

# **CRIAÇÃO DE VALOR NA RELAÇÃO ENTRE MÉDICOS E UMA EMPRESA DA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA: UMA INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA NO MERCADO CARIOCA**

**Autor: Luiz Antonio Ramos Neto**

**Banca examinadora:** Pres. Orientador: Profa. Dra. Irene Raguenet Troccoli; Prof. Co-orientador: Dr. Paulo Roberto da Costa Vieira; Profª Drª Cecília Lima de Queirós Mattoso; Prof. Dr. Marcio Moutinho Abdalla (UFF)

## **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo investigar quais fatores e quais variáveis influenciam, positivamente ou negativamente, a percepção de valor junto à classe médica carioca quando do seu relacionamento com uma empresa da indústria farmacêutica, considerando que esse relacionamento envolve especificamente produtos éticos. Para tanto, foi conduzida pesquisa de *survey*, utilizando questionário estruturado com cinco opções de resposta do tipo Likert. A amostra foi constituída de 169 médicos, endocrinologistas, clínicos gerais e cardiologistas da cidade do Rio de Janeiro. Os dados foram tratados com utilização da técnica de modelagem de equações estruturais com mínimos quadrados parciais. Os resultados apresentaram significância estatística e indicaram que o construto “Benefícios Pessoais” apresentou o maior efeito e, portanto, é o que impacta mais fortemente o valor do relacionamento na amostra selecionada. Os demais construtos, “Benefícios Estratégicos”, “Benefícios do Produto” e “Sacrifício do relacionamento”, nessa ordem de importância, também apresentaram coeficientes de impacto sobre o valor do relacionamento.

**Palavras-chave:** Valor do Relacionamento; Marketing de Relacionamento, Indústria Farmacêutica; Modelagem de Equações estruturais.