



X SALÃO DE PESQUISA SETREM

SAIPS

PESQUISA PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO

14ª SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

12ª MOSTRA ESTADUAL DE TRABALHOS DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO BÁSICA

12ª MOSTRA ESTADUAL DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

11ª JORNADA DE PESQUISA

9ª FÓRUM DE INOVAÇÃO E INICIAÇÕES TECNOLÓGICAS



Número do ISSN: 1981-2892

ESTUDO DO PERFIL DO CLIENTE NA HORA DA COMPRA DE MEDICAMENTOS, E PROJEÇÕES DE VENDAS EM UMA FARMÁCIA NA REGIÃO NOROESTE

Trabalho de: KARINE RAQUEL REICHERT (karine.reichert@yahoo.com.br),
JACIELI ROST (jacielirost@bol.com.br).

Orientado por: DOUGLAS FAORO (douglasfaoro@terra.com.br).

Sociedade Educacional Três de Maio - SETREM

Resumo

A cada ano surgem novas drogarias, como podemos perceber em nossa região, é uma área que vem crescendo ano após ano, e já teve uma grande evolução com o surgimento dos medicamentos genéricos, que facilitou o acesso da população na hora de adquirir um medicamento, com um preço acessível a todas as classes. Realizou-se um correlacionamento linear entre o mês e o faturamento de uma drogaria que está há mais de um ano no mercado, também foi feita a média de vendas, e uma pesquisa referente à venda de medicamentos, analisando qual é o perfil do cliente. A metodologia usada tem como abordagem quali-quantitativa, na abordagem qualitativa foram analisados fatores culturais e sociais dos clientes. A abordagem quantitativa examina a parte numérica e os testes estatísticos realizados na pesquisa, onde foram analisadas as respostas dos clientes da drogaria. O procedimento utilizado para a realização deste estudo, leva em consideração o levantamento dos dados no próprio local da pesquisa, depois de levantados os dados, aplicou-se um questionário para analisar qual a percepção dos clientes na hora da compra, entre genéricos, éticos, e similares, sendo aplicado aos clientes da própria drogaria. Depois de tabulados os resultados, os mesmos foram passados para gráficos, e analisados. Nos meses de agosto a 15 de novembro de 2011, foram aplicados 261 questionários, a clientes da Farmácia, com uma margem de erro de 5%. Também foi feita a média de venda diária no mês, considerando que a farmácia trabalha os 30 dias corridos e foi realizado projeções de vendas para os próximos anos. Então podemos perceber que tanto mulheres, quanto homens frequentam a Farmácia, sendo 52,87%, mulheres, e 47,13% homens. Percebe-se que os dois gêneros observam mais o preço, mas comparando-os, nota-se que os homens observam mais o preço, já as mulheres observam mais o bom atendimento, a localização e as várias formas de pagamento. Os medicamentos podem ser divididos em éticos, genéricos e Similares. Com o artigo podemos aplicar a fórmula de correlacionamento, e fazer projeções para o faturamento futuro da farmácia, também com a pesquisa podemos perceber que a farmácia tem um bom atendimento, e que a faixa etária influencia na escolha de que medicamento

comprar, os mais jovens preferem os genéricos pelo preço acessível, já os mais idosos preferem os éticos, pois sempre tomaram esse, ou o médico que prescreveu. Também é importante que as atendentes expliquem para o cliente a diferença entre os medicamentos, pois um grande percentual não sabe, e muitos responderam que a explicação ajudaria na hora da compra. É importante para a empresa conhecer esses dados, para aprimorar o seu empreendimento e conquistar mais clientes, realizou uma projeção para ver quanto vai vender nos próximos anos, encontrou a sua média de venda, e verificou através dos resultados se o bom atendimento e o preço de venda faz com que o cliente retorne a drogaria.

Palavras chaves: Correlacionamento linear, projeções, perfil

Referências

Leis dos medicamentos. Disponível em:
http://www.anvisa.gov.br/legis/leis/9787_99.htm

TRIOLA, Mario. Introdução à Estatística. 7ª edição Rio de Janeiro, LTC, 1998.