



RETHINKING PHARMACY

«O medicamento é parte do serviço e não o seu *driver*»

Durante o *Rethinking Pharmacy*, debateram-se várias questões inerentes à Farmácia, que é um polo de Saúde, mas também um negócio, que precisa de ser dinamizado. Assim sendo, foram discutidos temas como a importância das parcerias, as oportunidades e os desafios, a colaboração com outros profissionais e a integração no Sistema de Saúde.

O *Rethinking Pharmacy* é um fórum de discussão cujo objetivo é promover o debate sobre a Farmácia em Portugal. O evento, que decorreu em Troia, contemplou quatro mesas de debate, divididas pelos dias 28 e 29 de setembro, onde, essencialmente, se repensou a Farmácia ao nível do negócio e das parcerias, das oportunidades e dos desafios, da colaboração interprofissional e, por fim, da sua integração no Sistema de Saúde.

Negócio e parcerias

Moderada por João Silveira, farmacêutico da Farmácia Silveira, a primeira mesa deste fórum – intitulada “*Rethinking business & partnerships: volume versus valor no negócio da farmácia*” – começou com Manuel Eanes, *executive board member* da NOS, a afirmar que «o meu setor não é sexy», ou seja, atualmente, «a utilidade não é suficiente, é necessário gerar-se entusiasmo nas pessoas. E o meu setor virou-se muito para dentro», perdendo, deste modo, «uma parte significativa do seu valor».

Porém, do ponto de vista do *executive board member*, na Farmácia a realidade é bem diferente, já que «está no centro do novo ecossistema de Saúde». Neste sentido, abordou, por exemplo, «os serviços de pura conveniência que criam propostas que entusiasmas as pessoas e garantem que elas voltem». Esta «fortíssima proposta de valor que se está a criar é sexy para os indivíduos». Mas a preservação da confiança é fundamental e aqui o orador falou de *high touch offline e online*. Se bem que neste ponto alertou que «à medida que as equipas crescem é difícil manter o *high touch*». Mas é uma tendência que será necessário contrariar. Por fim, Manuel Eanes concluiu que «volume e valor não são incompatíveis, sendo possível fazer volume com valor». Por seu turno, Ângela Marques, gestora de categorias da Associação Nacional das Farmácias (ANF), admitiu que «o produto isolado, em algumas situações, é suficiente, mas se o seu valor for acrescentado, tem outro potencial». Falando da figura do *shopper*, a

gestora de categorias explicou que é quem tem poder de compra e pode ser influenciado. No caso da Farmácia, o *shopper* «vai lá porque tem confiança no aconselhamento farmacêutico». Quanto ao projeto de gestão de categorias da ANF, este tem como base, de acordo com Ângela Marques, por exemplo, «identificar as categorias que têm potencialidade para cada farmácia, as fragilidades a esbater e a adaptação do layout às necessidades do *shopper*». Quanto à questão volume *versus* valor? A gestora de categorias respondeu que «depende de uma estratégia que deve ser adaptada por categoria de acordo com a envolvente em que a Farmácia se insere, a procura, etc.». Já Mário Madeira, *general manager* da Teva Portugal, garantiu que «se pode combinar valor e volume», mas é «fundamental as farmácias decidirem que marcas querem trabalhar junto do seu público». E João Paulo Sotana, diretor geral da GSK Consumer Health, defendeu que a visão deve passar pela



gestão de categorias e pela procura de soluções que tragam valor e volume».

Contudo, o importante continua a ser nunca perder a confiança que os cidadãos depositam nas farmácias, dado que «se a Farmácia perder a confiança dos utentes há o risco de perder negócio e de massificação», alertou José Redondo, diretor geral da Bial.

Oportunidades e desafios

As farmácias têm trabalhado, sem dúvida, no sentido de manter essa confiança e prova disso é que «continuamos a ser a estrutura de maior proximidade aos portugueses e mais de 85% destes esperam que continuemos a apoiá-los na sua medicação crónica», especificou Ana Paula Martins, bastonária da Ordem dos Farmacêuticos (OF), durante a segunda mesa do fórum: *“Rethinking opportunities & challenges - oportunidades da intervenção farmacêutica”*, moderada por Diogo Gouveia, presidente da Associação dos Distribuidores Farmacêuticos (ADIFA).

A responsável salientou que «a rede de farmácias tem uma situação ótima para aumentar a literacia dos cidadãos e desenvolver mecanismos de emergência de Saúde Pública». Não obstante, apesar destas circunstâncias, tem havido dificuldades em desenvolver programas: «quantas vezes já fomos chamados a agir na diabetes, mas tudo se esfuma?», questionou a bastonária. Deste modo, «continuamos a ter políticas públicas que não têm em atenção os farmacêuticos», rematou.

No entanto, de acordo com Ana

Paula Martins, «nada impede Portugal de avançar com serviços farmacêuticos coparticipados pelo Estado e prescritos pelos médicos». Sendo necessário fazer «a transição do produto para o serviço».

Mas sem nunca perder o foco de que «o doente está no centro», sublinhou Cristina Campos, *general manager* da Novartis Portugal, explicando que «temos de nos colocar não como o técnico do medicamento, mas como o técnico do utente». E, assim sendo, «em vez de sermos reativos, temos de ter a atitude proactiva de ir procurar o utente onde ele está e ir ao encontro das suas necessidades». E se o foco for, então, «nos ganhos em Saúde, o negócio vai ganhar com isso: o medicamento é parte do serviço e não o seu *driver*», concluiu a *general manager*.

Colaboração Interpessoal

Em Paulino, da Direção Nacional e presidente da Secção Regional do Sul e Regiões Autónomas da OF e moderadora da terceira mesa do evento, intitulada *“Rethinking inter-professional collaboration - integração dos diferentes profissionais de saúde na farmácia”*, reforçou a ideia de «complementar a terapêutica medicamentosa com serviços, nomeadamente de outras áreas, em que o farmacêutico não tendo conhecimentos aprofundados se associa a outros profissionais».

Mas para se falar de serviços, é necessário recuar dez anos, até 2007, e atentarmos ao decreto-lei nº 307/2007, que «abriu a porta para que a Farmácia pudesse legalmente prestar um conjunto de serviços», lembrou Hélder Mota

Refletir a dinamização do negócio

«Esta segunda edição do *Rethinking Pharmacy* ultrapassou as expectativas porque queríamos ultrapassar as 450 pessoas e tivemos 548», contou Paula Costa, da organização, à FARMÁCIA DISTRIBUIÇÃO, acrescentando que «pareceu-me que este ano houve um maior envolvimento da parte dos participantes, já que questionaram e debateram mais». Quanto ao objetivo deste fórum, Paula Costa explicou que «aquilo que pretendemos é que as pessoas reflitam como dinamizar o seu negócio e este ano concentramo-nos muito na resposta às principais oportunidades que a Farmácia tem». Por outro lado, também se procurou abordar como «valorizar a farmácia no seu todo, aumentando as competências de toda uma equipa multidisciplinar».

Mas o *Rethinking Pharmacy* não se esgota numa reunião anual, daí a criação do PharmaShare, «uma plataforma de farmacêuticos para farmacêuticos, cuja finalidade é debater as questões do momento e poder-se esclarecer questões legislativas, etc.». No entanto, o PharmaShare também vai possibilitar a preparação, «graças ao *feedback* dos farmacêuticos e das farmácias (porque também é aberto aos técnicos de farmácia), do *Rethinking Pharmacy* do próximo ano», concluiu Paula Costa. 🌱



Filipe, professor da Faculdade de Farmácia da Universidade de Lisboa. O problema, segundo o farmacêutico, é que «nunca se delimitou o que é adequado fazer nas farmácias dentro destes “sacos”». Regressando aos dias de hoje, o professor defendeu que a «articulação com o Serviço Nacional de Saúde (SNS) é outro passo que temos de nos esforçar para acontecer».

E olhando para o futuro, mais propriamente para a Farmácia do futuro, Hélder Mota Filipe salvaguardou a importância dos cuidados farmacêuticos e dos cuidados não farmacêuticos, mas complementares. Porém, «o doente tem de ter a garantia de que a qualidade está assegurada», sublinhou.

Hélder Mota Filipe defendeu que a «articulação com o Serviço Nacional de Saúde é outro passo que nos temos de esforçar para acontecer»

RETHINKING PHARMACY

Oportunidades da intervenção farmacêutica

João Paulo Cruz, da Administração Central do Sistema de Saúde (ACSS), abordou durante a sua intervenção, o acordo estabelecido ente «os ministérios das Finanças e Saúde e a ANF, que trouxe um novo quadro». Este acordo visa as farmácias devido à «qualificação profissional dos seus profissionais, à proximidade, à acessibilidade, à capacitação tecnológica e à confiança». Sendo que em cima da mesa estão, segundo João Paulo Cruz, «novos modelos remuneratórios, a prestação de serviços, a partilha de ganhos entre utente, Estado e Farmácia, o regime de incentivos com partilha de risco (dispensa de medicamentos genéricos mais baratos) e a dispensa de medicamentos hospitalares». O elemento da ACSS salientou ainda a importância da monitorização e da avaliação periódica dos resultados.

Já Humberto Martins, diretor da área profissional da ANF, especificou as oportunidades da intervenção farmacêutica. No respeitante ao medicamento, indicou «a dispensa diferenciada, a vacinação, a renovação da terapêutica crónica, a preparação individualizada, a adesão à terapêutica e a reconciliação da terapêutica». Quanto aos serviços farmacêuticos e cuidados de saúde, Humberto Martins apontou «os serviços de assistência farmacêutica, o encaminhamento de doentes, os serviços em Saúde Pública, a prevenção e minimização de riscos, a partilha de dados em saúde e serviços de saúde e bem-estar».

Para a farmacêutica Mariana Vasques, é realmente importante «ter outros profissionais na farmácia», sendo que, como desafios que esta realidade acarreta, apontou: «a sustentabilidade económica, a regulamentação que tem de existir e o smart data (recolher e utilizar a informação de forma estruturada para conhecer os nossos clientes)». A farmacêutica alertou ainda para a importância de nas equipas multidisciplinares, «estes profissionais não devem ficar à margem como elementos externos».

Esta mesa contou ainda com as intervenções da nutricionista Rita Pinheiro e da enfermeira Joana Ferreira, que reforçaram a importância e as mais-valias (designadamente para os utentes) da cooperação interprofissional nas farmácias.

Integração no Sistema de Saúde

A última mesa deste fórum de discussão, moderada por Paulo Cleto Duarte, presidente da ANF, teve como título "Rethinking pharmacy in NHS - integração da farmácia no sistema de saúde".

Sofia de Oliveira Martins, vogal do Conselho Diretivo da Autoridade Nacional do Medicamento e

Produtos de Saúde (INFARMED), defendeu que «o SNS só é sustentável se houver a participação de todos os intervenientes». No que às farmácias diz respeito, o elemento da autoridade reguladora falou mesmo em parceria com o SNS, através da «modernização, da criação de novos serviços e da aposta na inovação, mas sempre com o foco no doente».

Eugénia Madureira, diretora clínica da ULS do Nordeste, abordou, o SAFE, explicando que é um projeto-piloto «colaborativo entre médicos e farmacêuticos com vista a melhorar o acesso aos medicamentos em situação de urgência». A farmacêutica Rita Domingues, da Farmácia de Vinhais, explicou ainda que é «um sistema complementar ao que já existe (atual regime de turnos de serviços das farmácias)».

Por fim, Eduardo Consiglieri Pedroso, CEO da Medis, destacando que «o caminho das parcerias é o futuro», afirmou que «estamos dispostos a financiar. A doença está dentro da carteira das seguradoras, mas se não tivermos estruturas que nos ajudem a monitorizar o acompanhamento da doença teremos problemas». Daí

Produtos de Saúde e bem-estar estão a ganhar cada vez mais espaço

Os «produtos de saúde e bem-estar estão a ser o *driver* de crescimento das farmácias», salientou João Silveira.

Neste sentido, Celine Bouillet, diretora geral da Pierre Fabre Portugal, mencionou que «os nossos produtos são fabricados com o mesmo cuidado que um medicamento, o que traz segurança para o consumidor e valor». De tal modo que, «comunicamos bem este valor através da formação do farmacêutico, experiência de compra e investimento no ponto de venda e digitalização», revelou a responsável, que salvaguardou ainda que «o foco no preço é perigoso porque desvia o olhar do serviço».

Quanto ao digital, Manuel Eanes apontou que tem um «potencial muito grande», sendo que o orador acredita que «transformar a logística da confiança para o canal digital é compatível».

João Silveira alertou ainda, no âmbito das tecnologias digitais, que «a nossa maior ameaça é a Amazon e o Alibaba e temos de estar neste canal. Eu estou através da plataforma da Associação, onde tenho três a quatro compras mensais, não me dá dinheiro, mas tenho de estar presente e preparado porque vai crescer».





**Rethinking
Pharmacy**

«O medicamento é parte do serviço e não o seu *driver*»