. Assim, o instrumento de coleta foi construído na plataforma Formulários Google e divulgado via internet, entre 26 de junho e 30 de julho de 2020, de duas formas: por meio do aplicativo Whatsapp e por meio do envio de e-mails.

Não foi necessária identificação alguma dos respondentes, o que assegurou a confidencialidade das respostas, e a participação foi voluntária. Após leitura de um texto, o respondente concordava com os termos da pesquisa ao prosseguir respondendo. Todas as perguntas tinham obrigatoriedade de resposta; assim, alguns procedimentos de controle foram colocados em prática: “Caso tenha respondido ‘não’ na questão anterior, por favor, responda ‘não se aplica’”. A pesquisa reuniu dados da população brasileira que dispõe de algum equipamento digital com acesso à internet.

Os dados foram tabulados em planilha e analisados por meio de métodos descritivos utilizando os softwares Microsoft Excel 365 e SPSS versão 22 (IBM Corp, Armonk, NY, USA). A normalidade da distribuição dos dados contínuos foi analisada por meio do teste de Kolmogorov-Smirnov. Dados com distribuição normal foram

sumarizados como média seguida do desvio padrão e dados com distribuição não normal foram apresentados como mediana seguida de mínimo e máximo. Dados de natureza categórica foram analisados quanto à frequência.

RESULTADOS

Foram obtidas 250 respostas de 10 estados brasileiros, contemplando as regiões Sul (Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul), Sudeste (São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo), Centro-Oeste (Mato Grosso e Mato Grosso do Sul) e Norte (Pará). As respostas obtidas na fase de pré-teste não foram incluídas neste estudo.

Aproximadamente 85% dos respondentes (n=212) relataram residir no estado do Paraná, dos quais 68% (n=145) referiram morar em Curitiba. Quanto aos dados sociodemográficos, a mediana de idade dos 250 respondentes foi de 34 anos (14-72), 72% (n=179) eram do sexo feminino, 42% (n=106) possuíam renda superior a cinco salários-mínimos (R\$ 5.225,00), 37% (n=93) cursaram pós-graduação e 71% (n=178) relataram residir com uma a três pessoas. As ocupações relatadas foram bastante variadas, sendo amostra composta por 25% (n=63) de estudantes e 19% (n=48) de profissionais de saúde (Tabela 1).

Ao serem inquiridos sobre os hábitos de compras de medicamentos e outros produtos para a saúde em estabelecimentos farmacêuticos, 49% (n=122) referiram frequentar sempre a mesma farmácia e a maioria dos respondentes (66% - n=166) revelou utilizar carro particular como meio de transporte para esta finalidade. Entre os demais meios de transporte relatados, aproximadamente 30% (n=74) referiram ir a pé até a farmácia, quatro indivíduos relataram utilizar táxi/Uber, três referiram ônibus e três mencionaram outros meios.

Tabela 1. Dados sociodemográficos dos respondentes.

Variável	N	%
<i>Sexo</i>		
Feminino	179	71,6
Masculino	71	28,4
<i>Ocupação</i>		
Estudante	63	25,2
Profissional da saúde	48	19,2
Professor	17	6,8
Aposentado	15	6
Servidor público	10	4
Advogado	6	3,2
Empresário	6	2,4
Do lar	6	2,4
Autônomo	6	2,4
Área administrativa	6	2,4
Designer	4	1,6
Outros	61	24,4
<i>Renda</i>		
Até um salário mínimo (R\$ 1.045,00)	9	3,6
Entre um e dois salários mínimos (R\$ 1.045,00 - R\$ 2.090,00)	27	10,8
Entre dois e três salários mínimos (R\$ 2.090,00 - 3.135,00)	47	18,8
Entre três e quatro salários mínimos (R\$ 3.135,00 - 4.180,00)	26	10,4
Entre quatro e cinco salários mínimos (R\$ 4.180,00 - 5.225,00)	35	14
Mais que cinco salários mínimos (+ R\$ 5.225,00)	106	42,4
<i>Escolaridade</i>		
Ensino fundamental incompleto	5	2
Ensino fundamental completo	2	0,8
Ensino médio incompleto	4	1,6
Ensino médio completo	23	9,2
Ensino superior incompleto	53	21,2
Ensino superior completo	70	28
Pós-graduação	93	37,2
<i>Com quantas pessoas reside</i>		
0 (mora sozinho)	21	8,4
1	52	20,8
2	59	23,6
3	67	26,8
4	40	16
5 ou mais	11	4,4

Variável	N	%
<i>Estado onde reside</i>		
Paraná (PR)	212	84,8
São Paulo (SP)	18	7,2
Minas Gerais (MG)	7	2,8
Rio Grande do Sul (RS)	4	1,6
Espírito Santo (ES)	2	0,8
Santa Catarina (SC)	2	0,8
Pará (PA)	2	0,8
Mato Grosso do Sul (MS)	1	0,4
Mato Grosso (MT)	1	0,4
Rio de Janeiro (RJ)	1	0,4

Fonte: Dados sociodemográficos dos respondentes. Brasil, 2020.

Com relação a enfermidades, 48% (n=121) dos respondentes referiram não possuir doenças. Entre os indivíduos que informaram alguma enfermidade a mais prevalente foi ansiedade (relatada por 55 respondentes), seguida de hipertensão (n=29), dislipidemias (n=23), depressão (n=21) e distúrbios da tireoide (n=20). A lista completa de enfermidades relatadas pelos respondentes encontra-se no material suplementar. Dos 250 respondentes, 54% (n=134) referiram fazer uso de medicamento prescrito por médico ou outro profissional de saúde, perfazendo 43 classes terapêuticas informadas, sendo mais prevalentes medicamentos antihipertensivos (n=32), antidepressivos (n=32), estatinas (n=21), complexo vitamínico – incluindo cálcio e colágeno (n=21), anticoncepcional (n=18), hormônio tireoidiano (n=17) e antidiabéticos (n=10). A lista completa de medicamentos prescritos referidos pelos respondentes encontra-se no material suplementar. Ao serem indagados sobre automedicação, 53% (n=133) dos respondentes referiram fazer uso de medicamentos que não haviam sido prescritos por médico ou outro profissional de saúde, totalizando 34 classes terapêuticas distintas. Destas, as mais prevalentes foram analgésicos (n=87), anti-inflamatórios (n=30), complexo vitamínico/suplementos (n=25), antihistamínicos (n=24) e relaxantes musculares (n=18). A lista completa de medicamentos utilizados por automedicação relatados pelos respondentes encontra-se no material suplementar.

Concernente a possíveis mudanças no perfil de compra de medicamentos e produtos para a saúde em virtude da pandemia de Covid-19, ao serem questionados se deixaram de adquirir algum medicamento durante este período 11 indivíduos relataram que sim, de um total de 199 que referiram utilizar medicamentos. Dos medicamentos que deixaram de ser adquiridos incluíram-se antiacneico sistêmico, antidepressivo, psicoestimulante, anti-inflamatório, antiasmático, hormônio tireoidiano, analgésico, calmante fitoterápico, antihistamínico e inibidor de bomba de prótons. Os motivos que levaram à não aquisição de medicamentos durante o período de pandemia incluíram “No caso de medicamento com receita, não foi ao médico renovar a prescrição” (n=2), “Isolamento social (não está saindo de casa)” (n=4), “Financeiro” (n=1), “Acredita que o medicamento não é tão necessário” (n=2), “O médico pediu para suspender a medicação” (n=1) e “Contraindicado no caso de Covid-19” (n=1). Uma pessoa não relatou o motivo e um respondente relatou tanto o motivo financeiro como a crença de que o medicamento não é tão necessário. Ao serem indagados sobre a aquisição de medicamentos a mais durante o período de pandemia, 46 indivíduos responderam que o fizeram, destacando-se a compra de complexos vitamínicos (incluindo vitamina C e vitamina D), referida por 18 respondentes. Outrossim, foi ainda relatada a aquisição de analgésicos, antihistamínicos, antibióticos, antigripais, vermífugos (incluindo ivermectina), hidroxicloroquina, entre outros (a lista completa é apresentada no material suplementar).

Dos 166 respondentes que referiram a aquisição de produtos a mais para a saúde em farmácias durante o período de pandemia, destacou-se a compra de álcool 70%/álcool gel (n=136), máscara (n=82), vitaminas (n=40) e termômetro (n=13). A lista completa de produtos a mais adquiridos em farmácia relatados pelos respondentes encontra-se no material suplementar. Com relação à frequência de ida à farmácia durante o período de pandemia, a maioria dos respondentes referiu que esta se manteve inalterada (58% - n=146), 32% (n=80) relataram que a frequência diminuiu e 10% (n=24) revelaram aumento na frequência. Quanto à compra on-line de medicamentos observou-se o aumento desta prática entre os respondentes no período de pandemia, de modo que anteriormente a este período 16% (n=39) referiram a compra on-line de medicamentos, taxa que aumentou para 21% (n=53) no atual período.

Ao serem questionados sobre o conhecimento e uso de serviços e procedimentos que o farmacêutico pode realizar na farmácia, 64% (n=159) dos respondentes referiram conhecer tais serviços e procedimentos, sendo que 63% (n=157) dos investigados relataram já ter buscado na farmácia atendimento do profissional farmacêutico. Entre os serviços e procedimentos mais solicitados pelos respondentes destacaram-se orientação do farmacêutico (n=70), seguida de aplicação de injetáveis (n=66), aferição da pressão arterial (n=54) e colocação de brinco (n=46). A consulta farmacêutica propriamente dita foi referida por apenas um respondente. A lista completa de serviços e procedimentos farmacêuticos relatados pelos respondentes encontra-se no material suplementar. Com relação à mudança na frequência de ida à farmácia para usar serviços ou realizar procedimentos durante o período da pandemia de Covid-19, 21% (n=52) dos indivíduos referiram redução desta frequência e apenas um referiu aumento. Os demais relataram que não houve alteração ou que não utilizam a farmácia para estes fins. Dos motivos relacionados à mudança na frequência de ida à farmácia para o uso de serviços ou realização de procedimentos, 148 respondentes relataram estar fazendo isolamento social e 85 referiram medo de se contaminar com o coronavírus. Dois respondentes relataram ter ido à farmácia para realizar o exame de Covid-19. No que concerne ao uso de serviços farmacêuticos via telefone, como orientações sobre medicamentos, por exemplo, somente 8% (n=19) dos indivíduos

relataram ter realizado tal prática anteriormente ao período de pandemia, enquanto 6% (n=15) informaram tê-lo feito durante o atual período.

DISCUSSÃO

No contexto da Covid-19, os resultados obtidos nesta pesquisa confirmam informações que vêm sendo apresentadas nas publicações científicas até o presente momento com relação a: mentalidade de estoque desde o início da pandemia^{2,10,15,42,43}, a compra de medicamentos e o papel do farmacêutico^{8,14,15,44}, e aumento de compra on-line desde o início da pandemia^{3,5-8,45}.

Embora o questionário tenha sido enviado sem restrições de localização geográfica, a maioria das respostas obtidas foi proveniente de respondentes residentes no estado do Paraná. Ademais, grande parte dos respondentes apresentou renda superior a cinco salários-mínimos e foi composta de indivíduos com alto grau de escolaridade (graduação e pós-graduação). Destarte, a amostra analisada no presente estudo reflete um pequeno estrato da sociedade brasileira, de maior escolaridade e maior poder aquisitivo.

Mais de metade dos respondentes afirmaram, independentemente da pandemia, fazer uso de medicamentos que não haviam sido prescritos por médico ou outro profissional de saúde. Embora a automedicação seja uma prática reconhecida pela OMS como parte dos cuidados de saúde¹², nesta época de pandemia pode estar ocorrendo o fenômeno de “compra de pânico”, de modo que o medo da falta do medicamento atua como propulsor de compras além do necessário^{10,15,43}.

Os resultados apontam para o fato de não ter havido redução importante na compra de medicamentos durante a pandemia, o que pode decorrer de diversos fatores: para ir à farmácia, grande parte dos respondentes afirmou que possui veículos próprios e outros ainda afirmaram ir a pé, motivo pelo qual não necessitam de transporte coletivo para ir à farmácia e com isso não mudaram seu comportamento de compra; os respondentes têm nível econômico elevado, e isto leva à manutenção da aquisição do medicamento e do tratamento com o medicamento, mesmo em tempos de crise, além do aumento do estoque de certos medicamentos por parte dos consumidores, como ocorreu no estudo de Kostev et al¹⁰.

Além do pouco pronunciado relato de redução na compra de medicamentos, uma parcela dos respondentes referiu ter adquirido medicamentos a mais durante a pandemia, com destaque para medicamentos isentos de prescrição. Não obstante, houve relatos de compra de medicamentos tarjados, que embora possam ter sido adquiridos mediante prescrição médica (especialmente no caso de medicamentos vendidos com retenção de receita, como antibióticos), existe a possibilidade de terem sido comprados sem a devida receita (no caso de medicamentos vendidos sem a retenção da prescrição). Ademais, dois respondentes relataram a compra do vermífugo ivermectina e um dos respondentes do antimalárico hidroxiquina. Estes medicamentos têm sido utilizados de forma *off label* para o tratamento da Covid-19, muito embora não haja evidências científicas que suportem o seu uso para tal finalidade, além de haver evidências mostrando o potencial malefício do uso destas substâncias, especialmente a hidroxiquina⁴⁶. Ainda, um dos respondentes relatou que se informou na farmácia sobre a disponibilidade da hidroxiquina caso apresentasse sintomas de Covid-19, e que ao ser informado sobre a inclusão deste medicamento na Lista de Substâncias Sujeitas a Controle Especial no Brasil sentiu-se vulnerável. Esta situação reflete uma carência na provisão do serviço de educação em saúde²² por parte do farmacêutico, o qual deveria ter fornecido, neste momento oportuno, orientações baseadas nas melhores evidências disponíveis acerca da doença Covid-19 e do seu adequado manejo.

No atual cenário de infodemia e desinformação, com excessivo volume de informações, sendo muitas destas falsas ou imprecisas⁴⁷, torna-se imprescindível a atuação mais categórica do farmacêutico como provedor de orientações acerca da saúde e dos medicamentos para a população, indo ao encontro da promoção do uso racional de medicamentos. Kretchy, et al expõem que o farmacêutico comunitário ocupa uma posição estratégica nos serviços de saúde uma vez que consiste no profissional de saúde mais acessível à população neste período de pandemia para abordar questões referentes ao uso de medicamentos, tanto por indivíduos saudáveis como por pacientes portadores de doenças crônicas⁴⁴. No Brasil, campanhas anuais ocorrem no dia 5 de maio para tratar do uso racional de medicamentos e promover a automedicação responsável. Em 2020 a campanha foi voltada à pandemia e reiterou a importância de as

pessoas consultarem o farmacêutico antes do uso de qualquer medicamento. Este alerta foi motivado pelo aumento pronunciado nas vendas de medicamentos relacionados à Covid-19 no início deste ano⁴⁸.

Outra questão observada nas respostas foi o aumento da compra de álcool gel, máscaras, vitaminas e termômetros. Houve transformação profunda no comportamento do consumidor, que devido a decretos oficiais ou apelos na mídia foram obrigados a incluir no seu dia a dia o uso destes produtos⁴⁹.

Além disso, produtos que outrora não eram tão procurados, agora passam a ser propagados como auxiliares na imunidade. Aqui fica evidente não apenas o poder aquisitivo dos respondentes, mas também o impacto da mídia em tal comportamento, de modo que a vitamina C teve aumento pronunciado na sua comercialização após *fake news* sobre seu potencial efeito preventivo contra o novo coronavírus, bem como observou-se aumento na procura por vitamina D e hidroxiquina pela população neste período de pandemia⁴⁸. Em se tratando de uma doença de origem e efeitos tão desconhecidos, parece que a mídia tem exercido influência considerável sobre o comportamento do consumidor no que diz respeito a cuidados de saúde.

O relato, por parte dos respondentes, do aumento da compra de medicamento on-line corrobora vários estudos^{3-6,9}. Esta mudança abrupta no perfil de consumo surpreendeu muitos varejistas, sendo que uma rede de farmácias interrompeu a divulgação de promoções em virtude da venda de todo seu estoque, representando uma alta de 170% no período⁵⁰.

Caro et al. destacam que a internet tem tido uma adoção crescente e contínua, e suas facilidades têm feito com que os consumidores levem em consideração o comércio eletrônico, porquanto este tipo de decisão de compra traz benefícios para os consumidores, tais como: comodidade de horário - acesso pode ser efetuado a qualquer hora do dia; produtos e serviços mais baratos, devido à facilidade de comparação de preços; escolhas mais diversificadas, pois há acesso a mais fornecedores; obtenção rápida de informações detalhadas dos produtos⁴¹.

Alguns resultados obtidos no presente estudo também vêm ao encontro dos achados de Garbin et al.⁴⁰: a compra on-line de medicamentos antes

da pandemia foi efetuada por 39 pessoas, sendo 27 mulheres e 12 homens; a compra on-line de medicamentos durante a pandemia foi efetuada por 53 pessoas, sendo 38 mulheres e 15 homens. Isto mostra que as mulheres já efetuavam mais compras on-line do que os homens, mas durante a pandemia houve um aumento de 40,7% de mulheres efetuando compras on-line, ao passo que, no mesmo período, houve um aumento de 25% de homens efetuando compras on-line. Considerado fundamental durante o período de distanciamento, o comércio eletrônico registrou, de acordo com Medeiros (2020)⁵¹, maior crescimento entre as mulheres, que passaram de 39% em 2018 para 70% em 2020.

A legislação e os costumes da população influenciam o consumo de medicamentos, mas é a renda que determina o acesso a produtos mais modernos no Brasil; assim, nas camadas de renda superior, o preço não influencia a decisão de compra e o consumo de medicamentos está ligado ao poder aquisitivo da população⁵². Grossmann (2020) afirma que 83% dos brasileiros das classes A e B fizeram compras pela internet no segundo trimestre da pandemia; eles já eram 63%⁵³. De fato, o chamado “delivery de tudo” está mudando o dia a dia das pessoas e esta situação deve permanecer, mesmo porque as empresas que atuam nesse setor estão recebendo investimentos⁵⁴.

Quanto aos serviços e procedimentos, alguns respondentes relataram já ter procurado o farmacêutico para aplicação de injetáveis, aferição da pressão arterial e colocação de brinco, procedimentos que requerem a presença física do paciente na farmácia. Ainda, uma parcela dos respondentes já buscou na farmácia a orientação do farmacêutico, e isto pode vir a ser transformado em interação virtual, conforme apontam diversas pesquisas^{14,37,55-57}.

Outro resultado que vem ao encontro desta nova realidade cibernética diz respeito à mudança na frequência de ida à farmácia para o uso de serviços ou realização de procedimentos, pois quase todos os respondentes afirmaram ter diminuído a procura por serviços farmacêuticos em virtude do isolamento social. Li et al. propõem como estratégia de inovação para a prática de serviços farmacêuticos durante a pandemia de Covid-19 o “tele-cuidado farmacêutico”. Os serviços farmacêuticos de telessaúde foram estruturados por estes autores em três vertentes: educação em saúde multimídia; cuidados farmacêuticos na nuvem; e transmissão

ao vivo ou curso gravado. Estas modalidades de serviços farmacêuticos remotos visam promover orientação ao paciente através do uso de smartphones ou computadores, o que minimiza o risco de contaminação com o novo coronavírus, uma vez que o paciente não precisa sair de casa para buscar o atendimento, ao mesmo tempo que diminuem o risco de problemas relacionados a medicamentos de uso contínuo, pois contemplam o fornecimento de orientações profissionais eficazes e oportunas aos pacientes que têm dúvidas sobre o uso de medicamentos. A proposta para a implementação de tais serviços também inclui orientações na forma de pictogramas e vídeos, o que facilita o acesso à informação por indivíduos com menor letramento em saúde ou dificuldades de leitura³⁴. Destarte, o desenvolvimento de serviços farmacêuticos remotos pode ser um mercado promissor a ser explorado no atual momento, inclusive no Brasil, visto o alto número de linhas móveis em operação registradas no último ano³⁹.

Apenas um respondente mencionou ter utilizado o serviço de consulta farmacêutica, o que parece denotar maior necessidade de conhecimento, por parte da população, desta prática que tem como foco o usuário do medicamento¹⁷.

Uma limitação do presente estudo reside no fato que os dados podem não representar a visão geral dos consumidores do Paraná, não apenas devido ao tamanho da amostra, mas porque os dados revelados e discutidos nesta pesquisa, apesar de terem sido enviados para diversificados segmentos da população, teve maior representação dos sujeitos de escolaridade e renda mais altas. Ademais, conforme afirmam Vasconcelos-Guedes, Guedes (2007), há algumas desvantagens dos questionários on-line, como acesso à internet limitado e baixa taxa de respostas³⁶.

CONCLUSÃO

Esta pesquisa revela mudanças no comportamento de compra de medicamentos e produtos para a saúde em virtude da pandemia de Covid-19, o que denota a necessidade de maiores ações de educação em saúde por parte do farmacêutico, sobretudo no atual cenário de infodemia e desinformação. Tais ações têm potencial de serem desenvolvidas na modalidade remota, contribuindo ainda mais para que o farmacêutico assuma a sua posição estratégica

nos serviços de saúde visando a promoção do uso racional de medicamentos durante a pandemia, haja vista o aumento da compra on-line de medicamentos durante este período. Outrossim, pesquisas futuras acerca da telessaúde, especialmente na área farmacêutica, devem ser conduzidas para elucidar potenciais barreiras para a implementação de serviços neste âmbito.

REFERÊNCIAS

- OPAS Brasil (2020). Folha informativa – COVID-19 (doença causada pelo novo coronavírus). Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19>.
- Zwanka RJ, Buff C. COVID-19 generation: a conceptual framework of the consumer behavioral shifts to be caused by the COVID-19 pandemic. *Journal of International Consumer Marketing*. 2020;1-11.
- Pan SL, Cui M, Qian J. Information resource orchestration during the COVID-19 pandemic: A study of community lockdowns in China. *International Journal of Information Management*. 2020;54(1021432):1-8.
- Chaudhary H. Analyzing the paradigm shift of consumer behavior towards e-commerce during pan-demic lockdown. *Amity University Research Report*, July 31, 2020, p. 1-30.
- Sun J, Zhang X, Zhu Q. Counterfeiters in online marketplaces: stealing your sales or sharing your costs. *Journal of Retailing* 2020;96(2):189-202.
- Neger M, Uddin B. Factors affecting consumers' internet shopping behavior during the COVID-19 pandemic: evidence from Bangladesh. *Chinese Business Review*. 2020;19(3):91-104.
- Yan Z. Unprecedented pandemic, unprecedented shift, and unprecedented opportunity. *Human Behavior and Emerging Technologies*. 2020;2(2):110-2.
- Roggeveen AL, Sethuraman R. How the COVID-19 pandemic may change the world of retailing. *Journal of Retailing*. 2020;96(2):169–71.
- Sebrae. Farmácias registram aumento da demanda, na contramão da crise do Coronavírus. *Sebrae Informa*. 06/04/2020, Edição 13. Disponível em: <http://gg.gg/w56fg>
- Kostev K, Lauterbach S. Panic buying or good adherence? Increased pharmacy purchases of drugs from wholesalers in the last week prior to Covid-19 lockdown. *Journal of psychiatric research*. 2020;130:19-21.
- Naves Jde O, Castro LL, Carvalho CM, Merchan-Hamann E. [Self-medication: a qualitative approach of its motivations]. *Ciencia & saude coletiva*. 2010;15 Suppl 1:1751-62.
- Rutter P. Role of community pharmacists in patients' self-care and self-medication. *Integrated Pharmacy Research and Practice*. 2015;4:57-65.
- Beckhauser GC, Souza JMd, Valgas C, Piovezan AP, Galato D. Medication use in Pediatrics: the practice of self-medication in children by their parents. *Revista Paulista de Pediatria*. 2010;28(3):262-8.
- Niznik JD, He H, Kane-Gill SL. Impact of clinical pharmacist services delivered via telemedicine in the outpatient or ambulatory care setting: A systematic review. *Research in social & administrative pharmacy : RSAP*. 2018;14(8):707-17.
- Zaidi STR, Hasan SS. Personal protective practices and pharmacy services delivery by community pharmacists during COVID-19 pandemic: results from a national survey. *Research in Social and Administrative Pharmacy*. 2020;In Press.
- Borba HHL, Carvalho DMW. Consumer behavior towards pharmaceutical services: a scoping review. *International Journal for Innovation Education and Research*. 2020;8(8):326-40.
- Soares L, Farias MR, Leite SN, Campese M, Manzini F. Assistência farmacêutica no Brasil: política, gestão e clínica. *Atuação clínica do farmacêutico (Volume V)*. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2016. 353 p.
- Malhotra NK. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- Gil AC. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- Freitas H, Oliveira M, Saccol AZ, Moscarola J. O método de pesquisa survey. *RAUSP Management Journal*. 2000;35(3):105-12.
- Vergara SC. *Projetos e relatórios de pesquisa em Administração*. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

22. Conselho Federal de Farmácia. Serviços farmacêuticos diretamente destinados ao paciente, à família e à comunidade - contextualização e arcabouço conceitual. Disponível em: https://www.cff.org.br/userfiles/Profar_Arcabouco_TELA_FINAL.pdf.
23. Kevrekidis DP, Minarikova D, Markos A, Malovecka I, Minarik P. Community pharmacy customer segmentation based on factors influencing their selection of pharmacy and over-the-counter medicines. *Saudi pharmaceutical journal : SPJ : the official publication of the Saudi Pharmaceutical Society*. 2018;26(1):33-43.
24. Bezerra ACV, Silva C, Soares FRG, Silva J. Factors associated with people's behavior in social isolation during the COVID-19 pandemic. *Ciencia & saude coletiva*. 2020;25(suppl 1):2411-21.
25. Merks P, Kazmierczak J, Olszewska AE, Koltowska-Haggstrom M. Comparison of factors influencing patient choice of community pharmacy in Poland and in the UK, and identification of components of pharmaceutical care. *Patient preference and adherence*. 2014;8:715-26.
26. Castaldo S, Grosso M, Mallarini E, Rindone M. The missing path to gain customers loyalty in pharmacy retail: The role of the store in developing satisfaction and trust. *Research in social & administrative pharmacy : RSAP*. 2016;12(5):699-712.
27. Boardman H, Lewis M, Croft P, Trinder P, Rajaratnam G. Use of community pharmacies: a population-based survey. *Journal of public health*. 2005;27(3):254-62.
28. Singh H, Majumdar A, Malviya N. E-pharmacy impacts on society and pharma sector in economical pandemic situation: a review. *Journal of Drug Delivery & Therapeutics*. 2020;10(3-s):335-40.
29. Rezende AAd, Marcelino JA, Miyaji M. A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de COVID-19. *Boletim de Conjuntura BOCA*. 2020;2(6):53-69.
30. Clements JM. Knowledge and Behaviors Toward COVID-19 Among US Residents During the Early Days of the Pandemic: Cross-Sectional Online Questionnaire. *JMIR public health and surveillance*. 2020;6(2):e19161.
31. Zheng S-q, Yang L, Zhou P-x, Li H-b, Liu F, Zhao R-s. Recommendations and guidance for providing pharmaceutical care services during COVID-19 pan-demic: a China perspective. *Research in Social and Administrative Pharmacy*. 2020;In Press.
32. Liu S, Luo P, Tang M, Hu Q, Polidoro JP, Sun S, et al. Providing pharmacy services during the coronavirus pandemic. *International journal of clinical pharmacy*. 2020;42(2):299-304.
33. Wirth F, Tabone F, Azzopardi LM, Gauci M, Zarb-Adami M, Serracino-Inglott A. Consumer perception of the community pharmacist and community pharmacy services in Malta. *Journal of Pharmaceutical Health Services Research* 2010;1(4):189-94.
34. Li H, Zheng S, Liu F, Liu W, Zhao R. Fighting against COVID-19: Innovative strategies for clinical pharmacists. *Research in social & administrative pharmacy : RSAP*. 2020.
35. Chang T-ZD, Vowles N. Strategies for improving data reliability for online surveys: A case study. *International Journal of Electronic Commerce Studies*. 2013;4(1):121-30.
36. Vasconcellos-Guedes L, Guedes LFA. E-Surveys: Vantagens e Limitações dos Questionários Eletrônicos via Internet no Contexto da Pesquisa Científica. X SemeAd – Seminários em Administração FEA/USP. 2007.
37. Ake A, Arcand M. The impact of mobile health monitoring on the evolution of patient-pharmacist relationships. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*. 2020;14(1):1-19.
38. Silva AF, Lós DES, Lós DRS. Web 2.0 e Pesquisa: Um Estudo do Google Docs em Métodos Quantitativos. *RENTE - Revista Novas Tecnologias na Educação* 2011;9(2):1-10.
39. ANATEL (2019). Brasil registra 228,64 milhões de linhas móveis ativas em maio de 2019. Disponível em: [https://www.anatel.gov.br/institucional/noticias-destaque/2310-brasil-registra-228-64-milhoes-de-linhas-moveis-ativas-em-maio-de-2019#:~:text=De%20acordo%20com%20n%C3%BAmeros%20divulgados,90%25\)%20em%2012%20meses](https://www.anatel.gov.br/institucional/noticias-destaque/2310-brasil-registra-228-64-milhoes-de-linhas-moveis-ativas-em-maio-de-2019#:~:text=De%20acordo%20com%20n%C3%BAmeros%20divulgados,90%25)%20em%2012%20meses).
40. Garbin H, Guilam MCR, Neto AP. Internet na promoção da saúde: um instrumento para o desenvolvimento de habilidades pessoais e sociais. *Physis Revista de Saúde Coletiva*. 2012;22(1):347-63.
41. Caro A, Mazzon JA, Caemmerer B, Wessling M. Innovation, involvement, attitude and experience in buying online. *Revista de Administração de Empresas*. 2011;51(6):568-84.

42. Aslani P. What are our health expectations in a pandemic? Health expectations : an international journal of public participation in health care and health policy. 2020;23(2):257-8.
43. Ayati N, Saiyarsarai P, Nikfar S. Short and long term impacts of COVID-19 on the pharmaceutical sector. Daru : journal of Faculty of Pharmacy, Tehran University of Medical Sciences. 2020.
44. Kretchy IA, Asiedu-Danso M, Kretchy J-P. Medication management and adherence during the COVID-19 pandemic: Perspectives and experiences from low-and middle-income countries. Research in Social and Administrative Pharmacy. 2020;In Press.
45. Hashem TN. Examining the Influence of COVID 19 Pandemic in Changing Customers' Orientation towards E-Shopping. Modern Applied Science. 2020;14(8):59-76.
46. Paumgartten FJR, Oliveira A. Off label, compassionate and irrational use of medicines in Covid-19 pandemic, health consequences and ethical issues. Ciencia & saude coletiva. 2020;25(9):3413-9.
47. OPAS Brasil (2020). ENTENDA A INFODEMIA E A DESINFORMAÇÃO NA LUTA CONTRA A COVID-19. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14.
48. CFF (2020). Levantamento mostra como o medo da Covid-19 impactou venda de medicamentos. 30 de abril de 2020. Disponível em: <https://www.cff.org.br/noticia.php?id=5747>.
49. Greenhalgh T, Schmid MB, Czypionka T, Bassler D, Gruer L. Face masks for the public during the covid-19 crisis. Bmj. 2020;369:m1435.
50. Madureira, D. Coronavírus faz disparar a venda de farmácias e supermercados na internet. Bem Paraná, 21 de março de 2020. Disponível em: <https://www.bemparana.com.br/noticia/coronavirus-faz-disparar-a-venda-de-farmacias-e-supermercados-na-internet-842#.X9zGUNhKjiU>.
51. Medeiros D. Pandemia impulsiona aumento de compras online no país. Olhar Digital, 21/08/2020. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/noticia/pandemia-impulsiona-aumento-de-compras-online-no-pais/105621>.
52. Sousa CV, Mesquita JM, Lara JE. [Analysis of the decision to buy medicine in light of the existence of generic products: a study in the city of Belo Horizonte, Brazil]. Ciencia & saude coletiva. 2013;18(11):3311-20.
53. Grossmann LO. Covid-19 aumentou o uso da internet nas classes C, De E. Convergência Digital, 13/08/2020. Disponível em: <https://www.convergenciadigital.com.br/Inclusao-Digital/Covid-19-aumentou-o-uso-da-internet-nas-classes-C%D-e-E-54528.html?UserActiveTemplate=mobile%2Csite>.
54. Marques P. Brasil delivery: Apps que entregam tudo agilizam vida, mas há problemas de atendimento, de trânsito e de trabalhistas. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/reportagens-especiais/aplicativos-delivery-entrega-de-tudo/#end-card>.
55. Domínguez-Falcón C, Verano-Tacoronte D, Suárez-Fuentes M. Exploring the customer orientation of Spanish pharmacy websites. International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing. 2018;12(4):447-62.
56. Hoti K, Jakupi A, Hetemi D, Raka D, Hughes J, Desselle S. Provision of community pharmacy services during COVID-19 pandemic: a cross sectional study of community pharmacists' experiences with preventative measures and sources of information. International journal of clinical pharmacy. 2020;42(4):1197-206.
57. Silva AMA, Mascarenhas VHA, Araujo SNM, Machado RDS, Santos A, Andrade E. Mobile technologies in the Nursing area. Revista brasileira de enfermagem.