

OPINIÃO

5 motivos pelos quais a receita digital deve permanecer após a pandemia

Rafael Moraes (*)

Prescrever medicamentos digitalmente não é uma novidade, desde a década de 1990, a tecnologia vem sendo usada em diversos países da Europa e nos Estados Unidos.

No Brasil, a primeira solução de prescrição digital inteligente surgiu em 2012. Porém, é fato que até há pouco tempo muitas pessoas ainda não sabiam exatamente o que era uma receita digital. E talvez até o momento ainda exista quem pense ser uma foto da receita tradicional manuscrita, ou ainda a receita redigida pelo médico em um editor de texto e depois impressa.

Mas, mesmo entre aqueles que já sabiam o que era a prescrição digital, muitos ainda não tinham conhecimento de todos os seus benefícios e do seu real valor. E, indo além, diversos médicos, pacientes e varejistas de medicamentos tinham certo receio de sair da zona de conforto, avaliando a prescrição digital como um fator complicador. A pergunta clássica sempre foi “por que mudar algo que já funciona há tanto tempo?” Até surgir a pandemia, o isolamento social, e aí, como todos já sabemos, a telemedicina e a receita digital tornaram-se artigos de primeira necessidade e ganharam notoriedade.

A receita digital tornou-se essencial para garantir o acesso da população aos medicamentos, viabilizou uma das etapas mais importantes do tratamento e, ainda, ajudou a proporcionar segurança ao paciente garantindo o entendimento exato do produto prescrito na receita.

A verdade é que, sem dúvida nenhuma, ela veio para ficar. Mas, por quê?

Simples. Seus benefícios são inúmeros e o médico pode prescrever eletronicamente tanto em consultas no modelo tradicional – aquela em que o paciente vai até o consultório – como a distância. Mesmo antes da pandemia, a prescrição de alguns medicamentos já havia sido regulamentada digitalmente. Mas e quando a pandemia passar, a prescrição digital ainda será necessária?

Elenquei abaixo os cinco principais motivos que esclarecem por que a receita digital é um recurso irreversível e que permanecerá após a pandemia:

Evita incompreensões

A famosa “letra de médico” e a ilegibilidade das receitas manuscritas sempre foi uma preocupação para pacientes e farmacêuticos.

A receita digital garante a compreensão de 100% do que foi prescrito, diminuindo as chances de eventos adversos ou de erros médicos associados à medicação. Ou seja, traz segurança para o farmacêutico que sabe exatamente o que deve dispensar. Além de evitar que o paciente cometa algum equívoco na administração do medicamento porque não entendeu a orientação escrita.

Diminui os riscos de fraudes

Ter acesso a receitas e atestados médicos falsos não é

nada complicado, em especial nos grandes centros urbanos. Isso porque, clonar dados pessoais de médicos para utilizar o nome, o número do Conselho Regional de Medicina (CRM) e criar um carimbo falso são práticas recorrentes em prescrições de receitas médicas escritas à mão, uma vez que estas não oferecem nenhuma camada de segurança realmente eficiente (o carimbo, a rubrica do médico e até mesmo o layout do receituário podem ser facilmente copiados).

A receita digital não abre espaço para isso acontecer, pois só tem validade com a assinatura eletrônica no padrão ICP-Brasil e com um QR Code. Ela segue todos os padrões e orientações do Conselho Federal de Medicina (CFM) e do Conselho Federal de Farmácia (CFF).

É mais segura

A receita digital tem por detrás de seu desenvolvimento aspectos que visam garantir tanto a segurança do paciente, do ponto de vista de sua saúde, como da privacidade de dados. Falando especificamente da segurança digital, políticas de segurança ajudam a garantir a privacidade e resguardar as informações que são trafegadas na plataforma de prescrição médica digital. Além disso, é uma forma do médico contar com recursos extras para apoio, como uma base de dados de medicamentos e exames, que aliada às ferramentas de apoio à decisão clínica, auxilia os médicos a tomarem suas condutas. É possível saber quando um medicamento interage com outro, por exemplo, ou até quando o paciente tem alergia a algum princípio ativo do medicamento receitado – tudo em tempo real.

Traz comodidade e agilidade no atendimento

Chegar ao balcão da farmácia e perceber que esquecemos a receita em casa (ou até mesmo perdemos este documento) é algo muito comum.

Com a receita digital sendo enviada por SMS ou e-mail, ela estará sempre disponível e acessível para o usuário. No balcão, basta apresentar o documento, que contém um QR Code – que serve como um certificado de autenticidade, e o farmacêutico, em poucos minutos, pode dispensar o medicamento ao cliente.

Médicos e farmácias estão usando cada vez mais

O uso da receita digital só cresce, não só por existirem plataformas seguras e gratuitas para médicos, pacientes e farmacêuticos, mas também por seus benefícios. Mais de 130 mil médicos de diversas especialidades e regiões do país usam a solução na sua rotina de atendimentos. As farmácias também já se adaptaram para receber a receita digital e dispensar os medicamentos usando o novo formato do documento. Mais de 30 mil drogarias já aderiram e isso não é uma exclusividade das grandes redes, abrange também as chamadas redes independentes. E a tendência é que, cada vez mais, esse número cresça.

(*) É CMIO da Memed, healthtech pioneira e líder em prescrição médica digital, assinada com o certificado ICP-BR, usada por mais de 130 mil médicos no Brasil.

Inovação e segurança: essenciais para a experiência de compra nos classificados online

Venho de uma família de empreendedores. Minha mãe, que foi CEO por mais de 25 anos, foi uma inspiração para a construção de novos negócios.

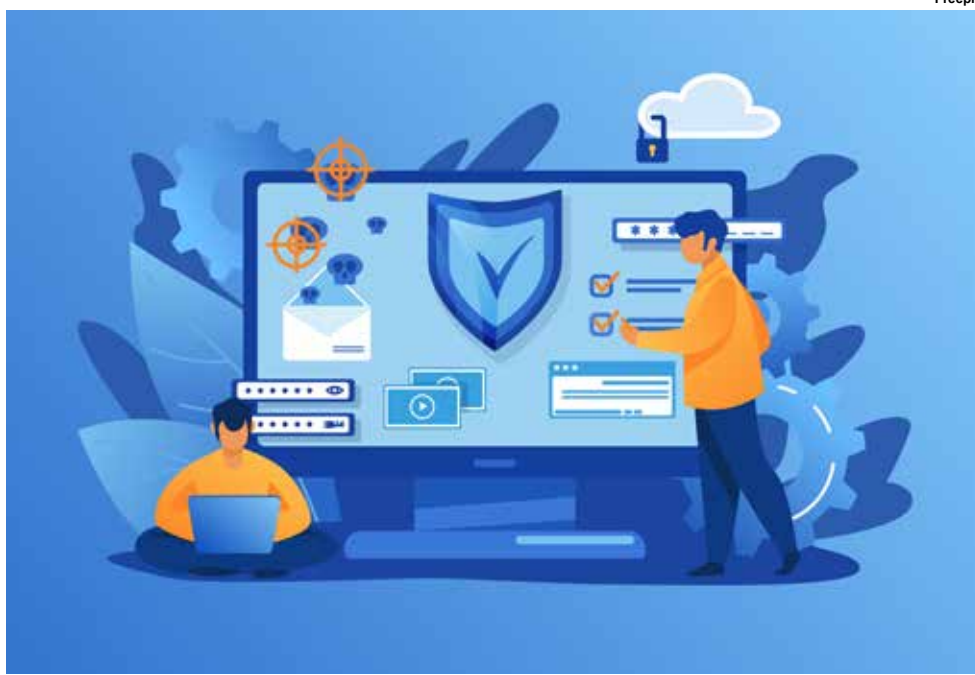
Jean Marie Truelle (*)

Audaciosa, ela abriu mercados para sua empresa da área farmacêutica nos países árabes em plena Guerra do Golfo, também me ensinou que o mundo inteiro era a nossa oportunidade e me mostrou que cliente satisfeito é aquele que tem a melhor experiência.

Com esse mesmo entusiasmo que desde que chegamos ao Brasil, em 2018, para lançar um aplicativo de classificados online, o Popsy, é que não medimos esforços para aprimorar a plataforma, para que ela seja o meio mais rápido, fácil e seguro para todo mundo negociar qualquer item, novo ou de segunda mão, totalmente gratuito.

É cada vez mais comum encontramos pessoas que já foram vítimas de algum golpe ao tentar comprar pela internet. A alta do e-commerce durante a pandemia também tem feito disparar as reclamações no Procon por conta de problemas com a entrega, especialmente. No mercado de classificados online, a situação é a mesma.

Nesse sentido, investimentos em tecnologia e logística para a melhoria dos processos e que agreguem mais segurança nunca são demais. No Popsy, por exemplo, além de disponibilizar o pagamento via aplicativo, por cartão de crédito, evitando que os negociadores tenham que fazer transferências ou pagamentos pessoalmente, também foram fechadas parcerias com as empresas Loggi e Lalamove, para que as entregas das mercadorias também possam ser feitas pelo app, sem que os negocia-



“É cada vez mais comum encontramos pessoas que já foram vítimas de algum golpe ao tentar comprar pela internet. A alta do e-commerce durante a pandemia também tem feito disparar as reclamações no Procon por conta de problemas com a entrega, especialmente.”

dores precisem se encontrar. Todo o sistema de entrega e retirada já pode ser realizado via portador em mais de 20 cidades brasileiras.

Outra prova da inovação do aplicativo é ser o único que conta com ferramenta de geolocalização que atua como facilitador crucial para o encontro de compradores e vendedores. O app reconhece a localização dos usuários em tempo real e mostra os anúncios de acordo com a proximidade e segmentação, descomplicando o contato direto entre os interessados. Também criamos modelos de machine learning para detectar comportamentos suspeitos na plataforma. Todos os dias detectamos e rejeitamos muitos golpistas.

Cada vez mais os clientes procuram não o mais barato, mas o melhor serviço. E as empresas dispostas a proporcionar experiências positivas e seguras, certamente se destacarão no mercado cada vez mais competitivo e digitalizado.

(*) É empreendedor, fundador do aplicativo Popsy - www.popsy.app.

Como a tomada de decisão reflete no relacionamento com o cliente?

O processo de fidelização do público-alvo é complexo e necessita de uma abordagem estratégica por parte do gestor, que deve estar amparado pelo uso inteligente dos dados disponíveis.

Quando se fala nas consequências da transformação digital nos dias de hoje, a disseminação de uma mentalidade mutável entre os consumidores tem sido personalizada através de novas demandas mercadológicas, puxando as atenções do empresário para si. Em outras palavras, as empresas não podem se apoiar exclusivamente em produtos de qualidade ou serviços eficazes, é importante transcender esse cenário. Por esse motivo, a aplicação de uma política de relacionamento que priorize o Customer Experience mostra-se fundamental.

Como deixar o campo das ideias e fomentar a construção de uma jornada de compra diferenciada? Na teoria, o conceito de priorizar a experiência do cliente parece simples, afinal, basta compreender o que a pessoa em questão está buscando no mercado. Mas para atingir esse nível de maturidade comercial, alguns pilares internos precisam se consolidar, sob a tutela de ferramentas tecnológicas capazes de respaldar a tomada de decisão. Dessa forma, o gestor terá a segurança necessária para escolher os melhores métodos e oferecer as soluções mais adequadas.

Contribuições da tecnologia e sua influência operacional

Antes de partirmos para a tomada de decisão propriamente dita, é imprescindível identificar os meios de se preparar a organização e os profissionais inseridos no contexto de transição ao digital. A implementação de soluções tecnológicas impacta positivamente na medida em que automatiza processos acerca do fluxo de informações. Isso

significa polir o manuseio dos dados, garantindo a integridade de materiais essenciais para a continuidade assertiva das atividades.

Evidentemente, as movimentações do gestor não param por aí. A presença de softwares é um sinal de que a companhia está interessada em mudar, porém, essa condição acaba por levantar um questionamento relevante: como aproveitar os insumos produzidos pela máquina? É nesse ponto que a noção de Business Intelligence (BI) ganha força, simbolizando a iniciativa de se conceder o devido valor às informações disponíveis. Isso nos leva ao próximo tópico.

O BI como aliado estratégico à tomada de decisão

Os dados foram unificados e separados pelo uso de plataformas automatizadas. E agora? O próximo passo é extrair o valor estratégico dessas informações. Ao adotar o BI, a empresa encontrará alternativas plausíveis de se tomar decisões em prol do relacionamento com o cliente. Essa tarefa fica a cargo da inteligência analítica, indicando aspectos comportamentais, bem como elementos individuais, a exemplo da regionalidade, hábitos na web e características que denotem as maiores dores enfrentadas pelo público-alvo. No fim, tudo se resume ao fator proximidade. Você está preparado para assimilar o problema alheio e ilustrar os caminhos mais efetivos?

Com a máquina encarregada de conduzir análises precisas e estabelecer parâmetros seguros sobre o comportamento dos clientes, como fica a posição dos profissionais nessa equação operacional? Ao contrário do que alguns poderiam supor, a tecnologia não irá ofuscar o protagonismo humano. O efeito é

reverso, se as tarefas padronizadas e exaustivas estão sob a responsabilidade de soluções inovadoras, as pessoas, que anteriormente lidavam com esses procedimentos, encontrarão tempo hábil e disponibilidade para explorar funções subjetivas, de pleno caráter estratégico. A valorização humana é decorrente dessa mudança e demonstra-se outra grande contribuição do BI.

Afinal, o que os clientes querem?

A empresa possui uma estrutura interna consolidada pelo uso da tecnologia. Utiliza o BI com frequência a fim de aproveitar os benefícios analíticos dos dados para decisões mais assertivas. O que falta para criar uma situação favorável à fidelização de um número cada vez maior de novos clientes? O Customer Experience é um requisito mandatório no mercado em termos gerais. Não é concebível para qualquer organização, seja lá qual for o segmento, abdicar de artifícios favoráveis à chegada de uma gestão de relacionamentos com o cliente apoiada pela tecnologia.

Presumir que as intenções do cliente podem ser previstas no seu histórico de relações, ignorando a dinamicidade de um mercado em constante movimento, é flertar com uma ineficiência extremamente prejudicial para o negócio. Todas as possibilidades apresentadas devem ser encaradas como oportunidades para se repensar esse setor das empresas. É sobre conhecer cada indivíduo e valorizar sua jornada pessoal com a empresa. Desse modo, a satisfação com os resultados obtidos será mútua e impactante para as duas partes interessadas.

(Fonte: Guilherme Tavares é CEO do Centro de Serviços Compartilhados (CSC) do Grupo Tocatto, especialista em Gestão Empresarial, com pós-graduação em Marketing e Geoprocessamento e graduação em Publicidade e Propaganda).

News @TI

Nova unidade de negócios focada em transformação digital

A Sambatech cria uma nova unidade de negócios focada no conceito de transformação digital. A partir de agora, a nova área promoverá mudanças culturais dentro das corporações, adaptará o modelo de ne-

gócios e entregará produtos customizados ao cuidar de ponta a ponta das necessidades do cliente, indo desde a identificação do problema até a implementação das tecnologias desenvolvidas, como software e aplicativos. Com isso, o objetivo é proporcionar vantagem competitiva para as empresas e fazer com que elas se diferenciem da concorrência, ainda mais em um mercado cada vez mais volátil e dinâmico.

ricardosouza@netjen.com.br