

farmácia Luciano & Matos

FARMACIAS HOLON

Pedro Manuel Duarte Ribeiro

Relatório de Estágio em Farmácia Comunitária

Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, orientado pela
Dr.^a Maria Helena Costa Neves Correia Amado e apresentado à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra

Setembro 2015



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Pedro Manuel Duarte Ribeiro

Relatório de Estágio em Farmácia Comunitária

Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, orientado pela
Dr.ª Maria Helena Costa Neves Correia Amado e apresentado à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra

Setembro 2015



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Eu, Pedro Manuel Duarte Ribeiro, estudante do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, com o nº 2010127678, declaro assumir toda a responsabilidade pelo conteúdo do relatório de estágio apresentado à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, no âmbito da unidade de 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 setembro de 2015.

Pedro Manuel Duarte Ribeiro

A Orientadora

(Dr.^a Maria Helena Costa Neves Correia Amado)

O Aluno

(Pedro Manuel Duarte Ribeiro)

Aos meus pais, avós, madrinha e tia pelo apoio incondicional.

*À Sandra Fonseca, pelo apoio, sincera amizade e boas memórias
criadas ao longo dos últimos anos.*

Aos meus amigos de longa data, Ricardo Barreto e Miguel Melita.

Aos meus amigos de faculdade, aqueles que nunca me desiludem.

À Doutora Maria Helena Amado, pela orientação e conhecimentos transmitidos.

*A toda a equipa da Farmácia Luciano e Matos, pela simpatia,
boa vontade e disponibilidade para ensinar.*

A Coimbra, a cidade que me continuará a ver sorrir.

Índice

Siglas e Acrónimos	2
Introdução	3
1. Farmácia Luciano e Matos	4
2. Análise SWOT	5
<i>1.1. Pontos Fortes</i>	5
1.1.1. Integração com a equipa e espírito pedagógico	5
1.1.2. Contacto com o universo Holon	6
1.1.3. Localização	6
1.1.4. Contacto com as atividades de gestão da farmácia	7
1.1.5. Kaizen	7
<i>1.2. Pontos Fracos</i>	8
1.2.1. Reduzido número de atividades de formação e dificuldade na concretização da venda de produtos de dermofarmácia e cosmética	8
<i>1.3. Oportunidades</i>	8
1.3.1. Participação na elaboração de um estudo ao nível da farmácia	8
1.3.2. Manipulados	8
<i>1.4. Ameaças</i>	9
1.4.1. Tipologia dos clientes	9
1.4.2. Desfasamento entre o MICF e o mercado de trabalho	10
Considerações Finais	11
Bibliografia	12

Siglas e Acrónimos

ANF	Associação Nacional das Farmácias
FFUC	Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra
FLM	Farmácia Luciano e Matos
KPI	Indicadores-chave de desempenho, do inglês <i>key performance indicators</i>
MICF	Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas
SWOT	Pontos fortes, Pontos fracos, Oportunidades e Ameaças, do inglês <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats</i>

Introdução

Na qualidade de especialista do medicamento, o farmacêutico assume um papel essencial na farmácia e na sociedade, estando apto para prestar apoio aos utentes no que diz respeito ao aconselhamento de medicamentos, à informação acerca de interações medicamentosas, contraindicações e reações adversas, e efetuar monitorização terapêutica, colaborando na promoção do uso racional do medicamento.

Apesar da formação universitária assumir um papel fulcral na criação de profissionais de saúde competentes, esta de nada serviria sem a oportunidade de concretizar os conhecimentos adquiridos através de uma formação de carácter prático. Neste sentido, o estágio curricular em farmácia comunitária é crítico na criação de farmacêuticos com todas as competências sociais e profissionais necessárias à profissão.

O estágio na Farmácia Luciano e Matos decorreu durante os meses de maio a agosto do presente ano, estando inserido no plano curricular do 2º semestre do 5º ano do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, lecionado na Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra.

Com este relatório pretendo resumir e analisar esta experiência, focando os aspetos que considero importantes.

I. Farmácia Luciano e Matos

A Farmácia Luciano e Matos (FLM) encontra-se atualmente localizada na Praça 8 de Maio, em Coimbra.

Apesar de se encontrar em funcionamento desde 1929, a Direção Técnica da FLM passou a ser garantida, em 1995, pela Dr.^a Maria Helena Amado, farmacêutica. A restante equipa da FLM é de grandes dimensões sendo constituída pela Dr.^a Andreia Rocha, farmacêutica adjunta; Dr.^a Rosa Cunha, Dr.^a Mélanie Duarte, Dr. Gonçalo Lourenço e Dr.^a Joana Morais, farmacêuticos; Dr.^a Carmen Monteiro, farmacêutica e gestora de qualidade; Susana Ribeiro e Manuel Rodrigues, técnicos auxiliares de farmácia; Filipe André, responsável pelo apoio ao armazém; D. Rosa Cortesão e D. Fernanda Alves, auxiliares de limpeza.

Em relação à infraestrutura, a FLM encontra-se organizada de acordo com a legislação em vigor (1), repartindo-se por dois andares. O piso térreo acolhe a zona de atendimento ao público (rodeada por zonas de destaque de produtos sazonais, produtos de campanha Holon, produtos de veterinária e vários produtos de dermofarmácia e cosmética) e dois gabinetes do utente, bem como uma zona de acesso ao armazém de medicamentos e uma zona de receção de encomendas, exclusiva à equipa. No primeiro andar localiza-se um outro armazém de medicamentos, o laboratório de manipulação e os gabinetes da direção técnica, da qualidade e da gerência.

Apresenta um horário de funcionamento de acordo com o estipulado na legislação vigente (2), sendo o mesmo de segunda-feira a sábado, das 8:30 horas às 19:00 horas. O serviço permanente ocorre a cada vinte dias, permitindo um serviço de funcionamento contínuo de 24 horas.

A FLM pertence desde 2009 ao Grupo Holon, que constitui uma rede nacional de farmácias que partilham uma mesma marca e metodologia de trabalho, permitindo uma maior otimização do serviço prestado ao utente. Estando associada ao Grupo Holon, possui também produtos de dermocosmética e medicamentos não sujeitos a receita médica da mesma marca, bem como diversos serviços com relevância para a população que serve. Entre eles, destacam-se os serviços de nutrição, podologia, pé diabético, preparação individualizada da medicação, consulta farmacêutica, administração de vacinas e dermocosmética.

2. Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta que permite compreender os pontos fortes (*Strengths*) e pontos fracos (*Weaknesses*), os aspetos positivos que possam potenciar uma vantagem competitiva (*Opportunities*) e os aspetos negativos que possam por em risco a vantagem competitiva (*Threats*).

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> • Integração com a equipa e espírito pedagógico; • Contacto com o universo Holon; • Localização; • Contacto com as atividades de gestão da farmácia; • Kaizen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reduzido número de atividades de formação e dificuldade na concretização da venda de produtos de dermofarmácia e cosmética.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Participação na elaboração de um estudo ao nível da farmácia; • Manipulados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipologia dos clientes; • Desfasamento entre o MICF e o mercado de trabalho.

Quadro I: Quadro resumo da análise SWOT.

1.1. Pontos Fortes

1.1.1. Integração com a equipa e espírito pedagógico

A FLM apresenta uma equipa competente e dinâmica na qual, apesar do elevado número de elementos, foi fácil a integração.

Uma vez que existe um procedimento de formação de estagiários definido, todos recebem as mesmas informações acerca da metodologia correta de trabalho, sendo esta idêntica à dos restantes elementos da equipa. Deste modo, o estágio iniciou-se na área de receção de encomendas, tendo progredido para o gabinete de utente, faturação, atendimento e, finalmente, manipulação. Durante a receção de encomendas foi explicado o procedimento normal de receção das mesmas, tendo sido dada ênfase à definição de preços inerentes aos

produtos do Grupo Holon e aos laboratórios parceiros. Na faturação foram explicados os organismos de participação e o procedimento de conferência do receituário. Estes dois pontos em particular permitiram que quando ocorresse a introdução ao atendimento já existisse uma compreensão plena da localização dos medicamentos e restantes produtos, dos preços praticados e dos aspetos mais importantes a ter em atenção durante a receção de uma receita médica, permitindo reduzir a ocorrência de erros e melhor dinamizar o atendimento. Durante este processo, toda a equipa se mostrou disponível para o esclarecimento de quaisquer dúvidas que pudessem surgir, evidenciando um excelente espírito pedagógico.

1.1.2. Contacto com o universo Holon

O estágio na FLM foi proveitoso na medida em que permitiu o contacto com um aspeto que não se verifica em mais nenhuma farmácia do centro de Coimbra: o universo Holon. Deste modo, pude conhecer a metodologia de trabalho do mesmo e as suas implicações no funcionamento da farmácia, bem como o tipo de produtos da marca Holon disponíveis, que constituem alternativas a outros produtos já existentes no mercado português, e a política de definição de preços associada ao grupo Holon. Uma vez que por mês existia um conjunto restrito de produtos em campanha, para os quais eram apresentados objetivos de venda pelo Grupo Holon, pude também ter a oportunidade de, sempre que pertinente, direcionar o aconselhamento farmacêutico nesse sentido, proporcionando uma maior rentabilidade à farmácia e auxiliar no cumprimento dos objetivos mensais definidos.

1.1.3. Localização

Apesar de não ser a única farmácia localizada na Praça 8 de Maio, e de ter um elevado número de farmácias tanto na Rua Visconde da Luz, como na Rua da Sofia, a FLM encontra-se numa excelente localização, que se trata de um local de passagem para muitos. Deste modo, serve tanto clientes ocasionais como um elevado número de clientes habituais que constituem uma base de clientes estável, permitindo uma melhor prestação de serviços aos mesmos.

O facto de ter estagiado numa farmácia com uma base de clientes tão diversificada permitiu-me o contacto com as mais variadas situações, contribuindo para a consolidação de conhecimentos no âmbito do aconselhamento e prestação de serviços.

1.1.4. Contacto com as atividades de gestão da farmácia

Com o decorrer do estágio, fui mostrando interesse pelas atividades de gestão da farmácia, tendo sido solicitado o meu auxílio na recolha de informações relativas às vendas mensais. Deste modo, com a orientação da Dr.^a Maria Helena Amado, calculei a venda média por colaborador, com base nas vendas normais de produtos não compartilhados, vendas suspensas de produtos não compartilhados e serviços farmacêuticos, que serviria de indicador ao desempenho da farmácia. Para além disso, pude também contactar com outras metodologias de medição de desempenho, entre as quais saliento os indicadores-chave de desempenho (KPI, do inglês *Key performance indicators*). Nesta abordagem são definidos objetivos para produtos que constem na lista dos produtos em campanha, cujos objetivos se consideram difíceis de atingir. Isto permite que os resultados sejam mensuráveis e que, ao longo do tempo, seja sempre possível detetar se são necessários esforços adicionais. Deste modo, mediante análise dos resultados poderíamos direcionar as vendas de modo a satisfazer o cliente e atingir, com relativa facilidade, os objetivos propostos.

1.1.5. Kaizen

O Kaizen (do japonês 改善, significando mudança para melhor) foi introduzido no ocidente por Masaaki Imai, constituindo uma metodologia de estratégia competitiva de longo prazo. Baseia-se na melhoria contínua através de pequenas mudanças que se acumulam por forma a promover uma grande alteração (3). A sua implementação nas farmácias faz parte de uma iniciativa da Associação Nacional das Farmácias (ANF) por forma a promover uma melhor gestão e organização interna das farmácias.

A título de exemplo, a implementação da metodologia Kaizen é visível desde a zona de receção de encomendas, na qual existem no balcão de apoio áreas marcadas, com o intuito de separar os produtos que ainda não foram rececionados no sistema informático dos que já foram, dos que fazem parte da propriedade de utente (ou seja, que o utente já pagou mas que por indisponibilidade de *stock* houve necessidade de os encomendar para este posteriormente os levantar), dos que se destinam à etiquetagem ou a reclamações. Do Kaizen faz também parte a metodologia KPI, já referida acima.

Na minha opinião, o Kaizen constitui uma metodologia útil na gestão de farmácias, permitindo uma melhor compreensão dos processos de modo a otimizá-los, evitar a ocorrência de erros e uma maior agilidade no desempenho de tarefas. Assim, considero que a implementação do Kaizen é um ponto forte da FLM, uma vez que contribui para o bom funcionamento da mesma.

1.2. Pontos Fracos

1.2.1. Reduzido número de atividades de formação e dificuldade na concretização da venda de produtos de dermofarmácia e cosmética

Decorrente do reduzido número de formações disponíveis durante o período de estágio, a concretização da venda de produtos de dermofarmácia e cosmética foi dificultada, uma vez que o conhecimento destes produtos existentes na farmácia era insuficiente, não permitindo a sugestão de produtos quando era detetada uma necessidade no cliente. Apesar de nos ter sido dada uma formação básica sobre os mesmos pelos membros da equipa da FLM responsáveis pelas respetivas marcas, considero que a participação em formações específicas da marca teria sido mais proveitosa, principalmente considerando que se trata de assuntos que não foram muito abordados no contexto da formação académica.

1.3. Oportunidades

1.3.1. Participação na elaboração de um estudo ao nível da farmácia

Decorrente em conta a existência da oportunidade de participar no Congresso Nacional dos Farmacêuticos 2015, que irá decorrer entre os dias 30 e 31 de outubro deste ano, foi-nos sugerida a elaboração de um póster pelo Grupo Holon, no âmbito da utilização de benzodiazepinas em doentes com idades superiores a 65 anos. Deste modo, tendo por base os utentes registados no Sifarma 2000[®], procedemos a uma seleção dos que teriam uma idade superior a 65 anos e que consumiriam benzodiazepinas. Recorrendo à lista PRISCUS, aos critérios de Beers e aos critérios START-STOPP (do inglês, *Screening tool to alert to right treatment - Screening tool of older persons' prescriptions*), que descrevem a utilização de medicamentos potencialmente inapropriados no idoso, desenvolvemos um conjunto de perguntas para fazer aos utentes da FLM. Os dados obtidos foram posteriormente tratados e analisados, e os resultados irão ser apresentados no congresso.

Considero que esta foi uma oportunidade valiosa, uma vez que tive a possibilidade de compreender as implicações do desenvolvimento de um estudo ao nível da farmácia, contribuindo deste modo para o meu crescimento a nível pessoal e profissional.

1.3.2. Manipulados

No final do estágio na FLM tive a oportunidade de preparar dois medicamentos manipulados sob a orientação da Dr.^a Mélanie Duarte, responsável pelo gabinete de manipula-

ção, destinados a serem aplicados topicamente: um gel de progesterona bioidêntica e uma solução de minoxidilo a 5%. Com a preparação destes medicamentos manipulados, pude melhor compreender o procedimento de preparação dos mesmos e, principalmente, a metodologia de atribuição de honorários à farmácia e definição de preços de venda ao público dos mesmos.

1.4. Ameaças

1.4.1. Tipologia dos clientes

A FLM apresenta uma base de clientes relativamente estável, sendo constituída maioritariamente pelos clientes habituais (compostos principalmente por utentes idosos polimedicados com dificuldades financeiras) e, em menor proporção, por clientes ocasionais.

Tendo em conta a população idosa, é importante referir que a exigência do tipo de atendimento a efetuar é elevada, exigindo a transmissão de informação de forma explícita e simplificada. Frequentemente é possível notar que se gera confusão entre a denominação comercial do medicamento e a denominação comum internacional que consta na receita médica, bem como uma falta de conhecimento dos nomes e dosagens da medicação habitual. Isto implica que o papel do farmacêutico seja mais exigente e envolva um atendimento ativo de modo a esclarecer totalmente o utente. Neste sentido, durante o atendimento é regra na FLM consultar, através do registo do histórico de vendas, o tipo de medicação que o utente costuma comprar, permitindo evitar equívocos e detetar potenciais alterações na medicação que não tenham sido já alertadas pelo médico prescritor. Como consequência, apesar dos esforços de toda a equipa, o tempo de atendimento é frequentemente prolongado, causando insatisfação, principalmente aos clientes ocasionais. Isto implica, em última análise, a perda de um cliente ocasional que se poderia ter tornado num cliente habitual caso a disponibilidade para o atender tivesse sido mais célere.

Para além disto, tendo em conta a conjuntura económica atual do país, com o qual se verificou uma forte redução no poder de compra, existe uma dificuldade acrescida em fazer vendas cruzadas a este tipo de clientes. Uma vez que as vendas de produtos comparticipados não são diretamente controláveis pela farmácia, o aumento da faturação das farmácias depende somente das vendas de produtos não comparticipados e serviços farmacêuticos. Desse modo, é necessário um maior esforço para a concretização deste tipo de vendas, de modo a não comprometer a viabilidade financeira da farmácia, mantendo o seu bom funcionamento.

Assim, considero que a tipologia de clientes constitui uma ameaça na medida em que, apesar de serem maioritariamente clientes habituais, não são a principal fonte de crescimento económico da farmácia. Para tal é necessária a captação de novos clientes que, para além de fornecerem crescimento económico para a farmácia, possam também proporcionar o crescimento de novas competências de modo a responder às suas exigências.

1.4.2. Desfasamento entre o MICF e o mercado de trabalho

De modo geral, o plano curricular do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas permite formar farmacêuticos com as capacidades básicas adequadas ao desempenho das mais diversas atividades profissionais, nas quais se inclui a farmácia comunitária. No entanto, considero que a duração do mesmo é relativamente curta, sendo frequentemente dada pouca ênfase às unidades curriculares que realmente importam em detrimento de outras que, na prática, não têm grande relevância. Dada a elevada exigência a nível de conhecimentos científicos de carácter teórico e prático, seria também pertinente que o estágio curricular em farmácia comunitária fosse mais prolongado ou repartido ao longo do curso.

Para além disto, e tendo em conta a atual condição do setor farmacêutico, considero também fulcral a inclusão de unidades curriculares no âmbito da economia e gestão, de modo a obter uma formação de base mais sólida e que melhor nos prepare para os desafios futuros com as competências técnico-profissionais necessárias.

Considerações Finais

O estágio curricular na Farmácia Luciano e Matos relevou ser uma experiência gratificante, uma vez que pude ter a oportunidade de trabalhar ao lado de profissionais com a disponibilidade e, principalmente, a vontade de ensinar o próximo.

Este estágio permitiu-me melhor consolidar os conhecimentos adquiridos durante a formação académica, adaptando-os a contextos e a problemas reais. Tive também a oportunidade de contactar com alguns conceitos práticos de gestão ao nível da farmácia comunitária, o que certamente poderá ser proveitoso no futuro.

Acima de tudo, compreendi que este estágio é, sem dúvida, essencial para o desenvolvimento de farmacêuticos competentes preparados devidamente para o mercado de trabalho, independentemente do percurso profissional desejado se relacionar diretamente com as atividades exercidas numa farmácia comunitária ou não.

Um sincero obrigado a todos.

Bibliografia

- (1) DELIBERAÇÃO nº 1502/2014. “D.R. II Série”, 145 (2014-07-30) 19445-19556.
- (2) PORTARIA nº 277/2012. “D.R. I Série”, 177 (2012-09-12) 5202-5203.
- (3) KAIZEN INSTITUTE CONSULTING GROUP [em linha] [acedido a 1 de agosto de 2015] Disponível na Internet em: <http://pt.kaizen.com/home.html>