

## Índice

Abreviaturas	2
1. Introdução	3
2. Farmácia Fontes Pereira de Melo	4
2.1. A equipa	4
2.2. Os utentes	5
2.3. Instalações	5
2.4. Produtos	6
2.5. Serviços	6
2.6. Protocolos	7
2.7. Montra	8
2.8. Calendário Mensal	8
2.9. <i>Newsletter</i> quinzenal	8
2.10. Campanhas e períodos promocionais	9
2.11. Promotoras	9
2.12. Promoções isoladas	10
2.13. Organização dos produtos na farmácia	10
2.14. Formações	11
3. Descrição do Estágio	12
3.1. <i>Back Office</i>	12
3.2. Receção de encomendas	12
3.3. Fornecedores	13
3.4. Gestão de <i>stocks</i>	14
3.5. Receituário	14
3.6. Atendimento ao público	15
3.7. Medicamentos manipulados	16
3.8. Dispensa de MSRM	17
3.9. Dispensa de MNSRM	17
3.10. Integração dos conhecimentos adquiridos durante o curso	18
4. Análise SWOT da Farmácia Fontes Pereira de Melo	19
5. Análise SWOT do Estágio	21
6. Conclusão	22
7. Bibliografia	23

## **Abreviaturas**

CNP - Código Nacional de Produto

FFPM - Farmácia Fontes Pereira de Melo

FQ – Farmácia Químia

INFARMED – Autoridade Nacional do Medicamento e Produtos de Saúde I.P.

MICF - Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas

MSRM - Medicamentos sujeitos a receita médica

MNSRM - Medicamentos não sujeitos a receita médica

PVF - Preço de Venda à Farmácia

PVP - Preço de Venda ao Público

SNS – Serviço Nacional de Saúde

## I. Introdução

O farmacêutico é o profissional de saúde especialista do medicamento. No contexto de trabalho da farmácia comunitária é responsável por assegurar o uso correto e racional do medicamento e pela prestação de um bom aconselhamento fármaco-terapêutico.

O presente estágio foi importante para desenvolver e aprofundar conhecimentos adquiridos ao longo de todo o percurso académico, bem como para o desenvolvimento de algumas outras capacidades, tais como, a comunicação com outros profissionais de saúde e com os utentes, prestação de serviços e cuidados ao utente, e também a sua educação, trabalho em equipa e capacidade de solucionar e encontrar respostas para os problemas que surgem no quotidiano laboral.

Nos dias de hoje o mercado de trabalho é altamente competitivo, com menor oferta profissional e maior número de candidatos, a grande maioria com formação universitária. Deste modo, o estágio proporcionado representa também uma grande mais-valia relativamente a outros cursos, pois permite-nos entrar no mercado de trabalho já com alguma experiência.

No presente relatório, efetuou uma descrição da farmácia e das atividades realizadas ou observadas durante o estágio, e uma análise SWOT não só relativa ao estágio como também à própria Farmácia Fontes Pereira de Melo. Esta é desenvolvida ao longo de todo o relatório, estando os principais tópicos abordados no final do mesmo.

Este é um método de análise, que compreende quatro principais pontos de apreciação: pontos fortes (“*Strengths*”), pontos fracos (“*Weaknesses*”), oportunidades (“*Opportunities*”) e ameaças (“*Threats*”). Os fatores internos compreendem os pontos fortes e os pontos fracos, sendo relativos à realidade da própria farmácia e sobre os quais esta tem controlo, como por exemplo os recursos humanos (equipa, gerência), recursos físicos (localização, instalações), entre outros. Os fatores externos são examinados nas oportunidades e ameaças, abrangendo por exemplo, fatores económicos (locais, nacionais ou internacionais), a legislação, entre outros, isto é, são fatores que se encontram fora do alcance da farmácia mas que exercem influência na mesma.

## 2. A Farmácia Fontes Pereira de Melo

A Farmácia Fontes Pereira de Melo (FFPM) localiza-se no centro de Lisboa, na Avenida Fontes Pereira de Melo, que lhe dá o nome. Há cerca de um ano foi adquirida pelo Grupo Veiga Farma, o que implicou alterações em termos de gerência e da equipa que nela trabalha. O horário de funcionamento é das 8h às 20h, de segunda-feira a sexta-feira, e das 9h às 19h, aos sábados.

O grupo Veiga Farma, Sociedade Unipessoal Lda envolve três farmácias, estando todas localizadas no distrito de Lisboa. São elas a Farmácia Fontes Pereira de Melo, a Farmácia do Calvário e a Farmácia Químia.



Imagem 1. Fotografia do exterior da Farmácia Fontes Pereira de Melo

### 2.1. A equipa

A equipa de atendimento ao balcão da FFPM é constituída por três Mestres em Ciências Farmacêuticas, incluindo a Diretora Técnica, duas técnicas de farmácia e uma conselheira de dermocosmética. Ao nível do *back office* todos os membros da equipa da FFPM ajudam, sendo, no entanto, estas funções maioritariamente asseguradas por uma licenciada em finanças.

É uma equipa maioritariamente jovem, com bom espírito de grupo e evidenciando assinalável preocupação com o bem-estar dos utentes e com o facto de a farmácia ter sempre disponíveis os produtos mais procurados. Este é, desde logo, um ponto forte da farmácia, pois os utentes valorizam especialmente a qualidade do atendimento e a simpatia de quem o faz, sendo particularmente sensíveis relativamente à atenção que lhes é dispensada. Também

a circunstância da maioria dos membros da equipa serem mestres em Ciências Farmacêuticas, constitui um fator relevante, pois transmite uma sensação de maior segurança ao cliente. No caso da FFPM, este é mais um importante ponto forte da farmácia.

## **2.2. Os utentes**

Os utentes da FFPM são maioritariamente pessoas que trabalham nas empresas e escritórios que rodeiam a farmácia, ou que residem na zona; no entanto, encontramos também muitos turistas, pois estando localizada numa zona muito central de Lisboa, os turistas vão passando ao longo de todo o dia. Sendo, igualmente uma zona onde estão localizados muitos hotéis. Assim, a FFPM dispõe de um serviço direcionado para todas as idades e todos os tipos de clientes, sendo o tipo de atendimento muito versátil. Este aspeto foi uma excelente oportunidade pois permitiu-me distinguir e aprender vários tipos de atendimento, como por exemplo, alguns mais direcionados para produtos cosméticos, outros para idosos multimeditados, ou até mesmo para turistas com simples situações de constipação ou de escaldão solar.

## **2.3. Instalações**

A FFPM dispõe de uma sala de atendimento ao público muito ampla, na qual estão expostos inúmeros produtos. Em ambos os lados da farmácia, à frente, e no centro da farmácia, encontram-se também várias gôndolas. Ao fundo da sala de atendimento ao público localizam-se 4 balcões de atendimento onde se situam os farmacêuticos e os técnicos de farmácia, estando sempre no mínimo 2 deles ocupados. Existe também um balcão de atendimento à entrada da farmácia, onde se encontra a conselheira de dermocosmética. Além desta sala, a farmácia dispõe de um gabinete de atendimento, no qual são realizados atendimentos privados ou os outros serviços disponibilizados pela farmácia (como medições de colesterol, tensão arterial e glicémia). Possui ainda mais 2 gabinetes, localizados ao fundo, do lado esquerdo, onde são realizados os tratamentos de dermocosmética e massagens e aconselhamentos de nutrição, osteopatia e homeopatia. O *back office*, as instalações sanitárias, o gabinete da Diretora Técnica, o laboratório, a copa e uma pequena divisão de arrumação, localizam-se ao fundo da farmácia, do lado direito.



Imagem 2. Fotografia do interior da Farmácia Fontes Pereira de Melo

## **2.4. Produtos**

Os produtos de que a farmácia dispõe para venda compreendem: medicamentos sujeitos a receita médica (MSRM), medicamentos não sujeitos a receita médica (MNSRM), dispositivos médicos, medicamentos homeopáticos e fitoterápicos, suplementos alimentares, produtos cosméticos, produtos bucodentários, produtos ortopédicos, produtos de puericultura, produtos de alimentação especial, medicamentos e produtos veterinários.

Os produtos expostos e que podem ser manuseados pelos clientes encontram-se todos etiquetados com o respetivo preço e alarmados, resultando esta precaução do facto da farmácia ser alvo de muitos roubos deste tipo de produtos (sobretudo cosméticos e produtos de conforto).

A grande variedade e quantidade de produtos de que a FFPM dispõe representa também uma assinalável oportunidade no contexto do estágio, pois através dela consegui ficar a conhecer inúmeros produtos com os quais nunca tinha tido contato, alguns deles situados entre os mais procurados pelos clientes na FFPM, nomeadamente, produtos cosméticos, suplementos alimentares e produtos de puericultura.

## **2.5. Serviços**

Para além da venda de todos estes produtos, a farmácia proporciona também outros serviços. Dentro destes, alguns são realizados apenas pelos farmacêuticos ou técnicos de

farmácia. Assim sucede com a medição da tensão arterial, medição da glicémia, medição dos valores de colesterol total e de triglicéridos e administração de vacinas e injetáveis.

A FFPM dispõe também de aconselhamentos proporcionados por uma nutricionista e de consultas com um osteopata. Dispõe ainda de um serviço de homeopatia. Todos estes serviços são realizados através de marcação prévia, estando esta disponível um dia por semana. A farmácia dispõe ainda de uma conselheira de dermocosmética a tempo inteiro que, para além dos serviços de aconselhamento dermocosmético, realiza também massagens e tratamentos de pele e de corpo, como por exemplo drenagens linfáticas.

A FFPM dispõe pois de um conjunto de serviços muito amplo e diversificado. Este é um ponto forte não só para a farmácia, uma vez que consegue atrair mais clientes, mas também para o meu estágio, pois tive a oportunidade de presenciar a diversidade de serviços que podem ser dispensados numa farmácia, além do aconselhamento farmacoterapêutico.

## **2.6. Protocolos**

A farmácia estabeleceu protocolos com muitas empresas e escritórios da zona onde está localizada.

O protocolo dá direito a 10% de desconto imediato em todos os produtos de dermocosmética, puericultura, fitoterapia, homeopatia, suplementos alimentares com IVA a 23% e medicamentos com a exceção de: produtos promocionais, leites pediátricos, medicamentos com PVP superior a 50€, tiras e lancetas para medição de glicémia. Conforme também o referido no protocolo, 5% de desconto imediato em todos os medicamentos utilizados no tratamento da fertilidade exceto medicamentos com valor a pagar pelo utente superior a 70€. Além disso, a FFPM proporciona também ao cliente a entrega dos produtos na própria empresa, evitando que esse tenha de se deslocar à farmácia.

Estes são pontos muito fortes da farmácia, pois levam a uma preferência dos clientes pela FFPM, relativamente a outras farmácias. Na verdade, a maioria dos clientes da farmácia trabalham em empresas com as quais a FFPM tem protocolo, o que demonstra o grande impacto destas parcerias.

## 2.7. Montra

A FFPM dispõe de uma montra de grandes dimensões, na parte da frente da farmácia, local de entrada dos utentes, de grande visibilidade, virada para uma das principais avenidas de Lisboa, e num local de passagem dos utentes a pé, de carro ou de transportes públicos. Esta é uma característica muito forte da farmácia e muito bem aproveitada, com grande impacto nas vendas quando certos produtos e campanhas estão a ser nela anunciados. Representa um primeiro apelo ao cliente e atrai o mesmo para dentro da farmácia.



Imagens 3 e 4. Montra em semanas promocionais (semana do bebé e semana do dia do namorados)

## 2.8. Calendário mensal

A FFPM dispõe de um calendário mensal, exposto na porta de entrada da farmácia, no qual estão anunciados quais os dias do mês em que estarão presentes o osteopata, a nutricionista, as campanhas e promoções diárias ou semanais, rastreios gratuitos, as promotoras e as marcas em promoção, entre outras atividades que irão decorrer ao longo de todo mês. Este tem como objetivo manter o cliente informado e aumentar o seu interesse em visitar a farmácia.

## 2.9. Newsletter quinzenal

É enviada uma *newsletter* aos clientes que têm ficha na farmácia, via e-mail eletrónico, de duas em duas semanas na qual se destacam as campanhas que irão decorrer durante esse período de tempo. É também um ponto forte da farmácia, pois, no caso de o cliente não se dirigir à FFPM ao longo desse período, ao ler o e-mail pode tomar conhecimento de que há



campanhas ou produtos do seu interesse em promoção, incentivando-se assim a sua visita à farmácia.

## 2.10. Campanhas e períodos promocionais

Concretizam-se dias promocionais como, por exemplo, o dia do beijo (20% de desconto em todos os batons) ou o dia da dança (descontos nos produtos para as pernas cansadas).

Concretizam-se igualmente semanas promocionais: semana do bebé (20% de desconto em diversos produtos e algumas ofertas), semana dos namorados (descontos em todos as embalagens de preservativos, packs promocionais de preservativos e lubrificantes, *coffrets* de oferta, entre outros).

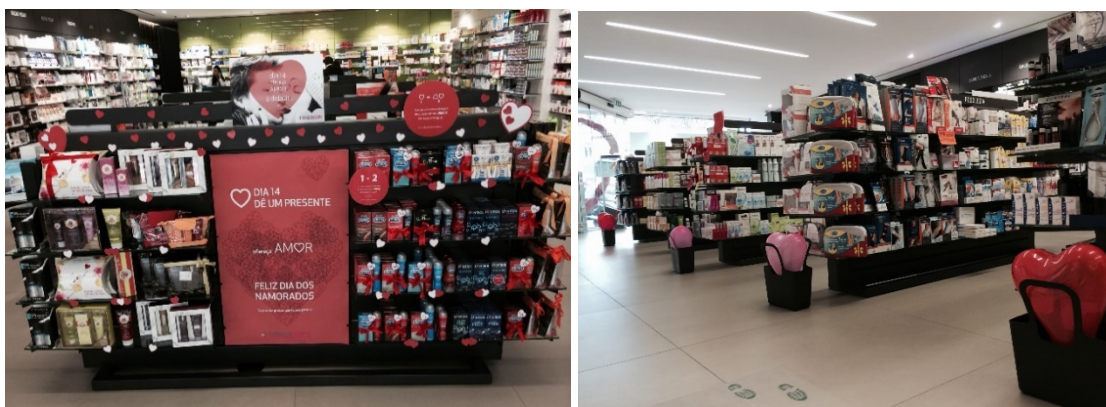


Imagem 5 e 6. Fotografias da semana dos namorados

## 2.11. Promotoras

A FFPM tem como ponto forte as vendas de produtos cosméticos. Com efeito, os clientes da FFPM são, na sua maioria, pessoas com bons rendimentos e que se preocupam bastante com a imagem. A farmácia é, aliás, frequentemente visitada por promotoras de várias indústrias farmacêuticas que procuram impulsionar a venda deste tipo de produtos. As promotoras podem realizar ações promocionais através da realização de descontos (p. ex. 10% de desconto em todos os produtos), através da oferta de produtos (p. ex. oferta de um produto na compra de dois) e da realização de serviços (p ex. tratamentos e diagnósticos de pele). Este é mais um dos pontos fortes da farmácia, pois representa outra forma de cativar os clientes habituais e até de atrair e fidelizar novos clientes.

Algumas das promotoras que realizaram ações durante o meu período de estágio pertenciam às seguintes indústrias farmacêuticas: *Pierre Fabre (Avène, Klorane, Galènic, René*

Furtherer, A-Derma e Elancyl), Saninter Grupo (Filorga), Laboratórios Uriage, Pfizer (Centrum) e Nicepharma (Biocyte).

## 2.12. Promoções isoladas

A FFPM proporciona de variadas promoções, por vezes pela própria farmácia e outras vezes concretizadas em cooperação com algumas indústrias farmacêuticas. Estas promoções incluíam possibilidades diversas, como reduções de preços, leve 2 produtos e pague 1; 30% de desconto imediato em todos os produtos de uma determinada gama; ofertas (livros, chapéus-de-chuva, malas ou sacos de praia) na compra de produtos.

A realização destas promoções é um ponto forte para a FFPM pois estimula a compra, verificando-se uma maior saída dos produtos quando estes se encontram em promoção.



Figuras 7 e 8. Fotografias de promoções isoladas

## 2.13. Organização dos produtos na farmácia

Os comprimidos e cápsulas de MSRM são armazenados em gavetas, por ordem alfabética, num local de fácil acesso tanto para quem está a atender ao balcão como para quem está no *back office* a arrumar o que chega nas encomendas. No mesmo local estão também armazenados os MSRM e MNSRM em ampolas, saquetas e solução oral, em gavetas identificadas com cada forma galénica. Os produtos cosméticos e de higiene corporal, produtos bucodentários, produtos de conforto, produtos de alimentação especial e alguns suplementos alimentares, estão dispostos em lineares e gôndolas ao alcance dos clientes. As pomadas, cremes e géis, os colírios e produtos oftálmicos, pílulas, óvulos e enemas, estão armazenados em gavetas devidamente identificadas, atrás dos balcões de atendimento e por

ordem alfabética. Atrás dos balcões de atendimento está exposta também uma grande variedade de MNSRM, organizados por categorias: saúde familiar, fitoterapia, homeopatia e produtos veterinários.

Além destes, produtos como máscaras, luvas, algodão, compressas, álcool, soro, entre outros, estão armazenados também em gavetas devidamente identificadas, no *back office*.

Os medicamentos e produtos em excesso, são armazenados em armários identificados como “excessos”, por uma ordem estabelecida e conhecida pelos funcionários da FFPM. No entanto, um dos poucos pontos fracos da farmácia é a falta de espaço para arrumação dos produtos em excesso, sendo por vezes um pouco mais complicada a sua organização.

#### **2.14. Formações**

Os farmacêuticos têm de estar em constante aprendizagem e reforço de conhecimentos, pelo que as indústrias ou laboratórios farmacêuticos proporcionam formações acerca dos seus produtos que permitem àqueles manterem-se informados acerca dos produtos por si comercializados e permitem também o esclarecimento de eventuais dúvidas que possam ter surgido na prática profissional. As formações podem ser realizadas na farmácia, normalmente no espaço de 30 minutos a uma hora, ou num local escolhido pela própria indústria, habitualmente um hotel. Neste caso, estão geralmente em causa formações mais longas e abrangendo mais produtos.

Na farmácia tive formações na áreas de: dermocosmética (*Uriage, Lierac, Caudalie, SkinCeuticals, MartiDerm*); MNSRM (*SANOFI, Vicks, Reckitt Benckiser*); suplementação alimentar (*Byocite, Bioativo, Omegapharma*); produtos bucodentários (*Gum*), produtos homeopáticos (*Laboratórios BOIRON*), produtos de conforto (*Dr. Scholl*) e produtos de alimentação especial (*Resource*).

Fora da farmácia estive presente em ações de formação das seguintes marcas e/ou indústrias farmacêuticas: *Àvene* (produtos cosméticos), *Isdin* (produtos cosméticos e bucodentários), *Gedeon Richter* (pílulas), *Bioativo* (suplementos alimentares), *CPCH* (produtos veterinários).

Esta foi uma valiosa oportunidade proporcionada pelo estágio, uma vez que através das formações adquirir muitos conhecimentos e informações mais aprofundadas sobre estes produtos, sendo assim possível realizar um aconselhamento mais informado e com maior

conhecimento teórico e prático, uma vez que em muitas destas formações pude experimentar os próprios produtos.

### **3. Descrição do Estágio**

#### **3.1. Back Office**

O *back office* é o local da farmácia no qual são efetuadas principalmente as seguintes atividades:

- Receção e verificação de encomendas
- Colocação de alarmes e etiquetas nos produtos
- Armazenamento dos MSRM e de alguns outros produtos
- Arrumação dos excessos de todos os produtos
- Devoluções de produtos

Na FFPM o trabalho de *back office* é realizado pela Dr.<sup>a</sup> Inês Delfim, licenciada em finanças. Além de dar entrada das encomendas diárias (reposição de *stock*), dá também entrada das encomendas periódicas realizadas por via direta aos laboratórios. Executa também devoluções, seja por motivos de aproximação do fim do prazo de validade, seja por o produto estar danificado ou por outros motivos. Efetua ainda resumos mensais e análises estatísticas de vendas.

Durante o período de estágio o meu primeiro contacto com a realidade de trabalho de um farmacêutico na farmácia foi efetuado neste âmbito. Durante este tempo aprendi, maioritariamente, a dar entrada de encomendas (diárias e periódicas). No entanto, realizava também outras tarefas, tais como, a arrumação dos MSRM nas devidas gavetas, colocação de alarmes e etiquetas nos produtos necessários e, ocasionalmente, devoluções de produtos.

Esta é uma fase do estágio de extrema importância, uma vez que representa o primeiro contacto com a realidade do trabalho do farmacêutico na farmácia comunitária. Além disso, é também um período importante para a familiarização com o sistema informático utilizado na farmácia (neste caso o Sifarma 2000), com os nomes comerciais dos medicamentos (pois durante os anos de faculdade o que é lecionado são os nomes dos princípios ativos), e de

ficar a conhecer os produtos mais vendidos nesta farmácia (pois sendo os que têm mais rotatividade são os que vêm na encomenda diária).

### **3.2. Receção de encomendas**

Como referido anteriormente, esta é uma das tarefas principais e mais importantes no trabalho de *back office*. Todos os dias chegam encomendas vindas dos distribuidores grossistas e algumas vezes por semana chegam também encomendas vindas diretamente de laboratórios ou indústrias farmacêuticas. É de extrema importância a confirmação da conformidade dos produtos que chegam nestas encomendas à farmácia com as respetivas notas de encomenda e faturas ou guias de remessa.

Assim que a encomenda chega à farmácia o primeiro passo é, então, verificar que a encomenda se encontra conforme a fatura e a nota de encomenda (produtos, quantidade e condições comerciais). Só depois desta verificação é que é dada a entrada da encomenda no sistema informático da farmácia, de forma a que os produtos fiquem em *stock*.

As encomendas vindas dos distribuidores grossistas já estão criadas no sistema no Sifarma 2000, exceto as realizadas por telefone. Dá-se entrada das mesmas colocando-se primeiro o número, data e valor total da fatura; seguidamente segue-se a leitura ótica dos códigos de barras dos produtos ou, no caso do produto não ter ou não ser possível ler o código, coloca-se o CNP (Código Nacional de Produto). Por fim verificam-se os prazos de validade e os preços; PVF (preço de Venda à Farmácia) e PVP (Preço de Venda ao Público), alterando estes últimos, se necessário e apenas nos medicamentos e produtos de venda livre, para satisfazer a margem de lucro pré-definida.

No caso das encomendas feitas por telefone aos distribuidores grossistas ou das encomendas feitas diretamente ao laboratório ou indústria farmacêutica, é necessário primeiro criar a encomenda no Sifarma 2000 e só depois se procede à receção da mesma.

### **3.3. Fornecedores (Encomendas instantâneas e Pedido diário)**

A FFPM tem 3 fornecedores diferentes: a Alliance, a OCP e a Botelho.

É para a Alliance que é enviada a encomenda diária ao final do dia, sendo este o principal fornecedor. Quando há produtos do pedido diária que não estão disponíveis no fornecedor principal, são encomendados a um dos outros.

Pode também dar-se o caso de o cliente pretender adquirir um produto que não há em *stock* na farmácia. Neste caso, é gerada uma encomenda instantânea. A escolha do fornecedor para qual esta vai ser pedida pode ter como base o maior lucro para a farmácia ou então o horário preferencial do próprio doente. Por outras palavras, preferencialmente os medicamentos são pedidos à Alliance; no entanto, os produtos cosméticos devem ser encomendados pela Botelho para que haja uma maior margem de lucro.

Os fornecedores têm diferentes horários de entrega, sendo que, a Alliance realiza entregas à FFPM 3 vezes por dia (às 10h, 17h e 19h), a OCP 2 vezes por dia (às 10h e às 16h) e a Botelho uma vez por dia (às 8h). Deste modo, no caso do cliente necessitar do produto para o próprio dia e até determinada hora, a escolha do fornecedor terá de ser realizada tendo em conta os horários de entrega de cada um.

### **3.4. Gestão de Stocks**

No dia-a-dia da farmácia, um dos pontos mais importantes e essenciais para o seu bom funcionamento, é a gestão de *stocks*.

Esta gestão de *stocks* engloba vários processos: a seleção de medicamentos e produtos a ter como *stock* fixo da farmácia, a escolha do *stock* mínimo e máximo de cada um desses produtos e a execução do pedido diário, isto é, da encomenda dos produtos em falta para garantir o *stock* mínimo.

Estas tarefas são realizadas pelo(a) Diretor(a) Técnico(a) da farmácia, que deve então ser um profissional de saúde experiente e com um bom conhecimento dos produtos farmacêuticos disponíveis no mercado e do padrão de clientes da farmácia. Desta forma se consegue garantir uma gestão de *stocks* racional e eficiente e, conseqüentemente, uma boa rotatividade dos mesmos.

Na FFPM é a Diretora Técnica da farmácia, a Dr.<sup>a</sup> Vânia Matias, que efetua o pedido diário. Este é realizado através do programa Sifarma 2000, que gera um pedido automático baseado no *stock* mínimo e máximo predefinido para cada produto, que é depois conferido pela Dr.<sup>a</sup>

Vânia, alterando, ou não, os produtos e as quantidades da forma que considerar mais correta.

Assim, a FFPM garante o bom aprovisionamento de *stocks* através da realização encomendas diárias a distribuidores grossistas ou armazenistas ou através de encomendas, programadas e realizadas de forma periódica, aos próprios laboratórios e indústrias farmacêuticas.

### **3.5. Receituário**

No período imediatamente antes de iniciar o atendimento ao público e de forma a familiarizar-me com as receitas (manuais e eletrónicas), com os organismos de comparticipação e com a conferência de todos os pontos necessários para a receita se encontrar válida, a Dr.<sup>a</sup> Vânia atribui-me a tarefa de conferir os lotes de receitas.

Esta era feita da seguinte forma: verificação da data de validade, do número e identificação do utente, da identificação e assinatura do médico prescriptor, da entidade financeira responsável, do código de barras, dos medicamentos (uma receita tem 4 medicamentos no total, podendo ser receitadas duas embalagens iguais do mesmo medicamento<sup>1</sup>). No caso da receita ser manual, conferir ainda se está assinalado o motivo pelo qual o médico prescriptor não utilizou a receita eletrónica e a vinheta. Conferir ainda se todos os medicamentos que foram prescritos, o número de unidades, a dosagem e a forma farmacêutica correspondiam ao que o utente levou, verificando a parte da frente da receita com a de trás. No final, verificar se a receita está carimbada, na parte de trás, e a data e assinatura do farmacêutico.

### **3.6. Atendimento ao público**

O atendimento e aconselhamento farmacêutico é a principal e mais importante atividade desempenhada pelo farmacêutico na farmácia comunitária. A demonstração de disponibilidade, preocupação e conhecimento são muito importantes para o bom desempenho do farmacêutico e para a deposição de confiança por parte do cliente.

No segundo mês de estágio comecei por observar os atendimentos de toda a equipa, acompanhando, na maioria das vezes, os atendimentos da Dr.<sup>a</sup> Vânia Matias. Através da

---

<sup>1</sup> Exceto doses individuais – neste caso podem ser prescritos 4 medicamentos iguais (e.g. injectáveis ou dose única de comprimidos)

observação pude estudar as posturas mais corretas a ter perante cada atendimento e cliente e aprofundar conhecimentos sobre os medicamentos de venda livre e MSRM e de aconselhamento farmacêutico nas mais variadas situações, como por exemplo nalgumas das mais frequentes, gripes e constipações.

Um dos aspetos mais importantes do atendimento é a prestação dos conselhos de utilização e de armazenamento do produto farmacêutico. O farmacêutico deve sempre verificar se o doente faz o uso correto e racional dos medicamentos e se tem o devido acompanhamento médico, especialmente em doentes mais idosos.

É também importante verificar se o doente sabe como administrar o medicamento, e referir qual a posologia do mesmo, sendo frequente a escrita da mesma nas embalagens. No caso de ser um medicamento de frio é necessário salientar que o seu armazenamento deverá ser feito no frigorífico.

Através do dia-a-dia do atendimento ao balcão adquiri muitos conhecimentos técnicos e teóricos dos mais variados produtos vendidos na farmácia. Consegui também aprender a lidar com vários tipos de pessoas e a contornar várias situações incómodas que pudessem surgir (pedido de produtos errados ou não ter determinado produto em *stock*). Além disso, tive a sorte de ter poucas situações desagradáveis com utentes durante o período de estágio, no entanto, surgem por vezes, utentes que dificultam a vida ao farmacêutico por serem pouco compreensivos e por vezes até indelicados. Um exemplo são as situações em que o utente solicita antibióticos sem receita médica, sendo desagradáveis para connosco quando explicamos que não podemos vender esses medicamentos sem prescrição médica, nem em venda suspensa.

### **3.7. Medicamentos Manipulados**

Segundo o INFARMED, considera-se medicamento manipulado “qualquer fórmula magistral ou preparado oficial preparado e dispensado sob a responsabilidade de um farmacêutico”.

Na FFPM não se preparam medicamentos manipulados, a não ser os de execução muito simples. Quando necessário, a execução destes é realizada noutra farmácia do grupo, a Farmácia Química (FQ). Na verdade, durante o período de estágio apenas auxiliei na preparação de um medicamento manipulado na FFPM, uma solução alcoólica de ácido bórico. Por este motivo, um dos dias do meu estágio foi passado na FQ, na qual pude



auxiliar na realização de mais duas formas farmacêuticas manipuladas: uma solução de minoxidil a 5% e uma pomada de lidocaína a 5%. A solução de minoxidil está indicada para o tratamento da queda de cabelo e a pomada de lidocaína como anestésico local.

A qualidade e segurança dos medicamentos manipulados é da responsabilidade do farmacêutico responsável pela sua preparação e todo o processo é feito de acordo com a regulamentação implementada pelo INFARMED e com as boas práticas de preparação de medicamentos manipulados.

Considero o fato de na FFPM não se haver preparação de medicamentos manipulados um ponto fraco do estágio, uma vez que foram poucos os medicamentos manipulados por mim preparados, mais concretamente 3, ao longo de todo o período de estágio.

### **3.8. Dispensa de MSRM**

Os MSRM são medicamentos que apenas podem ser dispensados na farmácia, sendo necessária a apresentação de receita médica. O ato de dispensa de MSRM não deve ser apenas a cedência dos medicamentos prescritos ao utente, devendo envolver também o aconselhamento farmacêutico.

É da responsabilidade do farmacêutico verificar se a medicação é ou não crónica e se o utente administra de forma correta o medicamento e de acordo com a posologia indicada pelo médico. É necessário alertar o utente para o esquecimento da toma da medicação, ressaltando a importância do tratamento contínuo e, para alguns medicamentos, as horas específicas em que deve ser administrado (como por exemplo os antibióticos, que têm de ser tomados em intervalos de tempo certos e a embalagem completa).

Os MSRM são comparticipados, na maioria das vezes o plano de comparticipação é pela entidade I (SNS). Mas é preciso ter especial atenção às portarias, despachos e diplomas e verificar se há exceção (a, b, c ou d). Deve ter-se também muita atenção à validade da receita, podendo esta ser de 30 dias ou de 6 meses. A maioria dos erros encontrados no final do mês deviam-se, maioritariamente, a erros de atenção como nestes casos.

### **3.9. Dispensa de MNSRM**

A procura e a dispensa de MNSRM é cada vez mais frequente. Estes medicamentos são fortemente publicitados e, uma vez que não é requerida prescrição médica, são também

muito utilizados pelos utentes por iniciativa própria e, frequentemente, sem qualquer aconselhamento por parte de profissionais de saúde.

No contexto atual o farmacêutico deve reforçar a importância do seu aconselhamento e da procura do mesmo por parte do utente, de forma a que lhe seja indicado qual o produto farmacêutico ou até mesmo quais as medidas não-farmacológicas mais aconselhadas no estado em que se encontra.

No caso do farmacêutico considerar que a dispensa de um determinado MNSRM é o mais indicado para o utente, deve promover o seu uso racional e correto, tal como para os MSRM.

Este é um dos atos mais importantes e de extrema responsabilidade na farmácia comunitária, pelo que devemos estar preparados para facultar toda a informação necessária e adequada ou, caso estas medidas não sejam suficientes, encaminhar o utente para o médico.

### **3.10. Integração dos conhecimentos adquiridos durante o curso**

Foram muitas as disciplinas que me proporcionaram conhecimentos e bases importantes para o trabalho que desempenhei durante o estágio. De entre estas destacam-se: Farmácia Galénica (para os medicamentos manipulados), Farmacologia I e II (para a dispensa de MSRM), Dermofarmácia e Cosmética (para o aconselhamento dermocosmético), Fitoterapia (para o aconselhamento de produtos fitoterápicos), Intervenção Farmacêutica nos Auto-cuidados de Saúde (para a dispensa de MNSRM) e Preparações de Uso Veterinário (para os produtos veterinários).

#### 4. Análise SWOT da Farmácia Fontes Pereira de Melo

##### Pontos Fortes

- Localização no centro da cidade;
- Montra (grande visibilidade para peões e condutores);
- Entregas às empresas com que a farmácia tem protocolo;
- Amplo espaço, com muita exposição de produtos de venda livre;
- Protocolos com empresas (10% de desconto em todos os produtos e medicamentos, salvo algumas exceções);
- Horário alargado (12h seguidas durante a semana e abertura ao sábado durante 9h);
- Atendimento personalizada e focado no utente;
- *Newsletter* quinzenal (informação relativa às campanhas promocionais que irão decorrer nas duas semanas seguintes);
- Conselheira de dermocosmética (todos os dias);
- Aconselhamentos em várias áreas (nutrição, homeopatia, osteopatia);
- Oferta de outros serviços (administração de vacinas, medição da tensão arterial, colesterol total, triglicéridos, glicémia, entre outros);
- Dias ou semanas promocionais (ex: dia do sorriso, semana do bebé);
- Promoções e descontos, feitos pela própria farmácia;
- Integra um grupo de farmácias: Veigafarma (encomendas maiores, maior percentagem de desconto);
- Presença nas redes sociais (página de *facebook* onde são divulgadas todas as campanhas, rastreios, promoções, e onde são partilhados artigos e publicações consideradas relevantes para o utente);
- Mensagens de aniversário e oferta de presente (oferece um destaque positivo à farmácia por se lembrar dos seus clientes neste dia);
- Presença dos colaboradores em muitas formações: a formação contínua dos técnicos e farmacêuticos permite que estes se mantenham sempre atualizados relativamente aos produtos comercializados na farmácia
- Entregas dos armazenistas várias vezes ao dia (permite encomendar e entregar determinado produto ao cliente ainda no próprio dia) e por parte de 3 armazenistas diferentes (se o produto não está disponível num dos armazenistas poderá estar noutra).

- Boa capacidade financeira, que permite à farmácia suportar preços de cobrança elevados;
- Elevada qualidade da gama de produtos, assegurando alguma diferenciação face à oferta concorrente.

### **Pontos fracos**

- Pouco espaço para arrumação e armazenamento de produtos e medicamentos em excesso;
- Capacidade de “stockagem” limitada;
- Não são preparados medicamentos manipulados nesta farmácia (no caso de ser necessária a preparação de um medicamento manipulado, esta é pedida à Farmácia Química, uma das farmácias pertencentes ao grupo Veigafarma)

### **Oportunidades**

- Redes sociais, *newsletter* (existência de locais na internet nos quais a FFPM pode publicar as promoções, rastreios ou outros serviços, como forma de atração do utente à farmácia);
- Crescente preocupação dos utentes relativamente à saúde e à beleza;
- Promoções e descontos, feitos pelos laboratórios ou indústrias farmacêuticas;
- Criação de mais protocolos (aquisição e fidelização de novos clientes).

### **Ameaças**

- Crise económica e aumento do desemprego (redução do poder de compra dos utentes);
- Diminuição da comparticipação dos medicamentos pelo Serviço Nacional de Saúde (SNS);
- Períodos com menor afluência de utentes (a farmácia tem maior frequência no primeiro período da manhã, hora de almoço e final do dia);
- Presença de várias farmácias nas proximidades;
- Dificuldade de estacionamento nas proximidades da farmácia;
- Existência de parafarmácias, espaços de saúde dos hipermercados (Wells, Espaço BemEstar, Espaço Saúde e Bem-Estar) e locais de venda de produtos naturais.

## **5. Análise SWOT do Estágio**

### **Pontos fortes**

- Excelente equipa (dinâmica, competente e acolhedora);
- Aprofundamento e aquisição de conhecimentos em diversas áreas: MSRM, produtos de saúde familiar, cosméticos, bucodentários, de puericultura, veterinários, homeopáticos e fitoterápicos, entre outros;
- Aprendizagem de gestão de problemas e de conceção de soluções num curto período de tempo;
- Interação com utentes das mais diversas faixas etárias e estratos sociais;
- Consolidação da gestão do tempo;
- Desenvolvimento das capacidades de memorização e concentração, e da atenção ao detalhe;
- Experiência de trabalho.

### **Pontos fracos**

- Escassa aquisição de conhecimentos sobre medicamentos manipulados e sua preparação;
- Desfasamento do período de estágio e a implementação do método da nova receita eletrónica (acesso às receitas através do cartão de cidadão), o que inviabilizou a aprendizagem deste novo procedimento.

### **Oportunidades**

- Aquisição de novos conhecimentos em várias áreas e produtos que não foram abordados nas disciplinas do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas (MICF);
- Formação contínua fornecida pelos diferentes laboratórios e indústrias farmacêuticas (é extremamente importante pois através destas pude obter mais informações acerca dos inúmeros produtos de venda livre disponíveis na farmácia);
- Desenvolvimento das capacidades de comunicação e de organização.

### **Ameaças**

- Clientes problemáticos (clientes que dificultam a vida ao farmacêutico por serem pouco compreensivos e por vezes até indelicados).

## **6. Conclusão**

O farmacêutico é o agente da saúde, isto é, tem o dever de promover e proteger a saúde pública através da sua atividade profissional, garantindo o uso racional do medicamento. Com o presente estágio pude comprovar que o farmacêutico tem um elevado grau de responsabilidade ligado ao exercício da sua atividade.

Concluí ainda que além de ser importante ter um bom conhecimento técnico, é também fundamental a aquisição e aprofundamento de conhecimentos de gestão, de organização, de espírito de iniciativa e de empreendedorismo.

É igualmente essencial para o bom funcionamento e reconhecimento da farmácia e para o elevado desempenho de trabalho dos seus colaboradores haver um bom relacionamento entre a equipa e da mesma com os utentes. Também o conhecimento e a adaptação da farmácia ao meio geográfico e socio-económico no qual está integrada é importante, neste caso num meio urbano, com população maioritariamente jovem, informada e com elevado poder de compra. O estagiário não deve ter receio de perguntar e discutir eventuais dúvidas, deve ter conhecimento da sociedade que integra, das necessidades que nela vão surgindo e conseguir dar resposta às mesmas.

Considero este estágio um forte pilar do meu percurso académico tendo sido extremamente importante, pois apesar de já ter feito vários estágios extra-curriculares, foi este o primeiro contacto real com o mundo profissional. Foi também o primeiro estágio que realizei no âmbito de Farmácia Comunitária, tendo que realçar que superou as minhas expectativas pois acabei por considerar muito apelativo e estimulante o contato direto com o utente e do dia-a-dia do farmacêutico neste setor profissional.

## 7. Bibliografia

Decreto-Lei n.º 307/2007, de 31 de Agosto - Regime jurídico das farmácias de oficina.  
Disponível em:

[http://www.infarmed.pt/portal/page/portal/INFARMED/LEGISLACAO/LEGISLACAO\\_FARMACEUTICA\\_COMPILADA/TITULO\\_II/TITULO\\_II\\_CAPITULO\\_IV/022-A\\_DL\\_307\\_2007\\_6ALT.pdf](http://www.infarmed.pt/portal/page/portal/INFARMED/LEGISLACAO/LEGISLACAO_FARMACEUTICA_COMPILADA/TITULO_II/TITULO_II_CAPITULO_IV/022-A_DL_307_2007_6ALT.pdf). Acedido a 17 de agosto de 2015.

Portugal. INFARMED - Normas relativas à dispensa de medicamentos e produtos de saúde.  
Disponível em:

[http://www.infarmed.pt/portal/page/portal/INFARMED/MEDICAMENTOS\\_USO\\_HUMANO/PRESCRICAO\\_DISPENSA\\_E\\_UTILIZACAO/Normas\\_dispensa.pdf](http://www.infarmed.pt/portal/page/portal/INFARMED/MEDICAMENTOS_USO_HUMANO/PRESCRICAO_DISPENSA_E_UTILIZACAO/Normas_dispensa.pdf). Acedido a 18 de Agosto de 2015.

Portugal. Ordem dos Farmacêuticos - Boas Práticas Farmacêuticas para a farmácia comunitária (BPF). Disponível em:

[http://www.ordemfarmaceuticos.pt/xFiles/scContentDeployer\\_pt/docs/Doc3082.pdf](http://www.ordemfarmaceuticos.pt/xFiles/scContentDeployer_pt/docs/Doc3082.pdf).

Acedido a 17 de agosto de 2015.

<https://www.infarmed.pt/portal/page/portal/INFARMED>. Acedido a 17 de agosto de 2015.

<http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/assessment/assessing-community-needs-and-resources/swot-analysis/main>. Acedido a 25 de agosto de 2015.

<http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03p.php?id=2344>. Acedido a 27 de agosto de 2015.

[https://pt.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lise\\_SWOT](https://pt.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lise_SWOT). Acedido a 27 de agosto de 2015.