



SantaCruz

WWW.SANTACRUZDISTRIBUIDORA.COM.BR

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

CHEGOU
NALDECON®
MULTI

MULTI ALÍVIO
CONTRA
SINTOMAS
DA GRIPE.

ANALGÉSICO
ANTITÉRMICO
DESCONGESTIONANTE
TUDO EM 1*

119835

NALDECON®
MULTI
 paracetamol 400 mg
 paracetamol 400 mg + cloridrato de fenilefrina 20 mg

**EMBALAGEM
ECONÔMICA**



GRIPE E RESFRIADO

NÃO CAUSA SONOLÊNCIA
PARA QUALQUER MOMENTO DO SEU DIA

7
SINTOMAS

COMBATE 7 SINTOMAS DA GRIPE

FEBRE • DOR NO CORPO • DOR DE GARGANTA • INDISPOSIÇÃO
CANSAÇO • DOR DE CABEÇA • CONGESTÃO NASAL

USO ADULTO E PEDIÁTRICO ACIMA DE 12 ANOS



119838



NALDECON MULTI (paracetamol e cloridrato de fenilefrina) M.S. 1.7390.0012. Combate sintomas da gripe.
SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. FEV/2022. *1 dose = 2 comprimidos

ABC DA SAÚDE

Genéricos: medicamentos de qualidade com grande economia

CENÁRIO

Cresce quadros de depressão, ansiedade e distúrbio do sono pós-Covid

O QUE ESTÁ EM ALTA

Sazonalidade de inverno: como preparar a farmácia para a nova temporada

CHEGOU

Xafac®
rivaroxabana

Segurança e eficácia
com o fator Xa da Apsen!¹⁻³



Portfólio completo:
inclusive a dosagem de 2,5 mg²



1. Deferimento do registro do medicamento Xafac - Resolução RE nº 3.647, de 23 de setembro de 2021, publicada no DOU de 27/09/2021. Medicamento equivalente farmacêutico ao medicamento de referência conforme Resolução RDC nº 200/2017. 2. LISTA A DE MEDICAMENTOS DE REFERÊNCIA - ANVISA. 3. Bansilal S., Bloomgarden Z., Halperin J.L. et al. Efficacy and safety of rivaroxaban in patients with diabetes and nonvalvular atrial fibrillation: The Rivaroxaban Once-daily, Oral, Direct Factor Xa Inhibition Compared with Vitamin K Antagonism for Prevention of Stroke and Embolism Trial in Atrial Fibrillation (ROCKET AF Trial). Am Heart J. 2015; 170(4): 675-682

XAFAC® rivaroxabana. FORMA FARMACÊUTICA, VIA DE ADMINISTRAÇÃO E APRESENTAÇÕES. Comprimido revestido de 2,5 mg. Caixa com 7, 30 e 60 comprimidos. Comprimido revestido de 10 mg. Caixa com 10 e 30 comprimidos. Comprimido revestido de 15 mg e 20 mg. Caixa com 14 e 28 comprimidos. **USO ORAL. USO ADULTO (2,5 mg e 10 mg) / USO ADULTO E PEDIÁTRICO COM PESO IGUAL OU SUPERIOR A 30 KG (15 mg e 20 mg).** **INDICAÇÕES.** Xafac® (rivaroxabana) 2,5 mg, associado ao ácido acetilsalicílico 100 mg, e utilizado para doença arterial coronariana (DAC) ou doença arterial periférica (DAP) sintomática com alto risco de eventos isquêmicos. Reduz o risco de acidente vascular cerebral, ataque cardíaco e de morte por doença do coração ou vasos sanguíneos. Xafac® (rivaroxabana) 10 mg é usado para prevenir a formação de coágulos de sangue nas suas veias após cirurgia de substituição da articulação em seus joelhos ou quadril. Xafac® (rivaroxabana) 10 mg, 15 mg e 20 mg é indicado para o tratamento de embolia pulmonar e para prevenção de embolia pulmonar e trombose nas veias profundas recorrentes. Xafac® (rivaroxabana) 15 mg e 20 mg é indicado para o tratamento de tromboembolismo nas veias e prevenção de tromboembolismo nas veias recorrentes, em crianças e adolescentes com menos de 18 anos com peso igual ou superior a 30 kg após o início do tratamento padrão de anticoagulação. **CONTRAINDICAÇÕES:** Pacientes com doença hepática com problemas de coagulação e risco de sangramento clinicamente relevante, incluindo pacientes cirróticos com Child Pugh B e C. **ADVERTÊNCIAS E PRECAUÇÕES:** Este medicamento deve utilizado com precaução em pacientes com insuficiência renal grave e risco aumentado de sangramento (distúrbios hemorrágicos, pressão arterial muito alta e úlcera ativa ou recente). Informe ao seu médico se você está usando ou usou recentemente qualquer outro medicamento, incluindo medicamentos de venda sem prescrição médica. **REAÇÕES ADVERSAS:** Como todos os medicamentos, rivaroxabana pode ocasionar reações desagradáveis, embora nem todas as pessoas apresentem estas reações. **POSOLOGIA: Sempre use Xafac® (rivaroxabana) exatamente como informado por seu médico. Doença arterial coronariana (DAC) ou doença arterial periférica (DAP):** A dose usual é um comprimido (2,5 mg) duas vezes ao dia. **Prevenção de coágulo no cérebro (derrame) e outros vasos sanguíneos do corpo:** A dose usual é de um comprimido de 10 mg ou 20 mg uma vez ao dia. **Tratamento de coágulo nas veias das pernas (trombose venosa profunda) e embolia pulmonar (EP), e para prevenção do reaparecimento destes coágulos:** A dose recomendada para o tratamento inicial da TVP (trombose venosa profunda) e embolia pulmonar (EP) agudas é de 15 mg de Xafac® (rivaroxabana) duas vezes ao dia para as três primeiras semanas, seguida por 20 mg uma vez ao dia para a continuação do tratamento e para a prevenção da TVP e da EP recorrentes. **Tratamento de trombose nas veias e prevenção de trombose nas veias recorrente, em crianças e adolescentes com menos de 18 anos com peso igual ou superior a 30kg após o início do tratamento padrão de anticoagulação: Peso corporal de 30 a 50 kg:** uma dose diária de 15 mg de rivaroxabana é recomendada. Esta é a dose diária máxima. **Peso corporal igual ou superior a 50 kg:** uma dose diária de 20 mg de rivaroxabana é recomendada. Esta é a dose diária máxima. Xafac® (rivaroxabana) 15 mg ou 20 mg comprimidos devem ser tomados com alimentos. Deve ser tomado com intervalo de aproximadamente 24 horas. **VENDA SOB PRESCRIÇÃO MÉDICA.** Reg. MS nº 1.0118.0635. **APSEN FARMACÊUTICA S/A. Xafac_V02.**

CONTRAINDICAÇÕES: Pacientes com doença hepática com problemas de coagulação e risco de sangramento clinicamente relevante, incluindo pacientes cirróticos com Child Pugh B e C. **INTERAÇÕES MEDICAMENTOSAS:** Informe seu médico se você está usando ou usou recentemente qualquer outro medicamento, incluindo medicamentos de venda sem prescrição médica.



W-02230 - Março/2022.

Material destinado exclusivamente a profissionais de saúde habilitados para prescrever ou dispensar medicamentos.

CENTRO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE



0800 016 5678

LIGAÇÃO GRATUITA

infomed@apsen.com.br
www.apsen.com.br

NOVO

UV-GLOW FPS60

PROTETOR SOLAR
ANTIOXIDANTE
ILUMINADOR

3 | PROTEGE
EM | ILUMINA
1 | RENOVA

CORES ADAPTÁVEIS |
TEXTURA TOQUE SECO



*Eficácia percebida por 96% dos participantes. Teste com 80 participantes. Autoavaliação após 1 semana de uso.

V HIDRA-MATTE

VICHY LABORATOIRES

NOVO

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



TEXTURA LEVE
TOQUE SECO

VICHY LABORATOIRES

HIDRA-MATTE V

*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.

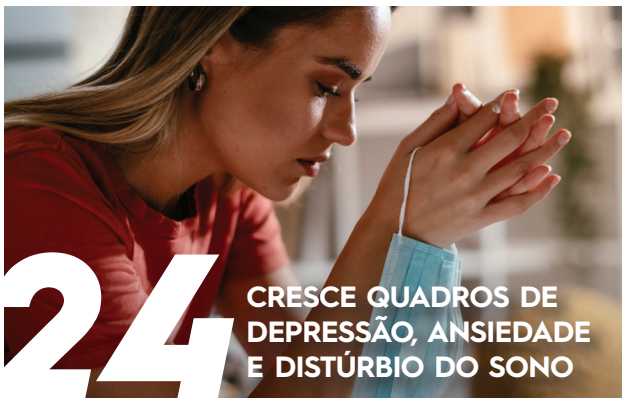
ÍNDICE



08 MEDICAMENTOS
GENÉRICOS: CATEGORIA
CONSOLIDADA



12 CABELOS TRATADOS
DURANTE O INVERNO



24 CRESCE QUADROS DE
DEPRESSÃO, ANSIEDADE
E DISTÚRBO DO SONO



28 HIDRATANTES

ABC DA SAÚDE

08 Medicamentos genéricos: categoria consolidada

Desde que foi sancionada a lei do genérico, em 1999, a população brasileira passou a ter acesso a medicamentos de qualidade com economia.

CATEGORIA EM FOCO

12 Cabelos tratados durante o inverno

A farmácia é uma grande vitrine para a venda de produtos capilares. Portanto, a exposição se torna um passo fundamental para garantir boas vendas.

TÉCNICA DE VENDAS

16 Dia dos Namorados: muitas opções a serem exploradas

As ações relacionadas à data devem acontecer durante o mês de junho inteiro, como a montagem de kits, por exemplo.

O QUE ESTÁ EM ALTA

20 Sazonalidade de inverno: como preparar a farmácia

É importante que a farmácia faça uma adaptação do mix e ambientação de loja a fim de aproveitar as oportunidades da estação.

CENÁRIO

24 Cresce quadros de depressão, ansiedade e distúrbio do sono pós-Covid

Os medicamentos fitoterápicos podem ser uma excelente escolha no tratamento, além da melatonina.

NO PDV

28 Hidratantes: cresce a busca pelo produto no inverno

A categoria de hidratantes é formada por uma série de subcategorias. Além disso, ainda existem diferentes tamanhos, embalagens, marcas e segmentos de uso.

GLOSSÁRIO DO VAREJO FARMACÊUTICO

30 Cefaleia tensional e enxaqueca

No momento da compra, o consumidor segmenta sua dor. Por isso, é importante deixar agrupados analgésicos para cada tipo.

EDIÇÃO Nº 249 - Mai · Jun 2022

Marketing: Nathalia Satt | Rosimeire Oliveira

Projeto Gráfico: Thatto Comunicação

Jornalista Responsável: Lígia Favoretto (MTB: 49748/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

www.santacruzdistribuidora.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.

OPORTUNIDADES SANTACRUZ

NOVIDADES

06 Os principais lançamentos do mercado você encontra na SantaCruz.

PRODUTOS EM DESTAQUE

33 Tenha no seu PDV os produtos que estão em destaque neste bimestre.

PACKS E PROMOCIONAIS

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

COMPRAS:

Televendas: 0800 728 2789

WhatsApp: (11) 94301.7104

Sistema de Contigência: (41) 2101.9410

PEDIDO ELETRÔNICO:

Suporte: 0800 728 2786

WhatsApp: (11) 2185.3474

Sistema de Contigência: (41) 2101.9419

MAIS INFORMAÇÕES:

SAC: 0800 707 7298

WhatsApp: (11) 2185.7257

centraldeatendimento@stacruz.com.br
Sistema de Contigência: (41) 2101.9418

OS GRANDES LANÇAMENTOS ESTÃO NA SANTACRUZ

Aproveite as novidades para ampliar suas vendas!

Abbott

Rivacrist[®]
rivaroxabana 20 mg

Contém 28 comprimidos revestidos VIA ORAL - USO ADULTO

VENDA SOB PRESCRIÇÃO MÉDICA

Rivacrist[®]
rivaroxabana 20 mg

119832 RIVACRIST 20MG COM 28 COMPRIMIDOS

RIVACRIST[®] (rivaroxabana) 15 e 20 mg. MS: 1.0553.0387. USO ADULTO. VIA ORAL. INDICAÇÕES: prevenção de acidente vascular cerebral e embolia sistêmica com fibrilação atrial não-valvar que apresente algum fator de risco, como insuficiência cardíaca congestiva, hipertensão, 75 anos de idade ou mais, diabetes mellitus, acidente vascular cerebral ou isquemia transitória anteriores. Tratamento e prevenção de trombose venosa profunda (TVP) e embolia pulmonar (EP) recorrentes após TVP aguda. Tratamento e prevenção de EP e TVP recorrentes. CONTRAINDICAÇÕES: pacientes com hipersensibilidade à rivaroxabana ou a algum componente do produto; sangramento ativo clinicamente significativo; doença hepática associada à coagulopatia e risco de sangramento clinicamente relevante. Contraindicado durante a gravidez e amamentação. ADVERTÊNCIAS E PRECAUÇÕES: cuidado especial em caso de: próteses valvulares cardíacas; síndrome antifosfolípide triplo positivo de alto risco; uso concomitante de antimicóticos azólicos ou inibidores das proteases do HIV, fármacos que interferem na hemostasia, como os anti-inflamatórios não-esteroidais, inibidores da agregação plaquetária, outros antitrombóticos ou inibidores seletivos da recaptação de serotonina e inibidores da recaptação de serotonina e noradrenalina; insuficiência renal; fibrilação atrial não-valvar; risco aumentado de sangramento, hipertensão arterial grave não controlada, doença gastrointestinal ulcerativa ativa ou recente, retinopatia vascular, hemorragia intracraniana ou intracerebral recentes, anormalidades vasculares intraespinhais ou intracerebrais, cirurgia cerebral, espinhal ou oftalmológica recente, bronquiectasia ou história de sangramento pulmonar; cirurgia e intervenções; anestesia neuraxial; EP hemodinamicamente instável ou pacientes que necessitam de trombólise ou embolectomia pulmonar; mulheres em idade fértil/ contracepção. Pode afetar a habilidade de dirigir veículos ou operar máquinas. CONTÉM LACTOSE. REAÇÕES ADVERSAS: anemia, hemorragia ocular, do trato gastrointestinal, do trato urogenital, cutânea, subcutânea, hematoma, sangramento gengival, dores abdominais e gastrointestinais, dispênea, náusea, constipação, diarreia, vômito, febre, edema periférico, fadiga e astenia, hemorragia pós-procedimento, contusão, aumento das transaminases, dor nas extremidades, tontura, cefaleia, disfunção renal, epistaxe, hemoptise, prurido, rash, equimose, hipotensão, etc. INTERAÇÕES MEDICAMENTOSAS: inibidores potentes da CYP3A4 e inibidores da gp-P (por exemplo, claritromicina, eritromicina, fluconazol, rifampicina, fenitoína, carbamazepina, fenobarbital ou Erva de São João); entre outros. POSOLOGIA: Prevenção de TEV: a dose recomendada é de 20 mg uma vez ao dia. Pacientes submetidos a Intervenção Coronária Percutânea (ICP) com colocação de stent: dose reduzida de 15 mg uma vez ao dia, por no máximo 12 meses. Após o término da terapia antiplaquetária, a dose de rivaroxabana deve ser aumentada para a dose padrão para pacientes com fibrilação atrial não-valvar. Tratamento e prevenção de TVP e EP recorrentes: 15 mg duas vezes ao dia para as três primeiras semanas, seguido por 20 mg uma vez ao dia. Após a conclusão de pelo menos 6 meses de tratamento, RIVACRIST[®] 10 mg uma vez ao dia ou RIVACRIST[®] 20 mg uma vez ao dia é recomendado. VENDA SOB PRESCRIÇÃO MÉDICA. Registrado por: Abbott Laboratórios do Brasil Ltda. MB 01 (BU01).

CONTRAINDICAÇÃO: hipersensibilidade à rivaroxabana ou a algum componente do produto; sangramento ativo clinicamente significativo; doença hepática associada à coagulopatia e risco de sangramento clinicamente relevante. **INTERAÇÕES MEDICAMENTOSAS:** inibidores potentes da CYP3A4 e inibidores da gp-P (por exemplo, claritromicina, eritromicina, fluconazol, rifampicina, fenitoína, carbamazepina, fenobarbital ou Erva de São João).

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO



714794

FEMIBION 1
C/28 COMP



715161

NOVANOITE
MELATONINA
C/20 COMP



714697

IMECAP
ACTSUN
FPS60 50g



darrow
LABORATÓRIO

714509

ACTINE
ULTRA COR
FPS80 40g

GALDERMA

714941

CETAPHIL OPTIMAL
SERUM OLHO 15ML



714829

PRESERV
OLLA PRES
PLAY C/6 UNI

G Medicamento
Genérico

VENDA SOB
PRESCRIÇÃO MÉDICA

MEDICAMENTOS GENÉRICOS: categoria consolidada

Com a entrada dos genéricos no mercado farmacêutico, o consumo de centenas de substâncias essenciais à manutenção da saúde, sobretudo as destinadas ao controle de doenças crônicas, foi ampliado significativamente nos últimos anos.

Os medicamentos genéricos movimentam cerca de 1,5 bilhão de unidades, participando com 34,04% e com um faturamento de R\$ 9,8 bilhões, com 14,04% de participação no último ano, de acordo com dados da IQVIA.

Segundo informa o diretor da Unidade de Negócios Genéricos da Eurofarma, Donino Scherer Neto, no mês em que se comemora 24 anos dos medicamentos genéricos no mercado, é importante ressaltar que, para os consumidores, é de suma importância a existência dessa categoria, pois os genéricos oferecem a possibilidade de vários tratamentos a preços mais

acessíveis a toda a população. “Por lei, os genéricos devem custar no mínimo 35% a menos que os medicamentos de referência, mas em geral são cerca de 60% mais baratos. Desde a instituição da lei, os brasileiros já economizaram R\$ 79,6 bilhões na compra de medicamentos. (Fonte: Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos – PróGenéricos). Os próximos anos reservam vencimentos de patentes importantes, de produtos para cardiologia, doenças do sistema nervoso e Parkinson, que em breve terão suas versões genéricas disponibilizadas à população”, revela o executivo.

Atualmente, há genéricos disponíveis para mais de 95% das doenças conhecidas, das mais simples às mais complexas, cobrindo tratamentos de doenças do sistema cardiovascular, anti-infecciosos, aparelho digestivo/metabolismo, sistema nervoso central (SNC), anti-inflamatórios hormonais

e não hormonais, dermatológicos, doenças respiratórias, sistema urinário/sexual, oftalmológicos, helmínticos/parasitários, oncológicos, contraceptivos, entre outros.

Neto diz que a categoria já está muito consolidada no mercado. “Hoje, não encontramos nenhuma farmácia que não venda medicamentos genéricos. O que sempre podemos fazer, até porque sempre temos novas pessoas entrando nos estabelecimentos, é munir os consumidores de informações sobre o genérico, como bioequivalência, intercambialidade com os medicamentos de referência e confiabilidade do produto.” De acordo com o executivo da Eurofarma, desde o início da pandemia, a demanda por compras pelas farmácias aumentou, com os pacientes antecipando as compras com medo da falta de medicamentos.

O diretor geral da Germed, Cauê Nascimento, comenta que a tendência de prevenção e tratamento será maior do que no pré-pandemia. Uma das razões é que, ao longo deste período, as pessoas aumentaram a conscientização sobre a importância em dar continuidade e fazer uso correto de seus remédios, vitaminas e produtos para cuidados com a saúde. “Não foi só o avanço nos genéricos, mas outras categorias do mercado avançaram consideravelmente, e, os genéricos, que abrangem as mais importantes classes terapêuticas, se destacam tanto pela sua capacidade de acessibilidade em preço quanto em volume.”

O mercado de genéricos, segundo dados da IQVIA, cresceu 14,7% em 2021, enquanto a Germed chegou a 48,7%, o que demonstra que não somente o mercado de genéricos continua com uma boa taxa de crescimento, mas que a Germed está avançando rapidamente sua participação. “Em 2022 não será diferente, o mercado continuará com crescimento acima de dois dígitos, então, as farmácias de todo Brasil devem se abastecer pois teremos uma demanda crescente”, pontua Nascimento.

O crescimento da Germed, nesses últimos dois anos, tem como base o reposicionamento da empresa principalmente no fortalecimento de suas parcerias comerciais com as farmácias de todo o Brasil. “Conseguimos melhorar nossa performance por meio de iniciativas de gestão com os times Germed e SantaCruz, não somente em políticas comerciais adequadas, mas principalmente melhorando o abastecimento e consequentemente a disponibilidade de produtos para nossas equipes e farmácias. Outra grande aposta da Germed é nosso portfólio de genéricos que está crescendo rapidamente com novos produtos. Somente em 2021 foram mais de 15 novos produtos lançados. Entre eles, podemos destacar a Rivaroxabana, Zolpidem - 5mg e Celecoxibe, que possuem enorme oportunidade de abastecimento, pois são mercados com crescimento devido ao aumento da acessibilidade.”

GENÉRICOS EM NÚMEROS

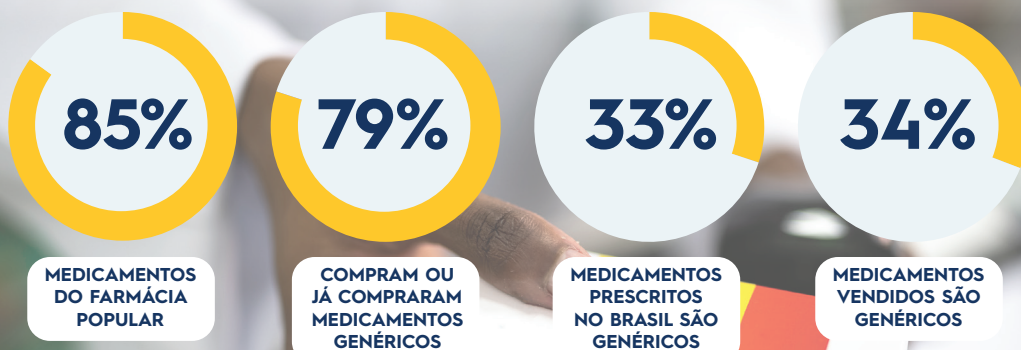


FOTO: IG Thadeu/fstockphoto.com

FONTE: CLOSE-UP INTERNATIONAL | BASE: RM | PERÍODO: MAT 201/12



TOP 10 GENÉRICOS EM UNIDADES

MOLÉCULAS	MAT 2021/12
LOSARTANA	155.475.331
DIPIRONA	75.235.022
HIDROCLOROTIAZIDA	72.797.081
ATENOLOL	51.852.149
SILDENAFILA	49.403.800
NIMESULIDA	46.375.048
IVERMECTINA	44.715.494
ENALAPRIL	44.399.993
SINVASTATINA	39.710.445
PARACETAMOL	36.910.371
OUTROS	1.182.574.328
TOTAL	1.799.449.062

FONTE: CLOSE-UP INTERNATIONAL | BASE: RM | PERÍODO: MAT 201/12

FOTO: Iliandra Rocha Blossom/fotocphoto.com

Já a Eurofarma vem conquistando cada vez mais o mercado de genéricos e avançando significativamente no *market share*, inclusive conquistando a segunda posição nesse mercado em 2021 e lançando, anualmente, novos medicamentos na categoria. A divisão de Genéricos da empresa trabalha continuamente para vencer um dos maiores desafios da indústria farmacêutica: ampliar o acesso da população a medicamentos de qualidade por preços mais baixos. “Em 2021, foram 16 novos produtos em 25 novas apresentações, resultando em um crescimento de 15% de faturamento em relação a 2020, com 134,9 milhões de unidades comercializadas”, destaca Neto.

Os genéricos oferecem a possibilidade de vários tratamentos a preços mais acessíveis a toda

população, sendo um ponto focal importante para gerar a venda. Como a categoria de genéricos é muito significativa e com um *mix* ofertado para a farmácia muito extenso, os preços e descontos comerciais negociados com a farmácia são competitivos e isso gera oportunidades de negócios, além de oferecer possibilidades de escolha para o consumidor.

Para os próximos anos, o executivo da Eurofarma diz que as apostas estão nos vencimentos recentes de patentes importantes, que abrirão espaço para atender à demanda da população em diversos segmentos. “A Eurofarma está atenta a essas liberações para implantar em seu portfólio diversos medicamentos genéricos. Com isso, esperamos manter esse crescimento, fruto dos investimentos em pesquisa para novos produtos.”

Você encontra na SantaCruz

- 103735 CIPROFIBRATO 100MG 30CPR BIO
- 142596 LOSARTANA POTAS 50MG C/30 CP EMS
- 101580 CITR SILDENAFILA 50MG C/4CP EUR
- 501034 PREGABALINA 75MG 30CAPS MED CI
- 130104 ACICLOVIR 400MG C/30 COMP MER



SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO



darrow
• LABORATÓRIO •

Actine

NOVA FÓRMULA
COM VITAMINA C

— GEL DE LIMPEZA —

Nº1

O MAIS PRESCRITO
POR DERMATOLOGISTAS¹



MATERIAL ANTIGO

ACTINE SAB LIQ 60ML
ACTINE SAB LIQ 140ML
ACTINE SAB LIQ 400ML

EAN ANTIGO

7896290402326
7896290401459
3282770201826

MATERIAL NOVO

ACTINE GEL DE LIMPEZA 60G
ACTINE GEL DE LIMPEZA 140G
ACTINE GEL DE LIMPEZA 400G

EAN NOVO

3282770153460
3282770153477
3282770153507



FOTO: notomaxstockphoto.com

CABELOS TRATADOS durante o inverno

Os cuidados com os cabelos estão entre as principais preocupações dos brasileiros, sobretudo durante o inverno, quando os fios sofrem danos como o ressecamento e o *frizz* devido à exposição ao clima mais seco e frio, além de banhos mais quentes e demorados. Essa movimentação faz com que cresça a demanda de itens específicos para tratamento e recuperação das madeixas, como máscaras, ampolas, *leave-in* e cremes de tratamento. É importante preparar a loja para as novas demandas. De acordo com a L'Oréal, entre os principais danos está o ressecamento, que aumenta a porosidade dos fios, deixando-os enfraquecidos, quebradiços, sem maciez e brilho. Além disso, os cabelos com coloração são os mais propícios a danos e ao desbotamento da cor. Durante o inverno, os cabelos perdem ainda toda sua umidade natural, o que acentua os prejuízos. Para recuperar os fios danificados é aconselhável fazer o cronograma capilar: hidratação, nutrição, reconstrução e umectação. Manter uma rotina de cuidados, no mínimo uma vez por semana é indispensável para cabelos saudáveis. O uso de

leave-in é uma excelente alternativa, pois eles selam as cutículas, evitando que os cabelos fiquem ressecados.

Hoje, existem diversas linhas capilares com ativos específicos e que prometem resultados promissores, como o ácido hialurônico, que invadiu o universo dos cabelos. Esse ativo, que é muito conhecido no mundo do *skincare* e é bastante utilizado em hidratantes e *sérums* faciais, agora pode ser encontrado em produtos capilares, como máscaras, xampus, condicionadores, cremes para pentear e até em cremes noturnos.

EXPOSIÇÃO RECOMENDADA

Para a P&G, a farmácia é uma grande vitrine, além de um ponto de venda (PDV) bastante importante. Portanto, a exposição se torna um passo fundamental para garantir boas vendas e, para esta categoria, a recomendação é a de que o consumidor visualize os produtos para cabelos nas gôndolas logo ao entrar na loja. A

recomendação é a de expor as marcas na vertical, separando os formatos diferentes e priorizando os produtos com maior valor agregado sempre à altura dos olhos. Isso facilita o caminho do *shopper* até a seção de novidades, incentivando a migração para formatos que tragam maior desenvolvimento para a categoria.

A sócia diretora da Mind Shopper, Alessandra Lima, recomenda ainda que xampu adulto fique posicionado ao final da categoria de cuidados com os cabelos, após as colorações e os itens de pós-xampu. Com essa estratégia, a ideia é atrair o fluxo e fazer com que o *shopper* passe por todas estas outras subcategorias. Já os pós-xampus devem ficar localizados entre as tinturas e os xampus. E seja com xampus ou pós-xampus, deve-se procurar posicionar os itens/marcas em uma sequência que passe dos itens de maior valor agregado (e menor giro) para os de menor valor agregado (e maior giro), a fim de estimular a venda dos que podem gerar mais retorno.

Você encontra na SantaCruz



714168
CR ELSEVE
HIDR HIALU
NOTURN 200G

713317
CR PENT
PANTENE BAMBU
240GX12IT

708304
PANTOGAR
NEO
60 CAPS



711764
DERCOS
LEAVE IN KERA
SOLUTI 50ML

713584
MASC DERCOS
KERA SOLUTIONS
200ML

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

Diferenças entre máscara, ampola, leave-in e creme de tratamento

Máscara



FOTO: Evrymmr/stockphoto.com

É um tratamento mais potente do que o condicionador, age interna e externamente nos fios e costumam demorar alguns minutos para ser absorvida.

Creme de tratamento



FOTO: imogiesman/stockphoto.com

Repõem a água perdida pela ação dos agentes externos como poluição, calor solar e procedimentos químicos, agindo na parte externa da fibra capilar, trazendo movimento e maciez aos fios.

Ampola



FOTO: Alex_Doubvinsky/stockphoto.com

Composta por substâncias concentradas para um tratamento intensificado. Possui alta performance em tempo mais curto, e, geralmente é utilizada como potencializadora dos tratamentos técnicos em salão.

Leave-in



FOTO: CemAlliAlliance/stockphoto.com

Produto sem enxágue para ser aplicado antes de secar os fios e que pode facilitar o momento de pentear, protegendo dos agentes térmicos, como secador e prancha, além de existir as opções com proteção UV.

Fonte: L'Oréal



RECONHECIMENTO

MELHOR PERFORMANCE

— FARMÁCIAS APP 2022 —

O FARMÁCIAS APP PREMIOU OS MELHORES PARCEIROS DO ANO DE 2021.

CONFIRA OS VENCEDORES!



Farmácias Estrela
Farmácia Parceira 2021

ultrafarma

POPULAR

Ultrafarma Popular
Bom Retiro
Farmácia Parceira 2021



Prazeres Drogaria
e Perfumaria
Farmácia Parceira 2021



Alpha7 Software
Top Volume
Software House



Trier Sistemas
Top Qualidade
Software House



Inovafarma
Top Inovação
Software House

Agradecemos a confiança de todas as farmácias e software houses parceiras!



APONTE A CÂMERA

CRENCIE SUA LOJA HOJE MESMO!

Acesse credenciamento.farmaciasapp.com.br e venha fazer parte dessa parceria de sucesso.



Pensou em farmácia?

APP

Farmácias

NOVO



O PODER DE
CONTRA A GRIPE



DIA DOS NAMORADOS

diversas categorias a serem exploradas

O Dia dos Namorados permite a montagem de kits pelas farmácias, além daqueles que os fornecedores já enviam pré-prontos. As ações relacionadas à data devem acontecer durante o mês de junho inteiro

O Dia dos Namorados é uma data comemorativa importante para o varejo e se configura como uma ótima oportunidade para incrementar as vendas das categorias de preservativos e géis lubrificantes íntimos, entre outros itens.

O canal farma é a escolha principal, entre a maioria dos brasileiros, para a compra desses produtos, por conta de sua credibilidade e por apresentar seções mais reservadas, o que faz com o que o *shopper* sinta-se confortável para fazer suas escolhas, já que considera farmácias e drogarias como um local seguro para isso.

Entre as maiores demandas do período, a especialista em varejo farmacêutico, Silvia Osso, destaca: dermocosméticos; cuidados pessoais (principalmente cremes e loções hidratantes; sabonetes líquidos íntimos, espumas, hidratantes, cuidados com a barba, cabelos, pele e banho, além de itens que lembrem apelos emocionais que evocam embelezamento. Importante focar nos preservativos diferenciados e lubrificantes.

O Dia dos Namorados permite a montagem de *kits* pelas farmácias, além daqueles que os fornecedores já enviam pré-prontos. Silvia diz que é possível montar *kits* de cuidados íntimos, onde é recomendado trabalhar sabonete íntimo ou lenços umedecidos íntimos com preservativos e gel lubrificante, por exemplo; ou os *kits* de beleza com

cremes para o corpo, perfumes ou desodorantes; artigos de maquiagem, entre outros.”

PRESERVATIVOS: FOCO PRINCIPAL

A principal categoria a ser trabalhada no Dia dos Namorados é, sem sombra de dúvidas, a de preservativos. De acordo com o gerente sênior de marketing da Reckitt, André Mendes, a exposição dessa categoria é muito importante para chamar a atenção do *shopper* e garantir uma jornada de compra mais efetiva e prazerosa. “Como preservativos ainda é uma categoria tabu para muitos *shoppers*, a tomada de decisão acontece em apenas 20 segundos. Por isso, esses produtos devem estar alinhados de acordo com as suas respectivas marcas, uma vez que esses consumidores se baseiam na confiança e no conhecimento de marca como fator inicial de decisão. É importante que os preservativos estejam separados pelos segmentos – linha básica, diversão, *performance*, *premiums* – e nos benefícios que cada SKU possui – efeito prolongado, mais fino, mais largo, entre outros, assim, são mais fáceis de serem encontrados e rápidos de serem comparados. Também é interessante que

estejam alinhados com produtos complementares como lubrificantes íntimos, dessa maneira conseguem favorecer a compra desses itens.” Segundo informa o executivo, primeiro o *shopper* define a marca, aquela que possui melhor relação histórica, então escolhe o segmento que melhor atende à sua necessidade e por fim a escolha envolve a quantidade e custo-benefício. “Além da área tradicional, outros pontos da farmácia podem e devem ser explorados. Por exemplo, posicionar os preservativos também em pontos de *checkout* (ou pontos de saída) pode incentivar a compra, uma vez que é mais discreto, além de ser um local que ajuda a trabalhar a exposição do produto para aqueles que não o inseriram na lista de compra. Outro exemplo são pontos extras em produtos íntimos femininos, que ajudam a incentivar a compra de preservativos por mulheres. Esse público representa um número bastante robusto na compra do produto, já que a consciência sobre a relação entre a segurança e autocuidado tem evoluído nos últimos anos.



Árvore de decisão



Dicas para explorar todo o potencial de vendas para o Dia dos Namorados



- ♥ Sua loja pode ser um canal de compra de presentes neste dia.
- ♥ Monte kits e cestas presenteáveis.
- ♥ Coloque estímulos visuais na decoração com o tema.
- ♥ Exponha os produtos em pontos estratégicos: pontas de gôndola, checkout e ilhas estratégicas .
- ♥ Use as redes sociais: comunidades, sites, blogs e outros permitem que as empresas interajam com os consumidores. Você pode saber quais dos seus produtos e serviços fazem mais sucesso e divulgá-los na rede.
- ♥ Fidelize os clientes: ao ser tratado pelo nome, receber um brinde ou ganhar um desconto, o cliente tende a se tornar fiel. Para colocar essa ação em prática, é preciso manter o cadastro atualizado.
- ♥ Aposte no cross-merchandising: exponha itens correlatos próximos, para que haja um incremento nas vendas.

Fonte: consultora especializada em varejo farmacêutico, Sílvia Osso

Você encontra na SantaCruz:



189571
FORTEVIRON
250MG C/6
COMP

714829
PRESERV OLLA
PRES PLAY C/6
UNI

712727
LC POS BARB
NIVEA DEEP
COM 100ML

713466
K-Y GEL
LUBRI ULTRA
SILICONE 50G



713538
SAB INTIMUS
DEFESA NATURAL
200ML



CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



Suplementos

NHS oferece uma **jornada completa** para o **envelhecimento saudável**

Idade

25+

35+

45+

55+

65+

75+



Nutrição para Crianças

702877

Energia, Foco e Força

119807



Ossos, Músculos e Vitalidade



707725

Beleza e Nutrição



Vitalidade e Bem-estar



119807

Controle da Glicemia / Diabetes



714207

Nutrição Celular

713045



O colágeno ideal para o seu estilo de vida



714849

Para cada necessidade, um produto ideal

Intestino no Ritmo



703525

nutren[®] senior

Nutrição reforçada para pessoas 50+

Proteína

Vitamina
D

Cálcio



NÃO CONTÉM GLÚTEN

CONTÉM GLÚTEN

COMO PREPARAR A FARMÁCIA PARA O INVERNO

A proximidade do inverno faz com o consumidor passe por alguns comportamentos específicos, mude seus hábitos e, conseqüentemente, altere sua cesta de compras. Assim, é importante que farmácias e drogarias se preparem para o período.

A sócia diretora da Mind Shopper, Alessandra Lima, diz que a temporada de inverno pede que o sortimentó seja revisto. “Para se preparar para a nova estação, o histórico de vendas no mesmo período do ano anterior deve ser analisado, para que se possa iniciar a revisão do *mix* de 2022. É preciso identificar quais as categorias que tiveram maior giro, quais as que não atingiram bom desempenho e a partir daí, definir qual será o sortimento a ser trabalhado e quais as quantidades de compras que devem ser feitas para abastecimento do estoque.”

COMO ORGANIZAR A FARMÁCIA

Para que as farmácias aproveitem a sazonalidade, é necessário que o estabelecimento esteja preparado para receber seus clientes com o *mix* correto e organizado. Alessandra explica que revisar o planograma da loja faz toda a diferença para produtos sazonais.

Segundo ela, deixar os produtos em gôndolas bem localizadas e na altura dos olhos contribui muito para o crescimento das vendas. “Algumas das ações que podem ser feitas é trabalhar as pontas de gôndolas, criar promoções exclusivas e customizadas, explorar pontos extras e garantir a experimentação das texturas dos hidratantes, por exemplo, por meio de testadores e amostras que facilitem o consumidor a encontrar o melhor produto para o tipo de pele do *shopper*”, comenta.

DEMANDAS TÍPICAS DA SAZONALIDADE

PELE: rosto e corpo

A pele torna-se mais áspera, menos hidratada e pode apresentar lesões e doenças cutâneas. Durante o inverno, a pele tende a ficar mais ressecada, tanto pelo fato de a umidade relativa do ar estar diminuída, como pelo aumento da temperatura do banho. Esses são dois motivos pelos quais a hidratação deve ser mais intensa nesta época do ano.





A hidratação correta é importante para que a pele mantenha suas funções e aparência. Os hidratantes são os grandes aliados do período. Eles apresentam diversas consistências, que variam de gel a loção e são apresentados em cremes ou pomadas. Têm diversos componentes, como ácido hialurônico, ureia, pantenol, silicone, entre outros, que melhoram a hidratação e a proteção da pele. Já os óleos corporais têm as propriedades de formar uma camada que reduz a perda de água e deixar a pele com toque mais aveludado. O período é propício também para os tratamentos com dermocosméticos, como os cuidados antirrugas e antimanchas, já que a incidência de raios solares é mais baixa e as mulheres optam por realizar procedimentos mais agressivos, muitas vezes com produtos que contenham ácido em sua formulação.

DICA

Os itens devem ser expostos em seus pontos naturais e durante a sazonalidade, podem ser alocados, estrategicamente, em pontos extras dentro da loja, de forma que consigam captar uma compra por impulso ou a lembrar o *shopper* de um item que não estava planejado. É importante trabalhar lugares como as pontas de gôndola ou ilhas específicas, sobretudo para destacar lançamentos e/ou *pack* promocional típico da estação.

constantemente, como procedimentos de coloração e/ou alisamentos, sem falar no ar quente dos secadores, pranchas alisadores e *baby liss*, que causam enfraquecimento da fibra capilar.

Assim, itens de reposição de massa, máscaras de tratamentos, *sérums* e ampolas ganham destaque e merecem atenção especial. As ampolas são, normalmente, para uso de um tratamento rápido ou ação imediata. As máscaras já são mais profundas. O *sérum* é indicado para os cabelos finos. O creme de pentear é um *leave-in* para ficar no cabelo e proteger das agressões externas.

DICA

Os *sérums* se agrupam na categoria de pós-xampu, que são localizados entre as tinturas e os xampus, devido ao seu maior valor agregado. É aconselhável posicionar os itens e marcas a partir daqueles de maior valor agregado (e menor giro) para os de menor valor agregado (e maior giro).

Por fim, as tinturas e as colorações, que ganham novas tonalidades durante o inverno, e passam a ter um considerável aumento na demanda, podem ser divididas conforme suas subcategorias (permanentes, tonalizantes, em pós, rejuvenescedores, entre outras). Destacam-se as marcas em cada bloco, finalizando com a disponibilidade de cores dentro de cada marca. Entre as cores tendência para o inverno 2022 estão: loiro mel, ruivo e acaju.

CABELOS: tratamento e restauração

Assim como a pele, durante os meses mais frios do ano, os cabelos passam por um processo natural de ressecamento que pode ser acentuado pela água quente, baixa umidade do ar e também, pelos processos químicos aos quais são submetidos



FOTO: Sofia Zhuravetv/istockphoto.com

UNHAS: esmaltes e suas coleções

Já para os esmaltes, é importante dar destaque aos lançamentos das coleções. Aliás, é fundamental estar atento às novidades do mercado, que surgem a cada estação.



FOTO: Maria Demchenko/istockphoto.com

Como o principal atributo de compras de esmaltes é a cor, é muito importante criar um degradê nas gôndolas, não só para facilitar a localização do tom desejado, mas também para criar um apelo visual e aumentar o interesse do *shopper*.

Para os itens de cutelaria, a organização por linha de produtos possibilita que o consumidor encontre mais facilmente o artigo desejado.

DICA

É recomendado sempre posicionar nas gôndolas as coleções mais atuais e as cores de maior sucesso de vendas entre as consumidoras. Entre as cores de tendência para 2022 estão os tons de nude, verde militar, roxos e lavandas, tons metalizados, marrons e terrosos.

GRIPES E RESFRIADOS

Com a aproximação do inverno, a temperatura fica mais baixa, o ar fica mais seco e há uma tendência maior de que as pessoas se aglomerem em ambientes fechados, com pouca ventilação, deixando-os mais suscetíveis à proliferação de vírus e bactérias. Durante os meses mais frios, a incidência das doenças de inverno, principalmente as respiratórias, aumentam cerca de 30% a 40%.



FOTO: Wavebreakmedia/istockphoto.com

DICA

O recomendado é deixar os produtos, que englobam, analgésicos, antitérmicos, antigripais, pastilhas e xaropes, em gôndolas bem localizadas e na altura dos olhos, o que contribui muito para o crescimento das vendas. Produtos como: analgésicos, antigripais, antitérmicos, xaropes, pastilhas, vitaminas, lenços de papel, higienizadores nasais, álcool gel, máscaras, termômetros e até mesmo os oxímetros tendem a ser as categorias mais procuradas e os estoques devem estar abastecidos. Algumas das ações que podem ser feitas são trabalhar as pontas de gôndolas, ações promocionais, explorar pontos extras.

DESEMPENHO DAS CATEGORIAS DE INVERNO (EM UNIDADES)

CATEGORIA	Produto	MAT 2021/12
Vitaminas	Vitamina D Pura	45.383.574
	Vitamina C Pura	63.509.849
Medicamentos	Antigripais exceto anti-inflamatórios	94.793.443
Correlatos	Termômetros	7.091.613

Fonte: Close-Up International | BASE: RM | PERÍODO: MAT 2021/12

Você encontra na SantaCruz



705939
PROTETOR LAB ORIGINAL CARE 4,8G



714215
MASCARA 3CAM 50UN MULTIL



702435
INALADOR VICK V1300

714168
CR ELSEVE HIDR HIALU NOTURN 200G



193151
RINOSORO SIC SPRAY 50ML

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO



REFERÊNCIA NO CUIDADO DA SAÚDE E DO BEM-ESTAR.

NEBULIZADOR/INALADOR

NB090

Cód 709033



3 ANOS
GARANTIA



MÁSCARA
ADULTO E INFANTIL



BAIXO NÍVEL
DE RUÍDO



POSSUI TAMANHO
IDEAL DE PARTÍCULA



127
220

BIVOLT

TERMÔMETRO DIGITAL

TERMOMED

Cód 788547



O MAIS
VENDIDO DO
BRASIL

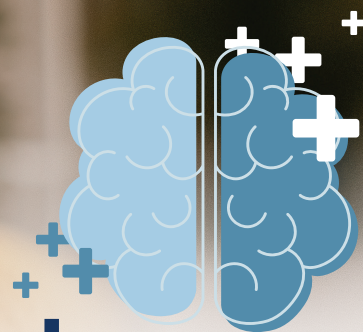


INDICADOR
SONORO



À PROVA
D'ÁGUA

Imagens meramente ilustrativas.



Cresce quadros de DEPRESSÃO, ANSIEDADE E DISTÚRBITO DO SONO pós-Covid

Em estudo feito pela Universidade de São Paulo (USP) com pacientes que se recuperaram das formas moderada e grave do Covid-19, observaram alta prevalência de déficit cognitivos e transtornos psiquiátricos. Mais da metade relatou declínio da memória e testes indicaram perdas cognitivas relevantes nessa população. Além disso, sintomas depressivos, estados de ansiedade, irritabilidade, fadiga, insônia, dificuldade de memória e concentração também foram identificadas.

Mais da metade (51,1%) dos participantes relatou ter percebido declínio da memória depois da infecção e outros 13,6% desenvolveram transtorno de estresse pós-traumático. O transtorno de ansiedade generalizada foi diagnosticado em 15,5% dos voluntários, sendo que em 8,14% deles o problema surgiu após a doença. Já o diagnóstico de depressão foi estabelecido para 8% dos pacientes - em 2,5% deles somente no período posterior à internação.

A psicóloga clínica, Vanessa Menegace, diz que a queixa mais frequente nos atendimentos entre pacientes que tiveram Covid-19 está relacionada a problemas de memória e raciocínio mais lento, para absorver informações e agilidade na resolução de problemas. No que diz respeito aos quadros depressivos, ansiosos, irritabilidade, fadiga e insônia são problemas apresentados com mais frequência pelos pacientes

que passaram por complicações moderadas e graves, durante o processo de tratamento, podendo ser em casa ou no hospital. Esses quadros têm gerado grandes impactos na vida das pessoas, acarretando em problemas no âmbito profissional, social, familiar e pessoal.

A especialista diz que os sinais existem e não podem ser negligenciados. "Eles podem ser observados pela comunicação, mudança de padrões de comportamentos, alterações de humor, alterações na alimentação (para mais ou para menos), sono (dorme muito ou tem insônia), 'tiques' (roer unhas, ficar batendo os pés ou mãos, se beliscar), muitos erros ou faltas nas rotinas de trabalho, cansaço extremo, sensação de vazio e frustrações, doenças de pele, choro constante."

FITOTERÁPICOS COMO ALIADOS DO TRATAMENTO



Os medicamentos fitoterápicos podem ser uma excelente escolha no tratamento da ansiedade, depressão e distúrbios do sono, pois são medicamentos desenvolvidos a partir de plantas medicinais, cuja atividade farmacológica decorre da ação conjunta

de diversos componentes biocompatíveis, que a planta utiliza para a própria sobrevivência. A resposta terapêutica costuma ser muito favorável.

No Brasil, os medicamentos fitoterápicos possuem eficácia e segurança comprovados por testes clínicos padronizados e atendem aos requisitos necessários para regulamentação pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), assim como deve ocorrer com todos os medicamentos. “Atualmente, uma das plantas mais utilizadas no País para esses quadros é o Maracujá (*Passiflora*), que exerce uma ação inibitória sobre o sistema nervoso e reduz a excitabilidade dos neurônios de regiões responsáveis pelas emoções”, fala a vice-presidente da área médico-científica da Herbarium, Dra. Jackeline Barbosa.

A médica diz ainda que a forma como atuam na ansiedade e irritabilidade é muito diferente da forma de um antidepressivo sintético. A começar pela ação sinérgica e harmônica resultante da ação dos elementos do fitocomplexo, que pode ser comparada, por analogia, a como funciona uma orquestra. “De forma geral, os medicamentos utilizados com foco em ansiedade e irritabilidade promovem ajustes na regulação bioquímica do sistema nervoso central (SNC), o que resulta em um efeito sedativo, tranquilizante e uma ação antiespasmódica da musculatura lisa”, pontua.

Com relação aos fitomedicamentos, com propriedades antidepressivas, ela ressalta que os pontos de atuação são outros, mas o ajuste biológico ocorre do mesmo modo orquestrado, resultando, por exemplo, na melhor expressão de mediadores como a ocitocina e a serotonina.

A coordenadora de marketing institucional da Herbarium, Natana Martins, revela que o mercado de calmantes naturais cresceu 42%, em valores, se comparado com 2019, o período pré-pandemia.

A executiva diz que uma boa dica de exposição é organizar um espaço na farmácia que seja focado em produtos Fitoterápicos e Naturais, onde devem estar os Fitoterápicos, Dinamizados e Suplementos Alimentares. Com a demanda de produtos para Estresse e Ansiedade aquecida,

estes produtos podem iniciar o planograma na gôndola, conforme abaixo:



Fonte: Herbarium

“A organização e correta exposição desses produtos é o principal propulsor para atender a esse consumidor e aumentar as vendas. Normalmente os produtos naturais estão espalhados dentro das lojas, pois muitos acabam ficando alocados dentro de categorias que já existem na farmácia e que normalmente estão relacionadas aos benefícios dos produtos. Criar um espaço onde estejam reunidos todos os produtos de origem natural e organizados de acordo com a sua finalidade é uma ótima oportunidade de exposição, o que facilita a compra dos produtos”, ensina Natana.

DISTÚRBIOS DO SONO

O vírus do Covid-19 causa também alterações na rotina do sono dos acometidos. A assessoria de imprensa da Hypera Pharma diz que o sono é determinado pelo equilíbrio das atividades entre áreas do cérebro responsáveis pelo despertar e pelo adormecer, e o vírus ativa em excesso as áreas cerebrais responsáveis pelo despertar.

Mas, a melatonina pode auxiliar no processo. “O farmacêutico tem papel crucial no desenvolvimento da categoria e na educação do consumidor sobre o que é, como e quando usar, e com relação à segurança da melatonina, uma vez que, este é um produto novo no Brasil no quesito de exposição para fora do balcão em farmácias e drogarias”, orienta a assessoria de imprensa da Hypera. Desta forma, existe a necessidade de auxiliar e desmistificar informações aos consumidores e, muitas vezes, o farmacêutico é o principal ponto de contato, com um papel fundamental na experiência de compra do cliente. No ponto de venda (PDV), a primeira ação a se fazer é criar o território de melatonina dentro da loja, já que hoje ele ainda não existe, para que os consumidores vejam que

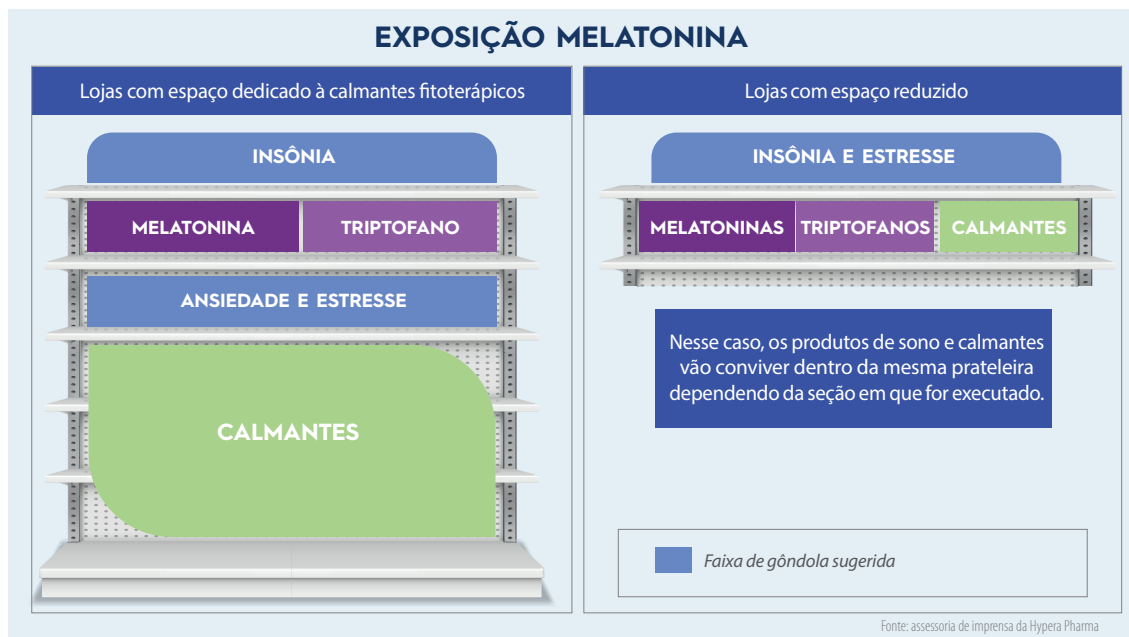
essa necessidade da qualidade do sono tem sido percebida pelo varejo e pela indústria.

Em seguida, é preciso entender, de acordo com perfil de espaço e layout da farmácia, onde a melatonina consegue ser facilmente buscada pelo cliente, para isso, é interessante estudar a convivência dela com outros tipos de produto. Hoje, sabemos que os calmantes fitoterápicos, que ficam disponíveis para fora do balcão (como a *passiflora incarnata*, por exemplo), já vinham trabalhando gatilhos que também podem impactar a qualidade do sono (estresse, ansiedade, etc.). Sendo assim, expor a melatonina junto a estes produtos aumenta não somente a visibilidade desta inovação, mas também a força deste território que pode ir além

da qualidade do sono chegando até as necessidades de equilíbrio da mente. E isso abre oportunidade para trazer outros produtos para dentro desta exposição, como o triptofano.

"A sugestão é que a melatonina seja exposta sempre no início do fluxo dentro da categoria de calmantes fitoterápicos, por ser uma inovação e pelo desembolso do produto com alto valor, em seguida posicionamos o triptofano ao lado, que tem como uma de suas funções, ajudar no aumento da produção da melatonina. Além da exposição, de acordo com o espaço da loja, também sugerimos sinalização (faixas de gôndola) para ajudar na educação do consumidor", enfatiza a assessoria da Hypera.

Abaixo temos um resumo visual de como poderia ser essa exposição:



Você encontra na SantaCruz



715080
NINA MELATONINA
210MCG/GOTA
10ML

115700
NERVOCALM
250MG C/20 COMP

715161
NOVANOITE
MELATONINA
C/20 COMP

715018
MELATONUM
SOL SABOR MENTA
30ML

E MAIS!

521005
ANSITEC 10MG
C/20 COMP C1

715025
MELATZ GTS
10ML TAK 360

102102
MARACUJA HERB
C/45 COMP

Nervocalm® 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). MS 1.0247.0083.002-5

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

ISDIN

Ureadin®

A hidratação que você sente na pele

1

Limpeza

Hidrate-se durante o banho

Versão de menor desembolso



Ureadin®
Gel de Banho
100 ml

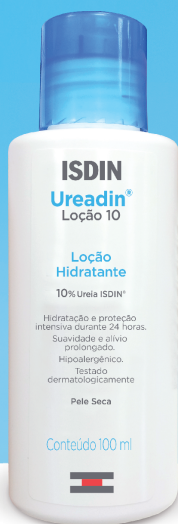
Cód. 714210

2

Hidratação corporal

Hidratação e proteção intensiva por 24 horas

Versão de menor desembolso



Ureadin®
Loção 10
100 ml

Cód. 714185

3

Hidratação áreas específicas

Resultados visíveis em apenas 3 dias



Ureadin®
Podos Gel Oil
80,25g

Cód. 703928

Ureadin®
Creme 20%
50g

Cód. 135285

Pele hidratada. Pele **Ureadin®**

ISDIN
LOVE YOUR SKIN

HIDRATANTES:

crece a busca pelo produto no inverno

A queda das temperaturas, banhos mais quentes, vento mais intenso e outros fatores típicos da sazonalidade fazem com que a pele sofra com ressecamento e, conseqüentemente, descamação, o que tende a fazer com que a procura por cremes e loções hidratantes cresça cerca de 30%.

A Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD) explica que a hidratação correta é importante para que a pele mantenha suas funções e aparência. Uma pele desidratada, além do aspecto estético mais enrugado, pode aumentar o risco de infecções, ficar mais frágil e até dificultar o controle da temperatura do corpo.

“Hidratantes apresentam diversas consistências, que variam de gel a loção e são apresentados em cremes, pomadas, loções ou *sérums*. Têm diversos componentes, como ácido hialurônico, ureia, pantenol, silicone, entre outros, que melhoram a hidratação e a proteção da pele”, esclarece a clínica geral do Hospital Santa Catarina, Dra. Thais Hissami Inoue Lima.

AMPLO LEQUE DE APRESENTAÇÕES

A orientação correta sobre a escolha do hidratante passa, necessariamente, pelo estudo do tipo de pele do consumidor. Se é oleosa, os produtos em forma de loções, com toque mais seco são mais indicados para o corpo e em forma de gel ou *sérums oil-free*, para o rosto. Já quem sofre com pele seca deve usar cremes mais espessos, que tenham manteiga ou óleos na composição, além dos *balms*.

Para que a farmácia aproveite a sazonalidade, é necessário que o estabelecimento esteja preparado para receber seus clientes com o *mix* correto e organizado. De acordo com a Divisão Cosmética Ativa da L’Oréal, algumas das ações que podem ser feitas são trabalhar as pontas de gôndolas, ações promocionais, explorar pontos extras e garantir a experimentação das texturas por meio de testadores e amostras que facilitem o consumidor a encontrar o melhor produto para o seu tipo de pele.

Revisar o planograma da loja também faz toda a diferença. Como a procura pela categoria aumenta no inverno, deixar esses produtos em uma gôndola bem localizada e na altura dos olhos contribui muito para o crescimento das vendas.

Além disso, é necessário treinar a equipe para atender o público que está cada vez mais bem informado. Ou seja, o mais importante é que a farmácia mostre para os clientes que tem uma variedade de produtos, preços e benefícios que atendem às suas necessidades.

Tipos de apresentações e recomendação de uso

Creme	Produto ideal para a pele extra seca.
Sérum	Ideal para o rosto e para peles oleosas.
Gel	Recomendado para peles oleosas ou mistas.
Gel-creme	Indicado para peles normais a mistas.
Spray	Perfeito para quem gosta de praticidade.

Fonte: Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD)

Você encontra na SantaCruz



708743
LC NIVEA
BODY MILK
400ML

701705
CETAPHIL
CR HIDRAT
250G

713379
LC J&J AMEN
ARGAN
KARIT 400ML

709273
CERAVE LC
HIDRATANTE
473ML



714023
REVITALIFT
HALU
PREENCH
30ML

714130
EUCERIN
HF
ELASTICITY
3D SERUM

709453
ANTIOXIDANTE
AOXITIVE
SERUM
30ML

714475
GLYCARE
NIGHT
SERUM
30ML



FOTO: andres/fiscio/photocom

Exposição dos hidratantes em farmácias e drogarias

É importante ter opções para todos os tipos de público, com alguns itens de entrada. O maior volume deve estar focado nos principais itens em venda e, por fim, algumas opções mais *premium*, dependendo do perfil do consumidor. Pode-se focar apenas nas principais marcas do mercado e ficar atento aos lançamentos. Entre os itens de *performance* e faciais, pode-se ter um pouco mais de marcas/produtos, mas sempre buscando itens com boa procedência e *performance*. Também é importante separar os itens por subcategoria, destacando nas prateleiras de cima os itens de maior rentabilidade (*performance*, faciais e partes específicas do corpo). Nas prateleiras de baixo, devem estar os itens de maior venda, como os hidratantes corporais, sendo importante em cada segmento organizar os blocos de marca com suas diferentes fragrâncias, tamanhos e tipos de embalagem.

Fonte: sócia diretora da Mind Shopper, Alessandra Lima

Sérum X hidratantes

Os *sérums* são produtos com fórmulas mais líquidas, fluidas e livres de óleo, desenvolvidos para facilitar a penetração dos seus ativos e hidratar de forma eficaz e suave a pele. Com textura mais leve, é indicado para o rosto e peles com tendência à oleosidade.

A principal diferença entre o *sérum* e o creme hidratante é que o *sérum* possui absorção mais rápida e textura mais leve, enquanto o creme hidratante possui textura mais densa e mais hidratante. O *sérum*, por ser mais leve, penetra na pele mais rápido e mais profundamente. Já o creme hidratante demora um pouco mais para ser absorvido. Vale lembrar que os dois são ótimos, o que deve ser avaliado é o tipo de pele. Por exemplo, uma pele mais oleosa também precisa de hidratação correta e por isso, para esse tipo de pele é mais interessante o uso de *sérums* durante o dia ou apenas à noite. Pensando na pele seca, o creme se adapta super bem. Ele irá promover maior hidratação e conforto.

Fonte: Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD)

CEFALEIA TENSIONAL E ENXAQUECA

**SÃO OS TIPOS DE DORES
DE CABEÇA MAIS COMUNS
ENTRE OS BRASILEIROS**

Presente na vida de praticamente 100% da população, a dor de cabeça não traz muitos riscos, apesar de ser bastante incômoda. Estresse e alimentação são possíveis desencadeadores do problema. O sintoma funciona como alarme de um sistema de defesa, avisando que tem algo errado. Em uma pesquisa - recentemente divulgada sob o nome de Global Pain Index -, realizada pela GSK CH e a empresa de consultoria Edelman com 19 mil participantes em 19 países dos cinco continentes, identificou-se que a cefaleia é a mais frequente de todos os tipos de dor e ocorre em 84% dos participantes. Esse número pode, inclusive, chegar até a 90% nas pessoas da Geração Z e Millennials, o que foi associado a um maior tempo de uso diário de telas. Outros tipos de dores nos Millennials e na Geração Z associados às dores de cabeça e ao uso de dispositivos tecnológicos são as dores no pescoço e nos ombros devido ao uso de *smartphones* e dores de ouvido associadas ao uso frequente de fones de ouvido.

As dores de cabeça são uma das principais causas de absenteísmo no trabalho e na escola. Eles também afetam a vida social e familiar. Para algumas pessoas, lutar continuamente contra dores de cabeça pode levar a se sentir mais ansiosas e deprimidas.

O gerente da Área Médica da GSK, Andres Zapata, diz que a dor de cabeça resulta de sinais que interagem entre o cérebro, vasos sanguíneos e nervos circundantes.

O tipo mais comum é a cefaleia tensional com 65% e a enxaqueca com 61%. No Brasil, as dores de cabeça tensionais são mais frequentes. O estresse e a tensão muscular são fatores dessas dores de cabeça. Dores de cabeça tensionais geralmente não causam náuseas, vômitos ou sensibilidade à luz. Eles causam uma dor constante, em vez de latejante, e tendem a afetar ambos os lados da cabeça. As dores de cabeça tensionais podem ocorrer com frequência e até todos os dias. Por sua vez, a enxaqueca é uma dor de cabeça que pode causar uma forte dor latejante ou uma sensação de pulsação, geralmente em um lado da cabeça. Muitas vezes é acompanhada de náuseas, vômitos e extrema sensibilidade à luz e ao som. Os ataques de enxaqueca podem durar de horas a dias, e a dor pode ser tão intensa que interfere em suas atividades diárias.

Zapata pontua que, para algumas pessoas, um sintoma de alerta conhecido como aura ocorre antes ou com a dor de cabeça. "Uma aura pode incluir distúrbios visuais, como *flashes* de luz ou pontos cegos, ou outros distúrbios, como

formigamento em um lado do rosto ou em um braço ou perna e dificuldade para falar.”

O sistema de classificação desenvolvido pela *International Headache Society* caracteriza a cefaleia como primária ou secundária.

As dores de cabeça primárias são aquelas que não se devem a outra condição médica. As cefaleias primárias mais comuns incluem enxaqueca e cefaleia tensional.

As dores de cabeça secundárias estão relacionadas a outra condição médica, como:

Ferimento na cabeça	Pressão alta (hipertensão)
Infecção	Congestão sinusal
Trauma	Tumor

Os gatilhos comuns de dores de cabeça tensionais ou enxaquecas incluem:

Uso de álcool	Mudanças nos padrões de alimentação ou sono
Depressão	Estresse emocional
Uso excessivo de medicamentos	Tensão nos olhos, pescoço ou costas, causadas por má postura
Iluminação e/ou ruído	Mudanças climáticas

COMO TRATAR?

O especialista da GSK explica que para as dores de cabeça tensionais e episódios de enxaqueca ocasionais geralmente respondem bem a analgésicos de venda livre. As cápsulas moles, também conhecidas como cápsulas líquidas de ibuprofeno, são clinicamente comprovadas para aliviar a dor da enxaqueca e também os sintomas relacionados, como náusea e sensibilidade à luz e ao som. Em pessoas que apresentam dor de cabeça ou episódios de enxaqueca, o início de ação do analgésico juntamente com a suavidade gástrica são os fatores mais importantes que devem ser considerados. Além disso, alguns Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs) usados para enxaqueca e dor de cabeça tensional podem combinar diferentes substâncias, incluindo analgésicos como o paracetamol ou a dipirona e impulsioneiros dessa ação como a cafeína. O especialista ressalta que evidências de ensaios clínicos em populações de pacientes com dor de cabeça indicam que a combinação de cafeína com medicamentos analgésicos de venda livre, melhora a eficácia do analgésico sozinho. “Como poderia ser esperado com preparações de venda livre, a tolerabilidade é boa para a grande maioria dos pacientes, e os eventos adversos são previsíveis e quase universalmente leves e transitórios.”



Você encontra na SantaCruz

119501 NEOSALDINA DIP 1G C/10 COMP	116356 DORFLEX UNO 1G C/10 COMP EFERY	106209 ALIVIUM 400MG C/20 CAPS GEL	115661 DORIL DC 500 C/16 COMP	131805 TYLENOL DC 25X4 COMP	117276 ADVIL 12H 600MG C/36 COMP LIB PROL
--	---	--	---	---	---

NEOSALDINA DIP. Comprimidos dipirona monodratada. Indicações: analgésico e antitérmico. MS 1.7817.0912. **DORFLEX®** É (dipirona monodratada, citrato de orfenadrina, cafeína anidra). Indicações: no alívio da dor associada a contraturas musculares, incluindo cefaleia tensional. MS: 1.1300.0183. **ALIVIUM Cápsula mole.** Ibuprofeno 400mg. Indicações: para alívio temporário da febre e de dores de leve a moderada intensidade como: dor de cabeça, dor nas costas, dor muscular, enxaqueca, cólica menstrual, de gripes e resfriados comuns, dor de artrite e dor de dente. MS 1.7817.0826. **DORIL DC 500.** Comprimido. dipirona 500mg e cafeína 65mg. Indicações: analgésico especialmente para o tratamento de dores de cabeça e enxaqueca. MS 1.7817.0859. **TYLENOL®** dc é um medicamento. Seu uso pode trazer riscos. Procure o médico e o farmacêutico. Leia a bula. **ADVIL® 12H**(ibuprofeno) fornece alívio rápido e de longa duração para as seguintes dores, por até 12 horas. Não use este medicamento se apresentar: - alergia ao ibuprofeno ou a qualquer outro componente da fórmula; - alergia ao ácido acetilsalicílico (AAS, Aspirina); - alergia a qualquer outro anti-inflamatório não esteroide (AINE); - tiver ou já teve úlcera ou sangramento do estômago ou do intestino; Não deve ser usado durante os últimos 3 meses de gravidez. MS - 1.0107.0346

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANCACRÚZ DIGITAL

COMO TRABALHAR OS ANALGÉSICOS NAS GÔNDOLAS DO AUTOSSERVIÇO?

Um dos maiores objetivos do varejo farmacêutico é conseguir tornar o autosserviço em uma boa experiência para o *shopper*. E deixar a categoria de analgésicos fora do balcão ainda é o maior deles. Isto porque o consumidor muitas vezes não tem familiaridade com os princípios ativos, dosagens e a destinação de cada analgésico. É nesse cenário desafiador que o varejo hoje é a peça-chave para descomplicar essa gôndola e comunicar melhor cada subcategoria de analgésicos.

No momento da compra, o consumidor segmenta sua dor. Por isso, é importante deixar agrupados analgésicos para cada tipo: dores de cabeça, dores musculares, febre e cólica. Cada um desses universos representa um tipo de dor para esse consumidor, que vai tomar a decisão da compra baseado no que ele quer aliviar.



FOTO: Yuri_Amaral/stockphoto.com

Além da separação por tipo de dor, é importante deixar as marcas referência em locais bem posicionados para que isso facilite a navegação do *shopper* na gôndola. Analgésicos genéricos também devem estar nessa mesma gôndola, mas de preferência no final das prateleiras. Outro ponto importante, é deixar o *blister* junto ou próximo das caixas para que o consumidor possa fazer a conta do que é mais vantajoso em termos de desembolso. A missão de compra do consumidor de analgésicos hoje é focada no alívio imediato, onde os *blisters* são grandes motores de vendas; ou no abastecimento para casa, onde as caixas são as grandes alavancas. Por isso, é importante que os dois formatos estejam no autosserviço à disposição do cliente.

Fonte: gerente de Gerenciamento de Categoria da GSK, Michele Gatti Alves

Reabasteça sua loja com produtos que os consumidores amam

Colgate



VOCÊ SABIA?

Depois de uma gripe ou infecção de garganta,



as bactérias e vírus permanecem na sua escova de dentes.

TEM ESCOVA PARA TODOS OS GOSTOS!

NÃO DEIXE FALTAR NA SUA LOJA!



706611

705226

NOVA FÓRMULA

Protex

Elimina 99.9% das bactérias e vírus da COVID-19



709134

703706

*Lavando as mãos com sabonete por 40 segundos.

OPÇÕES IMPERDÍVEIS!

Aposte no sortimento correto e alavanque suas vendas!

708226
IMECAP
HAIR C/ 30
CAPS DURA



713573
GESTAMAX
PLUS C/60
CAPS GEL



703130
ACTINE
SAB LIQ
140ML



701437
LC NIVEA
BODY MILK
200ML



702764
SAB PROTEX
LIQ VITAMINA
E 250ML



714340
LENCO UMED
BEPANTOL BABY
L96P80



701182
MILLAR BIS
PLAST 30G




702887
COREGA
ULTRA CR S/
SABOR 19G



183319
ACNASE GEL
BISN 20G



700732
K-Y GEL LUBRIF
INTIMO 50G



Mais vendas com os packs e itens promocionais



712759

FIXODENT ORIGINAL 21G
50%DESC2AUN



789586

PRESERV
OLLA LUB
DE BOLSO
L8 P6



705788

PLAX
FRESH
MINT
250ML
L4P3



706573

CR DENT
COLG T12 CL
MINT PACK
C/2



708079

BEPANTOL BABY 30G
15% OFF



711592

NLY PROM
NG KIT
HIDR
MILAG
SH+CD



713361

KIT CR DEN SENS RAP
ALIV L3P290G



713896

KIT COREGA PO
FIXADOR 22GR L3P2



714054

CETAPHIL LIMP PROF
L3P2 127G



714443

ESC DENT
SENSODYNE
GENTLE C/3



714571

AVENE
PERF F60
40G+CLEAN
60G

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



Pensou em farmácia?

APP

Farmácias

A extensão da sua loja na **internet!**



O **Farmácias APP** é uma plataforma que funciona como canal direto entre **farmácias e consumidores**, com facilidade e economia para ambos.

FAÇA PARTE!

Estamos crescendo exponencialmente.

+ 700

idades com
lojas ativas



+ 3.000

farmácias ativas
na plataforma



+ 250K

produtos
cadastrados



+ 43M

de ofertas
ativas



+ Vendas

para a sua farmácia
sem necessidade de investimento



**Sem
mensalidade!**

Apenas comissionamento
sobre vendas.




APONTE A CÂMERA

CRENCIE SUA LOJA HOJE MESMO!

Acesse credenciamento.farmaciasapp.com.br
e siga o passo a passo.





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

ou envie um e-mail para

plpsantacruz@stacruz.com.br

e participe
também do PLP!



SantaCruz