



a nossa
cooprofar

49
ANOS

e muitas mais páginas
para escrever com
as Farmácias.

Mais novidades
brevemente

 **dafarmácia**
Para as farmácias.



é a escolha de quem cuida.

FICHA TÉCNICA

Administração e Propriedade

Coopprofar
Rua Pedro José Ferreira 200-210
4420-612 Gondomar
T 223 401 000
coopprofar@coopprofar.pt
www.coopprofar.pt

Direção: Hélder Mesquita

Coordenação Editorial: Natércia Moreira

Publicidade: assessoria@coopprofar.pt

Design/Paginação: Marketing Coopprofar

Distribuição: Gratuita

Publicação: Bimestral

Tiragem: 3000 ex.



É com grande satisfação que publicamos mais uma edição d'a nossa Coopprofar. Este ano tem sido marcado pelo atingimento de objetivos e superação de desafios, reafirmando o nosso compromisso com a inovação, transparência e criação de valor para todas as Farmácias.

Temos vindo a trabalhar afincadamente para otimizar processos e oferecer soluções personalizadas, à medida das necessidades das Farmácias. Implementamos serviços inovadores, como o nosso Serviço de Inteligência em Gestão de Inventário (IGI), que tem proporcionado maior eficiência e rentabilidade para os nossos clientes.

Encerramos 2023 com um volume de negócios de 438 milhões de euros, um crescimento de 5,5% em relação ao ano anterior. Este crescimento reflete a nossa capacidade de trabalhar em conjunto, ouvir e entender as necessidades das farmácias.

Estamos a investir significativamente na nossa infraestrutura logística para melhorar ainda mais a eficiência operacional e sustentar o crescimento futuro.

Continuaremos também a reforçar o compromisso com a cooperação e impacto positivo na comunidade, com iniciativas como o Coopprofar Padel Series. O primeiro torneio de Padel da Coopprofar, além de promover a prática desportiva, arrecadou fundos para o Programa abém: da Associação Dignitude, reforçando o nosso papel social.

À medida que nos aproximamos do nosso 50º aniversário, estamos mais preparados para enfrentar os desafios do futuro e continuar a crescer de forma sustentável. A ligação umbilical entre as Farmácias e a Coopprofar é a chave para o sucesso da nossa cooperativa.

Em resumo, celebramos os sucessos alcançados e renovamos nosso compromisso com as Farmácias. Juntos, continuamos a construir um futuro promissor para o setor farmacêutico.

Hélder Mesquita

À medida das necessidades das Farmácias

pela Voz de Filipe Cigarro, **Diretor Comercial da Cooprofar**

Ao longo dos anos, o meu percurso profissional tem sido uma jornada de constante aprendizagem, crescimento e dedicação no setor farmacêutico. Desde os primeiros passos como estagiário na Farmácia Mafalda, situada no Porto, até à posição atual que ocupo como Diretor Comercial da Cooprofar, as diversas experiências profissionais que abracei ao longo dos anos, retirei ilações importantes que moldaram o profissional que sou hoje em dia.

Quando, em 2021, aceitei o convite para regressar à Cooprofar enquanto Diretor Comercial assumi uma decisão de passo de carreira, não apenas pelo desafio da posição, mas também pela ligação que tenho ao sector cooperativo. A Cooprofar esteve presente na minha vida e crescimento profissional, e a oportunidade de voltar a esta casa que me acolheu durante 15 anos foi irrecusável.

(o meu percurso) Tem sido uma viagem de descobertas, superações e conquistas. Aprendi que o setor da distribuição farmacêutica é dinâmico e encontra-se em constante evolução, mas os valores fundamentais de transparência, compromisso e dedicação às necessidades das farmácias permanecem inabaláveis. Cada desafio que enfrentei moldou o meu caráter e fortaleceu a minha determinação em contribuir para um sector que desempenha um papel vital na sociedade.



A missão da Cooprofar é “Criar Valor para as Farmácias”. A defesa deste propósito leva à criação de soluções à medida das necessidades de cada Farmácia, do estreitar de relações e do sentimento de pertença de cada um.

Que grandes objetivos lhe foram traçados quando abraçou a missão de coordenar a Equipa Comercial e como os abordou?

Os meses que se seguiram após o meu regresso à Cooprofar trouxeram desafios intensos. A confiança e o compromisso das Farmácias com a Cooprofar compromete-nos a todos a trabalhar em prol de um bem maior. A missão era fortalecer a posição da Cooprofar no mercado com base em ações norteadas pelos Valores – Integridade, Excelência e Colaboração.

Resultou na implementação de modelos transparentes de condições comerciais, com a oferta de soluções à medida de cada Farmácia, que acredito serem disruptoras no setor, no redesenho de serviços existentes e no desenvolvimento de novos.

Um dos destaques desse período foi a implementação do Serviço de Inteligência em Gestão de Inventário (IGI), baseado no modelo Vendor Management Inventory - um passo inovador na gestão de stocks, que oferece maior eficiência e visibilidade aos nossos clientes. Com mais funcionalidades planeadas para o futuro, estamos constantemente à procura de formas de aprimorar o nosso serviço e aportar maior valor às farmácias.

Ser Cooperativa tem significado. Reconhecendo o impacto do modelo cooperativo na distribuição farmacêutica de serviço completo, de que forma é que isso se refletiu no desenvolvimento de serviços inovadores da cooperativa?

Na Coopprofar, a inovação é uma parte essencial do nosso ADN. Procuramos sistematicamente novas formas de garantir a melhor experiência do cliente e otimizar os nossos processos, bem como os dos nossos clientes, ao criar sinergias que criam valor acrescentado a ambos. Com a viva voz das Farmácias e o conhecimento das suas necessidades, contruímos serviços inovadores que são um reflexo deste compromisso diário, como é o caso do IGI e do Registo no Sistema Informático de Encomendas Diretas a Laboratórios.

Com o serviço de IGI, oferecemos às farmácias uma ferramenta avançada para gerir os seus inventários de forma eficiente. Esta solução é integrada com o software da farmácia e utiliza dados e análises para otimizar os níveis de stock, reduzir desperdícios e garantir que os produtos certos estejam disponíveis no momento mais adequado.

Com o Registo no Sistema Informático de Encomendas Diretas a Laboratórios, simplificamos o processo de encomendas diretas a laboratórios, agilizando as transações e melhorando a comunicação entre as partes envolvidas, o que resulta numa cadeia de abastecimento mais eficiente e uma experiência de compra mais satisfatória para as farmácias.

Reconhecemos que cada farmácia tem necessidades específicas. Por isso, disponibilizamos também modelos de faturação ajustados à proposta oferecida a cada cliente. Essa personalização garante uma visualização contabilística mais precisa e transparente para as Farmácias.

Acreditamos, ainda, na importância de oferecer conveniência e acesso fácil aos nossos produtos. Por isso, estamos abertos a clientes de serviço Multiplataforma. Permitimos que realizem pedidos através de diferentes plataformas de stock físico, com a garantia de que o stock estará disponível para atender a procura do cliente.

Mudou a abordagem comercial, mudou processo, acrescentou-se ao valor já existente com o dinamismo de uma nova Equipa. Porque é que a equipa de Gestão de Clientes Coopprofar é diferente? Como é que acrescenta valor?

Acredo que a Equipa de Gestão de Clientes Coopprofar é uma peça-chave no sucesso e

crescimento sustentável da Cooperativa e das suas Farmácias, Cooperadoras e Clientes.

Com um propósito bem definido, o nosso objetivo é aportar o maior valor possível tanto à Coopprofar (que é das farmácias) como aos seus parceiros (que são as Farmácias). O nosso princípio basilar é a transparência. A disponibilidade, a presença e a pronta resposta são os pilares que sustentam as nossas ações diárias. A transparência é o fundamento das nossas relações comerciais.

Acreditamos que uma comunicação clara e transparente é essencial para construir e manter parcerias sólidas. A nossa proposta de valor é clara e objetiva, garantindo que todas as partes compreendem os termos e condições da nossa cooperação.

A nossa Equipa de Gestão de Clientes esforça-se diariamente para criar soluções eficazes e orientações muitas vezes estratégicas para o desenvolvimento do negócio dos nossos clientes. O nosso compromisso reflete a dedicação em ajudar

os nossos parceiros a superar obstáculos e alcançar o sucesso conjunto.

O fortalecer das relações com as nossas farmácias, cooperadoras e clientes, tem-se traduzido em crescimento. Temos colhido frutos significativos com as iniciativas inovadoras e o compromisso assumido.

Comprometemo-nos a continuar a desenvolver soluções que proporcionem ainda mais vantagens competitivas e benefícios às nossas Farmácias. Além disso, estamos atentos à evolução do setor farmacêutico e às necessidades dos nossos clientes, a fim de nos adaptarmos e continuarmos a ser uma referência no setor.

Aos seus olhos, porque é que a Coopprofar é, nos dias de hoje, uma empresa diferente?

Num cenário onde a colaboração é a palavra de ordem e o espírito de união é o alicerce, nasce a essência de uma cooperativa. É o facto de não sermos apenas uma entidade comercial que nos diferencia. Somos uma comunidade, uma família unida por um propósito comum: criar valor, evoluir e prosperar juntos.

Olhemos para a Coopprofar como uma peça vital na distribuição farmacêutica. Não somos apenas mais um “player” neste mercado competitivo, mas sim um catalisador de mudança, uma das cooperativas que impulsionou a evolução e a adaptação do setor às necessidades em constante transformação das farmácias e dos pacientes que servem.

Mas o que torna verdadeiramente especial uma cooperativa como a Coopprofar não são apenas os serviços que presta ou os produtos que oferece. É a força motriz por trás dela: os seus Cooperadores. Não são meros observadores neste palco de mudança, são atores principais, líderes que moldam o rumo e o destino da cooperativa. Os Cooperadores são defensores, entusiastas que defendem os valores e objetivos da cooperativa com a mesma paixão e dedicação com que um adepto defende as cores do seu clube de futebol. São parte ativa da evolução, ao trazer não só a dedicação e valorização da cooperativa pelo seu envolvimento comercial, mas também ideias inovadoras, experiências valiosas e um compromisso inabalável com o sucesso coletivo.

Num mundo onde o individualismo muitas vezes impera, a cooperação é a resposta. Juntos, os Cooperadores alcançam o que sozinhos seria quase impossível: crescimento sustentável, resiliência perante os desafios e um impacto positivo duradouro na comunidade que servem.

Porque numa cooperativa, o sucesso de um é o sucesso de todos. E juntos, somos a casa de todas as Farmácias.

//
Olhamos para o futuro com entusiasmo, prontos para enfrentar novos desafios e continuar a fortalecer as nossas parcerias.

No dia 25 de maio
a nossa Equipa
dançou e festejou...





Parabéns a nós!
...que venham muitas mais páginas para escrevermos



**Juntos,
brindamos a
49 capítulos
de uma
história
escrita em
conjunto.**



Dez Vozes, Uma Missão



O que é pensar a Cooperativa pelos olhos da Farmácia?

Pensar a cooperativa pelos olhos da Farmácia é transformar a missão de cada Farmácia num propósito comum que orienta decisões estratégicas, serviços prestados e desenvolvimento de novas soluções.

A missão da Farmácia é entregar serviços e produtos que melhoram a saúde e previnem doença. Por sua vez, a Distribuição Farmacêutica deve facilitar o cumprimento desta missão, garantindo o produto certo, no local certo e à hora certa.

A Cooperativa tem de fazer mais. Tem de contribuir para o crescimento sustentável do negócio da Farmácia. Mais ainda, tem de conseguir entregar a cada Farmácia um valor maior que aquele que esta alcançaria se enfrentasse o mercado *per si*.

Para isso, trouxemos para o dia a dia da Cooperativa a voz das Farmácias, desafiando-as a transmitir as suas necessidades, a questionar o que mais pode ser feito e a participar mais nas decisões de uma casa que é sua.

De que forma sanaram debilidades outrora existentes e reforçaram o envolvimento dos cooperadores tanto na vertente comercial como enquanto decisores? Impactou o desenvolvimento da Relação dos Cooperadores com a cooperativa?

Um setor cooperativo sustentado em valores de transparência, confiança e trabalho em equipa é a base para a sustentabilidade das nossas farmácias.

Ao dia de hoje afirmamos, convictamente, que a Cooprofar mudou. Acrescentamos ao valor já existente nas nossas pessoas, o dinamismo de uma nova equipa. Uma Equipa inclusiva, dinâmica e participativa, com a missão de criar mais valor na relação das Farmácias com a Cooperativa.

Desde cedo, sabíamos que queríamos ir mais além. E, após termos vindo a trabalhar na face menos visível para os cooperadores, é com muito orgulho que vemos que ser Cooprofar, nos dias de hoje, significa trabalhar em conjunto. Com a criação de referências, como “ouvir a voz das farmácias” e “a nossa casa”, levamos as Farmácias Cooprofar a perceberem o compromisso de ser cooperador e a sentir-se parte de um todo, a colaborar em prol do sucesso de todos. Para tal, a clareza e a transparência com que hoje cooperamos é crucial para ouvir e perceber não só as necessidades como ainda as ambições das Farmácias.

Isto é ser Cooprofar: a constante inquietação e procura por momentos de criação de valor, apoiada numa estrutura e numa equipa capazes de responder aos mais diversos desafios.

Esta ambição tem-nos levado a dinamizar diversas iniciativas, de entre as quais destacamos a mais recente - o Cooprofar Padel Series, um torneio no qual desafiamos as Farmácias Cooprofar não só a jogar, mas acima de tudo a relacionarem-se. Este evento revelou-se um exemplo claro da cooperação em pleno, onde demonstramos que a jogar em Equipa criamos mais Valor em campo. Com um posicionamento descontraído, atual e

a nossa
CASA

uma forte componente social, proporcionou a possibilidade de criar sinergias entre clientes e parceiro e impactar positivamente a comunidade.

Reforçamos, acima de tudo, o compromisso de continuar a dialogar em diferentes geografias do continente na primeira pessoa com as Farmácias e a colocar a sua viva-voz em tudo o que preconizamos que é, no final de contas, das Farmácias e para as Farmácias.

Como descrevem o ano de 2023? Reafirmam o compromisso com a sustentabilidade da Cooperativa?

O ano de 2023 ficou marcado pelo sentimento de missão cumprida. Alcançamos aquilo a que nos comprometemos com os Cooperadores em dezembro de 2022, através de objetivos claros que nos permitem afirmar, com convicção, que somos uma organização em que os valores cooperativos determinam o percurso.

As iniciativas e projetos preconizados ao longo do ano foram concretizados, salvaguardando sempre a atenção e esforço necessários para cumprir os objetivos de volume de negócios e robustez financeira. Fechamos o ano de 2023 com um volume de negócios de 438M€, alcançando um crescimento de 5,5% face ao período homólogo.

Nas Farmácias, destacamo-nos com uma estratégia comercial sólida, focada nas necessidades de cada Farmácia. Criamos uma ligação estreita com os nossos clientes, trabalhando da forma que melhor se adequa ao seu negócio - Política comercial flexível - e criando serviços que potenciam a sua rentabilidade - IGI – Inteligência em Gestão de Inventário.

Conscientes também de que o nosso capital humano é o nosso maior ativo e de que é imperativo assegurar o seu bem-estar e desenvolvimento, implementamos em 2023 uma política salarial mais justa e equitativa.

O momento de 2023 que, provavelmente, deixará uma marca indelével na história da Coopfar aconteceu a 21 de abril. A revisão estatutária que empreendemos não solidifica apenas a nossa base, reforça os princípios democráticos que são tão valiosos enquanto cooperativa.

A aprovação dos novos Estatutos pelos Cooperadores foi uma celebração dos princípios cooperativos, um exercício de democracia plena, de compromisso com os valores e o futuro da cooperativa.

Os nossos Cooperadores, que cresceram 11% em 2023, são, à data de hoje, mais participativos e envolvidos nas decisões.



Coopfar

Um dos reflexos visíveis do trabalho de voltar a focar a Cooperativa nos Cooperadores aconteceu agora na Assembleia Geral ordinária, com a distribuição de excedentes anuais líquidos. No cumprimento do disposto no Artigo 52º dos Estatutos da Cooperativa, os excedentes anuais líquidos, com exceção dos provenientes de operações realizadas com terceiros, que restarem depois do eventual pagamento de juros pelos títulos de capital e depois de cumpridas as reversões para as diversas reservas previstas na lei ou nestes estatutos, poderão ser distribuídas aos cooperadores e subscritores de capital, na proporção das suas transações com a cooperativa.

Congratulamo-nos com o alcance deste objetivo.

À medida que nos preparamos para celebrar o nosso 50º ano de existência, é com convicção que afirmamos que estamos agora mais preparados e robustos do que nunca para implementar os investimentos necessários que sustentarão o nosso crescimento futuro.

Qual é a ambição da Equipa para o futuro próximo? Essa visão inclui investimentos significativos que permitam crescer num setor altamente competitivo?

Estamos empenhados em construir a infraestrutura do futuro, potenciando cada vez mais a promoção de um relacionamento mais próximo com os Cooperantes. A nossa visão inclui investimentos significativos na capacidade logística, visando melhorar a eficiência operacional e capacitar-nos para fazer melhor e crescer num setor altamente competitivo. Todos os passos dados têm em conta concretizar atividades que salvaguardem a atenção e esforço necessários para o cumprir de objetivos traçados de crescimento dos negócios e sustentabilidade financeira. Só assim podemos Criar Valor para as Farmácias.

Continuamos a defender que só uma Coopfar forte, agregadora e virada para o futuro será capaz de servir bem os interesses, as necessidades e as ambições dos seus cooperadores e de contribuir para a sustentabilidade das farmácias. Vamos, assim, preconizar mais ações que mantenham e incentivem a presença da voz das Farmácias a contribuir para o trabalho efetuado e resultados alcançados, para o futuro da nossa cooperativa, reforçando a ambição de sermos a 1ª escolha das Farmácias.

Chegamos ao fim da 1ª edição do Coopprofar Padel Series com um misto de felicidade e nostalgia. Mas, ainda mais, com o sentimento de missão cumprida, pois juntamos mais de 250 clientes e parceiros num evento descontraído. Vivemos momentos únicos de partilha entre Farmácias, Parceiros e Coopprofar, num ambiente saudável e propício à criação e crescimento de relações.

Este torneio surgiu como uma extensão natural da nossa visão do papel da cooperativa no setor, incentivando a prática desportiva, a solidariedade e a partilha entre as equipas das farmácias.

Este torneio foi também uma oportunidade de impactar positivamente a comunidade: o valor arrecadado com as taxas de inscrição, foi doado, na íntegra e perfazendo um total de 4.000,00€, ao Programa abem: da Associação Dignitude.

coopprofar PADEL SERIES

Muito Mais do que um evento desportivo



//

Foi com muita expectativa e felicidade que recebemos a notícia de que a Coopprofar iria organizar este torneio de padel e doar o valor das inscrições ao Programa abem: Rede Solidária do Medicamento. Vai ser possível apoiar, durante um ano, 25 pessoas. Ou seja, 25 beneficiários adicionais podem ter acesso à sua medicação durante o ano vigente

M^o João Toscano, Diretora Executiva Dignitude

Fica-nos, agora, a enorme responsabilidade de para o ano regressarmos com a mesma entrega e dedicação.

Até já!



FARMÁCIA VALES

PEDROUÇOS

A voz de José Luís Assunção

Farmácia Vales foi adquirida por mim no ano 2006, à farmacêutica Maria Alice da Silva Vales e daí o seu nome. Posicionei a farmácia de proximidade com a comunidade local. A equipa tem a perceção desta visão e procura conhecer quem são os clientes e quais as soluções de saúde que procuram e esforça-se por estabelecer relações de continuidade.

Qual a ligação que têm à Coopprofar e que contributo tem esta relação gerado para o negócio?

A ligação à Coopprofar tem muito a ver com a minha forma de ver a vida. Há um conjunto de valores que se refletem na minha atitude.

Em primeiro lugar, porque a minha família cultivou sempre o interesse pelo cooperativismo e mutualismo como forma de colaboração e melhores condições de produção / comercialização para os membros. O meu pai foi um dos membros fundadores de uma cooperativa de floricultores e eu assisti às ideias, as realizações, aos desafios. Por exemplo, trabalho com um banco mutualista, gosto de colaborar com pessoas que fabricam em Portugal e, procuro comprar produtos locais/nacionais.

Em segundo lugar, tenho uma ligação emocional à Coopprofar, porque fui funcionário da Coopprofar, em Marketing e Vendas entre 1995 e 2001. Nessa fase, assisti a uma viragem de um foco exclusivo na distribuição para as farmácias que evoluiu para os serviços logísticos/distribuição dos laboratórios para outros players (serviços prestados à indústria), na exportação de medicamentos e produtos de saúde, formação e informação. Todas estas atividades trouxeram uma maior proximidade e relação com os laboratórios fornecedores e permitiram o equilíbrio entre os princípios cooperativos e a uma maior dinâmica empresarial e essencialmente competitividade neste mercado.

De que forma considera que a Farmácia é o primeiro ponto de acesso a cuidados de saúde? Observa mudanças na relação com os utentes ao longo dos anos?

A Farmácia tem evoluído muito. A notoriedade e os valores, apesar de tudo tem prevalecido.

O valor "F.S.A. – faça segundo a arte", utilizada no receituário galénico representa o valor do farmacêutico, a notoriedade assente em normas e procedimentos que eram reconhecidas por todas as partes, sejam prescritores sejam legais e que eram transmitidas aos pacientes.

Ora, transpondo para a atualidade, este conceito significa fazer bem os serviços com elevado valor percebido pelo utente e que sejam reconhecidos legalmente como serviço farmacêutico.



PERTENCER

sercoopprofar

Nos últimos anos, tem-se desenvolvido e evidenciado serviços de saúde em que os farmacêuticos aportam valor efetivo para a comunidade e que já eram feitos anteriormente de forma informal.

Muitos desses novos serviços estão relacionados com produtos e até tecnologia. Esta associação de serviço+produto+tecnologia cria uma solução de saúde que melhora a experiência do utilizador/cliente/utente, cria uma escada de valor, favorece as vendas de continuidade o que implica o relacionamento contínuo com o cliente. Por exemplo, o serviço de vacinação incorpora produto (vacina), serviço (administração) e registo e consulta na aplicação digital (tecnologia).

Outro exemplo recente, o aconselhamento em SCL – "Situações Clínicas Ligeiras", seguindo um

conjunto de procedimentos e normas, servirá de base para aumentar a notoriedade e ao mesmo tempo o reconhecimento oficial deste Know-how que sempre foi feito nas farmácias.

Afinal, aquilo que nós pretendemos não é só uma venda "one shot", mas sim as vendas de continuidade o que implica um relacionamento contínuo com o cliente.

Para isso, eu tenho de construir a relação que não é só baseada na venda. O serviço cria envolvimento, o produto, em si, não cria.

Os clientes tendem a não ser fiéis quando compram apenas produto, pois compram por conveniência (localização, horários, preço, etc). Mas se acrescentarmos emoções, por exemplo, a farmácia ajuda-os a atingir os objetivos, então melhoramos a ligação ao cliente.

O serviço cria envolvimento com o utente, o produto não.

No percurso da Farmácia, quais as exigências e os desafios encontrados? Como procuraram superá-los?

A Farmácia Vales agora está localizada num meio urbano, que quando iniciamos era muito tradicional. No início, tínhamos praticamente apenas utentes nascidos e criados aqui, e assistimos nos últimos anos a chegada de uma população muito jovem, fruto do nível acelerado de urbanização e da proximidade ao Polo Universitário, Centros de Investigação e tecnologia, serviços hoteleiros.

A equipa da farmácia teve de adaptar a forma de comunicar e de interagir com estes novos utentes que tem necessidades diferenciadas.

Quanto à concorrência, quando a farmácia se instalou não havia nenhuma farmácia na zona e éramos a farmácia mais próxima do centro prescriptor, do Hospital de São João. Neste momento, existem mais farmácias na zona e diversas plataformas online e isso reflete-se claramente na venda de medicamentos e produtos de saúde.



Nós só temos de nos adaptar e a cada momento e manter o equilíbrio (as pessoas, os produtos, os processos, a comunicação, a economia). O fundamental é termos conhecimento para essas adaptações. Ou se não os tivermos, procurar a colaboração de terceiros.

Qual a estratégia apontada para o futuro? Que visão têm para o negócio?

Para mim, é muito importante saber ouvir os utentes, analisar as informações e adaptarmo-nos com ações específicas e personalizadas para criar uma experiência de compra mais amigável para os utentes. Creio que a associação de tecnologia com produtos e serviços é fundamental. Por exemplo, a disponibilização de informação relevante em formato digital. Por exemplo, se o utente quer fazer um conjunto de perguntas ao farmacêutico e há ali a ajuda da tecnologia para responder de uma forma mais eficiente e completa. O utente tem uma necessidade, tem de ter uma resposta agora. A tecnologia ajuda-nos. Temos de usar estas ferramentas, para dar uma resposta mais completa, mais efetiva

Por exemplo, cada vez mais haverá a monitorização dia a dia da saúde do utente. Se nós tivéssemos essa informação através de aplicações de suporte ao utente, devidamente validadas, nós teríamos uma informação de saúde mais detalhada e atual. Pois bem, aí está um campo que, creio, só estamos a ver um vislumbre neste momento - área da analítica, de monitorização de parâmetros de saúde que poderemos aproveitar associados à tecnologia. Também aqui, existe uma forma de fazer bem as coisas, um conjunto de protocolos farmacêuticos, analíticos e tecnológicos sujeitos a certificação e que devem ser seguidos por todos para que seja criada uma imagem uniforme e consolidada de cada serviço farmacêutico. Se cada um faz à sua maneira, não há validação e as partes não reconhecem o serviço - não tem valor.

Mais uma vez, as cooperativas, as associações



Propriedade: Farmácia Vales, Unipessoal Lda.
Direção Técnica: Dr. José Luís Correia Assunção
Morada: R. da Arroiteia 254, 4425-622 Maia
Contacto telefónico: +351 96 024 06 09
E-mail: farmaciavales@gmail.com
Redes Sociais: Facebook: facebook.com/farmaciavales

e a Ordem podem ajudar nisso, a construir procedimentos, protocolos, parcerias e influenciar os dirigentes do sector a agir na defesa dos interesses das farmácias.

Pedrouços pelos olhos do Dr. José Luís Assunção

A Freguesia de Pedrouços é muito jovem, criada pela Lei nº 91/85, faz parte do concelho da Maia e é a mais próxima da cidade do Porto. Pedrouços teve uma enorme evolução com melhorias dos acessos, novas urbanizações, o centro de Saúde e a proximidade ao Centro Universitário, Centro Hospitalar, acesso às principais estruturas viárias e aumento da população residente e flutuante.

CAMPANHA ESPECIAL DE LANÇAMENTO

FADIGA FÍSICA?
CANSAÇO INTELECTUAL?

NOVA
FORMULAÇÃO



Na compra de 6 UNIDADES
2 de BÓNUS

Campanha válida de 15 de junho a 30 de setembro de 2024

Encomende já!



Korangi - Produtos Farmacêuticos, Lda.
Rua da Vinha, Nº17 • 2765-388 Estoril
NIF: 505322307 • Tel.: 219 251 901
e-mail: geral@korangi.pt

SUPLEMENTO ALIMENTAR - Os suplementos alimentares não devem ser utilizados em substituição de uma alimentação equilibrada e variada.

COGITUM AMPOLAS/FARM. 02 - 05/2024





a nossa
cooprofar