



Gabriela Soeiro Antunes

## Relatório de Estágio em Farmácia Comunitária

Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, orientado pela Dra. Filipa Isabel Amaral Ribeiro e apresentado à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra

Julho 2015



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Gabriela Soeiro Antunes

# Relatório de Estágio em Farmácia Comunitária

Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, orientado pela Dra. Filipa Isabel Amaral Ribeiro e apresentado à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra

Julho 2015



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Eu, Gabriela Soeiro Antunes, estudante do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, com o nº 2010145294, declaro assumir toda a responsabilidade pelo conteúdo do Relatório de Estágio apresentado à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, no âmbito da unidade Estágio Curricular.

Mais declaro que este é um trabalho original e que toda e qualquer afirmação ou expressão, por mim utilizada, está referenciada na Bibliografia deste Relatório, segundo os critérios bibliográficos legalmente estabelecidos, salvaguardando sempre os Direitos de Autor, à exceção das minhas opiniões pessoais.

Coimbra, 11 de julho de 2015.

---

(Gabriela Soeiro Antunes)

Orientadora de Estágio

---

**FARMÁCIA NOVA DE TABUAÇO**  
Prop: Farmácia Nova de Tabuaço, Lda  
Alameda da Igreja, Tabuaço  
NIPC: 513 174 000  
Lug. Mõa Fracção N R/C S/N Loja 2  
5120-371 Tabuaço  
Tel: 254 70 215 Fax: 254 70 215

(Dr<sup>a</sup> Filipa Isabel Amaral Ribeiro)

Estagiária

---

(Gabriela Soeiro Antunes)

## AGRADECIMENTOS

É com enorme orgulho e felicidade que enuncio os meus sinceros agradecimentos a todos aqueles que permitiram que tudo isto fosse possível:

*Aos meus pais, por todo o apoio que sempre me deram, todo o carinho e confiança e por me terem inculcado os princípios fundamentais que me possibilitaram chegar até aqui.*

*À minha irmã, por me ter dado a conhecer esta magnífica cidade de Coimbra e por ser um elemento sempre presente apesar da distância.*

*Ao João, por ser a pessoa inspiradora e dedicada que é, sempre disponível para me ajudar e para me ouvir.*

*Às meninas da Farmácia Nova de Tabuaço, por me terem acolhido tão bem, pela disponibilidade que sempre demonstraram para me ajudar e por tornarem estes 6 meses de estágio uns meses repletos de boa disposição e aprendizagem.*

*Aos meus amigos, que partilharam comigo estes 5 anos e contribuíram para que fossem cheios de aprendizagens, alegrias e acima de tudo, momentos que vou recordar para toda a vida.*

*A todos os professores da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, por todos os conhecimentos transmitidos.*

*A Coimbra, a maravilhosa cidade dos estudantes, por tudo o que me deu e me ensinou...*

*“Aqueles que passam por nós, não vão sós, não nos deixam sós.  
Deixam um pouco de si, levam um pouco de nós.”*

*Antoine de Saint-Exupéry*

# ÍNDICE

<b>AGRADECIMENTOS</b> .....	3
<b>LISTA DE ABREVIATURAS</b> .....	5
<b>1 - INTRODUÇÃO</b> .....	6
1.1 - Contextualização da Farmácia Nova de Tabuaço .....	7
<b>2 - INSTALAÇÕES</b> .....	8
2.1 - Localização .....	8
2.2 - Infraestruturas e organização do espaço .....	8
2.3 - Animação da sala de público e dinâmica na farmácia .....	11
<b>3 - INTEGRAÇÃO NA EQUIPA</b> .....	12
<b>4 - ATIVIDADES EXECUTADAS NA FARMÁCIA</b> .....	13
4.1 - <i>Front office</i> .....	14
4.2 - <i>Back office</i> .....	15
4.2.1 - Gestão do aprovisionamento.....	16
4.2.2 - Verificação periódica dos prazos de validade .....	19
4.2.3 - Receção e armazenamento de encomendas.....	19
4.2.4 - Gestão de trocas e devoluções .....	20
4.3 - Sifarma 2000® - uma ferramenta fundamental.....	20
<b>5 - NECESSIDADE DE PERMANENTE ACTUALIZAÇÃO</b> .....	21
<b>6 - ACTUAL CONJUNTURA DAS FARMÁCIAS</b> .....	23
6.1 - Queda dos preços dos medicamentos e margens de lucro em constante decréscimo .....	23
6.2 - Medicamentos genéricos .....	24
6.3 - Medicamentos rateados.....	25
6.4 - Estabelecimento de venda de medicamentos não sujeitos a receita médica .....	25
6.5 - Publicidade de medicamentos não sujeitos a receita médica em constante crescimento .....	25
<b>7 - CURSO DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS E ADAPTAÇÃO À REALIDADE DE TRABALHO</b> ..	26
7.1 - Aplicação de conhecimentos teóricos.....	26
Caso 1 .....	27
Caso 2 .....	27
Caso 3 .....	28
Caso 4 .....	28
7.2 - Necessidade de desenvolver a vertente prática ao longo do curso .....	29
<b>8 - FARMACÊUTICO UM PROFISSIONAL MULTIFACETADO</b> .....	30
8.1 - Medição de parâmetros bioquímicos.....	30

8.2 - Consultas de nutrição e audiologia.....	31
8.3 - Aposta noutra tipo de serviços farmacêuticos .....	31
9 - CONCLUSÃO.....	32
10 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	33

## LISTA DE ABREVIATURAS

**MNSRM** - Medicamentos não sujeitos a Receita Médica

**TA** - Tensão arterial

## I - INTRODUÇÃO

O estágio curricular em farmácia comunitária é o culminar e o consolidar de conhecimentos adquiridos ao longo de cinco anos de formação.

A realização do meu estágio curricular decorreu na Farmácia Nova de Tabuaço, uma farmácia relativamente recente que, no entanto, já se encontra perfeitamente enquadrada e adaptada a este meio competitivo que é o das farmácias.

De acordo com as normas orientadoras estabelecidas para a elaboração do presente relatório, é pretendido que se realize uma análise **SWOT** relativa ao estágio curricular. Uma análise **SWOT** engloba duas dimensões: a dimensão interna que contempla os pontos fortes (*strengths*) e os pontos fracos (*weaknesses*); e a dimensão externa que congrega as oportunidades (*opportunities*) e as ameaças (*threats*). Irei, então, ao longo das próximas páginas, abordar estes tópicos em simultâneo com a descrição de algumas atividades e de outros assuntos que considero importantes.

Ao longo do estágio, foram vários os aspetos com que me deparei e os quais são passíveis de ser englobados nas categorias acima mencionadas, não só relacionados diretamente com o meu estágio, mas também com a própria farmácia. Posto isto, apresento de seguida um resumo de todos esses pontos de facilitar a perceção dos mesmos ao longo da leitura.

<b>Pontos Fortes</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Capacidade de adaptação da equipa da farmácia;</li><li>- Boa organização da farmácia;</li><li>- Integração na equipa;</li><li>- Grande variedade de produtos disponíveis;</li><li>- Equipa dinâmica e eu se entreaajuda;</li><li>- Disponibilidade sempre demonstrada para me ajudar;</li><li>- Contacto com uma grande variedade de tarefas;</li><li>- Possibilidade de perceção da importância de alguns assuntos;</li><li>- Boa gestão de aprovisionamento;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Primeiro contacto com os produtos e familiarização com os mesmos;</li><li>- <i>Sifarma 2000</i><sup>®</sup>;</li><li>- Permanente atualização;</li><li>- Possibilidade de aplicação de conhecimentos teóricos;</li><li>- Contacto com situações muito variadas;</li><li>- Consultas de nutrição e de audiologia;</li><li>- Medição de parâmetros bioquímicos.</li></ul>
	<b>Pontos Fracos</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Localização da farmácia;</li><li>- Espaço da farmácia;</li><li>- Medicamentos com prazo de validade expirado;</li><li>- Associação entre o nome de marca e princípio ativo dos diferentes medicamentos.</li></ul>



Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Demonstrações de produtos realizadas por vários laboratórios;</li> <li>- Amostras oferecidas pelos laboratórios;</li> <li>- Animação da sala de público;</li> <li>- Participação em formações;</li> <li>- Publicidade a medicamentos não sujeitos a receita médica;</li> <li>- Estágios de Verão;</li> <li>- Serviços farmacêuticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medicamentos genéricos;</li> <li>- Ausência de contacto com o novo sistema de receitas eletrónicas;</li> <li>- Queda dos preços dos medicamentos e margens de lucro;</li> <li>- Medicamentos frequentemente esgotados;</li> <li>- Publicidade a medicamentos não sujeitos a receita médica.</li> </ul>

**Tabela 1:** Resumo **SWOT** (pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças).

### 1.1 - Contextualização da Farmácia Nova de Tabuaço

<b>Horário de funcionamento</b>	<p>A Farmácia Nova de Tabuaço é uma farmácia que funciona das 9 horas às 20 horas sem interrupção, de segunda a sexta-feira e das 9 horas às 19 horas com intervalo de 1 hora para almoço, durante o fim-de-semana e feriados. É, portanto, uma farmácia aberta ao público diariamente.</p> <p>Apresenta um turno de regime de disponibilidade, que assegura que um farmacêutico ou um auxiliar legalmente habilitado, está disponível para atender ao público que o solicite em caso de urgência, num horário que não corresponda ao de funcionamento da farmácia.<sup>1</sup></p> <p><i>Decreto-Lei n.º 172/2012, de 1 de agosto.</i></p>
<b>Diretora técnica</b>	Doutora Filipa Isabel Amaral Ribeiro
<b>Restante equipa</b>	Doutora Daniela Reis Doutora Dora Ribeiro Doutora Catarina Balça

**Tabela 2:** Farmácia Nova - Horário; Direção Técnica e restante equipa.

## 2 - INSTALAÇÕES

### 2.1 - Localização

A abertura de uma farmácia não é um processo ao acaso, necessitando de haver o cumprimento de determinados requisitos. Segundo a portaria n.º 352/2012, de 30 de outubro, deve existir uma distância mínima de 350 metros entre farmácias, contados em linha reta dos limites exteriores da farmácia e cumulativamente, uma distância mínima de 100 metros entre a farmácia e uma extensão de saúde.<sup>2</sup> Posto isto, existindo uma outra farmácia na vila de Tabuaço, a instalação da Farmácia Nova teve que ocorrer, do ponto de vista legislativo, num local um pouco distanciado do centro da vila e de difícil acesso, sobretudo para os utentes mais idosos que não possuam meio de transporte próprio.

A localização da farmácia é um dos pontos fracos que posso realçar. No entanto, no sentido de colmatá-lo, sempre se verificou a disponibilidade para entrega domiciliária às pessoas mais necessitadas e com mais limitações de locomoção. Como tal, esta trata-se de uma prática recorrente que pude constatar ser eximamente assegurada pela equipa de trabalho da Farmácia Nova, que acaba por revelar a sua preocupação e favorecer a manutenção da disponibilidade de medicamentos para o tipo específico de população supracitado.

### 2.2 - Infraestruturas e organização do espaço

A farmácia é um espaço público de saúde que possui um estatuto único, no que diz respeito à acessibilidade e adequação de horários. Deve dispor de instalações adequadas para garantir a segurança, conservação e preparação dos medicamentos, assim como acessibilidade, comodidade e privacidade dos utentes.

Estando as farmácias inseridas num meio muito competitivo, é necessário recorrer a todos os meios estratégicos para aumentar as vendas. O *merchandising* é um conceito que congrega as técnicas necessárias para a promoção de um produto, tendo como objetivos imediatos o aumento da rotação dos stocks por forma a incrementar a rentabilidade da própria atividade. A exposição dos artigos e organização do espaço de venda são uma das técnicas do *merchandising* que conduzem a um maior ou menor volume de vendas, permitindo cativar o público através de um espaço simpático, acolhedor e simultaneamente funcional.

Existindo alguns clientes que realizam compras por impulso - isto é, não têm intenção prévia de comprar ou simplesmente não se recordam que necessitam de determinado produto - é importante a boa organização do espaço da farmácia e a manutenção dos produtos visíveis de modo a que chamem a atenção. Em particular nestes casos, a visualização do produto é

essencial, portanto deve verificar-se uma boa gestão dos pontos quentes e frios, no sentido de despoletar na pessoa, ao entrar na farmácia, o impulso de comprar determinado produto. Na farmácia onde estagiei o espaço da sala de atendimento ao público é relativamente pequeno face ao volume de produtos que a farmácia possui. Destaco este aspeto como um ponto fraco, obrigando a que se exponham poucas quantidades de cada produto, havendo uma necessidade frequente de se fazerem reposições de *stock*.

É essencial um estudo rigoroso dos produtos para que se exponham de forma lógica e, intuitiva e apesar de não existirem muitos expositores segregados na farmácia, que permitiriam uma exposição mais seccionada, considero que a organização dos produtos se encontra bem estudada.

Embora o espaço seja pequeno, conseguiu-se transformá-lo num espaço agradável e bem ordenado, havendo a preocupação de se reorganizarem os produtos sempre que necessário para garantir que se mantêm dispostos de forma correta. Aproveito, então, para referir um ponto forte da farmácia, mais concretamente da sua equipa, sendo ele a capacidade de adaptação deste reduzido espaço da melhor maneira possível.



### Exterior da farmácia

- A parte exterior da farmácia é o primeiro ponto de contato do cliente com a farmácia. Os clientes formulam uma opinião desde que entram na farmácia, até a abandonarem, portanto é essencial apostar numa boa montra.
- Montra ampla, devidamente utilizada para disposição de publicidade aos mais variados produtos.
- Fácil acessibilidade através de duas portas largas e ausência de escadas.



### Sala de atendimento ao público

- Manutenção do espaço limpo e organizado;
- Espaço que facilita a circulação das pessoas, possuindo uma zona de descanso;
- Zona bem iluminada com produtos seccionados em zonas específicas.



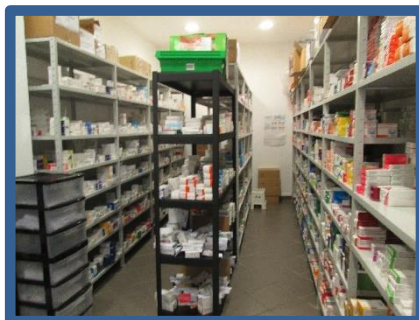
Exemplos de algumas zonas seccionadas e colocação de produtos em pontos estratégicos, na sala de atendimento ao público.



**Gabinete de atendimento personalizado**

- Destinado à realização de medições de parâmetros bioquímicos e de pressão arterial;
- Local de realização de consultas de nutrição e de audiologia;

Possui todo o material necessário e garante a privacidade e comodidade dos utentes.



**Armazém I**

- Destinado ao armazenamento de medicamentos.
- Garante as condições necessárias de armazenamento.



**Armazém II**

- Destinado ao armazenamento de produtos excedentes até à sua exposição.
- Garante as condições necessárias de armazenamento.

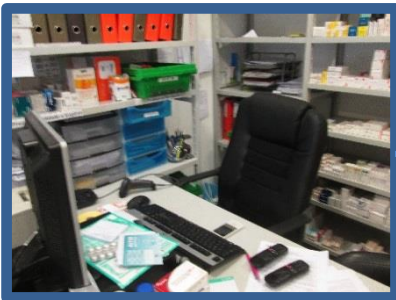


Zona de armazenamento de produtos com necessidades especiais de armazenamento



### Laboratório

- Destinado à elaboração de medicamentos manipulados, reconstituição de preparações extemporâneas, etc.
- Garante as condições de higiene e segurança.



Zona de receção de encomendas

**Figura I** - Organização das diferentes Zonas da farmácia.

### 2.3 - Animação da sala de público e dinâmica na farmácia

Uma vez que a maioria dos clientes que frequentam a farmácia são clientes habituais, a localização de cada categoria de produtos já é do seu conhecimento, sendo que, na maioria das vezes, já demonstram total autonomia para procurar um determinado produto que necessitam. Uma oportunidade - para a própria farmácia - de que possui é exatamente o posicionamento de produtos novos em locais que substituam outros. Esta alteração na farmácia vai despertar a atenção dos utentes para o novo produto, aumentando, assim, a sua respetiva venda.

A exposição de produtos da época é efetuada através desta estratégia. Por exemplo, os protetores solares, na altura da primavera-verão, são expostos numa zona de passagem dos clientes (zona quente) revezando outro produto. Essa mudança vai despoletar a atenção do utente que, muitas vezes, por impulso, acaba por comprar o produto.

A animação da sala do público é uma das grandes estratégias que o *merchandising* utiliza de forma a cativar a atenção dos clientes para um determinado produto ou para a própria farmácia, visto ser criada uma dinâmica na sala de atendimento que os atrai. As farmácias têm a oportunidade de promover vários produtos junto do público, sendo inúmeros os laboratórios que oferecem essa possibilidade, nomeadamente através de demonstrações de produto. Isso permite que o utente contacte diretamente com um produto, sendo mais fácil a sua venda. Para além disso, durante estas demonstrações são prestados aconselhamentos adequados, constituindo igualmente uma excelente oportunidade para aprender um pouco mais acerca do artigo que, muitas das vezes, é novo e até então desconhecido para o utente. As explicações são fornecidas por pessoas especializadas no produto, manifestando-se uma mais-valia não só para os utentes, mas também para a equipa de trabalho.

Durante o meu estágio tive a possibilidade de assistir a algumas destas demonstrações e de contactar com várias destas técnicas de *merchandising*, constatando a sua real eficácia. Em todas as demonstrações, verificou-se uma grande adesão por parte do público que acaba por sair satisfeito da farmácia.

Nalguns casos, há ainda a oferta de amostras por parte de laboratórios, as quais podemos oferecer aos utentes como forma de promoção dos produtos. Caso fiquem satisfeitos, é um bom ponto de partida para que o posteriormente adquiram.

### 3 - INTEGRAÇÃO NA EQUIPA

Um dos aspetos mais importantes com que pude contactar ao longo dos 6 meses de estágio, e que considero como um dos pontos fortes mais importantes do meu estágio, foi o bom ambiente de trabalho que sempre se verificou. Fui muito bem recebida no seio da equipa da Farmácia Nova, existindo sempre um ambiente muito agradável para trabalhar. Todas as tarefas da farmácia são facilmente divididas pela totalidade da equipa que se caracterizava por um forte espírito de entreatajuda. A boa disposição foi uma constante, coexistindo, por isso, um pleno à-vontade para o esclarecimento de dúvidas e partilha de ideias.

É notável que tudo isto se reflete e culmina num competente atendimento dos utentes, que mal entram na farmácia, se deparam com uma equipa jovem e simpática, sempre pronta para ajudar. Aproveito para realçar outro ponto forte, que se associa com a disponibilidade constante da equipa para proceder à entrega de qualquer medicamento que faltasse em *stock*

pelas mais variadas razões ou para esclarecer as dúvidas que os utentes manifestassem, quer pessoalmente, quer através do telefone.

#### **4 - ATIVIDADES EXECUTADAS NA FARMÁCIA**

*“A atividade e o exercício da profissão de farmacêutico numa farmácia são hoje muito exigentes. Não apenas pelas complexidades, técnica, científica, administrativa e burocrática do processamento da prescrição médica, desde o atendimento do doente até à faturação e recebimento dos pagadores, mas sobretudo pela necessidade de, num ponto nodal da prestação de cuidados de saúde, o acesso ao medicamento e a sua adequação ao doente concreto. Ter de gerir em tempo real as necessidades dos utentes associadas a uma regulamentação complexa, difícil de aplicar e quantas vezes contraditória”.*<sup>3</sup>

O farmacêutico trata-se de um profissional multidisciplinar que necessita de estar preparado para executar as mais variadas funções. De facto, numa farmácia, para além do trabalho de *front office*, isto é, o trabalho no balcão, em que se contacta diretamente com os utentes, existem também inúmeras tarefas que se realizam no *back office*, que são fundamentais para o coordenado funcionamento da farmácia.

Durante o atendimento, é necessário que se detenham conhecimentos sólidos sobre a medicação dispensada, a fim da cedência de aconselhamentos corretos e apropriados. É de salientar que os utentes que se dirigem à farmácia são extremamente heterogéneos entre si e o farmacêutico tem que estar preparado para resolver os mais variados problemas e dúvidas que eles possam possuir. Deste modo, destaco um ponto forte da farmácia, que se prende com o facto de dispor de uma grande variedade de produtos para responder a um ampla diversidade de clientes, havendo, portanto, a possibilidade de escolha pelo produto mais adequado e adaptado a cada uma das situações. Por outro lado, uma equipa multifacetada que se entreja é indispensável, sendo que se devem ter em consideração as opiniões e sugestões de cada um, aquando da resolução de situações mais complicadas. É incontestavelmente possível aprender no seio de uma equipa que se caracteriza por uma constante partilha de ideias.

#### 4.1 - *Front office*

Sendo o atendimento um elemento decisivo na fidelização e cujo foco principal são os utentes, é necessário considerar vários fatores para que se atinja um atendimento o mais satisfatório e completo possível. Através de uma linguagem verbal e não verbal, o atendimento deve pautar-se por transmitir:

- Uma apresentação sóbria, optando por roupas limpas e harmoniosas;
- Simpatia e sensibilidade humana;
- Competência, de forma a garantir a confiança do utente;
- Adaptação do discurso ao tipo de pessoa e garantir que o que transmitimos foi apreendido. Neste ponto, pode optar-se por uma comunicação escrita que facilite a perceção por parte dos utentes. Não deve verificar-se a utilização de termos demasiado técnicos;
- Confidencialidade dos utentes;
- Honestidade, atuando sempre em função das necessidades do utente.

Desde a entrada do utente na farmácia até à cedência dos medicamentos, existem várias etapas que necessitam de ser escrupulosamente cumpridas.

Existem duas hipóteses: o utente vem acompanhado de uma receita médica na qual consta a prescrição dos medicamentos; ou o utente procura o aconselhamento de um produto por parte do farmacêutico para resolver um determinado problema.

Em ambos os casos, a cedência deve ser acompanhada de determinadas questões. Devem ser esclarecidas as dúvidas do utente e haver preocupação por promover a devida adesão à terapêutica. Em suma, nunca uma cedência de medicamentos pode ser vista como um ato simples de dispensa de um produto.

Ao longo do diálogo que se estabelece com o utente é, possível que averiguemos se a medicação é habitual, se o utente em causa sabe a posologia correta e a forma de administração adequada, se sabe para que servem os medicamentos e ainda se existem duplicações de medicação. Consegue-se, assim, uma minimização de erros que de outra forma passariam despercebidos.

No caso de o utente ser portador de uma receita médica, deve proceder-se à avaliação da mesma de forma crítica. Devem ceder-se os medicamentos corretos e tentar perceber se a medicação se adequa à situação clínica em causa, uma vez que o médico pode cometer algum erro e o farmacêutico, enquanto último profissional de saúde que contacta com o

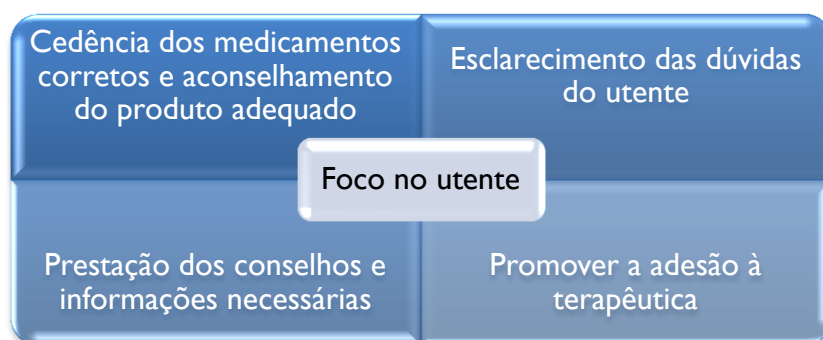


doente, partilha corresponsabilidade de assegurar a adequabilidade do medicamento para cada historial clínico e farmacológico em particular.

Já nos casos em que cabe ao farmacêutico a escolha do medicamento, é necessário ter em conta que cada pessoa é única e, como tal, devemos considerar o utente que temos diante de nós, de forma a ceder-lhe o medicamento mais adequado e adaptado. A título de exemplo, se uma pessoa idosa solicitar um produto descongestionante nasal, havendo vários produtos na farmácia indicados para essa função, podemos aconselhar um descongestionante em gel - ao invés de um *spray* -, sendo o primeiro de mais fácil aplicação para pessoas com menos destreza, como é então este caso do idoso.

No meu estágio, foram-me inculcidos vários princípios que considero muito importantes e que serão particularmente úteis no futuro. De entre vários, um deles reporta-se precisamente à certificação de que toda a medicação cedida foi a correta, previamente ao utente abandonar a farmácia.

Aquando dos atendimentos que tive oportunidade de executar, nunca sofri pressão por parte das minhas colegas, o que facilitou a minha aprendizagem, possibilitando-me sempre a realização de um atendimento ao ritmo e da forma que mais me conviesse. Nunca ou em momento algum me senti desamparada, pois sempre que me surgiu alguma dúvida, nunca me foi negada ajuda. Estes aspetos demonstraram-se um ponto forte do meu estágio.



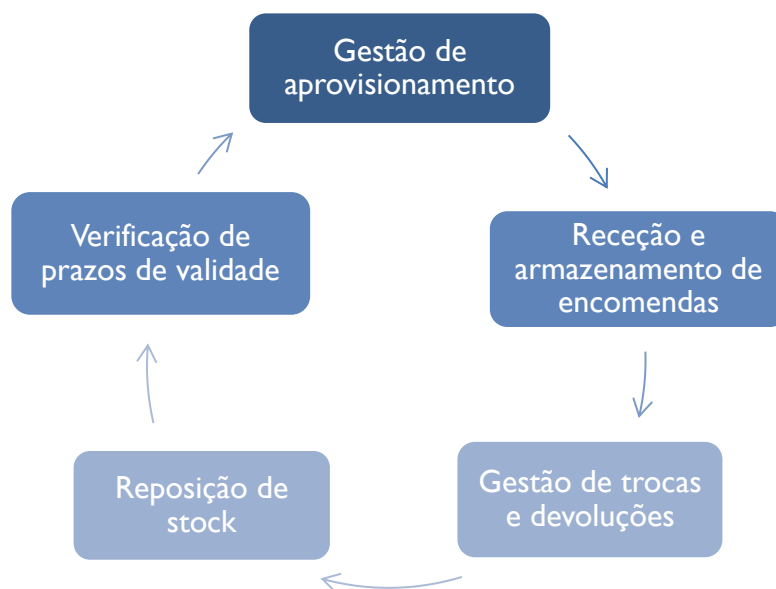
**Figura 2** - Aspetos a ter em conta durante o atendimento.

#### 4.2 - Back office

Existem diversas tarefas que são executadas no que concerne ao *back office*:

- Receção e armazenamento de encomendas;
- Gestão de *stock*;
- Execução de medicamentos manipulados;
- Gestão da faturação;
- Correção do receituário;

- Verificação de prazos de validade, etc.



**Figura 3** - Tarefas periódicas a executar em Farmácia.

Durante o meu período de estágio, tive a possibilidade de contactar com a grande maioria das tarefas supramencionadas, havendo a perseverante preocupação por parte das minhas colegas em ensinar e explicar o porquê das coisas. Forneceram-me noções essenciais para o completo entendimento de algumas temáticas com os quais não contactamos durante o curso, que são apenas de possível perceção em ambiente prático de farmácia.

Dada a conjuntura atual das farmácias, verifica-se a passagem por uma situação económica desfavorável, pelo que uma audaz e apropriada execução das atividades de *back office* é também determinante para assegurar a sobrevivência e subsistência da farmácia.

#### 4.2.1 - Gestão do aprovisionamento

Numa farmácia, é fundamental que se execute uma boa gestão de *stock* e do sortido, isto é, uma boa gestão do aprovisionamento. Só assim se garante a disponibilidade de produtos suficientes para satisfazer as necessidades dos utentes sem, porém, colocar em causa a equilibrada gestão da farmácia.

O sortido pode ser definido, essencialmente, em duas dimensões: a) largura – número de necessidades que são satisfeitas pela farmácia; b) profundidade – número de escolhas que são oferecidas para satisfazer uma necessidade específica. Ambas as dimensões são decisivas para tipificar a oferta da farmácia, devendo existir um sortido-base que corresponda aos produtos

mais solicitados, bem como um sortido personalizado que satisfaça algumas necessidades específicas.

O *stock*, por sua vez, corresponde à quantidade de cada produto que a farmácia deve possuir. Esta gestão adequada é de extrema relevância, pois só assim é possível dispor de uma variedade e quantidade de medicamentos suficientes para fazer face às necessidades dos clientes. Um cliente satisfeito aproxima-se mais do conceito de cliente fidelizado e, como tal, é importante possuir sempre que possível o produto que especificamente solicita ou que mais se adequa às necessidades que revela.

Também é indispensável ter em conta vários parâmetros na atribuição do *stock* e do sortido. Só, desta forma, se atinge uma correta gestão e garante que os produtos são adequadamente escoados.

Um ponto forte da Farmácia Nova é que as compras são efetuadas de forma cautelosa. No caso de os produtos serem recentes, adquirem-se primeiramente em quantidades reduzidas, com o intuito de averiguar se o produto vai ser facilmente escoado ou não. Somente dependendo dessa primeira experiência se planeia a compra seguinte.

Dado que existem vários clientes habituais da farmácia, são conhecidos alguns dos seus hábitos e, dessa forma, há o cuidado de possuir um ou dois produtos específicos para essas mesmas pessoas. No caso dos produtos que apresentam maior saída, o aprovisionamento é maior e atenta-se cuidadosamente à sua devida reposição regular.

Devo, neste ponto, salientar os medicamentos genéricos que são uma das ameaças das farmácias. Visto que existem muitos laboratórios não é concebível que a farmácia disponha de todos, por conseguinte a sua correta gestão é decisiva. É necessário que se aprovisione uma panóplia extensa o suficiente para suprir as necessidades; mas não em demasia, de modo a assegurar a sólida sustentabilidade da farmácia. Quando o cliente vai tomar um medicamento pela primeira vez, verifica-se o seu direito de escolha relativamente à opção de medicamento de marca ou genérico (caso existente, bem como o seu respetivo laboratório), podendo, neste caso, optar por aqueles que a farmácia dispõe no momento. Do ponto de vista de gestão, deve evitar-se introduzir incessantemente mais laboratórios diferentes dos que apresenta disponíveis, pois isso implica que a farmácia passe a possuir uma outra referência adicional. Posto isto e em conclusão, a farmácia beneficia se o utente adquirir, pela primeira vez, um medicamento de um laboratório já existente, até porque se a experiência for positiva dificilmente mudará futuramente, facilitando, em última análise, a gestão da farmácia.

### Fatores a ter em conta na atribuição do sortido:

Grandeza da farmácia	<ul style="list-style-type: none"><li>• Espaço disponível para armazenar medicamentos;</li><li>• Ter em consideração a grande ou pequena afluência de utentes.</li></ul>
Estrutura de utentes	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dependendo se a maioria da população abrangida são pessoas idosas ou pessoas mais jovens, deve adaptar-se o sortido ao tipo de utentes.</li><li>• O poder de compra deve também ser considerado.</li></ul>
Localização da farmácia	<ul style="list-style-type: none"><li>• O facto de uma farmácia estar localizada próxima da praia ou perto do campo, condiciona o tipo de produtos que se vendem mais.</li></ul>
Concorrência	<ul style="list-style-type: none"><li>• A existência de outros estabelecimentos que vendam os mesmos produtos que a farmácia, pode diminuir as vendas desse mesmo produto.</li></ul>
Conhecimentos pessoais do diretor técnico e seus colaboradores	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se existir na farmácia, por exemplo, um forte conhecimento em fitoterapia, veterinária, dietética, etc. poderá optar-se por adquirir mais produtos relacionados com estas categorias.</li></ul>
Fornecedores	<ul style="list-style-type: none"><li>• Poderão exigir sortidos não aplicáveis à farmácia.</li></ul>

### Fatores a ter em conta na atribuição dos níveis máximo e mínimo do stock:

Rotatividade dos produtos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Os produtos que se vendem mais devem ser adquiridos em maiores quantidades.</li></ul>
Bonificações e campanhas promocionais	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pode co-existir ofertas e descontos a par da compra de uma quantidade definida de produtos.</li></ul>
Publicidade veiculada pelos meios de comunicação	<ul style="list-style-type: none"><li>• Um produto publicitado é mais procurado pelos clientes devendo aumentar-se a sua quantidade.</li></ul>
Época do ano	<ul style="list-style-type: none"><li>• Deve adequar-se o stock à época. No verão, reforça-se o stock de protetores solares e no Inverno de produtos para a gripe e constipação.</li></ul>

#### 4.2.2 - Verificação periódica dos prazos de validade

O controlo dos prazos de validade constitui uma atividade indispensável não só sob o ponto de vista de gestão, mas também como forma de salvaguardar o utente. Um produto cujo prazo de validade expirou não apresenta a qualidade, segurança e eficácia expectáveis.

Na Farmácia Nova existe mensalmente a elaboração de uma lista de todos os produtos, cujo prazo de validade expira em 2 meses e a posterior retirada dos mesmo que são então devolvidos ao laboratório respetivo.

Tive a oportunidade de participar nesta atividade e, dessa forma, verificar a importância da correta inserção dos prazos de validade no sistema, assim como da arrumação dos produtos segundo o princípio “*first in, first out*”. Esporadicamente, poderiam ser encontrados alguns produtos já com prazo de validade expirado, o que se constitui um ponto fraco da farmácia.

#### 4.2.3 - Receção e armazenamento de encomendas

Durante a receção de encomendas, procede-se à verificação de todos os produtos em simultâneo com a sua inserção no sistema informático. Esta atividade permite a avaliação do estado de cada produto, a retificação dos prazos de validade e deteção de alguma falta ou excesso, isto é, permite averiguar se existe algum produto que falta na encomenda ou se, pelo contrário, existe algum produto não faturado e enviado.

Terminada a receção, ficam registados no sistema informático todos os produtos rececionados, que passam a fazer parte do *stock*/sortido. Sendo assim, trata-se de uma atividade de primordial importância que garante a correta e atualizada gestão de *stock* e sortido.

O armazenamento é a atividade que sucede a receção. Neste ponto, é importante ter em conta o princípio do “*first in, first out*” isto é, os produtos que apresentam prazo de validade mais perto de expirar (regra geral, os primeiros a serem rececionados), devem ser colocados de forma a serem os primeiros a escoar. Para além disso, deve haver uma organização lógica dos produtos, permitindo a sua fácil visualização e, conseqüentemente, otimizando a sua procura aquando do atendimento.

Foram estas as primeiras atividades que me foram incutidas no estágio, o que considero como um ponto forte, na medida em que me possibilitou um primeiro contato com os produtos. Nos atendimentos iniciais que realizei, senti relativa dificuldade em relação à localização dos diferentes produtos, bem como relativamente à associação entre o nome de marca do produto e o respetivo princípio ativo. Considero, então, que a realização destas

atividades facilitou a familiarização com os diferentes produtos e suas localizações, assim como os preços e margens dos diferentes medicamentos.

#### **4.2.4 - Gestão de trocas e devoluções**

Uma atividade inerente à receção e armazenamento de encomendas é a gestão das trocas e devoluções. Os erros detetados aquando das atividades anteriores, nomeadamente embalagens danificadas, falta de algum produto, produtos trocados, entre outros, são reencaminhados através do sistema informático para o fornecedor responsável, que após avaliar a situação, procede à retificação do erro.

Durante o meu estágio deparei-me com alguns destes erros e pude consciencializar-me da relevância associada à sua deteção.

#### **4.3 - Sifarma2000® – uma ferramenta fundamental**

O Sifarma2000® é um sistema informático desenhado, com o intuito de facilitar a execução das tarefas de rotina de uma farmácia. São várias as tarefas em que se evidencia como proveitoso, sendo de fácil e de prática utilização.

É, de facto, uma ferramenta muito útil que permite de forma simples aceder a todos os dados do utente, sendo um ponto forte não só para a farmácia, mas também para mim. É possível consultar o histórico de vendas e, nesse sentido, encontrar, por exemplo, determinados medicamentos anteriormente cedidos. Tal possibilidade é vantajosa não só para casos em que o utente não relembra o nome do medicamento, como para consultar o historial medicamentoso anterior e verificar mudanças/alterações, bem como avaliar potencial medicação concomitante.

Aquando do ato de atendimento também são evidentes as vantagens associadas. Possibilita, de uma forma rápida e discreta, averiguar as informações mais relevantes sobre o medicamento, permitindo um aconselhamento mais completo e um atendimento mais detalhado.

No que concerne às tarefas de gestão, constitui igualmente uma ferramenta de agilização de processo. Possibilita o estabelecimento de um *stock* mínimo e máximo de cada produto, o qual facilita diariamente o trabalho na farmácia, a fim de suprir as necessidades dos utentes, entre outros.

Neste momento, encontra-se em fase de aplicação, a introdução de um novo sistema de prescrição/cedência de medicamentos: as receitas eletrónicas. A inserção desse sistema nas farmácias está progressivamente a decorrer por regiões, sendo que a sua instalação na

Farmácia Nova de Tabuaço, apenas ocorre no mês de Julho. Deste modo, não tive a possibilidade de contactar com esta nova vertente. Considero tal situação uma potencial ameaça decorrente do meu estágio, já que é previsto que todas as farmácias passarão a possuir este sistema num futuro próximo, pelo que poderei manifestar dificuldades iniciais em adaptar-me a isso devido à falta de contacto prévio. Apesar disso, considero que esta ameaça será rapidamente ultrapassada em paralelo com aprendizagem e futura adaptação a este sistema, pois esforço e interesse serão motores que usarei para me auxiliar nesta vertente.

## **5 - NECESSIDADE DE PERMANENTE ACTUALIZAÇÃO**

Surgem, com elevada frequência, produtos novos no mercado, indicados nas mais diversas situações. O farmacêutico tem a responsabilidade de transmitir as informações indispensáveis à adequada utilização dos produtos, havendo, portanto uma necessidade de actualização permanente. Face a isto, o farmacêutico deve acompanhar a evolução do mercado, para que se encontre informado acerca de produtos inovadores, como produtos que possuam novas aplicações, novas indicações farmacêuticas, novas formas de administração, entre outros.

Na Farmácia Nova, há sempre o cuidado de se realizar um estudo de todos os produtos novos que passem a fazer parte do sortido da farmácia. Por outro lado, há a possibilidade de se assistir a várias formações, disponibilizadas por laboratórios, que são uma mais-valia para um melhor conhecimento do produto. Individualmente, cada um dos membros da farmácia tem a preocupação de se informar e de tirar as dúvidas que possam possuir através de pesquisas ou partilha de ideias.

Em suma, isto revela-se fundamental em vários aspetos:

- Permite que a farmácia adquira produtos novos e inovadores;
- Possibilita um atendimento completo: contraindicações, posologias, precauções de utilização, alguns efeitos secundários possíveis, etc.;
- Facilita a escolha do produto mais adequado para cada situação (se se conhecerem bem os produtos torna-se mais fácil esta seleção);
- Fornece-nos argumentos que poderão ser úteis para facilitar a venda (vantagens relativas a outro produto, menos efeitos secundários).

No meu estágio tive a oportunidade de assistir a algumas pequenas formações, destacando uma delas, pelo interesse que me despertou e por me ter fornecido alguns conceitos úteis numa das áreas em que possuo mais dificuldades - a dermocosmética.

### *Eucerin*<sup>®</sup>

A *Eucerin*<sup>®</sup> é uma marca de cuidados da pele, com base científica, recomendada por dermatologistas. É uma marca com mais de 100 anos de história a inovar na ciência da pele.<sup>4</sup>

Durante esta formação, foram-nos apresentadas as várias gamas de produtos, divididos em categorias facilmente identificadas pela cor das tampas das embalagens. A nível de produtos para o corpo, dispomos de:

- Vermelho: pele normal;
- Azul: pele seca;
- Branco: pele sensível.

Esta estratégia facilita a escolha do produto adequado, tornando fácil a sua identificação.

Todos os produtos são produzidos no sentido de se adequarem aos vários tipos de pele e idades. Existem também diferentes gamas, a nível de cremes de rosto.

- Para mulheres com pele tendencialmente acneica: gama *DermoPurifyer*;
- Para mulheres com pele madura e seca: creme à base de coenzima Q10 que regenera as células e ajuda a prevenir o envelhecimento;
- Para mulheres mais maduras: gama *Volume-Filler* à base de ácido hialurónico para restaurar o volume perdido;
- Para senhoras mais idosas em que a firmeza já não é a principal preocupação: gama *Dermodensifyer*, que fortalece a pele tornando-a mais densa e luminosa;
- Há, ainda, a gama *Even Brighter* que reduz eficazmente o aparecimento de hiperpigmentação.

Uma das informações que nos foi transmitida, para além das indicações de cada gama, foi a possibilidade de cruzar gamas. Por exemplo, uma pessoa de 70 anos que tencione diminuir a hiperpigmentação e, ao mesmo tempo, atuar ao nível da densidade da pele, pode ser-lhe aconselhado o uso de um creme de dia da gama *Even Brighter* e um creme de noite da gama *Dermodensifyer*.

Um dos aspetos mais positivos desta formação foi a explicação das tecnologias e substâncias que estão na base dos produtos. Considero-o essencial para que no momento do aconselhamento possamos explicar aos utentes da melhor forma. No caso dos produtos para a pele seca, a *Eucerin*<sup>®</sup> desenvolveu uma tecnologia *aquaporin*, isto é,



formularam um creme à base de gluco-glycerol, uma substância que ativa as aquaporinas. Estas correspondem a canais localizados nas membranas celulares que controlam a transferência de água, mantendo a pele hidratada.

**Tabela 3:** Notas de aprendizagem decorrentes da formação *Eucerin*.

## 6 - ACTUAL CONJUNTURA DAS FARMÁCIAS

### 6.1 - Queda dos preços dos medicamentos e margens de lucro em constante decréscimo

Apesar da queda dos preços dos medicamentos ser uma questão que já ameaça as farmácias há algum tempo, a percepção mais íntegra deste assunto ocorreu ao longo do presente estágio.

Foi-me explicado que, neste momento, as margens de lucro dos medicamentos são estabelecidas tendo em conta três eixos fundamentais:

- Regressividade da margem de lucro em função do preço do medicamento, isto é, quanto maior o preço, menor a margem de lucro;
- Pagamento de um quantitativo fixo, independente da margem de lucro da farmácia;
- Existência de um teto, ou seja, de um preço a partir do qual a farmácia deixa de ter qualquer margem de lucro, passando a receber um valor constante.

Isto é contrário ao que acontecia há uns anos em que quanto mais caro fosse o medicamento, mais a farmácia ganharia. Atualmente, a queda constante dos preços e a reversibilidade das margens de lucro coloca em causa a sustentabilidade das farmácias.

Quando se realiza um atendimento, existem vários gastos subjacentes: recursos humanos, tempo, eletricidade, papel, sacos, etc. Tendo em conta a atual queda dos preços de medicamentos associadas às reduzidas margens de lucro, não são raros os atendimentos em que não obtém lucro nenhum, até pelo contrário. É, então, fundamental que todas as atividades que se realizam na farmácia, se executem da forma mais correta possível, uma vez que não existe muita margem para erros e todos os produtos que se percam (prazo de validade expirado, falta de produto na encomenda não reclamado, produto levado pelo utente por engano, etc.), correspondem a dinheiro que a farmácia perde.

Hoje em dia, preconiza-se que a farmácia deve investir em medicamentos/produtos de venda livre pois é nesses que se obtém um lucro mais significativo.

Aproveito para citar uma frase que enfatiza a situação atual das farmácias:

*“... um medicamento para o colesterol elevado (sinvastatina), com um número de comprimidos necessários para dois meses de tratamento, custa atualmente, praticamente o mesmo que 20 comprimidos de paracetamol para a febre e dores de cabeça: pouco mais de 1 euro e meio e tem menos valor que um pacote de rebuçados”.<sup>3</sup>*

## **6.2 - Medicamentos genéricos**

Um outro aspeto que se tem tornado uma grande ameaça para as farmácias são os medicamentos genéricos, que aparecem cada vez mais em número crescente.

Um medicamento genérico, por definição, é um medicamento com a mesma composição qualitativa e quantitativa em substâncias ativas, a mesma forma farmacêutica e cuja bioequivalência ao medicamento de referência haja sido demonstrada por estudos de biodisponibilidade apropriados.

Existe, neste momento, um enorme número de medicamentos genéricos, havendo para algumas substâncias ativas mais de 30 referências disponíveis. Enfatize-se uma vez mais que numa farmácia é inconcebível que haja todos os medicamentos existentes no mercado para uma boa gestão de *stock* e do sortido, no entanto, é necessário que haja o aprovisionamento de vários para que se satisfaçam de modo positivo as necessidades dos clientes.

Durante o tempo de estágio, pude constatar que os utentes não apreciam “alterar o seu medicamento”, isto é, se estão habituados a um medicamento genérico de um dado laboratório, não são adeptos da mudança para outro diferente. Isso requer que, aquando da dispensa dos medicamentos, haja necessidade da procura dos laboratórios associados a cada um dos medicamentos que o utente utiliza. Por um lado, esta prática trata-se de uma medida que assegura a manutenção de um espírito de confiança já desenvolvido por parte do doente face ao medicamento em questão, o que beneficia a adesão à terapêutica, fator decisivo para a efetividade terapêutica. Contudo, por outro lado, consome-se algum tempo útil e há necessidade de atenção para este aspeto que, embora inconscientemente, pode propiciar a perda de foco no tão desejável atendimento completo e totalmente centrado no doente.

Vejo isto como uma eventual ameaça, quer devido ao consumo de tempo na pesquisa dos laboratórios, quer pela necessidade da existência de um grande número de referências do

mesmo medicamento na farmácia, que estão demonstrados como bioequivalentes. Tal necessidade implica, adicionalmente, o dispêndio de tempo para a correta gestão de *stock* e sortido. Há uns anos esta problemática não se verificava, dada apenas a existência de um ou dois medicamentos para cada substância ativa.

Outra situação que posso apontar como ameaça é o facto de os medicamentos genéricos causarem uma certa confusão e determinada desconfiança, principalmente nas pessoas mais idosas. É necessário explicar-lhes que se trata da mesma substância e do mesmo produto, sendo, no entanto, produzidos em locais diferentes.

### **6.3 - Medicamentos rateados**

Outro problema que pude identificar relaciona-se com os repetidos medicamentos “rateados”, isto é, o facto de muitos medicamentos estarem ocasionalmente esgotados e as pessoas não entenderem claramente que a farmácia não apresenta influência direta no seu controlo. Deve, portanto, haver aposta no esclarecimento dos utentes face a esta questão, elucidando-os de que a indústria farmacêutica e sector de distribuição não garantem a disponibilização da quantidade suficiente de produto e fomentando a desresponsabilização da farmácia em assuntos desta natureza e sob os quais não apresentam controlo.

### **6.4 - Estabelecimento de venda de medicamentos não sujeitos a receita médica**

Apesar de não ser um problema muito acentuado para a farmácia onde estagiei, que se encontra distanciada de qualquer estabelecimento deste tipo, acredito que este seja um motivo de preocupação para algumas farmácias, principalmente as localizadas nas cidades.

### **6.5 - Publicidade de medicamentos não sujeitos a receita médica em constante crescimento**

Existem diferentes tipos de utentes, o que condiciona o tipo de venda que se efetua:

- Utentes associadas a compra planificada - este é um comportamento racional de compra em que o farmacêutico não apresenta possibilidade de intervir tão acentuadamente. Nestas situações, o utente sabe *à priori* exatamente o produto que pretende, quer por ter sido prescrito pelo médico, aconselhado por um amigo ou por ser publicitado nos meios de comunicação. Aqui, o farmacêutico apenas deverá fornecer algumas indicações e conselhos;
- Utentes que compram por sugestão - este é um tipo de compra semirracional em que os utentes detêm uma determinada necessidade mas ainda não sabem ao certo que produto comprar para a colmatar. O farmacêutico possui um papel decisivo

perante este tipo de compras porque pode escolher o produto mais adequado. É essencial que o cliente fique satisfeito com o produto, visto daí nascer a confiança pela farmácia e é possível que o farmacêutico intervenha em eventuais vendas futuras na escolha.

Ao contrário das compras planificadas, neste último caso, o sortido da farmácia não tem que aumentar, uma vez que farmacêutico poderá optar por produtos que se encontrem na farmácia. A publicidade, pelo contrário, obriga à necessidade de se aprovisionar de grande parte dos produtos publicitados, porque mais cedo ou mais tarde, vão ser procurados pelos utentes. Deste modo, a publicidade pode ser vista tanto como uma ameaça, como uma oportunidade. Uma ameaça, porque um produto publicitado vai passar a ser procurado na farmácia e, como tal, a farmácia deverá possuir mais esse produto. Em muitos casos, o produto não é muito diferente de outros que a farmácia já continha e que poderia facilmente satisfazer as necessidades de quem o procura, no entanto, a publicidade apresenta um forte impacto nas decisões das pessoas. Também pode, então, ser visto como uma oportunidade porque auxilia a promoção do produto, sendo mais fácil a sua conseqüente venda.

## **7 - CURSO DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS E ADAPTAÇÃO À REALIDADE DE TRABALHO**

### **7.1 - Aplicação de conhecimentos teóricos**

O farmacêutico não sendo um mero dispensador de medicamentos, necessita, não raras vezes, de intervir. Os utentes requerem informações, pelo que se torna possível integrar e consolidar os nossos conhecimentos, detetar erros de medicação e aconselhar e auxiliar o utente da forma mais adequada possível. Pude contactar com várias situações que evidenciaram isso mesmo, a particular importância do farmacêutico e do conhecimento que se adquire na faculdade.

Destaco, de seguida, alguns casos práticos que evidenciam a relevância da aplicação de conhecimentos teóricos:

## **Caso 1**

Um senhor com cerca de 50 anos, solicitou uma cortisona para uma dor no joelho que o incomodava constantemente (referiu que toma cortisona para as dores há mais de 3 anos). Tentou perceber-se que tipo de dor se tratava, se tomava algum medicamento atuante a nível do ácido úrico e chegou à conclusão que o senhor tomava colchicina diariamente. A colchicina é um fármaco normalmente indicado para o tratamento de crises gotosas, isto é, acumulação de ácido úrico nas articulações. Quando isso acontece, as pessoas têm dores fortes nas articulações onde a deposição de cristais de ácido úrico acontece, sendo os joelhos um local frequente deste tipo de queixas. A colchicina vai atuar através de uma ação anti-gotosa e anti-inflamatória. Diminui o fluxo leucocitário, inibe a fagocitose dos microcristais de uratos e impede a formação de ácido láctico, mantendo o pH neutro no local (a acidez favorece a precipitação dos cristais de uratos).

Em situações em que se sofre deste tipo de patologia, é normalmente prescrito um fármaco que iniba a síntese do ácido úrico – alopurinol – tomado diariamente com intuito preventivo de crises e apenas na presença de uma crise se deve tomar colchicina. Posto isto, e dada a situação de dor persistente que acompanhava o utente, concluiu-se que a medicação não estava a ser efetiva.

Foi explicado ao utente que a toma de cortisona diária e durante tantos anos não é aconselhada porque conduz a muitos efeitos secundários, pelo que o senhor deveria ponderar essa utilização, aconselhando-o a que se dirigisse a um especialista para avaliação da sua situação.

Foram ainda indicadas algumas medidas não farmacológicas que poderiam ajudar a atenuar a dor, tais como a aplicação de gelo no local e no sentido de diminuir o aporte de matérias-primas para a síntese do ácido úrico, que provêm da alimentação, foi aconselhado que evitasse o consumo de marisco, bebidas alcoólicas como a cerveja e o vinho branco, carne de vaca, etc.

## **Caso 2**

Outra situação que ocorre frequentemente e em que é imperiosamente necessária uma intervenção por parte do farmacêutico reside na utilização de descongestionantes nasais diariamente e por períodos prolongados.

As pessoas utilizam de forma exagerada este tipo de medicação, atingido um ponto em que a mucosa nasal sofre degradação – ocorre um efeito designado *rebound* – e em vez de se sentir um efeito de alívio, o nariz fica cada vez mais congestionado.

Nestes casos, é crucial explicar adequadamente aos utentes a situação e aconselhar fármacos alternativos que não sejam tão agressivos. Pode ser útil a utilização de água do mar que progressivamente permitirá que a mucosa nasal se regenere. Durante a venda deste tipo de produtos, é fundamental alertar para esta situação, contudo, na maioria das vezes o aconselhamento prestado não é seguido e apenas quando as pessoas se encontram numa situação crítica procuram ajuda.

No meu estágio, deparei-me com várias situações relacionadas com esta problemática, em que os utentes já não respiram convenientemente sem o auxílio de um descongestionante. A maioria dos utentes, dado o estado de desespero que atingem, são adeptos de mudar esse hábito. Tive, então, a possibilidade de explicar esta situação a uma senhora e de lhe aconselhar água do mar e de um produto que se dissolve na água quente ou, em alternativa, se coloca no peito, libertando óleos essenciais que aliviam os sintomas de congestão (como por exemplo Vicks vaporub). Estes compostos são muito menos agressivos, e com o passar do tempo resolvem a situação.

### **Caso 3**

Uma criança à qual foi prescrito um suplemento de ferro, dirige-se à farmácia com a avó. Procedeu-se à explicação do esquema posológico indicado pelo médico: um comprimido ao almoço e outro ao jantar. A avó da criança perguntou se seria possível que o neto tomasse o comprimido de manhã em substituição da hora de almoço, para que fosse possível ter um maior controlo na toma do medicamento por ele. Foi, assim, necessário explicar à senhora que os comprimidos não devem ser tomados em simultâneo com leite, pois este interfere com a sua absorção, diminuindo-a, e caso o pequeno-almoço da criança consistisse em leite ou alimentos à base de leite, o mais adequado seria seguir o indicado pelo médico.

Embora seja um aconselhamento simples, revela-se muito importante no que concerne à efetividade do fármaco.

### **Caso 4**

São várias as situações em que a promoção da adesão à terapêutica é determinante. Os antibióticos são um dos grupos de fármacos em que é imprescindível que se insista no facto de terem que se cumprir os esquemas terapêuticos, ou seja: devem ser tomados à mesma hora e até terminar a embalagem.

Deparamo-nos, várias vezes, com a questão colocada pelo utente: “quando me sentir melhor não posso parar a toma do antibiótico?”. É importante frisar que caso não termine o

tratamento, embora se sinta melhor, dificilmente ficará curado e irá propiciar o desenvolvimento de resistências bacterianas e, no futuro, o antibiótico poderá não funcionar. Apesar da perseverante preocupação por se fazerem cumprir as posologias, nalguns casos isso não sucede. Ocorreu, durante o estágio, um caso de uma senhora que se deslocou à farmácia 3 vezes para levantar um antibiótico, porque de todos os tratamentos que realizou nenhum tinha sido cumprido corretamente e a criança após melhorar e suspender a toma do antibiótico, sofria recidiva.

Outra situação em que o apelo pela adesão à terapêutica se mostra indispensável reside no caso dos antifúngicos. Os tratamentos antifúngicos são normalmente prolongados, podendo durar 6 meses ou mais e, como tal, alguns utentes deixam de o praticar ou realizam-no esporadicamente.

Existem hoje, várias alternativas para o tratamento destas situações, podendo o utente optar pelo que mais se adequa, desde os tratamentos diários, semanais, até a tratamentos unitários em que uma única aplicação é suficiente. Há a necessidade de explicação da forma adequada de realização do tratamento, que nalguns casos é complicado.

Um ponto forte centra-se com o facto de a aprendizagem adquirida ao longo do curso, poder ser aplicada a situações reais e ser muito útil quer no atendimento, quer na realização de outras tarefas. Tive a oportunidade de contactar com situações muito diversas e de assistir a alguns aconselhamentos essenciais que me serão muito proveitosos. De facto, o que se aprende na faculdade revela-se muito útil e fornece-nos as bases fundamentais, o que, combinado com a prática e o contacto com situações reais, partilha de ideias com os colegas e mesmo as conversas com os utentes, resulta numa aprendizagem muito sólida e ampla.

## **7.2 – Necessidade de desenvolver a vertente prática ao longo do curso**

Uma das dificuldades que senti no início do meu estágio foi o estabelecimento da relação com o público. É capital saber lidar com vários tipos de pessoas, saber ouvir e adaptar o discurso e o tom de voz.

Foi uma dificuldade que facilmente ultrapassei através de todo o apoio que me foi provido pelas minhas colegas, sentindo-me rapidamente à-vontade. Apesar disso, acredito que, para algumas pessoas mais tímidas, esta poderá ser uma barreira mais difícil de superar.

Esta situação poderia ser atenuada através da existência de disciplinas nas quais fossem simuladas situações reais ao balcão. Seria muito interessante e profícuo para nós, pois permitir-nos-ia enfrentar o balcão da farmácia com mais confiança.

A adaptação ao sistema informático, o estabelecimento do contacto com o utente, aliado à necessidade de realizar o melhor trabalho possível, faz dos primeiros atendimentos algo complexo. Com a prática ocorre a adaptação e, gradualmente, à medida que arranjamos um método de trabalho, a parte técnica torna-se simples e é possível que tenhamos mais à vontade e um olhar mais atento no utente.

A Universidade oferece a possibilidade de realização de estágios de Verão, que constituem uma grande oportunidade para dispormos de um primeiro contacto com o meio e sendo mais fácil a posterior adaptação. Note-se que há essa oportunidade, não só na área da farmácia comunitária, mas também noutras áreas.

Outra dificuldade que senti, constituindo um ponto fraco, foi a associação entre os princípios ativos e os nomes comerciais, já que, aquando o curso, as disciplinas são lecionadas tendo em conta o princípio ativo do medicamento. Considero que se trata da maneira mais adequada para aprendermos, havendo sempre o cuidado de se ir referindo alguns nomes comerciais para nos irmos familiarizando. É apenas uma situação em que a prática num balcão, durante as aulas, iria ser útil.

## **8 - FARMACÊUTICO UM PROFISSIONAL MULTIFACETADO**

### **8.1 - Medição de parâmetros bioquímicos**

Na farmácia, executam-se tarefas como a medição de parâmetros bioquímicos, nomeadamente, a medição de glicémia, colesterol e triglicérideos assim como a avaliação da pressão arterial. Os utentes usufruem frequentemente destes serviços que lhes permitem, de uma forma rápida e simples, vigiar o estado destes parâmetros. Por vezes, estas medições permitem que se detete que a medicação (por exemplo, para o colesterol) não está a ser efetiva, sendo um ponto de partida para encaminhar o utente para o médico.

No me estágio pude acompanhar um caso que demonstra a importância destes serviços. Um senhor com cerca de 60 anos, deslocava-se semanalmente à farmácia para realizar a medição da tensão arterial (TA). Trata-se de um senhor que toma medicação indicada para o tratamento da TA, que no entanto, não se demonstrava efetiva, uma vez que apresentava valores, quer da pressão sistólica quer da diastólica, sempre elevados (na ordem dos 16mmHg a sistólica e 10mmHg a diastólica).

O senhor recorria a este serviço como meio de monitorizar estes parâmetros que posteriormente mostrava ao médico que lhe ajustaria a medicação.



Ao longo das medições houve sempre o cuidado de apelar pelas medidas não farmacológicas que em consonância com as farmacológicas ajudariam na diminuição da pressão arterial. Perto do fim do estágio, o utente já apresentava os valores de pressão arterial normalizados demonstrando-se muito grato por toda a disponibilidade que sempre demonstramos.

## **8.2 - Consultas de nutrição e audiologia**

Não sendo diretamente serviços farmacêuticos, são dois dos serviços que a farmácia onde estagiei possui e que considero serem uma mais-valia.

Na farmácia Nova de Tabuaço, existe semanalmente a visita de uma nutricionista. Os utentes têm a possibilidade de fazer uma avaliação do seu estado nutricional e de serem acompanhados através do seguimento de um plano executado pela nutricionista.

É uma oportunidade para a promoção de produtos dietéticos da farmácia e para chamar utentes para a farmácia.

As consultas de audiologia realizam-se uma vez por mês e são gratuitas. Os utentes encontram assim uma oportunidade de vigiar o estado dos seus ouvidos sem terem que se dirigir a um especialista mais distante. Cria-se uma dinâmica na farmácia e é possível direccionar os utentes para esta consulta, quando estes apresentam queixas frequentes de audição.

São serviços que considero muito relevantes porque muitas das pessoas que usufruem deles, de outra forma não teriam essa possibilidade.

## **8.3 - Aposta noutra tipo de serviços farmacêuticos**

Uma realidade sobre a qual nos informam ao longo do curso de Ciências Farmacêuticas, e que pude comprovar durante o estágio, é o facto de existirem muitas pessoas mal medicadas, principalmente o idosos por se tratarem de utentes polimedicados. Vários motivos contribuem para esses erros, destacando o facto de muitos dos utentes frequentarem vários médicos, não havendo a informação da medicação já tomada por eles. O resultado disso é a ocorrência de duplicações da medicação, inclusão de medicamentos que interferem com outros, e ainda a criação de uma certa confusão nos utentes que leva a que os medicamentos sejam administrados de forma incorreta, ou que deixem simplesmente de ser tomados.

O farmacêutico é o profissional de saúde mais dotado e vocacionado para resolver este problema.

Existe, então a oportunidade de criar um serviço farmacêutico de revisão da medicação, que consiste numa consulta (que pode ser realizada no gabinete de atendimento personalizado), em que o utente traz consigo uma lista de todos os medicamentos que toma, permitindo que o farmacêutico faça uma avaliação dessa mesma medicação. Estas consultas possibilitam, não só, que se detetem erros, que são posteriormente comunicados ao médico, mas também, que se tenha um diálogo com o utente num ambiente mais adequado, o que favorece um esclarecimento de dúvidas mais eficaz. Apesar de durante o atendimento se tentar ao máximo evitar que ocorram os demais erros, muitas vezes não é completamente possível.

A preparação de doses individuais dos medicamentos é uma outra alternativa que poderá permitir a minimização de erros. Corresponde à elaboração de embalagens descartáveis ou não, nas quais se introduzem os medicamentos adequados, em compartimentos que correspondem a um determinado dia e hora. Essas embalagens podem ser elaboradas para um determinado período de tempo, por exemplo uma semana, sendo uma estratégia que permite uma facilidade de administração, evitando-se as confusões habituais

Isso poderá ser útil nalguns casos, no entanto, no caso de algumas pessoas idosas, poderá ser difícil explicar o mecanismo de administração, acabando estas, por se confundirem.

Posto isto, o farmacêutico deve ser um profissional proactivo e buscar alternativas. Existem vários problemas que podem ser facilmente resolvidos, o importante é aperceber-se deles e tentar colmatá-los.

## 9 - CONCLUSÃO

Considero os 6 meses de estágio que realizei em Farmácia Comunitária, muito positivos, não só em termos de aquisição de conhecimentos, mas também a nível pessoal.

De facto, o farmacêutico não se trata de um mero dispensador de medicamentos, tendo um papel crucial na cadeia de saúde.

Foi-me possível retirar muitas conclusões ao longo do estágio, em particular, o facto de que um bom ambiente de trabalho e espírito de equipa, aliados à dedicação e uma boa gestão, permitirem que se atinjam os objetivos que culminam numa prestação de serviços de saúde de muita qualidade.

Foram várias as capacidades que desenvolvi pelo que considero o estágio curricular, uma ferramenta fundamental para nos prepararmos para a realidade que aí vem.

## 10 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 – INFARMED. – **Decreto lei nº 172/2012, de 1 de agosto. Procede à segunda alteração ao Decreto-Lei nº 53/2007, de 8 de março, que regula o horário de funcionamento das farmácias de oficina.** Legislação Farmacêutica compilada. 1 de Agosto.
- 2 – INFARMED. – **Portaria nº 352/2012, de 30 de outubro. Regulamenta o procedimento de licenciamento e de atribuição de alvará a novas farmácias, bem como a transferência da localização de farmácias e o averbamento no alvará, e revoga a Portaria nº 1430/2007, de 2 de novembro.** Legislação Farmacêutica Compilada. 30 de Outubro.
- 3 – SILVA F. – **A sustentabilidade das farmácias e o medo dos medicamentos caros.** Público. (2012)
- 4 – Eucerin. – O cuidado clínico da pele. [Acedido a 10 de junho de 2015]. Disponível na Internet:  
[http://www.eucerin.pt/?gclid=CjwKEAjwzuisBRClgInl4\\_a96zwSJACAEZKe6LfXyGjvOR78esIQV7YITrdLg6upYmUbf7QYsPzQIhoCepXw\\_wcB](http://www.eucerin.pt/?gclid=CjwKEAjwzuisBRClgInl4_a96zwSJACAEZKe6LfXyGjvOR78esIQV7YITrdLg6upYmUbf7QYsPzQIhoCepXw_wcB)