

AVALIAÇÃO TÉCNICA DE MATERIAL PUBLICITÁRIO DE PRODUTOS VETERINÁRIOS COMO ATIVIDADE DIDÁTICA COMPLEMENTAR A ALUNOS DE GRADUAÇÃO EM MEDICINA VETERINÁRIA

Marcella Zampoli Troncarelli¹

RESUMO

O conhecimento das diferentes esferas de atuação profissional, a promoção do caráter empreendedor e a ampliação da visão de mercado são de fundamental importância no ensino de graduação em Medicina Veterinária. Proporcionar aos alunos atividades práticas interativas que contribuam com este aprendizado permite a formação de profissionais diferenciados, melhor capacitados e com visão crítica, que poderão atuar de maneira mais eficiente no mercado de trabalho. Durante a disciplina de Tópicos em Atuação Profissional, ministrada a alunos do quinto ano de graduação da Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Paulista, campus de Bauru-SP, realizou-se uma exposição teórica inicial sobre as diferentes possibilidades de atuação do médico veterinário na indústria de medicamentos e imunobiológicos. Em seguida, procedeu-se uma atividade interativa onde os alunos puderam avaliar tecnicamente diversos materiais publicitários de produtos veterinários, segundo quesitos pré-estabelecidos. Os resultados das referidas avaliações são apresentados no presente trabalho. Segundo relatos dos alunos, a atividade realizada contribuiu para a ampliação da visão empresarial da profissão, além de permitir o entendimento sobre o processo de elaboração de materiais publicitários na área médica veterinária. Relatou-se ainda que foi possível assumir uma visão crítica com relação a eventuais pontos positivos e negativos relacionados à forma de apresentação técnica dos produtos pelas empresas.

Palavras-chave: Medicina Veterinária, *marketing*, produtos veterinários, alunos, docência.

TECHNICAL EVALUATION OF VETERINARY PRODUCTS' MARKETING MATERIALS AS AN ADDITIONAL TEACHING ACTIVITY FOR GRADUATION STUDENTS IN A VETERINARY MEDICINE FACULTY

ABSTRACT

The knowledge of different areas for professional activities, the promotion of entrepreneurship and the extension of market vision are extremely important for educational purposes in Veterinary Medicine graduation courses. When some interactive practical activities for students' learning are proposed, it is possible to contribute with the formation of better trained/differentiated professionals and to improve their critical points of view. By this way, these future professionals may play an efficient role at the labor market. In this context, during the "Topics in Professional Performance" discipline, that is given to the fifth degree graduation students at Faculty of Veterinary Medicine of Universidade Paulista, site in Bauru-SP Brazil, a special additional activity was developed. Initially, a theoretical exposition about the different professional possibilities at the industry of veterinary products was presented. After that, an interactive activity was proposed, and the students were able to evaluate technically some vet products marketing materials, according to some pre-established criteria. The results of these evaluations are shown in the present study. According to the students' reports, this specific activity contributed to amplify their business view of veterinary

¹ Pós-doutorando em Medicina Veterinária Preventiva pela FMVZ UNESP Botucatu-SP. Docente do curso de Medicina Veterinária da UNIP Bauru-SP

medicine, and allowed to better understand on how a vet marketing material is elaborated. Students also reported that it was possible to assume a critical view about eventual positive and negative points related to the different forms of technical presentation of vet products by companies.

Keywords: Veterinary Medicine, *marketing*, vet products, students, teaching.

EVALUACION TECNICA DE MATERIALES DE PUBLICIDAD DE PRODUCTOS VETERINARIOS COMO ACTIVIDAD ADICIONAL DE ENSEÑANZA A ESTUDIANTES DEL CURSO DE GRADUACION EN MEDICINA VETERINARIA

RESUMEN

El conocimiento de las distintas áreas de actuación profesional, la promoción del carácter emprendedor y la ampliación de la visión de mercado son de fundamental importancia en la enseñanza de Medicina Veterinaria. Proporcionar a los alumnos actividades prácticas interactivas que contribuyan con este aprendizaje permite la formación de profesionales diferenciados, mejor capacitados y con visión crítica, que podrán actuar de manera más eficiente en el mercado de trabajo. Durante la disciplina de Tópicos en Actuación Profesional, ministrada a alumnos del quinto año de graduación de la Facultad de Medicina Veterinaria de la Universidad Paulista, campus de Bauru-SP, Brasil, se realizó una exposición teórica con respecto a las distintas posibilidades de actuación del médico veterinario en la industria de medicamentos e inmunobiológicos. En seguida, se procedió una actividad interactiva donde los alumnos pudieran evaluar técnicamente diversos materiales de publicidad de productos veterinarios, según criterios pre-determinados. Los resultados de las referidas evaluaciones son reportados en el presente trabajo. Según los relatos de los alumnos, la actividad realizada contribuyó para la ampliación de la visión empresarial de la profesión, y adicionalmente permitió el entendimiento sobre cómo un folleto de publicidad del área médica veterinaria es elaborado. Aún se relató que fue posible asumir una visión crítica con relación a eventuales puntos positivos y negativos relacionados a la forma de presentación técnica de los productos por las empresas.

Palabras clave: Medicina Veterinaria, *marketing*, productos veterinarios, alumnos, enseñanza.

O ensino em Medicina Veterinária deve acompanhar os novos desafios e tendências da profissão. Para tanto, os docentes devem realizar efetivamente seu papel como facilitadores do aprendizado e propor atividades complementares e interativas que promovam a interdependência positiva entre os alunos, bem como a construção do conhecimento (1).

Além das questões técnicas clássicas que envolvem o ensino em Medicina Veterinária, existe a necessidade de ampliar a visão dos alunos com relação ao caráter empreendedor/empresarial da profissão, como também aos aspectos voltados ao mercado de trabalho, seus distintos setores econômicos e novos nichos e oportunidades profissionais (2).

Uma das importantes áreas de atuação do médico veterinário que tem apresentado franco crescimento no país é representada pela indústria de medicamentos e imunobiológicos. Estas indústrias, de origem nacional ou multinacional, são geralmente voltadas à fabricação de produtos para animais de companhia (pets) e/ou para animais de produção. Estas produzem medicamentos antimicrobianos, anti-inflamatórios, antiparasitários, nutracêuticos, vacinas, entre outros, que devem ser continuamente melhorados e divulgados científica e comercialmente. Sendo assim, a demanda profissional neste setor tem sido cada vez maior,

considerando o crescimento contínuo do mercado pet e a expansão da produção agropecuária no Brasil (3).

O médico veterinário poderá atuar em diferentes setores na indústria, como: assistência técnica, produção/desenvolvimento de novos produtos, controle de qualidade, logística, registro de produtos e marketing. Especificamente na área de marketing, o profissional deve realizar, entre outras atividades, a elaboração de materiais publicitários voltados a diferentes públicos-alvo, promovendo assim a comercialização e a utilização correta dos produtos. Para tanto, o médico veterinário realiza exaustivo trabalho de elaboração dos textos técnicos, revisão, orientação estratégica de apresentação das informações, escolha das ilustrações, tipo de material a ser utilizado, além da verificação da conformidade com a legislação pertinente e com padrões éticos, entre outras características necessárias à adequada promoção dos produtos (4,5).

Considerando a importância de se abordar esta temática com o objetivo de ampliar a visão profissional dos alunos do quinto ano de graduação da Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Paulista, campus de Bauru-SP, foi realizada uma atividade interativa complementar à disciplina de “Tópicos em Atuação Profissional”. Inicialmente, realizou-se uma exposição teórica inicial sobre as diferentes possibilidades de atuação do médico veterinário na indústria de medicamentos e imunobiológicos. Em seguida, procedeu-se uma atividade de interdependência positiva, onde os alunos puderam se reunir em duplas e avaliar tecnicamente diferentes materiais publicitários de produtos veterinários, segundo quesitos pré-estabelecidos (Quadro 1). Cada dupla ficou responsável por avaliar apenas um material publicitário. No total foram distribuídos 21 unidades de materiais publicitários distintos entre si, sendo 12 de empresas nacionais e nove de multinacionais.

Dentre os materiais distribuídos aos alunos, encontravam-se 12 folders, um manual técnico, quatro catálogos de produtos e quatro folhetos únicos, voltados à divulgação de medicamentos e imunobiológicos indicados para animais de companhia e de produção. Na ficha de avaliação técnica entregue aos alunos, além dos dados constantes no Quadro 1, foi solicitado registrar o nome comercial do produto e da empresa. No entanto, por questões éticas, estes dados não serão divulgados.

Com relação à qualidade do material, os alunos classificaram 12 com impressão em papel especial liso, oito em papel cartão com verniz e um em papel especial com relevo. Não havia nenhum material impresso em papel comum ou reciclado.

De acordo com a percepção dos alunos, os folhetos publicitários veterinários são em geral produzidos com material de boa qualidade e apresentam de maneira adequada as informações técnicas inerentes aos produtos. Por outro lado, foi possível identificar, em mais da metade dos materiais avaliados, a ausência de informações importantes, como precauções e contraindicações dos produtos; orientação para consultar sempre o médico veterinário; referências bibliográficas dos estudos apresentados; número de registro dos produtos junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e nome do responsável técnico da empresa. Vale ressaltar que muitos alunos alegaram não se sentir suficientemente informados sobre os produtos, com base somente nos materiais publicitários avaliados.

Segundo relatos dos alunos, a atividade realizada contribuiu para a ampliação da visão empresarial da profissão, além de permitir o entendimento sobre o processo de elaboração de um folheto publicitário da área médica veterinária. Relatou-se ainda que foi possível assumir uma visão crítica com relação a eventuais pontos positivos e negativos relacionados à forma de apresentação técnica dos produtos pelas diferentes empresas.

Entendemos, portanto, que a presente atividade didática atingiu os objetivos e poderá ser utilizada como modelo para outras instituições de ensino nacionais.

Quadro 1. Avaliação técnica de 21 unidades distintas de material publicitário relacionado a produtos veterinários, segundo a percepção de alunos do quinto ano de graduação em Medicina Veterinária, com base em requisitos pré-estabelecidos. Bauru-SP, 2015.

Requisitos para avaliação	Número absoluto de materiais	%
As informações são apresentadas em uma sequência lógica e didática	21	100%
Presença de imagens de animais ou de figuras que remetam a animais	20	95%
Linguagem acessível	19	90%
Tamanho da fonte permite fácil visualização	19	90%
Apresenta dados completos da empresa (endereço, telefone, e-mail)	18	85%
Apresentação da fórmula do produto ou pelo menos do princípio ativo	18	85%
Presença de figuras ou esquemas com fins didáticos	18	85%
Apresentação de informações de bula (dosagem/ vias de administração/espécies animais ao qual se destina)	17	80%
A apresentação publicitária do produto, bem como as informações técnicas contidas, o estimularia a comprá-lo?	14	66%
Se você não conhecesse o produto, se sentiria suficientemente informado sobre ele?	11	52%
Presença de gráficos	09	42%
Apresentação de referências bibliográficas	09	42%
Apresenta QR code ou outro recurso que permita o acesso a informações adicionais do produto via internet	09	42%
Apresenta precauções ou contraindicações do produto	09	42%
Apresenta informações sobre consultar sempre o médico veterinário	08	38%
Faz menção à empresa, sua missão, visão e valores	06	28%
Presença de tabelas	04	19%
Apresenta o número de registro do produto junto ao MAPA	0	0%
Apresenta o nome do responsável técnico da empresa	0	0%

REFERÊNCIAS

1. Troncarelli MZ, Faria AA. A aprendizagem colaborativa para a interdependência positiva no processo ensino-aprendizagem em cursos universitários. *Educação*. 2014;39(2):427-44.
2. Almosny N. Empreendedorismo no ensino da Medicina Veterinária. *J CRMV-RJ [Internet]*. 2011 [cited 2015 Feb 16];23(237):8. Available from: <http://amverj.blogspot.com.br/2011/06/empreendedorismo-no-ensino-da-medicina.html>.
3. Elizeire MB. Expansão do mercado pet e a importância do marketing na medicina veterinária [monografia]. Porto Alegre: Faculdade de Veterinária, Universidade Federal do Rio Grande do Sul; 2013.
4. Veterinary Hospital Managers Association. Critical competencies: a guide for veterinary practice management professionals. Alachua, FL: VHMA; 2015 [cited 2015 Feb 16]. Available from: <http://www.vhma.org/associations/1346/files/VHMACriticalCompetenciesRpt.pdf>.
5. Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária. Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária [Internet]. São Paulo: CONAR; 2015 [cited 2015 Feb 16]. Available from: <http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>.

Recebido em: 16/02/2015

Aceito em: 24/04/2015