



MARKETING E ANÁLISE DA ADESÃO AOS SERVIÇOS CLÍNICOS FARMACÊUTICOS DA FARMÁCIA ESCOLA MANOEL CASADO DE ALMEIDA

Pedro Ithalo Francisco da Silva¹, Camila de Albuquerque Montenegro²

RESUMO

Mudanças na posição e acesso ao farmacêutico no cenário da prestação de cuidados à saúde advém das necessidades apresentadas por uma população que envelhece. O objetivo desse estudo foi divulgar, promover, avaliar o impacto e a repercussão da oferta dos serviços clínicos farmacêuticos (SCF) da Farmácia Escola (FE) Manoel Casado de Almeida, da UFCG, campus Cuité/PB. Realizou-se uma pesquisa das tendências de *marketing* no âmbito farmacêutico, seguindo para a seleção de estratégias de publicidade. Devido ao atual cenário mundial de infecção pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2) aplicou-se um questionário para avaliar o conhecimento da população sobre a FE e os SCF. Os dados foram analisados estaticamente pelo SPSS (v. 13.0). O projeto foi aprovado pelo CEP/UFCG (3.784.568). Do *marketing* foi reativado o e-mail institucional, criado o *instagram* e publicados *folder* sobre a FE. Do questionário, verificou-se predominância do gênero feminino (64,7%); 45% dos estudantes eram do curso de Farmácia; 71,7% da amostra sabiam o que é uma FE; 70,3% afirmaram que sua Instituição a possui e 50,6% que não a conheciam. 92,6% nunca se consultaram com um farmacêutico da FE e 90,7% nunca se submeteram a nenhum SCF, embora 88,2% achariam excelente e 91,2% procurariam e ainda recomendariam os serviços. Conclui-se ser relevante publicitar e fazer análise do entendimento acerca dos SCF na FE e do público usuário, para identificar as melhorias, atender às necessidades em saúde da população, acentuar a qualidade de vida dos indivíduos, da sua família e da comunidade e aperfeiçoar o processo de ensino-aprendizagem de futuros farmacêuticos.

Palavras-chave: Farmácia Escola. Serviços Clínicos Farmacêuticos. *Marketing*.

¹Aluno de Bacharelado em Farmácia, Unidade Acadêmica de Saúde, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: pedro.ithalo@estudante.ufcg.edu.br

²Professora Doutora do curso de Bacharelado em Farmácia, Unidade Acadêmica de Saúde, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: camila.albuquerque@professor.ufcg.edu.br

MARKETING AND ANALYSIS OF ADHESION TO PHARMACEUTICAL CLINICAL SERVICES OF THE SCHOOL PHARMACY MANOEL CASADO DE ALMEIDA

ABSTRACT

Changes in the position and access to the pharmacist in the health care setting result from the needs presented by an aging population. The objective of this study was to disseminate, promote, evaluate the impact and repercussion of the offer of clinical pharmaceutical services (CPS) at School Pharmacy (SP) Manoel Casado de Almeida, from UFCG, campus Cuité/PB. A survey of marketing trends in the pharmaceutical field was carried out, followed by the selection of advertising strategies. Due to the current world scenario of infection with the new coronavirus (SARS-CoV-2), a questionnaire was applied to assess the population's knowledge about SP and CPS. The data were analyzed statically by SPSS (v. 13.0). The project was approved by CEP/UFCG (3,784,568). From marketing, the institutional email was reactivated, Instagram was created and a folder on the SP was published. From the questionnaire, there was a predominance of females (64.7%); 45% of the students were in the Pharmacy course; 71.7% of the sample knew what an SP is; 70.3% stated that their HEI has it and 50.6% that did not know it. 92.6% never consulted with an SP pharmacist and 90.7% never underwent any CPS, although 88.2% would find it excellent and 91.2% would seek and still recommend the services. We conclude that it is relevant to advertise and analyze the understanding about CPS in SP and the user public, to identify improvements, meet the health needs of the population, enhance the quality of life of individuals, their families and the community and improve the teaching-learning of future pharmacists.

Keywords: Pharmacy School. Clinical Pharmaceutical Services. Marketing.