

# SantaCruz

WWW.SANTACRUZDISTRIBUIDORA.COM.BR

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

NOVO



## O PODER DE CONTRA A GRIPE



### CENÁRIO

Cresce número de atendimentos clínicos em farmácias e drogarias

### O QUE ESTÁ EM ALTA

Quando existe um atendimento consultivo em loja, índice de conversão sobe para 50%

### ABC DA SAÚDE

Suplementação de vitaminas e minerais aumenta a imunidade

# AS COMPRAS DA SUA FARMÁCIA PODEM VIRAR PRÊMIOS!



# PDV farma

O programa\* de relacionamento do varejo farmacêutico repleto de vantagens para você e seu negócio!

**CADASTRE-SE JÁ EM [PDVFARMA.COM.BR](https://pdvfarma.com.br)**

\* Confira com o seu representante se sua loja é elegível ao programa.



# Fixodent®

## MARCA MAIS RECOMENDADA DE ADESIVOS PARA PRÓTESES DENTÁRIAS\*

\*Marca mais recomendada pelos dentistas que indicam adesivos para próteses dentárias nos Estados Unidos da América.



Fixodent é o fixador ideal para as próteses dentárias de ação prolongada, que lhe permite ter o prazer de comer alimentos que de outro modo evitaria. O creme forma uma barreira confortável que veda completa e uniformemente a superfície da prótese. O creme Fixodent ainda ajuda a bloquear a entrada de partículas de alimentos entre a dentadura e a gengiva, evitando assim o mau hálito.

Fixodent sabor Original proporciona fixação prolongada com segurança e conforto para o usuário falar, sorrir e comer com mais liberdade.

Clinicamente testado, Fixodent é um fixador de próteses extremamente seguro para a higiene bucal, não causando alergias ou outros problemas.

Fixodent é feito para te ajudar na sua rotina diária, permitindo, por exemplo, que você coma com conforto e confiança.



PROMOVE MAIOR CONFIANÇA EM COMER, FALAR E SORRIR



DIMINUI A IRRITAÇÃO E O DESCONFORTO DA GENGIVA CAUSADOS PELO ATRITO ENTRE A PRÓTESE E A MUCOSA BUCAL



NÃO ALTERA O SABOR DOS ALIMENTOS

DISPONÍVEL NAS VERSÕES AVULSAS DE:  
21g, 39g E 68g

701933	FIXODENT ORIG 39G+CR DENT ORAL B
701934	FIXODENT ORIG 68G+CR DENT ORAL B
745513	FIXODENT ORIGINAL 21G
745521	FIXODENT ORIGINAL 39G
745539	FIXODENT ORIGINAL 68G
708399	FIXODENT ORIGINAL 68G C/ 2UNID
712759	FIXODENT ORIGINAL 21G50%DESC2aUN

CONHEÇA TAMBÉM A LINHA DE:

### PROMOPACKS *Fixodent*®

- 39g - **GRÁTIS** CREME DENTAL
- 68g - **GRÁTIS** CREME DENTAL
- 21g COM **50%** DE DESCONTO NA 2ª UNIDADE
- 68g COM **50%** DE DESCONTO NA 2ª UNIDADE



EUROART®  
IMPORT

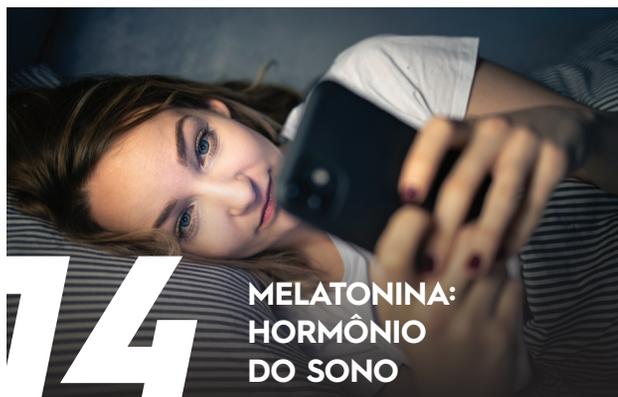


# ÍNDICE

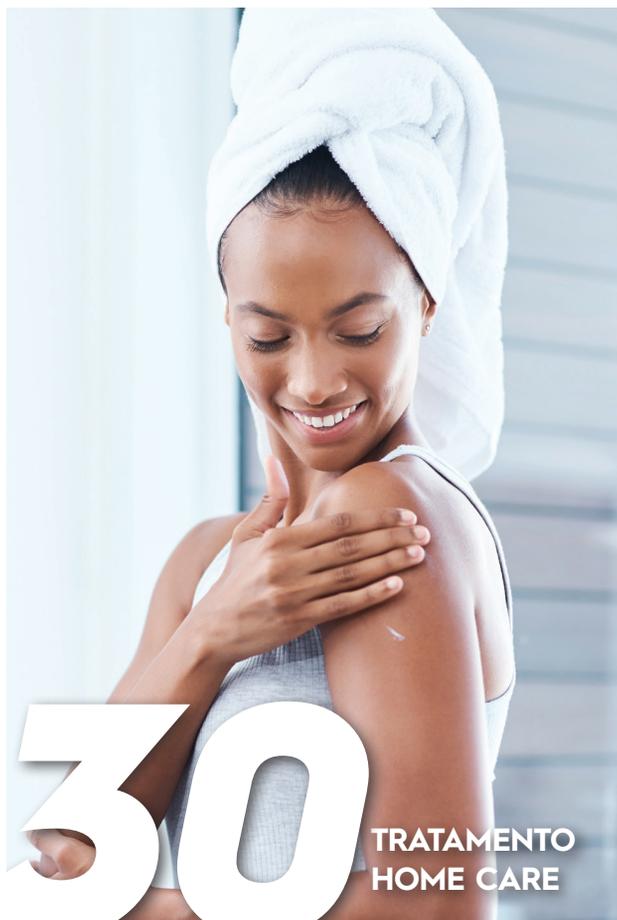
**08** IMUNIDADE EM DIA  
EVITA DIVERSOS  
PROBLEMAS DE SAÚDE



**12** PROTETOR LABIAL COMO ALIADO DAS  
VENDAS EM TODAS AS ESTAÇÕES DO ANO



**14** MELATONINA:  
HORMÔNIO  
DO SONO



**30** TRATAMENTO  
HOME CARE



EDIÇÃO Nº 248 - Mar · Abr 2022

**Marketing:** Nathalia Satt | Rosimeire Oliveira

**Projeto Gráfico:** Thatto Comunicação

**Jornalista Responsável:** Lígia Favoretto (MTB: 49.748/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**

## **ABC DA SAÚDE**

**08 Imunidade em dia evita diversos problemas de saúde.** A suplementação de vitaminas e minerais pode ser uma grande aliada do sistema imune.

## **CATEGORIA EM FOCO**

**12 Protetor labial** como aliado das vendas em todas as estações do ano.

## **TÉCNICA DE VENDAS**

**14 Melatonina:** hormônio do sono está liberado no Brasil.

## **O QUE ESTÁ EM ALTA**

**18 Atendimento consultivo:** muito mais do que o fechamento de uma venda.

## **GUIA SANTACRUZ**

**21 Pedido Eletrônico SantaCruz:** uma excelente oportunidade para que os varejistas possam otimizar as compras e a reposição de estoque.

## **CENÁRIO**

**22 Cresce número de atendimentos clínicos em farmácias.** O número é mais de oito vezes superior ao do mesmo período do ano passado.

## **ATUALIDADE**

**24 Premiação Farmácias APP:** reconhecimento em vendas e *performance*.

## **GLOSSÁRIO DO VAREJO FARMACÊUTICO**

**26 Merchandising:** estratégia de ativação de produtos e aumento da rotatividade de clientes.

## **NO PDV**

**30 Tratamento Home Care:** procedimentos de beleza passaram a ser feitos em casa.

## **OPORTUNIDADES SANTACRUZ**

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

**32 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 *packs* e itens promocionais.

**SantaCruz** É rápido  
**digital** e fácil  
**0800 728 2786**  
Sistema de Contingência: (11) 2766-1019

Televendas  
**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 ESTÃO NA SANTACRUZ

Aproveite as novidades para ampliar suas vendas!



714794

FEMIBION 1  
C/28 COMP

715080

NINA MELATONINA  
210MCG/GOTA 10ML



119492

SLINDA  
4MG C/28  
COMP REV



**SLINDA DROSPIRENONA 4MG COM 28 COMPRIMIDOS REVESTIDOS (DROSPIRENONA)** Indicação: Slinda é uma pílula anticoncepcional, usada para prevenir a gravidez. Quando não devo usar este medicamento: Não tome Slinda se você: estiver grávida; tem problemas no fígado, incluindo tumores no fígado. Se tem (ou alguma vez teve) uma doença do fígado e a sua função hepática ainda não é normal; tem ou teve câncer de mama ou qualquer câncer que seja sensível aos hormônios femininos; é alérgica à drosipirenona ou a qualquer um dos ingredientes do Slinda. Veja no item COMPOSIÇÃO a lista completa de ingredientes; tem doença renal grave ou insuficiência renal. Se os seus rins não estão funcionando bem; tem insuficiência adrenal. Se as glândulas suprarrenais (glândulas localizadas logo acima dos rins) não estiverem produzindo hormônios suficientes; tiver um coágulo num vaso sanguíneo das pernas (trombose venosa profunda), dos pulmões (embolia pulmonar) ou outros órgãos; tiver algum distúrbio cardiovascular significativo, como diabetes com vasos danificados ou pressão arterial alta não controlada; tiver algum sangramento vaginal inexplicável. SLINDA 4MG É UM MEDICAMENTO. SEU USO PODE TRAZER RISCOS. PROCURE UM MÉDICO OU UM FARMACÊUTICO. LEIA A BULA.Registro MS: 1356400100010.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO



714826

PRESERV OLLA  
PRAZER PELE C/4UN

**ISDIN**  
LOVE YOUR SKIN

FÓRMULA MAIS AVANÇADA  
ABSORÇÃO IMEDIATA



714624

ISDIN FUSION  
WATER FPS60  
30ML



**EPN**  
BRASIL

715025

MELATZ GTS 10ML  
TAK 360



714802

DEO NIVEA  
AERO B&W  
MAX MEN  
150ML



119542

FOSF OSELTAMIVIR  
30MG 10CAP NAT

**NATCOFARMA**  
BRASIL

**MOLÉCULA  
EXCLUSIVA**  
Medicamento  
Referência: Tamiflu

Fosfato de Osetamivir Natcofarma (fosfato de osetamivir) é indicado para o tratamento e profilaxia (prevenção) da gripe em adultos e crianças com idade superior a 1 ano. Fosfato de osetamivir não substitui a vacina contra a gripe. Você não deverá usar fosfato de osetamivir se for alérgico(a) a ele ou a qualquer substância contida neste medicamento. MS – 1.8261.0006

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

Mar • Abr | 7

Novidades na SantaCruz

Novidades

# IMUNIDADE EM DIA

evita diversos problemas de saúde

FOTO: BilleBauer/flickrphoto.com

**A baixa imunidade representa uma diminuição das defesas do organismo contra parasitas como vírus, bactérias e fungos, que acabam causando doenças frequentes.**

**A suplementação de vitaminas e minerais pode ser uma grande aliada do sistema imune**

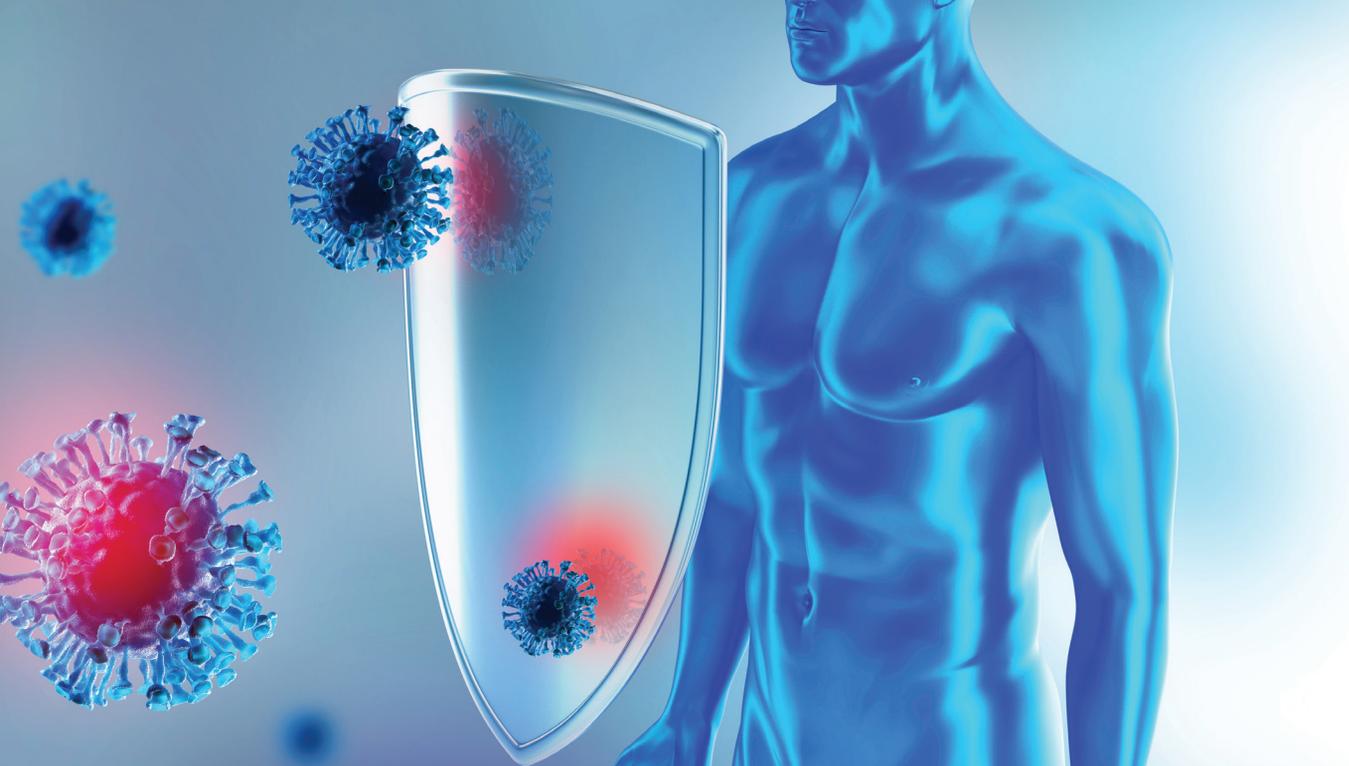
FOTO: eemagraphics/flickrphoto.com

**Muitos pacientes** chegam diariamente às farmácias com queixa de baixa imunidade, fato que pode desenvolver diversos problemas ao organismo, como gripes, resfriados, queda de cabelo, fraqueza, surgimento de Herpes, entre outros.

Para manter a imunidade em dia, várias atitudes e hábitos devem ser levados em consideração, como: alimentação adequada, prática de atividade física, ingestão de líquidos e suplementação vitamínica.

A imunologista e membro do Departamento Científico de Alergia Alimentar da Associação Brasileira de Alergia e Imunologia (ASBAI), Dra. Ana Paula Moschione Castro, diz que, quando alguém fala em imunidade baixa, é preciso esclarecer que defeitos podem ocasionar doenças que, às vezes, são muito graves, mas no dia a dia o sistema funciona bem. Entretanto há momentos na vida, como desnutrição, estresse, infecções ou uso de medicamentos, que são prejudiciais e deixam o organismo mais suscetível ao surgimento de patologias. Ela explica que a imunidade pode variar de pessoa para pessoa. "O indivíduo não tem um defeito no sistema imunológico, mas pode estar com a imunidade um pouco comprometida e isso depende da idade ou se há alguma doença associada, como, por exemplo, diabetes, problemas renais e desnutrição. Tudo isso pode comprometer a imunidade como um todo", esclarece.

Vale dizer ainda que a baixa imunidade representa uma diminuição das defesas do organismo contra parasitas como vírus, bactérias e fungos, que acabam causando doenças frequentes. "Algumas diminuem naturalmente a imunidade do organismo, como Aids, lúpus, câncer, anemia,



obesidade, desnutrição e alcoolismo. Não há um exame específico para detectar a baixa imunidade, mas alguns sinais são bem importantes, como infecções recorrentes, febre constante e interpretação, em conjunto, de exames indiretos de rotina, que junto com o exame físico médico podem levar a esta conclusão”, alerta.

Segundo informa a especialista, além da quantidade de energia que se ingere, a imunidade também sofre interferência do consumo de vitaminas e minerais. “A vitamina E tem importante papel sobre a manutenção da imunidade, protegendo o organismo dos danos causados pela produção de radicais livres. A vitamina C, igualmente antioxidante, tem propriedades anti-inflamatórias e bactericidas. A vitamina A também entra nesse grupo de antioxidantes que melhoram a imunidade”, explica. Ela exemplifica: “entre os minerais, podemos citar o selênio, ferro, zinco e cobre, que são responsáveis pela manutenção da imunidade. Sua carência pode gerar imunossupressão. Os minerais funcionam como cofatores de enzimas que agem na resposta imunológica e na formação de células de defesa”, finaliza.

O uso de suplementos alimentares e vitamínicos é necessário quando a dieta alimentar não é suficiente para que o indivíduo atinja as necessidades diárias de nutrientes. Um exemplo é quando há falta de elementos que possam comprometer a imunidade, como deficiência de vitamina D, ferro e zinco. Outro fator que contribui para uma boa imunidade é ter uma boa microbiota. “É importante ter uma boa flora intestinal, que auxilia para que o sistema imunológico se mantenha mais estável e equilibrado e não facilite infecções”, diz a Dra. Ana Paula.

## Você encontra na SantaCruz

**714405**  
CENTRUM  
PRO-IMUNIDADE  
C/30COMP



**124516**  
ADDERA D3  
10000UI C/4  
COMP REV



**116048**  
SOF D 7000UI  
C/8 CAPS



**713371**  
OSTEONUTRI  
600MG+400UI  
C/60 COMP

SOF D (COLECALCIFEROL) é um medicamento à base de vitamina D3 (coleciferol), 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 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: 1055303840148. OsteoNutri é um suplemento de cálcio e vitamina D indicado para a prevenção e tratamento auxiliar da desmineralização óssea pré e pós menopausal, e na gestação e aleitamento materno e para prevenção do raquitismo. Também pode ser indicado como suplemento de cálcio e vitamina D em dietas restritivas e inadequadas. MS:1832600360045

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

## Vitaminas e minerais importantes para manter a imunidade em dia

Vitaminas e minerais são necessários para o funcionamento normal do organismo e, consequentemente, manter a imunidade em dia. Eles garantem as reações, funções celulares e teciduais, metabolismo, crescimento e desenvolvimento. Promovem e ajudam a manter a imunidade, a energia, a saúde visual, as funções cognitivas e os ossos saudáveis. As vitaminas mais essenciais para a imunidade são:



### VITAMINA C

É uma vitamina que atua como antioxidante, auxilia o funcionamento do sistema imune, além de ajudar na formação de colágeno e a absorção de ferro pelo organismo;



### VITAMINA D

Ajuda o corpo a absorver o cálcio eficientemente, o que é necessário para o desenvolvimento e manutenção de ossos e dentes saudáveis. Também contribui para o funcionamento normal do sistema imunológico, além de desempenhar um importante papel no desenvolvimento e na função muscular;



### VITAMINA E

É um antioxidante que auxilia na proteção dos danos causados por radicais livres, substâncias nocivas ao organismo;



### ZINCO

É um mineral importante, sendo essencial para que inúmeras reações químicas ocorram no organismo. Ele está presente em mais de 300 enzimas, intervém no funcionamento de certos hormônios e é indispensável à síntese de proteínas, à reprodução e ao funcionamento normal do sistema imune.

Fonte: gerente da Área Médica da GSK, Andres Zapata



FOTO: puhha/stockphoto.com

## A importância da vitamina D para o organismo e como trabalhá-la no PDV

Essencial para o bom funcionamento do organismo, a vitamina D é conhecida como a vitamina do sol, mas também pode ser adquirida através de alimentos e suplementos.

Um estudo publicado pela Universidade de Turim sugere que a vitamina D pode ser uma grande aliada na prevenção de casos de Covid-19.

A sócia diretora da Mind Shopper, Alessandra Lima, recomenda que antes de definir a exposição da vitamina D na farmácia, é preciso avaliar cada produto.

- ➔ Dependendo da concentração, os suplementos podem ser classificados como medicamento prescrito e devem, assim, ficar atrás do balcão e serem vendidos apenas com indicação de um profissional da saúde.
- ➔ As vitaminas D devem ser expostas na categoria de vitaminas no segmento “ósseas”, junto aos cálcios, pois são produtos complementares e que, muitas vezes, são comprados juntos.
- ➔ Como o produto está em um momento de alta demanda, também vale explorá-lo em uma ponta de gôndola. Geralmente, são itens de uso contínuo, portanto, sempre que estiverem bem posicionados, o *shopper* poderá localizá-los e comprá-los sem a ajuda de um atendente, o que aumenta a oportunidade de vendas.

## Exposição de suplementos e vitaminas em geral

Para que as categorias de suplementos e vitaminas alcancem os resultados esperados dentro da farmácia, é fundamental que cada uma delas seja tratada como uma unidade de negócios.

Além disso, a farmácia pode fazer de ações promocionais, como “Semana das Vitaminas”, e criar *kits* com um *mix* personalizado de vitaminas que servirá para todos os integrantes da família do cliente. Isso pode se tornar um hábito e a aquisição deste “*kit* vitamina” será recorrente.

A loja deve oferecer ainda lançamentos para atrair novos consumidores. Uma forma de realizar isso é espalhando a categoria na loja, utilizando pontos extras e trabalhando os produtos no *checkout*.

Por fim, distribuir as vitaminas em locais de boa visibilidade e espalhar informativos pela farmácia, como *banners* e cartazes expondo dados e dicas acerca dos produtos é uma ótima opção.

Fontes: consultora especializada no varejo farmacêutico, Sílvia Osso, e sócia diretora da Mind Shopper, Alessandra Lima

**NOVO**

CAPITAL SOLEIL  
**HYDRA-MATTE FPS50**  
PROTETOR SOLAR FACIAL

**EFEITO MATTE 12H\***

- HIDRATA SEM PESAR**  
COM ÁGUA VULCÂNICA DE VICHY
- ALTA PROTEÇÃO SOLAR**  
COM FPS50
- PARA TODOS OS TIPOS DE PELE**  
INCLUSIVE AS OLEOSAS

714658



TEXTURA LEVE  
TOQUE SECO

\*Teste instrumental. Aplique em quantidade abundante. Reaplique a cada 2h para a manutenção da proteção solar. \*\*Considerando o preço por grama em relação às outras embalagens da linha facial.



PROTETOR SOLAR  
**FACIAL COM COR**

- UNIFORMIZA O TOM
- TOQUE SECO | OIL-FREE

PARA TODOS OS TIPOS DE PELE  
INCLUINDO AS OLEOSAS

# PROTETOR LABIAL COMO ALIADO DAS VENDAS

em todas as estações do ano

**Engana-se quem pensa que os lábios só ressecam no frio, os lábios sofrem muito também com os danos causados pela exposição ao sol. Por isso, é imprescindível a utilização de um protetor labial que contenha FPS e proteja contra os raios UVA e UVB**

**A pele dos** lábios é muito fina, por isso tende a ressecar mais. O ressecamento e a rachadura dos lábios podem ser causados por situações como: frio, vento forte, clima seco, desidratação, exposição ao sol, deficiência de vitaminas, diabetes e falta de higiene bucal. Os lábios também podem ficar secos em casos de reação alérgica, uso de maquiagem e creme dental, além da ingestão de certos alimentos e bebidas.

Outro fator que tem causado o ressecamento dos lábios com frequência é o uso de máscara durante a pandemia. Uma pesquisa feita no ano passado pelo Instituto Insites, no Reino Unido, mostrou que 66% das pessoas que usaram o item de proteção facial por mais de uma hora declararam sentir a pele da boca mais seca, e 81% dos entrevistados relataram maior necessidade de hidratação.

Por isso, a Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD) recomenda cuidar da saúde dos lábios, fazendo uso dos protetores labiais. Eles são os responsáveis por evitar as queimaduras solares, desidratação e também a descamação dos lábios. O uso do produto deve ser feito diariamente, com reaplicação sempre que os consumidores sentirem necessidade de mais hidratação.

A diretora de marketing da NIVEA Brasil, Andréa Bó, diz que os produtos da empresa mantêm os lábios hidratados por até 24 horas, são dermatologicamente testados e podem ser usados diariamente para deixar os lábios macios, com um toque de brilho e um aspecto saudável.

Segundo ela, engana-se quem pensa que os lábios só ressecam no frio, os lábios sofrem muito também com os danos causados pela exposição ao sol. "Por isso, é imprescindível a utilização de um protetor labial que contenha FPS e proteja contra os raios UVA e UVB. A linha de hidratantes labiais NIVEA conta com oito opções, todas com óleos naturais. Além da proteção e hidratação, a versão SUN também é resistente à água, sendo ótima para os momentos de praia e piscina." Para que as farmácias e drogarias trabalhem bem as vendas, a executiva recomenda que o ideal é que o espaço seja um ambiente convidativo para os consumidores conhecerem as novidades do segmento. É fundamental que haja um alinhamento correto com relação à exposição, mix de produtos e posicionamento de preço para cada região.



### Abaixo segue alguns exemplos de como as farmácias podem impulsionar as vendas:

- ➔ Planograma bem definido de acordo com o *market share* da região;
- ➔ Manutenção dos planogramas independente da presença de promotores da indústria;
- ➔ Comunicação efetiva das promoções alinhadas entre os comerciais;
- ➔ Visibilidades adicionais no chão de loja para as categorias em questão;
- ➔ Direcionamento de ações para um tipo de público-alvo;
- ➔ Campanhas com balconistas e caixas das lojas;
- ➔ Distribuição de brindes.

Fonte: NIVEA Brasil



## Você encontra na SantaCruz



**711679**  
AVENE CICALFATE  
LABIO BAUME  
10ML

**798926**  
EPIDRAT  
LABIOS FPS30  
5,5G



**706152**  
CICAPLAST  
LABIO  
7,5ML



**713622**  
BEPANTOL  
DERMA PROT  
LAB F50 4,5G



**705939**  
PROTETOR LAB  
ORIGINAL CARE  
4,8G

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

# MELATONINA:

## HORMÔNIO DO SONO ESTÁ LIBERADO NO BRASIL



**Distúrbios do sono como insônia, sono fragmentado, apneia e outros problemas chegam a acometer 18% da população. Agora, o problema pode ser atenuado com a suplementação de melatonina**

**Desde o** início de dezembro de 2021, farmácias brasileiras estão vendendo melatonina em comprimidos ou gotas sem a necessidade de prescrição médica. A substância, conhecida popularmente como “hormônio do sono”, teve a comercialização liberada no País no dia 15 de outubro, último, pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).

A Diretoria Colegiada (Dicol) da Anvisa aprovou por unanimidade o uso da substância melatonina para a formulação de suplemento alimentar, destinado exclusivamente a pessoas com idade igual ou maior que 19 anos e para o consumo diário máximo de 0,21 mg.

A partir da decisão da Anvisa, a melatonina pode estar disponível, sem receita, como um suplemento alimentar, o que se configura como excelente oportunidade de vendas para farmácias e drogarias, sendo que é uma categoria de produtos destino, então, à complementação da dieta de pessoas saudáveis com substâncias presentes nos alimentos. Incluindo, portanto, nutrientes e substâncias bioativas, onde se enquadra a melatonina. A substância em questão já é utilizada em diversos países como suplemento alimentar e como medicamento, com condições de uso variadas.

Devido ao interesse dos consumidores e do setor produtivo no acesso e na oferta de produtos contendo essa substância, a Anvisa, proativamente, avaliou, então, a segurança e a eficácia do constituinte.

Por ser encontrada em alimentos e ter funções metabólicas bem caracterizadas, a melatonina atende a definição de substância bioativa estabelecida, portanto, no art. 3º da Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) 243, de 2018.

## O QUE É E O QUE FAZ A MELATONINA?

Conhecida como o hormônio indutor do sono, a melatonina é um componente essencial do organismo. Ela é produzida pela glândula pineal, que apresenta importante função na regulação dos ritmos biológicos. A ausência de luz tem papel fundamental na secreção da melatonina, que é capaz de induzir o início do sono.

A maioria das pessoas produz melatonina em quantidades adequadas se tiver uma alimentação equilibrada, praticar atividades físicas e manter bons hábitos na hora de dormir. Estudos indicam que a produção deste hormônio tende a cair com o avanço da idade.

É importante saber que o ato de dormir faz parte do ritmo biológico de cada indivíduo e que obedece a um ritmo circadiano que se renova a cada 24 horas, o que pode ser chamado de ciclo sono-vigília, que é regulado pela quantidade de luz à qual as pessoas são expostas, por intermédio da melatonina.

É durante o sono que o organismo recupera o desgaste físico e mental, e ainda cumpre tarefas essenciais para o seu bom funcionamento.

### Noites mal dormidas podem:



Afetar o metabolismo,



Aumentar o nível de estresse,



Diminuir a qualidade de vida e



Reduzir o rendimento em atividades relacionadas ao trabalho e principalmente no desempenho físico e mental.

Distúrbios do sono como insônia, sono fragmentado, apneia e outros problemas chegam a acometer 18% da população. Este cenário vem se agravando com a recente pandemia provocada pelo Covid-19.

A suplementação é indicada apenas em alguns casos de distúrbios do sono. Também tem sido usada com sucesso na correção dos distúrbios causados pelo "jet-lag" (mudança brusca de fuso horário que pode pegar o metabolismo da pessoa de surpresa).

Atenta ao movimento regulatório, a Hypera Pharma se antecipou e organizou o lançamento do suplemento alimentar.

Na linha Mantecorp Farmasa, surge, então, como uma nova marca, Melatonum, em solução em gotas no sabor menta. Em Consumer Health, no portfólio de Vitasay, é apresentada no sabor laranja em comprimidos orodispersíveis, que dissolvem na boca, permitindo rápida absorção pelo organismo.

"A permissão de comercializar melatonina no Brasil é um passo importante para democratizar o acesso a uma molécula já conhecida nos EUA e na Europa, que só estava acessível para quem realizava viagens internacionais", diz o vice-presidente de vendas e marketing da Hypera Pharma, Luiz Clavis.

Já a Genomma Lab aposta no suplemento Nina, que auxilia na indução do sono e no distúrbio da insônia, com fórmula mais concentrada, em gotas, rende 300 doses, é sem açúcar, sem sabor ou corantes.

Para avançar as vendas dos produtos que são uma grande novidade ao público, é importante apostar em pontos extras, como pontas de gondolas, além de *displays* que devem ser colocados em cima do balcão de medicamentos e, também, no *checkout*.



Aliás, esta é uma ótima oportunidade de trazer informação sobre os benefícios da melatonina ao *shopper*. O ponto de venda (PDV) pode ser perfeito para isso, com dicas que podem ser passadas tanto pelos balconistas e farmacêuticos, quanto pelos materiais de ponto de venda (MPDVs).



## OUTROS BENEFÍCIOS DA MELATONINA

Sabe-se que a melatonina também está associada ao metabolismo energético. Estudos mostraram que indivíduos que apresentaram ausência ou redução da produção de melatonina desenvolveram alterações do colesterol, resistência insulínica, distúrbios do balanço energético e obesidade, além de poder atuar no controle de enxaquecas e possuir efeito ergogênico, ou seja, pode melhorar o desempenho físico.

### Você encontra na SantaCruz



**715080**  
NINA MELATONINA  
210MCG/GOTA 10ML

**715025**  
MELATZ GTS  
10ML TAK 360



**715018**  
MELATONUM  
SOL SABOR  
MENTA 30ML

**715016**  
VITASAY  
MELATONINA  
LARANJA 90CPR

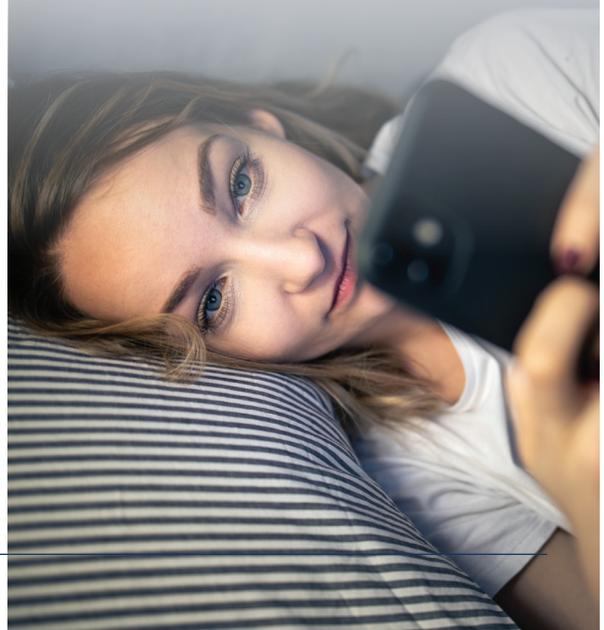
CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

## COMO AUXILIAR OS PACIENTES DA FARMÁCIA A MELHORAR A QUALIDADE DO SONO

Algumas dicas são essenciais para a rotina da população:

- Praticar atividade física regularmente libera hormônios que ajudam a alcançar um sono de maior qualidade;
- Na hora de deitar, é importante buscar por ambientes de preferência escuros, a luz atrapalha e confunde o metabolismo;
- A temperatura ideal do quarto deve estar entre 16 e 18 graus, que é quando a taxa metabólica diminui. Quanto mais quente, mais o sono fica superficial;
- **Celular, televisão e computadores são grandes vilões. Não é recomendado que as pessoas fiquem ao celular quanto estiverem na cama. Deve-se desligar todos os aparelhos com uma hora antes de se deitar;**
- Buscar ler um livro ao se deitar. Além de trazer conhecimento, a prática da leitura ajuda o corpo a entrar numa rotina de sono adequada;
- Estabelecer uma rotina. Dormir sempre no mesmo horário, o corpo é como um relógio;
- Evitar álcool ou bebidas energéticas antes de dormir. Um chá ou copo de água em temperatura ambiente são indicados.

Fonte: EPN Brasil





# CHEGOU MELATZ, A MELATONINA DO RATINHO

Gotas superconcentradas de alta absorção

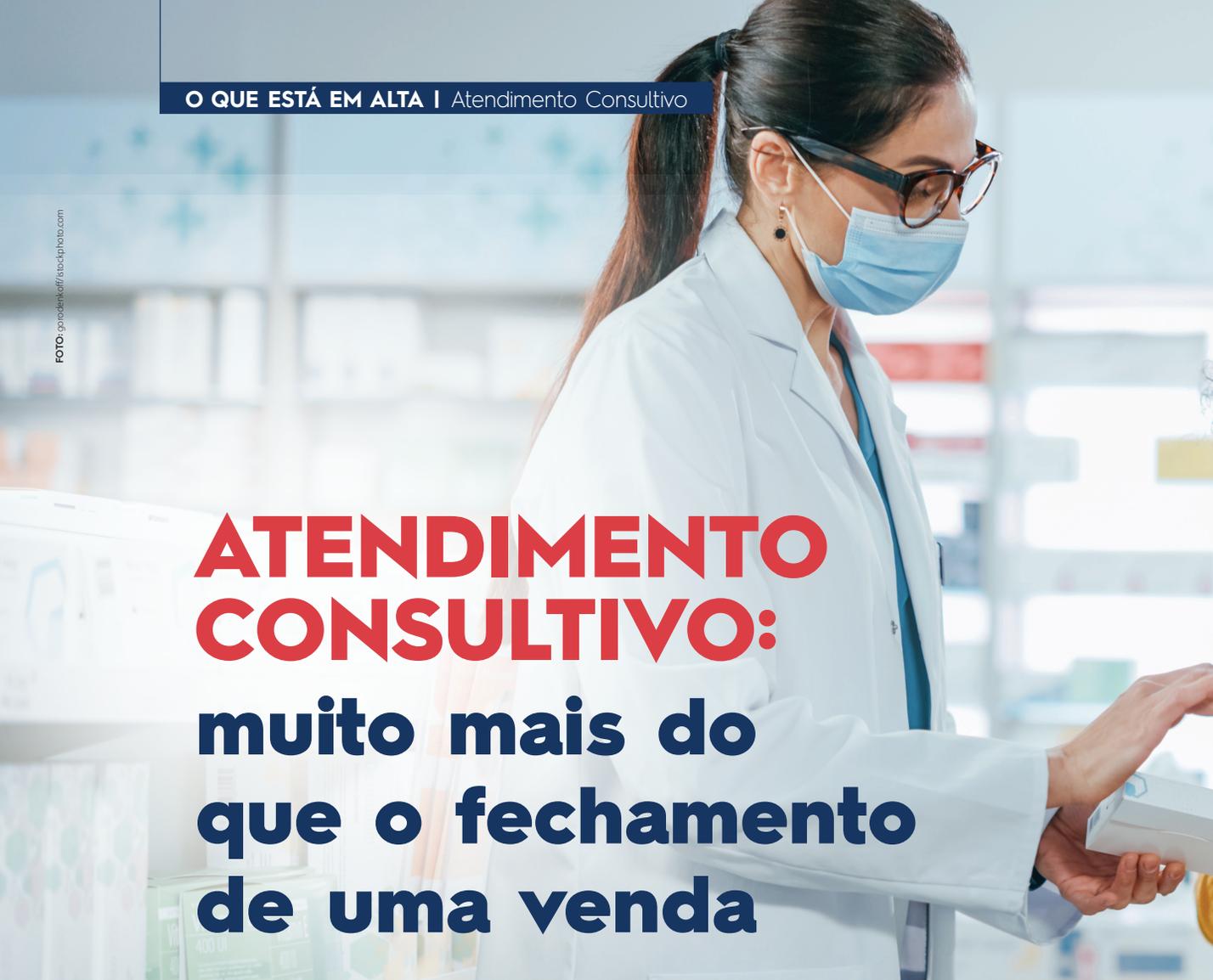
**CAMPANHA DE MÍDIA AGRESSIVA PARA VOCÊ LUCRAR  
AINDA MAIS E DORMIR TRANQUILO:**

- Testemunhais no Programa do Ratinho
- Banners no site do SBT
- 10 milhões de pessoas alcançadas nas Redes Sociais
- Divulgação em grandes sites como Terra, R7 e Metrôpoles
- Hotsite, e-mail marketing e outras ações de Marketing Digital

**PRODUTO DISTRIBUÍDO  
PELA SANTACRUZ**

*Excelência desde 1955*

 **SantaCruz**



# ATENDIMENTO CONSULTIVO: muito mais do que o fechamento de uma venda

**Um atendimento consultivo é responsável por explicar aos consumidores todas as funções e benefícios dos produtos ou a melhor forma de aplicação**

**Atendimento significa** ouvir atentamente, acolher, servir e receber com atenção. Um atendimento consultivo começa com a identificação das necessidades e dos desejos que os clientes possam ter em questões específicas e particulares, associadas a um ambiente organizado, acolhedor e que consiga oferecer exatamente o que eles precisam.

Atender de forma consultiva não se restringe apenas à educação e gentileza dos funcionários do estabelecimento comercial, significa suprir uma série de expectativas e responder a uma série de perguntas feitas por um cliente. Para o cofundador da consultoria Inteligência 360º, Olegário Araújo, o atendimento consultivo hoje passa pela empatia, pela escuta ativa e por trazer respostas que vão além, que possam trazer algum tipo de informação sobre uso, aplicação e/ou ingredientes dos produtos, principalmente dentro da área de Higiene & Beleza (H&B). “Colocar-se no lugar do cliente, estabelecer um diálogo de forma transparente. Isso é vital principalmente quando a comunicação não é mais linear e muito menos um monólogo.”



no ponto de venda (PDV), que saibam realizar um atendimento consultivo, é hoje uma obrigação que satisfaz e fideliza.

Esse trabalho pode ser desenvolvido pelas consultoras de beleza ou dermoconsultoras, que são profissionais capacitadas para ouvir as necessidades dos consumidores que chegam até as farmácias e drogarias.

As consultoras de vendas podem atrair, informar, despertar e recomendar o uso correto de produtos, o que, muitas vezes, acaba por converter não somente em venda inicial, mas também em venda de produtos complementares, aumentando o tíquete da categoria. Segundo uma pesquisa de *shopper* da Johnson & Johnson, quando existe uma atendente/especialista em loja, metade das consumidoras interagem com ela. E, através desta interação, o índice de conversão da categoria sobe para 50%.

A necessidade de cuidar da pele garante um crescimento sustentável do consumo desse tipo de produto e o aumento da expectativa de vida proporciona um aumento da base de consumidores. Esse trabalho deve ser desempenhado de forma neutra para atender às necessidades do consumidor e não da marca. Atendimento especializado é definitivamente um motivador de vendas. Ainda mais, quando o consumidor, por procura espontânea, está em busca de um dermocosmético e se depara com um profissional preparado, que conhece os produtos e indicações.

## FOCO EM PRODUTOS DE HIGIENE & BELEZA (HB)

A busca constante por uma pele jovem, bonita, radiante e saudável justifica o crescimento da categoria de dermocosméticos, que teve grande destaque nos últimos dois anos, por conta da pandemia provocada pelo Covid-19 que fez com que muitas pessoas passassem a cuidar mais da pele, realizando o tão famoso *skin care*. Aliás, esse é um dos segmentos mais promissores do canal farma, sobretudo por se tratar de produtos que oferecem valor agregado e margens significativas.

O público consumidor desses itens é exigente e quer atendimento de qualidade, de forma que suas dúvidas sejam supridas. Por isso, dispor de profissionais qualificados

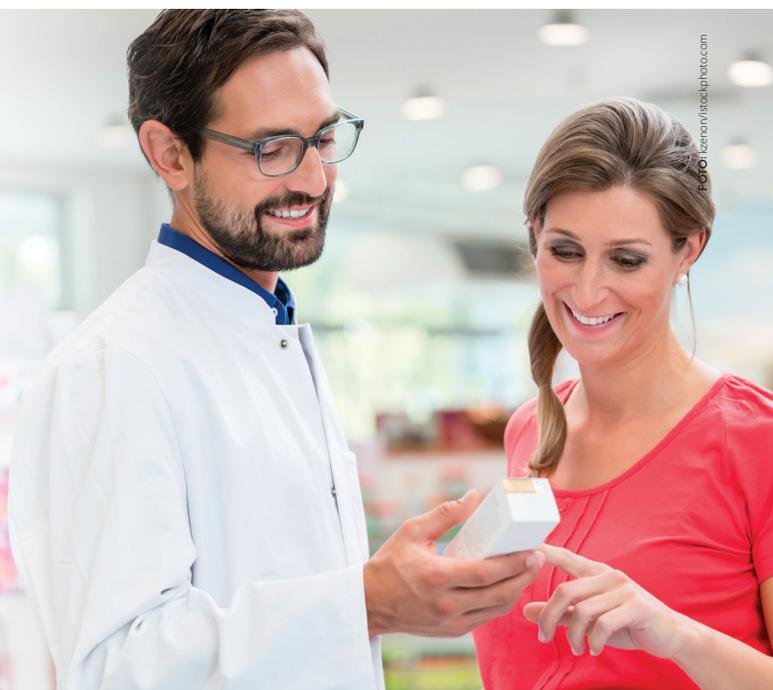


Foto: KenenVistockphoto.com

A Johnson & Johnson diz que no momento da compra as consumidoras de beleza ainda se sentem confusas, pois existem muitas marcas e variantes e como nem sempre conseguem entender o benefício prometido pelo produto, podem deixar de comprar ou levar um produto errado.

## APOIO ESTRATÉGICO



A SantaCruz produz diversos materiais de apoio, oferecendo aos varejistas capacitação com informações dos produtos, argumentos de venda, tanto aqui, na própria revista, quanto nos Catálogos Especiais, no site (SantaCruz) e na página de notícias.

Adquirir informações é um grande diferencial. Além de manter sua equipe mais preparada para um bom atendimento, gera mais argumentos de vendas e atualização sobre todas as novidades do mercado.

## Principal função das dermoconsultoras

A dermoconsultoria consiste em orientar e/ou aconselhar os clientes que chegam à farmácia procurando produtos com eficácia comprovada para tratamentos de pele. Portanto, é necessário que as consultoras de beleza estejam preparadas para fazer recomendações a partir de diagnósticos simples. Elas também são responsáveis por incutir novas necessidades nos clientes, tais como complementação do tratamento, por exemplo; a alguém que quer comprar um creme antioleosidade pode ser oferecido também um sabonete para peles oleosas, alavancando as vendas do estabelecimento.

Fonte: L'Oréal



FOTO: alvarez/stockphoto.com

**QUANDO EXISTE UMA ATENDENTE/ESPECIALISTA EM LOJA, METADE DAS CONSUMIDORAS INTERAGEM COM ELA. E, ATRAVÉS DESTA INTERAÇÃO, O ÍNDICE DE CONVERSÃO DA CATEGORIA SOBE PARA 50%**

## Principais dúvidas dos clientes na hora da compra

- ➔ Adequação dos produtos ao seu tipo de pele e à sua idade;
- ➔ Os efeitos do produto (se queima, se mancha);
- ➔ Como hidratar a pele corretamente;
- ➔ A ação dos produtos em geral.

Fonte: Johnson & Johnson

## PASSO A PASSO DE UM BOM ATENDIMENTO CONSULTIVO

01

Abordagem positiva ("Bom dia", "Boa tarde", "Boa noite").

02

Entender todas as necessidades do cliente (sempre escutando tudo o que ele tem para dizer).

03

Oferecer seus produtos e serviços.

04

Realizar o tratamento de todas as objeções, caso ele tenha alguma dúvida específica sobre os seus produtos e serviços.

05

Realizar o fechamento da venda.

06

Estender o seu relacionamento com o cliente (através de cadastros, CRM, etc.).

Fonte: consultora especializada em varejo farmacêutico, Silva Osso

# PEDIDO ELETRÔNICO SANTACRUZ:

## otimiza compras e reposição de estoques

**O Pedido Eletrônico** da SantaCruz é uma ferramenta de compras digital que garante agilidade e facilidade em todas as etapas do processo, que é simples e tem 100% de aprovação dos clientes.

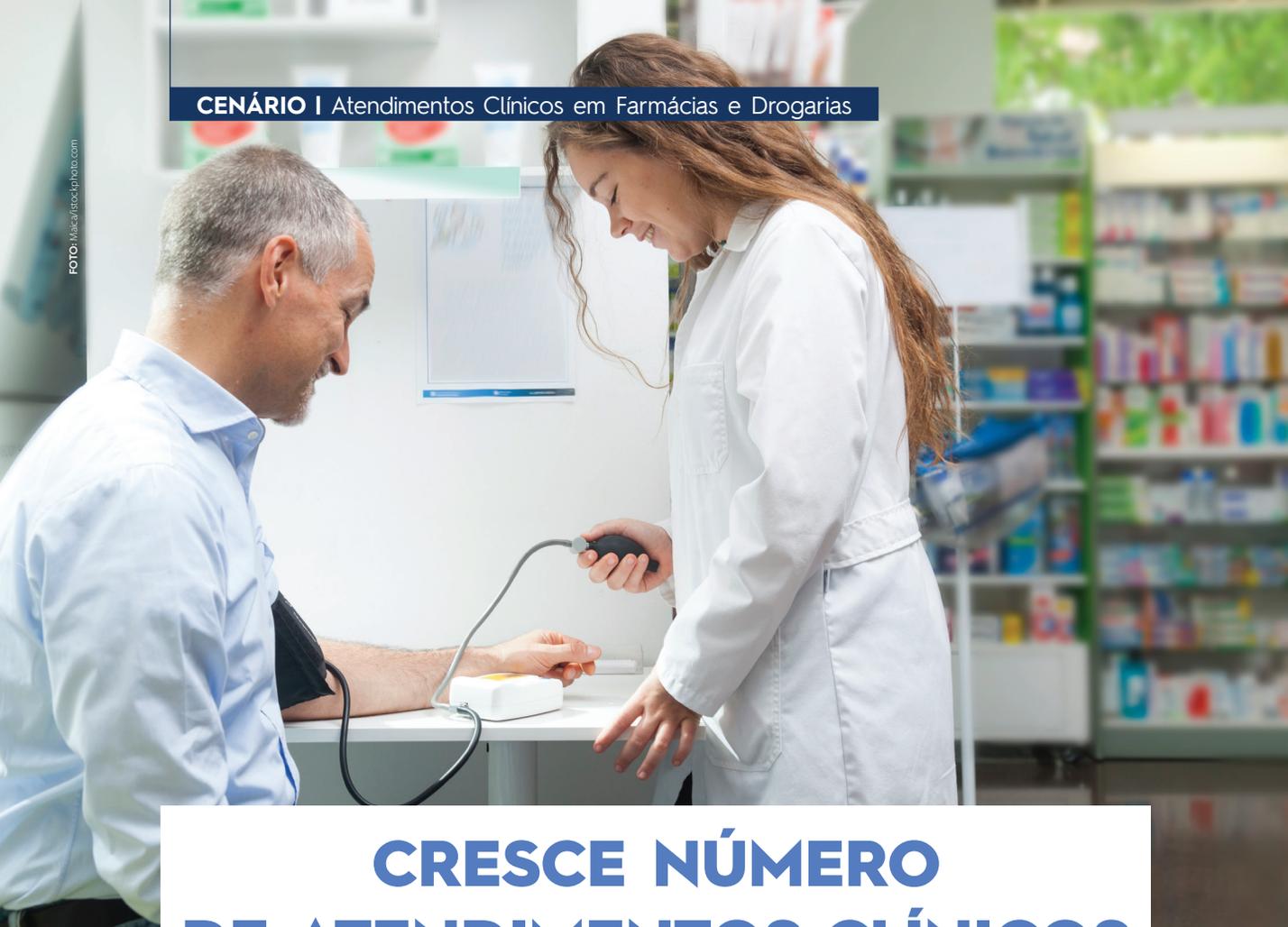
Ele traz diversos benefícios aos varejistas, que podem otimizar as compras e a reposição de estoque de forma rápida e prática, na velocidade que o digital proporciona para as relações comerciais.

O programa dá acesso ao gerenciamento de pedidos, consulta de preços, estoque e filtro de produtos, além de informar sobre as melhores ofertas de forma automática, limite de crédito, boletos entre outros.

Com este recurso, você faz o seu pedido com segurança e ainda fica atualizado sobre as principais informações de venda, com exclusividade.

### Novidades do Pedido Eletrônico:

- ➔ **Visualizar todas as ofertas disponíveis para sua farmácia;**
- ➔ **Versão 10Q – todos os produtos em oferta ficam destacados em azul.** Quando um item do pedido é digitado e selecionado, se estiver contido em uma oferta, aparecerá uma mensagem informando todas as ofertas disponíveis para ele;
- ➔ **Acesso ao histórico de qualquer pedido gravado no Pedido Eletrônico,** mesmo que não tenha sido faturado ou enviado;
- ➔ **Atualização do estoque** para o Pedido Eletrônico é realizada de hora em hora;
- ➔ **Devolução Web** – elimina métodos manuais via RD e agiliza processos de aprovação, coleta e crédito;
- ➔ **Tem suporte técnico,** que pode ser acionado pelo **0800 728 2726** e também pelo **WhatsApp (11) 2185 3474.**



## CRESCER NÚMERO DE ATENDIMENTOS CLÍNICOS EM FARMÁCIAS E DROGARIAS

**Farmácias e** drogarias de todo o Brasil realizaram mais de 6,7 milhões de atendimentos clínicos até setembro de 2021. O número é mais de oito vezes superior ao do mesmo período do ano passado, de acordo com dados da Clinicarx. Entre os serviços mais realizados no ano passado estão exames e testes rápidos, que somaram mais de 5 milhões de procedimentos; aplicação de injeção, com cerca de 274 mil; e avaliação de pressão arterial e hipertensão, em torno de 306 mil análises efetivadas.

Os exames de detecção do Covid-19 predominaram em relação ao total de atendimentos. Além desses, outros serviços como o de vacinação somaram cerca de 84 mil atendimentos concluídos. "O varejo farmacêutico consolidou-se na pandemia

como um autêntico *hub* de atenção primária em saúde. As farmácias, de fato, representam o primeiro ponto de contato dos pacientes e um canal essencial para desafogar o atendimento em hospitais e prontos-socorros", destaca o CEO da Clinicarx, Cassiano Correr.

Diariamente, estabelecimentos farmacêuticos brasileiros realizam procedimentos como *check-ups* de saúde; vacinas como a da hepatite A, febre amarela, rotavírus, HPV, influenza; acompanhamento de pacientes crônicos e testes laboratoriais rápidos, como Beta-HCG, hemoglobina glicada, PSA, dengue, hepatite C, HIV, sífilis. A expectativa é que a população possa contar com todo rol de serviços disponíveis nas farmácias.

Entre os serviços mais realizados estão:



EXAMES E TESTES RÁPIDOS:  
**MAIS DE 5 MILHÕES  
DE PROCEDIMENTOS**



APLICAÇÃO DE INJEÇÃO:  
**CERCA DE 274 MIL**



AVALIAÇÃO DE PRESSÃO  
ARTERIAL E HIPERTENSÃO:  
**EM TORNO DE 306 MIL  
ANÁLISES EFETIVADAS**



De acordo com o Conselho Federal de Farmácia (CFF), farmácias e drogarias estão ao alcance de milhões de brasileiros e têm o fundamental papel de orientar a população, auxiliar na detecção da doença e minimizar a procura por outros serviços de saúde.

Com o passar dos anos, esses espaços ganham cada vez mais força. Prova dela é que a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) aprovou a aplicação de testes rápidos para a detecção do novo coronavírus em ambiente farmacêutico. Com os testes rápidos, foi dado um passo além, permitindo que pessoas descubram se já tiveram contato com o vírus e se já desenvolveram anticorpos para a doença, recebendo orientação personalizada do farmacêutico sobre como proceder. Mais recentemente, algumas farmácias também estão fazendo teste de antígeno, identificando pessoas que estão com o vírus e transmitindo, permitindo orientação e encaminhamento adequado, a fim de fazer o isolamento e deter a disseminação. De acordo com a Hilab, os testes rápidos democratizam o acesso à saúde, pois muitas vezes as pessoas não têm condições financeiras ou tempo para ir ao médico, pegar uma guia e ir ao laboratório. A farmácia facilita o acesso. Em termos de saúde, isso não é um diagnóstico, mas é um meio de rastreamento. Assim, diminuindo as etapas até chegar ao diagnóstico.

Para o diretor secretário-geral do Conselho Regional de Farmácia do Estado do Rio de Janeiro (CRF/RJ), Ricardo Lahora, todos esses serviços são associados à assistência farmacêutica, visando à promoção, proteção e recuperação da saúde dos pacientes. Os atendimentos farmacêuticos também focam em campanhas de saúde e na prevenção de doenças, principalmente crônicas, como diabetes, hipertensão, asma, e a busca pela qualidade de vida, tratando a obesidade e o tabagismo.

## VACINAÇÃO EM FARMÁCIAS

O ditado popular “melhor prevenir do que remediar” se aplica perfeitamente à vacinação. Muitas doenças comuns no Brasil e no mundo deixaram de ser um problema de saúde pública por causa da vacinação massiva da população. De acordo com o Ministério da Saúde (MS), poliomielite, sarampo, rubéola, tétano e coqueluche são alguns exemplos de doenças comuns no passado, que haviam sido erradicadas, mas que voltaram devido ao movimento “antivacina”, instituído por ativistas naturalistas, como o sarampo.

É importante lembrar que a saúde não é uma responsabilidade exclusiva do MS, das secretarias, dos profissionais e dos médicos, mas de toda a população. Por isso, é fundamental que todos mantenham o cartão de vacinas atualizado.

Juntamente com os antibióticos, elas são os medicamentos mais importantes já desenvolvidos. Se não fossem as vacinas, ainda conviveríamos com doenças gravíssimas, como a varíola. No Brasil, diversas doenças praticamente desapareceram graças à vacinação, afetando diretamente a qualidade e a expectativa de vida da população.

As vacinas são medicamentos que possuem preço máximo ao consumidor (PMC). Mas existe ainda o custo do serviço (gesto vacinal). Assim o preço final da vacinação vai incluir o custo do produto + custo do serviço. É preciso ficar atento à questão tributária, pois são de naturezas distintas e pesquisar os preços cobrados nos concorrentes, pois há grande variabilidade de preços entre as clínicas.

É importante ressaltar que as vacinas de Covid-19 não estão sendo aplicadas em farmácias, até o momento, pois fazem parte de uma ação do MS, que está combatendo uma pandemia.

# RECONHECIMENTO MELHOR performance

 Farmácias **APP** 2022



O **Farmácias APP** é uma plataforma digital completa de *delivery* para o varejo de saúde no Brasil. O intuito é ser um facilitador do acesso à saúde e Higiene & Beleza (H&B) no País, ao contribuir com a economia de tempo e dinheiro dos usuários, além de proporcionar a inclusão do varejo farmacêutico no mundo digital. Pertencente ao GrupoSC, é o maior App exclusivo de vendas online de saúde e beleza do Brasil. O Farmácias APP busca tornar-se essencial no dia a dia das pessoas, democratizando o acesso virtual aos itens comercializados pelas farmácias e lojas de beleza de todo o Brasil. Visa, também, trazer uma gama de farmácias parceiras em um único canal de vendas e ampliar a segurança nas compras online entre o consumidor e o varejo, além de garantir que o consumidor receba corretamente os produtos que adquiriu em seu endereço.

Para ser uma loja parceira (seja ela farmácia, drogaria, etc.), é necessário se credenciar na plataforma do Farmácias APP, fazer a integração do seu estoque e definir qual região deseja atender por *delivery* e/ou retirada em loja. O consumidor, por sua vez, faz o pedido em uma das lojas que atenda a sua região e recebe sua compra com todo conforto e segurança.

Acessando a página [credenciamento.farmaciasapp.com.br](https://credenciamento.farmaciasapp.com.br), as farmácias já podem dar início ao seu credenciamento dentro do Farmácias APP. Depois de credenciada, a farmácia deve iniciar uma validação periódica do seu estoque, *mix* de produtos, preços, frete e abrangência de entrega para garantir que sua loja tenha um posicionamento de relevância e destaque dentro da plataforma.

Não há taxa de adesão ou mensalidade, é cobrado somente uma pequena comissão em cima das vendas efetuadas dentro do App.

## RECONHECIMENTO EM VENDAS

A partir deste ano, o Farmácias APP fará uma premiação para as farmácias que mais venderam pelo App e que também menos cancelaram pedidos no ano de 2021. Realizando este prêmio, o Farmácias APP pretende fortalecer a relação com as farmácias e com isso gerar repercussão positiva para a marca. As Software Houses que tiveram mais integração com clientes e o menor tempo de integração proporcional ao volume, também serão premiadas, com o objetivo de fortalecer a parceria com esses veículos e ter uma parceria mais consolidada e de grande sucesso em 2022.

## PREMISSAS ANALISADAS PARA A ESCOLHA DOS DESTAQUES

**Farmácias:** o Prêmio Farmácia Parceira 2021 selecionará as farmácias com menos pedidos cancelados e com maior número de vendas.

**Software Houses:** para esta categoria, estão destinadas três premiações que avaliarão o volume de integrações (Prêmio TOP Volume), o menor tempo de integração (Prêmio TOP Qualidade) e, também, a Software House mais inovadora nos processos de integração de seus clientes (TOP Inovação).

**Aproveite a oportunidade e arrase nas vendas também com o Farmácias APP!**





Pensou em farmácia?

APP

# Farmácias

A extensão da sua loja  
na internet!

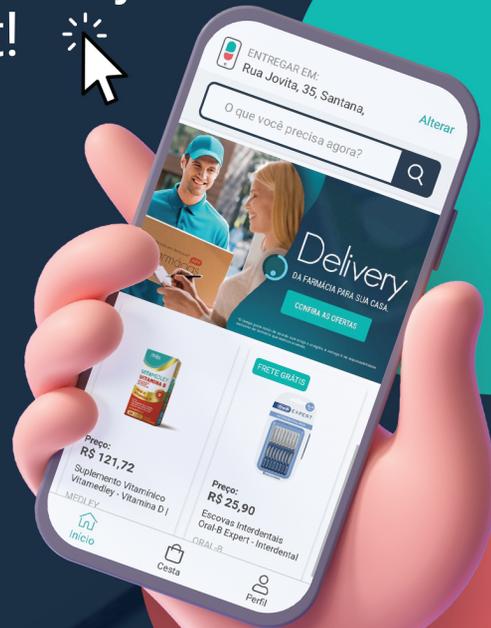


## SEJA NOSSA FARMÁCIA PARCEIRA!

Confira as vantagens:

- ✔ ZERO de adesão ou mensalidade.\*
- ✔ Pagamento direto do consumidor para sua loja.
- ✔ Suporte desde a integração até o pós-venda.
- ✔ Escolha 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.



Sistemas ERPs integrados com nosso sistema:



E muito mais.



APONTE A CÂMERA

## CRENCIE SUA LOJA HOJE MESMO!

Acesse [credenciamento.farmaciasapp.com.br](https://credenciamento.farmaciasapp.com.br)  
e siga o passo a passo.



# MERCHANDISING:

## estratégia de ativação de produtos e aumento da rotatividade de clientes

Quando o ponto de venda é entendido como ponto de relacionamento ou ponto de contato, o conceito do que é merchandising torna-se ainda mais amplo. A sua missão como marca é promover uma conexão emocional e sensorial dos produtos com o shopper

**Conjunto de** atividades e técnicas mercadológicas que proporcionam a exposição dos produtos na farmácia de maneira mais assertiva criando condições competitivas, adequadas e atraentes para transformação da intenção de compra do cliente em tíquete, ou seja, a compra efetiva. Essa é a definição de *merchandising*, de acordo com o CEO da Gmartins Consultoria e VP Comercial Retail Farma Brasil, Gean Martins. Em outras palavras, pode-se dizer que seria a ativação dos produtos através de exposições e comunicação.

Para trabalhar isso corretamente na farmácia é preciso mapear dentro da área de vendas os pontos de destaque e maior fluxo de clientes dentro da loja, ou seja, os pontos “quentes” e com isso criar sinergia com a estratégia de vendas dos produtos. É muito importante ter atenção a forma de exposição e comunicação para que a loja não fique poluída visualmente e não interrompa o fluxo da jornada de compra. Pontos extras devem ser explorados com uma visão de interceptação do fluxo do cliente na loja para compra observando áreas de sinergias com os produtos. Por exemplo: expor um produto para côncas perto de absorventes femininos cria o impulso para “venda cruzada”.

De acordo com o Clube do Trade, o *merchandising* não deve ser considerado apenas como uma vertente de todo o processo complexo que envolve a ativação de um produto, mas como uma prática para aumentar a rotatividade, por isso, o envolvimento com o departamento comercial dos fabricantes, é fundamental.

### Para planejar suas ações, considere as diretrizes a seguir:



**PRODUTO:** ele deve ser o centro dos seus objetivos. Todo seu planejamento deve promover a interação e o contato do *shopper* com seu produto.



**CLIENTE:** cada ponto de venda tem suas características e, para cada uma dessas, existe também um perfil de cliente. É preciso conhecê-lo.



**MOMENTO:** você já percebeu que o frio alavanca a comercialização de antigripais e higienizadores nasais, por exemplo? E que o verão estimula o consumo de protetores solares e loções pós-sol? Utilizar bem o potencial das promoções sazonais é a chave para aumentar seus resultados.



**QUANTIDADE:** a falta e também o excesso de produtos pode ser visto com estranheza aos olhos do *shopper*. Dimensione o tamanho ideal do seu mostruário e, em hipótese alguma, aceite a ruptura como algo rotineiro.



**PREÇO:** preço competitivo vende, e vende muito. Atrair o *shopper* pelo bolso é comum, mas, sempre é bom lembrar que descontos e promoções devem honrar a oferta.

Quando o ponto de venda (PDV) é entendido como ponto de relacionamento ou ponto de contato, o conceito do que é *merchandising* torna-se ainda mais amplo. A sua missão como marca é promover uma conexão emocional e sensorial dos produtos com o *shopper*.

## SHOPPER NO CENTRO DAS DECISÕES

A CEO da Connect Shopper e consultora de varejo e *shopper marketing*, Fátima Merlin, revela que para conquistar o *shopper*, é preciso sempre proporcionar uma melhor experiência de compra, resultados de negócios e valor das marcas para varejistas e fornecedores.

Segundo ela, o grande desafio do varejo nos dias de hoje é atrair, converter e reter o cliente. Para isso, é preciso garantir uma boa experiência de compra que passa por entregar efetivamente o que promete. Ter consistência e coerência entre a promessa (proposta de valor) e a execução. Desde ter um ambiente agradável, organizado, uma loja limpa, setorizada, um *layout* que facilite a jornada de compra do cliente, produtos bem expostos e sinalizados, uma comunicação simples, clara e objetiva, agilidade no processo de *checkout*, um atendimento de qualidade, com pessoas disponíveis a ajudar o cliente a solucionar seus “problemas” e ter seu processo de compra facilitado, etc.

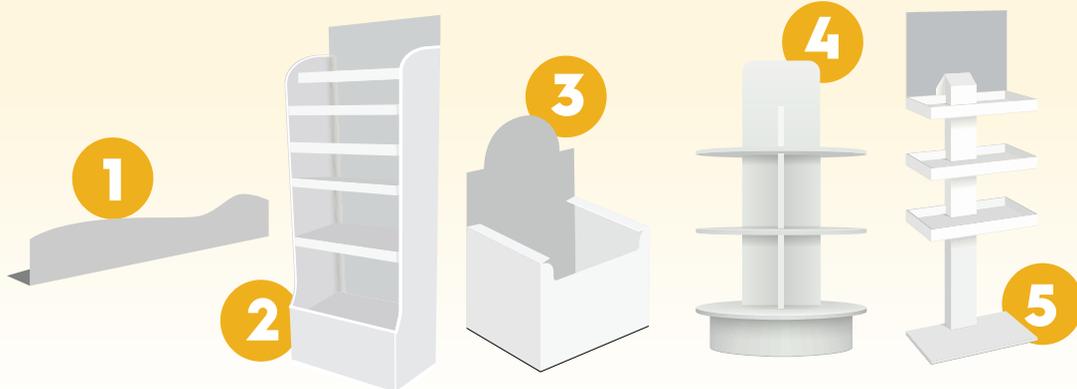
O *shopper* é imediatista, ativo e exigente. Ele quer se relacionar com as marcas em múltiplos canais e ter a mesma experiência em todos eles. Em geral, escolhe o PDV onde vai comprar e é fortemente atingido por promoções, sofre influência das variáveis no local, como, por exemplo, o preço com comparação simultânea; quando compra/avalia custo-benefício do produto e compra para fins individuais e coletivos.

## MATERIAIS DE MERCHANDISING

Quem quer vender, precisa ter uma estratégia de *merchandising* bem planejada. Se não, corre o risco de perder o consumidor para a concorrência. E uma das maneiras mais efetivas de garantir esse planejamento é investindo nos materiais certos para chamar a atenção do *shopper* no ponto de venda (PDV).



Sendo assim, existem alguns materiais que não podem faltar. São eles:



### 1. RÉGUA OU CANTONEIRA DE GÔNDOLA

Elas são pequenas peças retas ou dobradas em “L” colocadas junto ao produto no PDV. A faixa da gôndola tem como objetivo atrair a atenção do consumidor para aquilo que está sendo exposto e diferenciar a marca entre seus concorrentes. Essa peça é basicamente a extensão do produto na loja.

### 2. PONTA DE GÔNDOLA

Prateleiras com a cara do produto, posicionadas na ponta dos corredores da loja e ambientadas conforme a campanha. Além de incrementarem a visibilidade do produto, as pontas de gôndolas dão destaque para a marca, valorizando diversos aspectos. É uma excelente ideia para o lançamento de um novo produto, uma promoção importante ou outro tipo de ação específica.

### 3. DISPLAY DE BALCÃO

São peças muito tentadoras para os *shoppers*. Geralmente equipados com produtos de baixo preço, os *displays* são posicionados nos caixas de pagamento.

### 4. ILHA

Dispostas no meio dos corredores, as ilhas garantem que os produtos não passem despercebidos. No entanto, elas não apenas desempenham essa função de destaque, como podem (e devem) ser utilizadas de maneira estratégica.

### 5. DISPLAY DE CHÃO

Também conhecidos como expositores, os *displays* de chão são ideais para destacar produtos em promoção e dar mais mobilidade para a marca no PDV. São excelentes peças de visual *merchandising* para incentivar o consumo imediato. A presença deles é bastante importante no PDV, já que funcionam como um ponto extra para alavancar as vendas.

Fonte: Fábrica de Ideias

## COMO MELHORAR O APROVEITAMENTO DO MERCHANDISING PARA VENDER MAIS

**Compra não planejada e por impulso** devem receber mais espaço de exposição.

**Altura dos olhos vendem mais** que perto do chão e altura muito elevada.

**Levar em conta margem de lucro** de cada produto compondo vendas mais rentáveis.

**Colocar na altura dos olhos** produtos mais rentáveis e de compra não planejada.

**Facilitar o processo de decisão** do *shopper* arrumando os produtos por tamanho.

**Expor na mesma área** produtos que facilite a compra conjunta.

**Produtos de compra planejada** devem ser expostos próximos de produtos complementares de compra não planejada.

**Estimular a compra de produtos** de melhor qualidade.

**Não esquecer do preço** dos produtos.

**Realizar pesquisas** para identificar o melhor tipo de exposição.

Fontes: Gmartins Consultoria e Retail Farma Brasil

# Em Perfeita Harmonia

Pene Monex - Composto de Mel Extrato de Própolis e Abacaxi

Apresentação: Pote em vidro 300g

Código de Barras: 7896354900010



**Procedimentos de  
beleza passaram  
a ser feitos**

# EM CASA

**Em momentos de crise, produtos de higiene e beleza cumprem um papel de autoestima para o consumidor. A beleza é muito importante para o brasileiro. Rotinas como esfoliação, massagens, tratamento capilar, e outros, ganham destaque**

**O Covid-19 diminuiu** o lazer e as interações sociais. Mas nem por isso a pandemia fez com que as pessoas deixassem de cuidar da sua beleza, o que mudou é que, agora, ao invés de realizarem todos os procedimentos nos salões, muitas coisas passaram a ser feitas em casa. O autocuidado vai de encontro com tudo aquilo que é referente a bem-estar, porque dessa forma, as pessoas acabam se sentindo bem com elas mesmas, dentro do próprio corpo. É possível ver categorias como xampu, condicionador, cremes para o corpo e sabonetes crescendo muito, em detrimento de maquiagem, que as pessoas usam para sair de casa e estar em contato com o outro, de acordo com dados da Associação Brasileira de Higiene pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec).

## FOCO NO MERCADO DOMÉSTICO

A L'Oréal diz que em momentos de crise, produtos de higiene e beleza cumprem um papel de autoestima para o consumidor. A beleza é muito importante para o brasileiro. Não devemos esquecer que o Brasil é o quarto maior mercado de beleza do mundo e a sensação de se cuidar, de se sentir bem consigo mesmo cumpre um papel muito importante nas rotinas cotidianas das brasileiras e dos brasileiros. E nesse momento de pandemia, não poderia ser diferente.

Hoje em dia os principais impulsionadores da indústria de cosméticos são aqueles relacionados aos cuidados com a pele, o que mostra também uma maior preocupação da população com a saúde. De acordo com números da Abihpec, os produtos voltados aos cuidados com a pele registraram crescimento de 161,7% nas vendas durante os dez primeiros meses de 2020, em comparação com o mesmo período de 2019.

Passando mais tempo em casa do que fora dela, o tempo que era gasto com escolha de roupas, arrumação do cabelo, maquiagem e outros processos acabou, então, ficando livre para a realização das rotinas de *skincare*.

### Você encontra na SantaCruz



**711623**  
HYDRABIO  
SERUM 40ML



**704572**  
TINT IMEDIA EXC  
LOURO CLARO 8



**713291**  
NEUTROG PUFI AG  
MICELAR 400ML



**713829**  
HIDRATANTE FACIAL  
NIVEA GEL 100G



**714169**  
CR TRAT ELSEVE HIDR  
HIALU 300G

## MAIORES DEMANDAS ENTRE A POPULAÇÃO

**1. ESFOLIAÇÃO:** a esfoliação é o processo que, a partir do atrito de substâncias granulares com a pele, remove as células mortas. Com isso, a pele fica mais lisinha e bonita. Para não correr o risco de agredir a pele, a dica aqui é apostar em produtos já específicos para a esfoliação mais suave, como as máscaras faciais.

**2. TRATAMENTOS ANTI-IDADE:** dermocosméticos específicos para combater as rugas e linhas de expressão ainda são as maiores preferências, principalmente com substâncias como: **Niacinamida:** que clareia áreas escurecidas da pele; **Proxylane:** que estimula a síntese de colágeno na célula; **LHA:** que promove a renovação da pele; **Vitamina E:** que tem propriedades antioxidantes; **Retinol A:** que também estimula a renovação celular.

**3. MASSAGEM FACIAL:** a massagem facial é um dos procedimentos mais amados por famosas e *it-girls* e também dá pra fazer em casa. Ela ajuda a combater a flacidez do rosto, melhorar a elasticidade e até prevenir o aparecimento de rugas e linhas de expressão.

**4. MÁSCARAS DE ARGILA:** tratamento estético que usa as argilas para limpar, hidratar e fortalecer a pele em casa. Existem opções de máscaras de argila prontas, que facilitam todo o processo. Depois de aplicar no rosto, é só as consumidoras aguardarem dez minutinhos para ver os milagres do produto.

**5. TRATAMENTOS CAPILARES:** hidratação e coloração também entram no rol de produtos de grande aceitação do público para realização dos procedimentos em casa. A dica é apostar na oferta de máscaras de tratamento, *leave-ins*, ampolas, óleos de finalização; além das tinturas e colorações com benefício duplo: cor mais tratamento.

**6. DEPILAÇÃO:** cremes depilatórios, ceras prontas e lâminas também devem fazer parte do *mix*, como alternativas rápida e práticas que evitam a ida das mulheres às depiladoras.

**7. CUTELARIA:** por fim, um procedimento semanal que levava as consumidoras às manicures agora tem alta demanda para que as unhas sejam feitas em casa. Observe se seu estoque de acetona, algodão, esmaltes e outros acessórios estão abastecidos.

Fontes: L'Oréal e consultora especializada no varejo farmacêutico, Silvana Osso

# OPÇÕES IMPERDÍVEIS!

Aposte no sortimento correto e alavanque suas vendas!



116328

**SALONPAS ADESIVO GRANDE 2UN**

Indicado para o alívio de dores e inflamações associadas a fadiga muscular, dores musculares e lombares, rigidez nos ombros, contusões, pancadas, torções, entorses, torcicolo, neuralgia e dores articulares.



116887

**VARICELL PHYTO C/30 CAPS**

Alivia os sintomas causados pelas varizes como dores nas pernas, sensação de peso, cansaço, inchaço e câimbras.



702643

**ACTINE SAB LIQ 240ML**

- **96%** de redução de acne.
- **96%** de controle da oleosidade.
- **75%** de desobstrução dos poros.



117102

**SAL DE FRUTA ENO PAST MENTA 12X4**

Alívio rápido da azia. Por ser mastigável, não precisa de água para ingerir. É prático e fácil de levar.

**SALONPAS® ADESIVO GRANDE** (salicilato de metila, levomentol, cânfora) M.S.: 1.1052.0003.007-0. Indicações: para o alívio de dores e inflamações associadas a fadiga muscular, dores musculares e lombares, rigidez nos ombros, contusões, pancadas, torções, entorses, torcicolo, neuralgia 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. **VARICELL COMPRIMIDO** É UM MEDICAMENTO. SEU USO PODE TRAZER RISCOS. PROCURE O MÉDICO E O FARMACÊUTICO. LEIA A BULA. Alivia os sintomas causados pelas varizes como dores nas pernas, sensação de peso, cansaço, inchaço e câimbras. M.S.: 1.5620.0024.001-7. **ENO PASTILHAS MASTIGÁVEIS**: carbonato de cálcio. Indicações: antiácido. MEDICAMENTO DE NOTIFICAÇÃO SIMPLIFICADA RDC ANVISA Nº 199/2006. AFE Nº 1.00.107-1. Não use esse medicamento em caso de doença dos rins.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO



117429

**NUROMOL 200 + 500MG C/6 COMP REV**

Combinação inovadora traz o alívio da dor, desde dores de cabeça até dores no corpo, com efeito de longa duração.



117153

**FORTEVIRON ANTI-AGE 250MG 60COMP**

Tem ação auxiliar no estímulo das células, na direção do combate aos sintomas do envelhecimento natural ou precoce.



159475

**OTO-XILODASE GTS 8ML**

Indicado para o tratamento de otite, exceto quando a origem é micótica.



117122

**VICK PRIMEIRA PROTECAO 15ML**

Ajuda a combater o avanço do vírus do resfriado.



197830

**PANTOGAR C/30 CAPS**

Pantogar® exerce um efeito positivo sobre o crescimento dos cabelos e das unhas, assim como sobre a cor dos cabelos.



714565

**PROT LAB ORIGINAL FROZEN 4,8G**

Sua fórmula com óleos de origem natural hidrata por 24h e protege contra o ressecamento. Dermatologicamente testado e aprovado. Crianças 3+



713034

**ENGOV AFTER CITRUS FR 250ML**

Sua exclusiva fórmula combina: glicose, sais minerais e cafeína, além do sabor delicioso e refrescante, tudo isso na dose ideal.

**NUROMOL** (ibuprofeno e paracetamol) M.S. 1.7390.0010. Indicado para o tratamento de dor e febre. **FORTEVIRON ANTI-AGE** (AMBRA GRISÉA 5CH + ASSOCIAÇÃO) é um medicamento que tem ação auxiliar no estímulo das células, na direção do combate aos sintomas do envelhecimento natural ou precoce. Serve para o aumento do tônus muscular, ganho de memória e ganho de força. **OTO-XILODASE**® é indicado no tratamento da otite, exceto a otite causada por fungos. Você não deve usar Oto-Xilodase® se tiver hipersensibilidade (alergia) aos componentes da fórmula principalmente, à neomicina. M.S. - 1.0118.0021. **VICK PRIMEIRA PROTEÇÃO**®. Produto para saúde notificado na ANVISA. M.S. 8.0147.379.001. **PANTOGAR**® (biotina + cistina + associações) é indicado na perda de cabelos por motivos inespecíficos. Alterações na estrutura de cabelo (cabelo enfraquecido, fino, quebradiço, sem vida, opaco e sem cor), cabelos danificados pela luz do sol e radiação UV, prevenção do aparecimento de fios brancos. Desordens no crescimento das unhas (unhas fracas, quebradiças, rachadas e pouco maleáveis). **ENGOV AFTER**. Alimento isento de registro conforme RDC 27/2010.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

# Mais vendas com os packs e itens promocionais



714571

AVENE PERF F60  
40G+CLEAN 60G



708079

BEPANTOL BABY 30G  
15% OFF



714054

CETAPHIL LIMP PROF  
L3P2 127G



712759

FIXODENT ORIGINAL21G  
50%DESC2AUN



713896

KIT COREGA PO  
FIXADOR 22GR L3P2



715074

FISIOGEL LC CALM AI  
400ML+200ML



713361

KIT CR DEN SENS RAP  
ALIV L3P290G



790204

RENU FRESH S/FRIC  
355+120ML GRTS



708664

REPELEX SPRAY  
100ML 20%  
DESC



709062

SAB PROTEX  
AVEIA L6P5  
85G

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



# O portal que você já conhece, de cara nova!

Ao acessar a sua área restrita do Site SantaCruz, você encontrará um visual mais moderno para fazer as suas solicitações de uma forma ainda mais prática e fácil.

Clique em  
"Clientes"



Preencha com  
seus dados



## Acesse e confira!

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



# PLP

## SantaCruz

## Sua loja atualizada com os PRINCIPAIS LANÇAMENTOS!

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.**

- ✓ Você terá um prazo de 60 dias para pagar.
- ✓ Sua loja sai na frente com os principais lançamentos.
- ✓ Sem custo de adesão ou cancelamento.
- ✓ E ainda tem a garantia da devolução caso não ocorra a venda.



Faça seu cadastro pelo site

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

ou envie um e-mail para

[plpsantacruz@stacruz.com.br](mailto:plpsantacruz@stacruz.com.br)

e participe  
também do PLP!



**SantaCruz**