

Questionário
online

COMUNICAÇÃO E HÁBITOS DE INFORMAÇÃO



Resultados do inquérito online realizado entre 21.12.20 e 31.01.21



1.1 Com que frequência consulta/pesquisa informação relevante para a sua atividade profissional?

(549 respostas)



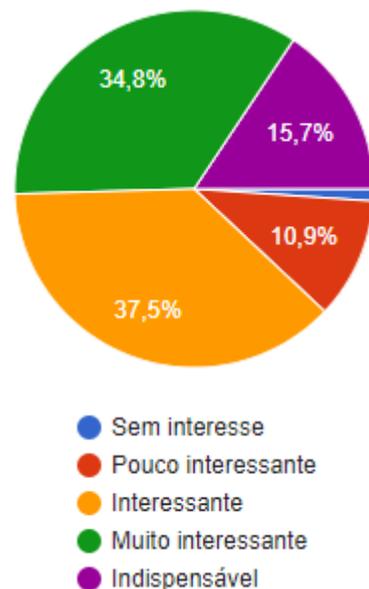
1.2 Quais são as suas principais fontes de informação profissional?

(549 respostas)

Rank	Fonte de Informação	Respostas (Porcentagem)
1.	Internet e Redes Sociais	365 (65%)
2.	Centros de Informação sobre Medicamentos	334 (60,8%)
3.	Bases de Dados Científicas	299 (54,5%)
4.	Revistas Especializadas	206 (37,5%)
5.	Livros Técnicos e Científicos	153 (29,7%)
6.	Comunicação Social	113 (20,6%)
7.	Outras (ex.: websites e newsletters específicas)	30 (5,5%)

1.3 Qual a importância das informações veiculadas pela OF para a sua atividade profissional?

(549 respostas)



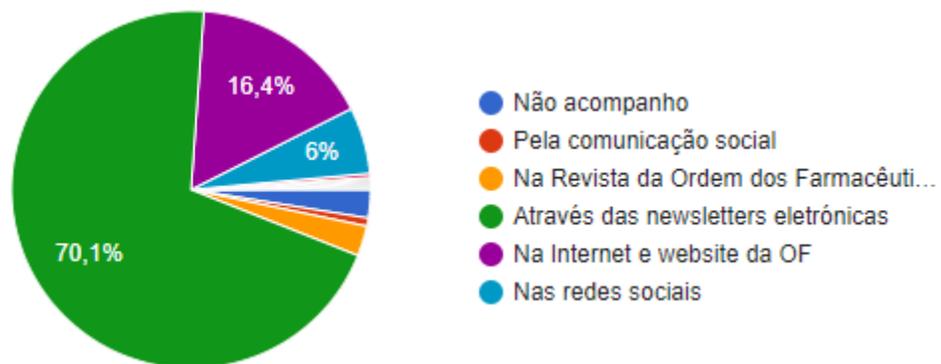
HIGHLIGHTS

- Quase 1/2 dos participantes (46,8%) consultam informação profissional relevante “Todos os dias” e 39% “Todas as semanas”
- Mais de 1/2 mencionam a “Internet e redes sociais” (66,5%), os “Centros de Informação sobre Medicamentos” (60,8%) e as “Bases de dados científicas” (54,5%) como principais fontes de informação
- 88% revelam interesse nas informações veiculada pela OF (15,7% consideram “Indispensável”; 34,8% “Muito interessante” e 37,5% “Interessante”)



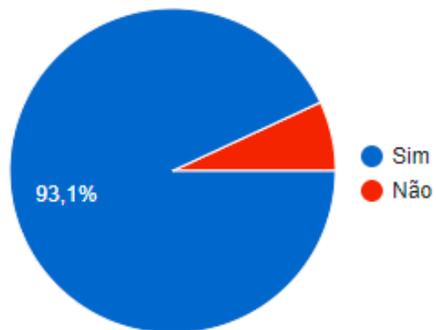
1.4 Como acompanha a atividade da OF?

(549 respostas)



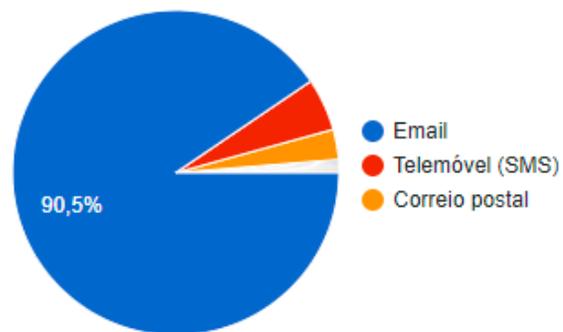
1.5 Gostaria que a OF lhe enviasse mais informações relevantes para a sua atividade profissional?

(549 respostas)



1.6 Por que via preferencial?

(536 respostas)



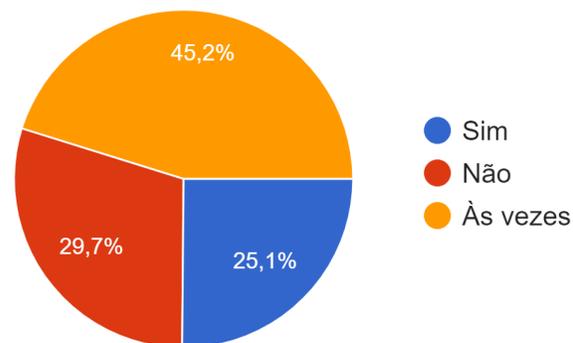
HIGHLIGHTS

- Mais de 70% acompanham a atividade da OF pelas “Newsletters eletrónicas” (16,4% mencionam também a “Internet e website OF e 6% as “Redes sociais”)
- Mais de 90% pretendem que a OF lhes envie mais informações relevantes (90,5% por “Email”)



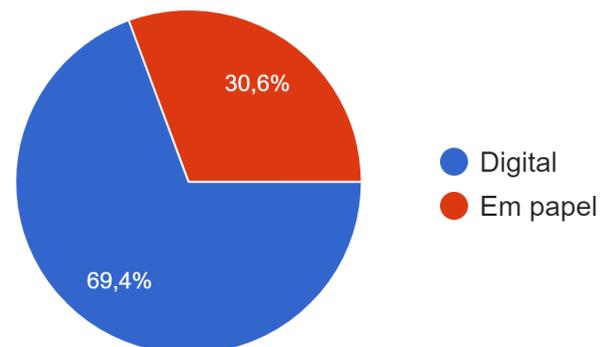
2.1.1 Costuma ler a ROF?

(549 respostas)



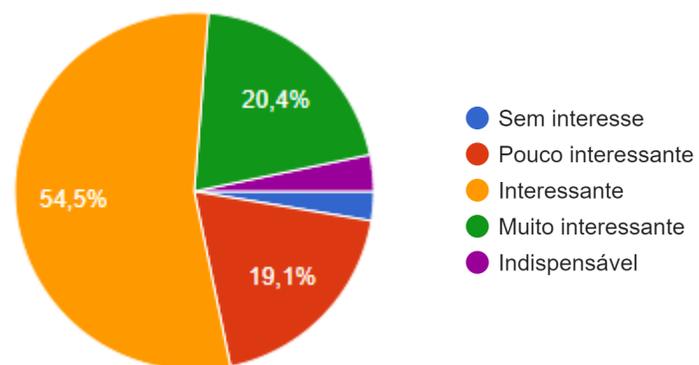
2.1.2 Em que formato?

(418 respostas)



2.1.3 Que avaliação faz da ROF?

(455 respostas)



2.1.4 O que gostaria de ver na ROF?

(155 respostas)

Anexo I

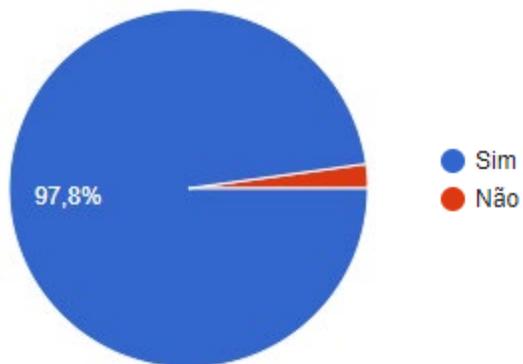
HIGHLIGHTS

- 1/2 dos inquiridos lê a ROF “Às vezes”
- Quase 1/3 não leem a ROF (29,7%)
- 1/4 dos inquiridos lê a ROF regularmente
- Quase 70% leem em formato digital
- 1/2 considera a ROF “Interessante”; 1/4 “Pouco interessante”; 1/4 “Muito interessante”



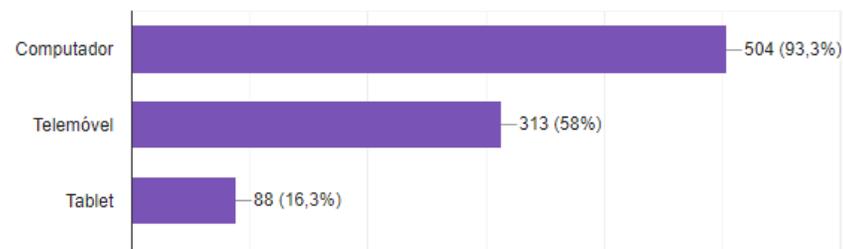
2.2.1 Alguma vez acedeu ao WEBSITE da OF?

(549 respostas)



2.2.2 Em que dispositivos?

(540 respostas)

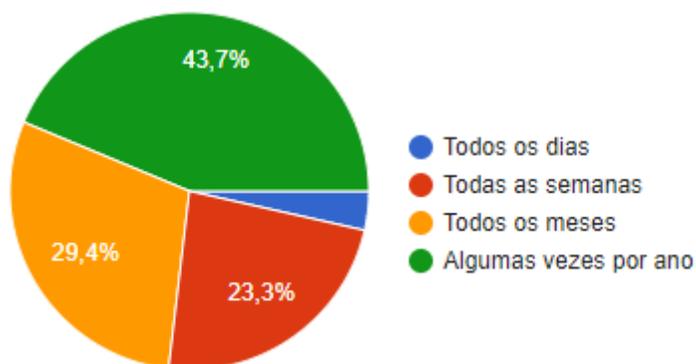


HIGHLIGHTS

- Esmagadora maioria (97,8%) já visitou o website da OF e o “Computador” é o dispositivo mais utilizado (93,3%). Telemóvel é utilizado por 58% dos inquiridos

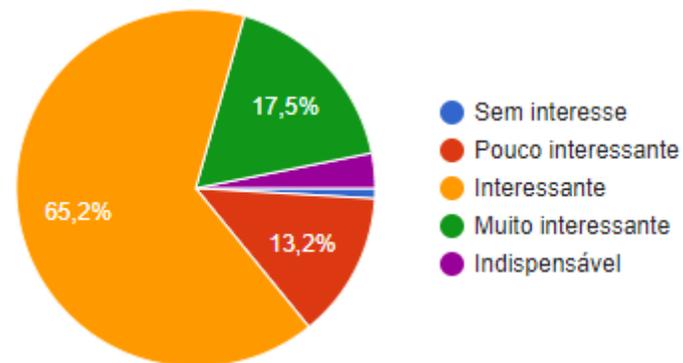
2.2.3 Com que frequência?

(540 respostas)



2.2.4 Que avaliação faz do WEBSITE da OF?

(538 respostas)



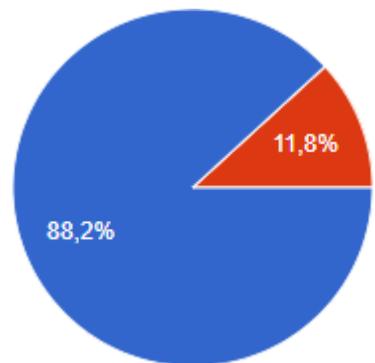
- Quase metade (43,7%) acede “Algumas vezes por ano”; Cerca de 1/3 “Todos os meses” (29,4%) ou “Todas as semanas” (23,3%). Apenas 3,5% acedem “Todos os dias”

- Mais de 80% consideram o website da OF “Interessante” ou “Muito interessante” (65,2% e 17,5%, respetivamente). Para 13,2% é “Pouco interessante”



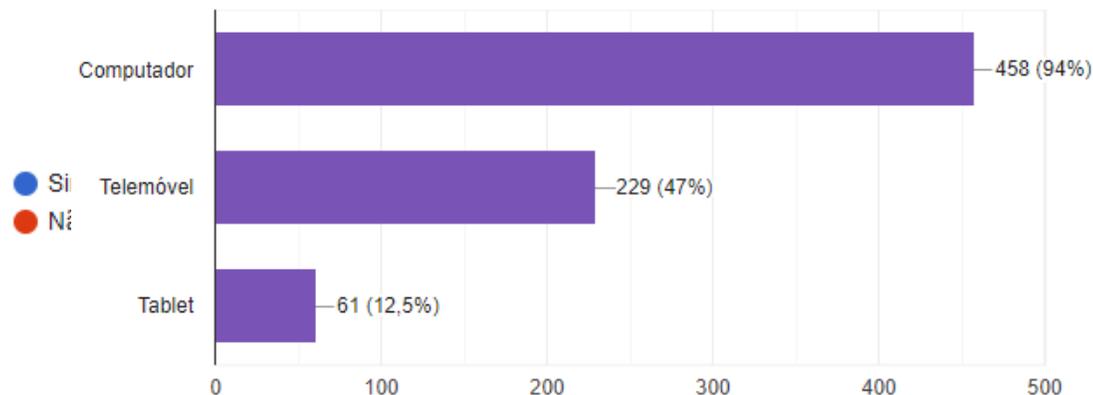
2.3.1 Alguma vez acedeu à SECRETARIA ONLINE?

(549 respostas)



2.3.2 Em que dispositivos?

(487 respostas)



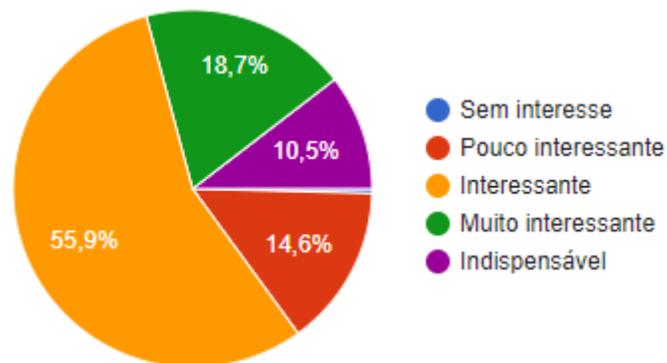
2.3.3 Com que frequência?

(488 respostas)



2.3.4 Que avaliação faz da SECRETARIA ONLINE?

(487 respostas)

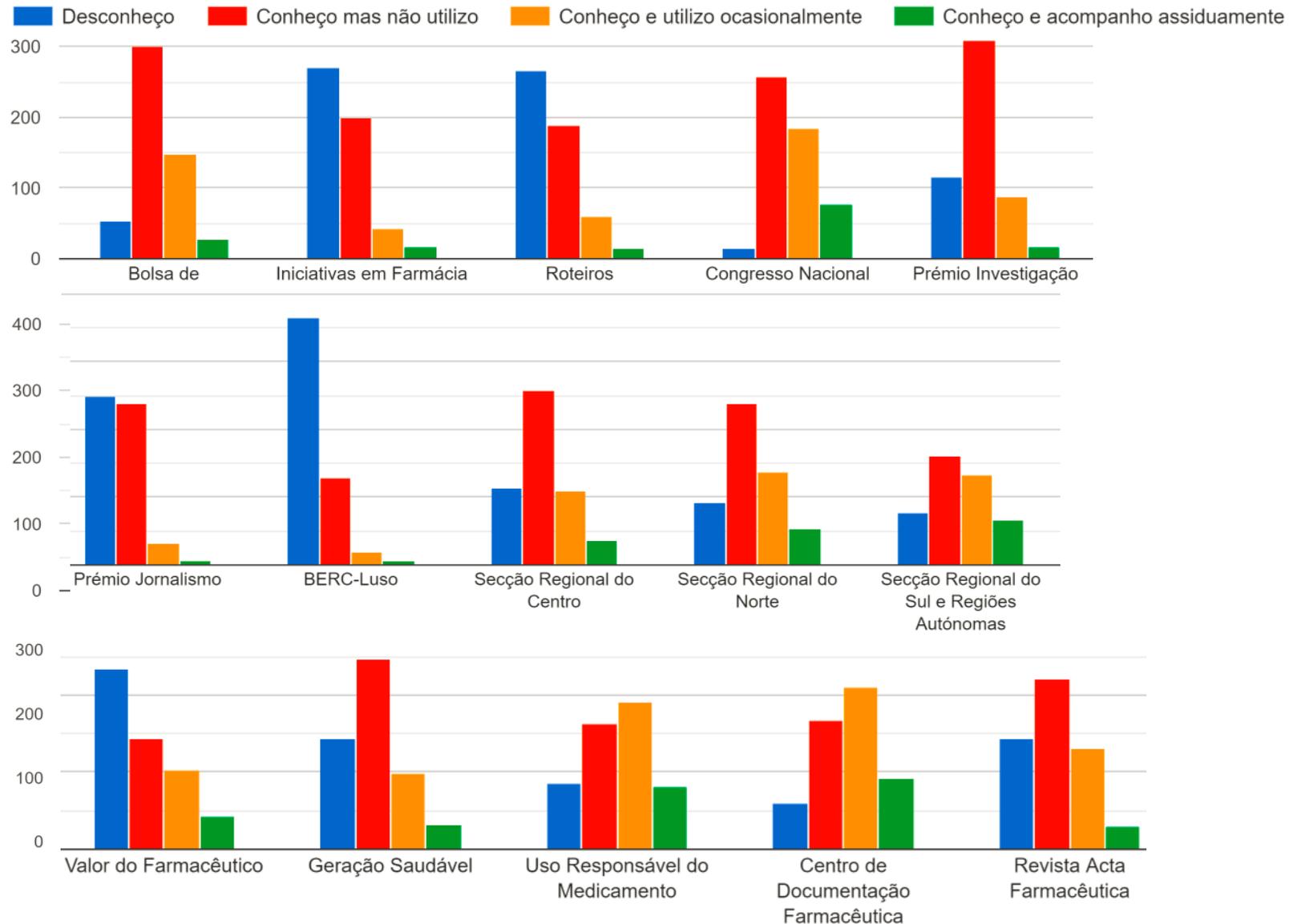


HIGHLIGHTS

- Maioria dos inquiridos já acedeu à Secretaria Online (88,2%)
- Esmagadora maioria (94%) refere aceder através do computador e 47% por “Telemóvel”
- Maioria (70%) acede “Algumas vezes por ano”; 1/5 acede “Todos os meses”; e menos de 10% “Todas as semanas”
- Metade considera a plataforma “Interessante”; 1/5 “Muito interessante” e cerca de 10% “Pouco interessante”



2.4 indique o grau de conhecimento e utilização dos seguintes WEBSITES OF



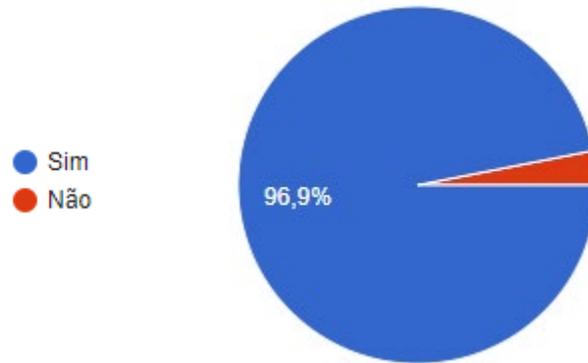
HIGHLIGHTS

- Websites do “Congresso Nacional do Farmacêuticos” (97,3%), “Bolsa de Oportunidades” (89,9%) e “Centro de Documentação Farmacêutica” (88,5%) são os “Outros websites OF” mais conhecidos dos farmacêuticos
- “BERC-Luso” (70,3%), “DIFH” (50,9%), “Roteiros Farmacêuticos” (50,3%), “Prémio Jornalismo” (47,4%) e “Valor do Farmacêuticos” (44,7%) estão entre os mais desconhecidos
- Maioria dos farmacêuticos (+/- 80%) conhece os websites das Secções Regionais, Entre 36,9%-49,9% “não utiliza” e entre 28,3%-45,3% acede “ocasionalmente” (21,2%-30,3%) ou “assiduamente” (7,1%-15%)
- “Centro de Documentação Farmacêutica” (17,4%), “Uso Responsável do Medicamento” (15,6%) e “Congresso Nacional dos Farmacêuticos” (15%) apresentam utilização mais regular.



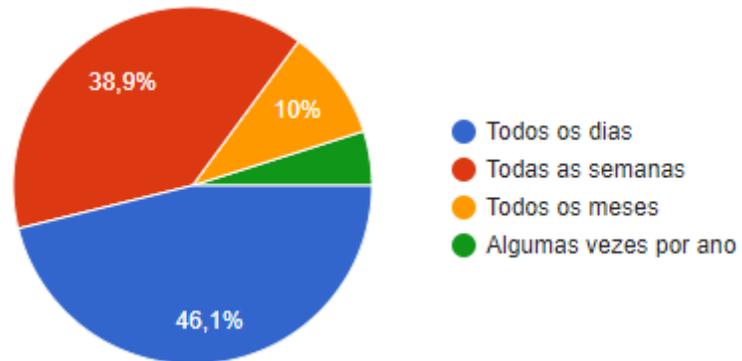
2.5.1 Recebe alguma NEWSLETTER OF?

(549 respostas)



2.5.2 Com que frequência?

(529 respostas)



2.5.3 Em que dispositivos?

(534 respostas)

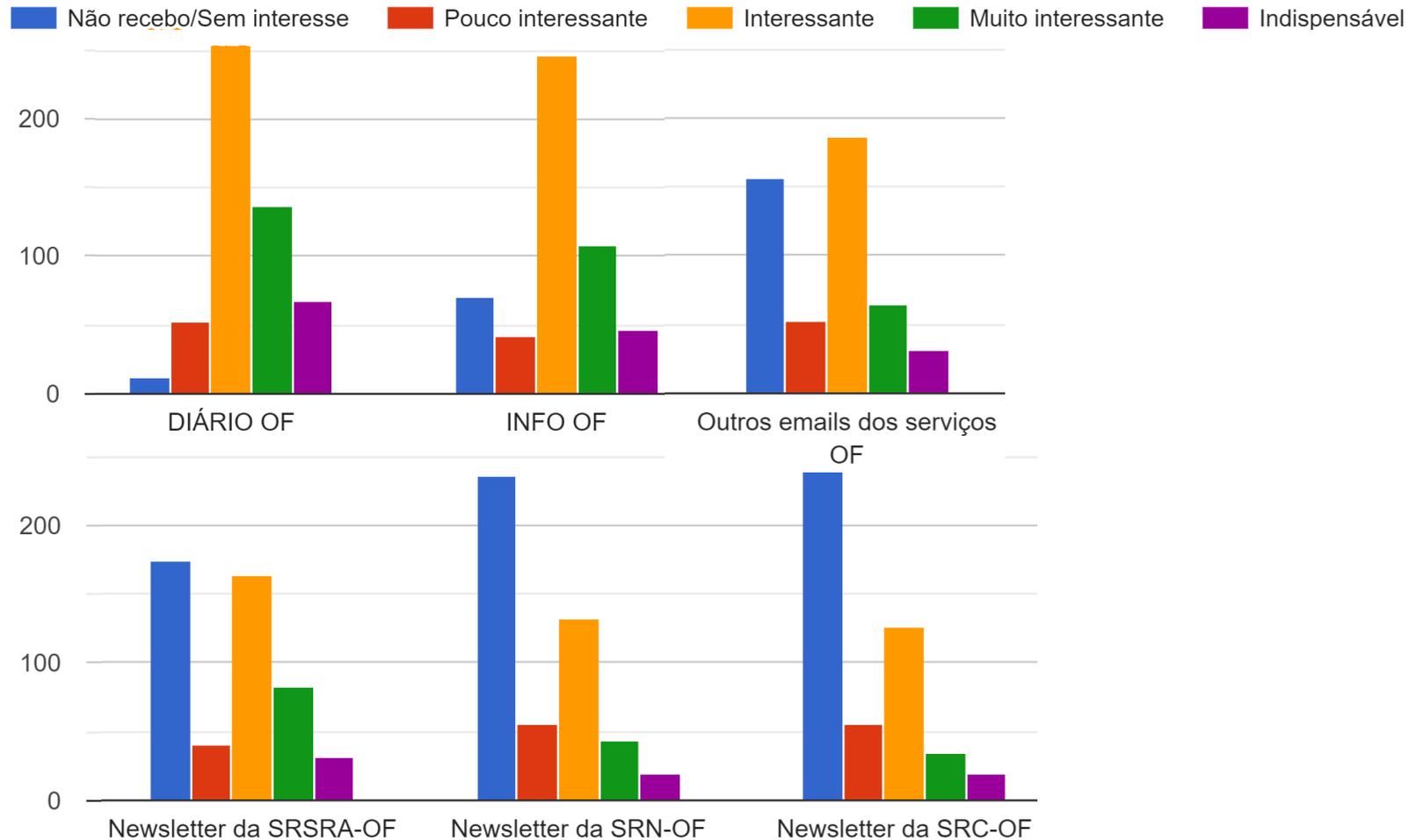


HIGHLIGHTS

- 97% recebem newsletters da OF
- Maioria recebe “Todos os dias” (46%) ou “Todas as semanas” (39%)
- Quase 75% recebe no “Computador” e 60% também no “Telemóvel”



2.5.4 Que avaliação faz das seguintes NEWSLETTERS OF?



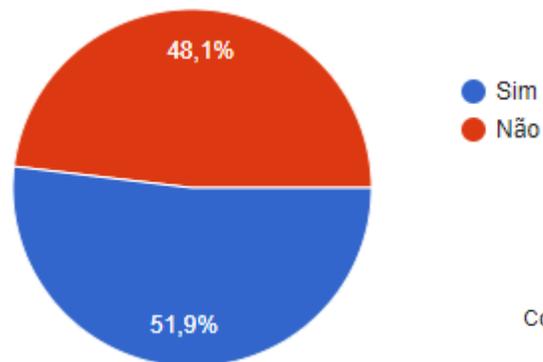
HIGHLIGHTS

- 97% recebem newsletters da OF
- Maioria recebe “Todos os dias” (46%) ou “Todas as semanas” (39%)
- Quase 75% recebe no “Computador” e 60% também no “Telemóvel”



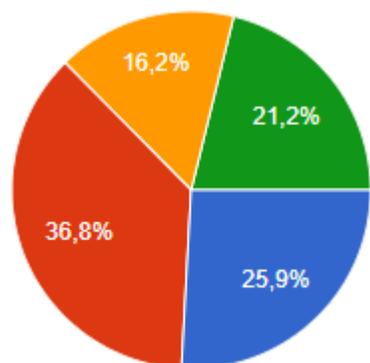
2.6.1 Costuma ver conteúdos da OF nas REDES SOCIAIS?

(549 respostas)



2.6.2 Com que frequência?

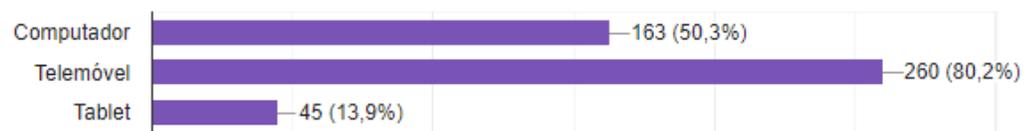
(321 respostas)



- Todos os dias
- Todas as semanas
- Todos os meses
- Algumas vezes por ano

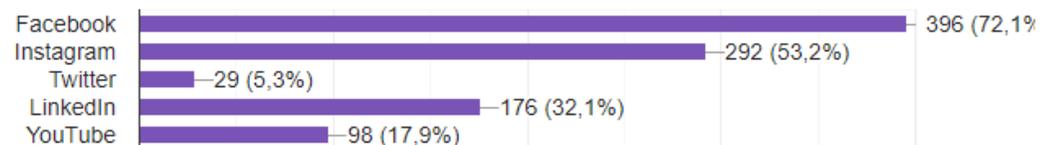
2.6.3 Em que dispositivos?

(324 respostas)



2.6.4 Quais as REDES SOCIAIS que mais utiliza?

(549 respostas)

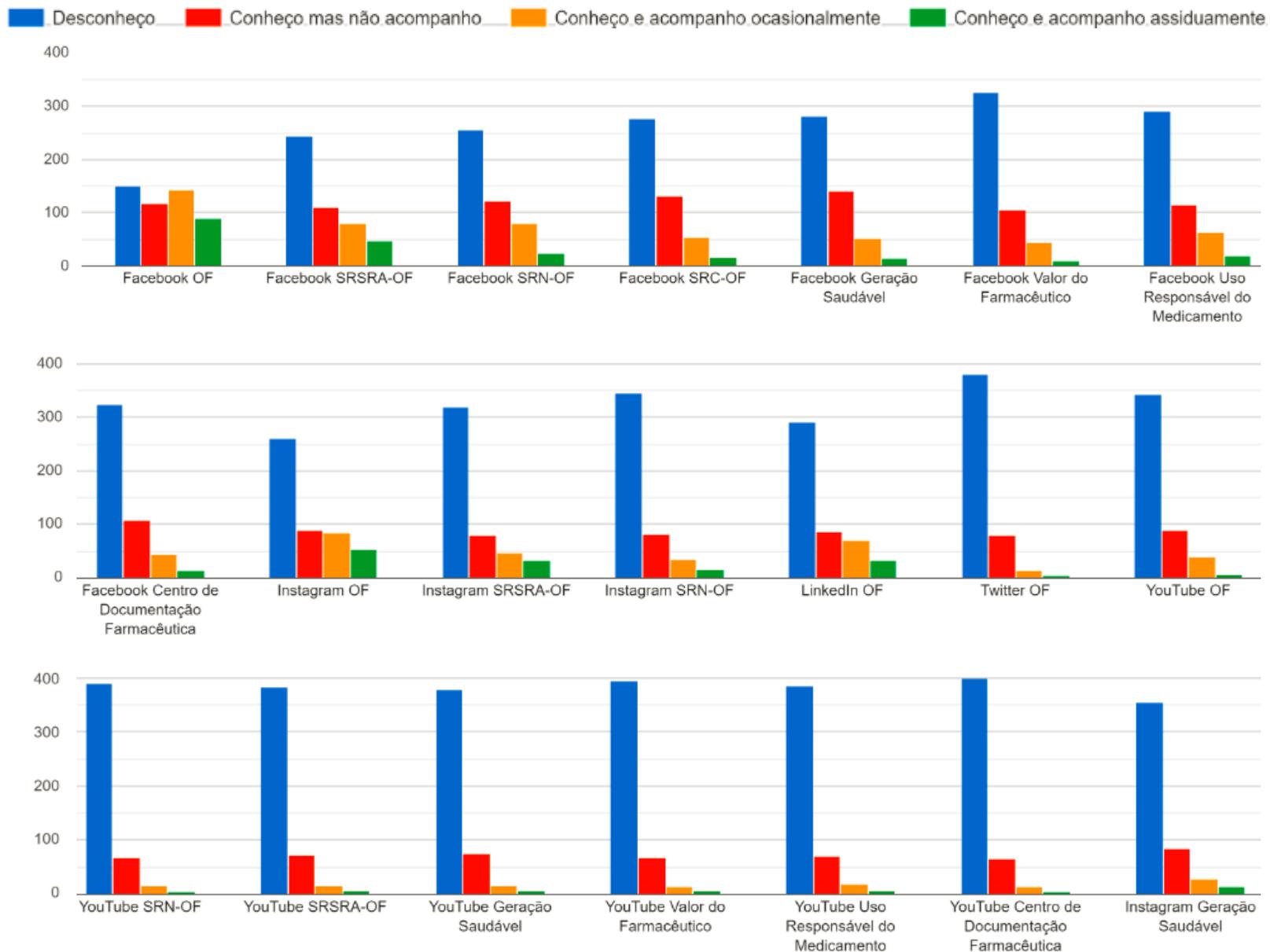


HIGHLIGHTS

- Metade dos inquiridos (51,9%) vêm conteúdos e publicações da OF nas redes sociais
- Maioria dos acesso por “Telemóvel” (80,2%) e também por “Computador” (50,3%)
- Mais de metade vêm “Todas as semanas” (36,8%) ou “Todos os dias” (25,9%)
- Facebook (72,1%), Instagram (53,2%) e LinkedIn (32,1%) são as redes sociais mais utilizadas
- YouTube (17,9%) e Twitter (5,3%) as plataformas menos utilizadas



2.6.5 Classifique o grau de conhecimento e utilização das seguintes REDES SOCIAIS OF?

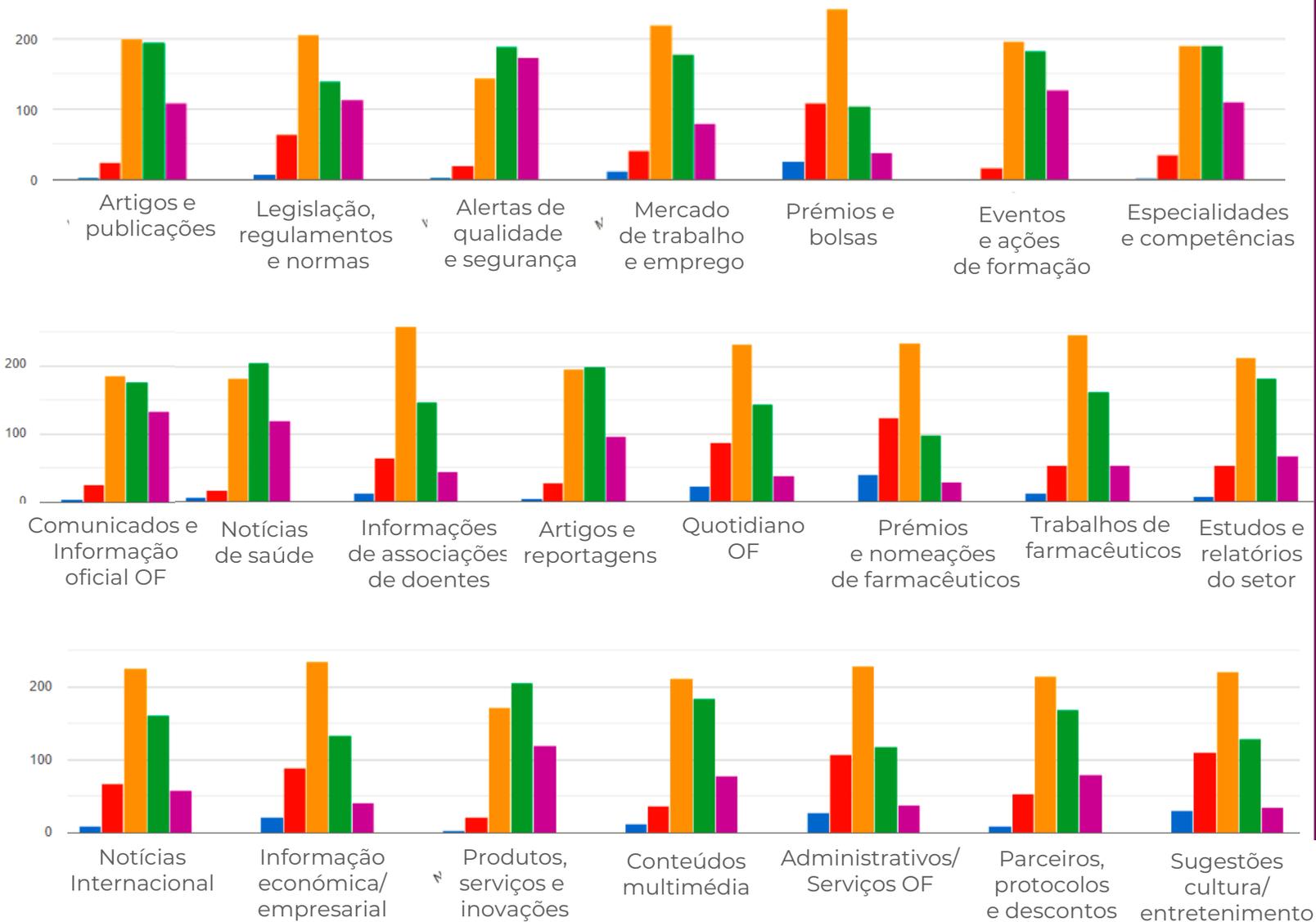


HIGHLIGHTS

- 21 contas sob gestão da OF nas principais plataformas e redes sociais:
 - Facebook: 8 contas
 - Instagram: 4
 - YouTube: 7
 - LinkedIn: 1
 - Twitter: 1
- Resultados condicionadas pela Secção Regional de cada participante
- Facebook OF, Instagram OF e LinkedIn OF com maior número de seguidores assíduos



3.1 Classifique os seguintes CONTEÚDOS OF de acordo com os seus interesses?

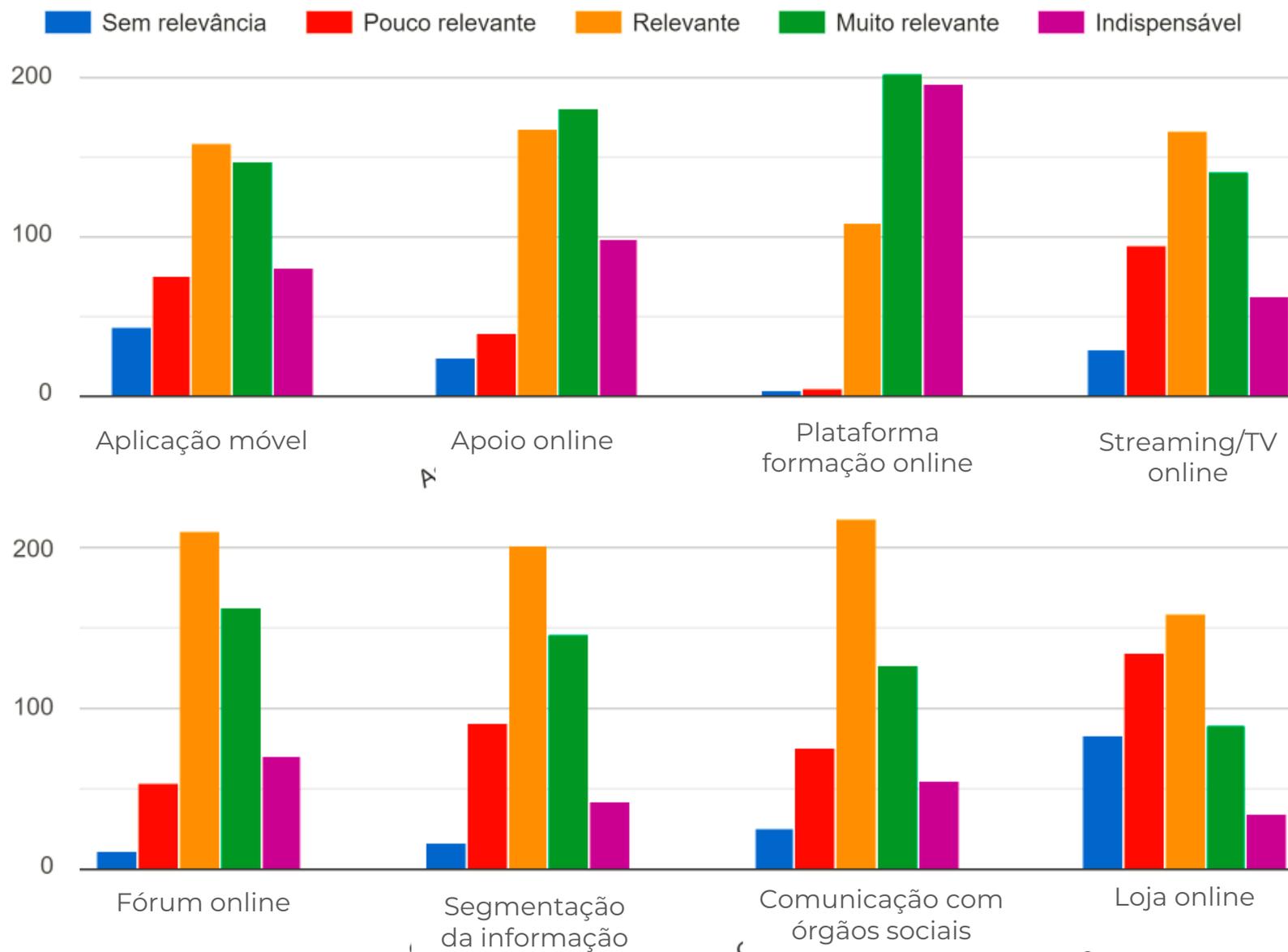


HIGHLIGHTS

- “Alertas de qualidade e segurança” (174 respostas), “Informação oficial da OF” (133), “Eventos” (128), “Notícias do setor” (119), “Novos produtos e serviços” (119), “Legislação” (113) e “Especialidades” (110) são a tipologia de conteúdo mais vezes considerada “Indispensável”
- “Prémios e nomeações” (165), “Entretenimento” (142) e “Administrativos” (135) e “Prémios e bolsas” (135), “Atividade empresarial” (111) e “Quotidiano OF” (110) entre os que registam nenhum ou pouco interesse.
- “Trabalhos farmacêuticos” (410), “Associações de doentes” (408), “Emprego” (397), “Artigos” (396), “Estudos” (396), “Multimédia” (396), “Publicações” (395), “Internacional” (389), “Descontos” (384) considerados “relevantes” ou “muito relevantes”



3.1 Classifique as seguintes FUNCIONALIDADES OF de acordo com os seus interesses?



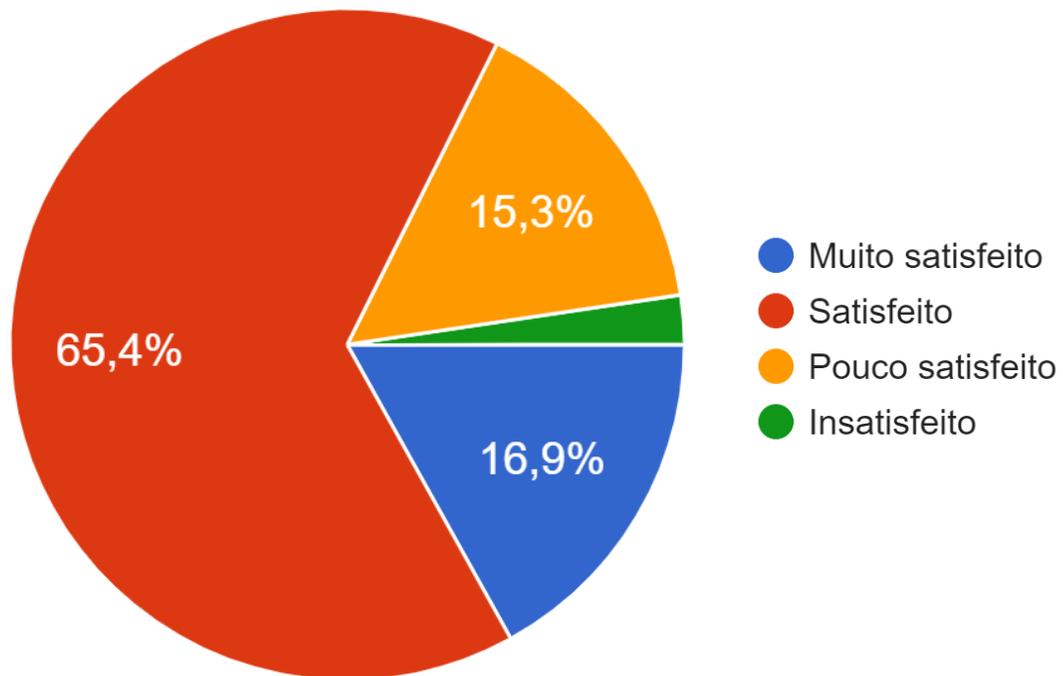
HIGHLIGHTS

- “Formação online” (507 respostas positivas), “Apoio online” (445) e “Fórum online” (441) são os serviços/funcionalidades mais valorizados
- “Loja online” (217 respostas negativas), “TV online” (125) e “Aplicação móvel” (130) entre os menos relevantes
- “Formação online” (196 respostas), “Assistência online” (98) e “Aplicação móvel” (88) são as opções mais “Indispensáveis”
- “Segmentação da informação” e “Comunicação com órgãos sociais” com valorização média



4.1 Qual a sua apreciação global sobre a COMUNICAÇÃO OF?

(549 respostas)



4.2 Comentários

(73 respostas)

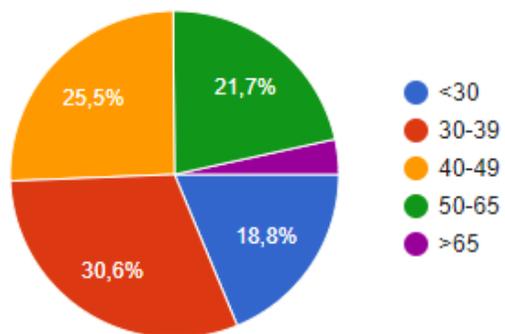
Anexo I

HIGHLIGHTS

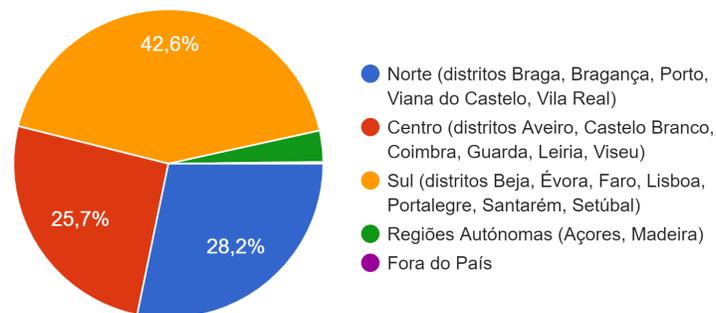
- Quase 80% estão “Satisfeitos” ou “Muito satisfeitos” com a Comunicação da OF (65,4%+16,9%)
- 17,7% estão “Pouco satisfeitos” ou “Insatisfeitos” (15,3%+2,4%)



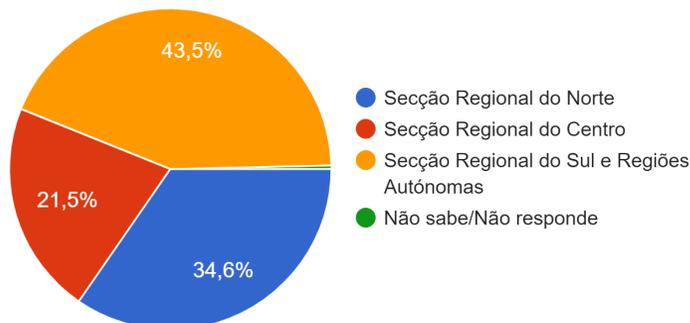
5.1 Idade?



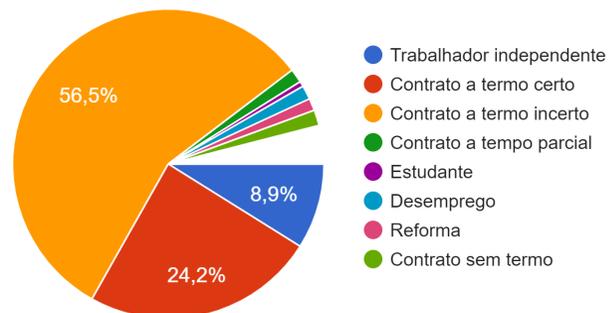
5.2 Domicílio profissional?



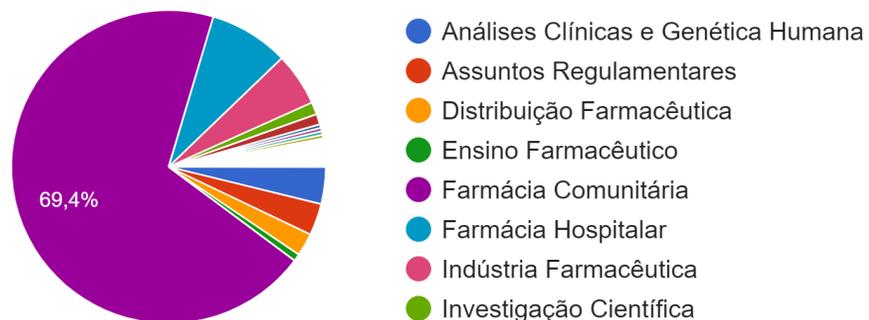
5.3 Secção Regional?



5.4 Situação profissional?



5.5 Área profissional?



HIGHLIGHTS

- Distribuição etária homogénea (amostra menor na faixa >65 anos)
- Distribuição regional proporcional à realidade OF:
 - 43% - Sul/SRSRA-OF (239 respostas);
 - 35% - Norte/SRN-OF (190);
 - 21% - Centro/SRC-OF (110).
- Distribuição profissional proporcional à realidade OF:
 - Quase 70% de “Farmácia Comunitária”
 - “Farmácia Hospitalar “ (8%), “Indústria Farmacêutica” (6%); “Análises Clínicas e Genética Humana” (3%); e “Assuntos Regulamentares “ (3%); “Distribuição Farmacêutica” (2%)
- Grande maioria com “Contrato a tempo incerto” (57%) e com “Contrato a tempo certo” (24%)

