

As análises clínicas do futuro exigem providências presentes

* Lenira da Silva Costa (leniradasilvacosta@bol.com.br).

A inovação tecnológica impacta os cuidados com a saúde, repercutindo nos ambientes de trabalho do profissional farmacêutico. Na farmácia, no laboratório clínico ou na indústria, é preciso repensar o *novo*, desde o perfil profissional que envolve conhecimentos e atitudes, até a excelência no cuidado farmacêutico.

O segmento laboratorial transformou-se drasticamente, num curto período recente, porque a tecnologia revolucionou ambientes, materiais, processos, qualidade, precisão, eficácia, velocidade e disponibilidade de serviços. O futuro, que acontece todos os dias, faz com que essa metamorfose ilimitada empolgue alguns e assuste outros, sobretudo os pequenos laboratórios, cuja capacidade de investimento é naturalmente desproporcional à dos grupos que atuam com o gigantismo do sucesso fora da curva – os *cases* do segmento.

Para as principais referências do setor, inevitavelmente, o grau de imprevisibilidade será sempre menor, pois as tendências chegam, por meio de pesquisas próprias, visitas técnicas distantes da realidade da maioria e até experimentação gratuita de insumos e equipamentos. No entanto, o avanço também carrega generosidades, como a expansão do conhecimento e o fácil acesso à informação, de modo que a atitude individual pode agregar valores que não estariam disponíveis, se o valor em questão fosse monetário.



O farmacêutico precisa mergulhar, cada vez mais, nos estudos sobre gestão, entendendo, com aprofundamento, as razões que fazem do laboratório uma marca com personalidade própria, em que conceitos possam ser gradativamente incorporados e a inserção de uma cultura de profissionalismo possa começar com pequenos passos, com baixos investimentos.

Estamos nos tempos em que o próprio laudo é uma ferramenta conceitual, pois a logomarca do laboratório, nos papéis e envelopes, transmite organização, bom gosto estético e padronização. Além disso, muitas mídias de veiculação gratuita, como as redes sociais, acabam irrelevantes pelo amadorismo das peças produzidas, quando mesmo autônomos da comunicação, desde que profissionais habilitados, fariam diferença.

Se, ainda, o baixo investimento representa um passo adiante, nem tudo está engessado: o paciente é a razão de ser mais apontada por qualquer ator da saúde. No entanto, o esforço em transmitir esse conceito é muito mais reativo do que proativo. Veja que buscar leitura sobre relacionamento interpessoal, conscientizar a equipe de atendimento sobre a importância da cordialidade e expor os cartazes, com as condutas de segurança e os certificados de qualidade adquiridos, são formas simples de fazer chegar aos olhos dos clientes muita informação de valor agregado.

É incorreto esperar solicitações diretas, quando uma assistência diferenciada pode começar com um serviço de aconselhamento, ofertando a informação em saúde tão demandada pela população, fidelização que o *Google* acaba por conquistar, sem o menor esforço. Outro exemplo é o tema sustentabilidade, tão caro, nos dias atuais. Enquanto os laboratórios preservam o meio ambien-

te, inclusive por exigência da vigilância sanitária, segmentos empresariais com impacto insignificante encham seus timbrados e comunicados com selos e dicas sustentáveis.

O profissionalismo urge, pois o cenário para 2020 promete ser ainda mais desafiador, com novos impactos causados pelas mudanças políticas e econômicas, que são tão mais positivas, quanto mais preparado e adaptável forem o negócio e seu empreendedor. A reforma tributária, os planos de saúde populares, as novas regras para contratos entre operadoras e prestadores, além do próprio pacto federativo - dado que muitos laboratórios têm receitas significantes via licitações municipais - constituem uma realidade que precisa ser incorporada pelo setor.

Acrescente-se, ainda, a medicina personalizada, o crescimento populacional, a maior longevidade, o surgimento de novas doenças, a resistência microbiana, a segurança do paciente, o crescimento incessante das tecnologias, inclusive da informação; as regulações mais dinâmicas e a relação qualidade-custo da assistência. Tudo isto representa alguns dos grandes desafios para se atingir a sustentabilidade econômica, com excelência na saúde.

Posto tudo isso, nunca é demais lembrar que a tecnologia não substitui postura profissional, atenção, zelo, higiene, humanização. Tanto que a melhor das propagandas continua a ser o cliente satisfeito. A credibilidade segue associada à confiança, cuja melhor forma de transmissão sustenta-se no tripé organização, compromisso e competência, valores não comercializáveis, conquistados individualmente, independente do tamanho do empreendimento.

*Vice-presidente do Conselho Federal de Farmácia, coordenadora do Grupo Técnico em Análises Clínicas do CFF, secretária-geral da Sociedade Brasileira de Análises Clínicas, secretária-geral da Sessão de Análises Clínicas da Federação Internacional Farmacêutica, especialista em análises clínicas, auditora de qualidade em laboratórios clínicos e farmacêutica-bioquímica do Ministério da Saúde.