

NOVO

ENO Pastilhas Mastigáveis

SABOR MENTA



carbonato de cálcio. SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. Indicações: antiácido. Medicamento de notificação simplificada RDC Anvisa nº 199/2006. AFE nº 1.00.107-1. Não use este medicamento em caso de doença dos rins.

EM FOCO

Categoria nasal: grandes inovações para sua farmácia vender mais no inverno

PANPHARMA COM VOCÊ

Televendas e SAC: equipe totalmente qualificada para prestar um atendimento de excelência

O SEU PDV

Mix dermo de inverno: o segmento está em constante ascensão, aproveite as oportunidades

Pedido Eletrônico
ePan2.0
+ agilidade e autonomia

 Download no site
www.panpharma.com.br

 Suporte ePan
0800 702 1700

 Baixe também o ePan Mobile!

VICHY
LABORATOIRES

Nº1 CUIDADO FACIAL
MAIS RECOMENDADO
POR DERMATOLOGISTAS*

MINÉRAL 89

SÉRUM FORTALECEDOR FACIAL DIÁRIO



89% DE ÁGUA VULCÂNICA E ÁCIDO
HIALURÔNICO PARA FORTALECER
E PREENCHER A PELE

SAÚDE QUE REFLETE NA PELE.

*QVIA, NPS, em número de prescrições nos canais de especialidade Dermatologia Total no Brasil, Varejo e Delivery, considerando Dermocosméticos no período MAT Jun20.

DERCOS

Nº1 LINHA CAPILAR MAIS RECOMENDADA PELOS DERMATOLOGISTAS**

Kera-Solutions

PARA CABELOS DANIFICADOS POR
QUÍMICAS OU AGRESSÕES TÉRMICAS



REDUZ
63%
DOS DANOS*

VICHY
LABORATOIRES

*Teste instrumental de uso conjunto de shampoo, super condicionador e leave in. Avaliação dos danos na superfície dos cabelos. **Fonte: IQVIA, NPS, total Brasil, em quantidade de prescrições, considerando a NEC 86 (produtos para cabelo), MAT Mar'19

3 ceramidas essenciais para restaurar a barreira da pele



* Teste instrumental.



714183

714181

716839

714184

714182

CORPORAL

EDIÇÃO 77 | Junho | Julho



MARKETING
Nathalia Satt
PROJETO GRÁFICO
Thatto Comunicação
JORNALISTA RESPONSÁVEL
Flávia Cunha – MTb: 0079663/SP
FALE CONOSCO
marketing@panpharma.com.br
TIRAGEM
30.000 exemplares
ACESSE NOSSO SITE
www.panpharma.com.br

A Revista Panpharma é uma publicação bimestral, dirigida e distribuída exclusivamente aos farmacêuticos das farmácias e drogarias clientes da Panpharma. Artigos, conceitos e opiniões publicados, não refletem necessariamente o ponto de vista da empresa, e são de responsabilidade de seus respectivos autores. A responsabilidade dos anúncios publicados é exclusivamente do anunciante.

EPAN MOBILE

As melhores oportunidades na palma da sua mão. Baixe já:



editorial

As melhores oportunidades do inverno estão na Panpharma!

Chegamos em junho, mês que marca o início do inverno. Por ser uma das estações mais importantes para o seu negócio, preparamos diversos conteúdos especiais para potencializar seus ganhos.

Nada melhor do que começar com os dermocosméticos, produtos de alto valor agregado para a sua farmácia. O setor continua com procura pelo público e, no período, é ainda maior pelos males que o tempo frio causa na pele. Veja como ter um mix vendedor na editoria O SEU PDV.

Outro segmento que não pode faltar é o de soluções nasais. Lembre-se

que os clientes estão em busca de prevenção e esses itens atendem bem a essa necessidade. Confira mais detalhes na seção EM FOCO.

E que tal melhorar a exposição de ambas as categorias na sua loja? Corra na nossa matéria de pontos extras e aprenda a trabalhar essas áreas quentes de vendas de forma certa.

Não perca todas as oportunidades que elaboramos para você arrasar na temporada mais fria do ano.

Até a próxima edição e boas vendas!





Espaço da Farmácia

Explore todo o potencial dos pontos extras e traga mais lucratividade para o seu estabelecimento

<10



6



O seu PDV

Inverno: venda muito mais com os dermocosméticos, setor promissor e que não para de crescer



14 >

Em Foco

Sua farmácia é uma grande aliada da saúde dos clientes que estão trabalhando de casa. Veja como auxiliá-los da melhor forma



Panpharma com Você

Televendas e SAC: tudo o que você precisa em apenas uma ligação. Confira como podemos te ajudar

<20



17



As 10+

Dia dos Namorados: quem disse que sua loja não pode ser um local para compra de presentes?



22 >

Em Foco

Amplie os ganhos do seu negócio durante o inverno desenvolvendo a categoria de soluções nasais



MIX dermo de inverno

Foto: Rido Franz/Stock.com.

*A categoria está em constante ascensão,
não deixe de trabalhá-la em sua loja na estação*

O inverno está batendo na porta e com ele a sua farmácia tem a chance de vender muito mais com os dermocosméticos, sabia? Além da busca do público pelos produtos que atuam nos cuidados com a pele durante a estação, a categoria é promissora e está em constante ascensão.

Atualmente, segundo dados do Euromonitor International, o Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. Sua evolução é movida pelas novas demandas dos clientes que estão cada vez mais atentos à prevenção e focados na saúde procurando soluções que promovam a sensação de bem-estar para que possam envelhecer de maneira saudável. O consumidor atual tem mais acesso à informação e está disposto a gastar mais se entender que o produto é inteligente, de qualidade e que pro-

porciona algum benefício extra, conforme explica Marcela Aranha, gerente nacional de Trade Marketing da TheraSkin® Farmacêutica.

“48% dos brasileiros consideram uma formulação diferenciada mais importante que o preço em um artigo de beleza. É por isso que os dermocosméticos ganham tanta relevância e as opções premium apresentam crescimento superior aos massivos na América Latina como um todo”, complementa.

Sortimento sem rupturas

Marcela conta o quanto o surgimento da covid-19 movimentou positivamente o mercado: “Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), de janeiro a setembro de 2020, o setor teve uma alta de faturamento de 5,8% em comparação ao ano anterior. Hábitos de autocuidado cresceram

161,7% e de cuidados com a pele do rosto tiveram um aumento de 28,7%, o que mostra um impacto relevante da pandemia na compra de HPPC”.

Contudo, lembra que o comportamento de consumo e frequência mudaram. Os shoppers* estão indo menos vezes ao PDV e se abastecendo mais a cada visita (maior cesta). Se antes iam à farmácia semanalmente, agora, durante a pandemia, essa ida acontece quinzenalmente ou até apenas uma vez ao mês fazendo com que uma maior quantidade de itens seja adquirida. Assim, o sortimento é um fator fundamental para que o varejista consiga reter seus clientes e garantir sua satisfação.

Desse modo, a gerente nacional de Trade Marketing da TheraSkin® Farmacêutica recomenda investir nos seguintes aspectos:

- ❄️ **Marcas mais conhecidas** e mais indicadas pelos dermatologistas para evitar perdas de receita;
- ❄️ **Lançamentos**, já que o mercado é bastante movido por inovações e os consumidores estão sempre buscando novidades;
- ❄️ **Ter na loja todas as categorias:** hidratação, proteção solar, antiacnes, anti-idades, higienizadores, nutricosméticos, nutracêuticos e itens de tratamentos específicos, como clareadores ou antimanchas, entre outros, criando soluções e permitindo que o público encontre uma variedade para todas as etapas da rotina de beleza e possa incrementar a sua cesta.

Para o inverno, Marcela destaca a importância dos hidratantes dermocosméticos, principalmente as versões faciais que, apesar de serem utilizadas o ano todo como parte da rotina de skin care, apresentam seu uso acentuado na temporada, incluindo as apresentações para diferentes necessidades: peles sensíveis, secas e até extremamente secas. “A hidratação corporal também merece atenção, pois é um dos grandes protagonistas do universo de der-

mocosméticos, está presente em 72% das cestas dos clientes e pode ser considerada uma categoria de entrada, visto que seu consumo se inicia, em média, aos 19 anos¹. Na estação, sua procura potencializa devido ao ressecamento cutâneo causado pela umidade do ar e as baixas temperaturas e pelo costume de banhos mais quentes”, salienta.

Outro aspecto fundamental na hora de compor o sortimento é apostar nos hidratantes para peles especiais, segmento premium dentro dos dermos corporais, formado por artigos que oferecem vantagens adicionais para as peles sensíveis ou sensibilizadas, os quais proporcionam um cuidado superior, acalmam as irritações e, ainda, auxiliam no tratamento de algumas lesões.

“Este é um mercado em ascensão tendo em vista que 34% dos brasileiros afirmam ter alguma sensibilidade na pele. Além disso, é primordial que as farmácias fiquem atentas ao fato de que há, nesta época do ano, um aumento dos peelings ou tratamento a laser – que exigem uma proteção maior à exposição solar – desse modo, a busca por itens de recuperação e de cuidado pós-procedimentos cresce, como cremes com ingredientes que acalmam, ajudam na cicatrização da pele e contam com um efeito reparador. É no inverno também que notamos uma ampliação na demanda pelos anti-idades, protetores labiais e muitas pessoas intensificam o uso de produtos à base de ácidos, como é o caso de vários antimanchas”, adiciona a gerente.

Exposição adequada para aumentar as vendas

De acordo com Marcela, é essencial considerar que o cliente pretende ficar o menor tempo possível dentro do PDV neste momento de pandemia, sendo assim a visita é mais rápida e, por isso, a correta exposição, além de sinalizadores e materiais que auxiliem a navegação, são de suma importância para assegurar que os itens sejam encontrados, por mais que as vendas online tenham crescido.

48% dos brasileiros consideram uma formulação diferenciada mais importante que o preço em um artigo de beleza. É por isso que os dermocosméticos ganham tanta relevância e as opções premiums apresentam crescimento superior aos massivos



Portanto, a gerente sugere iniciar com os dermos faciais (de maior valor agregado e menor giro) e finalizar com os corporais (de menor valor agregado e maior giro), na seguinte ordem:

- 1 Começar com higienização e limpeza de pele, organizando por tipo (acneica, mista ou oleosa, seca e sensível);
- 2 Na sequência, incluir os dermos para cuidado ou tratamentos: tônicos; anti-idades, que normalmente devem estar divididos entre rugas finas e profundas; antiacne; clareadores; hidratantes e outros característicos de nicho ou indicados para alguma patologia;
- 3 Posteriormente, entram os protetores solares, começando com os faciais, segmentando-os por cor e sem cor. Em seguida, dispor os corporais, separando por linha infantil e adultos, além dos itens pós-sol. Recomenda-se ainda ajustar por aplicação, por exemplo, spray e creme. E, dentro de cada um, por fator de proteção (FPS), pois esse é o modo que o shopper procura. Outro ponto primordial é que estejam expostos do maior para o menor tamanho de embalagem em cada versão de FPS.
- 4 Depois colocar os dermocosméticos para o corpo, seguindo a ordem de limpeza e hidratação (considerando também os tipos de pele e níveis de hidratação), desodorantes e cuidados específicos.
- 5 E, por fim, os nutricosméticos e capilares.

“É válido mencionar que, como a busca por hidratantes cresce no inverno, o espaço dedicado a eles merece uma atenção especial com destaque e volume adequados, bem como garantir as apresentações para diferentes necessidades. Tal ação é capaz de facilitar a navegação tendo em vista que, com o agrupamento certo, é possível tornar a experiência mais agradável e, conseqüentemente, aumentar a conversão de vendas e a fidelização ao estabelecimento”.

Marcela ainda comenta que para os hidratantes em dermocosméticos, apesar de haver um alto planejamento prévio, 13% das compras são por impulso, podendo se estender quando há estímulos de informações e experiência em loja, principalmente, na estação¹. “Por isso, investir nos pontos extras, como displays de balcão e de chão e pontas de gôndola com a temática da temporada pode ser uma estratégia vencedora com o objetivo de gerar lembrança no público e incentivar a aquisição, além de ser uma maneira de expandir o volume e o sortimento desse período sem ter que ‘roubar’ espaço de outros segmentos no ponto natural”, enfatiza.

Estratégias para potencializar os ganhos

Trabalhar com mix correto, garantir maior abastecimento das categorias sazonais, apostar em materiais de merchandising para dar destaque aos itens que ganham relevância no inverno e criar

Tem na Panpharma:



Cód. 717172
7891106914277
BEPANTOL DERMA
PROT LAB F50 4,5G



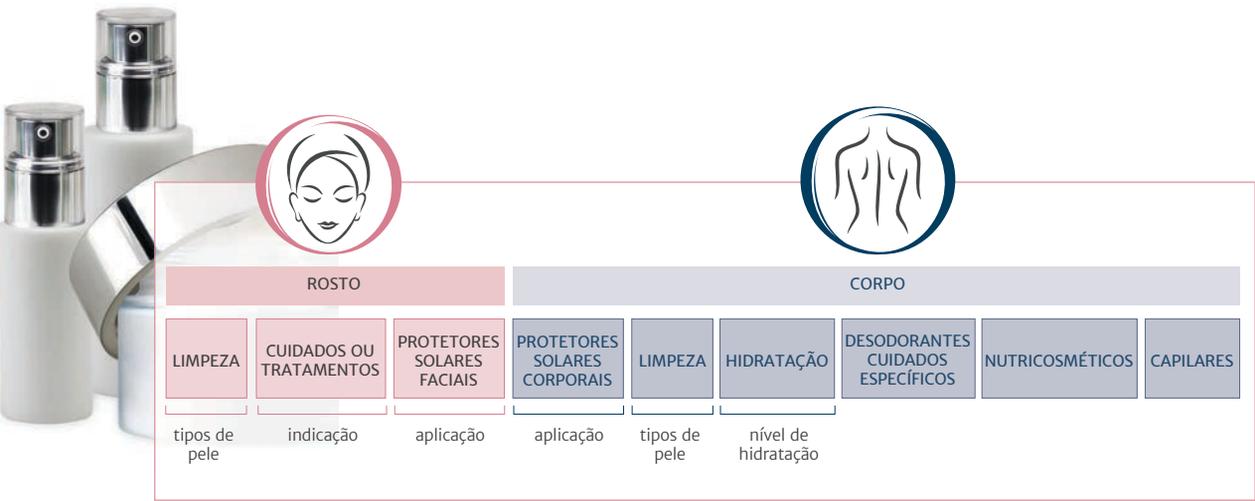
Cód. 702659
70501812921
NEUTROG NORWEGIAN
CR MAOS 56G



Cód. 717317
42398004
CR NIVEA FAC
HIDRATANTE GEL 100G



Cód. 714181
7899706159272
CERAVE LOCAO
HIDRATANTE 473ML



alguns locais extras exclusivos com segmentos correlatos, oferecendo uma solução de compra reforçada com promoções, são estratégias fundamentais para ter sucesso nas vendas nesta época, conforme afirma a gerente nacional de Trade Marketing da TheraSkin® Farmacêutica. Mais uma tática é a realização de kits com uso correlacionado como hidratante corporal com um facial, um hidratante com um antimanchas, entre outros, de forma a facilitar a aquisição e ampliar

o ticket médio vendido. “Além disso, é de suma importância que o time da farmácia esteja capacitado com relação aos efeitos que a estação pode causar na pele para melhor indicação dos produtos e que conheça também o portfólio sazonal disponível, especialmente, os lançamentos e dermos que proporcionam entregas específicas e benefícios adicionais”, finaliza.

*Shopper: pessoa que decide a compra.
Fonte: ESTUDO SHOPPER JOURNEY DERMOCOSMÉTICOS IQVIA 2018. Informado por Marcela Aranha, gerente nacional de Trade Marketing da TheraSkin® Farmacêutica.

NOVO
Protex
Linha Facial

Lançamento

Linha Protex Facial City Detox

- ✓ Sabonete Barra 85g
- ✓ Água Micellar
- ✓ Sabonete Líquido Facial 150g
Limpa profundamente para remover as partículas de poluição
- ✓ Lenço de Limpeza Facial
Fórmula Enriquecida com Antioxidantes
- ✓ Esfoliante 150g
Dermatologicamente testado

**Em breve na
Panpharma**





EXTRA, EXTRA, EXTRA: mais ganhos para sua farmácia

Foto: niton100/istock.com.

Explore todo o potencial dos pontos extras e traga mais lucratividade para o seu negócio

Você sabe realmente o que são os pontos extras e como eles podem contribuir nos ganhos da sua farmácia? Alessandra Lima, sócia-diretora da Mind Shopper explica: “São locais de destaque dentro do PDV, fora do ponto natural, em que o produto fica posicionado por um tempo determinado, chamando a atenção dos clientes e lembrando-os que naquele lugar

tem uma marca ou tipo de mercadoria que precisam levar para casa”.

Alessandra ainda salienta o quanto trabalhar com pontos extras instiga a compra por impulso, fazendo o consumidor incluir mais um item em sua cesta. “Além de gerar mais renda e ampliar a lucratividade do negócio, ajudam a organizar os itens, passando uma imagem melhor ao público”, completa.

Trabalhar com pontos extras instiga a compra por impulso, fazendo o consumidor incluir mais um item em sua cesta

Mais rentabilidade com os pontos extras

De acordo com a sócia-diretora da Mind Shopper, normalmente, o ponto extra fica em uma área nobre do comércio, em “ilhas” nos corredores centrais ou até mesmo nas pontas de gôndola, porém também podem ser trabalhados na entrada da loja, caixas e com displays em cima dos balcões. “O objetivo é atrair mais consumidores por meio da ambientação e exposições diferenciadas, visto que a estratégia impacta significativamente no aumento das vendas, elevando o ticket médio. Itens com alto giro e pouco valor agregado devem ser evitados, já que esses espaços são ótimos para ge-

rar margem e volume, logo é preciso aproveitá-los para alavancar a lucratividade”, ressalta.

Explorando todo o potencial dos locais

Avaliar a estratégia do próprio estabelecimento é um dos principais fatores quando se pensa na criação dos pontos extras. Alessandra informa que o varejista deve analisar o negócio para incluir produtos que precisam vender mais que outros, se tem lançamentos para deixar em evidência ou, até mesmo, apostar na sazonalidade que é uma ótima oportunidade de incremento dos ganhos.

“Feriados, estações, época de férias e outras datas marcantes são atrativos para os clientes. Trabalhar, portanto, a sazonalidade, nada mais é do que suprir a necessidade do shopper. É oferecer ao consumidor aquilo que ele precisa no momento certo, afinal quatro em cada cinco decisões de compra acontecem de forma direta no PDV. Vale lembrar que as pessoas não querem perder ainda mais tempo pesquisando algo que irão levar por impulso, assim é fundamental manter todas as informações úteis de maneira bem clara”, reforça.

Dicas para arrasar nas vendas com os pontos extras

Investir em ilhas promocionais



Apostar em pontas de gôndolas criativas



Oferecer experimentação de produtos



Dar destaque às novidades



Manter os pontos organizados



Aproveitar as datas comemorativas



Cross merchandising

Segundo Alessandra, a técnica do cross merchandising também pode ser uma excelente ferramenta de ponto extra. “É primordial ofertar soluções completas ou combinações úteis aos clientes, agrupando itens que atendam um mesmo momento de uso”, ensina. **Veja alguns exemplos dados pela especialista para aplicar na sua farmácia e abasteça seu estoque com a Panpharma.**

- MIPs para cólica menstrual com absorventes



Cód: 403829
ATROVERAN DIP 1G
C/20 COMP

Cód: 700098
ABS S LIVRE T SUAVE
ESP C/AB C/8

- Antigripais com termômetro



Cód: 400903
NALDECON NOITE
C/24 COMP

Cód: 716919
TERMOMETRO
INFRVERM
MULTILASER

- Hidratantes para as mãos na prateleira de cutelaria



Cód: 709371
FISIOGEL
CREME PARA
AS MAOS 50G



Cód: 714773
CERAVE
REPARADOR
MAOS 50G

- Pasta de dente infantil na gôndola dos demais produtos direcionados para crianças



Cód: 700925
CR DENT TANDY
MORANGO 50G

Cód: 702543
MALVATRIKIDS
C/FLUOR GEL
DEN 70G

- Protetor solar com desodorantes



Cód: 709728
P SOLAR
ACTINE
FPS30 120ML

Cód: 717099
DEO NIVEA
AERO MILK T
SECO 150ML

- Vitamina D com bronzeador



Cód: 717763
SOF D GO
2.000UI
C/30 COMP



Cód: 716189
BRONZEADOR
C&B SPRAY
FP6 110ML

- Maquiagem e água micelar com algodão



Cód: 713446
BB CREAM
BASE MEDIA
30ML

Cód: 715913
CICATRICURE
AGUA MICELAR
380ML

- Teste de gravidez e vitaminas



Cód: 707906
TESTE GRAV
CLEARBLUE DIGITAL

Cód: 716174
REGENESIS
PREMIUM
C/60 CAPS

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

ATROVERAN DIP. Comprimido, dipirona monoidratada. MS 1.7817.0858. Indicações: analgésico e antitérmico. 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. **NALDECON® NOITE** (PARACETAMOL, CLORIDRATO DE FENILEFRINA E MALEATO DE CARBINOXAMINA) M.S. 1.7390.0007. Combate os sintomas da gripe. DURANTE SEU USO, NÃO DIRIJA VEÍCULOS OU OPERE MÁQUINAS, POIS SUA AGILIDADE E ATENÇÃO PODEM ESTAR PREJUDICADAS. **SOF D®** (colecalférol). Indicações: SOF D é um medicamento à base de vitamina D3 (colecalférol), indicado para a prevenção e tratamento auxiliar da osteoporose, na desmineralização óssea pré e pós menopausa (perda de componentes que atuam na formação e densidade dos ossos), raquitismo (enfraquecimento dos ossos devido a deficiência de vitamina D), osteomalácia (enfraquecimento e desmineralização dos ossos em adultos) e prevenção no risco de quedas e fraturas. Contraindicação: SOF D não deve ser utilizado em pacientes que apresentem hipersensibilidade aos componentes da fórmula. É contraindicado também em pacientes que apresentam 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 nº 1.0553.0384

Fonte: Alessandra Lima, sócia-diretora da Mind Shopper.

NOVO NINHO® FASES 1+, ESPECIALMENTE DESENVOLVIDO PARA CRIANÇAS DE 1 A 3 ANOS



Existem muitos fatores importantes que contribuem para um melhor desenvolvimento infantil: a educação, o convívio social e, como não poderia deixar de ser, a alimentação. E a partir do primeiro ano de vida, as crianças entram em uma fase de grande evolução intelectual, emocional e social, na qual passam a interagir com outras crianças e ambientes. É nessa fase em que os pequenos exploradores iniciam a autodescoberta e também as suas primeiras conquistas. Por isso, ter bons hábitos alimentares é essencial para o desenvolvimento adequado das crianças.

Para garantir uma nutrição específica para cada fase dos pequenos exploradores, a Nestlé desenvolveu o novo NINHO® Fases 1+, uma fórmula infantil de seguimento para crianças de primeira infância indicada para crianças de 1 a 3 anos.

O que mudou no NINHO Fases 1+?

Além da embalagem mais moderna, agora o novo NINHO Fases 1+ é uma fórmula infantil de seguimento para crianças de primeira infância. A nova fórmula foi desenvolvida especialmente para atender às necessidades nutricionais de crianças a partir de 1 ano de idade.

Qual a diferença entre fórmula infantil e composto lácteo?

Os compostos lácteos pediátricos são desenvolvidos especialmente para crianças em idade pré-escolar*, de 3 a 5 anos. São produtos com perfil nutricional adaptado desenvolvidos a partir da mistura do leite com outros ingredientes. Eles devem ser predominantemente elaborados por ingredientes lácteos (no mínimo 51% da sua composição) e podem ser adicionados ingredientes não lácteos, como por exemplo fibras, óleos vegetais, vitaminas ou minerais. Já as fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância são produtos desenvolvidos especialmente para crianças a partir de um ano de idade. As fórmulas infantis apresentam teor específico de proteínas, assim como adição de vitaminas e minerais. Recomendamos que você procure o pediatra e/ou nutricionista do seu filho para que seja orientada da melhor forma possível.

Sobre a Nestlé

É a maior empresa de alimentos e bebidas do mundo. Está presente em 190 países e seus 308 mil colaboradores estão comprometidos com o propósito da Nestlé de melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável. A Nestlé oferece um amplo portfólio de produtos e serviços para cada etapa de vida das pessoas e de seus animais de estimação. Suas mais de 2000 marcas variam dos ícones globais, como Nescafé ou Nespresso aos favoritos locais como Ninho. O desempenho da empresa é impulsionado por sua estratégia de Nutrição, Saúde e Bem-Estar. Sua Sede fica na cidade suíça de Vevey, onde foi fundada há mais de 150 anos. No Brasil, instalou a primeira fábrica em 1921, na cidade paulista de Araras, para a produção do leite condensado Milkmaid, que mais tarde seria conhecido como Leite Moça. A empresa tem unidades industriais localizadas nos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Goiás, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Espírito Santo. Emprega mais de 30 mil colaboradores diretos e gera outros 200 mil empregos indiretos. A Nestlé Brasil está presente em 99% dos lares brasileiros, segundo pesquisa realizada pela Kantar Worldpanel.



708087

“O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: O ALEITAMENTO MATERNO EVITA INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ OS 2 (DOIS) ANOS DE IDADE OU MAIS”

O ÔNUS E O BÔNUS DO HOME OFFICE

Sua farmácia é uma grande aliada da saúde dos clientes que estão trabalhando de casa. Veja como ajudá-los da melhor forma



Foto: Photodisc/Stock.com.

Com o início da pandemia em 2020, grande parte das empresas colocou seus funcionários para trabalhar em casa. Tal ação teve o lado positivo, evitando uma maior propagação do vírus, porém ocasionou uma série de malefícios para a saúde física e mental.

Uma pesquisa exploratória para avaliar as consequências na saúde e no bem-estar do trabalho remoto realizada pelo Centro de Estudos em Planejamento e Gestão de Saúde (FGVsaúde) da FGV EAESP, em parceria com o Institute of Employment Studies (IES) do Reino Unido e com o apoio técnico da empresa Sharecare, mostrou que entre os entrevistados, 58% sentiram dores nas costas e 75% no pescoço; 55% tiveram fadiga ocular e perda de sono, e 53% dores de cabeça. O estudo também buscava propor estratégias para o manejo, individual e corporativo

desses impactos, com vistas ao melhor gerenciamento da situação, considerando-se a realidade brasileira, já que, aparentemente, o home office deixou de ser uma tendência que poderá ser permanente.¹ E não só os sinais físicos têm afetado as pessoas. De acordo com um levantamento da consultoria Mercer Marsh Benefícios, o total de colaboradores que passaram a tratar de questões voltadas à saúde mental saltou de 2,2 milhões (antes do novo coronavírus) para 8,1 milhões, desde o começo da pandemia. Pela primeira vez, segundo a consultoria, a dificuldade de adaptação ao home office apareceu na lista com 2,92% dos pedidos de consultas. Entre as principais queixas relatadas aos médicos, a ansiedade aparece em primeiro lugar com 35,09% dos casos, seguida da depressão (9,92%), psicologia clínica (8,22%) e assuntos relacionados à família (2,92%).

Como a farmácia pode ajudar na mudança desse quadro?

Segundo a Dra. Rita de Cássia Salhani Ferrari², responsável pelo departamento de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação da Marjan Farma, o farmacêutico pode ser o profissional de referência para determinadas situações e problemas comuns nesse momento.

“As pessoas estão irritadas, nervosas, com medo, ansiosas, portanto, os profissionais de saúde precisam estar atentos aos comportamentos, ajudando-as da melhor maneira. Não é um cenário fácil, mas é possível minimizar os efeitos dessa falta de perspectiva, praticando a empatia no dia a dia do farmacêutico. Escutar com atenção as queixas, orientando de forma adequada, certamente fará a diferença, diminuindo a necessidade da ida aos pronto-socorros e hospitais”, ressalta.

Dra. Maria Aparecida Nicoletti, farmacêutica responsável pela Farmácia Universitária – FARMUSP, acrescenta informando que um tema de muita importância a ser abordado com os indivíduos é sobre a adesão à farmacoterapia das comorbidades presentes. É primordial alertar aos clientes para não negligenciarem os medicamentos de uso crônico no esquema posológico proposto.

“Apesar de estarmos vivendo a pandemia por 24 horas, quem apresenta doenças crônicas não deve em hipótese alguma deixar de seguir as recomendações para a utilização racional. Como grande parte das farmácias possui cadastro do público, é aconselhável enviar mensagens para que estejam atentos a não deixarem os fármacos acabarem, a fim de não prejudicar o tratamento. Os produtos de entrega em casa relacionados à saúde são fundamentais e uma notificação da loja perguntando se as pessoas precisam de algum auxílio extra é essencial”, afirma.

O farmacêutico pode ser o profissional de referência para determinadas situações e problemas comuns nesse momento

| | | |
|-----|-------------------------------|--|
| 75% | dores no pescoço | |
| 58% | dores nas costas | |
| 55% | fadiga ocular e perda de sono | |
| 53% | dores de cabeça | |

Mix para auxiliar nas dores do home office

Para Dra. Rita, pelo fato do home office poder gerar estresse, ansiedade, insônia, má alimentação, deficiência de vitamina D, dores lombares, como as principais consequências advindas de toda esta mudança decorrente da pandemia, há uma gama diversificada de produtos, sejam eles suplementos alimentares quanto MIPs, voltados para prevenir ou tratar essas questões físicas e mentais, que devem estar presentes no mix do PDV.

A farmacêutica responsável pela Farmácia Universitária – FARMUSP também comenta que, para os casos leves de ansiedade e depressão, existe a possibilidade da indicação dos fitoterápicos. Já aos consumidores que tenham qualquer uma das doenças há algum tempo e anteriormente à covid-19, a sugestão é a ida ao médico.

Outra ajuda que o farmacêutico poderá dar é com relação aos problemas autolimitados de saúde, orientando sobre o uso dos OTC. “Dores de cabeça; torcicolo; dores nas articulações dos braços e mãos por conta da digitação, enfim, são males posturais capazes de serem resolvidos com analgésicos e anti-inflamatórios isentos de prescrição. A conversa com o usuário da medicação objetivando a melhoria da qualidade de vida sempre é necessária. O acolhimento do paciente pelo profissional será um benefício muito grande porque a condição atual é de desamparo e se sentir acolhido irá ser um momento precioso para a pessoa”, salienta Dra. Maria Aparecida.

Referências

¹ A primeira onda de respostas teve início em junho de 2020 e foi encerrada no dia 18 de julho de 2020. Foram recebidas 533 respostas válidas. A maioria dos participantes eram mulheres (67,9%) e tinham uma idade média de 40 anos. 67,9% relataram ser casada (o)s ou viver com algum (a) parceiro (a).
² Dra. Rita de Cássia Salhani Ferrari é médica formada pela Universidade Federal de São Paulo, com Fellowship no Geriatric Medicine Program na University of Pennsylvania.

Pele hidratada.
Pele **Ureadin**[®]

ISDIN
LOVE YOUR SKIN



200 ml

24h
Hidratação

Ureadin[®] 10
Loção

Hidratação intensa

Pele mais hidratada e suave desde a primeira aplicação

EAN: 8429420143050
Código: 714944



50g

Ureadin[®] 20
Creme

Hidratante para áreas específicas mais vendido do mercado*

EAN: 7896422506564
Código: 401346



Ureadin[®] 20 Ureia 20% creme - bisagão com 50 g. Uso Adulto. Indicações: hidratante, emoliente e queratolítico no tratamento da pele seca e áspera, hiperematosos, foliculites, eczemas e caloridades em áreas rugosas de mãos, cotovelos, peito e pés. Registro no MS - 1.088.0489. SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. Ureadin[®] 20 É UM MEDICAMENTO. SEU USO PODE TRAZER RISCOS. PROCURE O MÉDICO E O FARMACÊUTICO. LEIA A BULA.

*IQVIA Ano Móvel Fev/20 a Jan/21 (em R\$).

Pele hidratada. Pele **Ureadin**[®]
A hidratação que você sente na pele

10 dicas para arrasar nas vendas no Dia dos NAMORADOS



Quem disse que sua farmácia não pode ser um local para compra de presentes? Confira as dicas

Mesmo com tantas mudanças que a pandemia do novo coronavírus trouxe, é fundamental estar com a farmácia pronta para atender às necessidades do público, incluindo as datas comemorativas.

O Dia dos Namorados vem aí e depois de um ano em que grande parte das pessoas estão afastadas dos entes mais queridos, é importante valorizar as celebrações em que existe a chance de demonstrar

o amor ao próximo, conforme afirma a especialista em varejo, Regina Blessa.

“As datas servem para nos lembrar de algo que fica escondido no cotidiano e que precisa ser prestigiado. O comércio deve dar o pontapé inicial com o objetivo de gerar recordação nos clientes para que as comemorações não passem em branco”, acrescenta.

Sendo assim, confira 10 dicas dadas pela especialista e arrase nas vendas no Dia dos Namorados.

1. Negociar antecipadamente com fornecedores que costumam preparar campanhas.
2. Liberar espaços nobres para marcas que tenham produtos bons, bonitos e baratos para a comemoração.
3. O que sua experiência tem mostrado nos anos anteriores sobre as vendas na data? Confira os números e as categorias para acertar no reforço de compras.
4. Escolha mercadorias consideradas “top” para serem anunciadas e exibidas nas pontas de gôndola.
5. Faça posts nas mídias sociais com antecedência para apresentar os itens que serão colocados em locais nobres na loja.
6. Se for fazer tabloide, entregue na entrada do PDV e não na sacola de saída.
7. Como a maioria dos clientes está em casa, ligue, envie e-mails e WhatsApp informando que sua farmácia tem delivery e, até mesmo, que poderá mandar o presente embrulhado.
8. Decore o estabelecimento com corações e inclua na porta ou vitrine frases do tipo: “Entregamos seu presente do Dia dos Namorados”.
9. Treine sua equipe de balconistas para durante a semana ir avisando sobre a data e ofertas.
10. Na véspera e no dia, os atendentes devem realizar abordagens enquanto vendem outros medicamentos para os esquecidos de última hora, indicando promoções e embalagens.

“Como as farmácias tiveram a sorte de não fechar, temos que fazer valer a nossa inspiração e provocar os consumidores com o amor que ainda sobrou no ar”, conclui Regina.

Tem na Panpharma:



Cód. 714696
7891035915031
DEPIL VEET CREM P
DEL 180ML



Cód. 717342
7898919412358
HIDR MONANGE
FLOR CEREJ 200ML



Cód. 716705
7891137006460
VALDA EXTRA
FORTE LATA 50G



Cód. 715032
7891035033001
PRESERV OLLA 3
SABORES 9X3UN

Colgate

Total 12

12 HORAS DE DEFESA ATIVA QUE FORTALECE SUA GENGIVA CONTRA BACTÉRIAS*



ANTIBACTERIANO



ENXAGUANTE BUCAL
COLGATE TOTAL 12
GENGIVA REFORÇADA
500ml

Sap: 717856
EAN: 750954666990

CREME DENTAL COLGATE
GENGIVA REFORÇADA 90g

Sap: 717756
EAN: 7509546668055

CREME DENTAL
COLGATE TOTAL 12 GENGIVA
REFORÇADA 140g

Sap: 717844
EAN: 7891024033289

ESCOVA DENTAL
COLGATE GENGIVA
COMFORT 2 PACK
Sap: 717867
EAN: 7509546669205

ESCOVA DENTAL
COLGATE GENGIVA
THERAPY UNITARIO
Sap: 717885
EAN: 7509546668048

ESCOVA DENTAL
COLGATE GENGIVA
THERAPY 3 PACK
Sap: 717860
EAN: 7509546667720

* Efeito imediato causado pelo enxaguatório bucal, dentífrico com seu uso contínuo por 4 semanas, vs. usando uma escova de dentes regular.



Televendas e SAC

Tudo o que você precisa em apenas uma ligação

Equipe totalmente qualificada para prestar um atendimento de excelência ao seu negócio

Seja para fazer os seus pedidos ou obter informações necessárias para o seu negócio, nossos canais estão sempre à sua disposição para prestar um atendimento de excelência. Confira mais detalhes e aproveite!

Televendas

Além de proporcionar muita rapidez no momento de fazer as compras da sua farmácia, pelo nosso Televendas você fica por dentro de todas as ofertas especiais e lançamentos das indústrias e, ainda, pode tirar suas principais dúvidas. Temos um time totalmente qualificado para oferecer o melhor para o seu estabelecimento.

 **0800 970 1600**

 das 8h às 22h, de segunda a sexta-feira

SAC

Dúvidas, informações, sugestões? Seja qual for a sua necessidade, o nosso SAC está sempre disponível para atendê-lo com muita qualidade.

O SAC fica em contato direto com todos os departamentos, trazendo mais agilidade e eficiência no atendimento.

 **0800 970 1100**

 das 8h às 20h, de segunda a sexta-feira

LANÇAMENTO!

Academia
MERCK cêutico+

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

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

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

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



CONTEÚDOS PRODUZIDOS
E LICENCIADOS POR



ALBERT EINSTEIN
INSTITUTO ISRAELITA DE
ENSINO E PESQUISA

CENTRO DE EDUCAÇÃO EM SAÚDE
ABRAM SZAJMAN



Ensino com dinâmica
de rede social e
gamification



Algumas
aulas ao vivo



Versatilidade

Fazer
inscrição!

Hora de mergulhar
na ciência.

Acesse www.academiamerckceutico.com.br
e garanta seu desenvolvimento como profissional da saúde.



BR-NONCMCGM-00121 ABR/2021

MERCK

CATEGORIA *nasal*

Grandes inovações para o seu PDV vender mais

Foto: puhtha/Stock.com.

Amplie os ganhos do seu negócio durante o inverno desenvolvendo o segmento de forma certa

Você já deve ter visto nas últimas edições da Revista Panpharma o quanto o público vem buscando por prevenção. E isso não está relacionado somente à covid-19, a pandemia acabou fazendo com que as pessoas compreendessem melhor sua saúde, estendendo o cuidado com as doenças típicas do inverno, conforme afirma Ricardo Kluger, diretor da marca Vick. “Observamos um crescimento do mercado de vitaminas e medicamentos relacionados aos indícios iniciais de gripes e resfriados. E a P&G entende que o consumidor está procurando opções cada vez mais completas para o tratamento dos sinais dessas patologias. Por isso, o lançamento de Vick Primeira Proteção vem ao encontro desse comportamento, no primeiro sinal de que um resfriado está chegando, o produto passa a ser um aliado fundamental para impedir a evolução dos sintomas trazendo assim ainda mais valor ao segmento de soluções nasais”, adiciona.

Por que contemplar as soluções nasais no mix da loja?

Dr. Maura Neves, otorrinolaringologista e doutora em Ciências da Saúde pelo Departamento de Otorrinolaringologia do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo e médica consultora da Libbs, informa que o uso rotineiro de solução salina nasal atua no auxílio da prevenção de gripes, resfriados, faringites, otites, sinusites e rinites alérgicas e não alérgicas. A limpeza nasal com soro facilita a remoção de agentes nocivos infecciosos ou alérgicos inalados, como vírus e poeira domiciliar, o que favorece as defesas do organismo.

“Atualmente temos uma diversificação de apresentações desses produtos como tipos de jatos, concentrações de soros diferentes e até soro em gel nasal para hidratação. Vale lembrar que cada soro é recomendado a depender da enfermidade,



Vemos que existe um crescimento nos casos de problemas respiratórios de uma maneira geral na última década e uma busca por opções que melhorem a respiração

se for preservado, será mais um ponto positivo para desenvolver o negócio. Por fim, as soluções nasais, principalmente, são vistas por vários clientes como menos medicamentosas e, dessa forma, gera aumento de penetração ao atingir públicos menos alopáticos”, salienta o diretor da marca Vick.

Escolhendo os produtos certos

Segundo Ricardo, o sortimento precisa englobar os seguintes aspectos:

faixa etária, hábitos do indivíduo e prescrição do médico. Normalmente, os jatos são utilizados em momentos de maior necessidade de lavagem e os sprays na manutenção entre crises. O conhecimento do farmacêutico acerca da função, posologia e indicações clínicas ajudam nosso paciente a encontrar o item mais adequado e, assim, prevenir ou tratar a doença com mais eficiência”, acrescenta. Ricardo ainda complementa mostrando que, historicamente, o segmento nasal é menos sazonal e dependente de uma demanda de pessoas gripadas por ser usado para outras finalidades como limpeza e hidratação das vias orais, por exemplo. Tal fato se confirma ao notar que, depois de RUBS, nasal foi o que menos sofreu com os impactos da pandemia no inverno de 2020.

“Dito isso, entendemos a importância de investir nesse setor, o qual consegue manter performance mesmo em situações que a categoria como um todo sofre. Além disso, vemos que existe um crescimento nos casos de problemas respiratórios de uma maneira geral na última década – rinite alérgica, sinusite – e uma busca por opções que melhorem a respiração. O hábito de limpeza trazido à tona pela covid-19 também se relaciona com o segmento e,

 Itens com maior participação de mercado ponderado (60% de participação valor + 40% participação volume) a fim de garantir aqueles que trazem incremento superior em vendas e, também, com mais saída;

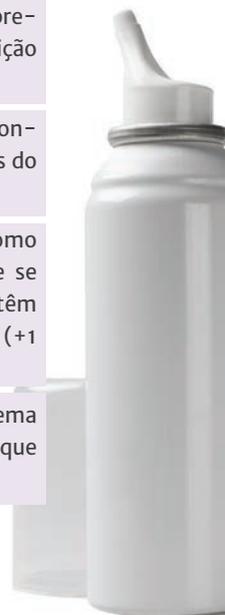
 Produtos que trabalham bem a comunicação com médicos, visto que, como é um segmento que não possui uma grande diferenciação, a recomendação tem um impacto muito forte no desenvolvimento da marca;

 Sempre contar com uma linha que tenha preços acessíveis para os clientes com restrição orçamentária;

 Produtos de maior valor agregado para conseguir crescer a categoria em valor por trás do efeito ancoragem;

 Não esquecer das opções inovadoras – como Vick Primeira Proteção – que, apesar de se encaixarem no segmento de nasais, têm uma proposta diferente: ampliam a cesta (+1 item);

 Incluir os lançamentos, os quais têm extrema importância para a evolução do varejo, já que agregam valor ao setor.



“Novos produtos incrementam a cesta e aumentam o ticket, especialmente nas estações de alta relevância como o inverno, quando os problemas respiratórios são mais constantes”, reforça.

Navegação que facilita as compras

Para melhor navegação, o diretor da marca Vick indica, primeiramente, colocar o setor de gripes e resfriados próximo do balcão, dentro do mundo de MIPs e ao lado de dor e febre. Além disso, esse segmento, normalmente, é colocado junto/ao lado de alergias. Ricardo ainda comenta que hoje existe um espaço dedicado dentro da categoria para os itens de nasal. Assim, a ideia é sempre executá-lo entre antigripais e antialérgicos devido a essa correlação.

“Apesar de sabermos que esses produtos vão muitas vezes além da demanda de gripes e resfriados, o consumidor já criou conexão e memória de que eles são expostos dessa maneira. Os lançamentos precisam ser incluídos no ponto natural, respeitando a quebra: categoria – segmento – marca. No entanto, é recomendável, para gerar conhecimento da marca, dispor em mais locais de contato, de preferência em ambientes de maior fluxo (balcão, zona T e caixa). Também sugerimos que seja feita uma comunicação clara para a farmácia, principalmente quando é um item muito inovador,

garantindo que a equipe do PDV entenda o que é, como deve ser utilizado e sua finalidade”, ensina.

Alavancando as vendas

De acordo com Ricardo, ter o ponto natural desconfinado, bem abastecido, organizado e com gatilhos de navegação é básico para acrescentar um item no tratamento.

Pontos extras ainda podem ser trabalhados com divulgações do tipo “leve para a sua farmacinha”. A dupla exposição em categorias correlatas também ajuda o shopper a incrementar a cesta. Por exemplo: alergias, máscaras, nebulizadores. Ações promocionais de ofertas combinadas, desde que autorizadas pela Anvisa, é outra boa prática sugerida. “Vale ressaltar que incentivar marcas que jogam em mais de um segmento é relevante, visto que é mais fácil para o consumidor compreender a necessidade de uma solução mais completa”.

Para o diretor, o treinamento do time de loja é crucial, uma vez que 50% dos clientes vão diretamente ao balcão. “Como a tendência de ‘respirar melhor’ tem ganhado força, especialmente no momento da pandemia, podemos usar materiais educacionais e comunicações para correlacionar as soluções nasais com o hábito de limpeza antes e depois do uso da máscara. Em outras palavras, as estratégias das farmácias precisam ser associadas com a educação do público para que entendam o setor”, finaliza.

Tem na Panpharma:



Cód. 404432
7500435177450
VICK PRIMEIRA
PROTECAO 15ML



Cód. 404441
7898074617193
FILTRAIR DEFENSE
800MG SPRAY



Cód. 404042
7898040326425
MARESIS HT 2% SOL
SPRAY 100ML



Cód. 403753
7896094917385
RINOSORO JET INF.
0,9% 100ML



Cód. 401168
7896094201514
SALSEP SOL SPRAY
50ML

VICK PRIMEIRA PROTEÇÃO ajuda a combater o avanço do vírus do resfriado. MS: 8.0147.379.001. **FILTRAIR®** Defense 800 mg Composição: Celulose em pó natural inerte, pó de hortelã e pó de alho selvagem. Barreira contra antígenos causadores de resfriados e gripes. Contraindicações: Não é adequado para crianças menores de 3 anos. Não use esse produto se for sensível a celulose e/ou hortelã e/ou alho. Registro ANVISA nº: 80462650002. **MARESIS** (CLORETO DE SÓDIO) é indicado como fluidificante das secreções nasais, descongestionante e umidificante da mucosa nasal. MS1039002030013. **RINOSORO JET INFANTIL** (CLORETO DE SÓDIO) auxilia no tratamento dos sintomas nasais comuns a gripe e resfriados e de outras alterações respiratórias, tais como rinite, sinusite e no pós-operatório de cirurgias nasais. **SALSEP SOLUÇÃO NASAL** (CLORETO DE SÓDIO) O Salsep é indicado como fluidificante e descongestionante nasal. MS1003301050031

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

LANÇAMENTOS

A FAMÍLIA QUE CUIDA DA SUA.



401391

O PODER DO MEL COM
AÇÃO EXPECTORANTE



103870

ALÍVIO EM 2 MINUTOS, PARA
DORMIR ATÉ 8 HORAS



404340

ENVOLVE, INATIVA E
ELIMINA O VÍRUS
DO RESFRIADO



404432

PEDIÁTRICO COM
AÇÃO EXPECTORANTE



404342

"VICK PRIMEIRA PROTEÇÃO® Produto para saúde notificado na ANVISA. M.S. 8.0147.379.001. VICK VAPORUB® (levomentol, cânfora e óleo de eucalipto). Indicações: é destinado ao alívio da tosse e do mal-estar muscular que acompanham gripes e resfriados, além da congestão nasal. M.S. 1.2142.0009. XAROPE VICK® (guaifenesina). Indicação: expectorante destinado ao tratamento da tosse em gripes e resfriados. M.S. 1.2142.0015. SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO."



Confira as últimas novidades

Fórmula balanceada desenvolvida para atender as necessidades nutricionais dos homens.



Possui níveis ajustados de vitaminas e minerais para a saúde da mulher.

▲
Cód. 717713
7896015592950
CENTRUM
HOMEM C/ 60
COMP ESSEN

▲
Cód. 717712
7896015592943
CENTRUM
HOMEM C/ 30
COMP ESSEN

▲
Cód. 717714
7896015592974
CENTRUM
MULHER C/ 60
COMP ESSEN

▲
Cód. 717681
7896015592967
CENTRUM
MULHER C/ 30
COMP ESSEN

L'ORÉAL
PARIS

Sérum preenchedor com 1,5% de ácido hialurônico.

▶ Cód. 717660
7509552845860
REVITALIFT HIALU
PREENCH 30ML



4 vezes mais hidratação e maciez sem pesar.

▶ Cód. 717863
7899706187541
CR ELSEVE HIDR
HIALU NOTURN 200G



NUTRICIA
LIFE-TRANSFORMING NUTRITION

Fórmula infantil de seguimento para crianças de primeira infância.



▲
Cód. 705277
7891025107910
APTANUTRI
PREMIUM 3 800G

O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: APÓS OS 6 (SEIS) MESES DE IDADE, CONTINUE AMAMENTANDO SEU FILHO E OFEREÇA NOVOS ALIMENTOS.

O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: O ALEITAMENTO MATERNO EVITA INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ OS 2 (DOIS) ANOS DE IDADE OU MAIS.

CONFIRA A DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE

que chegaram na Panpharma

Megalabs



Fotoproteção inteligente, ideal para peles mais expostas à radiação solar.

Cód. 717719
7896026171250
P SOLAR UMBRELLA
FLUIDO F50 50G

TheraSkin®
Harmonia na pele

Sérum anti-idade para rosto, colo e pescoço.

Cód. 7717870
7897129304576
EURYALE QR GEL CR
SERUM NOIT 50G



Pierre Fabre



Indicado para pele oleosa a acneica.

Cód. 717687
3282770139228
Avene Cleanance
Intense 150G

Shampoo dermatológico que combate a caspa.

Cód. 717710
3282770143935
DOCTOR PLUS SH
ANTI CASPA 120ML



Abbott

Vitamina D que dissolve na boca.†

†Folheto Sof D Go.



Cód. 717761
7891158105364
SOF D GO 1.000UI
C/30 COMP

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

SOF D 10000UI (COLECALCIFEROL) Indicação: SOF D é um medicamento à base de vitamina D3 (colecalférol), indicado para a prevenção e tratamento auxiliar da osteoporose, na desmineralização óssea pré e pós-menopausa (perda de componentes que atuam na formação e densidade dos ossos), raquitismo (enfraquecimento dos ossos devido a deficiência de vitamina D), osteomalácia (enfraquecimento e desmineralização dos ossos em adultos) e prevenção no risco de quedas e fraturas. Contraindicação: 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:1055303840172.

CONFIRA A DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE

A Panpharma mantém você atualizado

Confira a lista dos produtos mais vendidos (em valores) no mercado farmacêutico que você encontra na Panpharma.

| | CÓD. | DESCRIÇÃO | INDÚSTRIA |
|----|--------|----------------------------------|--------------|
| 1 | 100266 | ARADOIS 50MG C/30 COMP | BIOLAB |
| 2 | 303741 | TADALAFILA 5MG C/30 COMP EUR | EUROFARMA |
| 3 | 107250 | SAXENDA 6MG/ML C/3 | NOVO NORDISK |
| 4 | 302229 | SINVASTATINA 20MG C/30 COMP SAN | SANDOZ |
| 5 | 105063 | XARELTO 20MG C/28 COMP | BAYER |
| 6 | 304021 | TADALAFILA 20MG C/4 COMP EUR | EUROFARMA |
| 7 | 110568 | OZEMPIC 1MG + 4 AG NOVOFINE 4MM | NOVO NORDISK |
| 8 | 106926 | DORFLEX C/300 COMP | SANOFI |
| 9 | 106447 | JARDIANCE 25MG X 30CPRS | BOEHRINGER |
| 10 | 303224 | PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP EUR | EUROFARMA |
| 11 | 110567 | OZEMPIC 0,25MG/0,5MG + 6 AG 4MM | NOVO NORDISK |
| 12 | 105806 | FORXIGA 10MG C/30COMP | ASTRAZENECA |
| 13 | 301663 | LOSARTANA POTAS 50MG C/30 CP EMS | EMS |
| 14 | 402970 | DORFLEX C/36 COMP | SANOFI |
| 15 | 101870 | INSULINA NOVOLIN N 100UI 10ML | NOVO NORDISK |
| 16 | 110683 | GLYXAMBI 25+5MG C/30 COMP REV | BOEHRINGER |
| 17 | 105730 | VICTOZA 6 MG 2 CARP+2 SIST APLIC | NOVO NORDISK |
| 18 | 100092 | ALENIA 12/400MCG C/60 CAPS REFIL | ACHE |
| 19 | 100061 | AEROLIN SPRAY C/200 DOSES | GSK |
| 20 | 400206 | BUSCOPAN COMPOST C/20 COMP (NOVO | HYPERA |
| 21 | 708087 | NINHO FASES 1+PREBIO 800G | NESTLE |
| 22 | 302232 | SINVASTATINA 40MG C/30 COMP SAN | SANDOZ |
| 23 | 302831 | PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP BIO | ACHE |
| 24 | 105065 | XARELTO 15MG C/28 COMP REV | BAYER |
| 25 | 106994 | XIGDUO XR 5MG/1000MG C/ 60 COMP | ASTRAZENECA |
| 26 | 300277 | ATENOLOL 25 MG C/30 COMP SAN | SANDOZ |
| 27 | 300717 | CITR SILDENAFILA 50MG C/4CP EUR | EUROFARMA |
| 28 | 100388 | AVAMYS SPR NASAL C/120 DOSES | GSK |
| 29 | 400961 | NOVALGINA 1G C/10 COMP | SANOFI |
| 30 | 300393 | BISSUL CLOPIDOGREL 75MG 28CP SAN | SANDOZ |
| 31 | 104722 | TRAYENTA 5MG C/30 COMP | BOEHRINGER |
| 32 | 100830 | CLEXANE 40MG 10SP 0,4ML+SIST SEG | SANOFI |
| 33 | 106993 | XIGDUO XR 10MG/1000MG C/30 COMP | ASTRAZENECA |
| 34 | 302806 | ISOTRETINO VALE 20MG30CPS C2 VAL | VALEANT |
| 35 | 102985 | QLAIRA BLISTER C/28 COMP | BAYER |
| 36 | 103933 | XARELTO 10MG C/30 COMP | BAYER |
| 37 | 301664 | LOSARTANA POTAS 50MG C/30 CP EUR | EUROFARMA |
| 38 | 301988 | PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP MED | MEDLEY |
| 39 | 302161 | ROSUVASTATINA CAL 20MG 30CP EMS | EMS |
| 40 | 105252 | COMBODART C/30 CAPS | GSK |
| 41 | 304242 | PREGABALINA 75MG 30CAPS MED C1 | MEDLEY |
| 42 | 105357 | PROLOPA BD 125MG C/30 COMP | ROCHE |
| 43 | 106807 | TRULICITY 1.5MGX2 SER 0,5MLX2CAN | LILLY |
| 44 | 400501 | EPOCLER ABACAXI C/60 FLAC 10ML | HYPERA |
| 45 | 303282 | OX ESCITALOP 10MG 30CP C1 EUR | EUROFARMA |

| | CÓD. | DESCRIÇÃO | INDÚSTRIA |
|-----|--------|-----------------------------------|-------------------|
| 46 | 100224 | ANNITA 500MG C 6COMP | FQM GRUPO |
| 47 | 302526 | ROSUVASTATINA CAL 20MG 30CP SAN | SANDOZ |
| 48 | 107763 | DONAREN RET 150MG C/30 COMP C1 | APSEN |
| 49 | 106583 | NESINA 25MG COM 30CPR | MANTECORP FARMASA |
| 50 | 400484 | ENGOV 25X6 COMP | HYPERA |
| 51 | 301854 | NIMESULIDA 100MG C/12 COMP EUR | EUROFARMA |
| 52 | 106173 | COMBODART C/ 90CAPS | GSK |
| 53 | 302524 | ROSUVASTATINA CAL 10MG 30CP SAN | SANDOZ |
| 54 | 107774 | DEXILANT 60 MG 60CAP LIB PROL | TAKEDA |
| 55 | 103551 | TORAGESIC SUBL 10MG C/10 COMP | EMS |
| 56 | 103181 | SELENE C/63 COMP NOVO | EUROFARMA |
| 57 | 302160 | ROSUVASTATINA CAL 10MG 30CP EMS | EMS |
| 58 | 300304 | ATORVASTATINA CALC 40MG 30CP EMS | EMS |
| 59 | 702619 | NAN COMFOR 1 F.I NESTLE 800G | NESTLE |
| 60 | 104352 | VENVANSE 30MG 28 CAP GEL A3 | TAKEDA |
| 61 | 705310 | APTAMIL 2 800G | DANONE BABY NUTRI |
| 62 | 301666 | LOSARTANA POTAS 50MG C/30CP GMD | GERMED |
| 63 | 103193 | SELOZOK 50MG C/30COMP LIB CONT | ASTRAZENECA |
| 64 | 107192 | SOMALGIN CARDIO 100MG 60 COMP REV | EMS |
| 65 | 401150 | SAL DE FRUTA ENO TRAD C/60 ENV 5G | GSK |
| 66 | 301670 | LOSARTANA POTAS 50MG C/30 CP MED | MEDLEY |
| 67 | 304663 | CLORID NARATRIPT 2,5MG 10CPR NQ | NOVA QUIMICA |
| 68 | 402641 | HYLO GEL 10ML NOVO | PFIZER |
| 69 | 305972 | CETOPROFENO 150MG C/10 COMP EUR | EUROFARMA |
| 70 | 302733 | CLOR SERTRALINA 50MG 30CP C1 EUR | EUROFARMA |
| 71 | 401262 | TARGIFOR C EFV C/16 COMP | SANOFI |
| 72 | 109575 | VELIJA 60MG C/60 CAPS C1 | LIBBS |
| 73 | 300252 | ANASTROZOL 1MG C/30 COMP EUR | EUROFARMA |
| 74 | 101250 | DRAMIN B-6 C/30 COMP | MANTECORP FARMASA |
| 75 | 105864 | LANTUS SOLOSTAR 1X3 ML | SANOFI |
| 76 | 300044 | ACETILCISTEINA 600MG C/16ENV EMS | EMS |
| 77 | 106211 | TRESIBA FLEXTOUCH 100UI 1X3 ML | NOVO NORDISK |
| 78 | 401388 | VICK VAPORUB 12G C/24 | PROCTER & GAMBLE |
| 79 | 704356 | NAN COMFOR 2 F.I NESTLE 800G | NESTLE |
| 80 | 302873 | ESOMEPRAZOL 40MG C/28 COMP ASTRA | MEDLEY |
| 81 | 702633 | NESTOGENO 2 F.I NESTLE 800G | NESTLE |
| 82 | 300659 | CETOPROFENO 100MG C/20 COMP MED | MEDLEY |
| 83 | 104355 | VENVANSE 70MG 28 CAP GEL A3 | TAKEDA |
| 84 | 107775 | DEXILANT 60 MG 30CAP LIB PROL | TAKEDA |
| 85 | 105821 | DAFLON 1000 MG C/30 COMP | SERVIER |
| 86 | 303024 | ESOMEPRAZOL 40MG C/28 COMP EMS | EMS |
| 87 | 109834 | XULTOPHY 3,6 MG/ML C/1 SIST APL | NOVO NORDISK |
| 88 | 400149 | BENEGRIP 500MG 25X6 COMP - NOVO | HYPERA |
| 89 | 306400 | HEM ZOLPIDEM 10MG 30CP BIC1 SAN | SANDOZ |
| 90 | 402082 | LACRIFILM COL 10ML | UNIAO QUIMICA |
| 91 | 402041 | NEOSALDINA C/30 DRG | HYPERA |
| 92 | 107760 | FLANCOX 500MG C/14 COMP REV | APSEN |
| 93 | 100793 | CLAVULIN BD 875MG C/14 COMP | GSK |
| 94 | 103069 | REUQUINOL 400MG C/30 COMP | APSEN |
| 95 | 102675 | PANTOGAR C/90 CAPS | BIOLAB |
| 96 | 400930 | NEOSALDINA C/20 DRG NOVO | HYPERA |
| 97 | 705609 | ENTEROGERMINA 5ML X 10 FRC | SANOFI |
| 98 | 103913 | VONAU FLASH 8MG C/10 COMP | BIOLAB |
| 99 | 400204 | BUSCOFEM 400MG C/10 CAPS | HYPERA |
| 100 | 101192 | DIOVAN 160MG C/28 COMP | NOVARTIS |

A Panpharma mantém você atualizado

Confira a lista dos 10 produtos mais vendidos (em valores) por categoria que você encontra na Panpharma.

| | CÓD. | DESCRIÇÃO | INDÚSTRIA | | CÓD. | DESCRIÇÃO | INDÚSTRIA |
|------------------------|--------|-----------------------------------|-------------------|--------------|--------|------------------------------------|-------------------|
| 10+ Dermocosméticos | 102675 | PANTOGAR C/90 CAPS | BIOLAB | Nutrição | 708087 | NINHO FASES 1+PREBIO 800G | NESTLE |
| | 710660 | EXIMIA FORTALIZE KERA D 30COMP | FQM GRUPO | | 702619 | NAN COMFOR 1 F.I NESTLE 800G | NESTLE |
| | 714726 | ANTHE AIR FP70 50G NOVO | LA ROCHE-POSAY | | 705275 | APTAMIL 1 800G | DANONE BABY NUTRI |
| | 107189 | PANT 50MG/ML SPR50ML | ACHE | | 705310 | APTAMIL 2 800G | DANONE BABY NUTRI |
| | 716451 | ANTHE AIRL CLARA FPS70 40G | LA ROCHE-POSAY | | 704356 | NAN COMFOR 2 F.I NESTLE 800G | NESTLE |
| | 705636 | IMECAP HAIR C/60 CAPS | FQM GRUPO | | 702633 | NESTOGENO 2 F.I NESTLE 800G | NESTLE |
| | 713872 | EFFACLAR GEL CONCENTRADO 300GR | LA ROCHE-POSAY | | 707618 | NUTREN SENIOR PO 740G | NESTLE |
| | 715341 | SALICYLI C10 30ML | LA ROCHE-POSAY | | 707081 | MILNUTRI COMPOSTO LACTEO 800G | DANONE BABY NUTRI |
| | 714181 | CERAVE LOCAO HIDRATANTE 473ML | LOREAL | | 705277 | APTANUTRI PREMIUM 3 800G | DANONE BABY NUTRI |
| | 400782 | LOCERYL ESMALTE 5% 2,5ML | GALDERMA | | 706633 | NAN COMFOR 3 800G | NESTLE |
| 10+ Diabetes | 101681 | GLIFAGE XR 500MG C/30 COMP | MERCK SERONO | Conveniência | 705396 | VALDA FRIENDS PAST S/ACUC 30X25G | CANONNE |
| | 110568 | OZEMPIC 1MG + 4 AG NOVOFINE 4MM | NOVO NORDISK | | 706472 | VALDA DIET LATA DISPLAY 10X50 GR | CANONNE |
| | 106447 | JARDIANCE 25MG X 30CPRS | BOEHRINGER | | 706465 | VALDA LATA DISPLAY 10X50GR | CANONNE |
| | 110567 | OZEMPIC 0,25MG/0,5MG + 6 AG 4MM | NOVO NORDISK | | 705400 | VALDA TABLETE POTE C/200 UN | CANONNE |
| | 105806 | FORKIGA 10MG C/30COMP | ASTRAZENECA | | 714421 | ADOC ZERO CAL LIQ SUCRA 100ML L2 | HYPERA |
| | 101870 | INSULINA NOVOLIN N 100UI 10ML | NOVO NORDISK | | 715556 | VALDA MAIS LATA C/10 50GR | CANONNE |
| | 110683 | GLYXAMBI 25+5MG C/30 COMP REV | BOEHRINGER | | 709339 | VALDA C SACHET 18X24G | CANONNE |
| | 105730 | VICTOZA 6 MG 2 CARP+2 SIST APPLIC | NOVO NORDISK | | 714847 | VALDA C LATA 10X50G | CANONNE |
| | 106994 | XIGDUO XR 5MG/1000MG C/ 60 COMP | ASTRAZENECA | | 705249 | ADOC ADOCYL STEVIA LIQ 80ML | HYPERA |
| | 104722 | TRAYENTA 5MG C/30 COMP | BOEHRINGER | | 705465 | VALDA PAST SACHE 12X12G | CANONNE |
| 10+ Genéricos | 303741 | TADALAFILA 5MG C/30 COMP EUR | EUROFARMA | OTC | 106926 | DORFLEX C/300 COMP | SANOFI |
| | 302229 | SINVASTATINA 20MG C/30 COMP SAN | SANDOZ | | 402970 | DORFLEX C/36 COMP | SANOFI |
| | 304021 | TADALAFILA 20MG C/4 COMP EUR | EUROFARMA | | 400206 | BUSCOPAN COMPOST C/20 COMP (NOVO) | HYPERA |
| | 303224 | PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP EUR | EUROFARMA | | 400961 | NOVALGINA 1G C/10 COMP | SANOFI |
| | 301663 | LOSARTANA POTAS 50MG C/30 CP EMS | EMS | | 400501 | EPOCLER ABACAXI C/60 FLAC 10ML | HYPERA |
| | 302232 | SINVASTATINA 40MG C/30 COMP SAN | SANDOZ | | 400484 | ENGOV 25X6 COMP | HYPERA |
| | 302831 | PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP BIO | ACHE | | 401150 | SAL DE FRUTA ENO TRAD C/60 ENV 5G | GSK |
| | 300277 | ATENOLOL 25 MG C/30 COMP SAN | SANDOZ | | 402641 | HYLO GEL 10ML NOVO | PFIZER |
| | 300717 | CITR SILDENAFILA 50MG C/4CP EUR | EUROFARMA | | 401262 | TARGIFOR C EFV C/16 COMP | SANOFI |
| | 300393 | BISSUL CLOPIDOGREL 75MG 28CP SAN | SANDOZ | | 401388 | VICK VAPORUB 12G C/24 | PROCTER & GAMBLE |
| 10+ HB | 716914 | OXIMETRO DE PUL OX-06 MULTILASER | MULTILASER | RX | 100266 | ARADOIS 50MG C/30 COMP | BIOLAB |
| | 708343 | BEPANTOL BABY 100G + 20G | BAYER | | 107250 | SAXENDA 6MG/ML C/3 | NOVO NORDISK |
| | 710363 | BEPANTOL BABY 30G 15% OFF | BAYER | | 105063 | XARELTO 20MG C/28 COMP | BAYER PHARMA |
| | 714729 | CR NIVEA FAC ANTSSINAIS 100G | BEIERSDORF | | 100092 | ALENIA 12/400MCG C/60 CAPS REFIL | ACHE |
| | 702752 | PERIOGARD S/ ALCOOL 250ML | COLGATE PALMOLIVE | | 100061 | AEROLIN SPRAY C/200 DOSES | GSK |
| | 717317 | CR NIVEA FAC HIDRATANTE GEL 100G | BEIERSDORF | | 105065 | XARELTO 15MG C/28 COMP REV | BAYER |
| | 707906 | TESTE GRAV CLEARBLUE DIGITAL | PROCTER & GAMBLE | | 100388 | AVAMYS SPR NASAL C/120 DOSES | GSK |
| | 701965 | FIO DENT J&J ESSENC MENTA C/100M | JOHNSON JOHNSON | | 100830 | CLEXANE 40MG 10SP 0,4ML+SIST SEG | SANOFI |
| | 700784 | COREGA PO LC 22G | GSK | | 110842 | PATZ SL BLISTER 5MG C/30 COMP B1C1 | EMS |
| | 700461 | P SOLAR SUNDOWN ECON FPS50 200ML | JOHNSON JOHNSON | | 102985 | QLAIRA BLISTER C/28 COMP | BAYER |



ABRILAR[®]

extrato seco de *Hedera helix*

NOVO

L-MENTOL

TECNOLOGIA FRESH MINT

111938

- SEM álcool^{5,6}
- SEM açúcar^{5,6}
- SEM INTERAÇÃO medicamentosa^{5,6}



ALÍVIO IMEDIATO DA TOSSE¹
 Formulação exclusiva da Hedera helix EA 575 com L-Mentol⁵

TRIPLA AÇÃO

- EXPECTORANTE⁷
- MUCOLÍTICO^{3,8}
- BRONCODILATADOR^{3,7}

MAIOR ADESÃO do paciente adulto²

CONTRAINDICAÇÕES: HIPERSENSIBILIDADE AOS COMPONENTES DA FÓRMULA. INTERAÇÕES MEDICAMENTOSAS: NÃO HÁ RELATOS DE INTERAÇÕES MEDICAMENTOSAS ATÉ O MOMENTO.

Abrilar® (Hedera helix L.), Apresentação: Xarope - embalagem contendo 100mL ou 200mL, com copo-medida, Abrilar xarope sabor menta - embalagem contendo 100mL ou 200mL, com copo-medida, Indicações: Abrilar® é indicado para o tratamento sintomático de doenças broncopulmonares inflamatórias agudas e crônicas associadas a aumento de secreções e/ou broncospasmo (contração do músculo brônquico), Contra-indicações: Hipersensibilidade aos componentes da fórmula, Pacientes com conhecida hipersensibilidade a qualquer um dos componentes da fórmula, Advertências e precauções: Abrilar® contém em sua fórmula sorbitol, que é metabolizado no organismo em frutose, O seu médico deverá avaliar se a indicação se faz conveniente caso você tenha intolerância a esta substância; Você deve consultar o seu médico caso tenha mal-estar persistente ou aparecimento de insuficiência respiratória, febre, expectoração purulenta ou com sangue, Ainda que os estudos não tenham demonstrado alterações nos pacientes idosos, é sempre recomendável um acompanhamento médico rigoroso a estes pacientes, Este medicamento não deve ser utilizado por mulheres grávidas sem orientação médica ou do cirurgião-dentista, Interações medicamentosas: Não há relatos de interações medicamentosas até o momento, Reações adversas: Abrilar® pode provocar um ligeiro efeito laxante, provavelmente vinculado à presença de sorbitol em sua fórmula, Não há evidências de riscos à saúde ou reações adversas após o uso das doses recomendadas, entretanto existe um potencial moderado, em indivíduos predispostos, para sensibilização por contato cutâneo, Posologia: Crianças entre 2 anos e 7 anos de idade - 2,5ml três vezes ao dia, Crianças acima de 7 anos - 5 ml três vezes ao dia, Adultos - 7,5ml três vezes ao dia, A duração do tratamento depende do tipo e da gravidade do quadro clínico, O tratamento deve durar o mínimo de uma semana, devendo ser mantido durante dois a três dias após a diminuição dos sintomas, de forma a assegurar a manutenção da eficácia, A dose máxima ao dia recomendada é de o triplo da prevista em posologia, M.S.: 1.0390,0141, VENDA SOB PRESCRIÇÃO MÉDICA, SAC 0800 025 0110, Para ver o texto de bula na íntegra, acesse o site www.fqmgrupo.com.br, Material destinado exclusivamente aos profissionais de saúde habilitados a prescrever e dispensar medicamentos.

Referências bibliográficas: 1. SANTORO JÚNIOR, M. Avaliação de Hedera helix como expectorante em pacientes com tosse produtiva-estudo multicêntrico com avaliação de 5.850 pacientes. Rev.Bras.med. 62(1/2):47-52, 2005, 2. The Pharmaceutics and Compounding Laboratory, Aesthetic Considerations of Oral Liquid Dosage Forms [Internet]. Acessado em: 6 jan 2021. Disponível em: <https://pharmlabs.unc.edu/labs/aesthetic/palatability.html>, 3. FAZIO, S. et al. Tolerance, safety and efficacy of Hedera helix extract in inflammatory bronchial diseases under clinical practice conditions: a prospective, open, multicentre postmarketing study in 9657 patients. Phytomedicine, v. 16, n. 1, p. 17-24, 2009, 4. SIEBEN, A et al. α-Hederin, but Not Hederacoside C and Hederagenin from Hedera helix, Affects the Binding Behavior, Dynamics, and Regulation of β2-Adrenergic Receptors. Biochemistry, v. 48, n. 15, p. 3477-3482, 2009, 5. Informação do fabricante Engelhard, 6. Bula do produto Abrilar®, 7. Lang C, et al, Planta Med 2015;81:968-974, Supported by Engelhard Arzneimittel GmbH & Co. KG, 8. Runkel F, et al., Pharmazeutische Zeitung 2005;15:0419-25.

0800 025 0110
 sac@fqm.com.br

MAR/2021

Material destinado exclusivamente aos profissionais de saúde habilitados a prescrever e dispensar medicamentos.



MAREIS 2%[®]

cloreto de sódio 2,0%
 Solução cloreto de sódio

HT

Dupla exclusividade:
 único hipertônico a
 2% em jato contínuo
 no Brasil ³

LANÇAMENTO!

MAREIS HIPERTÔNICO



EXCELENTE TOLERABILIDADE²
 MENOR ARDOR QUANDO
 COMPARADO A SOLUÇÃO
 SALINA A 3%².

SEGURO E EFICAZ
 NO TRATAMENTO
 ADJUVANTE DA RINITE⁴

**REDUZ O EDEMA DA MUCOSA
 NASAL DESCONGESTIONANDO
 O NARIZ^{1,2}**



Maresis 2% (cloreto de sódio), Indicações: fluidificante das secreções nasais, descongestionante e umidificante da mucosa nasal. Pode ser utilizado também para higienização (limpeza) nasal diária e em quaisquer outras condições de ressecamento da mucosa nasal, como baixa umidade do ar, exposição ao ar condicionado e poluição, SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO, MAREIS 2% É UM MEDICAMENTO, SEU USO PODE TRAZER RISCOS, PROCURE O MÉDICO E O FARMACÊUTICO, LEIA A BULA, M.S.: 1.0390.0203.001-3, Farmoquímica S/A, CNPJ 33.349.473/0001-98, SAC 0800 025 01 10, Para ver o texto de bula na íntegra, acesse o site www.fqm.com.br, Material destinado exclusivamente aos profissionais de saúde habilitados a prescrever e dispensar medicamentos, Referência: 1. Bula do produto, 2. Wilkman, C et al. Comparison between Normal Saline and Buffered Hypertonic Saline After Endoscopic Sinus Surgery, Int Archives of Otorhinolaryngology;6(2):98-102, 2002, 3. IONIA PMB MAT08/2019 4. Sinha ON, Deswal M. Comparing hypertonic saline and xylometazoline in allergic rhinitis. Int J Res Med Sci. 2015;3(12):3620-3623

0800 025 0110
 sac@fqm.com.br

Mar/2021

Material destinado exclusivamente à profissionais da saúde habilitados a prescrever e dispensar medicamentos



LANÇAMENTO EXCLUSIVO



NOVAS
APRESENTAÇÕES

100 ml



Ureadin®
Gel de Banho

A hidratação começa no banho

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

EAN: 8429420145757
Código: 717845

PREÇO SUGERIDO AO CONSUMIDOR
R\$ 24,90



Ureadin® 10
Loção

Hidratação intensa

Rápida absorção
24 horas de hidratação

EAN: 8429420215504
Código: 717886

PREÇO SUGERIDO AO CONSUMIDOR
R\$ 27,90

Exclusivo para o canal indireto

Pele hidratada. Pele **Ureadin®**

A hidratação que você sente na pele

ISDIN
LOVE YOUR SKIN