

MANUAL DE ORIENTAÇÃO AO FARMACÊUTICO

CONDUTA E POSTURA PROFISSIONAL



CRF SP
CONSELHO REGIONAL
DE FARMÁCIA
DO ESTADO DE SÃO PAULO

FARMACÊUTICO



MANUAL DE ORIENTAÇÃO AO FARMACÊUTICO

CONDUTA E POSTURA PROFISSIONAL



SECRETARIA DOS COLABORADORES
COMISSÕES ACESSORAS DE FARMÁCIA
SÃO PAULO
2015



CRF SP
CONSELHO REGIONAL
DE FARMÁCIA
DO ESTADO DE SÃO PAULO

EXPEDIENTE

Publicação do Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo – Setembro/2015

Diretoria

Pedro Eduardo Menegasso

Presidente

Raquel Rizzi

Vice-presidente

Marcos Machado Ferreira

Diretor-tesoureiro

Priscila Dejuste

Secretária-geral

Organização

Comissão Assessora
de Farmácia

Revisão ortográfica

Allan Araújo Zaarour

Projeto gráfico e diagramação

Ana Laura de Azevedo

Bárbara Gabriela D. Santos

Comissão Técnica

Anna Luíza Senna Taguchi

Damaris Marcelino Vieira

Elaine Buch do Amaral de Camargo

Helder Gomes Colombo

Júlio Cesar Pedroni

Lais Ruiz Gramorelli

Marcela Cintia Barros

Nathália Christino Diniz Silva

Salette Maria Krowczuk de Faria

Tatiana Ferrara Barros

Vanessa Boeira Farigo Mourad

Vera Lúcia Pivello

Impressão

Coan Indústria Gráfica

Tiragem

55.000 exemplares

Brasil. Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo. Secretaria dos Colaboradores. Comissão Assessora de Farmácia.

Manual de Orientação ao Farmacêutico: Conduta e Postura Profissional. / Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo. – São Paulo: Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo, 2015.

24 p.; 21 cm.

ISBN 978-85-63931-70-2

I Conselho Regional de Farmácia. 1. Farmácia. 2. Conduta e Postura. 3. Valorização Profissional. 4. Comunicação. 5. Relacionamento profissional. 6. Apresentação pessoal. 7. Identificação Profissional. II. Farmácia

CDD-615

SUMÁRIO

PALAVRA DA DIRETORIA	7
1. INTRODUÇÃO	9
Qual imagem o farmacêutico deve transmitir?	9
2. HABILIDADES DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES INTERPESSOAIS	11
2.1 Apresentação Pessoal	11
2.2 Vestimenta e Identificação Profissional	11
2.3 Postura	12
2.4 Linguagem Corporal	12
2.5 Comunicação	13
2.5.1 Comunicação com o paciente/usuário	13
2.5.2 Comunicação com prescritor	16
2.5.3 Comunicação com a equipe de trabalho	16
2.5.4 Comunicação com o proprietário do estabelecimento / empregador	17
2.6 Relacionamento com o órgão profissional	18
3. POSTURA NAS REDES SOCIAIS	19
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	20
ENDEREÇOS E TELEFONES	22



PALAVRA DA DIRETORIA

O *Manual de Orientação ao Farmacêutico: Conduta e Postura Profissional* integra um conjunto de ações promovidas pelo CRF-SP para valorizar o farmacêutico. Além de auxiliar no desenvolvimento profissional e pessoal do farmacêutico, com orientações sobre apresentação, postura, relacionamento e comunicação com equipe de trabalho, prescritores, gestores e usuário, o manual também traz dicas de postura nas redes sociais.

O objetivo da publicação é mudar um panorama em que cerca de 80% da população considera importante a presença do farmacêutico nas farmácias, no entanto, 54% não consegue identificá-lo, segundo pesquisa Datafolha realizada em novembro de 2012.

É fundamental para a valorização da profissão que o farmacêutico seja facilmente identificado e o seu atendimento diferenciado do prestado pelo balconista. Para isso, a postura é decisiva.

A diretoria do CRF-SP enaltece os membros da Comissão Assessora de Farmácia que compõem a Comissão Técnica desse Manual pela iniciativa de orientar os farmacêuticos nesses aspectos fundamentais para o exercício da profissão com excelência.

Boa leitura!



1. INTRODUÇÃO

Pare, feche os olhos e imagine o farmacêutico ideal. Como ele é? Como ele se apresenta? Como ele lida com os pacientes? Como ele lida com a equipe de trabalho, seus superiores e outros profissionais de saúde?

Sabe-se que os pacientes esperam encontrar um farmacêutico bem vestido, de boa aparência, adequada formação acadêmica e com qualidades como inteligência, simpatia, honestidade, paciência, e que tenha conhecimentos e consistência no repasse de informações (CRF-SP, 2012).

É importante saber qual imagem o farmacêutico deve transmitir perante os prescritores, balconistas, proprietários e, principalmente, a sociedade. Por isso, o Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo (CRF-SP), por meio da Comissão Assessora de Farmácia, desenvolveu este Manual de Conduta e Postura, para oferecer a você, que trabalha em farmácias e drogarias, a oportunidade de iniciar uma relação com o paciente de maneira prática e agradável. Assim, será possível consolidar um vínculo imprescindível para atender com qualidade.

Qual imagem o farmacêutico deve transmitir?

O desenvolvimento e a construção da imagem profissional adequada requerem posturas, hábitos e atitudes apropriadas (LAGES, 2013). A imagem transmitida pelo profissional é construída em três momentos distintos:

- a. Primeira impressão: construída nos três primeiros segundos. Os principais fatores que influenciam na formação da primeira impressão são:

Aparência e vestuário	Adequação da linguagem
Tom de voz	Linguagem corporal

O usuário é influenciado principalmente pela aparência (higiene pessoal e expressão facial) e vestuário (GUEDES, 2007).

b. Imagem inicial: formada nos primeiros contatos com o usuário, que levará em consideração comportamentos, hábitos, posturas, ética, conhecimentos, habilidades e competências do profissional. O conjunto desses fatores, se utilizado corretamente, transmitirá confiança e credibilidade ao usuário (GUEDES, 2007).

Os conhecimentos técnicos e a ética são importantes na construção dessa imagem e diferenciam o farmacêutico, demonstrando sua importância para o estabelecimento e para a sociedade.

c. Imagem propriamente dita: construída ao longo dos anos, deve ser mantida e melhorada continuamente, por meio de objetivos, integridade, posicionamento, comprometimento, relacionamentos, conhecimento, autoestima e motivação. Lembre-se de que a imagem do farmacêutico influenciará na imagem do estabelecimento para o usuário (GUEDES, 2007).

2. HABILIDADES DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES INTERPESSOAIS

2.1 Apresentação Pessoal

A apresentação pessoal do farmacêutico é importante para um primeiro contato com o paciente; portanto, cuidar da aparência é fundamental. Seguem algumas dicas para uma boa apresentação pessoal:

- Utilizar roupas discretas que transmitam seriedade e respeito;
- Manter os cabelos limpos e sempre presos;
- Utilizar maquiagem leve;
- Manter a barba aparada;
- Manter as mãos e unhas limpas;
- Utilizar crachá de identificação (CRF-SP, 2011a).

2.2 Vestimenta e Identificação Profissional

O uniforme do farmacêutico, na maioria dos estabelecimentos, é muito parecido com o dos demais funcionários, o que dificulta sua identificação e diferenciação pelos pacientes. Desta forma, o CRF-SP recomenda que o farmacêutico sempre utilize avental branco no ambiente de trabalho. Além disso, essa vestimenta é importante, pois:

- É um Equipamento de Proteção Individual (EPI), principalmente para os que realizam os serviços farmacêuticos;
- Transmite seriedade e respeito, associando o farmacêutico à área da saúde.

O avental deve ser usado somente no ambiente de trabalho para não contaminar outros lugares. Além disso, o farmacêutico deve calçar sapatos fechados, que protegem de possíveis acidentes.

Os demais funcionários do estabelecimento devem utilizar uniforme de cor distinta, ou, caso seja da mesma cor, é preciso algo que diferencie facilmente o farmacêutico (CORRER, 2013).

Portanto, é imprescindível que o farmacêutico utilize um crachá de identificação para que o usuário o identifique com mais facilidade quando entrar no estabelecimento.

2.3 Postura

As atitudes e a postura do farmacêutico estão diretamente relacionadas com a credibilidade transmitida; por isso, o farmacêutico deve:

- Ser proativo (ter iniciativa), paciente e educado;
- Desempenhar um papel de liderança (estar sempre à frente);
- Comunicar-se bem e com todos (pacientes, equipe de trabalho, proprietário e demais profissionais de saúde);
- Manter sempre o bom humor, respeitando o limite e o espaço de cada um;
- Ser pontual;
- Mostrar respeito às condutas de outros profissionais;
- Agregar valores ao estabelecimento (MARQUES, 2013).

2.4 Linguagem Corporal

A linguagem corporal é uma forma de comunicação não-verbal. Abrange os gestos, postura, expressões faciais, movimento dos olhos e proximidade entre locutor e interlocutor. Por isso, é importante estar preparado e atento durante o atendimento, pois a linguagem corporal pode dizer mais do que palavras (CRF-SP, 2011a).

A postura dos braços, pernas, cabeça e a expressão facial transmitem vários sentimentos (CORRER, 2013).

O contato visual tem uma função muito importante, pois revela interesse e atenção. Nas situações corriqueiras, valoriza-se inconscientemente o olhar. O fato de olhar nos olhos da pessoa com quem se está falando indica honestidade e sinceridade. Quando o profissional dialoga com o paciente olhando para a tela do computador, para o prontuário ou para o medicamento no balcão, transmite distração e desinteresse (CORRER, 2013).

Além disso, se o farmacêutico mantiver os braços cruzados, transmitirá a impressão de postura defensiva, revelando insegurança.

2.5 Comunicação

A comunicação é um instrumento essencial no trabalho do farmacêutico e na promoção da saúde, pois contribui para o uso racional de medicamentos. É de fundamental importância que o farmacêutico estabeleça um diálogo, tendo a preocupação não apenas em falar, mas também em ouvir e compreender o significado da mensagem transmitida (PRUDENTE, s.d.). Para que o diálogo atinja seu objetivo, o farmacêutico deve saber como iniciá-lo, conduzi-lo e concluí-lo, alimentando um vínculo de confiança e colaboração mútuas (CRF-SP, 2012).

A comunicação é composta de duas partes: a comunicação verbal, expressa em palavras, e a comunicação não verbal, que reflete o que a pessoa está sentindo. Cerca de 50% da mensagem é transmitida pela linguagem corporal e 40% pelo modo como as palavras são ditas, enquanto as palavras, propriamente ditas, representam apenas 10% do que é transmitido (CORDEIRO; LEITE, 2005).

É importante ser cordial e preservar certa formalidade, para que a relação profissional não se confunda com uma relação pessoal. Vale destacar, ainda, que, embora o paciente possa ser leigo no assunto que o farmacêutico abordará, ele analisará sua linguagem não verbal com base em suas experiências de vida e poderá interpretá-la de forma errada se o profissional não for cauteloso.

As principais características de um bom comunicador são (DADER; MUÑOZ; MARTINEZ, 2008 apud CRF-SP, 2012):

Clareza	Empatia	Cordialidade	Assertividade
Objetividade	Humildade	Amabilidade	Acessibilidade
Bidirecionalidade	Baixa reatividade		

2.5.1 Comunicação com o paciente/usuário

Para abordar o paciente de forma apropriada, é importante que o farmacêutico conheça suas necessidades e expectativas. Assim, é preciso recorrer à comunicação interpessoal, definida como o processo pelo qual se transmite ideias e sentimentos de uma pessoa a outra.

A partir do primeiro contato com o paciente, inicia-se a chamada relação terapêutica, ou seja, uma relação com objetivo de melhorar a adesão do paciente ao tratamento, proporcionando a melhora da saúde e qualidade de vida.

Segundo Cippole, Strand e Morley (1998), são componentes essenciais da relação terapêutica:

- Respeito mútuo;
- Comunicação franca;
- Empatia;
- Honestidade/autenticidade;
- Cooperação;
- Sensibilidade;
- Confiança;
- Competência;
- Confidência;
- Oferecer suporte/apoio;
- Atuar em defesa do paciente;
- Promover a autonomia do paciente;
- Enxergar o paciente como um todo;
- Exercitar a paciência e a compreensão;
- Colocar o paciente em primeiro lugar;
- Oferecer segurança/tranquilidade;
- Assumir responsabilidade pelas intervenções;
- Estar atento ao conforto físico e emocional do paciente;
- Estar disposto a ser responsabilizado por todas as decisões tomadas e recomendações dadas.

A relação entre o farmacêutico e o usuário é constituída por um processo de aprendizagem, sendo o farmacêutico um facilitador da aprendizagem com seu paciente (POSSAMAI, 2007).

Uma boa relação terapêutica começa com o acolhimento. Ao receber o paciente, o farmacêutico deve demonstrar empatia, respeito e sensibilidade, prestando atenção à sua comodidade física e emocional e zelando pela sua privacidade.

Vale lembrar, ainda, a existência de algumas barreiras que interferem negativamente na relação terapêutica. Cabe ao farmacêutico identificar essas

barreiras e mobilizar-se para superá-las. São elas (CORDEIRO; LEITE, 2005):

- Barreiras ambientais: o próprio balcão da farmácia é inapropriado para uma aproximação, sem contar o barulho, a agitação e a falta de privacidade.
- Barreiras pessoais: culturalmente, o farmacêutico não está habituado a se comunicar com o paciente e não se sente confiante ou não entende que conversar com o paciente deve ser uma de suas prioridades.
- Barreiras do paciente: a expectativa do paciente com relação ao farmacêutico também tem raízes históricas. O paciente desconhece que tipo de orientação o farmacêutico é capaz de lhe oferecer e acha que não precisa dela.
- Barreiras administrativas: a inexistência de remuneração específica para alguns serviços farmacêuticos pode trazer a falsa interpretação de que conversar com seus pacientes é um tempo consumido desnecessariamente.
- Tempo: a falta dele é um grande problema a ser superado. É preciso escolher o momento mais adequado, já que tanto o paciente quanto o farmacêutico podem não estar dispostos ou ter outros compromissos naquele momento. A melhor solução pode ser o agendamento para uma data/horário em que ambos estejam disponíveis.

A mensagem transmitida oralmente pode ser reforçada com orientações escritas para melhor fixação. A linguagem escrita deve ser concisa, clara e objetiva, para garantir que a mensagem seja recebida e interpretada corretamente (BERGER, 2011):

- Resuma em linguagem simples e clara o que o paciente precisa fazer;
- Use um folheto ou escreva um lembrete, de preferência com ilustrações ou figuras;
- Explique cada um dos medicamentos a serem utilizados;
- Certifique-se de que o paciente sabe que as instruções escritas estão no folheto;
- Confirme se o paciente entendeu.

Se a compreensão for incompleta, o farmacêutico deve recapitular a informação até que o paciente seja capaz de reproduzi-la corretamente.

2.5.2 Comunicação com prescritor

Ao aviar uma receita, durante a conversa com o paciente, o farmacêutico pode sentir a necessidade de obter mais informações ou solicitar esclarecimentos ao profissional que realizou a prescrição. A abordagem ao prescritor requer alguns cuidados, uma vez que boa parte dos profissionais não está habituada a discutir o tratamento dos seus pacientes com outros profissionais e, conseqüentemente, pode interpretar o questionamento do farmacêutico como uma invasão do seu espaço de atuação. A fim de superar tais obstáculos, o farmacêutico pode (CORDEIRO; LEITE, 2005):

- Mostrar-se acessível e responder às perguntas de forma oportuna e formal;
- Investir algum tempo para explicar os problemas relacionados aos medicamentos, uso inadequado e interações com dados e referências bibliográficas concretas;
- Sugerir alternativas ao invés de recomendar;
- Demonstrar interesse pela evolução do paciente.

2.5.3 Comunicação com a equipe de trabalho

O farmacêutico deve ser a referência para sua equipe de trabalho, orientando-a, liderando-a e sempre mantendo um bom relacionamento com todos os colaboradores.

Seguem algumas dicas para manter o bom relacionamento com a equipe de trabalho:

- Seja cordial com todos os colegas;
- Escute o que o colega tem a dizer;
- Seja sorridente, amável e não leve problemas pessoais para o trabalho;
- Se tiver cometido algum erro, diga a verdade e comprometa-se a corrigir a falha;
- Evite brincadeiras que possam ofender;
- Mostre-se sempre à disposição para sanar as dúvidas dos colegas.

2.5.4 Comunicação com o proprietário do estabelecimento / empregador

É imprescindível manter o bom relacionamento com o seu empregador, seja ele o gerente ou o proprietário do estabelecimento, mantendo o equilíbrio entre a amizade e o profissionalismo.

Abaixo elencamos dicas para você manter o proprietário/empregador como seu parceiro:

- Demonstre competência técnica: amplie seus conhecimentos, mantenha-se atualizado e demonstre esse conhecimento durante o dia a dia;
- Ofereça soluções, não problemas: demonstre preocupação com o resultado dos negócios;
- Tome iniciativa, seja proativo: o farmacêutico deve ser a referência da equipe de trabalho e merecedor da confiança dos empregadores;
- Mantenha um bom relacionamento com os colegas de trabalho;
- Seja discreto: evite participar e disseminar as fofocas. Mantenha um relacionamento respeitoso;
- Mantenha sempre o bom humor;
- Seja flexível;
- Aprenda a oferecer o produto que o cliente precisa: o farmacêutico deve saber técnicas de vendas para realizar a venda agregada de produtos, sem empurrar medicamentos;
- Atenda bem os clientes;
- Mantenha a aparência impecável.

Cabe ressaltar que o farmacêutico e o proprietário dos estabelecimentos agirão sempre solidariamente, realizando todos os esforços para promover o uso racional de medicamentos e a melhoria da qualidade de vida da população.

O proprietário da farmácia não poderá desautorizar ou desconsiderar as orientações técnicas emitidas pelo farmacêutico, por isso, é muito importante que o farmacêutico documente todas as orientações técnicas.

2.6 Relacionamento com o órgão profissional

O farmacêutico, assim como todo profissional da saúde, precisa estar inscrito no Conselho Regional de sua jurisdição para exercer legalmente a profissão.

O CRF-SP é uma autarquia federal criada pela Lei nº 3.820/60, constituída pela sociedade para protegê-la, impedindo que maus profissionais causem danos à sociedade por meio da fiscalização do âmbito profissional. Os Conselhos de Farmácia foram criados para preservar os interesses da sociedade, que tem o direito à assistência farmacêutica e de receber serviços e produtos farmacêuticos de qualidade (CRF-SP, 2011b).

Aos próprios profissionais é dada a responsabilidade de comandar essa organização e custear todo esse sistema, por isso se pagam anuidades (CRF-SP, 2011b).

Por outro lado, a existência dos conselhos resguardam o âmbito de atuação, na perspectiva de garantir espaços privativos e buscando a inserção do profissional em novos campos de trabalho que estejam relacionados a sua formação (CRF-SP, 2011b).

O CRF-SP está aberto à receber sugestões e críticas dos farmacêuticos, por isso tem investido nos canais de comunicação, como o item “fale com o presidente” e “contato”, disponíveis no Portal do CRF-SP, em que o farmacêutico pode entrar em contato com diversos departamentos, o canal de denúncias, materiais técnicos e informativos, além do “Plantão do Presidente¹”, todas às segundas-feiras na Sede do CRF-SP.

1. O Plantão do Presidente acontece todas às segundas-feiras na Sede do CRF-SP. Informe-se no Portal do CRF-SP sobre o horário de atendimento. Verifique também na Seccional mais próxima o dia e horário do plantão do Diretor Regional.

3. POSTURA NAS REDES SOCIAIS

O uso da rede social indica interatividade e possibilita expressar opinião de forma livre e democrática. É possível manter-se conectado, estabelecendo amizades, oportunidades, mobilização e colaboração, mas para isso é preciso ter uma postura ética, segura e legal (BRADESCO, s.d.).

A liberdade de expressão é um direito de todo cidadão, porém alguns cuidados devem ser tomados para evitar condutas que podem caracterizar crimes como, por exemplo, injúria, calúnia e difamação, além de dano moral e falta de ética quando o ato é relacionado ao exercício profissional. Nas redes sociais também valem as leis, as regras de conduta e de ética da vida real (CRF-SP, 2012).

De acordo com o Código de Ética do Farmacêutico (Res. CFF nº 596/14), cabe ao profissional zelar pelo desempenho ético da Farmácia, mantendo o prestígio e elevado conceito, devendo guardar sigilo quanto a fatos e informações de que tenha conhecimento no exercício da profissão (BRASIL, 2014).

Para garantir uma postura adequada nas redes sociais é importante ficar atento à algumas questões:

- Manifeste seus pensamentos com respeito, ética e educação;
- Não publique imagens ou conteúdo sem autorização;
- Não publique informações pessoais ou sigilosas (por exemplo, prescrição contendo nome e endereço do paciente ou identificação do prescritor);
- Não publique conteúdo que possa denegrir a imagem e a reputação de uma pessoa;
- Não publique conteúdo que possa desvalorizar ou denegrir a profissão. Não se esqueça de que as redes sociais são visitadas por todo tipo de pessoa;
- Respeite os direitos autorais na internet;
- Assuma todo conteúdo que publicar, pois o anonimato é proibido no Brasil (BRADESCO, s.d.).

Procure sempre gerar conexões positivas, compartilhar conhecimentos relevantes e respeitar a lei vigente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERGER, B.A. Habilidades de comunicação para farmacêuticos: construindo relacionamentos, otimizando o cuidado com os pacientes. São Paulo: Pharmabooks, 2011.
- BRADESCO. Guia de Postura em Redes Sociais. s.l., s.d. Disponível em: <http://www.bradesco.com.br/portal/PDF/classic/rede-sociais/guia_redes_sociais.pdf>. Acesso em: 24 nov., 2014.
- BRASIL. Conselho Federal de Farmácia. Resolução CFF nº 596, de 21 de fevereiro de 2014. Dispõe sobre o Código de Ética Farmacêutica, o Código do Processo Ético e estabelece as infrações e as regras de aplicação das sanções disciplinares.
- CIPPOLE, R.J.; STRAND, L.M.; MORLEY, P.C. Pharmaceutical care practice. New York: MacGraw-Hill, 1998.
- CRF-SP, CONSELHO REGIONAL DE FARMÁCIA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Curso de atendimento. São Paulo, 2011a.
- CRF-SP, CONSELHO REGIONAL DE FARMÁCIA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Dispensação de Medicamentos. Fascículo VIII. São Paulo, 2012 (Farmácia Estabelecimento de Saúde).
- CRF-SP, CONSELHO REGIONAL DE FARMÁCIA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Entenda o que é, para que serve e como funciona o CRF-SP! Revista 102. São Paulo, 2011b (Revista do Farmacêutico).
- CRF-SP, CONSELHO REGIONAL DE FARMÁCIA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Ética. Revista 106. São Paulo, 2012 (Revista do Farmacêutico).
- CORDEIRO, B.C.; LEITE, S.N. (org). O farmacêutico na atenção à saúde. Unival: Itajaí, 2005.

- CORRER, J.C.; OTUKI, M.F. A prática farmacêutica na farmácia comunitária. Porto Alegre: Artmed, 2013.
- GUEDES, S.M.P. Como construir uma boa imagem pessoal e profissional. Portugal, 2007. Disponível em: <http://www.psicologia.pt/artigos/ver_opiniao.php?codigo=AOP0130>. Acesso em: 12 fev., 2014.
- IEL, INSTITUTO EUVALDO LODI. Postura profissional é decisiva na construção da carreira. Santa Catarina, 2012. Disponível em: <<http://www.ielmt.com.br/ww2/noticias/noticia.asp?id=1126&sid=849485104>>. Acesso em: 10 fev., 2014.
- LAGES, S. Postura profissional. Sindicato dos Administradores do Estado de São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www.saesp-sp.com.br/boletim-eletronico/95-postura-profissional>>. Acesso em: 12 fev., 2014.
- MARQUES, J.R. 7 dicas para manter uma boa postura profissional. Blog carreiras, 2013. Disponível em: <<http://economia.terra.com.br/blog-carreiras/blog/2013/05/21/7-dicas-para-manter-uma-boa-postura-profissional/>>. Acesso em: 21 fev., 2014.
- POSSAMAI, F.P.; DACOREGGIO, M.S. A habilidade de comunicação com o paciente no processo de atenção farmacêutica. Trabalho, educação e saúde. Rio de Janeiro, vol. 5 (3), nov., 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1981-77462007000300008&script=sci_arttext>. Acesso em: 10 fev., 2014.
- PRUDENTE, L.R. et al. A importância da comunicação entre o farmacêutico e o paciente na farmácia comunitária: relato de caso. [Dissertação] Universidade Federal de Goiás.

ENDEREÇOS E TELEFONES

www.crfsp.org.br

SEDE

Rua Capote Valente, 487 - Jd. América
São Paulo - SP
CEP 05409-001
Tel.: (11) 3067.1450
www.crfsp.org.br

SUBSEDE NORTE

Rua Duarte de Azevedo, 448 – 1º andar
– cj 12 – Edifício Brasília Professional
Center – Santana
São Paulo – SP – CEP 02036-021
Tel.: 2283-0300 / Fax: 2978-4990

SUBSEDE CENTRO

Rua Santa Isabel, 160 – 6º andar
Vila Buarque – São Paulo-SP
Telefone: (11)3337-0107

SUBSEDE SUL

Rua Américo Brasiliense, 1490 - 6º Andar - Cj. 64
Santo Amaro - CEP 04715-005 - São Paulo - SP
Telefone (11) 5181-2770 - Fax (11) 5181-2374

SUBSEDE LESTE

Rua Honório Maia, 254 - Tatuapé
CEP 03072-000 - São Paulo - SP
Telefone (11) 2092-4187 - Fax (11) 2093-384

SECCIONAIS

Adamantina: Tel.: (18) 3522-2714

Araçatuba: Tel.: (18) 3624.8143

Araraquara: Tel.: (16) 3336.2735 / (16) 3336.6929

Avaré: Tel.: (14) 3733.3583 / Fax: (14) 3733.3617

Barretos: Tel.: (17) 3322.6826 / Fax: (17) 3323.6918

Bauru: Tel.: (14) 3224.1884 / Fax: (14) 3234.2079

Bragança Paulista: Tel.: (11) 4032.8617

Campinas: Tel.: (19) 3251.8541 (19) 3252.4490 / Fax: (19) 3255.8608

Caraguatatuba: Tel.: (12) 3882.2454/ Fax: (12) 3882.1855

Fernandópolis: Tel.: (17) 3462.5856 / Fax: (17) 3462.7944

Franca: Tel./Fax: (16) 3721.7989

Guarulhos: Tel.: (11) 2468.1501 / Fax: (11) 2229.1312

Jundiaí: Tel.: (11) 4586.6065

Marília: Tel.: (14) 3422.4398

Mogi das Cruzes: Tel.: (11) 4726.5484

Osasco: Tel.: (11) 3682.2850 / Fax: (11) 3685.9063

Piracicaba: Tel.: (19) 3434.9591/ 3435.7093 / Fax: (19) 3402.7992

Presidente Prudente: Tel.: (18) 3223.5893 / Fax: (18) 3916.1192

Registro: Tel.: (13) 3822.1979

Ribeirão Preto: Tel.: (16) 3911.9016/ (16) 3911.5054

Santo André: Tel.: (11) 4437.1991

Santos: Tel.: (13) 3233.5566 / Fax: (13) 3221.6781

São João da Boa Vista: Tel.: (19) 3631.0441

São José dos Campos: Tel.: (12) 3921.4644 / 3942.2792
Fax: (12) 3921.4644

São José do Rio Preto: Tel.: (17) 3234.4043 / 3234.4971
Fax: (17) 3234.5027

Sorocaba: Tel.: (15) 3233.8130

Zona Leste: (11) 2361.9152 /Fax: (11) 2361.8542

**MANUAL DE ORIENTAÇÃO
AO FARMACÊUTICO
CONDUTA E POSTURA PROFISSIONAL**



CRF SP
CONSELHO REGIONAL
DE FARMÁCIA
DO ESTADO DE SÃO PAULO