

GESTÃO EM DROGARIA DE PEQUENO PORTE

Lorrana Santos de Lima¹
Leonardo Guimarães de Andrade²

RESUMO: Uma drogaria de pequeno porte pode ser visto como um negócio que comercializa e administra medicamentos e produtos de saúde, com um espaço físico e equipe reduzida. A gestão de uma drogaria de pequeno porte pode apresentar desafios específicos, como por exemplo: o controle rigoroso de estoque e as compras estratégicas. Além disso, o atendimento ao cliente pode ser um diferencial importante para o sucesso do negócio. Conta também com um farmacêutico gestor que pode ser definido como um profissional que valoriza tanto o aspecto técnico quanto o humano, dividindo seu tempo entre gerenciar o negócio e se manter atualizado sobre as inovações na área, sem perder o foco no paciente e se preocupa em selecionar as pessoas certas para sua equipe, buscando indivíduos honestos, simpáticos, alinhados com a empresa e genuinamente interessados em servir ao cliente.

Palavras-chave: Farmacêutico. Drogaria. Gestão. Desafios.

ABSTRACT: A small drugstore can be seen as a business that sells and manages medicines and health products, with a small physical space and staff. Managing a small drugstore can present specific challenges, such as strict inventory control and strategic purchases. In addition, customer service can be an important differentiator for business success. It also has a manager pharmacist who can be defined as a professional who values both the technical and the human aspects, dividing his time between managing the business and keeping up to date on innovations in the area, without losing focus on the patient and is concerned with select the right people for your team, looking for individuals who are honest, friendly, aligned with the company and genuinely interested in serving the customer.

Keywords: Pharmacist. Drugstore. Management. Challenges.

INTRODUÇÃO

O mercado farmacêutico brasileiro tem apresentado resultados significativos nos últimos anos ele cresceu cerca de 10% em 2019, o que foi considerado o melhor

¹ Graduanda do curso de farmácia da Universidade Iguazu- UNIG.

² Orientador. Universidade Iguazu- UNIG.

desempenho dos últimos cinco anos. Esse crescimento é um indicativo positivo e mostra o potencial e a promessa desse mercado. No entanto, apesar desse crescimento e das oportunidades que ele traz os gestores de empresas farmacêuticas ainda enfrentam uma série de desafios. O texto menciona alguns desses desafios, como o aumento da concorrência e a exigência crescente dos consumidores.

O aumento da concorrência no mercado farmacêutico pode ser atribuído a diversos fatores, como a entrada de novos concorrentes, a expansão de redes de farmácias e drogarias, e a própria demanda do mercado, que impulsiona o surgimento de novas empresas e produtos. Isso exige que os gestores sejam cada vez mais estratégicos e inovadores para se destacarem e garantirem o sucesso de suas empresas.

Além disso, os consumidores estão se tornando mais seletivos e exigentes em relação aos produtos farmacêuticos. Com o acesso à informação e o aumento da conscientização sobre saúde, as pessoas estão buscando produtos de qualidade, eficazes e com bom custo-benefício. Isso demanda que as empresas farmacêuticas invistam em pesquisa e desenvolvimento, em garantia de qualidade e em estratégias de marketing para conquistar e fidelizar os consumidores. No geral, apesar do crescimento promissor do mercado farmacêutico brasileiro nos últimos anos, os gestores enfrentam desafios para aproveitar as oportunidades e se destacar em um mercado cada vez mais competitivo e exigente. É necessário estar atento às tendências do mercado, investir em inovação e qualidade, e buscar parcerias estratégicas para garantir o sucesso em longo prazo.

Com todo esse crescimento o setor farmacêutico é considerado essencial para a economia do país, e seu crescimento representa oportunidades tanto para grandes redes de varejo farmacêutico quanto para as pequenas farmácias independentes.

No entanto, como mencionado anteriormente, as pequenas empresas enfrentam desafios na consolidação do mercado, devido à competição das grandes redes. Para se manter competitivas, as pequenas farmácias podem buscar programar as estratégias mencionadas anteriormente, visando oferecer um diferencial aos clientes e adaptar-se às mudanças do mercado. Acompanhar as tendências do setor, investir em capacitação e treinamento da equipe, bem como buscar parcerias estratégicas, também podem contribuir para a sobrevivência e o sucesso dessas empresas.

De fato, a área de gestão é ampla e oferece oportunidades para profissionais de diversas áreas, incluindo a farmácia. O papel do farmacêutico na gestão está relacionado à administração e coordenação das atividades em um estabelecimento farmacêutico, com o objetivo de alcançar os melhores resultados tanto na área clínica quanto na área de negócios. O campo de atuação do farmacêutico em atividades de gestão é bastante diversificado e abrange várias áreas.

A Resolução CFF 572, emitida pelo Conselho Federal de Farmácia do Brasil, menciona diversas áreas em que os farmacêuticos podem exercer atividades de gestão, a Resolução CFF 572 também destaca outras oportunidades de gestão para farmacêuticos, como assuntos regulatórios, auditoria em saúde, avaliação de tecnologia em saúde, garantia da qualidade, gestão ambiental, gestão da assistência farmacêutica, gestão da qualidade, gestão de risco hospitalar e gestão e controle de laboratório clínico. (CRF-RS, 2022)

O Conselho Federal de Farmácia vem aprovando e modificando algumas leis e RDCs com o intuito de valorizar o profissional farmacêutico e o avanço da profissão farmacêutica. Assim como conseguir evolução na indústria farmacêutica (farmácias e drogarias). A RDC 44/09 Art. 1º Esta Resolução estabelece os critérios e condições mínimas para o cumprimento das Boas Práticas Farmacêuticas para o controle sanitário do funcionamento, da dispensação e da comercialização de produtos e da prestação de serviços farmacêuticos em farmácias e drogarias.

OBJETIVO GERAL:

Dispensação de forma humanizada de produtos em condições que possam minimizar os riscos do uso dos medicamentos e que permitam a avaliação dos resultados clínicos, podendo assim, reduzir os riscos associados aos mesmos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Descrever sobre uma boa gestão farmacêutica em drogarias.
2. Relatar sobre o marketing em farmácias comerciais.
3. Dispor sobre o exercício e a fiscalização das atividades farmacêuticas.

4. Comentar sobre a importância da atenção farmacêutica em drogarias.

METODOLOGIA

O presente trabalho apresentado trata-se de uma revisão de literatura sobre gestão de drogaria de pequeno porte, com ênfase nos resultados positivos do gestor farmacêutico e esclarecendo a importância do mesmo. O tipo de estudo utilizado na presente pesquisa foi a bibliográfica, sendo compreendida através de levantamento de dados de artigos científicos, monografias, revistas, teses, leis e livros publicados, com o objetivo de exemplificar a importância da gestão de drogarias de pequeno porte. (2018 à 2023)

JUSTIFICATIVA

Nesse sentido, para estruturação desse trabalho foi realizada uma revisão baseada em evidências, no qual o material de apoio originou-se de bases de dados como SciELO, Google acadêmico, ABRAFARMA, CRF (Conselho Regional de Farmácia), ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária, ICTQ. Esses artigos foram incluídos pelo título, sendo selecionados posteriormente pela leitura dos resumos e por fim pela leitura na íntegra. Os devidos critérios para a indicação dos artigos foram definidos pela qualidade metodológica dos mesmos.

DESENVOLVIMENTO

Descrever sobre uma boa gestão farmacêutica em drogarias

Perante o cenário de crescimento iminente das grandes redes, destacam-se a qualidade da gestão de drogarias de pequeno porte é um elemento imprescindível para que essas microempresas enfrentem os desafios e se organizem financeiramente, viabilizando não só sua permanência no mercado, como também seu crescimento e poder. Assim, a gestão é um elemento indispensável para todo tipo de atividade comercial, sendo que o gestor, neste segmento, deve levar em consideração à ética e a saúde da população, aliada à sobrevivência da empresa. (Souza *et al.*, 2021).

Conforme pode ser visto no (Quadro 1). Existem sete campos estratégicos que descrevem sobre uma boa gestão para redes de pequeno porte.

Gestão de estoques	Pequenas drogarias encontram dificuldades para manter grandes estoques; nas redes, a ruptura é próxima de zero.
Poder de compra	Redes geralmente usam seus próprios centros de distribuição. Pequenas se associam para obterem o mesmo poder.
Mix de produtos	Redes avançam, para o modelo <i>drugstore</i> no conceito <i>one-stop shop</i> . As pequenas aos poucos inserem mais variedade de produtos de higiene e beleza.
Captura de vendas	Serviço farmacêutico gera vendas e fidelização em ambas. Mas vender na notinha ou fiado é uma exclusividade das pequenas.
Marketing	Redes possuem poder financeiro para propagandas na TV, rádio, jornal e plataformas digitais, enquanto as pequenas estão apostando essencialmente nas mídias digitais como ferramenta de comunicação das suas promoções e relacionamento com os clientes.
Gestão financeira	Pequenas farmácias independentes ainda desconhecem a importância da separação da vida financeira da empresa do bolso do proprietário, sofrendo com a ausência de formação específica para a gestão de negócios. As grandes redes, com os melhores executivos do mercado financeiro, estão abrindo capital na bolsa e maximizando sua rentabilidade.
Recursos humanos	É cada vez mais desafiador, para a grande rede, contratar farmacêuticos. Criticadas amplamente pelos profissionais que passam por elas, os farmacêuticos preferem pequenas redes de associações, ou ainda farmácias independentes, por não terem abusos relacionados à jornada de até oito horas em pé (sem direito a assento), escalas exaustivas, pressão para vender vitaminas, acúmulo de função, dentre outras queixas.

Fonte: Adpatado pelo autor; 2023.

Relatar sobre o marketing em farmácias comerciais

O Marketing é um processo social de identificar as necessidades de um determinado grupo de pessoas e, assim, encontrar maneiras de satisfazê-las, ele é usado para identificar produtos ou serviços nos quais os consumidores possam estar interessados e, em seguida, planejar uma estratégia de vendas para o desenvolvimento do negócio. (SILVA; SILVA; OLIVEIRA, *et al*; 2021).

O conceito do marketing é amplo, e abrangem as necessidades dos clientes, o objetivo do marketing é atender as demandas dos consumidores; através de produtos que são uma forma de atender a essa necessidade e alcançar a satisfação. (SILVA; SILVA; OLIVEIRA, *et al*; 2021).

Se alguns anos atrás a farmácia era frequentada somente para a compra de medicamentos, nos dias atuais ela vai, além disso. A concorrência existente faz com que as marcas criem estratégias de marketing para se diferenciarem umas das outras, isso ocorrem por meio de promoções, descontos, programas de fidelidade entre outras medidas. Abaixo na tabela 1, podemos verificar algumas estratégias de marketing utilizadas pelos gestores. (BARROS, *et al*; 2019).

Tabela 1: Demonstração das ferramentas do marketing de relacionamento utilizadas pelos gestores.

DROGARIAS	FERRAMENTAS UTILIZADA PELOS GESTORES				
	Banco de Dados	Telefone Celular (WhatsApp)	Facebook	Site	E-mail
A	X	X	X	-	-
B	X	X	X	-	-
C	X	X	X	Em construção	-
D	X	X	X	-	-
E	X	X	X	-	-

Fonte: Adaptado pelo autor; 2023.

Disponibilidade sobre o exercício e a fiscalização das atividades farmacêuticas

A presença do profissional farmacêutico é essencial para que os pacientes tenham acesso a informações sobre medicamentos e somente esse profissional pode executar os serviços farmacêuticos dentro de farmácias ou drogarias uma vez que possui conhecimento técnico científico que assegura a eficácia e a segurança do uso do medicamento, (Monteiro *et al.*,(2021).

Com Relação o exercício e a fiscalização, Conforme previsto na Lei nº 13.021 de 08 de agosto de 2014.

Parágrafo único. As farmácias serão classificadas segundo sua natureza como

I - Farmácia sem manipulação ou drogaria: estabelecimento de dispensação e comércio de drogas, medicamentos, insumos farmacêuticos e correlatos em suas embalagens originais;

II - Farmácia com manipulação: estabelecimento de manipulação de fórmulas magistrais e oficinais, de comércio de drogas, medicamentos, insumos farmacêuticos e correlatos, compreendendo o de dispensação e o de atendimento privativo de unidade hospitalar ou de qualquer outra equivalente de assistência médica.

Art. 6º Para o funcionamento das farmácias de qualquer natureza exigem-se a autorização e o licenciamento da autoridade competente, além das seguintes condições:

I - Ter a presença de farmacêutico durante todo o horário de funcionamento;

II - Ter localização conveniente, sob o aspecto sanitário;

Das Responsabilidades

Art. 10. O farmacêutico e o proprietário dos estabelecimentos farmacêuticos agirão sempre solidariamente, realizando todos os esforços para promover o uso racional de medicamentos.

Art. 11. O proprietário da farmácia não poderá desautorizar ou desconsiderar as orientações técnicas emitidas pelo farmacêutico.

Parágrafo único. É responsabilidade de o estabelecimento farmacêutico fornecer condições adequadas ao perfeito desenvolvimento das atividades profissionais do farmacêutico.

3861

Comentar sobre a importância da atenção farmacêutica em drogarias

Conforme a gestão, o profissional pode escolher em atuar como gestor em farmácias e drogarias, assim o farmacêutico irá administrar planejar, coordenar, controlar, avaliar e organizar as atividades, exercendo a liderança rumo à obtenção dos melhores resultados nas instituições ou serviços sob sua gerência. (CFF, *et al.*, 2020,).

Além disso, o farmacêutico tem como responsabilidade desenvolver seu papel perante a sociedade, proporcionando uma melhor qualidade de vida aos pacientes, trabalhando para que não haja problemas relacionados com medicamentos que poderiam ser evitados através de uma apresentação da farmacoterapia correta ao mesmo, o qual está apto para realizar esse acompanhamento. (ALMEIDA; MIRANDA, *et al.*, 2020).

Contudo, o farmacêutico que ocupa o papel de gestor, pode contribuir de forma efetiva, através da compreensão de mercado, organização financeira, gerenciamento de custo, negociação com os fornecedores no momento da compra, para obtenção de produtos com melhores preços, bem como tomada de ações assertivas. (LEAL, *et al.*, 2018).

Na figura 1: Podemos observar a orientação farmacêutica do paciente em uma drogaria.



Fonte: Adaptado pelo autor; 2023.

CONCLUSÃO

Portanto, a gestão tem grande importância para o sucesso de um negócio, sendo um pilar para a organização financeira, permanência no mercado e competitividade.

Para as drogarias de pequeno porte, que perdem espaço para as grandes drogarias devido à deficiência na gestão, o farmacêutico gestor surge como uma estratégia na disputa mercadológica com as redes, devendo adquirir conhecimentos e vencer as lacunas deixadas pela graduação para exercer esse papel de liderança, administração, planejamento, coordenação, organização, controle e avaliação de todas as atividades desenvolvidas, possuindo sempre uma visão analítica e sistemática da empresa, e contribuindo para a obtenção de resultados corporativos positivos, sem perder seu perfil assistencialista.

Além disso, observou-se que embora essa área de gestão seja bem requerida ao farmacêutico, os estudos demonstram uma atuação ainda baixa em relação às macroatividades relacionadas ao medicamento e aos cuidados à saúde, sendo

interessante o desenvolvimento de novos estudos que demonstrem as funções que são exercidas dentro da drogaria, bem como voltados ao encorajamento para o desenvolvimento do perfil empreendedor.

Desse modo, é importante que o farmacêutico abra seu próprio negócio e aplique nele uma gestão de qualidade que viabilize sua estruturação, reforçando ainda mais sua importância para o mercado e subsistência, considerando que pequenas drogarias são conduzidas em sua maioria por proprietários leigos que centralizam tudo em sua pessoa e usam o farmacêutico, que já exerce a função de responsável técnico, como gestor apenas por uma questão de economia, sem entender a importância da qualidade de sua gestão para a estabilidade, melhora do desempenho econômico e crescimento diante desse cenário varejista cada vez competitivo.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, R. da C.; MIRANDA, C. V. de. **A importância do farmacêutico na dispensação e controle de medicamentos classificados como antimicrobianos.** Revista Saúde Multidisciplinar, v. 7, n. 1, 2020.

BARROS, Tatiana Ferrara. **As atividades de marketing no varejo farmacêutico: um estudo em farmácias independentes e redes.** Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/RDC_44_2009_COMP2.pdf/51e7ed13-3998-4082-9b8b-9e1878964761 (Atualizada em 05.05.2023).

LEAL, Elisângela dos Santos. **Gestão financeira nas empresas do setor farmacêutico em redes de farmácias e drogarias** de Pimenta Bueno - RO. 33 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado Administração) - Universidade Federal de Rondônia, Cacoal, 2018.

Monteiro, E. R., Lacerda, J. T.de, & Natal, S (2021). **Avaliação da gestão municipal na promoção do uso racional de medicamento sem municípios de médio e grande porte de Santa Catarina, Brasil.** Caderno de Saúde Pública, 37, 5, e00112920.

SANTOS, P. C.; DE CARVALHO, A. S.; ANDRADE, L. G. **AUTOMEDICAÇÃO E O USO IRRACIONAL: O PAPEL DO FARMACÊUTICO NO COMBATE A ESSAS PRÁTICAS.** Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 7, n. 10, p. 728-744, 2021.

SILVA, I.; SILVA, M. S.; OLIVEIRA, R. L. **A utilização do marketing digital pelas microempresas de Poá-SP durante a pandemia do COVID-19.** Refas - Revista Fatec Zona Sul, v. 7, n. 4, p. 36-52, 30 abr, 2021.

SOUZA, L. M. et al. **A importância da qualidade da gestão das drogarias de pequeno porte, tendo em vista o atual panorama do varejo farmacêutico.** Journal of Biology & Pharmacy and Agricultural Management, v. 17, n. 2, 2021.