

EXPANSCIENCE®

L A B O R A T O I R E S

Patrícia Leonor Coelho Santarém Vitória

Relatório de Estágio em Indústria Farmacêutica

Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, orientado pela
Dr.ª Sandra Colaço Palma e apresentado à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra

Setembro 2015



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Patrícia Leonor Coelho Santarém Vitória

Relatório de Estágio em Indústria Farmacêutica

Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado Integrado em Indústria Farmacêutica, orientado pela
Dr.ª Sandra Colaço Palma e apresentado à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra

Setembro 2015



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Relatório de Estágio em Indústria Farmacêutica realizado nos Laboratórios Expanscience, sob orientação da Dr.^a Sandra Colaço Palma, no âmbito do Estágio Curricular do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra.

A Orientadora,

(Dr.^a Sandra Colaço Palma)

A Orientanda,

(Patrícia Leonor Coelho Santarém Vitória)

Eu, Patrícia Leonor Coelho Santarém Vitória, estudante do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, com o nº2009010634, declaro assumir toda a responsabilidade pelo conteúdo do Relatório de Estágio apresentado à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, no âmbito da unidade curricular de Estágio Curricular.

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

Coimbra, 1 de Setembro de 2015

(Patrícia Leonor Coelho Santarém Vitória)

Agradecimentos

Os meus agradecimentos a toda a equipa dos Laboratórios Expanscience e um agradecimento especial à Dr.^a Sandra Palma pela integração, simpatia, ensinamentos e orientação.

Um agradecimento enorme à minha família, pois sem ela nada teria sido possível. Obrigada pelo apoio constante e por estarem sempre presentes em todas as etapas da minha vida.

Aos amigos que me acompanham desde sempre.

Ao Luís, pelos bons momentos e pelo apoio constante.

Aos meus colegas e amigos da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra por todos os momentos passados e por toda a partilha.

Aos Professores da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra pelos ensinamentos e oportunidades.

Índice

Abreviaturas	1
1. Introdução	2
2. Análise SWOT	3
2.1 <i>Strengths</i> (Pontos Fortes)	3
2.2 <i>Weakness</i> (Pontos Fracos).....	9
2.3. <i>Opportunities</i> (Oportunidades).....	10
2.4 <i>Threats</i> (Ameaças).....	12
3. Conclusão	13
Bibliografia	14
Anexos	15
Anexo 1 – Formação para enfermeiras num hospital.	15
Anexo 2 – Técnicas de <i>Merchandising</i>	16
Anexo 3 – Relatório da Visita Médica à consulta do viajante	17

Abreviaturas

BPR – *Biocidal Product Regulation* (Regulamento de Produtos Biocidas)

DIM – Delegado de Informação Médica

DM – Dispositivo Médico

EVEILS - *EValuation of Early Infant Life: the Skin*

GMS – *Grandes et Moyennes Surfaces*

IF – Indústria Farmacêutica

KOL – *Key Opinion Leaders*

LE – Laboratórios Expanscience

MICF – Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas

PALOP – Países Africados de Língua Oficial Portuguesa

PAO – *Period After Opening* (Período Após Abertura)

PCHC – Produto Cosmético e de Higiene Corporal

SWOT – *Strengths, Weakness, Opportunities, Threats* (Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças)

I. Introdução

Os Laboratórios Expanscience (LE) são uma empresa francesa de raiz familiar, criados em 1950. Os seus campos de intervenção são a dermatologia, a reumatologia, a dermocosmética e a cosmetologia, atuando em prol da saúde e bem-estar dos doentes e consumidores¹. A casa mãe situa-se em Épernon, França, e é este o local onde são realizadas atividades de produção e investigação da empresa. Atualmente, a empresa conta com 13 filiais². A filial portuguesa foi criada em 1979 e está situada em Lisboa, sendo este o local de realização do meu estágio¹.

Em Portugal, os LE comercializam as suas marcas, Mustela e Noviderm, e distribuem marcas dos Laboratórios Aseptia (Akileine e Ecrinal) e do Grupo Bateau (Physiodose, Parasiodose, A-cerumen, Optisérum, P'tit Boo e, recentemente, Moustiodose e Le Comptoir du Bain).

O estágio nos LE teve uma duração de 371 horas. Contactei com áreas como Assuntos Regulamentares, Vigilância, Marketing Farmacêutico, tendo também tido a oportunidade de contactar com a área logística, sentindo por isso toda a envolvência de uma filial de uma Indústria Farmacêutica (IF).

O presente relatório diz respeito a uma análise SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) dos LE, do meu estágio e do curso de Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas (MICF).

2. Análise SWOT

2.1 Strengths (Pontos Fortes)

Os LE nasceram em 1950, fruto da junção dos conhecimentos do industrial, Paul Berthomé, e do farmacêutico, Claude Guillon. Hoje quem lidera o grupo é Jean Paul Berthomé, filho de Paul Berthomé, sendo assim uma empresa familiar, mostrando por isso seriedade e compromisso para com os consumidores¹.

Os LE são *expertise* na pele do recém-nascido e da criança. Em 1950 lançaram o primeiro leite de toilette Mustela, que marcou a criação da atividade dermocosmética e, desde então, têm realizado estudos acerca da pele do recém-nascido e da criança e desenvolvido produtos adequados para a mesma¹.

O centro de investigação dos LE desenvolveu o programa EVEILS (*EValuation of Early Infant Life: the Skin*), programa de investigação acerca da pele do bebé desde o seu nascimento até aos primeiros anos de idade, cuja área era até ao momento relativamente desconhecida e pouco explorada pela comunidade científica, o que constitui um ponto forte da empresa e que lhe confere vantagem em relação aos concorrentes. É através dos seus estudos que os LE têm feito descobertas importantes, que por sua vez reforçam a posição de especialista dos LE em dermatologia da pele do bebé⁴.

A empresa cria e fabrica há mais de 60 anos os produtos Mustela Bebê, a marca líder de mercado em Portugal. Ao lado da Mustela Bebê nasceram as linhas Mustela 9 Meses, Mustela Solares e Mustela Dermo-Pediatria que constituem um meio de crescimento para a marca e, por conseguinte, para os LE.

Os LE têm uma nova linha de produtos da Mustela com comercialização prevista para breve, denominada Mustela Maternidade. É através do lançamento contínuo de novos produtos que as empresas conseguem vantagens em relação aos seus concorrentes. A atual aposta em melhorar o *packaging* dos produtos e algumas fórmulas dos mesmos também confere vantagem competitiva à empresa.

Há uma grande proximidade dos LE com *Key Opinion Leaders* (KOL) e *stakeholders* da IF, através da realização de formações em hospitais, centros de saúde e farmácias e da realização de visitas regulares aos diversos intervenientes por profissionais qualificados.

Existe uma preocupação constante por parte da direção técnica dos LE quer em manter os profissionais que intervêm nas formações e visitas devidamente formados, quer em dar apoio aos mesmos sempre que necessário.

Há uma forte aposta dos LE em estratégias de venda (promoções 1=2, oferta de brindes na compra de determinados produtos, 50% de desconto na segunda embalagem, entre outras),

de forma a escoar produtos mais rapidamente, aumentar o número de vendas e/ou haver um retorno do investimento mais rápido. Atualmente, estas estratégias são uma mais-valia para a empresa, sendo determinantes no sucesso das vendas.

É feito um forte investimento na divulgação das marcas, produtos e campanhas a decorrer nos pontos de venda. A publicidade no ponto de venda é um fator com elevada influência no comportamento do consumidor, quer na intenção de compra dos produtos, quer na notoriedade e recordação das marcas e, por isso, inovar e apostar na publicidade nestes locais é uma mais-valia para a empresa. Também é feita divulgação das marcas e produtos através de cartazes publicitários de rua.

Ainda neste âmbito, os LE e as suas marcas (Mustela e Noviderm) possuem uma página de *Facebook*, bem como as marcas que os LE representam e distribuem em Portugal (Akileine, Ecrinal, Le Comptoir du Bain, Physiodose, entre outras), que mais uma vez divulgam os LE e as marcas, incrementando o seu reconhecimento e notoriedade. É de salientar que há uma preocupação permanente em manter estas páginas atualizadas, não deixando que caiam no esquecimento.

Os LE fornecem amostras aos consumidores que as solicitam, via *e-mail* ou via página do *Facebook*, e estão sempre disponíveis para responder a dúvidas e questões por eles colocadas. Estas medidas também são consideradas pontos fortes, uma vez que de maneira geral enaltecem o bom nome dos LE.

Atualmente, os LE possuem 13 filiais (Austrália, Bélgica, Brasil, Canadá, Espanha, Estados Unidos da América, França, Itália, México, Portugal, Polónia, Suíça e Turquia) e 84 países distribuidores, que são responsáveis pela comercialização, promoção e difusão nesses países. Para além disso, os LE estão presentes no estrangeiro graças a parcerias. Esta atividade internacional constitui uma verdadeira alavanca de crescimento para os LE, pois atualmente representa 46,1% do volume de negócios dos LE².

A expansão comercial com potencial crescimento noutros mercados, como os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP), são uma atual aposta dos LE, possibilitando-os de crescer ainda mais.

Ao nível dos recursos humanos, a equipa da filial portuguesa dos LE é multidisciplinar, sendo constituída por farmacêuticos, *merchandisers*, delegados de informação médica (DIM), gestores, operadores logísticos, economistas, contabilistas, entre outros, hierarquizada de acordo com a figura I. Trata-se de uma equipa jovem e hospitaleira, facilitando a minha integração na equipa e proporcionando um bom ambiente de trabalho. Isto aliado ao facto

de na empresa ser privilegiado um trabalho em equipa entre os diversos departamentos, contribui para o bom funcionamento da empresa.

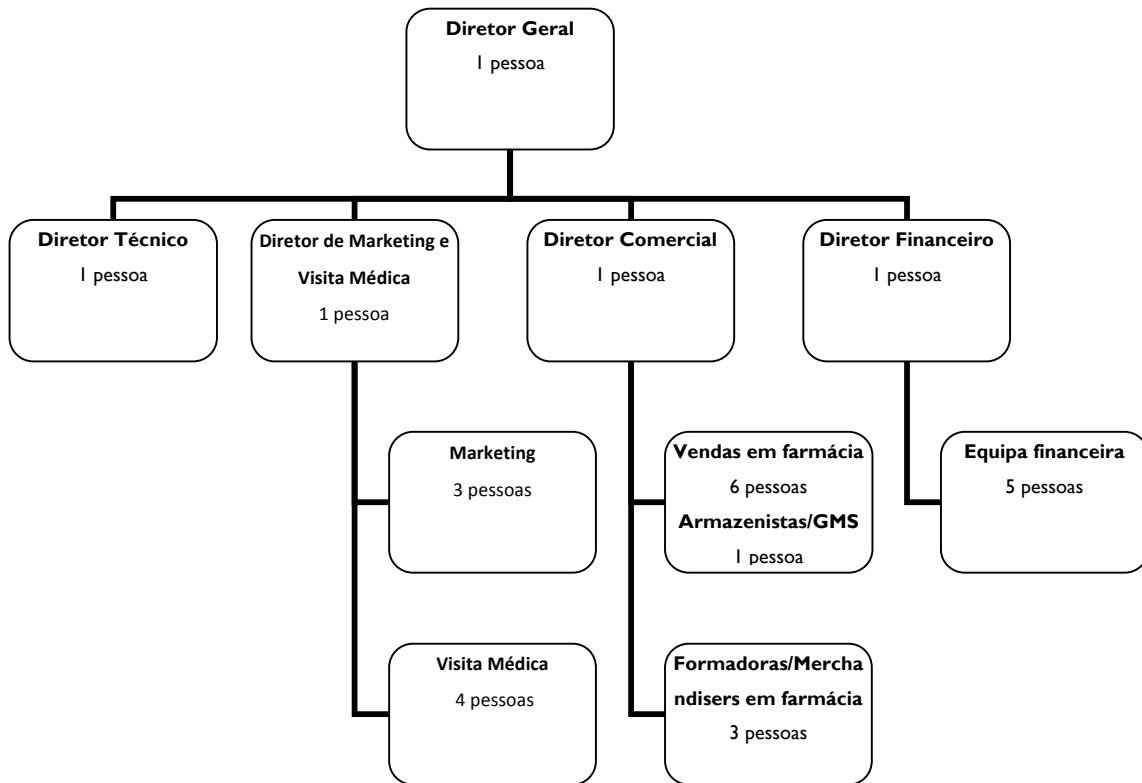


Figura I – Organograma da filial portuguesa dos LE.

Durante todo o período de estágio fui a única estagiária nos LE, reconhecendo como exemplar o acompanhamento que me foi dado durante o mesmo, tanto ao nível da integração, como da orientação e formação.

Considero um ponto forte do estágio o facto de ter sido um estágio multidisciplinar, permitindo-me tomar contacto com várias áreas da empresa, nomeadamente assuntos regulamentares, vigilância, marketing e logística.

O reconhecimento e a percepção da responsabilidade na libertação de lotes de dispositivos médicos (DM) e medicamentos foram um ponto forte do estágio. Também o contacto com os procedimentos de introdução no mercado de Produtos Cosméticos e de Higiene Corporal (PCHC), DM e medicamentos foram uma mais-valia do estágio, permitindo adquirir novos conhecimentos e relembrar outros, adquiridos na unidade curricular “Assuntos Regulamentares do Medicamento” do MICE.

Tomei contacto com o procedimento de vigilância de PCHC e DM: ações a efetuar após a ocorrência de problemas relacionados com reações adversas com todos os PCHC e DM que a filial portuguesa comercializa em território nacional. Neste âmbito relembrei conceitos

adquiridos no MICF, como efeito indesejável, efeito indesejável grave, má utilização, entre outros. Adicionalmente, pude aperceber-me de que nem sempre as IF trabalham isoladamente na área da vigilância. Os LE trabalham em conjunto com a Clinreal, uma empresa especializada em cosmetovigilância. É ela que faz a gestão da cosmetovigilância de todos os PCHC dos LE.

Relativamente ao Marketing, foi-me permitido contactar com a elaboração de folhetos, *displays*, brochuras, entre outros materiais de Marketing e, assim, ter alguma noção de *claims* que não devem ser utilizados nestes materiais. Aqui os Assuntos Regulamentares acabam por estabelecer ligação com o Marketing, pois quem faz a validação dos materiais é a Diretora Técnica. Pude perceber toda a envolvimento do Marketing na criação de eventos, na publicidade e promoção nos pontos de venda e fora destes.

Consegui ainda reter conceitos de materiais de marketing, como *roll-up*, vinil, *display*, *folder*, brochura, entre outros.

Os LE integram um modelo de cadeia logística bem estruturado e organizado, como é apresentado na figura 2. Pude ter contacto com algumas situações que envolveram as empresas que integram esta cadeia, sobretudo com a Dilofar e a empresa responsável pela manipulação de produtos. Ainda nesta vertente, aprendi conceitos que até aqui desconhecia como *packing list*, *shrinking*, *sell-in*, *sell-out*, entre outros.

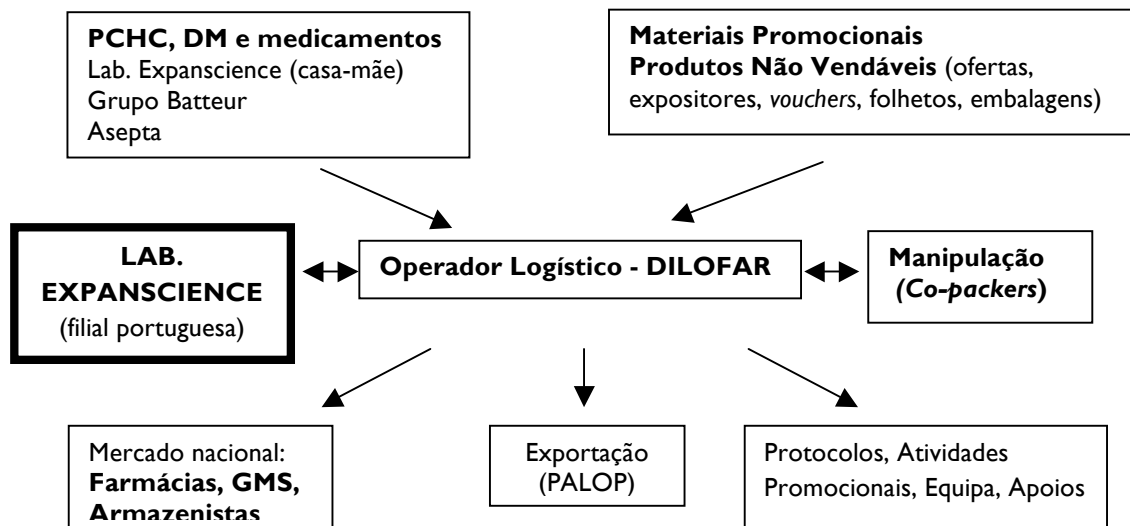


Figura 2 – Modelo de Cadeia Logística da filial portuguesa dos LE.

Ao longo do estágio desempenhei outras tarefas, como traduções da língua francesa e inglesa para a língua portuguesa, que me possibilitaram desenvolver as minhas competências

linguísticas. Essas traduções dizem respeito à adaptação dos *packagings* ao mercado nacional e a apresentações em PowerPoint da casa-mãe dos LE.

Tive a possibilidade de estar presente numa sessão de trabalho sobre Regulamento de Produtos Biocidas (BPR), cujo plano curricular incidia numa breve apresentação sobre o BPR e últimos desenvolvimentos, lista de fornecedores de substâncias ativas (artigo 95º do BPR), substâncias ativas geradas *in situ* (artigo 95º do BPR) e soluções para as empresas obterem autorização de produtos biocidas. Esta sessão permitiu-me tomar contacto com a área dos biocidas, uma área que desconhecia, sendo possível perceber aspectos inerentes à regulamentação destes produtos.

Os LE realizaram uma formação para farmacêuticos intitulada “Uma reflexão sobre o papel do farmacêutico nos cuidados podológicos e a importância da marca Akileine neste processo”, na qual colaborei na sua organização, desde a submissão da formação no site da Ordem dos Farmacêuticos para creditação, elaboração de uma base de dados com informações acerca dos participantes e nas tarefas implicadas no dia de realização da formação. Isto permitiu-me ter perceção do que implica organizar uma formação e que o espírito de equipa é fundamental para que tudo funcione corretamente. Adicionalmente, enriqueci os meus conhecimentos na área da podologia e acerca dos produtos da marca Akileine.

Presenciei uma formação na Dilofar, a operadora logística dos LE, que é realizada por norma uma vez por ano ou sempre que se considere pertinente. Esta revela-se profícua na medida em que coloca os trabalhadores da Dilofar ao corrente das novidades dos LE, de aspectos importantes a ter em conta com algum produto e/ou tarefa em particular, entre outras.

Acompanhei o trabalho de DIM e *Merchandisers* dos LE em alguns dias no período do estágio, permitindo assim tomar contacto com outras áreas da empresa. Presenciei uma formação num hospital privado cujos participantes eram enfermeiros (anexo 1), com o objetivo de abordar o tema “A pele do bebé” e dar a conhecer os produtos Mustela e/ou esclarecer dúvidas acerca deles. Estive também presente numa reunião de um DIM com médicos pediatras, com o objetivo de apresentar os produtos da linha Mustela Dermo-Pediatria e um produto biocida recentemente distribuído em Portugal pelos LE, nomeadamente um repelente de insetos. Ainda com o DIM, presenciei o estabelecimento de um protocolo com uma maternidade. No que diz respeito à saída com *Merchandisers*, fiquei com uma noção geral das estratégias que se devem adotar para efeitos de persuasão, promoção e estímulo à venda de produtos ao consumidor nas farmácias (anexo 2). Apenas produtos que sejam expostos de maneira adequada e enquadrados na perspetiva geral das

farmácias é que podem vir a suscitar interesse ao consumidor, podendo representar uma venda.

Colaborei no desenvolvimento da estratégia nacional de lançamento de um produto biocida no mercado nacional, nomeadamente um repelente de insetos. Prestei auxílio na organização do projeto e integrei a equipa que realizou visitas médicas a consultas do viajante, de forma a dar a conhecer o produto a médicos.

Realizei ainda atividades como: elaboração de modelos de relatório de visita médica (anexo 3) e de relatório pós-evento a preencher pelos DIM e outros colaboradores dos LE, organização de *dossiers* de cartonagens, materiais de visita médica, materiais de publicidade e promoção no ponto de venda, elaboração de bases de dados, que contribuíram para aumentar as minhas competências de organização e os meus conhecimentos em *Excel*. Elaborei também uma apresentação em *PowerPoint* dos eventos realizados no presente ano para que depois fosse apresentada na reunião de ciclo dos LE.

Fui responsável por indicar às farmácias e outros locais de venda de produtos dos LE os prazos de validade de PCHC, sempre que solicitados. Isto porque, PCHC com uma data de durabilidade superior a 30 meses, não apresentam data de validade inscrita na rotulagem, mas sim um *Period After Opening (PAO)*.

As unidades curriculares “Assuntos Regulamentares do Medicamento” e “Farmacovigilância” do MICF foram uma mais-valia no estágio. Alguns conceitos e procedimentos destas áreas abordados no estágio não me eram desconhecidos e, por isso, facilitou-me a compreensão e realização de algumas tarefas.

2.2 Weakness (Pontos Fracos)

As instalações dos LE (filial portuguesa) têm reduzidas dimensões, revelando-se por vezes insuficientes face ao número de profissionais que trabalham nesta empresa, bem como ao material que é necessário armazenar nesse local.

Parte do escritório está disposto em *open space*, o que por vezes dificulta a concentração na realização de algumas tarefas e, por isso, é exigido um esforço acrescido para manter o foco nas tarefas a realizar.

Existe má adequação entre recursos humanos existentes e volume de trabalho, o que implica que alguns projetos não consigam ser implementados e outros não sejam implementados da forma que se gostaria. A empresa possui poucos DIM, poucos vendedores, poucos *merchandisers*, poucos farmacêuticos, entre outros, não conseguindo por isso trabalhar da melhor forma e em todos os distritos do país. Consequentemente não aumentam a notoriedade e o reconhecimento dos LE e das marcas e, por isso, não aumentam as vendas, perdendo assim a oportunidade de aumentar a receita dos LE.

Adicionalmente, um dos pontos fracos da filial portuguesa dos LE prende-se com o facto de esta não realizar formações na região centro do país. As formações realizam-se quase sempre em Lisboa, Porto e Algarve. Assim, os laboratórios concorrentes ganham posição na região centro do país face aos LE, com conseqüente perda de notoriedade e reconhecimento das marcas e produtos dos LE e do próprio laboratório.

Não existem unidades produtivas dos LE em Portugal, centrando-se a operação local na adequação dos produtos ao mercado nacional (*packaging*), formação e comercialização de produto. Considero um ponto fraco do estágio o facto de não ter contactado com a área da produção e investigação dos LE. No entanto, isto seria impossível, uma vez que a unidade de produção e o centro de investigação se localizam em França.

Durante o estágio não foi possível presenciar uma auditoria à operadora logística dos LE, a Dilofar. Esta por norma é realizada anualmente e não coincidiu com o período do estágio.

A legislação aplicável aos PCHC, DM e medicamentos é vasta e abrangente e está constantemente a sofrer alterações, pelo que exige um esforço acrescido por parte dos profissionais para se manterem atualizados.

No decorrer dos três meses de estágio, foram-me atribuídas diversas tarefas e menos responsabilidades, pois como a duração do estágio foi curta não poderia ser de outra forma. Seria necessário mais tempo para aumentar o meu desempenho e serem me atribuídas mais responsabilidades.

2.3. Opportunities (Oportunidades)

Num meio cada vez mais competitivo torna-se essencial ganhar vantagem competitiva em relação aos concorrentes. Atualmente, existem inúmeros Laboratórios de PCHC, DM e medicamentos e, portanto, adotar estratégias para sobressair torna-se fundamental.

As perspectivas de crescimento noutros mercados, como os PALOP, são uma oportunidade para os LE. A continuação do processo de internacionalização permite aos LE alargar o número de mercados em que opera. Também aumentar o número de parcerias com outras empresas para a distribuição de medicamentos/DM/PCHC pelos LE pode gerar mais receita, podendo esta ser aproveitada para investigação e desenvolvimento. De um modo geral, os LE, fruto da sua estratégia de internacionalização, estão a construir um futuro sólido a nível internacional, uma vez que se continuar a apostar e a investir nesta estratégia será uma empresa ainda mais conceituada e reconhecida.

A expansão de linhas de produtos da marca Mustela e Noviderm poderá ser pensada como oportunidade de crescimento para os LE. Com a inovação e lançamento de novidades, as marcas poderão ganhar vantagem competitiva em relação aos concorrentes.

Alargar a oferta dos LE para mais áreas, aumentando o portefólio de PCHC, DM e medicamentos poderá ser também uma oportunidade de crescimento. Atualmente, os LE incidem sobre atividades de Dermocosmética, Dermatologia, Reumatologia e ativos cosméticos, podendo explorar outras áreas.

No mercado nacional, continuar a investir na divulgação é uma boa aposta, no entanto colmatar a falta de divulgação em algumas zonas do país seria benéfico. O grande investimento em publicidade e promoção nas grandes cidades do país são sem dúvida importantes, mas com um mercado cada vez mais competitivo, torna-se pertinente investir também nos locais onde a publicidade e promoção são, neste momento, escassas.

Para uma empresa se manter viva num mercado que não é estático, é necessário obter todas as informações possíveis, tanto em relação ao segmento de atuação, como em relação às empresas que operam nele. Portanto, continuar a apostar na análise da concorrência é uma mais valia para os LE.

Proceder ao aumento dos recursos humanos da filial portuguesa dos LE seria vantajoso, possibilitando assim a implementação de novos projetos e o incremento da eficácia dos trabalhos já habitualmente realizados.

Com a comercialização de novos PCHC prevista para breve, a área de cosmetovigilância poderá ser ainda mais trabalhada.

Como colaborei no desenvolvimento da estratégia nacional de lançamento de um produto recentemente distribuído em Portugal pelos LE, terei mais facilidade de ingressar na área de *business development* da IF.

As entrevistas de emprego que presenciei e os materiais que me foram facultados sobre esta temática facilitaram-me a compreensão de aspetos importantes inerentes a uma entrevista. Futuramente, quando for a uma entrevista de estágio profissional ou de emprego, sentir-me-ei mais à vontade.

O conhecimento aprofundado que adquiri de vários produtos dos LE será no futuro uma mais-valia se exercer a profissão numa farmácia comunitária que venda estes produtos. Sentir-me-ei mais confiante no aconselhamento dos mesmos. Os conhecimentos adquiridos acerca da pele do bebé, criança e da grávida e das suas problemáticas poder-me-ão ser úteis se futuramente vier a exercer a profissão numa IF de PCHC.

2.4 Threats (Ameaças)

Atualmente, existem vários laboratórios que concorrem com os LE. Encontram-se facilmente no mercado marcas de PCHC para bebês, crianças, grávidas, adolescentes e adultos com pele oleosa e acne, que competem com as marcas dos LE. Também os DM e medicamentos que os LE distribuem em Portugal, como soro fisiológico em monodoses e champô para combater os piolhos, já se encontram no mercado com inúmeras marcas. Obviamente que quanto mais oferta houver no mercado, mais difícil é para uma empresa ser líder de mercado. Contudo, os LE analisam a concorrência de forma a estabelecer estratégias para ganhar vantagem em relação aos seus concorrentes. Faz análise dos *packagings*, análise dos ingredientes das fórmulas, entre outras análises pertinentes.

Devido à situação económica e financeira em que o país se encontra, o poder de compra é menor, o que pode ser um fator ameaçador para os laboratórios de PCHC. Adicionalmente, tem-se verificado nos últimos anos taxas de natalidade baixas em Portugal, comprometendo assim as vendas dos produtos Mustela. No entanto, os PCHC para além de terem como finalidades limpar, perfumar e modificar o aspeto das partes externas do corpo humano, dos dentes e mucosas bucais ou corrigir odores corporais, têm também como finalidades importantes protegê-los e mantê-los em bom estado e, portanto, tornam-se fundamentais na saúde e bem-estar dos consumidores.⁵ Exemplo disso são os protetores solares. Isto aliado ao facto do mercado dos PCHC ser atrativo e aliciante faz com que os consumidores não deixem de adquirir estes produtos.

Sendo a língua oficial dos LE o francês, quem não domina a língua poderá sentir algumas limitações ou dificuldades na adaptação ao estágio e realização de algumas tarefas.

A IF possui várias áreas e ao nível dos PCHC e DM a formação que o MICF faculta é escassa, logo se decidir enveredar por esta área verifico que a formação que recebi se pode revelar insuficiente. Uma vez que atualmente existem muitos laboratórios de PCHC e DM e que muitos farmacêuticos exercem a profissão nestes locais, seria vantajoso proceder à introdução de alguns conteúdos acerca destes no plano curricular do MICF, de maneira a que quem enveredar por esta área já possua alguns conhecimentos no início de carreira numa IF de PCHC e/ou DM.

3. Conclusão

A IF é uma área onde os farmacêuticos podem exercer a profissão e onde existe um leque muito diversificado de funções a desempenhar. A produção, o controlo de qualidade, a investigação, a vigilância, o marketing e os assuntos regulamentares são áreas da IF, no entanto os assuntos regulamentares são transversais a todas as outras, uma vez que muitos procedimentos passam por esta área.

O estágio em IF possibilitou-me contactar com várias áreas de uma IF e ter a experiência de trabalhar numa empresa conceituada e reconhecida a nível internacional. Contribuiu para aumentar os meus conhecimentos, sobretudo ao nível dos Assuntos Regulamentares e Vigilância. Adicionalmente, contactei com a área do Marketing, permitindo-me também adquirir alguns conhecimentos nesta área. Desenvolvi competências, como trabalhar em equipa, e alarguei horizontes no que diz respeito ao meu futuro profissional. É sempre enriquecedor ter experiências em várias áreas das Ciências Farmacêuticas, pois possibilita-nos ter uma visão mais alargada da profissão farmacêutica e das áreas da nossa preferência.

Em relação ao MICF, este é um curso que nos prepara bem para o futuro profissional, sendo que em particular as unidades curriculares “Assuntos Regulamentares do Medicamento” e “Farmacovigilância” me auxiliaram na compreensão de algumas tarefas desempenhadas durante o estágio. No que diz respeito a PCHC e DM, o MICF facultou-nos menos formação. Ainda assim, tenho consciência que ainda há muito para aprender e que há conhecimentos que só se adquirem quando se tem contacto e experiência com uma determinada área.

Considero que o estágio nos LE foi muito positivo e enriquecedor, tendo sido sem dúvida uma mais-valia para a minha formação e para o meu futuro profissional.

Bibliografia

- 1) **Laboratoires Expanscience.** [Acedido a 29 de julho de 2015]. Disponível na Internet:
<http://www.expanscience.com/pt/empresa/identidade/marcos-historicos>

- 2) **Laboratoires Expanscience.** [Acedido a 1 de agosto de 2015]. Disponível na Internet:
<http://www.expanscience.com/pt/empresa/identidade/numeros-chave>

- 3) **Laboratoires Expanscience.** [Acedido a 2 de agosto de 2015]. Disponível na Internet:
<http://www.expanscience.com/pt/empresa/internacional/actividade-internacional>

- 4) **Laboratoires Expanscience.** [Acedido a 2 de agosto de 2015], Disponível na Internet:
<http://www.expanscience.com/pt/investigacao-e-desenvolvimento/investigacao-inedita-pele-da-crianca>

- 5) **Infarmed.** [Acedido a 8 de agosto de 2015]. Disponível na Internet:
<http://www.infarmed.pt/portal/page/portal/INFARMED/COSMETICOS>

Anexos

Anexo I – Formação para enfermeiras num hospital.



Anexo 2 – Técnicas de Merchandising.



Anexo 3 – Relatório da Visita Médica à consulta do viajante

	Projeto Moustidose Relatório da Visita Médica – Consulta do Viajante
---	---

Local: _____ Data: _____

Consulta do viajante: Sim Não

Dias de consulta: _____

Dias em que recebem o Delegado: _____

Nº telefone direto: _____

Nome (s) Médico/a (s) Responsável (eis): _____

Nome (s) Enfermeiro/a (s) Responsável (eis): _____

Existe um Folheto disponível na consulta do viajante? Sim Não

Possível entregar ao utente o Folheto Moustidose: Sim Não

Quantidade disponibilizada de folhetos Moustidose: _____

Quantidade disponibilizada de Moustidose: _____

Produtos habitualmente recomendados: _____

Comentários:

Nome: _____