

ESTRATÉGIAS DE MARKETING APLICADAS À FARMÁCIA UNIVERSITÁRIA

Camila Raquel Alves Pereira¹; Carla Patrícia de Almeida Oliveira²

¹Discente do Curso de Farmácia do Centro Universitário Católica de Quixadá.

E-mail: camila.raquel@yahoo.com.br

²Docente Do Curso de Farmácia do Centro Universitário Católica de Quixadá.

E-mail: carlapatricia@unicatolicaquixada.edu.br

RESUMO

O marketing é considerado como uma das áreas extremamente abrangentes atuando como ferramenta fundamental e indispensável para o sucesso dos negócios, e o bom relacionamento entre empresa e consumidor. No ramo da saúde especificamente as ciências farmacêuticas envolve variáveis de peso, entre elas a comunicação adequada sendo aplicado de uma maneira humanizada, de modo a contribuir de forma positiva principalmente a indivíduos pouco informados. O marketing voltado para informações sobre uso de medicamentos e/ou produtos farmacêuticos deve obedecer a critérios importantes, visto que esse recurso pode resultar em situações mais complexas, uma vez que a maleabilidade na aquisição desses produtos pode levar a indução de automedicação. Essas estratégias devem ser utilizadas como ferramenta de auxílio aos consumidores na escolha de produtos e serviços oferecidos, gerando um atendimento de qualidade a comunidade. O modelo de Farmácia Universitária consiste em um estabelecimento especializado na dispensação de produtos farmacêuticos e na prestação de diversos serviços adicionais e complementares à prática farmacêutica, que quando exercida de maneira eficaz, contribui diretamente, tornando-se um fator de diferencial no meio competitivo deste segmento de mercado. Diante do exposto, este estudo teve como objetivo geral desenvolver estratégias de marketing e aplica-las a favor de uma Farmácia Universitária de uma IES (Instituição de Ensino Superior) do município de Quixadá-CE. O presente trabalho caracterizou-se como uma análise descritiva, prospectiva, com abordagem qualitativa. Para confecção dos materiais de marketing foram realizadas reuniões e visitas na Farmácia Universitária Irmã Dulce a fim de colher informações sobre os serviços ofertados. As informações foram repassadas pela farmacêutica responsável técnica, a mesma é registrada legalmente no Conselho Regional de Farmácia do Estado do Ceará. A população foi constituída pelos alunos da Unicatólica com ênfase nos que frequentam cursos diurnos e público externo participando de palestras e recebendo materiais de divulgação durante o período letivo de 2019. As metodologias empregadas trouxeram como resultados maior divulgação dos serviços ofertados pela Farmácia Universitária Irmã Dulce, servindo assim como base para futuros estudos que avaliem a eficácia das estratégias utilizadas.

Palavras-chave: Estratégias de Marketing. Farmácia Escola. Farmácia Universitária.