

# SantaCruz

WWW.SANTACRUZDISTRIBUIDORA.COM.BR

- [ CONVENIÊNCIA ]
- [ DERMO ]
- [ DIABETES ]
- [ GENÉRICOS ]
- [ HIGIENE E BELEZA ]
- [ OTC ]
- [ RX ]

## CHEGOU O CREME DENTAL QUE VAI REVOLUCIONAR O SEGMENTO DE SENSIBILIDADE

### COLGATE SENSITIVE PRO-ALÍVIO IMEDIATO GENGIVAS

NOVO  
TAMANHO  
60g



FÓRMULA EXCLUSIVA COM ARGININA,  
garante uma ação imediata\* e eficaz  
contra a sensibilidade dos dentes.



### ABC DA SAÚDE

Aproveite o Dia Nacional da Farmácia para reforçar a importância dos seus funcionários

### CATEGORIAS SANTACRUZ EM FOCO

**Higiene oral:** a pandemia causou um aumento nos problemas bucais, ampliando a procura por produtos

### GUIA SANTACRUZ

**Oportunidades SantaCruz:** um mundo de serviços em prol do seu negócio

# PLP SantaCruz

O que você está esperando para fazer parte do **Programa de Lançamento de Produtos da SantaCruz?**

O PLP é uma ferramenta que envia automaticamente, para os clientes cadastrados, lançamentos com forte mídia ou visitação médica, com até 60 dias para pagar.

## Como funciona?

Cadastre-se no programa pelo site

[www.santacruzdistribuidora.com.br](http://www.santacruzdistribuidora.com.br)

Você receberá, antecipadamente, um e-mail com as **informações sobre o lançamento.**

O produto será enviado **automaticamente** para a sua loja.

**Pronto!** Sua farmácia sai na frente com os principais lançamentos e ainda tem a garantia da devolução caso não ocorra a venda.

**E tudo isso sem custo!**

O produto pode ser devolvido em até 10 dias antes do vencimento do boleto. Basta entrar no site [www.devolucaosantacruz.com.br](http://www.devolucaosantacruz.com.br) e emitir a nota fiscal de devolução.

Você poderá cancelar o seu cadastro no momento que desejar e sem custo pelo site [www.santacruzdistribuidora.com.br](http://www.santacruzdistribuidora.com.br).

## Participe também do PLP!

# LANÇAMENTO EXCLUSIVO

## SantaCruz

NOVAS  
APRESENTAÇÕES

100 ml



**Ureadin®**  
Gel de Banho

### A hidratação começa no banho

Gel de banho sem sabão  
que limpa a pele sem agredi-la

EAN: 8429420145757  
Código: 714210

PREÇO SUGERIDO AO CONSUMIDOR  
**R\$ 24,90**



**Ureadin® 10**  
Loção

### Hidratação intensa

Rápida absorção  
24 horas de hidratação

EAN: 8429420215504  
Código: 714185

PREÇO SUGERIDO AO CONSUMIDOR  
**R\$ 27,90**

Exclusivo para o canal indireto

Pele hidratada. Pele **Ureadin®**

A hidratação que você sente na pele

 **ISDIN**  
LOVE YOUR SKIN

# ÍNDICE



## 10 TÉCNICAS DE VENDAS

Dia dos Pais



## 12 O QUE ESTÁ EM ALTA NO MERCADO?

Público sênior



## 20 GLOSSÁRIO DO VAREJO FARMACÊUTICO



## 24 CATEGORIAS SANTACRUZ EM FOCO

## TÉCNICAS DE VENDAS

### 08 2º semestre com mais vendas

O cliente deve sempre estar no centro do seu varejo

### 10 Dia dos Pais

Confira algumas estratégias para potencializar seus ganhos e aproveite as ofertas especiais da SantaCruz

## O QUE ESTÁ EM ALTA NO MERCADO?

### 12 Público sênior

Você já parou para analisar a importância que ele tem para o seu comércio?

## ABC DA SAÚDE

**14 Foco na prevenção:** desenvolva a categoria de imunidade e incremente os lucros da sua loja

**16 Dia Nacional da Farmácia:** mostre ao seu time como a data é importante

## GLOSSÁRIO DO VAREJO FARMACÊUTICO

### 20 Hidratação da pele

Dados da pesquisa IBOPE DTM, encomendada por Bepantol® Derma, mostram o olhar das brasileiras sobre este cuidado

## CATEGORIAS SANTACRUZ EM FOCO

### 24 Saúde bucal X pandemia

A demanda por produtos do segmento oral ampliou. Abasteça seu PDV

## GUIA SANTACRUZ

### 28 Oportunidades

Conheça todos os benefícios que oferecemos ao seu estabelecimento

## OPORTUNIDADES SANTACRUZ

**06 Novidades** Os principais lançamentos do mercado você encontra na SantaCruz

**30 Produtos em destaque** Tenha no seu PDV os produtos que estão em destaque neste bimestre

**34 Packs e promocionais** Aumente os resultados da sua loja com os packs e itens promocionais



EDIÇÃO Nº 244 - Jul · Ago 2021

**Marketing:** Nathalia Satt | Rosimeire Oliveira

**Projeto Gráfico:** Thatto Comunicação

**Jornalista Responsável:** Flávia Cunha (MTb 0079663/SP)

**Tiragem:** 30.000 exemplares

**Fale conosco:** sugestões e comentários sobre a Revista SantaCruz podem ser enviados para o e-mail: comunicacao@stacruz.com.br

A **Revista SantaCruz** tem circulação dirigida a todos os profissionais do canal farmacêutico. As matérias assinadas são de inteira responsabilidade dos autores, não expressando necessariamente a opinião da SantaCruz. A responsabilidade sobre os anúncios publicados é exclusiva do anunciante, no que tange às normas da ANVISA e do CONAR. A responsabilidade pelos serviços e produtos anunciados é integral e exclusiva do anunciante, cabendo à SantaCruz apenas a veiculação das informações, sem que isso implique em qualquer aprovação ou vinculação ao conteúdo anunciado. Imagens meramente ilustrativas. Fica expressamente proibida a reprodução total ou parcial da revista, exceto por autorização escrita da SantaCruz, estando sujeito o infrator às penas previstas em lei.

**SantaCruz** É rápido  
digital e fácil

**0800 728 2786**

Sistema de Contingência: (11) 2766-1019

Tele vendas

**0800 728 2789**

Sistema de Contingência: (11) 4861-9110

SAC **0800 707 7298**

Sistema de Contingência: (11) 2766-1018  
centraldeatendimento@stacruz.com.br

[www.santacruzdistribuidora.com.br](http://www.santacruzdistribuidora.com.br)

# OS GRANDES LANÇAMENTOS DO MERCADO ESTÃO NA SANTACRUZ

Aproveite as últimas novidades para ampliar suas vendas no segundo semestre.



**ISDIN**  
LOVE YOUR SKIN

EXCLUSIVIDADE  
SANTACRUZ

714210

ISDIN  
UREADIN  
BATH GEL  
100ML



714185

ISDIN  
UREADIN LC  
HIDRAT 10  
100ML



- **GEL DE BANHO HIDRATANTE** para higiene corporal diária da pele seca.
- **LOÇÃO HIDRATANTE** para o cuidado diário e proteção da pele seca e áspera.

**Abbott**

Vitamina D que dissolve na boca!

Folheto Sof D Go.



**PLP**  
SantaCruz

Sof D é um medicamento à base de vitamina D3 (colecalférol), indicado para a prevenção e tratamento auxiliar da osteoporose, na desmineralização óssea pré e pós menopausa (perda de componentes que atuam na formação e densidade dos ossos), raquitismo (enfraquecimento dos ossos devido a deficiência de vitamina D), osteomalácia (enfraquecimento e desmineralização dos ossos em adultos) e prevenção no risco de quedas e fraturas. Sof D não deve ser utilizado em pacientes que apresentem hipersensibilidade aos componentes da fórmula. É contraindicado também em pacientes que apresentem hipervitaminose D (absorção excessiva da vitamina), elevadas taxas de cálcio ou fosfato na corrente sanguínea e também em casos de má formação nos ossos. Restrições a grupos de risco: não existem restrições ou cuidados especiais quanto ao uso do produto por pacientes idosos. Estudos têm relatado que idosos podem ter níveis mais baixos de vitamina D do que os adultos jovens, especialmente aqueles com pouca exposição solar. Este medicamento é contraindicado para menores de 12 anos. MS 1.0553.0384

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

714093

SOF D GO 1.000UI  
C/30 COMP

714095

SOF D GO 2.000UI  
C/30 COMP

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

# L'ORÉAL PARIS

Linha de produtos que hidrata e dá mais brilho aos cabelos.



714167

CR PENT  
ELSEVE HIDR  
HIALU 250ML



714169

CR TRAT  
ELSEVE HIDR  
HIALU 300G

## Megalabs

Linha de protetores solares de uso diário e amplo espectro, que protege a pele das radiações.

714126

P SOLAR  
UMBRELLA  
FLUIDO F50 50G

714127

P SOLAR  
UMBRELLA PERF  
CL F50 50G



714129

P SOLAR  
UMBRELLA PER  
ESC F50 50G

714136

P SOLAR  
UMBRELLA  
URBAN F50 50G



Pierre Fabre

Reduz a acne, antioleosidade prolongada, além de evitar o efeito rebote.

714056

AVENE  
CLEANANCE  
INTENSE 60G

714057

AVENE  
CLEANANCE  
INTENSE 150G

714058

AVENE  
CLEANANCE  
INTENSE 300G

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



# 2º SEMESTRE com mais vendas

**O CLIENTE DEVE  
SEMPRE ESTAR  
NO CENTRO DO  
SEU NEGÓCIO**

**Meio do** ano chegou e nada melhor do que pensar nas estratégias dos próximos meses a fim de tomar as melhores decisões. De acordo com Fátima Merlin, diretora da Connect Shopper e consultora de varejo e shopper marketing, ainda estamos em um cenário de muitas incertezas e inseguranças, fazendo com que os consumidores sejam mais exigentes e seletivos, buscando marcas alternativas e opções que caibam no orçamento. “Além disso, temos percebido queda em algumas categorias e uma procura maior por promoções e parcelamentos das compras em

função de todas essas questões conjunturais de saúde pública que estamos enfrentando e sem ter muita perspectiva de quando irão se normalizar. Assim, é extremamente importante acompanhar de perto as tendências e aquilo que faz sentido para o público da farmácia”, alerta.

## CLIENTE NO CENTRO DO NEGÓCIO

Segundo a diretora, é fundamental conhecer a fundo o perfil dos consumidores da loja para antecipar suas preferências e atendê-los de maneira efetiva. Fátima ainda explica que, com a pandemia, fatores como praticidade, agilidade, conveniência, saudabilidade e indulgência se reforçaram. O público quer entrar na farmácia e encontrar os itens com facilidade e segurança.



Não se pode esquecer também das vendas via canais digitais. “O varejo precisa atentar-se a todas as vertentes para fazer a entrega à altura das necessidades dos clientes”, ressalta.

## EQUILÍBRIO ENTRE ESTOQUE E RUPTURAS

Para ter um equilíbrio entre estoque e ruptura, os quais caminham juntos, Fátima recomenda implementar processos de gestão do mix. É primordial realizar uma compra efetiva do que é relevante, por isso a importância

de conhecer os shoppers\*, determinando os diferentes papéis das categorias, aspecto que irá definir o que será trabalhado em cada segmento e dentro dos quatro “P’s”. Veja a seguir:



“Se tudo estiver bem orquestrado e orientado ao consumidor, sem dúvida nenhuma os resultados serão maximizados. Normalmente, quando o PDV conta com um superestoque de coisas irrelevantes, acaba tendo ruptura daquilo que é essencial e, por consequência, uma má administração não só do sortimento, mas de como ele está exposto

nas gôndolas. É imprescindível ficar atento às participações das categorias, das marcas e dos produtos para que possa dimensionar corretamente o mix e como ele estará posicionado na farmácia”, conclui a diretora da Connect Shopper e consultora de varejo e shopper marketing.

\*Shopper: pessoa que realiza a compra.

# 6 DICAS PARA ARRASAR NAS VENDAS DE DIA DOS PAIS

O Dia dos Pais está chegando e sua loja não pode deixar de lado as oportunidades de vendas que a data oferece. Confira as dicas dadas por Cadri Awad, diretor geral do Instituto Bulla, empresa especializada em pesquisa e desenvolvimento de novas técnicas de gestão para farmácias e drogarias, e arrase nos resultados.

## 1. MERCHANDISING

A data precisa ser trabalhada com antecedência para lembrar que a farmácia também é local de comprar presentes. É fundamental cuidar da ambientação em todos os aspectos, fazendo com que o PDV “converse com o público”. A temática do Dia dos Pais deve estar implantada e em ação no mínimo 30 dias antes para que o maior número possível de clientes seja impactado.

## 2. EXPOSIÇÃO CERTEIRA

Pontas de gôndolas, displays, seções específicas devem ser destinadas aos produtos que estarão em destaque durante todo o mês de agosto. Cartazes e splashes são interessantes visando dar mais relevância aos itens e às oportunidades que a loja preparou para quem quer presentear os pais.

## 3. SORTIMENTO VENDEDOR

Para a data sazonal, algumas das categorias que não podem faltar na sua loja:

- Produtos para barba (pomadas, óleos, balms, kits de reparo, escovas, aparelhos, loções pós-barba, cremes);
- Perfumes, artigos de cuidados capilares e até sabonetes com propriedades especiais;
- Suplementos e itens de bem-estar e qualidade de vida para alcançar os pais que valorizam atividades saudáveis.



## 4. DE OLHO NAS REDES SOCIAIS

Se o seu comércio tiver um perfil no Instagram ou no Facebook, faça as comunicações com 30 dias de antecedência, explorando o apelo emocional. Mensagens, posts e vídeos ressaltando a importância da paternidade, das relações entre pais e filhos, a jornada do “pai herói”, dos pais que também são mães, enfim, a ideia é trabalhar a emoção e intercalar com anúncios das ações, kits e promoções que serão elaborados.



## 5. INVISTA EM KITS COM BRINDES

Kits e brindes como squeezes, canecas personalizadas, copos, podem render ótimas oportunidades, já que o tíquete médio nestas estratégias costuma crescer significativamente. Cestas e kits contendo sabonetes, desodorantes, xampus e produtos para a barba são excelentes, pois contemplam itens úteis para o dia a dia e que todo homem usa e valoriza.

## 6. A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TAMBÉM É VÁLIDA

As farmácias assumiram o seu papel como estabelecimentos prestadores de serviços em saúde. Ações de prevenção e cuidados voltados à atenção primária são grandes aliados. Aferição de pressão alta, dosagem de glicemia e colesterol e bioimpedância podem ser oferecidos até mesmo como brindes para compras acima de determinados valores. Por exemplo: “Cuide do papai” ou “Vamos cuidar bem do seu papai?”

## Os principais produtos para o Dia dos Pais estão na SantaCruz

713434  
VITA MEDLEY  
HOMEM C/60  
CAPS GEL



704619  
GRECIN TONS  
GRISALHOS  
GEL 40G



713543  
DEO NIVEA  
AERO DEEP  
AMADEI 150ML



722702  
AP GILLETTE  
PRESTO2 FIX  
MASC C/2

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

Confira as ofertas especiais que  
preparamos para a data!

FIQUE DE OLHO NO  
SantaCruz Digital



# DE OLHO NO PÚBLICO SÊNIOR

**CONFIRA ALGUMAS  
ESTRATÉGIAS E  
ABASTEÇA SUA LOJA  
COM A SANTACRUZ**

**Você já** parou para analisar a importância que o público sênior tem para o seu negócio? As pessoas acima dos 60 anos são as que mais frequentam as farmácias e consomem medicamentos, assim compreender os comportamentos e necessidades é fundamental.

Para entender melhor a atual realidade desse grupo etário quando o assunto é a sua saúde, a prevenção e os seus hábitos de consumo, a Febrafar, por meio do Instituto Febrafar de Pesquisa e Educação Corporativa (IFEPEC), em parceria com a Unicamp, realizou o Estudo do Mercado Sênior nas Farmácias, entrevistando 2.200 consumidores e 300 cuidadores em todo o País.

## Confira os principais resultados e invista em estratégias para melhorar a experiência desse público no seu PDV.

### Como definem a farmácia de preferência?

<b>91%</b>	pelo preço
<b>64%</b>	pela localização
<b>63%</b>	pelo estacionamento

**Obs.:** o entrevistado poderia optar por mais de uma alternativa.

### Sobre o consumo de medicamentos

<b>67%</b>	pagam pelas medicações que compram, prioritariamente
<b>54%</b>	não enxergam os textos das embalagens
<b>36%</b>	têm dificuldade para cumprir horários para tomar os fármacos
<b>31%</b>	têm dificuldade para partir os comprimidos
<b>29%</b>	retiram no SUS, posto de saúde ou Farmácia Popular
<b>13%</b>	têm problemas para engolir (disfagia)
<b>4%</b>	têm os medicamentos pagos por parentes

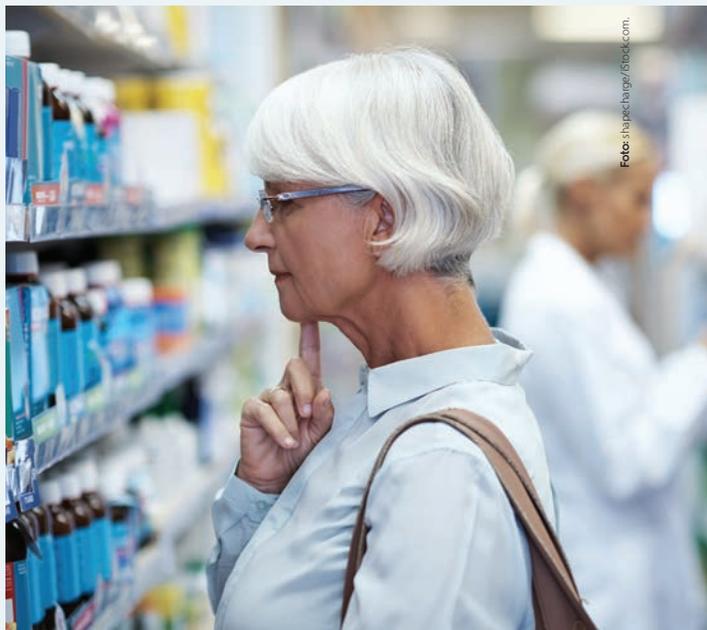


Foto: shaychange/iStock.com

## Impactos da crise

- ➔ 59% dos participantes responderam que, em algumas vezes, deixaram de comprar medicamentos por falta de dinheiro.
- ➔ Percebeu-se que os entrevistados não possuem o costume de analisar preços, já que a maioria afirmou não ter pesquisado preços em outras farmácias (73%).
- ➔ Os genéricos, por serem geralmente mais baratos, foram os produtos mais comprados pelos consumidores, com 66%, seguido pelas medicações de marcas (42%) e não medicamentos (27%), lembrando que os clientes podem ter adquirido mais um tipo de item por ida à loja.
- ➔ Mesmo com a necessidade de isolamento social, 91% dos participantes afirmaram que realizam aquisições de forma presencial.
- ➔ Compras por WhatsApp ou APPs são utilizadas por 16% dos respondentes, 14% usam telefones e apenas 4% sites.

## Os melhores produtos estão na SantaCruz

705362



**NUTREN SENIOR PO 740G**

707208



**COREGA FITA ADESIVA C/20 UNID**

703485



**CALCITRAN D3 C/60 COMP**

102207



**GLIFAGE XR 1G**

**GLIFAGE 1G** (cloridrato de metformina) Indicações: Glifage é indicado como um adjuvante da dieta do controle da diabetes insulino dependente (tipo II) quando o regime alimentar sozinho não permite a normalização do peso e/ou glicemia. Glifage é também indicado para complementar a insulino terapia em diabetes insulino resistentes. Contraindicações: Glifage é contraindicado para pacientes com hipersensibilidade às biguanidas ou a outros componentes da fórmula. Glifage ainda é contraindicado durante a gravidez e nos casos de diabetes insulino dependente; insuficiência renal; orgânica ou funcional mesmo moderada; insuficiência hepática; acidose láctica; alcoolismo agudo ou crônico; qualquer situação médica aguda, tais como, colapso cardiovascular; insuficiência cardíaca congestiva, infarto do miocárdio, cirurgia ou septicemia; estados doentes que podem estar associados com hipovolemia; complicações agudas (vômitos ou diarreia) que provavelmente resultam em desidratação e azotemia pré-renal. MS: 1.0089.0193

**SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO**

**CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL**

**DESENVOLVA  
A CATEGORIA  
DE IMUNIDADE  
E AUMENTE  
OS LUCROS DA  
SUA FARMÁCIA**

# FOCO NA PREVENÇÃO

**Cuidar da** imunidade, que já era uma tendência, tornou-se um comportamento para muitos brasileiros por conta da Covid-19. De acordo com a pesquisa realizada pelo IBOPE, encomendada pela Bayer<sup>1</sup>, que traçou um comparativo de antes da pandemia com o momento atual, 23% dos entrevistados passaram a dar mais atenção ao assunto.

Com relação aos tipos de ações que os indivíduos adotam para manter um bom funcionamento do sistema imunológico, 62% disseram que tentam dormir mais de seis horas por noite, 54% buscam ter uma alimentação saudável e balanceada, 42% praticam atividades para reduzir o estresse e 20% consomem suplementos vitamínicos com frequência. Esse último, inclusive, foi o segmento com maior demanda durante o período da pandemia: 14% dos participantes afirmaram ter dado início ou intensificado o uso.

Para Cristina Hegg, Diretora de Marketing Brasil da Bayer, as pessoas começaram a entender que o consumo de uma vitamina deve ser, na

verdade, como prevenção de doenças e não tratamento. “Percebemos que esse conhecimento sobre os benefícios do autocuidado preventivo é um fator decisivo para que o hábito permaneça e, por isso, continuaremos vendo essa categoria se desenvolver”, afirma.

## **IMUNIDADE: oportunidades e desafios para o canal farma**

Engane-se quem pensa que só as vitaminas entram nesse mix de cuidados com o sistema imunológico. Segundo Rogério Lima, professor do Núcleo de Varejo da ESPM e VP de insights e consultoria do Retail Farma Brasil, probióticos, fitoterápicos, homeopáticos e produtos preventivos de gripe são exemplos que podem compor o sortimento.

“A jornada de aquisição de imunidade é muito mal desenvolvida na farmácia, pois ainda está ancorada

no básico. O consumidor entendeu mais rápido que as vitaminas geram imunidade, mas temos outros itens. É preciso capacitar os funcionários para oferecerem uma melhor experiência de compra tanto no visual quanto no relacionamento com o público no balcão”, adiciona.

Camila Castro, Marketing Associate Director da IQVIA, complementa ressaltando que, como os artigos que compõem o segmento estão presentes no canal farma, o desafio neste momento é organizar de modo correto, para apresentá-los ao shopper\* de forma que ele consiga navegar com facilidade.

“Além disso, deve-se avaliar a maneira mais adequada de utilizar os materiais promocionais e pontos extras, já que eles contribuem para ampliar a exposição, auxiliando ainda na conquista de novos clientes, no aumento da frequência de uso e, consequentemente, no impulsionamento das vendas”, salienta.

## ALAVANCANDO AS VENDAS

De acordo com Maurício de Souza, neurologista e líder médico da área de produtos de consumo da Bayer, os cuidados com a imunidade já entraram na agenda do público há algum tempo e, assim, itens com vitamina C e com outros micronutrientes, como zinco e vitamina D, não podem faltar no PDV.

Desse modo, Alexandre Andrian, Head de Trade da Bayer Brasil, também reforça o quanto ter um sortimento adequado, amplo e que cubra as necessidades dos clientes é uma excelente alavanca de crescimento, além da disposição lógica e mais estruturada para a categoria.

E para organizar e destacar os produtos voltados para imunidade de maneira efetiva, o professor do Núcleo de Varejo da ESPM e VP de insights e consultoria do Retail Farma Brasil sugere oferecer soluções, envolvendo algo mais convidativo e informativo. Por exemplo:

- **Apostar nas pontas de gôndolas** posicionadas em frente ao balcão, com o tema imunidade, assim como é feito no inverno e verão, para que fique no campo visual do balconista;
- **Elaboração de folhetos;**
- **Investir nas mídias sociais**, aproveitando esse momento de digitalização;
- **Estar atento aos lançamentos** que possuem um papel muito importante no negócio.

“São ações que podem gerar uma venda incremental incrível para o varejo que conseguir ofertar de uma forma que faça sentido ao consumidor”, completa Rogério.

\*Shopper: pessoa que realiza a compra.  
Referências: 1º estudo entrevistou 2 mil pessoas, entre eles homens e mulheres com idade a partir de 16 anos, para compreender como a população brasileira aborda o tema do autocuidado em suas vidas, e quais ações relacionadas à saúde são praticadas de maneira geral.

## Você encontra na SantaCruz

				
713429	147967	702925	703642	703558
CULTURELLE PROBIOT JR C/10 COMP	CEBION EFV 1G 3 LARAN C/10CP KIT	VITAWIN 2 30ML	VITASAY 50+ IMUNE C/30 COMP REV	ENTEROGERMINA 5ML X 10 FREC

**CEBION (VITAMINA C)** é um suplemento vitamínico indicado como auxiliar do sistema imunológico. MS1008900710455 **VITASAY 50+ IMUNE** é um suplemento alimentar vitamínico desenvolvido para atender as necessidades do público 50+, auxiliando o sistema imune com 1 grama de Vitamina C. Também contém Vitamina E, Selênio e Zinco. A Vitamina C também age como antioxidante, pós cirúrgico e cicatrizante. Esse produto é zero açúcar. **PHARMATON VITAWIN 2:** As vitaminas A e C auxiliam no funcionamento do sistema imune da criança e possui ferro e zinco, que auxiliam no processo de divisão celular - Cozzolino, S. Biodisponibilidade de Nutrientes. Manole, Dez, 2015. **NÃO CONTEM AÇÚCARES. NÃO CONTEM GLÚTEN.** Leia o rótulo. Enterogermina (ESPOROS DE BACILLUS CLAUSII) Probiótico pronto para beber. Contribui para o equilíbrio da flora intestinal. Sem gosto e sem sabor. Zero açúcar, glúten e lactose.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANCACRUZ DIGITAL



# DIA NACIONAL DA FARMÁCIA: mostre ao seu time como ele é importante

**O AUMENTO E O SURGIMENTO DOS PROBLEMAS RELACIONADOS À SAÚDE MENTAL DISPARARAM POR CONTA DO COVID-19, PRINCIPALMENTE ENTRE OS PROFISSIONAIS DE SAÚDE QUE ESTÃO NA LINHA DE FRENTE DO COMBATE À DOENÇA**

**Como um** serviço essencial, a farmácia foi um dos estabelecimentos que não parou desde que a pandemia teve início, levando também os seus colaboradores a um quadro de esgotamento emocional, assim como a maioria da população. E por que não aproveitar o Dia Nacional da Farmácia, comemorado em 05/08, para reforçar a importância que os funcionários da sua loja têm, bem como auxiliá-los com ações de bem-estar nesse período tão delicado?

Dra. Danyelle Marini, farmacêutica e diretora-tesoureira do Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo (CRF-SP), explica que diante desse cenário, os gestores devem

considerar duas palavras: empatia e respeito. Mas, para entendê-las, é necessário analisar a situação: profissionais com excesso de demanda; com medo da contaminação e de propagar a doença aos seus familiares; lidando com clientes mais nervosos, estressados, inseguros; farmacêuticos assumindo atividades que nunca fizeram como, por exemplo, os testes rápidos de Covid-19; mulheres que não têm com quem deixar os filhos.

“São diversos fatores que estão causando um estresse máximo nos trabalhadores das farmácias e é aqui que entram a empatia e o respeito. É preciso se colocar no lugar do outro, nunca minimizar os problemas do próximo e não julgar. O líder deve demonstrar que todos encontram-se juntos, com os mesmos medos e anseios, fazendo uma conexão constante com a equipe”, acrescenta a Dra. Danyelle.

“Hoje existem no mercado várias dinâmicas que o gestor pode trazer como capacitação e treinamento. Uma que gosto muito é a Roda da Inteligência Emocional, que gera uma autoavaliação em questões de autoconhecimento, autogerenciamento, motivação e na compreensão do outro”.

Dra. Danyelle salienta ainda que a parte técnica é fundamental, mas será que os funcionários têm inteligência para reconhecer e tentar curar suas feridas? “Sempre digo que o profissional de sucesso não é só formado tecnicamente muito bem, mas é aquele que possui entendimento com relação à sua inteligência emocional. Uma das preocupações dos líderes deve ser esse tipo de formação, eles precisam perceber em que cenário estão os seus colaboradores. Ao saber lidar com as pessoas de maneira correta, estimulará a equipe”, complementa.

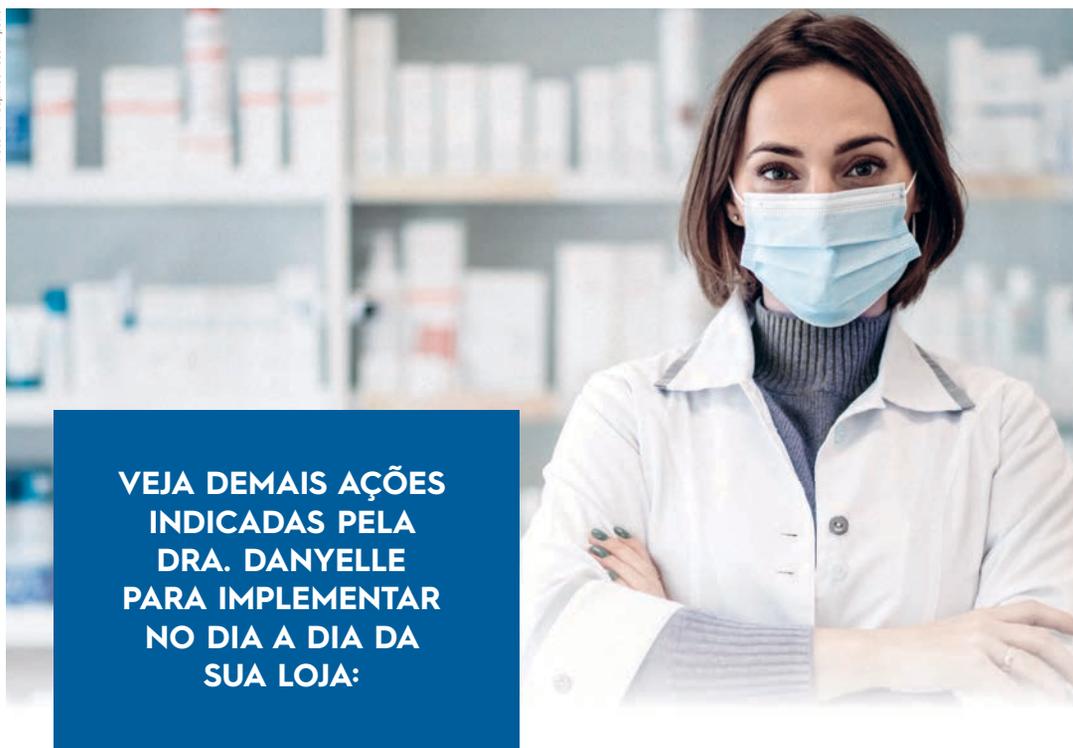
## MOTIVAÇÃO E UM AMBIENTE DE TRABALHO MAIS LEVE

De acordo com a farmacêutica e diretora-tesoureira do CRF-SP, a aplicação de ferramentas de autoconhecimento é bastante interessante para o momento, visto que quanto mais os indivíduos se conhecem, mais conseguem enfrentar suas dificuldades.



**SÃO DIVERSOS  
FATORES QUE  
ESTÃO CAUSANDO  
UM ESTRESSE  
MÁXIMO NOS  
TRABALHADORES  
DAS FARMÁCIAS  
E É AQUI QUE  
ENTRAM A EMPATIA  
E O RESPEITO.  
É PRECISO SE  
COLOCAR NO  
LUGAR DO OUTRO,  
NUNCA MINIMIZAR  
OS PROBLEMAS  
DO PRÓXIMO E  
NÃO JULGAR**

Foto: FG Trade/Stock.com



**VEJA DEMAIS AÇÕES  
INDICADAS PELA  
DRA. DANYELLE  
PARA IMPLEMENTAR  
NO DIA A DIA DA  
SUA LOJA:**

- ➔ Tenha confiança no trabalho de cada funcionário;
- ➔ Dê autonomia;
- ➔ Elogie sempre. Por exemplo: valorizar uma tarefa bem executada promove uma satisfação profissional;
- ➔ Cuidado com a pressão, ainda mais no momento de pandemia;
- ➔ Faça críticas construtivas, sem minimizar a pessoa;
- ➔ Nunca seja sarcástico. Quando houver falhas, explique com respeito, demonstre o quanto o colaborador é bom e que é possível ajustar o erro;
- ➔ Mantenha-se perto da sua equipe, compreenda suas necessidades, ofereça apoio e esteja aberto a sugestões;
- ➔ As metas devem ser objetivas e alcançáveis;

- ➔ Evite o excesso de demandas;
- ➔ Identifique os potenciais do seu time e transforme-os a favor do seu negócio;
- ➔ Realize uma atividade diferente no Dia Nacional da Farmácia: mostre como cada um é importante, enviando uma mensagem personalizada logo cedo. Ressalte o quanto o funcionário é relevante na vida da população;
- ➔ Também na data, dentro das medidas de prevenção contra o Covid-19, organize um pequeno evento para falar sobre autoconhecimento.

“São inúmeras ações que podem ser usadas para motivar a equipe e criar um ambiente melhor”, reitera a farmacêutica e diretora-tesoureira do CRF-SP.

**A SantaCruz deseja um feliz dia para todos os profissionais que atuam nas farmácias e agradece a dedicação em tempos tão difíceis.**

**LANÇAMENTO!**

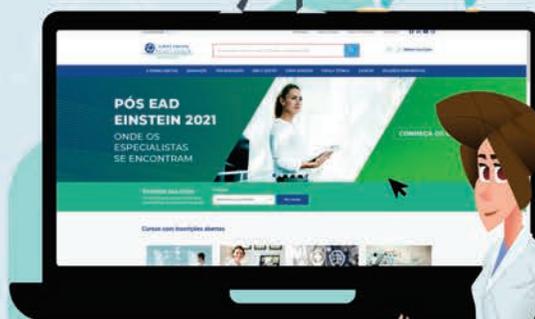
Academia  
**MERCK** cêutico+

## A PLATAFORMA DE EDUCAÇÃO CIENTÍFICA CONTINUADA QUE VOCÊ PRECISA PARA SE TORNAR UM **Merckcêutico**

Você é o profissional da saúde mais próximo do paciente no dia a dia. Investir na sua educação científica é fundamental para a promoção da saúde e do bem-estar das pessoas. Faz sentido, né?

Por isso a Merck desenvolveu uma plataforma de educação exclusivamente para você, que impacta diariamente a vida e o tratamento de muitos pacientes com o seu trabalho.

Ah! Quer saber de uma coisa muito incrível? Os conteúdos da Academia Merckcêutico são elaborados pelos profissionais da saúde do Instituto Albert Einstein! Gostou? Vem mergulhar na ciência com a gente!



CONTEÚDOS PRODUZIDOS  
E LICENCIADOS POR



**ALBERT EINSTEIN**  
INSTITUTO ISRAELITA DE  
ENSINO E PESQUISA

CENTRO DE EDUCAÇÃO EM SAÚDE  
ABRAM SZAJMAN



**Ensino com dinâmica  
de rede social e  
gamification**



**Algumas  
aulas ao vivo**



**Versatilidade**

**Fazer  
inscrição!**

Hora de mergulhar  
na ciência.

Accesse [www.academiamerckceutico.com.br](http://www.academiamerckceutico.com.br)  
e garanta seu desenvolvimento como profissional da saúde.



BR-NONCMGM-00121 ABR/2021

**MERCK**

# HIDRATAÇÃO DA PÉLE:

## O OLHAR DAS BRASILEIRAS SOBRE ESSE CUIDADO

Confira os resultados da pesquisa IBOPE DTM, encomendada por Bepantol® Derma, e veja como trabalhar os hidratantes dermos de maneira adequada em sua loja

**Você sabia** que 61% das brasileiras consideram que uma hidratação só é eficaz quando ela é profunda? Esse foi um dos dados coletados pela pesquisa IBOPE DTM, encomendada por Bepantol® Derma, realizada em janeiro deste ano, com duas mil mulheres de todo o Brasil, de classes A, B e C, com mais de 16 anos.

E nada melhor do que aproveitar o auge do inverno para trabalhar os hidratantes dermos de maneira adequada em sua farmácia, visto que é uma categoria que oferece produtos inovadores, indo de encontro com as necessidades do público.

Além disso, o mercado de dermocosméticos hidratantes no País vem crescendo de forma acelerada, conforme afirma Cristina Hegg, Diretora de Marketing Brasil da Bayer. "De fato, vimos em 2020 que a pandemia intensificou essa evolução, especialmente sobre os segmentos de loções corporais

e faciais. Uma das características das mudanças que impactaram bastante o desenvolvimento do setor, e que podemos entender um pouco nessa fase, foi que, por estarem mais tempo em casa, as mulheres – que acabam sendo as maiores consumidoras –, passaram a ter um olhar maior para este autocuidado, que envolve também a pele”, complementa.

Em números, Carla Dantas, Gerente Sr. Trade Marketing da L’Oréal DCA, mostra que, enquanto o mercado dermocosmético total cresceu +9,2% de abril’20 a mar’21, o de hidratação ampliou três vezes mais, aumentando +28% quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

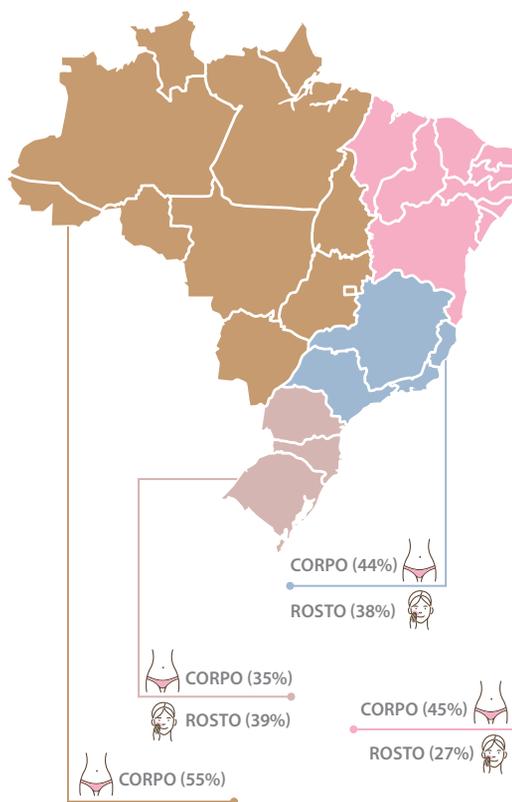
“Desse modo, é primordial que a loja tenha um mix completo das principais marcas nas gôndolas, seguindo o planograma correto. O varejo deve sempre acompanhar as inovações e garantir o abastecimento, já que elas atraem muito os clientes”, adiciona.

## EXPLORANDO OS HIDRATANTES DERMOS NO PDV

Antes de colocar em prática, saber as preferências das mulheres a respeito da hidratação da pele é essencial para nortear as estratégias do segmento no seu PDV.

De acordo com a pesquisa encomendada por Bepantol® Derma, 78% das entrevistadas consideram que pele impacta na autoestima, confiança e na forma como se enxergam e 37% afirmam que quando o órgão está com um aspecto ruim, não se sentem confortáveis em vestir roupas que as expõem muito. Regionalmente, o estudo apontou, sobre a utilização diária, que as mulheres do Norte e Centro-Oeste também são as que mais usam hidratantes no corpo (55%), comparando com as demais regiões do País. Entre o público feminino

**ENQUANTO O MERCADO DERMOCOSMÉTICO TOTAL CRESCERU +9,2% DE ABRIL’20 A MAR’21, O DE HIDRATAÇÃO AMPLIOU TRÊS VEZES MAIS, AUMENTANDO +28% QUANDO COMPARADO AO MESMO PERÍODO DO ANO ANTERIOR**



do Sudeste, 38% utilizam no rosto e 44% no corpo. No Nordeste, 24% declararam não passar nenhum tipo no rosto, já 27% responderam que aplicam todos os dias. Porém, quando o assunto é corpo, 45% das nordestinas usam diariamente. Entre as sulistas, 39% fazem uso das opções faciais, enquanto o corporal é utilizado por 35%. Outro dado interessante foi que para 91% das participantes a hidratação é fundamental para a saúde da pele, o que reforça a importância de produtos que proporcionem esse benefício na rotina de autocuidado das mulheres, reiterando ainda a relevância de um mix que atenda a todos os perfis de clientes.

Para Camila Magalhães, gerente de trade marketing da Isdin Brasil, pelo fato de que cada grupo de consumidores possui características diferentes, é primordial que o varejo possua soluções para todos os tipos de pele, além de seguir a recomendação dos fornecedores que possuem o desempenho de cada subcategoria no mercado. “Com relação à exposição, sugerimos organizar pela ordem de necessidade, abrindo com os hidratantes corporais, seguindo com os dermos para áreas específicas do corpo a fim de criar uma jornada de hidratação”, ressalta.

Foto: Prostock-Studio/Shock.com



<b>NÍVEL</b>	intensiva, leve, diária
<b>TIPO</b>	seca, oleosa, normal
<b>USO</b>	diário, noturno, pós-banho

Alexandre Andrian, Head de Trade da Bayer Brasil, acrescenta explicando o quanto é indispensável sinalizar por nível de hidratação (intensiva, leve, diária etc.), tipo (seca, oleosa, normal) e ocasião de uso (diário, noturno, pós-banho).

“Os shoppers\* dessa categoria são exigentes e se informam muito. Por isso, contar só com a exposição da embalagem é correr risco de perder vendas ou não gerar ganhos adicionais. Com esse foco na correta comunicação e na navegação, o cliente fica mais inclinado a aumentar o número de itens nas suas cestas de compras. Outro ponto é que a equipe precisa estar treinada e entender os benefícios do portfólio de dermocosméticos para ser capaz de orientar e influenciar o público”, salienta.

## VENDAS AQUECIDAS

Segundo a Gerente Sr. Trade Marketing da L’Oréal DCA, é imprescindível que os dermocosméticos hidratantes estejam dispostos com materiais de visibilidade que comuniquem as vantagens e tenham navegabilidade para ajudar o

cliente a compreender a rotina de uso e os diferenciais. Carla também aponta outras estratégias que auxiliam nas vendas do segmento:

- ➔ **Trabalhar os principais hidratantes dermos** nas plataformas digitais, sempre atrelado a um desconto imperdível ou brinde exclusivo;
- ➔ **Investir na dupla exposição** com um bom custo-benefício nos locais de maior fluxo de consumidores como pontas de gôndola, checkout e prateleira de itens massivos;
- ➔ **Divulgar as promoções** não só no comércio, mas em encartes.

A gerente de trade marketing da Isdin Brasil ainda comenta que os promopacks são muito bem recebidos pelo público, especialmente aqueles com mecânicas de compre e ganhe um brinde ou um segundo produto. “Pela atratividade desses packs é importante incluí-los em pontos extras, como no balcão ou próximo ao caixa, onde há um fluxo grande de pessoas que podem ser impactadas”, afirma Camila.

\*Shopper: pessoa que realiza a compra

## Você encontra na SantaCruz



709276

CERAVE  
CREME  
HIDRATANTE  
200G

707148

BEPANTOL  
DERMA  
CREME 40G

709532

FISIOGEL AI  
CREME 100G

708275

AVENE  
TRIXERA  
HYDRA  
200ML

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

# LANÇAMENTO REFIL NORMADERM

CONSUMO  
**ECO**  
SUSTENTÁVEL  
**REFIL**   
**-86%** PLÁSTICO

714250

714249



+ ECONOMIA

+ SUSTENTABILIDADE

- 86% DE PLÁSTICO

**NOVO  
FORMATO**



PARA SER UTILIZADO NAS EMBALAGENS DE **NORMADERM 300G**

PELE MISTA A OLEOSA

## NORMADERM GEL DE LIMPEZA PROFUNDA



- ✓ **REMOVE** O EXCESSO DE OLEOSIDADE
- ✓ **ELIMINA** AS IMPUREZAS
- ✓ **LIMPA** OS POROS PROFUNDAMENTE

**LANÇAMENTO EM ABRIL**

PELE OLEOSA A ACNEICA

## NORMADERM PHYTOSOLUTION



- ✓ **EFEITO MATTE IMEDIATO\***
- ✓ **REDUZ ACNE E POROS EM 4 SEMANAS\***
- ✓ **MANTÉM A PELE SAUDÁVEL USO APÓS USO**

**LANÇAMENTO EM MAIO**

\* Estudo de eficácia percebida com 50 voluntários durante 4 semanas

**VICHY**  
LABORATOIRES

# EM BUSCA DE UM

**A PANDEMIA CAUSOU UM AUMENTO NOS PROBLEMAS BUCAIS, CONSEQUENTEMENTE, AMPLIANDO A PROCURA POR PRODUTOS DA CATEGORIA DE HIGIENE ORAL**

**Difícil encontrar** alguma questão de saúde que não tenha sido afetada pela crise do novo coronavírus e com os cuidados orais não foi diferente. A edição do estudo Consumer Insights da Kantar, líder global em dados, insights e consultoria, publicada em janeiro deste ano, mostrou que diante de um consumo indulgente no 2º trimestre de 2020 devido à pandemia e também da queda na ida aos dentistas, os problemas bucais dos brasileiros ampliaram, gerando oportunidades para produtos específicos.

Segundo a pesquisa, 58% dos entrevistados afirmaram não ter visitado um consultório de abril a junho e 62% de julho a setembro. Como resultado, queixas com sangramentos, cáries, problemas na gengiva, fragilidade no esmalte e sensibilidade excessiva. Frente a esse cenário, o levantamento apontou que a utilização de creme dental voltado ao clareamento ou tratamento de sensibilidade subiu 8% no 2º trimestre de 2020 em comparação com o mesmo período de 2019. Já no 3º trimestre versus o do ano passado o



# SORRISO SAUDÁVEL

crescimento foi ainda superior: 13%. O mesmo aconteceu com antisséptico bucal (13% entre os terceiros trimestres de 2020 e 2019) e fio dental (24%).

Thamiris de Souza, gerente de shopper e gerenciamento de categoria da GSK Consumer Healthcare Brasil, reforça o quanto essa busca por itens mais específicos no cuidado diário foi nítida, além de um comportamento de maior atenção ao posicionamento de marcas, entrega de benefícios e ingredientes. “Um exemplo disso é o aumento de cremes, enxaguantes e escovas produzidas com ingredientes naturais, o que deve se manter como tendência não só para 2021, mas para os próximos anos. Os cremes dentais continuam sendo os mais procurados, principalmente os packs”, acrescenta.

## Como aproveitar a busca dos consumidores?

De acordo com Thamiris, é importante observar que o varejo farmacêutico compete com o alimentar e o atacarejo na aquisição de higiene bucal. Desse modo, é essencial entender que cada vez mais o que diferencia as farmácias dos demais comércios é exatamente um sortimento voltado para cuidados especiais. O cliente ainda permanecerá buscando o básico no canal farma, mas esse equilíbrio sobre a variedade do mix oferecido é fundamental. “O consumidor da categoria traz muitas oportunidades, pois sabemos que ele agrega outras de alto ticket médio à cesta a cada visita à loja. As mais correlatas são de cuidados pessoais (desodorantes, cabelos, sabonetes), medicamentos sem prescrição (analgésicos, suplementos, antiácidos, contusão) e beleza (limpeza facial, acessórios de cabelo)”, salienta.

## TRABALHANDO O SEGMENTO NAS PRATELEIRAS DE MANEIRA CORRETA

A gerente de shopper e gerenciamento de categoria da GSK Consumer Healthcare Brasil afirma que há uma grande quantidade de pessoas que precisaram repensar os seus gastos na pandemia, enquanto outras tiveram a possibilidade de acrescentar novos artigos às suas

rotinas, porém ambos os perfis estão comprando o segmento. As subcategorias de cremes e escovas continuam sendo as mais penetradas, por isso dar espaço e visibilidade a elas é imprescindível. Assim, Thamiris sugere organizar os itens da seguinte maneira:

- Em uma abordagem horizontal, a ordem deve ser escovas, cremes dentais e enxaguantes. Produtos para próteses também precisam ficar expostos na primeira prateleira dedicada aos cremes e acessórios junto às escovas.



- Como a maior oportunidade do setor é o entendimento do cliente além das marcas, direcionando-o para condições de utilização, é recomendado que, dentro das subcategorias, as indicações de uso específicas (dentes sensíveis, gengivite, produtos naturais e outros cuidados especiais) estejam blocadas mais acima, enquanto que as menos características (dentes mais brancos e toda a família) mais abaixo.



Para os pontos extras, a sugestão é compreender o objetivo de cada local: promoções e packs normalmente são colocados nas pontas de gôndola. Já os caixas são interessantes para os artigos que giram mais e ocupam menos espaço, não esquecendo dos displays para dar destaque

a marcas e benefícios que merecem mais evidência por serem inovadores ou agregarem mais valor ao segmento. “Vale lembrar que todos itens devem estar presentes no ponto natural, inclusive os produtos para próteses, com o objetivo de evitar qualquer constrangimento na compra”, ressalta.

**IMPORTANTE OBSERVAR QUE O VAREJO FARMACÊUTICO COMPETE COM O ALIMENTAR E O ATACAREJO NA AQUISIÇÃO DE HIGIENE BUCAL. DESSE MODO, É ESSENCIAL ENTENDER QUE CADA VEZ MAIS O QUE DIFERENCIA AS FARMÁCIAS DOS DEMAIS COMÉRCIOS É EXATAMENTE UM SORTIMENTO VOLTADO PARA CUIDADOS ESPECIAIS.**





## ESTRATÉGIAS PARA VENDER MAIS

Além de uma excelente exposição, a gerente comenta o quanto ter vários canais para impactar o shopper\* de sua decisão antes de entrar na loja, seja pelo WhatsApp ou redes sociais, é uma estratégia relevante.

Os packs também são uma boa pedida, já que têm trazido fisicamente a visibilidade para os regimes (cuidado completo a partir do uso de escova, creme, enxaguante e fios), o que é ótimo para a saúde bucal das pessoas, proporcionando ainda uma vantagem de valor em um

só SKU às farmácias. As opções constituídas por mais unidades de somente um item, reforça a percepção de desconto ao público.

Conhecer o critério de compra também é primordial. Segundo Thamiris, a decisão dos clientes segue a ordem: tipo de produto (creme, escova, enxaguante entre outros); marca; benefício/condição; formato/sabor; tamanho.

“Isso é uma visão geral. Porém, no caso de cremes, vemos que o benefício/condição ultrapassa o critério de marca para alguns perfis de consumidores: os orientados à saúde holística e beleza”, complementa.

\*Shopper: pessoa que realiza a compra.

### Você encontra na SantaCruz



709749

ESC DENT COLG  
ELMEX ULTRA SOFT

700529

LISTERINE CUIDADO  
TOTAL 500ML

703834

CR DENT SENSODYNE  
RAP ALIVIO 90G

713262

FIO DENT ORALB  
EXP FLICK 45UN

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

Oportunidades SantaCruz:

# UM MUNDO DE SERVIÇOS EM PROL DO SEU NEGÓCIO

Conheça as opções e aproveite os benefícios



Na SantaCruz, você encontra várias oportunidades para a realização de negócios, de acordo com o perfil da sua farmácia, além de muito mais praticidade para o seu dia a dia. Aproveite cada uma delas!

## PRODUTOS

Trabalhamos com as principais indústrias do mercado oferecendo produtos dentro das categorias de RX, OTC, diabetes, genéricos, dermocosméticos, higiene e beleza (HB), nutrição e conveniência.

## LANÇAMENTOS

As principais novidades das indústrias em primeira mão.

**PLP**  
SantaCruz

## PROGRAMA DE LANÇAMENTO DE PRODUTO

Ferramenta que envia automaticamente, para os clientes cadastrados, lançamentos com forte mídia ou visita médica, com até 60 dias para pagar. O cliente ainda pode devolver o produto caso não tenha giro na loja.

## PORTAL SANTACRUZ

Com apenas alguns cliques você encontra diversos serviços, para facilitar o dia a dia da sua loja.

[www.santacruzdistribuidora.com.br](http://www.santacruzdistribuidora.com.br)



## RECALL

Acompanhe todos os recalls de produtos vendidos pela SantaCruz em nosso portal e na tela de banner do seu pedido eletrônico.

## CATÁLOGOS

Desenvolvemos ao longo do ano catálogos sazonais e por categoria para manter a sua loja sempre abastecida com os principais produtos do mercado.



## ENVIO DE DOCUMENTOS

Envio das documentações sanitárias de forma simples e prática pelo portal SantaCruz.

## SANTACRUZ DIGITAL

Mais agilidade na hora de fazer os seus pedidos.

## WHATSAPP COMUNICAÇÃO



Adicione nosso número, **(11) 94494-0945**, e solicite pelo WhatsApp o seu cadastro para recebimento das principais oportunidades.

## TELEVENDAS



Com a equipe de Televendas da SantaCruz, você consegue fazer pedidos, tirar dúvidas, obter informações sobre lançamentos, ofertas e muito mais. O atendimento é realizado de **segunda a sexta-feira, das 14h às 22h**.

**Entre em contato: 0800 728 2789**

## SAC



Canal eficiente conectado a todas as áreas da empresa, gerando, assim, mais praticidade e rapidez nas solicitações.

**Fale conosco: 0800 707 7298**

**Horário de atendimento: das 8h às 20h.**

## APP SC DIGITAL

Consulte o mix completo e faça pedidos pelo seu smartphone, de forma prática e rápida e aumente suas vendas.



# SUA FARMÁCIA EM DESTAQUE

Produtos de diversas categorias para potencializar os ganhos do seu negócio. Faça já o seu pedido.



**achē**  
mais vida para você

101324

SORINE INF GTS  
30ML (NOVO)

Alivia o desconforto nasal do bebê.

Creme preventivo de assaduras. Embalagem leve mais por menos.



705956

BEPANTOL  
BABY 100G  
+ 20G



**Alcon**  
SEE BRILLIANTLY

146597

LACRIMA  
PLUS  
15ML

Age aliviando o desconforto decorrente de irritações ou exposição ao vento ou sol, nos olhos.

## BAUSCH+LOMB



790204

RENU FRESH  
S/FRIC  
355+120ML  
GRTS

Proporciona a hidratação da lente garantindo conforto durante o seu uso.



171694

CALMAN  
C/20  
COMP

Indicado no tratamento da ansiedade, depressão, irritabilidade e distúrbios de sono.



**L'ORÉAL**  
Cosmética Ativa

708400

NORMADERM  
SAB 70GR

Sabonete dermatológico para pele oleosa a acneica.

**SORINE INFANTIL** (cloreto de sódio) É indicado no tratamento da congestão nasal (obstrução nasal) para o alívio dos sintomas em resfriados, quadros alérgicos nasais, rinites e rinosinusites. Contraindicações: pacientes com antecedentes de hipersensibilidade aos componentes da fórmula. Não deve ser utilizado por pacientes com hipersensibilidade ao cloreto de benzalcônio. **LACRIMA PLUS** (dextrana, Hipromelose) é indicado para o alívio temporário da irritação e ardor devido a olhos secos e para o alívio temporário do desconforto devido a pequenas irritações do olho ou a exposição ao vento ou sol. É recomendado para pacientes sensíveis ao conservante cloreto de benzalcônio. Lacrima Plus Solução Oftálmica Estéril é contraindicado para pacientes com hipersensibilidade (alergia) a qualquer componente do produto. MS 1.0068.1101.001-1 **CALMAN** (Passiflora incarnata L., Crataegus rhipidophylla Gand., Salix alba L.). Uso: Adulto. Uso oral. Indicações: Ansiedade leve, irritabilidade e insônia. Registro no MS: 1.3764.0173.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



**Catarinense**  
PHARMA



Xarope  
expectorante  
para o alívio  
da tosse.

149872

MELAGRIÃO  
XPE 150ML



**Genomma Lab®**



707599

SH TIO NACHO  
ENGROSSADOR  
415 ML

Repõe massa nos fios  
para deixá-los mais  
grossos e fortes.

Até 12h de proteção para  
uma boca mais saudável.



779439

CR DENT COLG  
TOTAL WHITENING  
90G

707599

SH TIO NACHO  
ENGROSSADOR  
415 ML

Repõe massa nos fios  
para deixá-los mais  
grossos e fortes.



117102

SAL DE FRUTA ENO  
PAST MENTA 12X4

Pastilhas mastigáveis  
sabor menta. Alívio  
rápido da azia.



Adesivo para o alívio de  
dores e inflamações.

116328

SALONPAS  
ADESIVO  
GRANDE 2UN



Fluidificante e  
descongestionante  
nasal.

193151

RINOSORO SIC  
SPRAY 50ML



Indicado no combate  
dos sintomas da gripe e  
dos resfriados.

104889

CORISTINA D  
C/8 COMP

**MELAGRIÃO®** (mikania glomerata, associações) é indicado no tratamento de bronquite alérgica e estados gripais com comprometimento das vias respiratórias como tosse seca ou produtiva. Contraindicações: Melagrião® Xarope não deve ser usado por pacientes com hipersensibilidade conhecida aos componentes da fórmula. Não se recomenda o uso do Melagrião® Xarope em casos de inflamação do estômago, úlceras gástricas e intestinais e na doença renal inflamatória. Também não se recomenda seu uso em pacientes com deficiência da atividade da tireoide, com problemas cardíacos e com pressão sanguínea muito baixa. Não recomendamos o uso de Melagrião® Xarope durante a gravidez e lactação, e também não por diabéticos devido a presença de açúcar na sua formulação. \*Este medicamento é contraindicado para menores de 2 anos. Este medicamento é contraindicado para uso por diabéticos. M.S. 1.0066.0055.001-4. **SALONPAS® ADESIVO** (salicilato de metila, levomentol, cânfora) Indicações: para o alívio de dores e inflamações associadas a fadiga muscular, dores musculares e lombares, rigidez nos ombros, contusões, pancadas, torções, entorses, torcicolo, nevralgia e dores articulares. Contraindicações: pessoas que já apresentaram alguma reação alérgica a ácido acetilsalicílico ou a outros anti-inflamatórios não esteroidais, ou já tenham demonstrado hipersensibilidade a qualquer um dos componentes da fórmula. M.S.: 1.1052.0003.001-1. **RINOSORO SIC** (cloreto de sódio) Indicações: fluidificante e descongestionante nasal. MEDICAMENTO DE NOTIFICAÇÃO SIMPLIFICADA RDC ANVISA Nº 199/2006 AFE nº 1.07817-7. **CORISTINA D** (ácido acetilsalicílico, maleato de dexclorfeniramina, cloridrato de fenilefrina e cafeína) Indicações: tratamento sintomático da gripe e resfriado. MS 1.7817.0797. ESSE MEDICAMENTO É CONTRAINDICADO EM CASOS DE SUSPEITA DE DENGUE.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



**Johnson & Johnson**

711896

NEOSTRATA MINE OIL SERUM F30 40G

Alta proteção UVA e UVB, ajuda a proteger contra a luz visível.



**reckitt**

101930

STREPSILS MEL E LIMAO C/16 PAST

Alívio rápido da dor de garganta.

**Megalabs**



707381

FISIOGEL HID PELE SECA 200ML

Hidratante para a pele extremamente seca.

**Nestlé**



701513

NAN COMFOR 1 FI NESTLE 800G

Fórmula infantil para lactentes.

**L'ORÉAL**



704582

IMÉDIA EXCEL 5 CAST CL

Coloração triplo cuidado.

**SANOFI**



100171

ALLEGRA PED SUSP 60ML

Anti-histamínico infantil para o tratamento de manifestações alérgicas.



**Pierre Fabre**



703130

ACTINE SAB LIQ 140ML

Combate a acne e a oleosidade.



123505

VICK 44E XPE 120ML

Expectorante e antitussígeno.

Creme antissinais de rápida absorção.



**NIVEA**

709993

CR NIVEA FAC ANTISSINAIS 100G



**WP LAB**  
Indústria Farmacêutica  
— DESDE 1935 —

115700

NERVOCALM 250MG C/20 COMP

Auxilia no tratamento da ansiedade leve e insônia.

**NERVOCALM®** (Argentum nitricum, Kali bromatum) é indicado como auxiliar no tratamento da ansiedade (angústia), nervosismo, irritabilidade, inquietude, impulsividade, agitação, depressão (melancolia), insônia, sono perturbado, tremores, palpitação e cefaleia (dor de cabeça). A indicação deste medicamento somente poderá ser alterada a critério do prescriptor. Até o momento, são desconhecidas informações sobre as contra-indicações do medicamento Nervocalm®. Pacientes com hipersensibilidade aos componentes da fórmula devem fazer uso do medicamento Nervocalm® sob orientação médica. Este medicamento é contraindicado para menores de 12 (doze) anos. Este medicamento não deve ser utilizado por mulheres grávidas sem orientação médica, ou do cirurgião-dentista (categoria "C"). MS: 1.0247.0083.002-5 **STREPSILS®** flurbiprofeno M.S. nº 1.7390.0003. Indicações: alívio dos sintomas de inflamação da garganta, proporcionando alívio sintomático. ALLEGRA® (cloridrato de fexofenadina). Indicações: é um anti-histamínico destinado ao tratamento das manifestações alérgicas, tais como sintomas de rinite alérgica (incluindo espirros, obstrução nasal, prurido, coceira, conjuntivite alérgica) e urticária (erupção avermelhada e pruriginosa na pele). MS 1.1300.0258. **XAROPE 44E** (guaifenesina e bromidrato de dextrometorfano monoidratado). Indicações: indicação principal: como expectorante para o alívio da tosse produtiva que geralmente acompanha gripes e resfriados. Indicação secundária: destinado também para o alívio da tosse seca e irritativa, geralmente secundária, que também está presente com frequência nos episódios de gripes e resfriados. M.S. 1.2142.0004.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



**BIOMM**  
VIDA À CIÊNCIA

## Glargilin

é insulina glargina,  
disponível em  
2 apresentações:

## ! Lançamento

**REFIL PARA USO COM  
CANETA LIFE PEN G**  
(gratuita para o paciente pelo  
programa **Mais Saúde BIOMM**)

## ! Lançamento

### Caneta descartável

**Cód.: 117186**

**EAN: 7898616360303**

**INSULIN GLARGILIN 100UI/ML  
3ML+CAN**

**Cód.: 117179**

**EAN: 7898616360082**

**INSULIN GLARGILIN 100UI  
1CARP 3M**

**Cód.: 714135**

**EAN: 7898616360563**

**LIFE PEN G ROXA**

## MAIOR MARGEM, CONSULTE!

**Cód.: 116933**

**EAN: 7895197160063**

**WOSULIN-N 100UI/ML SUS  
INJ. 10ML**

**Cód.: 116937**

**EAN: 7895197160032**

**WOSULIN-R 100UI/ML  
SUS INJ. 10ML**

## WOSULIN GRÁTIS NO PROGRAMA FARMÁCIA POPULAR

**SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.**

**GLARGILIN®** (insulina glargina 100 U/ml). **INDICAÇÕES:** GLARGILIN® é indicada para o tratamento de diabetes tipo 2 em adultos e diabetes tipo 1 em adultos e em crianças acima de 2 anos de idade que necessitam de insulina basal (longa duração) para o controle da glicemia. **CONTRAINDICAÇÕES:** GLARGILIN® está contraindicada em pacientes com hipersensibilidade à insulina glargina ou a qualquer componente da fórmula. **PRECAUÇÕES E ADVERTÊNCIAS:** A terapia com insulina geralmente requer habilidades apropriadas para o autocuidado do diabetes, incluindo monitorização da glicemia, técnicas de injeção adequadas, medidas para o reconhecimento e controle de aumentos ou reduções nos níveis glicêmicos (hipoglicemia ou hiperglicemia). O efeito prolongado da insulina glargina subcutânea pode atrasar a recuperação de hipoglicemia. A presença de fatores que aumentam a susceptibilidade à hipoglicemia requer monitoração particularmente cuidadosa e pode necessitar ajuste da dose. Estes incluem: alteração da área da injeção; aumento na sensibilidade à insulina; doenças infecciosas; ingestão inadequada de alimentos; consumo de álcool; certos distúrbios endócrinos não compensados; uso concomitante de outros medicamentos. Hipoglicemia pode ser corrigida geralmente pela ingestão imediata de carboidrato. Os pacientes devem ser aconselhados a tomar precauções para evitar hipoglicemia enquanto dirigem. Risco de uso por via de administração não recomendada: não há estudos dos efeitos de GLARGILIN® administrado por vias não recomendadas. A administração deve ser por injeção tecidual subcutânea. Não deve ser administrada intravenosamente. Use durante a gravidez e lactação: não há nenhum estudo clínico bem controlado com o uso de insulina glargina em mulheres grávidas. Categoria de risco na gravidez: categoria C. GLARGILIN® pode ser administrada em crianças com 2 anos de idade ou mais. Em pacientes com insuficiência renal ou hepática, as necessidades de insulina podem ser menores devido ao metabolismo de insulina reduzido. Em idosos, a deterioração progressiva da função renal pode levar a uma redução estável das necessidades de insulina. **INTERAÇÕES MEDICAMENTOSAS:** Um aumento no efeito de redução de glicemia e na susceptibilidade à hipoglicemia pode ocorrer no uso concomitante de anti-diabéticos orais, inibidores da ECA, salicilatos, disopiramide, fibratos, fluoxetina, inibidores da MAO, pentoxifilina, propofol, antibióticos sulfonamídicos. Uma diminuição no efeito de redução de glicemia pode ocorrer com o uso concomitante de corticosteróides, danazol, diazepam, diuréticos, agentes simpatomiméticos (como epinefrina, salbutamol, terbutalina), glucagon, isoniazida, derivados da fenotiazina, somatostatina, hormônios da tireóide, estrogênios e progestágenos, inibidores da protease e medicações antipsicóticas atípicas. Os beta-bloqueadores, clonidina, sais de lítio e álcool podem tanto potencializar ou diminuir o efeito de redução de glicemia da insulina. A pentamida pode causar hipoglicemia, que pode algumas vezes ser seguida por hiperglicemia. Além disso, sob a influência de medicamentos simpáticos como, por exemplo, betabloqueadores (nadolol, guanetidina e reserpina), os sinais de contrarregulação adrenérgica podem ficar reduzidos ou ausentes. Há relatos de casos de insuficiência cardíaca com pioglitazona em combinação com insulina, especialmente em pacientes com fatores de risco para insuficiência cardíaca. Se algum sinal de doença cardíaca piorar, a pioglitazona deve ser descontinuada. **REAÇÕES ADVERSAS:** Hipoglicemia: Pode ocorrer hipoglicemia caso a dose de insulina seja muito alta em relação às necessidades de insulina. Visão: Uma alteração acentuada nos níveis glicêmicos pode causar distúrbios visuais temporários. Em pacientes com retinopatia proliferativa, episódios hipoglicêmicos graves podem causar perda transitória da visão. Lipodistrofia: pode ocorrer lipodistrofia local da injeção e retardo da absorção da insulina. Reações no local das injeções foram observadas em 3 a 4% dos pacientes. Outras reações: Tratamento com insulina pode ainda induzir a produção de anticorpos à insulina. Em casos raros, sugere-se ajustar o dose de insulina para corrigir a tendência de hiperglicemia ou hipoglicemia. Retenção de sódio e edema podem ocorrer, especialmente no tratamento intensivo. Foram relatados erros de medicação nos quais outras insulinas, particularmente insulinas de ação curta, foram administradas acidentalmente ao invés de insulina glargina. **POSOLOGIA E MODO DE USAR:** USO SUBCUTÂNEO. Devido ao perfil de redução de glicose sem pico com duração de ação prolongada da GLARGILIN® a dose é administrada por via subcutânea uma vez ao dia. Pode ser administrada a qualquer hora do dia, entretanto, no mesmo horário todos os dias. Os níveis desejados de glicemia, bem como as doses e intervalos das medicações anti-diabéticas devem ser estabelecidas e ajustadas individualmente. A absorção de insulina glargina não é diferente entre as áreas de injeção subcutânea do abdômen, coxa ou deltóide. O início e a duração da ação podem ser afetados por exercício e outras variáveis. Somente utilizar se a solução estiver clara, incolor, sem a presença de partículas visíveis e se estiver com consistência de água. Conservar o produto em sua embalagem original, protegido da luz e calor, armazenado em temperatura entre 2 e 8°C antes do uso. Não congelar e não manter próximo a bandeja de gelo. Se não for possível manter refrigerado, o prazo de validade da solução injetável após o primeiro uso é de 28 dias a temperatura entre 15 - 30°C. Se o refil estiver em uso na caneta, não armazená-lo na geladeira. **APRESENTAÇÃO:** Solução injetável embalagem com 1 refil com 3 mL para utilização com canetas aplicadoras reutilizáveis ou caneta descartável preenchida com 3 mL de solução injetável. **USO ADULTO E PEDIÁTRICO:** USO POR VIA SUBCUTÂNEA SOB PRESCRIÇÃO MÉDICA. M.S. 1.348.0001. Farm. Resp. Erica Fagundes Lima CPM-116-17289. Data de revisão: 26/02/2021. \*Para maiores informações antes da prescrição, consulte a bula completa do produto. **SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.** GLARGILIN® ESTÁ CONTRAINDICADA EM PACIENTES COM HIPERSENSIBILIDADE À INSULINA GLARGINA OU A QUALQUER COMPONENTE DA FÓRMULA. AUMENTO NO EFEITO DA REDUÇÃO DE GLICEMIA E NA SUSCEPTIBILIDADE À HIPOGLICEMIA PODE OCORRER NO USO CONCOMITANTE DE ANTI-DIABÉTICOS ORAIS. WOSULIN-N (insulina isofana 100 U/ml). **INDICAÇÕES:** Todos os pacientes com diabetes tipo 1, pacientes com diabetes tipo 2 não controlados com agentes orais, início da estabilização de glicose em diabéticos, síndrome não cetótica hiperosmolar e durante períodos de estresse. **CONTRAINDICAÇÕES:** WOSULIN-N está contraindicada em pacientes com hipersensibilidade aos componentes da fórmula e na hipoglicemia. **ADVERTÊNCIAS E PRECAUÇÕES:** A transferência de um paciente para outro tipo ou marca de insulina deve ser feita sob rígida supervisão médica. Caso um ajuste de dose seja necessário, ele pode ocorrer na primeira dose ou durante as primeiras semanas ou meses. O tratamento com insulina humana pode causar a formação de anticorpos. A necessidade de insulina pode ser aumentada durante enfermidades ou distúrbios emocionais. O ajuste da dose de insulina pode ser também necessário caso os pacientes alterem o nível de atividade física ou dieta usual. WOSULIN-N nunca deve ser administrado intravenosamente. Use durante a gravidez e lactação. Categoria de risco: B. Este medicamento não deve ser utilizado por mulheres grávidas sem orientação médica ou do cirurgião-dentista. A capacidade do paciente em se concentrar e reagir pode ser insuficiente como resultado de hipoglicemia. Pacientes com insuficiência renal ou hepática podem necessitar ajustes de dose. **INTERAÇÕES MEDICAMENTOSAS:** As necessidades de insulina podem ser aumentadas por medicamentos com atividade hiperglicêmica, tais como corticosteróides, isoniazidas, certas drogas que diminuem a quantidade de lipídios (ex.: niacina), estrogênios, contraceptivos orais, fenotiazinas e terapia de reposição da tireóide. As necessidades de insulina podem diminuir na presença de drogas com atividade hipoglicêmica, tais como agentes hipoglicêmicos, salicilatos (ex.: aspirina), antibióticos a base de sulfas, certos antidepressivos (inibidores de monoamina oxidas), hormônios anabólicos convertendo inibidores de enzima, bloqueadores beta-adrenérgicos, inibidores de função pancreática (ex.: octreotida e álcool). Bloqueadores beta- beta-adrenérgicos podem mascarar os sintomas de hipoglicemia em alguns pacientes. **REAÇÕES ADVERSAS:** As reações adversas mais comuns com o uso de WOSULIN-N são: hipoglicemia, edemas e anormalias refratárias podem ocorrer com o início da terapia com insulina, hiperglicemia e cetoadose e alergia à insulina, lipodistrofia e lipodistrofia podem ocorrer no local da aplicação após longo tempo de uso, resistência à insulina. **POSOLOGIA:** WOSULIN-N deve ser administrado exclusivamente por via subcutânea, na parte abdominal, na coxa, região glútea ou região deltóide. Qualquer aplicação de insulina deve ser seguida por uma refeição ou lanche, contendo carboidratos, dentro de 30 minutos. A dose de WOSULIN-N é determinada pelo médico, de acordo com a necessidade do paciente. A dose usual de insulina pode ser afetada pelas mudanças de alimentação, atividade física e esquema de trabalho. Falha no uso adequado da seringa pode levar a um erro de dose, causando sérios problemas tais como hipoglicemia grave ou hiperglicemia. O intervalo médio da necessidade de insulina diária total para manutenção em pacientes diabéticos do tipo 1 está entre o intervalo de 0,5 e 1,0 U.I./kg. Em pacientes com diabetes tipo 2, as doses de insulina são menores, ex.: aproximadamente de 0,3 a 0,8 U.I./kg/dia. **CUIDADOS DE ARMAZENAMENTO DO MEDICAMENTO:** WOSULIN-N deve ser armazenado sob refrigeração (2°C a 8°C). Não congelar. Após aberto, os frascos-ampolas ou carpules podem ser mantidos em temperatura entre 2°C a 8°C até por 6 semanas. Não expor o produto ao calor excessivo ou diretamente à luz do sol. WOSULIN-N é uma suspensão de insulina isofana. O frasco-ampola de WOSULIN-N deve estar uniformemente turvo ou leitoso. O produto não deve ser usado caso esteja com aparência estranha. Antes de usar, observe o aspecto do medicamento. **APRESENTAÇÕES:** Suspensão injetável em frasco-ampola de vidro incolor com 10 mL em embalagens com 1 unidade. **USO ADULTO, INJETÁVEL POR VIA SUBCUTÂNEA, VENDA SOB PRESCRIÇÃO MÉDICA.** M.S. 1.6674.0001. Responsável Técnico: Rachel B. de Castilho CRP-MG: 9801 Data de revisão: 21/03/2020. (Bula 21/11/19) **SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.** \*Para maiores informações antes de usar, consulte a bula completa do produto. **WOSULIN-N ESTÁ CONTRAINDICADA EM PACIENTES COM HIPERSENSIBILIDADE AOS COMPONENTES DA FÓRMULA E NA HIPOGLICEMIA. AUMENTO NO EFEITO DA REDUÇÃO DE GLICEMIA E NA SUSCEPTIBILIDADE À HIPOGLICEMIA PODE OCORRER NO USO CONCOMITANTE DE OUTRAS MEDICAÇÕES HIPOGLICEMIZANTES.\***



SERVICO DE INFORMACOES BIOMM

0800-0572466

WWW.BIOMM.COM

# Mais vendas com os packs e itens promocionais

Entre já no SantaCruz digital e abasteça sua farmácia com os packs e promocionais em destaque deste bimestre. Lembre-se: esse tipo de estratégia ajuda a aumentar a positividade no PDV e fidelizar os consumidores.



799114

ABS  
S LIVRE  
T SV ESP  
ABA  
L16 P14

708318

ABS OB MED L10 P8



714012

RENU  
ADVANCED  
355ML+120ML



713999

KIT SENS  
BRANQ EX  
FRESH L3P2  
90G

706347

CR DENT COLG  
LUMI C/3 70G +  
1 ENX



703022

PLAX FRESH  
L500P350 + 1,99  
250ML



713896

KIT COREGA  
PO FIXADOR  
22GR L3P2



701933

FIXODENT ORIG  
39G+CR DENT  
ORAL B



796573

NIELY PROM NG  
QUERAT RECON SH+CD

709174

NIELY KIT BRILHO  
ABSOLUTO SH+CD

708664

REPELEX  
SPRAY  
100ML 20%  
DESC



708662

REPEL SBP  
AD SPRAY  
100ML  
20%DESC



CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

# APP SC Digital

A melhor **experiência**  
**de compras** na palma  
da sua mão!



## CONFIRA TODAS AS FUNCIONALIDADES



Consulta de  
produtos



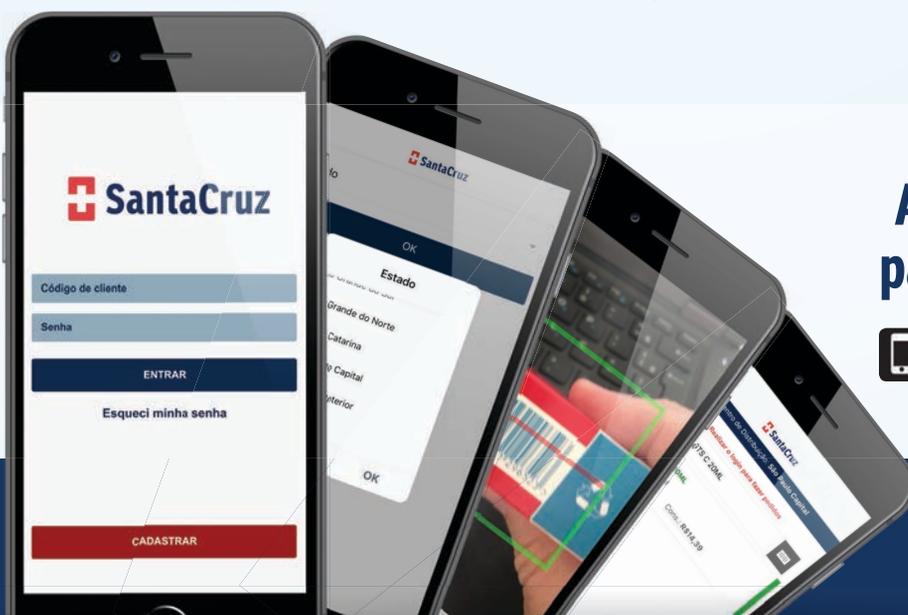
Preço fábrica e  
máximo consumidor



Consulta de  
estoque



Realização da  
compra



Agora disponível  
para Android e iOS



FAÇA JÁ O DOWNLOAD  
NO SEU SMARTPHONE



Pensou em farmácia? **APP**  
**Farmácias**

A extensão da  
 sua loja  
 na internet!

Farmácias APP é um aplicativo de delivery que une consumidores e farmácias em todo o Brasil.

### PRINCIPAIS BENEFÍCIOS

- ✔ **Taxa ZERO** de adesão ou mensalidade.\*
- ✔ **Pagamento direto** do consumidor para sua loja.
- ✔ O **Farmácias APP** facilita e dá suporte desde a integração até o pós-venda.
- ✔ **Você escolhe** a região que deseja atender e o modelo de entrega: delivery e/ou retirada em loja.

\*É cobrado apenas um pequeno comissionamento sobre as vendas dentro da plataforma.



## Não fique de fora!

Seja farmácia, drogaria, farmácias de manipulação e homeopatia, ou loja de cosméticos, você pode se credenciar no Farmácias APP.

Sistemas ERPs integrados com nosso sistema:



### CREDENCIE SUA LOJA HOJE MESMO!

Acesse [www.farmaciasapp.com.br/parceiros](http://www.farmaciasapp.com.br/parceiros) e siga o passo a passo.