



Medidas impostas pela RDC 44 fazem com que farmácias tenham de ganhar espaço atrás do balcão, para abrigar os Mips, que devem deixar o autosserviço



Uma solução encontrada pela Metalfarma para acomodar os MIPs de acordo com a RDC 44/09 é utilizar balcões envidraçados

Até 18 de fevereiro de 2010, as farmácias terão de realizar algumas mudanças importantes no ponto de venda para se adaptarem à resolução RDC 44/09. Uma delas, de maior impacto, sem dúvida, diz respeito à exposição dos medicamentos isentos de prescrição (MIPs), que agora devem ficar atrás do balcão e não mais no autosserviço, ao alcance do consumidor. A Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma) ganhou uma liminar que garante aos seus associados o não cumprimento de dois itens da RDC 44/09 (leia mais na página 30). A Federação Brasileira das Redes Associativistas de Farmácias (Febrafar) também entrará com recurso na justiça. A Anvisa irá recorrer da decisão. Enquanto isso, novas regras valem para as farmácias independentes.

Com as novas normas, a partir de agora, o usuário que quiser alguns desses itens terá de fazer a solicitação ao farmacêutico e receber o medicamento com a devida orientação. "Os MIPs compõem uma categoria complexa, pela quantidade de oferta entre segmentos, subsegmentos e marcas, fazendo com que a compra nem sempre seja fácil de ser realizada. Agora, atrás do balcão, certamente as marcas mais privilegiadas serão aquelas que chamamos de top of mind, ou seja, as que estão mais enraizadas na mente do shopper", avalia a diretora-geral da Mind Shopper, Alessandra Lima. A especialista considera, ainda, que a promoção desses produtos ficou tão ou mais restrita do que sua exposição, considerando a proibição de propaganda de marcas. "Pela nova RDC, fica permitida somente a divulgação institucional das empresas. Acredito que a indústria terá de recorrer a campanhas educativas, que abordem temas atuais, como doenças de inverno, formas de prevenção e outros, com o patrocínio de suas marcas, para chegar ao consumidor de forma legal e subliminar", avalia.

Cantinho do bebê

Organizar um espaço na farmácia com itens de higiene e cosméticos que envolvem o dia a dia de mães e bebês pode incrementar as vendas desses produtos em até 30%. Para realizá-los, as farmácias podem contar com a parceria da indústria, que auxiliará na layoutização desses espaços e fornecerá materiais promocionais e informativos. De qualquer forma, o ideal é que os produtos sejam organizados por rotina. "As principais rotinas são banho (xampu, condicionador, sabonete...), pós-banho (colônia, lavanda...), troca de fraldas (algodão, lenços umedecidos, creme para assaduras, fraldas...), alimentação (papinhas) e acessórios (chupetas, mamadeiras...)", explica a diretora-geral da Mind Shopper, Alessandra Lima. Na sequência, devem-se organizar as gôndolas por tipo de produto e expor as marcas premium nos espaços mais nobres (altura dos olhos). O ambiente também pode ser desenvolvido com temas que remetam ao universo infantil, trabalhando fatores como iluminação, cores, música, cheiros e também a informação do consumidor, por meio da produção de folhetos educativos.

Apesar de a primeira impressão sobre essa resolução parecer preocupante, alguns especialistas acreditam que os MIPs atrás do balcão podem ser uma oportunidade positiva para as farmácias. "Agora, os farmacistas terão mais espaço para a venda de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. Além disso, a decisão passa a ser da farmácia na orientação e, em alguns casos, na indicação desses itens", explica o consultor da Desenvolva Consultoria, Marcelo Cristian.

Com as novas normas, a partir de agora, o usuário que quiser alguns desses itens terá de fazer a solicitação ao farmacêutico e receber o medicamento com a devida orientação



De acordo com a Metalfarma Instalações de Drogarias, com a RDC 44, o layout de uma farmácia deve passar a ter 75% de exposição de produtos da categoria HPC (higiene pessoal, perfumaria e cosméticos) nas gôndolas e o restante (25%) deve abrigar fitoterápicos, alimentos, acessórios e demais itens permitidos pela Anvisa.

Organizando os mips atrás do balcão

De acordo com a palestrante e consultora especializada em treinamento, desenvolvimento e marketing de varejo Silvia Osso, a arrumação desses itens pode continuar sendo realizada da maneira tradicional.

"Em primeiro lugar, todos os medicamentos de referência devem ficar em ordem alfabética, seguidos pelos genéricos, que também devem ser distribuídos dessa forma ou, em alguns casos, organizados por laboratório. Na sequência, devem aparecer os similares, que seguem a mesma orientação", explica. "Por fim, aparecem os itens que vieram das gôndolas para dentro do balcão, que podem ser organizados por

Com a saída dos MIPs das gôndolas localizadas em área de livre circulação, os produtos de higiene e beleza ganham mais espaço

finalidade de prescrição ou uso", acrescenta a especialista, reforçando que a área destinada aos medicamentos deve ser acompanhada por placas com o texto "Medicamentos podem causar efeitos indesejados. evite a automedicação: informe-se com o farmacêutico".

A consultora especializada em ponto de venda (PDV) e autora do livro *Merchandising Farma, a Farmácia do Futuro* (Editora Cengage), Regina Blessa, confere outra dica importante para os MIPs. "As marcas mais conhecidas e procuradas pelos consumidores podem ser expostas acima da altura da cabeça dos balconistas - para permitir a visibilidade dos interessados -, em blocos de, no mínimo 20 x 20 centímetros", orienta.

Caso seja necessário ampliar a área de medicamentos, é possível ganhar espaço remodelando as prateleiras. "Pode-se acrescentar uma bandeja extra em todos os módulos, ou seja, um módulo que, em média, é constituído com 10 bandejas, passa a ter 11. Com essa simples alteração e com um investimento relativamente baixo, ganham-se 10% em espaço", sugere o diretor comercial da Metalfarma Instalações de Drogarias, Régis Rodero. Outra boa alternativa para os MIPs, segundo orientação da Metalfarma, é a exposição dos mesmos em balcões envidraçados. "Essa medida faz com que o consumidor possa evocar o que já conhece, e dentro das normas", explica Rodero. "No entanto, as farmácias não precisam passar por muitas transformações. Os balcões já existentes podem ser adaptados, colocando-se vidros", salienta.

<

O que pode ficar ao alcance do consumidor

Poderão ficar ao alcance dos usuários os produtos previstos na Instrução Normativa nº 9/2009, e alguns medicamentos isentos de prescrição, desde que sejam fitoterápicos, de uso dermatológico ou sujeitos a notificação simplificada, como bicarbonato de sódio, água boricada, água oxigenada, glicerina, tintura de iodo, soro fisiológico, xarope de iodeto de potássio, suspensão de hidróxido de alumínio, entre outros. Os demais medicamentos deverão ficar atrás do balcão, em área de circulação restrita aos funcionários. Mais informações podem ser obtidas pelo site: http://www.anvisa.gov.br/divulga/noticias/2009/pdf/in9_170809.pdf.

Para esse período de adaptação, as farmácias também podem contar com a parceria da indústria.

"Para definir qual a melhor categoria de produtos a ser exposta no local antes destinado a MIPs, sugerimos que o varejista desenvolva um projeto de gerenciamento de categorias com seus parceiros, para definir quais as categorias que lhe trarão o melhor tráfego e/ou margem. Com certeza, os fabricantes terão interesse em desenvolver esse tipo de projeto com seus clientes", orienta o diretor de planejamento da Animus O2 - Inovação em Shopper Marketing, Steve Hevesi.

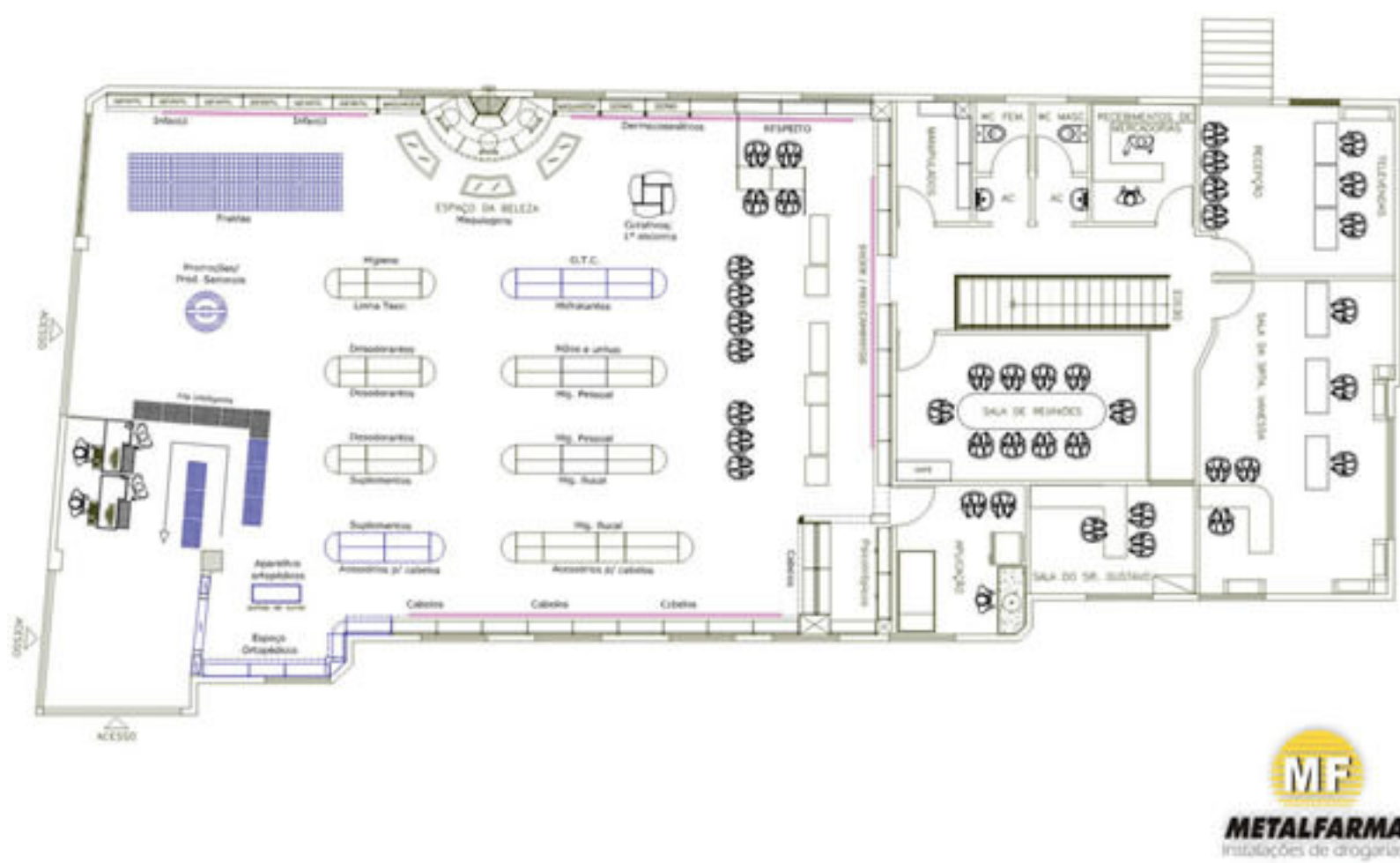
O que colocar no lugar dos mips?

De acordo com especialistas, os produtos de higiene e beleza deverão ganhar mais espaço devido à saída dos MIPs. "A tendência é que o autosserviço seja dominado por esses itens e o balcão fique com o lado ético e profissional da farmácia", avalia Alessandra Lima.

Para que essas gôndolas gerem lucratividade, o layout deverá privilegiar a venda de produtos mais lucrativos, como os de beleza em geral, deixando os produtos de higiene, que são geradores de fluxo, para o final da exposição. Além disso, vale agrupar a exposição de acordo com a satisfação de uma necessidade específica de determinado grupo de shoppers. "Devem-se criar microambientes de compra na loja, como infantil (perfumaria infantil, fraldas, alimentos, puericultura etc.), mulher (cuidados com o cabelo, cuidados com a pele, absorventes...), homem (preservativos, desodorantes, suplementos alimentares...)", explica a diretora da Mind Shopper. "O ideal é pedir a ajuda dos laboratórios que estão desenvolvendo layouts para os espaços personalizados e fazer uma parceria. Os modelos oferecidos são excelentes e lucrativos para ambos os lados", afirma a consultora Regina Blessa.

E, ainda de acordo com a RDC 44, caso o estabelecimento farmacêutico opte pela comercialização de produtos destinados a pacientes com diabetes, eles devem ficar em local destinado unicamente a tais produtos, de maneira separada de outros itens e alimentos. "Esse espaço deverá ser clean, considerando apenas uma sinalização para facilitar a visualização e escolha dos produtos", salienta Alessandra. Quanto aos itens que podem continuar no autosserviço, como fitoterápicos e pomadas dermatológicas, o ideal é que fiquem em local privilegiado. "No caso das pomadas, podem ficar próximas a produtos correlatos, como itens para curativos, por exemplo, e sejam agrupados, para que sua exposição ganhe o mínimo de destaque", finaliza Alessandra.

<



Planta projetada pela Metafarma para adaptação de layout

Produtos que podem ser comercializados em farmácias

- plantas medicinais;
- cosméticos;
- perfumes;
- produtos de higiene pessoal (exemplos: pasta de dente; enxaguatório bucal; fraldas, absorvente íntimo);
- produtos médicos (exemplos: preservativo; luva; nebulizador; glicosímetro; munhequeira; talas; monitor de pressão; termômetro; canetas para aplicação de insulina);
- para diagnóstico in vitro (produtos para autoteste, destinados a utilização por leigos, como autoteste para colesterol; fertilidade; glicose; gonadotrofina coriônica humana (hcg); lactato; parâmetros de coagulação; autoteste para triglicerídeos;
- essências florais, empregadas em floralterapia;
- mamadeiras, chupetas, bicos e protetores de mamilos;
- lixas de unha, alicates, cortadores de unhas, palitos de unha, afastadores de cutícula, pentes, escovas, toucas para banho, lâminas para barbear e barbeadores;
- brincos estéreis, desde que o estabelecimento preste o serviço de perfuração de lóbulo auricular.

Observação: É vedado o comércio de lentes de grau, exceto quando não houver no município estabelecimento específico para esse fim, conforme legislação vigente.