



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Ana Cláudia Filipe Malafaia

Relatório de Estágio e Monografia intitulada “As novas tecnologias na organização da farmácia comunitária” referentes à unidade curricular “Estágio”, sob a orientação da Dra. Carolina Brinca e do Professor Doutor João Rui Couto da Rocha Pita apresentados à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, para apreciação na prestação de provas públicas de Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas.

Julho de 2021



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Ana Cláudia Filipe Malafaia

Relatório de Estágio e Monografia intitulada “As novas tecnologias na organização da farmácia comunitária” referentes à unidade curricular “Estágio”, sob a orientação da Dra. Carolina Brinca e do Professor Doutor João Rui Couto da Rocha Pita apresentados à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, para apreciação na prestação de provas públicas de Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas.

Julho de 2021

Eu, Ana Cláudia Filipe Malafaia, estudante do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, com o n.º 2015248110, declaro assumir toda a responsabilidade pelo conteúdo do Documento Relatório de Estágio e Monografia intitulada “As novas tecnologias na organização da farmácia comunitária” apresentados à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, no âmbito da unidade de Estágio Curricular.

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

Coimbra, 30 de junho de 2021.



(Ana Cláudia Filipe Malafaia)

Agradecimentos

À minha mãe, o amor da minha vida, porque sem ti nada disto seria possível. Por todo o amor, carinho e força que sempre me transmitiste.

A toda a minha família, em especial ao Manuel, aos meus padrinhos e à minha prima Carla por todo o incentivo e apoio conferido durante o meu percurso académico.

À minha madrinha Marisa, à minha afilhada Joana, ao meu afilhado Pedro, ao Hugo, ao João, à Beatriz, à Carolina e à Ana Couto, por terem tornado o caminho destes últimos 5 anos mais leve.

Sem vós, o encanto de Coimbra não seria o mesmo.

À Ana Florindo, à Cátia e ao Francisco, por serem os amigos de todas as horas e por toda a paciência demonstrada para as minhas ausências ao longo destes anos. Muito grata por vos ter na minha vida.

Ao Professor Doutor João Rui Pita por toda a compreensão, disponibilidade e conhecimentos transmitidos no decorrer da realização da monografia. Um sincero agradecimento!

A toda a equipa da Farmácia Teixeira, um obrigada não chega para agradecer o carinho e dedicação com que me acolheram de braços abertos e todos os conhecimentos que me transmitiram. Fica a amizade e a saudade de quem muito convosco aprendeu.

À Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, por ser uma casa de excelência que tão bem sabe acolher os seus estudantes e transmitir-lhes os conhecimentos.

A todos, obrigada!

Índice

Agradecimentos.....	iii
---------------------	-----

Parte I - Relatório de Estágio em Farmácia Comunitária

Lista de Abreviaturas	7
1. Nota Introdutória.....	8
2. Farmácia Teixeira.....	8
2.1. Localização.....	8
2.2. Equipa	9
2.3. Espaço físico	9
3. Análise SWOT.....	10
3.1. Pontos Fortes (<i>Strengts</i>).....	11
3.1.1. Aprendizagem por etapas	11
3.1.2. Disponibilidade e dedicação da equipa técnica	12
3.1.3. Preparação de medicamentos manipulados	13
3.1.4. Determinação de parâmetros bioquímicos e fisiológicos.....	13
3.1.5. Seguimento da medicação de clientes fidelizados	14
3.1.6. Gestão de produtos para o grupo de encomendas	14
3.2. Pontos Fracos (<i>Weaknesses</i>).....	14
3.2.1. Pouca diversidade na tipologia de utentes	14
3.2.2. Escassas receitas manuais	15
3.3. Oportunidades (<i>Opportunities</i>).....	15
3.3.1. Registo de testes no SINAVELAB	15
3.3.2. Participação em formação	16
3.3.3. Participação na elaboração de campanhas de marketing.....	16
3.3.4. Associar o nome comercial à Denominação Comum Internacional (DCI)	16
3.3.5. Contacto com as duas versões Sifarma®	17
3.3.6. <i>Robot</i> e <i>Cashguard</i>	17
3.4. Ameaças (<i>Threats</i>).....	18
3.4.1. Falta de confiança no aconselhamento de um estagiário	18
3.4.2. Pandemia da COVID-19.....	18
4. Casos Práticos	19
4.1. Caso Prático 1	19
4.2. Caso Prático 2	19
4.3. Caso Prático 3	19
4.4. Caso Prático 4	20
5. Considerações Finais	21
6. Referências Bibliográficas	22
7. Anexos.....	24

Parte II - Monografia "As novas tecnologias na organização da farmácia comunitária"

Lista de Abreviaturas	27
Abstract	28
Resumo.....	29
1. Introdução.....	30

2.	<i>Princípios de organização da farmácia comunitária</i>	30
3.	<i>As novas tecnologias na farmácia comunitária: sua presença em diferentes secções da farmácia</i>	31
4.	<i>As tecnologias já existentes na farmácia comunitária e o seu papel</i>	33
5.	<i>As novas tecnologias e o seu papel diferenciador entre farmácias</i>	35
6.	<i>As novas tecnologias como estratégia de marketing</i>	36
7.	<i>As novas tecnologias emergentes</i>	38
7.1.	<i>Impacto da COVID-19</i>	38
7.2.	<i>Telefarmácia</i>	39
8.	<i>Os farmacêuticos, os utentes e as novas tecnologias</i>	41
9.	<i>Desafios para a entrada destas novas tecnologias</i>	44
10.	<i>Conclusão</i>	45
11.	<i>Referências Bibliográficas</i> (*
12.	<i>Anexos</i>	49

Parte I

Relatório de Estágio em Farmácia Comunitária

Farmácia Teixeira



Lista de Abreviaturas

CNP – Código Nacional de Produto

DCI – Denominação Comum Internacional

ERS – Entidade Reguladora da Saúde

FEFO – do inglês, *First Expired First Out* (primeiro a expirar, primeiro a sair)

MICF – Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas

MNSRM – Medicamentos Não Sujeitos a Receita Médica

MSRM – Medicamentos Sujeitos a Receita Médica

PCHC – Produtos Cosméticos e de Higiene Corporal

PVP – Preço de Venda ao Público

SNS – Sistema Nacional de Saúde

SWOT – do inglês, *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (Forças, Oportunidades, Fraquezas, Ameaças)

I. Nota Introdutória

A Farmácia Comunitária é, como a Ordem dos Farmacêuticos indica, a “face mais visível da profissão”¹. Ainda que o seu papel na sociedade passe muitas vezes despercebido e seja apenas associada a um local de dispensa de medicamentos, a Farmácia de Oficina assume junto da população uma posição privilegiada e de elevada responsabilidade no que diz respeito à promoção de saúde, ao uso responsável dos medicamentos e ao aconselhamento confiável e com base científica sobre os mesmos².

O farmacêutico é o agente de saúde especialista do medicamento que constitui habitualmente o primeiro contacto a quem o indivíduo doente recorre em afeições de saúde menores. Regido por um código deontológico exigente, o farmacêutico comunitário presta um serviço centrado na pessoa do doente e nas suas necessidades, devendo colocar o bem-estar da população à frente de qualquer interesse pessoal ou comercial e promovendo o acesso a um tratamento adequado com a devida qualidade, eficácia e segurança³.

O Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas (MICF) culmina na realização de um Estágio Curricular em Farmácia Comunitária. O presente relatório assume a forma de uma análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) referente ao estágio realizado na Farmácia Teixeira, tendo início a 11 de janeiro de 2021 e posterior término a 1 de junho de 2021, sob a orientação da Dra. Carolina Teixeira de Figueiredo Brinca.

2. Farmácia Teixeira

2.1. Localização

Ao serviço da população desde 1889, a Farmácia Teixeira tem lugar na Rua Conselheiro Morais Carvalho, em Vouzela. Trata-se de uma farmácia centenária e está na família da Dra. Carolina Brinca, atual Diretora Técnica, desde o início da sua fundação. No ano de 2010, a Farmácia Teixeira investiu em novas instalações que trouxeram modernidade e conforto tanto aos utentes como à sua equipa. A inovação deu-se tanto ao nível do espaço físico, com uma área mais alargada, vários balcões de atendimento e dois gabinetes de utente, como ao nível da robotização, permitindo um atendimento mais próximo e personalizado e uma melhor gestão dos medicamentos. A acrescentar aos serviços prestados pelo farmacêutico, a farmácia dispõe de outros serviços com o desígnio de melhorar a qualidade de vida da população, nomeadamente consultas de Nutrição e de Terapia da Fala. A Farmácia Teixeira é,

maioritariamente, frequentada por utentes fidelizados, muitos deles idosos que necessitam do apoio da equipa na gestão da sua medicação.

2.2. Equipa

A Farmácia Teixeira tem uma equipa dinâmica constituída por oito colaboradores que asseguram o funcionamento ininterruptamente das 8:30 às 22 horas todos os dias da semana e o regime de disponibilidade das 22 às 8:30 horas para aviamento de prescrições médicas do próprio dia ou do dia anterior⁴. Para além da Diretora Técnica, a equipa é formada por mais duas farmacêuticas, sendo que uma delas, a Farmacêutica Adjunta, assume também funções de gestão e chefia. Os elementos mais antigos são dois dos três Técnicos de Farmácia que aqui trabalham há mais de 30 anos, existindo também dois Técnicos Auxiliares de Farmácia e um trabalhador indiferenciado (Anexo I). A particularidade de que a maioria dos colaboradores tiveram a sua primeira experiência em farmácia comunitária na Farmácia Teixeira é importante para justificar a relação de proximidade, familiaridade e confiança que existe entre a maioria dos clientes e a equipa da farmácia.

2.3. Espaço físico

A Farmácia Teixeira, como espaço de saúde que é, encontra-se devidamente identificada e acessível a toda a população, incluindo a cidadãos portadores de deficiência motora, em conformidade com a legislação em vigor⁵. Relativamente ao espaço exterior, existe um símbolo com a “cruz verde”, sempre iluminado durante o horário de funcionamento, e a designação da farmácia. Na parede exterior da farmácia pode ler-se a identificação da Diretora Técnica e na porta ao lado encontra-se afixado o horário de funcionamento e o postigo para atendimento noturno. A farmácia possui cinco montras exteriores que são renovadas com bastante frequência, de forma a promover diversos produtos em consonância com a altura do ano, nomeadamente alguns Produtos Cosméticos e de Higiene Corporal (PCHC) e Medicamentos Não Sujeitos a Receita Médica (MNSRM).

Segundo o Decreto-Lei n.º 75/2016, de 8 de novembro, o espaço interior da farmácia deve dispor de sala de atendimento ao público, armazém, laboratório e instalações sanitárias⁵. A Farmácia Teixeira divide-se em dois pisos. O primeiro piso é constituído pela sala de atendimento ao público, um gabinete para atendimento personalizado e umas instalações sanitárias adaptadas para cidadãos portadores de deficiência. A sala de atendimento ao público dispõe de quatro balcões de atendimento, cada um com terminal informático, com uma certa

distância ente eles para garantir alguma privacidade ao utente no momento de atendimento. Nesta zona existem diversas gôndolas com vários produtos de venda livre, nomeadamente os PCHC, artigos para criança, leites de fórmula, entre outros. O gabinete de atendimento personalizado permite um diálogo privado com o utente, constituindo também a zona apta para a prestação de alguns serviços farmacêuticos, designadamente a administração de injetáveis e medição de parâmetros bioquímicos e fisiológicos.

No piso superior podemos encontrar o armazém, o *robot*, o escritório, o laboratório, a zona de descanso, instalações sanitárias para os colaboradores e a zona de receção de encomendas. O armazém é a área onde se guardam os excedentes de produtos adquiridos em maior quantidade, constituindo o *stock* de reserva. Armazenam-se os produtos seguindo o princípio *First Expired First Out* (FEFO), de forma a dispensar em primeiro lugar os produtos com menor prazo de validade. No escritório executam-se tarefas relacionadas com a gestão da farmácia, conferência de receituário, faturação e contabilidade. Este espaço contempla dois computadores com o sistema informático utilizados para realizar tarefas que não englobam o atendimento ao público, tais como a realização de encomendas a fabricantes e a distribuidores grossistas, gestão de preços, entre outras. A Farmácia Teixeira compra os seus produtos a cinco distribuidores grossistas (Plural, Alliance Healthcare, Coopofar, Empifarma e OCP), sendo a Plural o distribuidor preferencial. Não obstante, realiza também encomendas diretas a diversos representantes, nomeadamente de PCHC e alguns medicamentos genéricos. Também neste piso se encontra o laboratório, local devidamente equipado com o material obrigatório, conforme a legislação em vigor⁶. É neste local que, com as diversas matérias primas existentes e o material de embalagem adequado, se preparam os medicamentos manipulados solicitados. A zona de receção de encomendas localiza-se no corredor principal no piso superior, situando-se próximo ao *robot*. Ao rececionar uma encomenda, existe o cuidado de verificar os respetivos prazos de validade, introduzindo corretamente os mesmos no sistema informático, de modo a que a validade informatizada no sistema esteja sempre atualizada, para que o primeiro produto dispensado pelo *robot* seja o de validade mais reduzida. Mensalmente retira-se uma listagem dos produtos cujo término do prazo de validade está próximo para lhes dar o devido seguimento junto dos fornecedores.

3. Análise SWOT

A análise SWOT esquematizada de seguida pretende identificar, a nível interno, os pontos fortes e os pontos fracos e, a nível externo, as oportunidades facultadas e as ameaças sentidas ao longo do estágio na Farmácia Teixeira.

Tabela I – Análise SWOT do estágio realizado na Farmácia Teixeira.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none">• Aprendizagem por etapas.• Disponibilidade e dedicação da equipa técnica.• Preparação de medicamentos manipulados.• Determinação de parâmetros bioquímicos e fisiológicos.• Seguimento da medicação de clientes fidelizados.• Gestão de produtos para o grupo de encomendas.	<ul style="list-style-type: none">• Pouca diversidade na tipologia de utentes.• Escassas receitas manuais.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">• Registo de testes no SINAVELAB.• Participação em formações.• Participação na elaboração de campanhas de <i>marketing</i>.• Associar o nome comercial à Denominação Comum Internacional (DCI).• Contacto com as duas versões Sifarma®.• <i>Robot</i> e <i>Cashguard</i>.	<ul style="list-style-type: none">• Falta de confiança no aconselhamento de um estagiário.• Pandemia da COVID-19.

3.1. Pontos Fortes (Strengths)

3.1.1. Aprendizagem por etapas

O plano de estágio teve início com a receção de encomendas e subsequente arrumação dos respetivos produtos, com o propósito de promover a minha familiarização com a localização e organização dos mesmos na farmácia. Aquando da arrumação, é dada prioridade aos medicamentos armazenados no frigorífico, de modo a minimizar o tempo que os referidos permanecem fora das suas condições ideais de conservação. De seguida, são armazenados os produtos guardados no *robot* e posteriormente organizam-se os restantes, tanto no armazém como nas gavetas e nos lineares, de acordo com o princípio FEFO.

Comecei por assistir à realização das diversas tarefas e, com o passar do tempo, pude participar na realização das mesmas. No decorrer do estágio tive oportunidade de rececionar

encomendas, preparar medicamentos manipulados, medir parâmetros bioquímicos e fisiológicos, realizar devoluções, gerir produtos para o grupo de compras a que a Farmácia Teixeira pertence e assistir a diversas formações. Efetuei também a contagem física de produtos, avaliando a sua conformidade com o *stock* constante no Sifarma[®], e a gestão de produtos sem consumo, tanto de MNSRM como de Medicamentos Sujeitos a Receita Médica (MSRM). Nos MNSRM sem consumo é colocado um autocolante com um sorriso com o intuito de dinamizar e sinalizar, para que a equipa se foque na sua venda, sempre que possível. Já nos MSRM sem consumo, primeiramente é retirada do Sifarma[®] uma listagem dos produtos comprados há mais de 1 ano e sem saída há, pelo menos, 1 ano, e posteriormente efetua-se uma listagem colocando o nome do produto, o seu Código Nacional de Produto (CNP), o respetivo número da fatura de compra, o Preço de Venda ao Público (PVP) e a validade. Essa listagem é enviada ao distribuidor grossista principal, neste caso a Plural, na tentativa de os devolver.

Desde o início do estágio, foi-me concebida a oportunidade de observar e participar em determinados atendimentos ao público. Posteriormente, foi-me dada liberdade e confiança para realizar atendimentos de forma independente, fazendo-me sentir totalmente parte integrante da equipa.

Vários foram os ensinamentos que a Farmácia Teixeira me transmitiu e que considero terem moldado a minha forma de atender e aconselhar enquanto futura farmacêutica. Gostaria de destacar o cuidado presente ao prestar toda a informação necessária, tanto oralmente como por escrito, não só ao esclarecer a posologia, a duração do tratamento, o modo de administração e os possíveis efeitos secundários que possam ocorrer, mas também confirmando e explicando sempre ao utente para que patologia é cada medicamento, tornando mais intuitivo e clara a toma dos medicamentos para os referidos. Tive também a oportunidade de denotar a importância de adequar a comunicação a cada tipo de cliente.

O atendimento ao público e o inerente aconselhamento farmacoterapêutico foi, para mim, a função mais surpreendente e enriquecedora, permitindo o seguimento de diferentes tipos de utentes com diversas realidades e perfis clínicos. Tudo isto possibilitou a aplicação de conhecimentos teóricos e o meu desenvolvimento interpessoal, bem como desenvolver a minha capacidade de adaptação e de modo de agir às demais situações.

3.1.2. Disponibilidade e dedicação da equipa técnica

Desde o início ao término do estágio que toda a equipa da farmácia me ambientou e me fez sentir parte integrante. Tanto a constante disponibilidade para esclarecer dúvidas como

o esclarecimento claro das mesmas, tudo isto foi essencial para a minha adaptação e para a minha aprendizagem. A forma sequencial como me foram atribuídas as tarefas, para além de encadear uma ordem crescente de aprendizagem e me permitir aplicar os conhecimentos adquiridos até então na fase seguinte, deu-me a oportunidade de contactar com todos os colaboradores que desde logo se disponibilizaram a ensinar e me englobaram nas tarefas que lhes estavam delegadas. Fui incentivada a ser cada vez mais autónoma na realização de tarefas, o que considero uma mais valia, dado que as dúvidas muitas vezes apenas surgem aquando da sua execução e não apenas ao observar.

O bom ambiente de trabalho sentido reputo ter sido um ponto fulcral do meu estágio, pois tornou-o numa experiência muito positiva e enriquecedora, tanto a nível profissional como pessoal.

3.1.3. Preparação de medicamentos manipulados

No decorrer do meu estágio, surgiu a oportunidade de realizar um manipulado de vaselina salicilada a 5%. O pedido foi realizado por um utente vindo do podologista. O ácido salicílico, por possuir propriedades queratolíticas, é muito utilizado no tratamento tópico de descamação da pele e quadros de hiperqueratose, tais como os frequentes na dermatite seborreica, caspa e psoríase. A preparação da pomada iniciou-se com a pesagem individual das matérias-primas necessárias, vaselina sólida e ácido salicílico, e posterior mistura de ambas por espatulação, até que a pomada exibisse um aspeto homogéneo. A sua elaboração permitiu-me colocar em prática técnicas laboratoriais conhecidas e contactar de perto com os procedimentos inerentes à sua preparação, nomeadamente o preenchimento da ficha de preparação, posterior elaboração do rótulo e cálculo do PVP. Este preço é calculado tendo em conta o valor dos honorários da preparação e o preço das matérias-primas e dos materiais de embalagem, conforme consta na Portaria n.º 769/2004 de 1 de julho⁷.

3.1.4. Determinação de parâmetros bioquímicos e fisiológicos

A medição da pressão arterial, colesterol total, glicémia e ácido úrico, são alguns dos parâmetros medidos na Farmácia Teixeira e cuja medição tive hipótese de realizar. A interpretação destes valores é de extrema importância para o aconselhamento ao utente e permitiu-me colocar em prática vários conhecimentos adquiridos ao longo do MICF.

3.1.5. Seguimento da medicação de clientes fidelizados

A maioria dos utentes da Farmácia Teixeira são clientes habituais que frequentam a mesma farmácia há vários anos, o que permite ter, no Sifarma[®], o histórico atualizado de toda a medicação e demais produtos vendidos na farmácia que o utente costuma aviar. Considero este ponto como uma mais valia para o meu estágio porque me permitiu seguir a medicação de vários utentes, podendo avaliar, ainda que de uma forma breve, a efetividade e segurança dos medicamentos.

3.1.6. Gestão de produtos para o grupo de encomendas

Cada farmácia pode efetuar a compra de medicamentos e outros produtos de forma singular ou podem agrupar-se com outras farmácias criando grupos de compras. Estes grupos de compras, ao comprarem determinados produtos aos distribuidores grossistas ou diretamente aos laboratórios em maior quantidade, acabam por conseguir determinadas vantagens como, por exemplo, um desconto maior do que se cada farmácia comprasse individualmente. A Farmácia Teixeira pertence a um grupo de compras e, por isso, tive a oportunidade de presenciar a encomenda de produtos da Easyslim[®] numa quantidade significativa a um preço bastante favorável, o que permite a todas as farmácias do grupo ter uma margem superior sobre o produto ou vendê-lo a um preço inferior, conferindo, de ambas as formas, uma vantagem comercial e competitiva. Considero esta etapa um ponto benéfico do meu estágio, uma vez que me permitiu compreender melhor a dinâmica de um grupo de compras.

3.2. Pontos Fracos (*Weaknesses*)

3.2.1. Pouca diversidade na tipologia de utentes

A Farmácia Teixeira recebia, na época antecedente à COVID-19, muitos utentes diariamente e, nos meses mais movimentados, eram frequentem os turistas e regresso dos emigrantes, pelo que apresentava uma tipologia de utentes bastante diversificada. Com o início da pandemia, os referidos utentes que visitaram a farmácia foram reduzidos, afetando a diversidade no tipo de atendimento e conseqüente aconselhamento que poderia ter realizado.

Atualmente, o perfil de utentes da Farmácia Teixeira é pouco heterogéneo, os utentes que a frequentam são maioritariamente idosos, muitos deles polimedicados, que procuram na farmácia principalmente a dispensa da medicação prescrita e a determinação de alguns

parâmetros que auxiliem no controlo das suas doenças crónicas. A pouca diversidade na tipologia de utentes acaba por ser um ponto fraco do meu estágio, dado que as principais queixas e medicamentos dispensados são, praticamente sempre, os mesmos. O facto de ser um meio pequeno e não existir um serviço de urgência hospitalar em Vouzela, penso ter contribuído para a falta de heterogeneidade dos utentes e das prescrições.

3.2.2. Escassas receitas manuais

Como referido na Portaria n.º 224/2015, de 27 de julho, a prescrição pode ser realizada por via manual perante uma das seguintes exceções: falência informática, inadaptação do prescriptor, prescrição no domicílio ou até 40 receitas por mês⁸. Estas receitas são mais propícias a erros, uma vez que dependem da correta compreensão da escrita do médico a nível da substância ativa prescrita, da sua dose e da quantidade de embalagens a ceder. Considero que esta compreensão se torne mais fácil e intuitiva com a prática e com o tempo, contudo, devido à sua presença já escassa, o treino de análise das mesmas ficou reduzido. De salientar ainda que, para diminuir a ocorrência de erros e aumentar a segurança aquando da dispensa de receitas manuais, na Farmácia Teixeira tínhamos como indicação confirmar sempre com outro colaborador se os medicamentos que estaríamos a ceder seriam os corretos.

3.3. Oportunidades (*Opportunities*)

3.3.1. Registo de testes no SINAVELAB

Com o intuito de ajudar no combate contra a pandemia que se faz sentir, a Farmácia Teixeira efetuou o seu registo, no início do presente ano, na Entidade Reguladora da Saúde (ERS), de forma a poder realizar Testes Rápidos de Pesquisa de Antígenos do SARS-CoV-2. A cada utente que pretendia realizar o teste era explicado o objetivo do mesmo, a técnica utilizada e a posterior comunicação dos resultados, assinando o Consentimento Informado caso concordasse com as condições referidas. O resultado do teste era comunicado ao próprio oralmente, após cerca de 15 minutos da sua realização, e por escrito, através de uma declaração emitida pela farmácia. O resultado era também registado na plataforma SINAVELAB, no prazo máximo de 12 horas, com o preenchimento rigoroso do nome completo, número de utente do Sistema Nacional de Saúde (SNS), data de nascimento, morada de residência e o resultado qualitativo obtido, conforme fosse positivo, negativo ou

indeterminado (Anexo 2). Todo este processo de preenchimento rígido no SINAVELAB foi uma tarefa que me ficou incumbida durante o meu período de estágio, a qual me deu autonomia, confiança e me fez sentir, uma vez mais, parte integrante da equipa.

3.3.2. Participação em formação

O meu estágio foi enriquecido com as diversas formações a que tive oportunidade de assistir. Desde a introdução de novos produtos lançados como a apresentação de alguns já comercializados, estas formações incidiam particularmente na área dos suplementos alimentares e da dermocosmética. Durante as referidas, era frequente a partilha pessoal e crítica por parte da equipa técnica, o que enalteceu ainda mais o meu estágio. Esta participação permitiu que me familiarizasse com os diferentes produtos de algumas marcas e desenvolvesse o conhecimento acerca dos mesmos, melhorando, assim, a qualidade do meu aconselhamento.

3.3.3. Participação na elaboração de campanhas de *marketing*

Tive a oportunidade de, durante o meu estágio, participar na realização de várias campanhas de *marketing*, quer tendo por base determinadas ocasiões, como por exemplo o Dia da Mãe, ou promoções existentes. Estas campanhas eram publicadas nas redes sociais da Farmácia Teixeira, tanto no *Instagram* como no *Facebook*, com objetivo de dar a conhecer a informação mencionada aos já utentes da farmácia e aumentar a visibilidade da farmácia alcançando novos clientes.

Esta experiência foi importante já que me permitiu compreender o impacto que este tipo de campanhas tem para a economia e visibilidade da farmácia. Paralelamente, adquiri experiência e conhecimento sobre como comunicar com o público progressivamente mais exigente e informado.

3.3.4. Associar o nome comercial à Denominação Comum Internacional (DCI)

A designação comercial dos medicamentos é o nome usado pela maioria dos utentes para questionar se determinado medicamento ainda se encontra na receita ou para pedir o seu aviamento. Uma vez que desconhecia o nome comercial da maioria dos medicamentos, senti alguma dificuldade em associar o nome comercial à respetiva DCI. Inicialmente, nos atendimentos que realizei acompanhada, as farmacêuticas auxiliavam-me nesta associação e eu apontava num pequeno caderno a respetiva correspondência entre as duas denominações.

Posteriormente, já nos atendimentos autónomos, consultava o referido caderno quando necessário ou recorria ao Sifarma® para inferir qual nome comercial de medicamento corresponderia a dada substância ativa. Com o decorrer do estágio e a prática, esta associação tornou-se cada vez mais fácil e intuitiva.

3.3.5. Contacto com as duas versões Sifarma®

O Sifarma® é o sistema informático utilizado na maioria das farmácias portuguesas e possui inúmeras funcionalidades úteis quer no momento do atendimento como nos processos de gestão⁹. No momento do atendimento, várias das funcionalidades deste sistema são essenciais para um bom atendimento, nomeadamente as interações entre os vários medicamentos que estamos a dispensar e a informação científica dos mesmos. Caso o utente pretenda um determinado medicamento que não esteja disponível na farmácia no exato momento, este sistema informático permite também, no ato de venda, a realização de uma encomenda instantânea e posterior reserva, o que é uma mais valia para responder de forma rápida e adequada às necessidades dos utentes. O sistema informático Sifarma 2000® está a ser gradualmente substituído pelo novo Módulo de Atendimento Sifarma®, uma vez que ainda existem funcionalidades que não podem ser efetuadas no Novo Módulo de Atendimento. Aprender a trabalhar com estas duas versões do sistema é algo que apenas é conseguido com a prática no dia-a-dia, por este facto considero que a oportunidade de experienciar estes dois módulos foi de extrema importância para o meu estágio pela forma tão distinta que se apresentam.

3.3.6. Robot e Cashguard

Ainda que a Farmácia Teixeira seja uma farmácia centenária, não estacionou no tempo, a inovação e a modernização têm o seu papel bem presente na mesma. O *robot* otimiza o armazenamento de vários medicamentos num mesmo local e dispensa-os para os balcões de atendimento quando necessários, permitindo poupar tempo e recursos¹⁰. O *cashguard* consiste num sistema automático de gestão de caixa, substituindo as caixas registadoras em cada balcão. Uma vez que este aparelho foi instalado durante o meu período de estágio, pude experienciar os fechos de caixa antes e após a instalação do *cashguard*. Desta forma, pude constatar que este sistema se apresenta como uma mais-valia, dado que elimina o risco de potenciais erros humanos e requer um tempo bastante inferior para realizar o fecho de caixa, tornando o processo mais rápido e centralizado numa só caixa.

A oportunidade de contactar com o *robot* e o *cashguard* considero ter sido uma mais-valia para o meu estágio, uma vez que são tecnologias cada vez mais presentes nas farmácias nos dias de hoje e, desta forma, pude ganhar experiência no contacto com as mesmas.

3.4. Ameaças (*Threats*)

3.4.1. Falta de confiança no aconselhamento de um estagiário

A FT está inserida num meio pequeno, onde a maioria dos utentes e funcionários são conhecidos de longa data. Há, por isso, uma relação de bastante proximidade e confiança, o que considero ser um ponto positivo para a farmácia, mas uma ameaça para a minha aprendizagem enquanto estagiária, uma vez que por ser um membro novo e desconhecido acabava por reinar a desconfiança. Ao longo dos meses e com as visitas regulares de alguns utentes à farmácia, a convivência com os mesmos tornou-se mais frequente e a desconfiança por parte dos mesmos foi desvanecendo. Estou certa de que esta mudança de receptividade foi bastante motivada pela confiança depositada em mim por toda a equipa técnica da farmácia, que demonstravam essa confiança e transmitiam-no aos utentes.

3.4.2. Pandemia da COVID-19

A pandemia provocada pela COVID-19 obrigou as farmácias a adaptarem-se de forma a proteger todos, tanto clientes como colaboradores. A utilização de máscaras de proteção e o emprego de acrílicos nos balçães de atendimento vieram dificultar bastante a comunicação com os utentes. Aliando a dificuldade auditiva de alguns utentes, principalmente idosos, à utilização de máscara, a comunicação ficou afetada, dificultando o atendimento e podendo levar a possíveis falhas de informação. A necessidade de, por vezes, um tom mais elevado para que se consigam fazer perceber ambas as partes, retirou a privacidade e o à-vontade do utente para questionar e pedir aconselhamento ao farmacêutico sobre alguma afeção que o preocupa. Os atendimentos passaram a ser mais demorados e era possível denotar um certo desagrado e impaciência por parte dos utentes no momento do atendimento. Assim sendo, ainda que o distanciamento que a COVID-19 exige seja necessário, creio que constituiu uma ameaça ao meu estágio, criando um ambiente impessoal e pouco privativo para a comunicação farmacêutico-utente.

4. Casos Práticos

4.1. Caso Prático 1

Senhor com 25 anos dirige-se à farmácia dizendo que ultimamente se tem sentido com bastante ansiedade e que necessitava de algo para o ajudar nesse sentido. Questionei se fazia alguma medicação para o ajudar a acalmar, pelo que ele me indicou que não tomava qualquer medicação e que pretendia algo natural. Nesse sentido, aconselhei-lhe o Stressfyto[®] (200 mg de extrato seco de *Passiflora incarnata*)¹¹. A *Passiflora incarnata* é uma planta medicinal conhecida pelas suas propriedades ansiolíticas e não causa habituação, sendo, por isso, muito utilizada para auxiliar na ansiedade e nas insónias¹². Recomendei a toma de 1 a 2 comprimidos de manhã e de 1 a 2 comprimidos à noite.

4.2. Caso Prático 2

Senhora com cerca de 35 anos deslocou-se à farmácia queixando-se de tosse seca, rinorreia e congestão nasal. Ao questionar se fazia alguma medicação crónica ou se estava a tomar alguma medicação de momento, respondeu que não, mas referiu que suspeitava que fossem alergias, uma vez que todos os anos pela mesma altura costumava ter os mesmos sintomas. Inquiri se também sentia os olhos a lacrimejar e vontade de espirrar, ao que a senhora me respondeu positivamente. Desta forma, para aliviar a tosse seca aconselhei a tomar Levotuss[®] (Levodropizina a 6 mg/ml), 10 ml de xarope, 3 vezes ao dia, até ao desaparecimento da tosse¹³. Para auxiliar a secar as secreções, aliviando a rinorreia e os olhos lacrimejantes que sente, recomendei Rinocalm[®] (10 mg de Cetirizina), para tomar um comprimido uma vez ao dia¹⁴. Relativamente à congestão nasal sentida, aconselhei Natorhinathio[®] (Cloridrato de Oximetazolina a 0,5 mg/ml), 2 a 3 gotas em cada narina de 12 em 12 horas, durante um máximo de 3 dias, dado que a utilização prolongada provoca secura nasal e induz efeito *rebound*¹⁵. Expliquei a importância da limpeza nasal como adjuvante, tanto no momento da crise como posteriormente, tendo recomendado a água do mar Rhinomer[®] força média. Para finalizar o atendimento, adverti para que se os sintomas persistissem durante mais do que 4-5 dias deveria consultar o médico.

4.3. Caso Prático 3

Senhor de 30 anos dirige-se ao balcão da farmácia solicitando algo que aliviasse o calor e a dor que sentia na face após um passeio de bicicleta que teria feito no dia anterior. Uma

vez que a extensão corporal não era muito grande e que não apresentava sinais de infeção, questionei se tomava alguma medicação e se já tinha utilizado algum medicamento ou creme para alívio dos sintomas que não teria surtido efeito, tendo-me respondido negativamente a ambas as perguntas. Como medidas farmacológicas, aconselhei a aplicação de Biafine® (Trolamina), como adjuvante da cicatrização, recomendando que aplicasse uma camada espessa até a pele recusar a sua absorção, continuando posteriormente a aplicar 2 a 4 vezes ao dia até a área ficar completamente curada¹⁶. Para aliviar a dor e auxiliar na inflamação, indiquei o Ibuprofeno 400 mg, de 8 em 8 horas, por um período máximo de 5 dias, suspendendo assim que os sintomas aliviassem¹⁷. Alertei para a necessidade de ajuda médica caso não melhorasse durante esse período ou se surgissem bolhas, febre, vômitos ou cefaleias. Sugeri também algumas medidas não farmacológicas, nomeadamente aumentar a ingestão de líquidos, banhos de água fria ou a aplicação de compressas de água fria, de modo a reduzir a temperatura da pele e a diminuir o rubor, a inflamação e a dor. Adverti sobre os perigos do sol e sobre a importância da proteção solar para prevenir queimaduras solares futuras, salientando que deve aplicar o protetor solar generosamente meia hora antes da exposição solar, reaplicar a cada 2 horas e ainda o uso de chapéu, óculos de sol e roupas que protejam o corpo da radiação UV.

4.4. Caso Prático 4

Uma senhora de 50 anos, com alguma confusão mental e dificuldade de concentração, dirigiu-se à farmácia para pedir um Alprazolam 1 mg, referindo que o que tinha teria acabado e apenas tinha consulta na médica de família no final da semana, momento em que traria a receita para regularizar a venda suspensa¹⁸. Ao verificar o histórico da senhora, de forma a confirmar se a mesma costumava tomar Alprazolam, constatei que tinha recentemente começado a aviar Zolpidem 10 mg, medicamento indicado no tratamento da insónia em adultos¹⁹. Ao questionar a senhora acerca da toma concomitante destes dois medicamentos, ela referiu que tomava os dois juntos antes de ir dormir. Após lhe perguntar se a médica não lhe teria substituído o Alprazolam pelo Zolpidem, a senhora negou dizendo que teria sido o psiquiatra a prescrever-lhe o Zolpidem, uma vez que se queixava de insónias. Após alguns minutos de conversa, pude perceber que a médica de família e o psiquiatra não sabiam da medicação que a senhora tomava prescrita um pelo outro, resultando numa duplicação da terapêutica com dois psicofármacos com atividade ansiolítica, sedativa e hipnótica. Aconselhei-a a falar primeiramente com a médica de família antes de lhe ceder o Alprazolam, para esta

ficar a par da medicação que fazia prescrita pelo psiquiatra e que perante esses dados ela decidiria o melhor a fazer com a terapêutica instituída.

5. Considerações Finais

No culminar de uma exigente formação teórica e prática de 5 anos encontra-se o Estágio Curricular em Farmácia Comunitária, que fornece, inquestionavelmente, as bases necessárias para o exercício futuro da profissão farmacêutica. Para além da compreensão da organização e funcionamento da farmácia comunitária, esta unidade curricular contribuiu para a percepção da importância do papel do farmacêutico na sociedade e de todas as oportunidades e dificuldades que daí advêm. Certa da constante necessidade de atualização técnico-científica, encaro plenamente o Estágio Curricular como uma mais-valia, uma experiência deveras fomentadora e desafiante, que me enriqueceu tanto a nível profissional como pessoal. Levo deste estágio na Farmácia Teixeira a aprendizagem e experiência gratificante que me foi concebida, um exemplo de profissionalismo, excelência, humanidade e amizade, do qual nunca me esquecerei.

6. Referências Bibliográficas

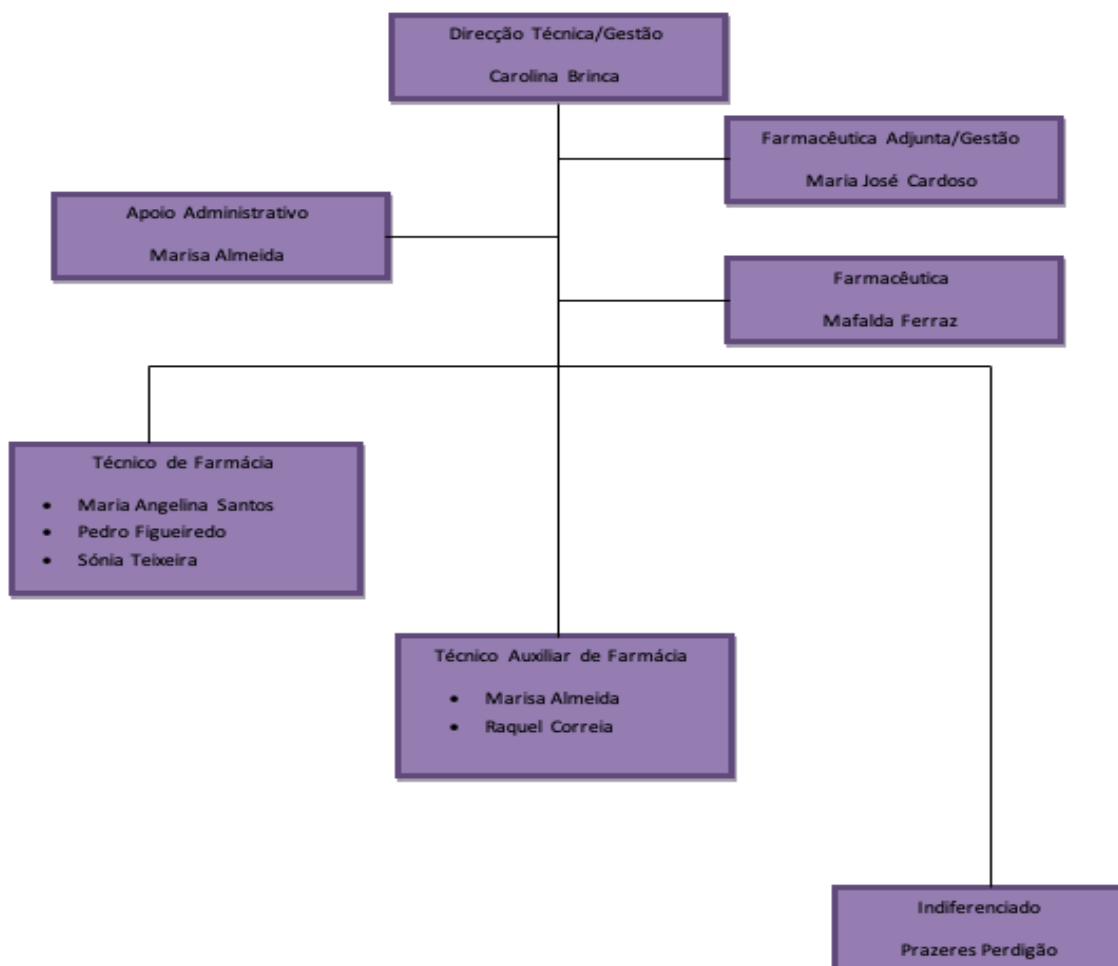
1. ORDEM DOS FARMACÊUTICOS. – **Farmácia Comunitária**. [Consultado a 19 de abril de 2021]. Disponível em: <https://www.ordemfarmaceuticos.pt/pt/areas-profissionais/farmacia-comunitaria/>
2. VALOR DO FARMACÊUTICO. – **Áreas de Intervenção**. [Consultado a 9 de maio de 2021]. Disponível em: <http://www.valordofarmaceutico.com/htmlInfo/ofarmaceuticoAreasIntervencao.html>
3. ORDEM DOS FARMACÊUTICOS. – **Código Deontológico da Ordem dos Farmacêuticos**. [Consultado a 9 de maio de 2021]. Disponível em: https://www.ordemfarmaceuticos.pt/fotos/documentos/codigo_deontologico_da_of_4436676175988472c14020.pdf
4. Decreto-Lei n.º 7/2011, de 10 de janeiro. Diário da República n.º 6/2011 – Série I.
5. Decreto-Lei n.º 75/2016, de 8 de novembro. Diário da República n.º 214/2016 – Série I.
6. Deliberação n.º 1500/2004, de 29 de dezembro. Diário da República n.º 303/2004 – Série II.
7. Portaria n.º 769/2004, de 1 de julho. Diário da República n.º 153/2004 – Série I-B.
8. Portaria n.º 224/2015, de 27 de julho. Diário da República n.º 144/2015 – Série I.
9. GLINTT. – **Sifarma**. [Consultado a 27 de maio de 2021]. Disponível em: <https://www.glintt.com/pt/oquefazemos/ofertas/SoftwareSolutions/Paginas/Sifarma.aspx>
10. GLINTT. – **Robótica**. [Consultado a 25 de maio de 2021]. Disponível em: <https://www.glintt.com/pt/oquefazemos/mercados/Pharma/AutomacaoeLogistica/Paginas/Robotica.aspx>
11. TILMAN. – **Stressfytol**. [Consultado a 13 de maio de 2021]. Disponível em: <https://tilmanportugal.com.pt/stressfytol/>
12. EUROPEAN MEDICINES AGENCY. – **Passiflorae herba**. [Consultado a 13 de maio de 2021]. Disponível em: <https://www.ema.europa.eu/en/medicines/herbal/passiflorae-herba>
13. INFOMED. – **Levotuss**. [Consultado a 10 de maio de 2021]. Disponível em: <https://extranet.infarmed.pt/INFOMED-fo/pesquisa-avancada.xhtml>
14. INFOMED. – **Rinocalm**. [Consultado a 10 de maio de 2021]. Disponível em: <https://extranet.infarmed.pt/INFOMED-fo/pesquisa-avancada.xhtml>
15. INFOMED. – **Nasorhinathiol**. [Consultado a 10 de maio de 2021]. Disponível em: <https://extranet.infarmed.pt/INFOMED-fo/pesquisa-avancada.xhtml>
16. INFOMED. – **Biafine**. [Consultado a 10 de maio de 2021]. Disponível em: <https://extranet.infarmed.pt/INFOMED-fo/pesquisa-avancada.xhtml>

17. INFOMED. – **Ibuprofeno 400 mg**. [Consultado a 10 de maio de 2021]. Disponível em:
<https://extranet.infarmed.pt/INFOMED-fo/pesquisa-avancada.xhtml>
18. INFOMED. – **Alprazolam 1mg**. [Consultado a 11 de maio de 2021]. Disponível em:
<https://extranet.infarmed.pt/INFOMED-fo/pesquisa-avancada.xhtml>
19. INFOMED. – **Zolpidem 10 mg**. [Consultado a 11 de maio de 2021]. Disponível em:
<https://extranet.infarmed.pt/INFOMED-fo/pesquisa-avancada.xhtml>

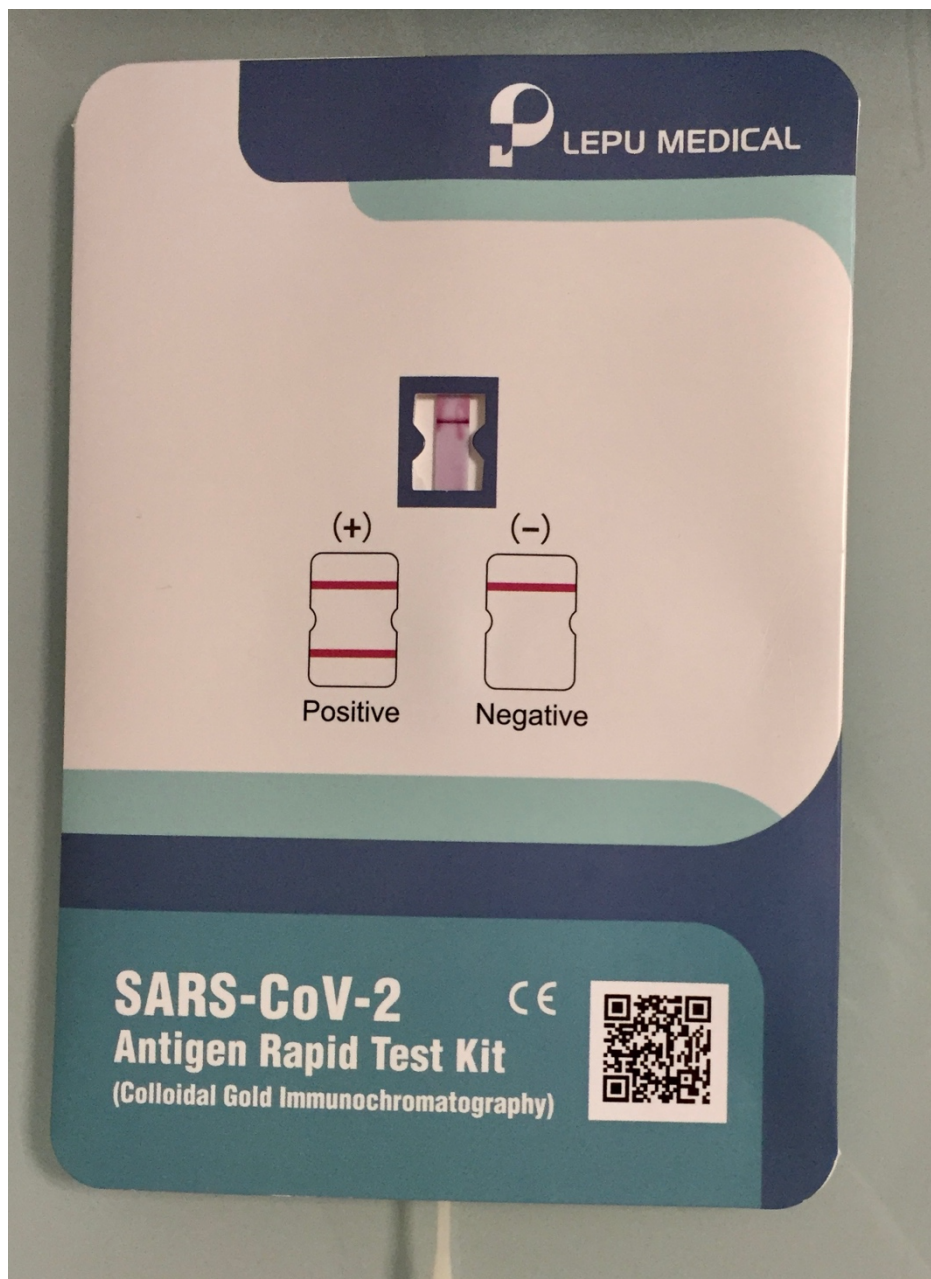
7. Anexos

Anexo I – Organograma da Farmácia Teixeira.

Organograma Farmácia Telmo Teixeira



Anexo 2 – Teste Rápido de Pesquisa de Antígenos do SARS-CoV-2 com resultado negativo, realizado na Farmácia Teixeira.



Parte II

Monografia

“As novas tecnologias na organização da farmácia comunitária”

Lista de Abreviaturas

MNSRM – Medicamentos Não Sujeitos a Receita Médica

MSRM – Medicamentos Sujeitos a Receita Médica

PCHC – Produtos Cosméticos e de Higiene Corporal

Abstract

Technology is present in community pharmacy from the most trivial task to the most complex. The computer system represents the heart of the pharmacy, the technology present in all functions performed in the pharmacy and without which the pharmacist's day would be difficult.

A major paradigm shift in pharmaceutical services was the emergence of telepharmacy and the delivery of medicines and other health products at home, with the proper quality and safety. Telepharmacy arises with the aim of allowing all users to have access to their medication and to personalized monitoring, through videoconference or telephone calls, to clarify any doubts, they may have regarding medication or for pharmaceutical advice on other minor conditions. The main challenges that the implementation of these technologies face is the acceptance by patients, many of them elderly and without technological knowledge, the initial costs and the lack of willingness for this service to be paid by patients, hindering the financial return.

Since the products are practically the same between pharmacies, there is a need for differentiation between them, so that the provision of services assumes a central role in this point. The quality of care provided, the additional services available in pharmacies and the availability of the pharmacy for delivery to the patient's home are some differentiating factors that make them choose one pharmacy over others. The presence of different technology sources, such as websites, social networks and telepharmacy, are also differentiating factors, which when not adopted by competing pharmacies, become a competitive advantage.

The appearance of these emerging technologies would appear soon. However, COVID-19 came to catalyze this process, creating the need for a quick adaptation to the conditions of social distancing and confinement felt.

Keywords: technology; pharmacy; organization; telepharmacy; COVID-19.

Resumo

A tecnologia está presente na farmácia comunitária desde a mais trivial tarefa à mais complexa. O sistema informático representa o coração da farmácia de oficina, a tecnologia transversal a todas as funções realizadas na farmácia e sem o qual o dia a dia farmacêutico fica dificultado.

Uma grande viragem de paradigma nos serviços farmacêuticos foi o aparecimento da telefarmácia e a entrega de medicamentos e outros produtos de saúde no domicílio, com a devida qualidade e segurança. A telefarmácia surge com o intuito de permitir que todos os utentes tenham acesso à sua medicação e a um acompanhamento personalizado, através de videoconferência ou de chamadas telefónicas, de maneira a esclarecer possíveis dúvidas que surjam relativas à medicação ou para aconselhamento farmacêutico sobre outras afeções menores. Os principais desafios que as implementações destas tecnologias enfrentam são a aceitação por parte dos utentes, muitos deles idosos e sem conhecimentos tecnológicos, os custos iniciais e a pouca predisposição para que esse serviço seja pago pelos utentes, dificultando o retorno financeiro.

Uma vez que os produtos são praticamente os mesmos entre farmácias, cria-se a necessidade de diferenciação entre farmácias, pelo que a prestação de serviços assume um papel central neste ponto. A qualidade do atendimento prestado, os serviços adicionais disponíveis nas farmácias e a disponibilidade da farmácia para entrega ao domicílio do utente, são alguns fatores diferenciadores que fazem os utentes escolher uma farmácia em detrimento de outras. A presença de diferentes fontes de tecnologia, como os sítios eletrónicos, as redes sociais e a telefarmácia, constituem também fatores diferenciadores, que quando não adotados pelas farmácias concorrentes, se transformam numa vantagem competitiva.

O aparecimento destas tecnologias emergentes iria surgir num futuro próximo. Todavia, a COVID-19 veio catalisar esse processo, ao criar a necessidade de uma adaptação rápida às condições de distanciamento físico e confinamento sentidas.

Palavras-chave: tecnologia; farmácia; organização; telefarmácia; COVID-19.

1. Introdução

Na última década, a tecnologia evoluiu de maneira drástica. As novas tecnologias permitiram o aparecimento de soluções de saúde novas que melhoram a comunicação e a partilha de informação entre utentes e profissionais de saúde. Com a pandemia da COVID-19, a prática da farmácia de oficina viu-se limitada e houve necessidade de se adaptar a esta nova realidade, impulsionando a mudança de paradigma da farmácia comunitária.

Por outro lado, o surgimento de algumas ameaças como a abertura de novos canais e mais cortes ao nível das participações, fazem com que a farmácia atual e do futuro tenha, para além da necessidade de se adaptar, necessidade de se diferenciar das restantes.

O objetivo desta monografia é entender que novas tecnologias fazem parte da farmácia comunitária de hoje em dia, quais as evoluções tecnológicas que estão a emergir e de que forma a pandemia da COVID-19 impactou essa mudança.

2. Princípios de organização da farmácia comunitária

A farmácia de oficina ou comunitária pode definir-se como uma equipa de pessoas formadas para o exercício de uma dada função, dirigida técnica e cientificamente por um profissional, Diretor Técnico, farmacêutico, capaz de orientar e aconselhar de forma personalizada os seus utentes em assuntos relacionados com a farmácia, com o medicamento e dispositivos médicos, bem como nalguns assuntos de saúde pública. A farmácia constitui um espaço acessível a toda a população, tendo, também por isso, uma imagem positiva junto da mesma; apresenta um estatuto único em termos de acessibilidade e na relação que estabelece com o público.

A farmácia, numa lógica empresarial, assenta a sua base na venda de produtos (medicamentos e produtos de saúde) que requerem conhecimento técnico e científico para a sua dispensa. Deste modo, fica muito dependente da qualidade do serviço prestado pelos seus colaboradores¹. Para que o farmacêutico possa prestar os cuidados de saúde adequados de forma diferenciada com a devida qualidade e eficácia, a farmácia deve possuir uma estrutura física e organizacional adequadas, conforme a legislação em vigor². A farmácia deve possuir uma zona de atendimento ao público, laboratório, armazém e instalações sanitárias³. A existência de lineares para a exposição de diversos produtos como suplementos alimentares, produtos cosméticos e de higiene corporal (PCHC) e alguns dispositivos médicos contribui

para dinamizar a vertente comercial que a farmácia de oficina também acaba, necessariamente, por ter.

Do ponto de vista organizacional, a farmácia tem vindo a sofrer constantes mudanças ao longo da história, mesmo da história mais recente. De uma farmácia vista como local de dispensa de medicamentos passou para uma farmácia prestadora de serviços. A concorrência entre farmácias e a concorrência com outras empresas do mesmo setor teve um papel fomentador nesta mudança. Inicialmente, a farmácia possuía o monopólio a nível de medicamentos. Todavia, com as oportunidades de negócio emergentes, a farmácia tornou-se num setor aberto a novos mercados, surgindo, assim, as primeiras ameaças. A necessidade de redução de margens de comercialização, de uma gestão mais apertada e a constante abertura de novos canais comerciais são exemplos de ameaças que obrigam a uma constante necessidade de adaptação por parte das farmácias de oficina. Outros fatores sociais como o envelhecimento da população, o aumento de várias doenças crónicas e a nova atitude do utente também contribuíram para alterar a realidade farmacêutica. O utente é hoje mais informado do que era antes. Isto requer um conhecimento científico mais consolidado e esclarecedor na hora de aconselhar este utente. Esta condição pode ser uma mais-valia para as farmácias, na medida em que o farmacêutico é o profissional de excelência para aconselhar no que diz respeito ao medicamento, podendo ser esta uma forma de destacar o seu papel e importância ainda hoje pouco percebidos pela população. Fatores tecnológicos como a automatização de inúmeros processos e o uso da internet também contribuíram para a mudança de paradigma da realidade farmacêutica, obrigando o farmacêutico a estar mais atento ao meio onde está inserida a farmácia de modo a prestar o serviço mais adequado.

3. As novas tecnologias na farmácia comunitária: sua presença em diferentes secções da farmácia

Nos dias de hoje, a existência de tecnologia na farmácia é imprescindível para realizar as mais diversas tarefas inerentes ao trabalho farmacêutico. Desde o *backoffice* à zona de atendimento, a tecnologia está presente em diversas secções da farmácia. O circuito de qualquer produto adquirido pela mesma é informatizado, quer a sua encomenda através do sistema informático, a sua receção, o armazenamento, quer a sua posterior dispensa.

O sistema informático, independentemente que seja o Sifarma 2000®, WinFar® ou outro, é a tecnologia mais imprescindível nos dias de hoje na farmácia comunitária. Todas as tarefas são realizadas por intermédio deste sistema, desde a dispensa de medicação, à consulta

no histórico de determinado cliente, isto é, que produto habitualmente leva ou a rotatividade de determinado produto.

O medicamento é, por excelência, o componente central do mundo farmacêutico. A nova tecnologia existente nos dias de hoje, permitiu desenvolver um código identificador único para os medicamentos, *datamatrix*, que é único e identifica cada embalagem de medicamento^{4,5}. Este código bidimensional único é colocado pelo fabricante na cartongem dos medicamentos e permite a rastreabilidade de uma dada embalagem específica do medicamento, através de leitura ótica. Um exemplo deste código é apresentado na Figura 1, correspondente a uma embalagem do medicamento Indapamida Mylan 2,5 mg contendo 30 comprimidos revestidos.



Figura 1 – Código identificador único de uma embalagem do medicamento Indapamida Mylan 2,5 mg, no formato de 30 comprimidos revestidos.

As receitas manuais são também cada vez mais escassas, substituídas pelas prescrições eletrônicas, com o intuito de diminuir a ocorrência de erros de prescrição e, de certa forma, aumentar a comodidade dos utentes que podem desmaterializar-se da receita em papel.

A robótica nas farmácias apresenta-se como uma solução rápida e eficiente para o armazenamento de medicamentos⁶. A arrumação dos mesmos é efetuada num único local, o *robot*, permitindo uma poupança de tempo e otimização dos recursos. Este sistema de automação permite não só a rápida dispensa dos medicamentos pedidos através do sistema informático presente nos balcões de atendimento como também um controlo das validades

dos medicamentos constantes no mesmo, dispensando sempre os produtos com prazo de validade a findar mais rapidamente.

Um ecrã onde são exibidas campanhas ou apresentações informativas é, também, uma das tecnologias presentes em várias farmácias do país. Encontra-se, muitas vezes, localizado numa montra, com visibilidade para o exterior da farmácia, ou na área de atendimento ao público. Esta tecnologia apresenta-se como uma inovação chamativa, uma vez que podendo alterar a informação constante no mesmo é capaz de captar a atenção dos utentes que acabam por querer ver e/ou ler a novidade ou conhecimento que transmitem.

Por último, é importante referir o Decreto-Lei n.º 307/2007, de 31 de agosto, que veio permitir às farmácias a dispensa de medicamentos, não só nas suas instalações, como também ao domicílio dos utentes ou através da *Internet*⁷. A aquisição pode ser realizada, por exemplo, por telefone ou através do sítio eletrónico da farmácia, quando aplicável. Podem ser incluídos nesta dispensa tanto Medicamentos Não Sujeitos a Receita Médica (MNSRM) como Medicamentos Sujeitos a Receita Médica (MSRM).

4. As tecnologias já existentes na farmácia comunitária e o seu papel

A tecnologia está presente na farmácia comunitária para poupar recursos, tanto materiais como humanos, e simplificar a tomada de decisões ao compactar informação de gestão. Tal como se refere na obra *Gerir uma Farmácia de Sucesso*, independentemente do sistema informático que utilizamos, “A Tecnologia tem de estar lá para nos ajudar!”⁸. Como visto anteriormente, várias são as tecnologias já implementadas na farmácia comunitária. Neste ponto, irei evidenciar o papel de algumas delas.

Na face menos visível da farmácia de oficina, onde todos os processos relativos à gestão da farmácia acontecem, a tecnologia tem também um papel preponderante. Tudo é realizado por intermédio de um sistema informático, desde a realização de encomendas diárias a distribuidores grossistas, a conferência da faturação e a gestão de preços. As referidas tarefas constituem apenas alguns exemplos de processos que a tecnologia presente permite agilizar, rentabilizando o tempo, os recursos humanos e diminuindo a posterior ocorrência de erros.

O *robot* de farmácia constitui uma ferramenta de automação de extrema utilidade na mesma. Permite rentabilizar o espaço de arrumação de medicamentos e otimiza a organização dos mesmos. Para além destas funções, simplifica a receção de encomendas, potencializa a

gestão de prazos de validade e agiliza o atendimento ao balcão, tendo, por isso, um papel não indispensável, mas extremamente vantajoso no dia a dia da farmácia de oficina.

Se as montras, por si só, têm um papel importante ao dar a conhecer produtos ou promoções existentes a decorrer na farmácia, um ecrã em contante mudança consegue captar a atenção do público mais facilmente e transmitir a mesma informação de uma forma mais apelativa. Seja pelas imagens em constante mudança ou pelas várias informações que consegue transmitir ocupando um único espaço e num curto período de tempo, esta tecnologia apresenta-se como uma mais-valia não só ao apresentar informação relativa a determinado tema, como por exemplo sobre a cessação tabágica, como também uma potente estratégia de *marketing*, ao apresentar vários produtos sazonais ou em promoção de uma forma inovadora e chamativa.

A *Internet* pode ser utilizada de várias formas na farmácia comunitária. Um dos usos mais comuns é a criação de um sítio eletrónico para a farmácia, ao qual os utentes possam facilmente aceder e realizar o pedido da sua medicação, com possibilidade de posterior entrega ao domicílio, se aplicável⁹. Esta estratégia tecnológica é sinónimo de inovação e acrescenta um novo valor para os clientes, possibilitando-os a ter a medicação necessária no conforto da sua casa. Não só por uma questão de comodidade, mas também por motivos de dificuldade de deslocação, este tipo de aquisição por via tecnológica assume um papel relevante na farmácia de oficina.

Inúmeros são os benefícios do papel da tecnologia na farmácia comunitária. A agilidade no atendimento, uma melhor gestão do tempo e a prevenção de alguns erros humanos, estão entre os principais benefícios conseguidos através dos avanços tecnológicos referidos. A agilidade no atendimento tanto é conseguida pela rápida e eficiente dispensa realizada através do sistema informático ao balcão como na rápida e intuitiva aquisição de medicação através do sítio eletrónico da farmácia e a sua posterior entrega ao domicílio. Com uma melhor gestão do tempo, entenda-se uma melhor gestão de recursos, uma vez que tudo é realizado através de uma mesma ferramenta informática. A integração de todos os processos realizados na farmácia num só programa permite agilizar as tarefas e realizá-las de forma eficiente e prática em menos tempo. Por fim, a prevenção de erros humanos é outra vantagem da tecnologia aplicada à farmácia, dado que possibilita a oportunidade de identificar erros mais facilmente, permitindo a sua correção e evitando a nova ocorrência dos mesmos.

5. As novas tecnologias e o seu papel diferenciador entre farmácias

A farmácia comunitária, ainda que tenha como principal foco promoção de saúde pública e de bem-estar das pessoas, não pode descuidar o seu lado empresarial que é importante para a sua sustentação.

A parte contabilística, a farmácia vista em números, tem um impacto grande na forma como é feita a sua gestão e a sua organização. Uma vez que impactam as decisões diárias sobre o negócio, é de extrema importância que estes dados sejam adquiridos, não importando de que forma a análise é feita, quer seja informatizada ou manualmente. Ao olhar apenas para as vendas no final do mês, já não há oportunidade de influenciar os números, esse mês já findou e não há a possibilidade de alterar os seus resultados. Aqui, a tecnologia tem também um papel diferenciador, na medida em que o sistema informático auxilia na gestão de vendas e permite inferir, por exemplo, acerca do estado financeiro em determinado momento do mês, permitindo, com esses dados, alterar ou aperfeiçoar a estratégia da farmácia, de forma a cumprir os objetivos pretendidos⁸.

Citando o artigo *Estratégias competitivas nos sítios eletrónicos das farmácias de oficina com dispensa ao domicílio*, “A tecnologia da *Internet*, por si só, raramente constitui uma vantagem competitiva, mas a estratégia tem a capacidade de transformar a ligação à *Internet* em vantagens competitivas”⁹. Uma determinada farmácia ao implementar uma estratégia tecnológica que crie valor e que não seja executada simultaneamente por outra farmácia concorrente, a farmácia consegue transformar o recurso tecnológico numa vantagem competitiva⁹. A título de exemplo pode ter-se a criação de um sítio eletrónico com posterior entrega ao domicílio dos utentes ou a realização de teleconsultas farmacêuticas. Para além do aumento da qualidade de vida e da redução de custos com a mesma eficácia, é possível, desta forma, alargar o atendimento a uma população mais vasta e, consecutivamente, aumentar a visibilidade da amplitude e valor da prática farmacêutica¹⁰.

A farmácia de oficina contempla uma grande variedade de produtos, não só medicamentos, mas também cosméticos e outros produtos de bem-estar e saúde. Todavia, os produtos são os mesmos entre farmácias, criando-se a referida necessidade de diferenciação entre as mesmas. Daí surge a importância da prestação de serviços, desde a qualidade do serviço prestado aquando da dispensa de medicação ao utente até aos serviços adicionais disponíveis nas farmácias, como medição de parâmetros fisiológicos e bioquímicos, consultas de nutrição e realização de testes rápidos à COVID-19, por exemplo. A facilidade da farmácia para entrega ao domicílio do utente também representa uma vantagem neste sentido, uma vez

que o utente, na comodidade do seu lar, sabe que caso não se possa deslocar à farmácia num determinado momento, basta ligar para receber a sua medicação em casa, com igual eficácia e segurança como se na própria farmácia fosse. Todos estes aspetos são decisivos para a fidelização do cliente e para que ele escolha determinada farmácia em detrimento de outras.

6. As novas tecnologias como estratégia de *marketing*

Devido às novas tecnologias digitais, a publicidade e a forma de comunicar mudaram de forma drástica na última década. O meio digital apresenta-se como uma alternativa igualmente eficaz aos meios de *marketing* usados tradicionalmente, a custos bastante inferiores¹¹. Não esquecendo a ética inerente à profissão farmacêutica, é necessário encontrar o equilíbrio entre a vertente comercial e os cuidados de saúde.

O *marketing* pode ser definido como a arte de satisfazer as necessidades de um determinado público gerando lucro¹². A estratégia de *marketing* a adotar por uma farmácia deve ser original, por forma a promover a diferenciação perante as restantes. Os utentes são cada vez mais bem informados e exigentes, desejando um atendimento tão eficiente quanto rápido. É necessário fornecer valor aos clientes com determinadas características de produtos ou serviços e comunicar o referido de forma clara e precisa. A publicidade e a promoção de vendas são os meios mais utilizados para o realizar⁹. A tecnologia auxilia bastante este ponto, permitindo que abranja um público mais amplo de forma apelativa e atual. Apesar de não haver abundância na literatura sobre o impacto do *marketing* nas redes sociais na área da saúde, cada vez mais profissionais desta área estão a dar-lhes uso¹¹.

O *merchandising* é uma técnica do *marketing* dinâmica que serve de suporte à apresentação de informação sobre os produtos disponíveis, assumindo um papel com especial importância tendo em conta o panorama atual¹³. Uma das finalidades do *merchandising* é aumentar a rentabilidade. Isto é conseguido através do aumento da rotatividade dos produtos, pelo que a organização do espaço onde os mesmos estão dispostos assume um papel relevante. Nesta organização é necessário ter em conta a estratégia da oferta aos utentes e a exposição dos produtos na sala de atendimento. Para se ter uma oferta adequada é decisivo conhecer o utente para adequar a oferta às suas necessidades.

O sortido é a variedade de artigos postos à disposição do público, diferindo entre farmácias. O sortido é personalizado tendo em conta a localização da farmácia e o seu público-alvo. A sua escolha certa é decisiva para garantir a satisfação dos utentes e, desta forma, marcar a diferença de uma farmácia para outra. Contudo, a escolha adequada é necessária, mas não

suficiente para captar o interesse e a atenção dos clientes. É neste ponto que as novas tecnologias são importantes, de modo a fornecer informação e dar visibilidade aos produtos. Um ecrã para exibir produtos e apresentar informações sobre os mesmos ou transmitir informações relevantes para a saúde dos utentes (como a cessação tabágica ou os serviços disponíveis na farmácia), constitui um exemplo de como a tecnologia pode auxiliar neste ponto. Podem ser expostos na sala de atendimento ao público ou nas montras exteriores, de modo a dar uma maior visibilidade da informação e/ou publicidade constante, mesmo sem necessitarem de entrar na farmácia, criando, por vezes, necessidades que os clientes não sabiam ter.

A *Internet* é, provavelmente, o meio tecnológico mais acessível e utilizado nos dias que correm. Por este facto, torna-se uma estratégia convidativa para o *marketing* das empresas. Esta estratégia de negócio eletrónico pode ser integrada no negócio convencional, isto é, a farmácia não fecha o seu espaço físico por criar um digital, é um acrescento. As farmácias enquanto empresas têm tido uma aceitação mais demorada do uso das redes sociais comparativamente com outros setores¹¹. Um dos motivos talvez seja o medo que sentem de ser vistos, ainda mais, como comerciantes e não como profissionais de saúde que são. Ainda assim, o *Facebook* e o *Instagram* parecem-nos das redes sociais mais usadas pelo *marketing* na área da saúde.

O *Facebook* e o *Instagram* permitem às farmácias de oficina desenvolver a sua marca, promover os seus produtos e serviços, enquanto se interligam com os utentes e auxiliam a melhorar a saúde pública, disseminando conhecimentos relevantes. Através destas plataformas é também possível alcançar novos clientes e aumentar o “passa a palavra” entre o público. Entre as principais recomendações para o *marketing* no *Facebook* estão a utilização de fotos, textos curtos e com humor, o uso da humanização juntamente com a emoção e a partilha de casos de sucesso. Vídeos curtos e criativos são também uma forma envolvente e interativa de captar a atenção dos seguidores. As farmácias podem usar estes vídeos, por exemplo, para dar destaque a um produto por mês, de venda livre, no qual se desejam focar. Outro uso possível é, dando asas ao conhecimento farmacêutico, responder a dúvidas de seguidores relativas a um determinado tema, nomeadamente suplementes alimentares¹¹. Estas redes sociais fornecem ainda a oportunidade de impulsionar as publicações através de publicidade paga, permitindo à farmácia escolher precisamente o público que quer atingir com determinada publicação, a partir da escolha do intervalo de idades, do sexo e dos interesses demonstrados em publicações semelhantes. Por de uma tecnologia se tratar, tudo isto é realizado de uma forma rápida e a um custo bastante inferior, comparativamente às tradicionais formas de publicidade.

Os sítios eletrónicos das farmácias permitem a compra de produtos de venda livre mesmo por pessoas não residentes na imediação da farmácia, permitindo alargar o espectro de clientes. Por outro lado, permite também aos utentes residentes na periferia da farmácia o pedido de Medicamentos Sujeitos a Receita Médica (MSRM) com posterior entrega ao domicílio. Esta estratégia de marketing, para além de alargar a carteira de clientes da farmácia e, por conseguinte, aumentar a rentabilidade da mesma, permite também fidelizar os até então utentes da farmácia e ir, cada vez mais, de encontro às suas necessidades, permitindo que recebam no conforto do seu domicílio a sua medicação. Caso este serviço não esteja disponível nas farmácias concorrentes, cria-se, então, uma vantagem competitiva.

7. As novas tecnologias emergentes

Além das tecnologias digitais citadas até então e outras, como por exemplo a prescrição eletrónica, diversas novas tecnologias estão a emergir. Intervenções como a telefarmácia (que abordarei mais adiante), aplicações para smartphones e serviço de mensagens escritas e/ou de voz são algumas das tecnologias que começam a surgir em alguns países e que têm demonstrado bons resultados^{14,15}. Estas ferramentas podem ser utilizadas, entre outras coisas, para otimizar a adesão à terapêutica por parte dos utentes, esclarecer dúvidas sobre a medicação que surjam posteriormente à ida à farmácia e melhorar os comportamentos relacionados com a saúde¹⁶. Lembretes nos smartphones ou alarmes sincronizados com a internet para lembrar de tomar a medicação tendem a melhorar a adesão dos pacientes à terapêutica, resultando em menos complicações clínicas e menos cuidados médicos a médio-longo prazo¹⁴.

7.1. Impacto da COVID-19

No final do ano de 2019, um novo vírus, SARS-CoV-2, foi detetado pela primeira vez na China, causando rapidamente um surto mundial¹⁷. Por de um assunto de saúde pública se tratar, os farmacêuticos desempenharam também um papel significativo no combate à pandemia, embora pouco reconhecido¹⁸. Pela sua proximidade aos utentes, possuem um papel privilegiado no que toca ao esclarecimento de informação sobre medidas preventivas, como os cuidados de higiene a adotar, e o demais apoio ao utente nas suas afeções não relacionadas com o novo coronavírus. Com o aconselhamento a permanecer em casa, os serviços de saúde online foram os mais procurados^{19,20}. As farmácias de oficina viram-se obrigadas a adaptar o

seu trabalho para maximizar os efeitos na saúde da população reduzindo o risco de contágio^{21,22}.

Quando o mundo se deparou com um desequilíbrio entre o número de profissionais de saúde e o número de pessoas infectadas, a participação do farmacêutico comunitário foi algo de vários debates. A autorização de que o farmacêutico possa auxiliar na realização de testes e na imunização da população, abrirá caminho para o potencial do farmacêutico comunitário e para o seu reconhecimento²³. Neste sentido, a telefarmácia também auxilia a expandir o papel do farmacêutico, uma vez que não só permite consciencializar a população acerca da COVID-19 e dos seus sintomas, como também atuar ao nível da adesão à medicação, aconselhar sobre o uso dos medicamentos, promover o uso racional dos mesmos e evitar duplicação da terapêutica, principalmente nesta época em que se passa muito tempo em casa^{19,24,25}.

A pandemia da COVID-19 teve impacto tanto na logística da farmácia comunitária como nos serviços realizados e no aconselhamento aos utentes. Com a adoção de medidas de higiene adicionais e a colocação de vinis para promover o distanciamento físico e diminuir o encontro com os pacientes na farmácia, o aconselhamento aos mesmos ficou dificultado, afetando negativamente a interação farmacêutico-utente^{24,26}.

Muitos pacientes que ficaram em quarentena viram a sua medicação crónica terminar e sem poderem sair de casa. Aqui, o serviço inovador de dispensa ao domicílio que algumas farmácias já ofereciam foi uma mais-valia. As farmácias que até então não possuíam este serviço, muitas delas reinventaram-se, devido às condições pandémicas, e passaram a incluí-lo na sua atividade diária¹⁹.

Uma vez que a pandemia da COVID-19 limitou bastante a comunicação e deslocações, a farmácia comunitária teve de se adaptar e usar as novas tecnologias para contornar esta limitação. A telefarmácia, que será abordada de seguida, constitui um exemplo disso mesmo²⁴.

7.2. Telefarmácia

A telefarmácia visa a descentralização dos cuidados de saúde primários, permitindo que todos os utentes tenham acesso à medicação, incluindo a entrega dos medicamentos respeitando as condições de qualidade e segurança, e a um acompanhamento personalizado, através de chamadas telefónicas ou de videoconferência, de forma a esclarecer qualquer dúvida que surja relativa à medicação ou para o aconselhamento farmacêutico sobre outra afeção.

As consultas de telefarmácia podem realizar-se através de chamadas telefônicas ou de videochamadas. As videochamadas idealmente seriam realizadas numa plataforma própria e que garantisse a privacidade dos utentes, mas numa fase inicial da implementação da mesma ou por maior familiaridade dos pacientes com alguma plataforma, poder-se-iam realizar através de plataformas como o *Skype*, *Zoom* ou *FaceTime*. Os utentes devem estar cientes da limitação a nível de privacidade e deve ser fornecido um número de contacto para o caso de a conexão falhar. Os pacientes devem ser encorajados a ter toda a medicação que tomam perto de si e posteriormente à teleconsulta o farmacêutico deve documentar a consulta, devendo existir para tal um formato padrão²⁷.

Este novo paradigma da profissão farmacêutica permite uma expansão dos serviços de forma eficiente, permitindo um atendimento ideal ao utente, com seguimento do mesmo após a dispensa. Outros objetivos da telefarmácia são permitir a dispensa de medicamentos de forma rápida e eficiente, otimizar os resultados dos utentes com a mesma e reduzir a ocorrência de efeitos adversos²⁸. O acompanhamento clínico e a dispensa informada da medicação têm revelado um elevado índice de satisfação por parte dos pacientes²². Este serviço apresenta-se bastante útil em meios rurais onde a dificuldade para se deslocarem à farmácia é mais sentida, devido à distância às mesmas e/ou falta de transportes, superando, desta forma, os limites geográficos²⁸.

A teleconsulta farmacêutica, com envio de uma mensagem escrita como aviso prévio, abrange serviços como avaliar a adesão à terapêutica, auxílio e seguimento de medições de parâmetros fisiológicos, deteção precoce de interações medicamentosas e esclarecimento de dúvidas relacionadas com a saúde ou com a medicação que apenas surjam na pós dispensa^{22,29}. Um estudo conduzido com pacientes com depressão ou diabetes *mellitus* relevou que após o seguimento dos mesmos por farmacêuticos através de teleconsultas, verificou-se uma significativa melhoria na adesão à medicação em ambos os grupos e os pacientes com diabetes sofreram menos hospitalizações nesse período³⁰. Esta nova tecnologia muda a maneira pela qual a informação é transmitida e os serviços são prestados, resultando em cuidados de saúde focados e personalizados para cada utente. Como exemplos de como a telefarmácia melhora a prestação a nível de cuidados de saúde constam a flexibilidade de horários para a realização das chamadas e/ou videochamadas e a consequente redução do tempo de espera se as mesmas se realizassem presencialmente¹⁴.

A automedicação é um hábito perigoso, mas bastante comum na sociedade atual. A telefarmácia pode também auxiliar neste ramo. Tendo a telefarmácia e as teleconsultas em prática, através da comunicação clara e num ambiente mais familiar entre o paciente e o farmacêutico é possível desmitificar este ato comum³⁰. Com o passar do tempo e a criação de

alguma confiança entre profissional de saúde-utente, pela facilidade de contacto deste serviço o utente sentir-se-á à vontade para questionar acerca de qualquer dúvida sobre qualquer afeção menor que o preocupe, evitando, desta forma, a automedicação.

Inúmeros são os benefícios que a telefarmácia oferece. Desde a prestação de serviços para locais remotos com elevada qualidade à possibilidade de seguimento após dispensa da medicação, são algumas vantagens que esta tecnologia oferece. O acompanhamento clínico e a possibilidade de aumento de adesão à terapêutica, constituem também benefícios com que este serviço brinda. Contudo, também possui algumas desvantagens. Entre elas é possível salientar os custos inerentes, pacientes com dificuldades sensoriais, tais como a visão e a audição, e a pouca familiaridade de alguns utentes mais idosos com comunicações relacionadas com o computador e outras tecnologias. Relativamente aos custos há que destacar principalmente os custos com as plataformas para as videochamadas, das chamadas telefónicas e os honorários farmacêuticos³¹.

Tabela I – Quadro-resumo das principais vantagens e desvantagens da telefarmácia.

Vantagens	Desvantagens
Prestação de serviços para áreas remotas	Custo do serviço
Acompanhamento clínico	Dificuldades sensoriais de utentes
Seguimento após dispensa	Falta de familiaridade com a tecnologia
Aumenta adesão à terapêutica	Falta de privacidade

8. Os farmacêuticos, os utentes e as novas tecnologias

A *Internet* e as novas tecnologias que dela advêm tem permitido o aparecimento de novas soluções de saúde que visam não só melhorar a comunicação entre os pacientes e os profissionais de saúde como melhorar a qualidade de vida dos primeiros¹⁴. Nesse sentido, para melhor compreender a perceção e impacto das novas tecnologias nos farmacêuticos e nos utentes, foi realizada uma pequena entrevista. Distinta para os farmacêuticos e para os utentes (Anexo 1 e Anexo 2, respetivamente), a entrevista não pretende ser um inquérito, mas uma pequena auscultação na farmácia onde realizei o Estágio Curricular, Farmácia Teixeira, em Vouzela. As respostas às entrevistas aos farmacêuticos e aos utentes encontram-se, respetivamente, no Anexo 3 e Anexo 4.

Ainda que com uma pequena amostra, as três farmacêuticas da Farmácia Teixeira partilhavam todas da mesma opinião sobre as perguntas da entrevista, tendo, por isso, respondido em conjunto numa só entrevista. As farmacêuticas consideram a telefarmácia uma ferramenta útil e sentem-se aptas para executar as funções inerentes à mesma. Contudo, apontam alguma dificuldade de implantação da mesma aos utentes, sobretudo aos mais idosos. A nível de remuneração, consideraram que, inicialmente, teria de ser um valor simbólico até pela novidade que o serviço representa e para não dificultar ainda mais a sua implementação. Por último, reiteraram que consideram a telefarmácia útil não só em tempos de pandemia e confinamento, mas também na época posterior, com regresso à normalidade. Em síntese, encontra-se na Tabela 2 um quadro resumo com as respostas dadas a cada questão na referida entrevista às farmacêuticas.

A partir das respostas obtidas é possível inferir que, ainda que considerem a implementação da telefarmácia difícil devido à população maioritariamente idosa, ressaltaram também que se sentem preparadas para executar as funções inerentes à mesma e que consideram a telefarmácia um avanço tecnológico bastante útil para promover a saúde de todos, mesmo dos pacientes residentes em localidades distantes de farmácias.

Tabela 2 – Quadro-resumo da maioria das respostas da entrevista às farmacêuticas.

Pergunta 1. - Considera a telefarmácia uma mais-valia?

Pergunta 2. - Considera-se apta/o para realizar tal função ou necessitaria de formação/treino adicional, nomeadamente a nível de competências digitais?

Pergunta 3. - Na sua opinião, seria fácil de implementar aos utentes?

Pergunta 4. - Qual a remuneração que considera justa para tal serviço?

Pergunta 5. - Em tempos de pandemia será uma ferramenta útil para a farmácia, farmacêuticos e utentes?

	Pergunta 1.	Pergunta 2.	Pergunta 3.	Pergunta 4.	Pergunta 5.
Farmacêuticos	Sim	Sim	Alguma dificuldade	Valor simbólico	Sim

Relativamente à entrevista realizada a alguns dos utentes da Farmácia Teixeira, foi realizada a 8 utentes: 5 mulheres, com idades compreendidas entre os 20 e os 60 anos, e 3 homens, com idades compreendidas entre os 25 a 40 anos. Tentou-se abranger a maior faixa etária possível, de forma aos resultados não ficarem condicionados a uma pequena faixa. Os resultados obtidos revelaram que a maioria dos utentes desconhecia o conceito de telefarmácia. Quando questionados sobre a utilidade da telefarmácia e se aderiam a esse

serviço caso estivesse disponível na farmácia em questão, a maioria dos utentes respondeu positivamente a ambas as perguntas. De ressaltar que apenas responderam à pergunta se consideram útil a telefarmácia os clientes que responderam afirmativamente à pergunta se sabiam o que era a telefarmácia, pelo que apenas uma minoria respondeu. A generalidade dos utentes referiu que adeririam à telefarmácia também em período pós-pandémico, por questões relacionadas com a comodidade, salvaguardando que a qualidade do serviço não poderia ficar afetada por de um serviço remoto se tratar. Grande parte dos utentes considerou que o serviço deveria ser pago, contudo, as respostas não foram uniformes quanto ao valor que estariam dispostos a pagar pelo mesmo, talvez por de um serviço inovador se tratar. De seguida, segue o quadro resumo da maioria das respostas obtidas na entrevista aos utentes, constante na Tabela 3.

Tabela 3 – Quadro-resumo da maioria das respostas da entrevista aos utentes.

Pergunta 1. - Sabia o que era a telefarmácia?

Pergunta 1.1. - Se sim, considera útil?

Pergunta 2. - Caso esse serviço estivesse disponível nesta farmácia, aderiria?

Pergunta 2.1. - Se sim, aderiria apenas em tempo de pandemia para evitar o contacto ou ponderava também utilizar em tempos pós pandemia? (por uma questão, por exemplo, de comodidade).

Pergunta 3. - Acha que o serviço deveria ser pago?

Pergunta 3.1. - Se sim, que valor estaria disposta/o a pagar por esse serviço?

	Pergunta 1.	Pergunta 1.1.	Pergunta 2.	Pergunta 2.1.	Pergunta 3.	Pergunta 3.1.
Utentes	Desconhecia	Sim	Sim	Período pós-pandemia também	Sim	Valor simbólico

Desta forma, é possível depreender que os farmacêuticos se sentem habilitados para realizar aconselhamento por chamada telefónica ou videochamada e os restantes serviços inerentes à telefarmácia. Já os utentes, apesar de inicialmente desconhecerem a existência deste serviço, mostraram-se bastante recetivos à implementação desta nova tecnologia.

9. Desafios para a entrada destas novas tecnologias

Vários são os desafios que a farmácia comunitária enfrenta na implementação das novas tecnologias. O custo relativo ao investimento inicial e à manutenção, bem como questões relacionadas com a confidencialidade dos utentes são alguns dos fatores a ter em conta²⁸. O software necessário para colocar em prática a telefarmácia e as despesas ao nível da comunicação são alguns dos custos com a tecnologia que têm de ser levados em conta para averiguar a viabilidade da implementação deste serviço. Embora vários destes custos sejam apenas iniciais, existem ainda custos contínuos associados a atualizações, segurança e manutenção. Os honorários ao farmacêutico comunitário constituem um exemplo de custo contínuo¹⁴. A disponibilidade dos farmacêuticos comunitários para realizarem estas funções também se apresenta como um desafio, uma vez que as suas funções ao nível do espaço físico da farmácia ficariam mais reduzidas, podendo haver a necessidade de contratação de um profissional para este efeito²². A disponibilidade financeira dos utentes para usufruir deste serviço também é um desafio a ter em consideração, de forma a entender se existe retorno financeiro do investimento realizado²⁰. Mais estudos têm de ser realizados para averiguar a real adesão dos utentes a este serviço e quanto estariam dispostos a pagar pelo mesmo³².

É necessário ter em conta a adaptação dos utentes a estas novas tecnologias, nomeadamente os pacientes menos instruídos e mais idosos¹⁴. É relevante também pensar que os atuais jovens e adultos bem familiarizados com a internet e as novas tecnologias serão os idosos do futuro, pelo que a telefarmácia e o pedido de medicação por via eletrónica assumirão, no futuro, um papel ainda mais marcante⁹.

A detalhada legislação do setor farmacêutico condiciona, de certa forma, as estratégias passíveis de serem adotadas pelas farmácias de oficina, nomeadamente na publicidade limitativa e na privacidade dos utentes^{7,9}. Neste sentido, estudos têm de ser conduzidos em Portugal de modo a averiguar todos estes fatores e a superar os desafios, para se implementar as novas tecnologias na farmácia de oficina de forma custo-efetiva.

10. Conclusão

Apesar da farmácia comunitária contemplar já várias tecnologias no seu dia a dia, a mudança de paradigma de que a COVID-19 foi catalisadora levou ao rápido surgimento de novas soluções tecnológicas para fazer face ao distanciamento imposto, sem comprometer a qualidade e eficiência no atendimento. O uso destas novas ferramentas tecnológicas ajuda a lidar com estas mudanças, fornecendo cuidados de saúde cada vez mais personalizados e focados no utente.

A *Internet*, por si só, já representa uma vantagem competitiva ao proporcionar novas oportunidades. Contudo, é importante não esquecer a ética inerente a toda a área da saúde, onde o exercício da profissão farmacêutica se inclui. Neste sentido, é importante encontrar o equilíbrio entre a vertente comercial da farmácia de oficina e a melhoria dos cuidados de saúde da população.

II. Referências Bibliográficas

1. AGUIAR, António Hipólito – **Boas práticas de gestão na farmácia. Guia de acção para tempos modernos.** Lisboa, Hollyfar, 2012.
2. ORDEM DOS FARMACÊUTICOS. – **Norma geral sobre as infraestruturas e equipamentos.** [Consultado a 30 de abril de 2021]. Disponível em: https://www.ordemfarmaceuticos.pt/fotos/qualidade/norma_geral_sobre_as_infraestruturas_e_equipamentos_20240917255ab147e12498f.pdf
3. Decreto-Lei n.º 75/2016, de 8 de novembro. Diário da República n.º 214/2016 - Série I.
4. Regulamento Delegado (UE) n.º 2016/161 da comissão, de 2 de outubro.
5. Decreto-Lei n.º 26/2018, de 24 de abril. Diário da República n.º 80/2018 – Série I.
6. GLINTT. – **Robótica.** [Consultado a 4 de março de 2021]. Disponível em: <https://www.glintt.com/pt/o-que-fazemos/mercados/Pharma/AutomacaoeLogistica/Paginas/Robótica.aspx>
7. Decreto-Lei n.º 307/2007, de 31 de agosto. Diário da República n.º 168/2007 – Série I.
8. VIEIRA, M.; CONDE, A. – **Gerir uma Farmácia de Sucesso.** 1ª Ed. Ideias & Desafios, 2012.
9. SANTOS, Ana; BERNARDO, Maria – Estratégias competitivas nos sítios electrónicos das farmácias de oficina com dispensa ao domicílio. *Cisti* (2012) 243–246.
10. FARID, Samar F. – Conceptual Framework of the Impact of Health Technology on Healthcare System. 2019). doi: 10.3389/fphar.2019.00933.
11. WESTER, Bryson; CAIN, Jeff – Why and how community pharmacies should better use Facebook. *Journal of the American Pharmacists Association.* 59:2 (2019) 30–34. doi: 10.1016/j.japh.2018.12.007.
12. ROCKCONTENT – **Tudo sobre Marketing** [Consultado a 7 de março de 2021]. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-marketing/>
13. ROCKCONTENT – **Merchandising** [Consultado a 7 de março de 2021]. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/merchandising/>
14. FARID, Samar F. – Conceptual Framework of the Impact of Health Technology on Healthcare System. 2019). doi: 10.3389/fphar.2019.00933.
15. JIANG, Xinchuan; MING, Wai-Kit; YOU, Joyce H. S. – The Cost-Effectiveness of Digital Health Interventions on the Management of Cardiovascular Diseases: Systematic Review. **JOURNAL OF MEDICAL INTERNET RESEARCH.** 21:6 (2019) 1–11. doi: 10.2196/13166.
16. PHARMD, Brent I. Fox – Technology in pharmacy practice and patient care : Meeting

- needs and addressing opportunities. **Journal of the American Pharmacists Association**. . ISSN 1544-3191. 59:2 (2019) S5–S6. doi: 10.1016/j.japh.2019.02.002.
17. VISACRI, Marília; FIGUEIREDO, Isabel; LIMA, Tácio – Role of pharmacist during the COVID-19 pandemic: A scoping review. January (2020).
 18. ELBEDDINI, Ali *et al.* – Pharmacists and COVID-19. **Journal of Pharmaceutical Policy and Practice**. 3:2020) 1–4.
 19. LI, Huibo *et al.* – Fighting against COVID-19: Innovative strategies for clinical pharmacists. **Research in Social and Administrative Pharmacy**. . ISSN 1551-7411. 17:1 (2021) 1813–1818. doi: 10.1016/j.sapharm.2020.04.003.
 20. KILLEEN, Rosemary M.; GRINDROD, Kelly; ONG, Stephanie W. – Innovations in practice: Telepharmacy ’ s time has arrived. 153:5 (2020) 5–8. doi: 10.1177/1715163520945732.
 21. NADEEM, Muhammad Faisal; SAMANTA, Soumya; MUSTAFA, Fatima – Is the paradigm of community pharmacy practice expected to shift due to COVID-19? **Research in Social and Administrative Pharmacy**. . ISSN 1551-7411. 17:1 (2021) 2046–2048. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.05.021>.
 22. MARGUSINO-FRAMIÑÁN, Luis *et al.* – Pharmaceutical care to hospital outpatients during the COVID-19 pandemic. Telepharmacy. **Farmacia Hospitalaria**. 44:1 (2020) 61–65. doi: 10.7399/fh.11498.
 23. KILLEEN, Rosemary M.; GRINDROD, Kelly; ONG, Stephanie W. – Innovations in practice: Telepharmacy ’ s time has arrived. 153:5 (2020) 5–8. doi: 10.1177/1715163520945732.
 24. KOSTER, Ellen S.; PHILBERT, Daphne; BOUVY, Marcel L. – Impact of the COVID-19 epidemic on the provision of pharmaceutical care in community pharmacies. **Research in Social and Administrative Pharmacy**. . ISSN 1551-7411. 17:1 (2021) 2002–2004. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.07.001>.
 25. IBRAHIM, Osama Mohamed *et al.* – Evaluation of Telepharmacy Services in Light of COVID-19. **TELEMEDICINE and e-HEALTH**. 2020) 1–8. doi: 10.1089/tmj.2020.0283.
 26. SIRIWARDHANA, Yushan *et al.* – The role of 5G for digital healthcare against COVID-19 pandemic: Opportunities and challenges. January (2020).
 27. KILLEEN, Rosemary M.; GRINDROD, Kelly; ONG, Stephanie W. – Innovations in practice: Telepharmacy ’ s time has arrived. 153:5 (2020) 5–8. doi: 10.1177/1715163520945732.
 28. KANE-GILL, Sandra L.; RINCON, Fred – Expansion of Telemedicine Services. **Critical**

- Care Clinics**. . ISSN 0749-0704. 35:3 (2019) 519–533. doi: 10.1016/j.ccc.2019.02.007.
29. IBRAHIM, Osama Mohamed *et al.* – Evaluation of Telepharmacy Services in Light of COVID-19. **TELEMEDICINE and e-HEALTH**. 2020) 1–8. doi: 10.1089/tmj.2020.0283.
30. COHEN, Lisa B. *et al.* – Pharmacist-led telehealth disease management for patients with diabetes and depression. **Journal of Telemedicine and Telecare**. 26:5 (2019) 294–302. doi: 10.1177/1357633X18822575.
31. WERTHEIMER, Albert – A tele-pharmacy update. **International Journal of Pharmacy Practice**. 2019) 221–222. doi: 10.1111/ijpp.12523.
32. MORENO, Santiago; GIOIA, Francesca – Telepharmacy. Ready for its global implementation? **Farmacia Hospitalaria**. 44:2020) 125–126. doi: 10.7399/fh.11536.

12. Anexos

Anexo I – Entrevista aos farmacêuticos.

Entrevista aos farmacêuticos

A telefarmácia visa a descentralização dos cuidados de saúde primários, permitindo que todos os utentes tenham acesso à medicação, incluindo a entrega dos medicamentos respeitando as condições de qualidade e segurança, e a um acompanhamento personalizado através de chamadas telefónicas ou de videoconferência, de forma a esclarecer qualquer dúvida que surja relativa à medicação ou para ter aconselhamento farmacêutico sobre outra afeção.

1. Considera a telefarmácia uma mais-valia? _____

2. Considera-se apta/o para realizar tal função ou necessitaria de formação/treino adicional, nomeadamente a nível de competências digitais? _____

3. Na sua opinião, seria fácil de implementar aos utentes? _____

4. Qual a remuneração que considera justa para tal serviço? _____

5. Em tempos de pandemia será uma ferramenta útil para a farmácia, farmacêuticos e utentes?

Obrigada pela colaboração!

Anexo 2 – Entrevista aos utentes.

Entrevista aos utentes

A telefarmácia visa a descentralização dos cuidados de saúde primários, permitindo que todos os utentes tenham acesso à medicação, incluindo a entrega dos medicamentos respeitando as condições de qualidade e segurança, e a um acompanhamento personalizado através de chamadas telefónicas ou de videoconferência, de forma a esclarecer qualquer dúvida que surja relativa à medicação ou para ter aconselhamento farmacêutico sobre outra afeção.

1. Sabia o que era a telefarmácia? _____

1.1. Se sim, considera útil? _____

2. Caso esse serviço estivesse disponível nesta farmácia, aderiria? _____

2.1. Se sim, aderiria apenas em tempo de pandemia para evitar o contacto ou ponderava também utilizar em tempos pós pandemia? (por uma questão, por exemplo, de comodidade).

3. Acha que o serviço deveria ser pago? _____

3.1. Se sim, que valor estaria disposta/o a pagar por esse serviço? _____

Obrigada pela colaboração!

Anexo 3 – Respostas das entrevistas aos farmacêuticos.

Entrevista aos farmacêuticos

A telefarmácia visa a descentralização dos cuidados de saúde primários, permitindo que todos os utentes tenham acesso à medicação, incluindo a entrega dos medicamentos respeitando as condições de qualidade e segurança, e a um acompanhamento personalizado através de chamadas telefónicas ou de videoconferência, de forma a esclarecer qualquer dúvida que surja relativa à medicação ou para ter aconselhamento farmacêutico sobre outra afeção.

1. Considera a telefarmácia uma mais-valia? **Sim, considero que a telefarmácia é uma grande mais-valia para o utente, já que lhe permite continuar a ter acompanhamento relativamente à sua medicação habitual, bem como em relação a possíveis novas afeções que surjam, colocando a sua segurança em primeiro lugar.**

2. Considera-se apta/o para realizar tal função ou necessitaria de formação/treino adicional, nomeadamente a nível de competências digitais? **Sinto-me preparada para tal.**

3. Na sua opinião, seria fácil de implementar aos utentes? **Penso que seria mais fácil em utentes mais jovens quando considerada a utilização de redes sociais para o efeito, nomeadamente através de videochamada. No entanto, o aconselhamento farmacêutico via telefone/telemóvel já acontece no dia-a-dia e tem a vantagem de abranger, também, utentes mais idosos.**

4. Qual a remuneração que considera justa para tal serviço? **Na minha opinião, a atribuição de remuneração para um serviço desse género seria difícil de implementar no nosso país. No entanto, pelo tempo dedicado e pela importância e utilidade deste tipo de serviço farmacêutico, considero que seria justo que houvesse uma remuneração simbólica de, por exemplo, 2€.**

5. Em tempos de pandemia será uma ferramenta útil para a farmácia, farmacêuticos e utentes? **Sem dúvida que um contexto de pandemia é o melhor dos exemplos em que a telefarmácia se torna importante, tanto para o utente que vê as suas necessidades satisfeitas preservando a sua segurança, como para a farmácia e os farmacêuticos, que têm a oportunidade de exercer uma das suas principais funções, que é o apoio aos utentes e o seguimento da sua terapêutica.**

Obrigada pela colaboração!

Anexo 4 – Entrevistas aos utentes.

Entrevista aos utentes

A telefarmácia visa a descentralização dos cuidados de saúde primários, permitindo que todos os utentes tenham acesso à medicação, incluindo a entrega dos medicamentos respeitando as condições de qualidade e segurança, e a um acompanhamento personalizado através de chamadas telefónicas ou de videoconferência, de forma a esclarecer qualquer dúvida que surja relativa à medicação ou para ter aconselhamento farmacêutico sobre outra afeção.

1. Sabia o que era a telefarmácia? **Não.**

1.1. Se sim, considera útil? **Apesar de não saber o que era a telefarmácia admito que em certos casos possa ser útil.**

2. Caso esse serviço estivesse disponível nesta farmácia, aderiria? **Na minha opinião, não considero que seja um serviço indispensável e importante para o meu dia a dia dada as poucas vezes que vou à farmácia.**

2.1. Se sim, aderiria apenas em tempo de pandemia para evitar o contacto ou ponderava também utilizar em tempos pós pandemia? (por uma questão, por exemplo, de comodidade). **Acho que para certos utentes como por exemplos utentes com dificuldade em deslocarem-se é proveitoso em qualquer das situações.**

3. Acha que o serviço deveria ser pago? **Depende se fosse durante o horário de serviço ou 24H por dia.**

3.1. Se sim, que valor estaria disposta/o a pagar por esse serviço?
O valor de uma consulta normal.

Obrigada pela colaboração!

Entrevista aos utentes

A telefarmácia visa a descentralização dos cuidados de saúde primários, permitindo que todos os utentes tenham acesso à medicação, incluindo a entrega dos medicamentos respeitando as condições de qualidade e segurança, e a um acompanhamento personalizado através de chamadas telefónicas ou de videoconferência, de forma a esclarecer qualquer dúvida que surja relativa à medicação ou para ter aconselhamento farmacêutico sobre outra afeção.

1. Sabia o que era a telefarmácia? **Não.**

1.1. Se sim, considera útil?

2. Caso esse serviço estivesse disponível nesta farmácia, aderiria? **Sim.**

2.1. Se sim, aderiria apenas em tempo de pandemia para evitar o contacto ou ponderava também utilizar em tempos pós pandemia? (por uma questão, por exemplo, de comodidade). **Aderia por ambos os motivos, cada vez mais tratamos de vários assuntos via internet, acho que se as farmácias aderissem era ótimo desde que não se perdesse qualidade no atendimento**

3. Acha que o serviço deveria ser pago? **Sim.**

3.1. Se sim, que valor estaria disposta/o a pagar por esse serviço? **Como todos os serviços são pagos este deveria também ser, não sei quanto ao certo, mas talvez devesse haver vários preços para diferentes consultas.**

Obrigada pela colaboração!

Entrevista aos utentes

A telefarmácia visa a descentralização dos cuidados de saúde primários, permitindo que todos os utentes tenham acesso à medicação, incluindo a entrega dos medicamentos respeitando as condições de qualidade e segurança, e a um acompanhamento personalizado através de chamadas telefónicas ou de videoconferência, de forma a esclarecer qualquer dúvida que surja relativa à medicação ou para ter aconselhamento farmacêutico sobre outra afeção.

1. Sabia o que era a telefarmácia? **Sim, conheço.**

1.1. Se sim, considera útil? **Sim, considero útil.**

2. Caso esse serviço estivesse disponível nesta farmácia, aderiria? **Sim.**

2.1. Se sim, aderiria apenas em tempo de pandemia para evitar o contacto ou ponderava também utilizar em tempos pós pandemia? (por uma questão, por exemplo, de comodidade). **Por uma questão de comodidade.**

3. Acha que o serviço deveria ser pago? **Sim, acho que sim.**

3.1. Se sim, que valor estaria disposta/o a pagar por esse serviço? **O devido valor.**

Obrigada pela colaboração!

Entrevista aos utentes

A telefarmácia visa a descentralização dos cuidados de saúde primários, permitindo que todos os utentes tenham acesso à medicação, incluindo a entrega dos medicamentos respeitando as condições de qualidade e segurança, e a um acompanhamento personalizado através de chamadas telefónicas ou de videoconferência, de forma a esclarecer qualquer dúvida que surja relativa à medicação ou para ter aconselhamento farmacêutico sobre outra afeção.

1. Sabia o que era a telefarmácia? **Não, mas adquiri novos conhecimentos.**

1.1. Se sim, considera útil?

2. Caso esse serviço estivesse disponível nesta farmácia, aderiria? **Sim, com certeza.**

2.1. Se sim, aderiria apenas em tempo de pandemia para evitar o contacto ou ponderava também utilizar em tempos pós pandemia? (por uma questão, por exemplo, de comodidade). **Aderia também em tempo pós pandemia, acho cómodo e prático.**

3. Acha que o serviço deveria ser pago? **Sim.**

3.1. Se sim, que valor estaria disposta/o a pagar por esse serviço? **Seria em função da distância à área de residência e da qualidade do serviço prestado.**

Obrigada pela colaboração!

Entrevista aos utentes

A telefarmácia visa a descentralização dos cuidados de saúde primários, permitindo que todos os utentes tenham acesso à medicação, incluindo a entrega dos medicamentos respeitando as condições de qualidade e segurança, e a um acompanhamento personalizado através de chamadas telefónicas ou de videoconferência, de forma a esclarecer qualquer dúvida que surja relativa à medicação ou para ter aconselhamento farmacêutico sobre outra afeção.

1. Sabia o que era a telefarmácia? **Não, nunca tinha ouvido falar.**

1.1. Se sim, considera útil?

2. Caso esse serviço estivesse disponível nesta farmácia, aderiria? **Caso este serviço estivesse de facto disponível nesta farmácia eu aderiria.**

2.1. Se sim, aderiria apenas em tempo de pandemia para evitar o contacto ou ponderava também utilizar em tempos pós pandemia? (por uma questão, por exemplo, de comodidade). **Recorreria a este tipo de serviço quer em tempo de pandemia quer à posteriori pois considero uma mais valia**

3. Acha que o serviço deveria ser pago? **A meu ver, este serviço deveria de ser pago. Por exemplo, em que os utentes que quisessem usufruir deste serviço pagassem um x por mês. Quanto a situações pontuais, deveria ser pago um valor simbólico. Além disso, poderia ser gratuito para a entrega de medicamentos superiores a um determinado valor.**

3.1. Se sim, que valor estaria disposta/o a pagar por esse serviço? **Para situações pontuais diria perto de 1,99€ para a situação que referi na questão acima em que se pagaria um valor mensal, diria cerca de 9,99€.**

Obrigada pela colaboração!

Entrevista aos utentes

A telefarmácia visa a descentralização dos cuidados de saúde primários, permitindo que todos os utentes tenham acesso à medicação, incluindo a entrega dos medicamentos respeitando as condições de qualidade e segurança, e a um acompanhamento personalizado através de chamadas telefónicas ou de videoconferência, de forma a esclarecer qualquer dúvida que surja relativa à medicação ou para ter aconselhamento farmacêutico sobre outra afeção.

1. Sabia o que era a telefarmácia? **Não tinha conhecimento**

1.1. Se sim, considera útil?

2. Caso esse serviço estivesse disponível nesta farmácia, aderiria? **Sim**

2.1. Se sim, aderiria apenas em tempo de pandemia para evitar o contacto ou ponderava também utilizar em tempos pós pandemia? (por uma questão, por exemplo, de comodidade). **Aderiria apenas num contexto pandémico para evitar o contacto e para me sentir mais seguro.**

3. Acha que o serviço deveria ser pago? **Sim, uma vez que a deslocação para entrega de medicamentos acarreta custos.**

3.1. Se sim, que valor estaria disposta/o a pagar por esse serviço? **Taxas diferentes consoante a distância do utente, e talvez custo 0 acima de um determinado valor.**

Obrigada pela colaboração!

Entrevista aos utentes

A telefarmácia visa a descentralização dos cuidados de saúde primários, permitindo que todos os utentes tenham acesso à medicação, incluindo a entrega dos medicamentos respeitando as condições de qualidade e segurança, e a um acompanhamento personalizado através de chamadas telefónicas ou de videoconferência, de forma a esclarecer qualquer dúvida que surja relativa à medicação ou para ter aconselhamento farmacêutico sobre outra afeção.

1. Sabia o que era a telefarmácia? **Sim**

1.1. Se sim, considera útil? **Sim considero**

2. Caso esse serviço estivesse disponível nesta farmácia, aderiria? **Sim, aderiria**

2.1. Se sim, aderiria apenas em tempo de pandemia para evitar o contacto ou ponderava também utilizar em tempos pós pandemia? (por uma questão, por exemplo, de comodidade). **Aderia em tempo pós pandemia pois considero que ajudaria a tirar dúvidas e aconselhar as pessoas.**

3. Acha que o serviço deveria ser pago? **Numa fase inicial não, na fase seguinte depois de provado o seu valor sim deveria, nem que fosse um valor simbólico.**

3.1. Se sim, que valor estaria disposta/o a pagar por esse serviço? **Penso que pagaria uma taxa de até 1 euro por atendimento.**

Obrigada pela colaboração!

Entrevista aos utentes

A telefarmácia visa a descentralização dos cuidados de saúde primários, permitindo que todos os utentes tenham acesso à medicação, incluindo a entrega dos medicamentos respeitando as condições de qualidade e segurança, e a um acompanhamento personalizado através de chamadas telefónicas ou de videoconferência, de forma a esclarecer qualquer dúvida que surja relativa à medicação ou para ter aconselhamento farmacêutico sobre outra afeção.

1. Sabia o que era a telefarmácia? **Sim.**

1.1. Se sim, considera útil? **Sim**

2. Caso esse serviço estivesse disponível nesta farmácia, aderiria? **Sim**

2.1. Se sim, aderiria apenas em tempo de pandemia para evitar o contacto ou ponderava também utilizar em tempos pós pandemia? (por uma questão, por exemplo, de comodidade). **Mesmo sem ser em tempo de pandemia.**

3. Acha que o serviço deveria ser pago? **Sim**

3.1. Se sim, que valor estaria disposta/o a pagar por esse serviço? **Por exemplo, fixar um valor simbólico (até 10 cêntimos, por exemplo) por cada minuto de chamada.**

Obrigada pela colaboração!