

A MARCA  DO MUNDO¹
apresenta



405198



720401

O ALIADO CERTO PARA
DORMIR MELHOR²

O SEU PDV

O público feminino representa cerca de 65% dos consumidores do varejo farmacêutico.

ESPAÇO NA FARMÁCIA

O varejo farmacêutico é o canal mais importante para o setor quando se fala em fitoterápicos.

EM FOCO

Existem diversas opções de contraceptivos disponíveis no mercado, sendo que as mais utilizadas são as pílulas e os preservativos. Saber orientar os consumidores na farmácia é um grande diferencial.

Pedido Eletrônico

ePan

+ agilidade e autonomia



Download no site
www.panpharma.com.br



Suporte ePan
0800 702 1700



Baixe também
o ePan Mobile!

1. Fonte: Euromonitor International Limited; de acordo com Consumer Health edição 2022; Indutores do Sono, todos os canais, preço de venda no retalho, dados Global Brand Name ZzzQuil de 2021. 2. De acordo com a bula do produto SonoZzz (Passiflora incarnata L.) * Rápida absorção: de acordo com forma farmacêutica sublingual que não sofre metabolismo de primeira passagem hepática. Kester, M. Pharmacokinetics. Elsevier's Integrated Review Pharmacology (Second Edition), 2012, Pages 1-15. SonoZzz (Passiflora incarnata L.) - Indicações: tratamento da ansiedade leve, como estados de irritabilidade, agitação nervosa, tratamento de insônia e distúrbios da ansiedade. M.S. 1.2142.0674. SonoZzz é um medicamento. Durante seu uso, não dirija veículos ou opere máquinas, pois sua agilidade e atenção podem estar prejudicadas. SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. SonoZzz MELATONINA NÃO CONTEM GLÚTEN. Agosto/2022.

ENAVO ODT

cloridrato de ondansetrona di-hidratado

Antiemético indicado para tratamento e sintomas de **ENJOOS, NÁUSEAS e VÔMITOS¹**.



**TECNOLOGIA
ORODISPERSIVA
EXCLUSIVA**

**DISSOLUÇÃO NA BOCA
EM SEGUNDOS¹**

Sabor
**CEREJA
E MENTA**

MAIS PALATÁVEL¹

ENAVO ODT **4MG** C/10 COMP ORO
EAN: 7894916516303 - Cód. 111311

ENAVO ODT **8MG** C/10 COMP ORO
EAN: 7894916516310 - Cód. 111330

ENAVO ODT **4MG** C/40 COMP ORO
EAN: 7894916514972 - Cód. 112520

ENAVO ODT **8MG** C/40 COMP ORO
EAN: 7894916514941 - Cód. 112521

Lembre-se, a indicação já vem no nome **ENAVO ODT**.

REFERÊNCIAS: 1 - Bula do produto. ENAVO ODT® (cloridrato de ondansetrona di-hidratado). APRESENTAÇÕES: ENAVO comprimido orodispersível de 4 mg. Embalagem contendo 10, 20, 40, 60, 100*, 240** ou 480** comprimidos. ENAVO comprimido orodispersível 8 mg. Embalagem contendo 10, 20, 40, 60, 100*, 240** ou 480** comprimidos. *embalagem fracionável **embalagem hospitalar. USO ORAL. USO ADULTO E PEDIÁTRICO ACIMA DE 2 ANOS. INDICAÇÕES: ENAVO ODT® é indicado na prevenção e tratamento de náuseas e vômitos em geral. CONTRAINDICAÇÕES: O produto não deve ser usado em pacientes com hipersensibilidade aos componentes da fórmula. Contraindicado o uso concomitante com cloridrato de apomorfina, devido ao risco de hipotensão profunda e perda da consciência. Recomenda-se a administração desse medicamento para crianças acima de 2 anos de idade. Registro MS nº: 1.0235.1513 "SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO".





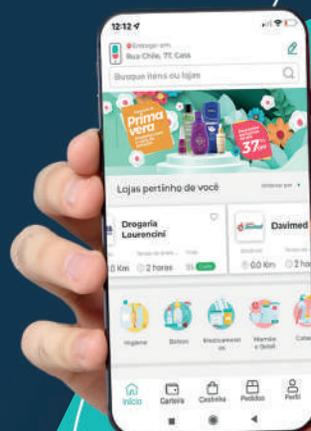
Pensou em farmácia? **APP**
Farmácias

A extensão da
sua loja
na internet!

Farmácias APP é um aplicativo
de delivery que conecta farmácias
e pessoas em todo o Brasil.

VANTAGENS DO APP

- ✓ Aumento da base de clientes
- ✓ Complemento do Ticket médio
- ✓ Audiência qualificada
- ✓ Exposição de marca para mais de 100k de usuários



Aponte sua
câmera



Baixe o APP

Não fique de fora!

Integrado com os maiores e mais qualificado
Sistemas ERPs



Digi!farma
Sistema Integrado para Farmácias

CONSYS
CONSULTORIA & SISTEMAS

Trier
SISTEMAS

PROSYSTEM
SISTEMAS

interativa

INFARMA
SISTEMAS DE GESTÃO

RCA SISTEMAS

PROCFIT
GESTÃO ORIENTADA A PROCESSOS

Automatiza
SISTEMAS

Alpha
SOFTWARE



CRENCIE SUA LOJA HOJE MESMO!

Acesse www.farmaciasapp.com.br/parceiros e siga o passo a passo.



MARKETING
Nathalia Satt
Camila Ramos
Rosimeire Oliveira

PROJETO GRÁFICO
Thatto Comunicação

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Lígia Favoretto – MTB: 49.748/SP

FALE CONOSCO
faleconosco.sac@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.

editorial

MULHERES: PRINCIPAL PÚBLICO DAS FARMÁCIAS!

As mulheres representam a maioria em relação ao consumo no varejo farmacêutico. Além disso, sabe-se que a mulher também possui um papel muito importante quando o assunto é o desenvolvimento da saúde de familiares, liderando as compras de medicamentos ou produtos com este objetivo. Soma-se a isto, o fato de também serem responsáveis por compras de dermocosméticos e maquiagem para uso próprio.

Assim, nesta edição da Revista Panpharma, preparamos uma reportagem especial que mostra que no momento da compra, elas levam em consideração o perfil de cada um, optando por produtos que tragam benefícios que atendam suas necessidades. Para isso, é preciso analisar o tipo de pele ou cabelo, a rotina, as idades, as restrições, entre outros fatores.

O público feminino preza por um atendimento especializado, consultivo e de qualidade. As mulheres costumam pesquisar bastante e precisam sentir a confiança necessária em relação à segurança e eficácia do produto, afinal, estão comprando algo para elas ou para algum ente querido.

Conhecer suas necessidades e saber exatamente o que querem dentro do ponto de venda (PDV) são fatores imprescindíveis.

Pegando o gancho do poder que as mulheres têm, a seção Em Foco traz um panorama sobre a importância da contracepção, que precisa ser pensada como um sinônimo de saúde, principalmente na vida delas.

**Tudo isso e muito mais!
Boa leitura!**



EPAN MOBILE

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





O SEU PDV

O público feminino representa cerca de 65% dos consumidores do varejo farmacêutico. Se as mulheres são, em sua maioria, consumidoras, além de lhes dar atenção, é preciso entender que cada uma possui particularidades e preferências e focar nas suas necessidades.

<10



6

ESPECIAL GC

A procura por dermocosméticos aumenta no verão, mas as vendas não precisam cessar nas outras estações. Saber expor os produtos é essencial para conquistar o *shopper*.



16 >

EM FOCO

Existem diversas opções de contraceptivos disponíveis no mercado, sendo que as mais utilizadas são as pílulas e os preservativos. Saber orientar os consumidores na farmácia é um grande diferencial.



19 >

ATUALIDADE

Os analgésicos devem ficar agrupados no autosserviço da farmácia de acordo com o tipo de dor, para que o *shopper* tome a decisão da compra baseado no que ele quer aliviar.



22

AS 10+

ESPAÇO NA FARMÁCIA <

25

O varejo farmacêutico é o canal mais importante para o setor quando se fala em fitoterápicos. Atualmente, já é possível encontrar espaços específicos para eles dentro das lojas, mudança que aconteceu, principalmente, nos últimos três anos.



As vendas de vitaminas cresceram exponencialmente após a pandemia do novo coronavírus. É possível perceber que os consumidores estão mais preocupados com a sua saúde.

DERMO + VERÃO

uma combinação perfeita!

A procura por dermocosméticos aumenta no verão, mas as vendas não precisam cessar nas outras estações do ano. Saber expor os produtos é essencial para conquistar o shopper

Durante o verão, os cuidados com a pele são redobrados e, consequentemente, a procura por dermocosméticos cresce, o que faz com que o varejo farmacêutico precise se preparar para a demanda, aumentando seu estoque, ou seja, dermocosmético alavanca a venda de itens de verão e vice-versa.

“A produtividade de gôndola e a otimização de sortimento em loja são grandes aliados para uma execução de excelência, redução de inventário e ruptura em loja. O primeiro passo é entender a necessidade do seu consumidor, levando em consideração o valor e os benefícios ofertados. Além

disso, é importante apresentar as novidades para garantir que o cliente tenha a opção de escolha e encontre o que busca. Garantindo estes pontos, o varejista terá as ferramentas necessárias para rentabilizar a loja”, comenta a gerente sênior de *trade* categoria J&J Consumer Health, Camila Decoussau. Segundo a especialista, durante o período de verão, é necessário garantir a visibilidade desta categoria e diversificar a exposição como em ilhas, *displays* de chão, pontas de gôndolas e pontos extras. O varejo também pode explorar canais de comunicação próprios para levar dicas de saúde, inovações, como aproveitar o verão com segurança e opções de combos para o consumidor.

Também é importante, salienta a consultora especializada em varejo farmacêutico, Sílvia Osso, treinar os atendentes para que possam orientar corretamente o *shopper* no momento da compra. Para isso, é necessário:



CONHECER OS PRODUTOS: o vendedor perde a credibilidade e a possibilidade da venda quando um cliente faz perguntas que ele não sabe responder. Ganha-se pontos quando o atendimento é realizado por alguém capacitado, que consiga oferecer uma consultoria mostrando quais os cosméticos apropriados para cada tipo de problema.



O QUE O PRODUTO FAZ: descrever apenas as qualidades técnicas de um produto não garante a venda. Os consumidores não compram dermocosméticos pela composição química, mas pela esperança de ficarem com a aparência saudável. Mostre aos clientes os benefícios do produto.



CONHECER OS CONCORRENTES: o profissional deve conhecer as vantagens em relação aos outros produtos semelhantes, possíveis concorrentes, e deixar isso bem claro ao cliente.



A PESSOA TAMBÉM É MARKETING: o cuidado com a aparência, postura e a maneira como aborda o cliente são essenciais. O sucesso da venda das consultoras de dermocosméticos está no relacionamento com os clientes e na persuasão.

E, mesmo após o verão, os produtos não devem ser eliminados do ponto de venda (PDV). De acordo com Camila, da J&J, o recomendado é somente diminuir seus estoques. “Mesmo com o volume menor de procura, é preciso ter os itens sempre disponíveis; ainda mais agora que o consumidor, tanto o mais jovem quanto o mais maduro, vem aumentando sua conscientização sobre a importância do protetor solar, por exemplo, no seu dia a dia, principalmente em relação ao

protetor solar facial, inclusive há uma tendência de busca por protetores com Fator de Proteção Solar (FPS) mais altos e com mais benefícios para a pele.”

Por fim, para aumentar as vendas, a especialista da J&J afirma ser necessário conhecer o seu cliente e entender seus gostos e comportamentos de compra, depois, entender o papel que cada marca representa para seu consumidor. Então, é necessário avaliar valor e benefícios entregues nos produtos e fazer uma revisão dos itens ofertados, garantindo que o consumidor encontre o que ele busca.

Mix ideal para as pequenas farmácias



O primeiro passo é conhecer o seu cliente e entender seus gostos e comportamentos de compra, depois, entender o papel que cada marca representa para o consumidor. Por fim, é necessário entender o valor e os benefícios entregues nos produtos e fazer uma revisão dos itens ofertados, garantindo que o consumidor encontre o que busca.

A definição de *mix* depende também da localização da farmácia. Um estabelecimento que fique em um bairro nobre de uma grande cidade, tem a probabilidade de ter mais clientes que buscam dermocosméticos e maquiagem, por exemplo. Essa farmácia pode se especializar neste segmento e oferecer inúmeras alternativas de várias marcas.

Farmácias em regiões de turismo também são visitadas por consumidores que necessitam desses produtos e deixaram de comprar em sua cidade de origem ou precisam repor seus “estoques”.

Por outro lado, uma farmácia que fica em um posto de combustível, talvez tenha um público mais generalista e busca por produtos mais voltados à conveniência, como medicamentos e itens de higiene pessoal.

Fontes: gerente sênior de trade categoria J&J Consumer Health, Camila Decoussau; e a consultora especializada em varejo farmacêutico, Sílvia Osso

Como trabalhar os itens na loja por meio do Gerenciamento por Categorias (GC)

Os produtos dermocosméticos dos fabricantes tradicionais são arrumados em espaços a eles destinados, geralmente separados por marca. Em seguida, por tipo de indicação como para pele do rosto, corpo, entre outros.

Nas farmácias que não trabalham com as linhas inteiras, são trabalhados juntos os cremes e loções para o corpo e obedecem a mesma separação: hidratantes e protetores solares.

Em todas as épocas do ano há um local definido no ponto natural da farmácia junto aos demais produtos da categoria e subgrupos. Em épocas sazonais, como o verão, devem ter pontos extras em pontas de gôndolas, caixas expositoras, *clip strips* e outros.

Todo o subgrupo de protetores solares e bronzeadores deve ocupar um espaço de melhor



Foto: Lyndon Stratford/Stock.com

visualização nas gôndolas a eles destinados; obedecendo os critérios dos que mais vendem (Curva ABC) em melhor posição.

A arrumação horizontalizada é mais adequada para as farmácias que têm pouco espaço e produtos; a verticalizada serve apenas para as farmácias que possuem toda a grade de produtos de cada fornecedor.

Fonte: consultora especializada em varejo farmacêutico, Sílvia Osso

Tem na Panpharma:

➤
Cód. 712281
SUNMAX MATTE
AVELUDADO
FPS30 50G



➤
Cód. 717214
NEUTROG
SUNFRESH FAC
OIL F70 40G



➤
Cód. 718709
P SOLAR
CICATRICURE
F50 ANTI 40G



➤
Cód. 707553
ISDIN ACTIVE
UNIFY COLOR
FPS99 50ML

Pedido Eletrônico ePan

Agilidade no
dia a dia das
farmácias!

Quer fazer pedidos rápidos e com facilidade?
Faça uso dos recursos que o **Pedido Eletrônico**
da Panpharma tem para você!

A Panpharma tem como uma de suas principais ferramentas o Pedido Eletrônico – ePan 2.0 – que te ajuda a ter um dia a dia mais ágil e prático. Trata-se de um instrumento de captação de pedidos, que te traz divulgação de ofertas especiais ou produtos em diversas frentes, como:

Tela inicial
do e-Pan



Acesso completo
ao estoque



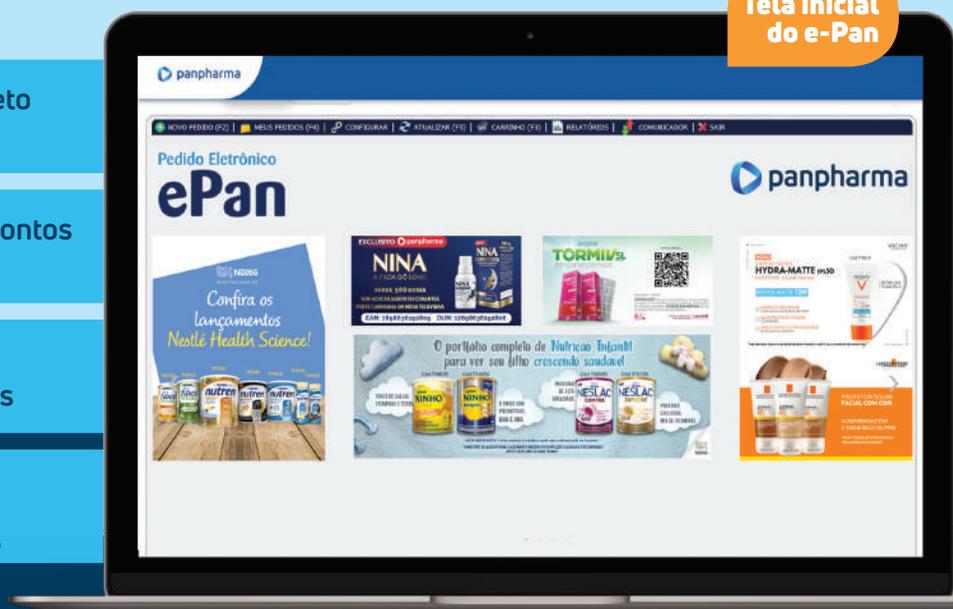
Melhores descontos
e ofertas



Envio de faltas
entre as marcas



Suporte pelo
WhatsApp:
(11) 2185.7254



Faça agora mesmo o download da versão para computador
em nosso site www.panpharma.com.br

Dúvidas? [0800 702 1700](tel:08007021700) de segunda à sexta, das 08h00 às 22h00.

E conte também com o aplicativo
ePan Mobile para abastecer a sua loja.
Baixe já pelo QR Code:



Foto: SouthWorks/istock.com



Mulheres:

público predominante do varejo farmacêutico

As mulheres representam a maioria em relação ao consumo no varejo farmacêutico. Além desta representatividade, sabe-se que a mulher também possui um papel muito importante quando o assunto é o desenvolvimento da saúde de familiares, liderando as compras de medicamentos ou produtos com este objetivo. Soma-se a isto, o fato de também serem responsáveis por compras de dermocosméticos e maquiagem para uso próprio.

Segundo informa a *head* de *trade marketing* de canais da Kenvue, da Johnson & Johnson, Deborah Silva, pesquisas de consumo realmente evidenciam o papel das mulheres como decisoras das compras do lar. “Ao avaliarmos o seu espaço na sociedade, como um todo, apesar de ser

inegável o seu avanço nos últimos anos, é igualmente inegável que esta equidade precisa ser acelerada. E todos nós, poderes público, privado e sociedade somos responsáveis para garantir que isso ocorra com a urgência necessária.”

A executiva afirma que as mulheres representam a maior porção de consumidores de farmácias. Algumas, além de pensarem no bem-estar dos familiares quando adquirem produtos ou medicamentos, também são responsáveis por comprar para si mesmas. “No momento da compra, elas levam em consideração o perfil de cada um, optando por produtos que tragam benefícios que atendam suas necessidades. Para isso, é preciso analisar o tipo de pele ou cabelo, a rotina, as idades, as restrições, entre outros fatores.”

Perfis de mulheres consumidoras nas farmácias

A consultora especializada em varejo farmacêutico, Silvia Osso, lista três tipos de consumidoras das farmácias brasileiras, veja a seguir:



Foto: andresf/stock.com

Despojada

Gasta acima da média das mulheres com produtos de necessidade básica (tanto medicamentos quanto Higiene & Beleza – H&B) e com mais frequência. Se abastece tanto nas lojas físicas quanto nas digitais.



Foto: Geber86/stock.com

Prática

Gasta mais em produtos de consumo de massa e valoriza o custo-benefício dos itens, desde medicamentos até H&B. Por exemplo: a mulher deste perfil é engajada por promoções bem efetuadas, como xampu maior com condicionador menor; pois neste exemplo, acredita-se que o xampu acaba mais rápido, então é possível perceber a vantagem da embalagem. Se abastece tanto nas lojas físicas quanto nas digitais.



Foto: Sgorodnikoff/stock.com

Vaidosa

É a principal cliente de farmácias e drogarias. Gasta acima da média das mulheres com produtos de cuidado pessoal e com frequência maior. Valoriza mais os medicamentos prescritos pelos médicos e dermatologistas ou influenciadores digitais (no caso de H&B). Pesquisa mais nas lojas digitais, mas dá preferência para comprar fisicamente com atendimento personalizado.

Deborah, da Johnson & Johnson, diz ainda que o público feminino preza por um atendimento especializado, consultivo e de qualidade. “As mulheres costumam pesquisar bastante e precisam sentir a confiança necessária em relação à segurança e eficácia do produto, afinal, estão comprando algo para elas ou para algum ente querido.”

O público feminino representa cerca de 65% dos consumidores do varejo farmacêutico. Se as mulheres são, em sua maioria, consumidoras, além de lhes dar atenção, é preciso entender que cada uma possui particularidades e preferências e focar nas suas necessidades



Foto: Dan Dalton/stock.com

Ações especiais com a temática Dia da Mulher

É importante colocar na cabeça que o Dia Internacional da Mulher é uma data importante para o varejo. E repensar o *mix* de produtos vai ajudar a dar aquela estimulada nas vendas.

A data deve ser reverenciada pela sociedade e varejo pela oportunidade de reconhecer a mulher como protagonista da sua história e de fortalecer

as homenagens à ela, em sinal de reconhecimento e gratidão. Em contrapartida, diversas categorias como bem-estar, beleza e *bomboniere* também atendem uma demanda focada no Dia Internacional da Mulher.

A seguir, algumas dicas essenciais para alavancar as vendas na data comemorativa:

1.

Invista em promoções, brindes e até mesmo sorteios de produtos das categorias que mais despertam o interesse das mulheres.

Faça uma recepção para as mulheres que entram na farmácia. Envolve todos os setores, monte um planejamento e deixe esse dia ainda mais marcante e divertido para todos.

2.

3.

Pense em uma decoração para a data que tenha temática voltada para esse público consumidor. A sugestão é iniciar no dia 25 de fevereiro e terminar no dia 10 de março. Use as pontas de gôndolas, como ponto extra; e trabalhe temas como: Cuide da sua beleza. Seus cachos precisam de cuidado? Sua pele, sua imagem; e por aí vai.

4.

Ofereça um serviço especializado como uma massagem rápida, um minicurso sobre pequenos reparos domésticos etc. Monte um espaço na sua loja para uma palestra ou bate-papo sobre autoestima e empoderamento feminino.

5.

É importante aproveitar a oportunidade para fornecer descontos especiais, já que isso também pode influenciar no poder de decisão na hora que elas forem comprar na sua loja.

6.

Cuide da saúde das funcionárias. Ofereça *checkup* médico, tratamentos dentários, nutricionista etc. Quando somos cuidadosos e cuidamos da saúde ficamos bem e produzimos mais.

7.

Que tal mostrar para todos na empresa o que as mulheres estão realizando em cada setor?

Fonte: consultora especializada em varejo farmacêutico, Sílvia Osso



↑
Cód. 715498
SH ELSEVE
LONGO DOS
SONHOS 200ML

↑
Cód. 715460
COND ELSEVE
LONGO
SONHOS 200ML

↑
Cód. 715462
ELSEVE CT
LONGO DO
SONHOS 300GR

Principais necessidades das mulheres em saúde e beleza

As mulheres brasileiras estão entre as mais vaidosas do mundo, segundo um estudo realizado pelo instituto alemão de pesquisas, GfK. Entre os fatores determinantes para a autoestima estão cabelos e pele, por isso, elas estão sempre em busca de produtos que auxiliem na jornada de cuidados diários.

Conquistando cada vez mais espaço na sociedade, conseqüentemente, criando uma rotina mais agitada, as mulheres buscam produtos que, de maneira prática, supram todas as necessidades buscadas por elas em um único produto.

Por isso, é importante abastecer as gôndolas com produtos que tenham fórmulas com componentes que, por meio de um único produto, trazem diversos benefícios e atendem múltiplas necessidades. Isso descomplica o ritual de autocuidado e otimiza o tempo dos consumidores.

Fonte: head de trade marketing de canais da Kenvue, da Johnson & Johnson, Deborah Silva



Foto: Jacob Wackerhausen/Stock.com

As mulheres costumam pesquisar bastante e precisam sentir a confiança necessária em relação à segurança e eficácia do produto, afinal, estão comprando algo para elas ou para algum ente querido

Tem na Panpharma:



↑
Cód. 707014
TINT CASTING
CASTANHO
CLARO 500

↑
Cód. 718814
TINT AMEND MAGNIFIC
CAST NATUR 4

↓
Cód. 714740
CR NIVEA FAC
NUTRITIVO 100G



↑
Cód. 714729
CR NIVEA FAC
ANTISSINAIS
100G

↑
Cód. 714446
FISIOGEL AI
CREME 100G



↑
Cód. 717130
ANTHE XL PROT
FACE CLARA F60
40G



← **Cód. 400204**
BUSCOFEM 400MG
C/10 CAPS

Buscofem. Ibuprofeno. Indicações: tratamento dos sintomas de febre e dores leves e moderadas associadas a gripes e resfriados, dores de garganta, de cabeça, enxaqueca, de dente, nas costas, musculares, articulares e na região abaixo do umbigo, como cólicas menstruais. MS 1.7817.0892.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

AS COMPRAS DA SUA FARMÁCIA PODEM VIRAR PRÊMIOS!



PDV farma

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

* Consulte o regulamento para saber quem pode participar do programa.

PARA GANHAR É MUITO SIMPLES.



COMPRE

produtos para sua farmácia nos distribuidores parceiros.



ACUMULE

pontos com suas compras:
R\$ 1 = 1 ponto



ATINJA

a meta mensal de compras para liberar os pontos.



TROQUE

seus pontos por diversos prêmios do nosso catálogo.

Sua equipe de vendas também pode participar!



E TEM MAIS:



Ofertas e campanhas

Com condições especiais para você pontuar mais.



Treinamentos

Mais capacitação e pontos para você e sua equipe.



Clube de Vantagens

Descontos exclusivos em diversas lojas sem usar seus pontos.

CADASTRE-SE JÁ EM WWW.PDVFARMA.COM.BR



CONTRACEPÇÃO para todos!



A contracepção precisa ser pensada como um sinônimo de saúde, já que no Brasil, ainda existem altos índices de gravidez não planejada e esta realidade está diretamente ligada ao conhecimento e acesso aos métodos contraceptivos. A conscientização sobre a escolha da opção mais adequada para cada pessoa pode ajudar no planejamento familiar de forma mais eficaz e isso tem tudo a ver com promoção de saúde. É importante ressaltar que a contracepção deve começar assim que se tem início a vida sexual, de homens e mulheres.

De acordo com o diretor médico Brasil & América Latina, da Bayer, Dr. Eli Lakryc, a escolha do método contraceptivo mais adequado precisa ser tomada entre o profissional de saúde e a paciente. Segundo ele, é preciso levar em consideração a idade, a realidade, a rotina e o planejamento familiar. “Números das Nações Unidas mostram que, no Brasil, cerca de 79% das mulheres usam algum tipo de método contraceptivo. Contudo, dados de uma pesquisa da Bayer, em parceria

com a Federação Brasileira das Associações de Ginecologia e Obstetrícia (Febrasgo) e realizada pelo IPEC, revelam que cerca de 62% das mulheres já tiveram pelo menos uma gravidez não planejada no Brasil, sendo que parte deste número está relacionada com dificuldades no uso de contraceptivos. Entre os problemas que comprometem a adesão satisfatória de contraceptivos, de acordo com o estudo, estão: não fazer uso de método (34%); falha do método (27%); e uso de maneira errada (20%). Com isso, é possível entender que existe uma deficiência não apenas de adesão à contracepção, mas também há uma carência de acesso às informações de qualidade sobre contracepção no Brasil atualmente.”

Métodos contraceptivos disponíveis

Existem muitos métodos contraceptivos disponíveis no mercado atualmente, como: pílulas de

progesterona ou combinadas (estrogênio e progesterona), Dispositivo Intrauterino (DIU) com e sem hormônio, adesivos, anéis vaginais, injetáveis (progesterona ou estrogênio), os preservativos, entre outros.

A médica ginecologista e obstetra especialista em Ginecologia Endócrina e Climatério e consultora da Libbs, Dra. Carolina de Souza Alves dos Santos, pontua que um estudo nacional de 2021 mostrou que mais de 80% das mulheres relataram utilizar algum método contraceptivo, sendo o contraceptivo oral o mais utilizado (34,2%), seguido dos cirúrgicos (25,9%) e das camisinhas (14,5%).

“As farmácias precisam investir em informação de qualidade. Este é um tema que precisa de atenção, já que ainda é encarado como tabu. Os números que vimos mostram o quanto isso impacta a vida e o dia a dia das pessoas, e que o acesso à informação confiável teria influência direta no cotidiano e nas decisões delas. Da mesma maneira, falar de contracepção também é falar de planejamento familiar, uma conversa que está intrinsecamente ligada com a liberdade de fazer as escolhas que queremos para as nossas vidas”, destaca o Dr. Lakryc, da Bayer.

No que diz respeito à pílula do dia seguinte, a Dra. Carolina enfatiza que é importante que os farmacêuticos expliquem sempre às usuárias, que se trata de um contraceptivo de emergência e não deve ser usado como uma opção de rotina. A mulher deve usar este método o mais precocemente possível quando tiver uma relação desprotegida. “A tomada não deve ultrapassar o período de 72 horas. Também é importante lembrar que quanto mais tardia a tomada, menor a eficácia do contraceptivo.”

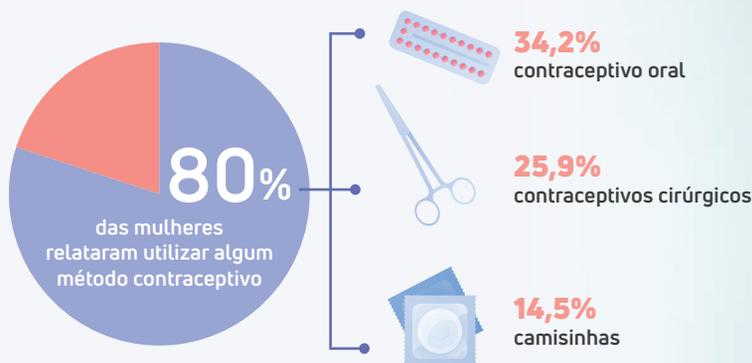


Preservativos: como devem ser expostos na farmácia

Os preservativos são importantes métodos contraceptivos de barreira e também servem para prevenir as infecções sexualmente transmissíveis (ISTs). A exposição desta categoria é muito importante para chamar a atenção do *shopper* e garantir uma jornada de compra mais efetiva e prazerosa, já é essencial visto que preservativos ainda é uma categoria tabu para muitos *shoppers*, resultando atualmente em uma média de tempo para tomada de decisão de apenas 20 segundos. Por isso, estes produtos devem estar alinhados de acordo com as suas respectivas marcas, uma vez que os consumidores se baseiam na confiança e no conhecimento de marca como fator inicial de decisão. Também é importante que os preservativos estejam separados pelos segmentos – linha básica, diversão, *performance*, *premium* – e 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 importante que estejam alinhados com produtos complementares como lubrificantes íntimos e acessórios, dessa maneira, também conseguem favorecer a compra dos itens. Pontos extras, em especial o *checkout*, fazem toda a diferença na conversão da venda.

Fonte: gerente sênior de marketing da Reckitt Health & Nutrition Comercial, André Mendes

Métodos contraceptivos mais utilizados



Ações de conscientização



A conscientização sobre métodos contraceptivos que podem ajudar no planejamento familiar de forma mais eficaz ainda é uma questão na vida reprodutiva de muitos brasileiros. Por isso, as farmácias podem desenvolver campanhas que tragam informação de qualidade à população, com peças, cartazes, publicações e mensagens no WhatsApp, com os temas:

- Tipos de métodos contraceptivos;
- Tipos de infecções sexualmente transmissíveis (ISTs);
- Lembretes de término da pílula;
- Tipos de preservativos.

Benefícios da pílula



Um estudo de 2021 mostrou que quase 80% das mulheres brasileiras entre 18 e 49 anos de idade usam algum método contraceptivo, sendo que a grande maioria prefere as pílulas (média de 30%). De forma geral, os contraceptivos podem melhorar sintomas da Tensão Pré-Menstrual (TPM), da cólica, e diminuem o volume de sangramento.

Outros benefícios podem ser obtidos de acordo com o tipo de hormônio contidos nas pílulas, como melhora da pele, diminuição da oleosidade e outros.

Fonte: médica ginecologista e obstetra especialista em Ginecologia Endócrina e Climatério e consultora da Libbs, Dra. Carolina de Souza Alves dos Santos

Tem na Panpharma:



↑
Cód. 102985
QLAIRA
BLISTER C/28
COMP

↑
Cód. 101904
IUMI
3MG+20MCG
24 COMP



↑
Cód. 713855
PRESERV
JONTEX PELE
C/ PELE 4UN

↑
Cód. 714919
PRESERV JONTEX
ORGASM SINT
4UN



↑
Cód. 702865
PRESERV
OLLA LUB
STIMULUS C/3

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

IUMI® ES DROSPIRENONA + ETINILESTRADIOL. INDICAÇÕES Contraceptivo oral, com efeitos antimetabolizante e antiandrogênico que beneficiam também as mulheres que apresentam retenção de líquido de origem hormonal e seus sintomas. Tratamento de acne vulgaris moderada em mulheres que buscam proteção contraceptiva. CONTRAINDICAÇÕES: Contraceptivos orais combinados (COCs) não devem ser utilizados na presença das condições listadas abaixo. Se qualquer uma destas condições ocorrer pela primeira vez durante o uso de COCs, a sua utilização deve ser descontinuada imediatamente. — Presença ou história de processos trombóticos/tromboembólicas arteriais ou venosas como, por exemplo, trombose venosa profunda, embolia pulmonar, infarto do miocárdio; ou de acidente vascular cerebral; — Presença ou história de sintomas e/ou sinais prodromáticos de trombose (por exemplo: episódio isquêmico transitório, angina pectoris); — Um alto risco de trombose arterial ou venosa (ver item "5. Advertências e precauções"); — História de enxaqueca com sintomas neurológicos focais; — Diabetes mellitus com alterações vasculares; — Doença hepática grave, enquanto os valores da função hepática não retornarem ao normal; — Insuficiência renal grave ou insuficiência renal aguda; — Uso de medicamentos antivirais de ação direta contendo ombitasvir, paritaprevir ou dasabuvir e associações destes medicamentos (ver item "6. Interações medicamentosas" — subitem "Outras interações"); — Presença ou história de tumores hepáticos (benignos ou malignos); — Diagnóstico ou suspeita de neoplasias malignas dependentes de esteróides sexuais (por exemplo: dos órgãos genitais ou das mamas); — Sangramento vaginal não diagnosticado; — Suspeita ou diagnóstico de gravidez; — Hipersensibilidade às substâncias ativas ou a qualquer um dos componentes do produto. Categoria de risco na gravidez: X (Em estudos em animais e mulheres grávidas, o fármaco provocou anomalias fetais, havendo clara evidência de risco para o feto que é maior do que qualquer benefício possível para a paciente). Este medicamento não deve ser utilizado por mulheres grávidas ou que possam ficar grávidas durante o tratamento. MS nº: 1.0033.0154. **QLAIRA®** (VALERATO DE ESTRADIOL + DIENOGESTE) é indicado para prevenir a gravidez. **Qlaira®** (valerato de estradiol + dienogeste) também é indicado para tratamento de sangramento menstrual intenso e/ou prolongado, não causado por doença do útero, em mulheres que optarem pelo uso de contraceptivo oral. Não use contraceptivo oral combinado se você tem qualquer uma das condições descritas a seguir. Caso apresente qualquer uma destas condições, informe seu médico antes de iniciar o uso de **Qlaira®** (valerato de estradiol + dienogeste). Ele pode lhe recomendar o uso de outro CO ou de outro método contraceptivo (não hormonal). — história atual ou anterior de formação de coágulo nos vasos das pernas (trombose), dos pulmões (embolia pulmonar) ou em outras partes do corpo; — história atual ou anterior de ataque cardíaco ou derrame cerebral (causado por um coágulo ou pelo rompimento de um vaso sanguíneo no cérebro); — história atual ou anterior de doença que indique a possibilidade futura de ataque cardíaco (p. ex., angina pectoris que causa dor intensa no peito, que pode se irradiar para o braço esquerdo) ou de um derrame (p. ex., um pequeno derrame sem efeitos residuais, também chamado de episódio isquêmico transitório); — presença de um alto risco para a formação de coágulos arteriais e venosos (veja item "Contraceptivos e a trombose" e consulte seu médico que decidirá se você poderá utilizar o contraceptivo); — história atual ou anterior de um determinado tipo de enxaqueca (com sintomas neurológicos focais como sintomas visuais, dificuldade para falar, fraqueza ou adormecimento em qualquer parte do corpo); — diabetes mellitus com lesão dos vasos sanguíneos; — história atual ou anterior de doença do fígado (sintomas tais como amarelamento da pele ou coxeara em todo o corpo) e caso seu fígado ainda não esteja funcionando normalmente; — história atual ou anterior de câncer que pode se desenvolver sob a influência de hormônios sexuais (p. ex., câncer dos órgãos genitais ou de mama); — história atual ou anterior de tumor no fígado (benigno ou maligno); — presença de sangramento vaginal sem explicação; — ocorrência ou suspeita de gravidez; — se você é alérgica (hipersensível) ao valerato de estradiol, dienogeste ou a qualquer um dos componentes de **Qlaira®** (valerato de estradiol + dienogeste). Isto pode causar, p. ex., coxeara, erupção cutânea ou inchaço. 4 Se qualquer um destes casos ocorrer pela primeira vez enquanto estiver tomando CO, descontinue o uso imediatamente e consulte seu médico. Neste período, outros métodos contraceptivos não-hormonais devem ser empregados (veja também o item "O que devo saber antes de usar este medicamento?"). MS - 1.7056.0049

ACESSE A BULA COMPLETA



BULA IUMI®



BULA QLAIRA®



CEFALEIA E ENXAQUECA: os tipos de dores que mais impactam a vida dos brasileiros

Ador de cabeça não traz, aparentemente, muitos riscos, apesar de ser bastante incômoda. Ela é comum e já acometeu 100% da população, pelo menos uma vez na vida.

De acordo com dados da Haleon, a cefaleia é a mais frequente de todos os tipos de dor e ocorre em 84% das pessoas. 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. Este tipo de dor é uma

das principais causas de absenteísmo no trabalho e na escola, além de impactar também a vida social e familiar dos acometidos.

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

**Millennials*: traduzindo para o Português, é o mesmo que geração do milênio.



Foto: PeopleImages/Stock.com

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.

Segundo informa a International Headache Society, a cefaleia pode ser classificada 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. Entre os gatilhos que podem desencadear uma dor de cabeça tensional ou enxaqueca, podem ser listados:

Uso de álcool

Depressão

Mudanças nos padrões de alimentação ou sono

Ruído

Estresse emocional relacionado à família e amigos, trabalho ou escola

Uso excessivo de medicamentos

Tensão nos olhos, pescoço ou costas, causadas por má postura

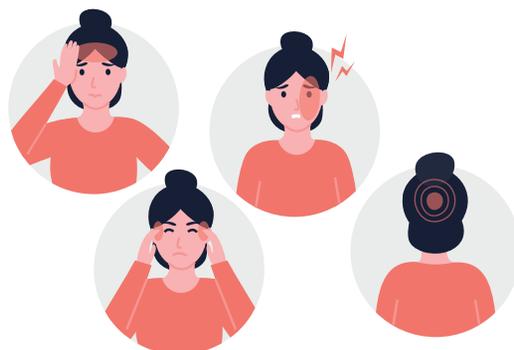
Iluminação

Mudanças climáticas

Tratamento indicado

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. A Haleon diz que os triptanos e outros tipos de medicamentos podem parar um ataque de enxaqueca. Eles devem ser tomados aos primeiros sinais de uma dor de cabeça que se aproxima. Medicamentos para pressão alta, convulsões e depressão às vezes podem prevenir enxaquecas. O médico pode recomendar a tentativa de um desses medicamentos para reduzir a frequência da dor.

Alguns medicamentos combinam ainda diferentes substâncias, incluindo analgésicos como o paracetamol ou a dipirona e os impulsadores dessa ação como a cafeína.



Como trabalhar os analgésicos nas gôndolas do autosserviço?

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

Além da separação por tipo de dor, é importante deixar as marcas referência em locais bem posicionados para que isso facilite a navegação do consumidor 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



Foto: Deklofenaki/Stock.com

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 deste shopper.

Fonte: Haleon

Tem na Panpharma:



↑
Cód. 404774
NOVALGINA
1G C/20
COMP

↑
Cód. 403923
DORFLEX
UNO 1G C/10
COMP EFERV

↑
Cód. 404686
NEOSALDINA
DIP 1G C/10
COMP

↑
Cód. 404511
ADVIL 12H
600MG
C/6COMP LIB
PROL

↑
Cód. 404660
DORIL
ENXAQUECA
C/8 COMP REV

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

NOVALGINA® (dipirona monodratada). Indicação: analgésico e antitérmico. M.S.: 1.8326.0351. DORFLEX® UNO (dipirona monodratada). Indicação: analgésico e antitérmico. MS 1.7817.0912. ADVIL 12h - ibuprofeno 600 mg. Nº Reg.: 1.0107.0346. Indicações: alívio rápido e de longa duração, por até 12 horas, de dores de cabeça, incluindo dor de cabeça tensional e dor de enxaqueca; Alívio temporário de dores de leve a moderada intensidade, tais como: musculares (mialgia), nas articulações (artralgia), nas costas (lombalgia). Doril Enxaqueca. Comprimido revestido, paracetamol 250mg, ácido acetilsalicílico 250mg, cafeína 65mg. Indicações: alívio de dores leves a moderadas e enxaquecas. MS 1.7817.0123.

Vendas de vitaminas cresceram após a pandemia do novo coronavírus. É possível perceber que os consumidores estão mais preocupados com a sua saúde



Foto: PeopleImages/Stock.com

PREVENÇÃO como protagonista

As vendas de vitaminas apresentaram aumento médio de 27,94% entre março de 2021 e fevereiro de 2022, de acordo com uma pesquisa da InterPlayers. O levantamento também destacou que São Paulo e Rio de Janeiro são os estados que lideram as vendas deste tipo de produto.

“O aumento do crescimento médio no País para a categoria é um dos reflexos da pandemia do coronavírus e do surto de gripe no final de 2021 e início de 2022. O cenário aumenta a preocupação das pessoas em relação à prevenção”, revela o diretor comercial de Consumer Healthcare na Sanofi, Silvio Silva.

Entretanto, a consultora especialista em varejo farmacêutico, Silvia Osso, alerta para a necessidade de farmácias e drogarias saberem diferenciar os três grupos que fazem parte deste universo e podem confundir a cabeça do consumidor:



Foto: vitapix/Stock.com

Vitaminas

Substâncias orgânicas que o corpo necessita em pequenas quantidades, que são indispensáveis ao funcionamento do organismo, já que são essenciais para manter o sistema imunológico saudável, garantir o funcionamento correto do metabolismo e promover todo o desenvolvimento. Devido à sua importância na regulação de processos metabólicos, quando são ingeridas em quantidades insuficientes ou quando o organismo apresenta alguma carência vitamínica, pode trazer sérios riscos para a saúde, como problemas de visão, musculares ou neurológicos.



Foto: Alexey Kozai/Stock.com

Suplementos alimentares

Produtos com a finalidade de complementar a dieta (minerais, aminoácidos, enzimas e metabólitos). Os suplementos esportivos (proteínas em pó e barras, géis, bebidas energéticas) são uma subcategoria de suplementos alimentares que têm como finalidade aumento de massa muscular, perda de peso corporal ou melhora do desempenho físico/muscular.



Foto: Luke Chan/Stock.com

Multivitâmicos ou Polivitâmicos

São sinônimos e são mais que apenas vitaminas isoladas, pois são complementos pensados para agregar saúde a quem os consome, tendo foco em não oferecer riscos ou efeitos colaterais. O produto não serve apenas para tratar deficiências comprovadas de vitaminas, mas sim como preventivo, atuando como um fortalecedor do sistema imunológico.

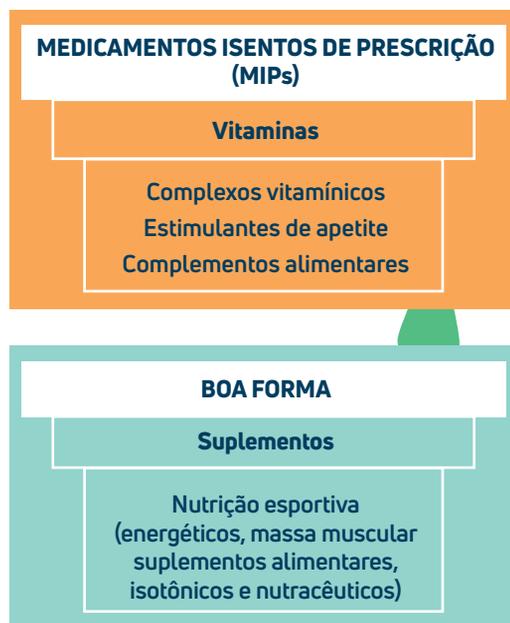
Para entender o consumidor, o executivo da Sanofi afirma que a farmácia deve entender o *flow** da jornada de compra do *shopper*, seus atributos de decisão, deixando claro o papel de cada subcategoria dentro de vitaminas (como multivitâmicos, vitamina C, vitamina D, entre outras) por meio de comunicação no ponto de venda (PDV). “Isso ajuda e facilita a jornada de compra para que o consumidor entenda como comprar a vitamina ideal e que atenda sua necessidade. Uma outra dica é agrupar todos os grupos de vitaminas em um único lugar para que o consumidor se sinta mais acolhido e compreenda a exposição do portfólio. É importante conhecer o *mix* de vitaminas e trabalhar com

o mais equilibrado possível entre as necessidades e possibilidades oferecidas. Por fim, recomendamos o foco nas marcas de valor agregado e que entregam qualidade superior”, afirma ele. A exposição deve ser feita em duas categorias: Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs) e Boa Forma.

No primeiro caso, estão as vitaminas, como complexos vitamínicos, estimulantes de apetite, complementos alimentares. Os itens devem ficar próximos aos demais subgrupos de MIPs.

“Os pontos ideais de arrumação das vitaminas são junto aos demais MIPs e seus respectivos subgrupos (dor e febre, gripe e resfriado, etc.). A categoria fica próxima do balcão de medicamentos, para permitir que os balconistas apoiem os consumidores com dificuldades. Geralmente, é arrumada em ordem alfabética, misturando todos os fornecedores, obedecendo a seguinte ordem: VITAMINAS seguidas dos COMPLEXOS POLIVITAMÍNICOS e terminando com os ENERGIZANTES e FORTIFICANTES”, recomenda Silvia.

Já os produtos de nutrição esportiva (energéticos, massa muscular suplementos alimentares, isotônicos e nutracêuticos) na maioria das farmácias estão como um subgrupo denominado Suplementos e fazem parte da categoria chamada de Boa Forma. Às vezes, por ter um *mix* muito grande, a parte de nutrição vai para gôndolas baixas próximas à saída da loja ou à frente das vitaminas.



**Flow*: traduzindo para o Português, é o mesmo que fluxo.

“É muito importante utilizar a pesquisa de *shoppers* e aqui na Sanofi, por exemplo, estudamos continuamente seu comportamento: quais são os principais atributos, *targets* de decisão, quais são os grupos de monovitaminas e multivitaminas que estão crescendo e possuem mais qualidade e assim, oferecemos um melhor serviço para o consumidor. Utilizando os elementos: pesquisa de mercado, *shopper* e histórico de vendas e análises das farmácias, é possível identificar o *mix* adequado para cada uma”, complementa o especialista da Sanofi.



Foto: supersizer/istock.com

Vitaminas tornam-se protagonistas

A pandemia provocada pelo coronavírus aumentou a demanda de produtos para o fortalecimento da imunidade. Como visto anteriormente, as vendas chegaram a um crescimento de mais de 27%.

Isso acontece, além da preocupação crescente com a saúde e o bem-estar após passar por uma pandemia, pelo crescimento e estímulo de mercado. Os médicos, nutricionistas e geriatras passaram a dispensar vitaminas, suplementos e polivitamínicos para todos os tipos de pessoas, dos adolescentes aos idosos. Isso se deve à necessidade de se obter qualidade de vida e longevidade para as pessoas. Para 2023, este subgrupo tende a crescer ainda mais. Deve ser foco para a melhor definição do *mix* para os farmacistas, pois as pessoas estão preocupadas em fortalecer o sistema imunológico, prevenir doenças e preservar a longevidade com qualidade. A farmácia deve estar preparada para suprir as necessidades dos clientes e atender esta demanda. Não adianta ter vitaminas expostas sem uma estratégia bem definida e sem ações integradas e contínuas.

Fonte: consultora especializada em varejo farmacêutico, Sílvia Osso

As vitaminas mais procuradas pelos consumidores

RK	Classe Nível 4	MAT 2022/11 Unidade
1	Vitamina C pura	61.901.175
2	Vitamina D pura	36.286.434
3	Outros multivitamínicos com minerais	35.245.544
4	Associados com vitamina c	24.583.477
5	Todas as outras vitaminas	18.515.771
6	Associação de vitamina B1+B6 e/ou B12	6.603.076
7	Multivitamínicos/minerais pediátricos	4.684.947
8	Complexo B puro	4.331.468
9	Multivitamínicos com minerais pré-natais	3.813.463
10	Multivitamínicos com minerais pediátricos	2.974.695

Fonte: IQVIA, PMB (Pharmaceutical Market Brazil ou Mercado Farmacêutico do Brasil), base de Nov'22, MAT Nov'22 (acumulado dos meses de Dez'21 à Nov'22), canal varejo, total Brasil, em unidades

Tem na Panpharma:

Cód. 718230
CENTRUM
PRO-
IMUNIDADE
C/30COMP

Cód. 719418
CENTRUM
IMUNE
PROTECAO
C60 CAP

Cód. 705784
REDOXITOS
LARANJA 25
UNIDADES

Cód. 715228
REDOXON
TRIPLA AÇAO
C/10 CP EFV

Cód. 714490
QUELATUS
C/30 COMP

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

DPREV CAPS (colecalférol) Indicação: é um medicamento a base de vitamina D3, indicado para prevenção e tratamento auxiliar na desmineralização óssea (perda dos minerais do osso), do raquitismo (depósito deficiente de cálcio nos ossos durante o crescimento), osteomalácia (alteração do depósito de minerais nos ossos que pode ocorrer no adulto e idoso) e prevenção no risco de quedas e fraturas. Contraindicação: não deve ser utilizado em pacientes que apresentem hipersensibilidade aos componentes da fórmula. nos ossos. MS-1.1462.0025. **REDOXON® TRIPLA AÇÃO CR** (ácido ascórbico, colecalférol, zinco) Indicação: Redoxon® Tripla Ação CR é indicado para prevenção e tratamento das infecções do trato respiratório. Contraindicação: Redoxon® Tripla Ação CR é contraindicado para pacientes que apresentam alergia (hipersensibilidade) a qualquer dos ingredientes ativos da fórmula ou a qualquer dos excipientes. MS 1.7056.0122

FITOTERÁPICOS:

crece a busca por alternativas naturais



O mercado de produtos e medicamentos de origem natural tem ganhado novos consumidores em todo o mundo e, no Brasil, não é diferente. Com isso, abre-se um leque de oportunidades para o varejo farmacêutico. Nos últimos dois anos, o mercado de fitoterápicos cresceu 28,8%, segundo dados da IQVIA, PMB (Pharmaceutical Market Brazil ou Mercado Farmacêutico do Brasil), outubro de 2022, sendo que fitoterápicos representam 2,14% do mercado farmacêutico.

A farmacêutica, mestranda em Suplementos Alimentares e Produtos Naturais, pela Universidade Lusófona de Portugal; e membro do Conselho Diretor da Associação Brasileira de Fitoterapia, (ABFIT), Deborah Marques, a Fitoterapia é hoje considerada uma ciência tanto pelo uso popular, como por sua utilização por meio da indicação dos profissionais de saúde, habilitados a sua prescrição. O interesse por ela vem crescendo nas últimas décadas, quer seja com o intuito da prevenção ou ainda em tratamentos de forma complementar ou não é a prova incontestante disso, tem sido um aumento exponencial de estudos publicados por parte da comunidade científica mundial.

Ela explica que o aumento da expectativa de vida mundial, vem apresentando um cenário de maior prevalência de doenças crônicas especialmente relacionadas ao estilo de vida, tem se refletido na busca por produtos mais naturais, que apresentem menos efeitos colaterais. “Questões como as acima citadas, vêm despertando um enorme interesse tanto da indústria farmacêutica como da indústria alimentar, o que vem se traduzindo em um acentuado aumento da participação destes produtos no mercado mundial.”

A gerente de marketing institucional da Herbarium, Natana Martins, complementa dizendo que algumas situações também aceleraram e deram ainda mais destaque para o uso dos fitoterápicos, como as síndromes gripais e a própria pandemia provocada pelo Covid-19, que alertou a população e desencadeou um maior entendimento sobre a necessidade de cuidar da saúde e imunidade de forma perene. “O aumento no cuidado com a saúde e a preocupação com o bem-estar impactou diretamente o setor Fito, pois os consumidores passaram a enxergar os medicamentos naturais como fortes aliados para o tratamento de diversas patologias, além de auxiliar na prevenção de doenças.”

A Organização Mundial da Saúde (OMS) vem trabalhando sempre com o propósito de promover o uso seguro e eficaz, destes produtos, com regulamentações, pesquisa e integração das práticas da medicina tradicional e complementar (incluindo entre elas a fitoterapia) e os profissionais que atuam nos sistemas de saúde dos estados membros.

“Institutos de pesquisa projetam uma taxa de crescimento anual em torno de 10% ao ano até 2030 dos produtos que contêm extratos de origem botânica comercializados. A crescente tendência da adoção de dietas veganas em todo o mundo, as preocupações ambientais, aumentarão ainda mais essa demanda”, pontua Deborah, da ABIFIT.

A farmacêutica complementa dizendo que no período de 2016 a 2020, enquanto os produtos fitoterápicos prescritos tiveram um crescimento em torno de 10%, os de venda livre (autocuidado) tiveram um incremento maior que 50% no valor de participação no mercado. “As categorias com maior participação de mercado são: tosse e resfriado, melhora da digestão, dores musculares, tranquilizantes e tônicos (físicos e mentais).”

Natana, da Herbarium, comenta que a venda de calmantes também aumentou muito durante a pandemia, o mercado chegou a crescer mais de 40%, comparado ao período anterior à crise sanitária e, apesar de não continuar no mesmo ritmo de crescimento, boa parte deste aumento foi mantido. “Entre os produtos antigripais, podemos citar os xaropes que atuam nos sintomas de gripes e resfriados, com ação broncodilatadora e expectorante, por exemplo. Este tipo de produto passou a fazer parte da ‘farmacinha’ da população, visto que estes episódios estão cada vez mais comuns. Vale lembrar que os sintomas associados

ao coronavírus devem ser investigados e acompanhados por um profissional de saúde. Por fim, outra categoria onde há muita oportunidade é imunidade, devido a conscientização que as pessoas estão tendo de prevenir e de se cuidarem mais, não só de si, mas de toda família.”

Ela ressalta que quando falamos em medicamentos fitoterápicos, o varejo farmacêutico é o canal mais importante para o setor. Atualmente, já é possível encontrar espaços específicos para eles dentro das lojas, mudança que aconteceu nos últimos três anos, pois assim como nós, o mercado também acredita no potencial de crescimento deste grupo de produtos.

“Este aquecimento do mercado também é vantajoso para o varejo farmacêutico, que pode ampliar o seu estoque de vendas, além de impulsionar as aquisições, por meio de pilotos de exposição, treinando seus atendentes sobre esses produtos, entre outras ações que visam esclarecer as dúvidas dos consumidores e ainda, educar o público sobre os benefícios dos fitoterápicos – o que, conseqüentemente, irá impactar positivamente na conversão.”

A executiva destaca que a organização e correta apresentação dos itens 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 em categorias que já existem na farmácia e que normalmente estão relacionadas aos benefícios dos produtos. Criar um espaço onde estejam reunidos todos os itens de origem natural e organizados de acordo com a sua finalidade é uma ótima oportunidade de exposição, o que facilita a compra dos produtos.”

O varejo farmacêutico é o canal mais importante para o setor quando se fala em fitoterápicos. Atualmente, já é possível encontrar espaços específicos para esta classe medicamentosa dentro das lojas, mudança que aconteceu, principalmente, nos últimos três anos



Dicas de como trabalhar fitoterápicos nas farmácias

A melhor forma de desenvolver este segmento é melhorando a sua exposição e trazendo comunicação sobre ele para os clientes.

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 aquecida de produtos para Estresse e Ansiedade, os itens podem iniciar o planograma na gôndola, conforme desenho abaixo:

Naturais e fitoterápicos



Fonte: gerente de marketing institucional da Herbarium, Natana Martins

Fitoterápicos indicados para ansiedade

Muitos são os fitoterápicos utilizados no tratamento da ansiedade. Os mais estudados com relação ao seu efeito ansiolítico são: Valeriana, o Hiperico e o Kawa Kawa que no Brasil só podem ser comercializados mediante uma prescrição médica. E a estes podemos acrescentar ainda a Passiflora, o Crataegus e a Camomila, sendo que podem ser prescritos pelos demais profissionais de saúde habilitados pelos seus conselhos de classe, ou ainda, serem considerados produtos isentos de prescrição destinados ao autocuidado.

Fatores ambientais como eventos traumáticos e situações de estresse, podem desencadear quadros de ansiedade. O que fez com que durante a pandemia um aumento considerável no consumo destes produtos, tenha sido observado.

Importante ainda destacar que a ansiedade pode ser desencadeada pelo consumo de álcool, estimulante e por pacientes portadores de doenças como: doenças cardíacas, hormonais e pulmonares.

Fonte: farmacêutica, mestrandia em Suplementos Alimentares e Produtos Naturais, pela Universidade Lusófona de Portugal; e membro do Conselho Diretor da Associação Brasileira de Fitoterapia, (ABIFT), Deborah Marques



Tem na Panpharma:

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

Maracugina PI. Passiflora incarnata L. Indicações: para o tratamento da ansiedade leve, como estados de irritabilidade, agitação nervosa, tratamento de insônia e distúrbios da ansiedade. Comprimido revestido 260mg. MS 1.7817.0850. **Melagrião® Xarope** Tratamento de doenças do trato respiratório, promovendo o relaxamento da musculatura lisa dos brônquios, auxiliando na eliminação das secreções brônquicas e no alívio da tosse, tosse seca ou tosse produtiva. Melagrião® Xarope não deve ser usado por pacientes com hipersensibilidade conhecida aos componentes da fórmula. Não se recomenda o uso do Melagrião® Xarope em casos de inflamação do estômago, úlceras gástricas e intestinais e na doença renal inflamatória. Também não se recomenda seu uso em pacientes com deficiência da atividade da tireoide, com problemas cardíacos e com pressão sanguínea muito baixa. Não recomendamos o uso de Melagrião® Xarope durante a gravidez e lactação, e também não por diabéticos devido à presença de açúcar na sua formulação. Este medicamento é contraindicado para menores de 2 anos. Este medicamento é contraindicado para uso por diabéticos. Este medicamento é contraindicado para uso por mulheres grávidas sem orientação médica ou do cirurgião-dentista (Categoria C). Não recomendamos o uso deste medicamento em casos de tosse crônica como a causada por asma, fumo, bronquite crônica ou enfisema, ou se a tosse vier acompanhada de muco excessivo, a menos que indicado por um médico. Atenção diabéticos: este medicamento contém SACAROSE. M.S. 1.0066.0055.001- 4. **Calman** (PASSIFLORA INCARNATA, CRATAEGUS, SALIX ALBA) é Destinado para quadros de ansiedade leve e moderada. Calman está contraindicado em casos de hipersensibilidade a quaisquer componentes da fórmula, pacientes que apresentem hipersensibilidade ao látex (reação cruzada com passiflora incarnata) ou a qualquer outro componente da formulação. Não aconselhamos o uso deste medicamento em pacientes com alergia ao ácido acetilsalicílico apesar de não haver referência na literatura quanto à possibilidade de hipersensibilidade ao Salix alba nestes pacientes. Devido à presença do Salix alba, deve-se evitar a prescrição para pacientes com úlceras gastrintestinais, déficits de coagulação, hemorragias ativas e pacientes em tratamento com derivados de ácido acetilsalicílico ou anticoagulantes. Este medicamento deve ser interrompido pelo menos 2 semanas antes de algum procedimento cirúrgico, pois ele pode aumentar o risco de sangramento potencializar o efeito sedativo das drogas no pré e per operatório. Gravidez e lactação Não há estudos conclusivos do uso dessas plantas em gestantes ou lactantes, informe seu médico a ocorrência de gravidez na vigência do tratamento ou após o seu término. Informe ao médico se estiver amamentando. Este medicamento não deve ser utilizado por mulheres grávidas sem orientação médica ou do cirurgião-dentista. Este medicamento não deve ser utilizado por crianças menores de 5 anos. Siga a orientação do seu médico, respeitando sempre os horários, as doses e duração do tratamento. MS: 1376401730012



↑
Cód. 400827
MELAGRIÃO
XPE 150ML

↑
Cód. 404684
MARACUGINA
PI 150ML+ COP

↑
Cód. 400230
CALMAN
C/20 COMP

→
Cód. 707301
VARICELL
CREME 300G





↳ **Cód. 719517**
LC NIVEA
RADIANTE PEL
NEGR 200ML

↳ **Cód. 719519**
LC NIVEA
UNIFORME PEL
NEGR 200ML



↳ **Cód. 719571**
CR NIVEA FACIAL
PELE NEGRA 100G



Cód. 404973
NATUCOLIC
PED SOL
ORAL 30ML



↳ **Cód. 720160**
DPREV ATIVE
10MCG C/30
CP REVEST



↳ **Cód. 720170**
IMECAP HAIR
MEN C/60 CAPS



↳ **Cód. 720154**
IMECAP HAIR
SILIC ORGAN
C/60 CAP

DPREV CAPS (colecalfiferol) Indicação:DPREV CAPS (colecalfiferol) é um medicamento a base de vitamina D3 (colecalfiferol), indicado para prevenção e tratamento auxiliar na desmineralização óssea (perda dos minerais do osso), do raquitismo (depósito deficiente de cálcio nos ossos durante o crescimento), osteomalácia (alteração do depósito de minerais nos ossos que pode ocorrer no adulto e idoso) e prevenção no risco de quedas e fraturas. Contraindicação: DPREV CAPS (colecalfiferol) não deve ser utilizado em pacientes que apresentem hipersensibilidade aos componentes da fórmula. E 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. MS:1.1462.0025

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

CONFIRA A DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE

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
DERMOCOSMÉTICOS	714181	CERAVE LOCAO HIDRANTE 473ML	CERAVE	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
	700549	CETAPHIL LOC HIDRANTE 473ML	GALDERMA		704356	NAN COMFOR 2 F.I NESTLE 800G	NESTLE
	713367	DERCOS SH ENERGIZ 400ML	VICHY		705275	APTAMIL 1 800G	DANONE BABY NUTRI
	708526	CICAPLAST BAUME B5 TUBO 20ML	LA ROCHE POSAY		705310	APTAMIL 2 800G	DANONE BABY NUTRI
	700545	CETAPHIL CR HIDRAT 453GR	GALDERMA		705277	APTANUTRI PREMIUM 3 800G	DANONE BABY NUTRI
	714729	CR NIVEA FAC ANTISSINAIS 100G	BEIERSDORF		706633	NANLAC COMFOR 800G	NESTLE
	718436	EPISOL COLOR F70 TOM2 CLARO 40ML	MANTECORP FARMASA		702633	NESTOGENO 2 F.I NESTLE 800G	NESTLE
	705994	CICAPLAST BAUME B5 - TUBO 40ML	LA ROCHE POSAY		707618	NUTREN SENIOR PD 740G	NESTLE
	400782	LOCERYL ESMALTE 5% 2,5ML	GALDERMA		702631	NESTOGENO 1 F.I NESTLE 800G	NESTLE
DIABETES	110568	OZEMPIC 1MG + 4 AG NOVOFINE 4MM	NOVO NORDISK	CONVENIÊNCIA	705396	VALDA FRIENDS PAST S/ACUC 30X25G	CANONNE
	110567	OZEMPIC 0,25MG/0,5MG + 6 AG 4MM	NOVO NORDISK		706472	VALDA DIET LATA DISPLAY 10X50 GR	CANONNE
	101681	GLIFAGE XR 500MG C/30 COMP	MERCK SERONO		706465	VALDA LATA DISPLAY 10X50GR	CANONNE
	106447	JARDIANCE 25MG X 30CPRS	BOEHRINGER ING.		715556	VALDA MAIS LATA C/10 50GR	CANONNE
	105806	FORXIGA 10MG C/30COMP	ASTRAZENECA		705400	VALDA TABLETE POTE C/200 UN	CANONNE
	110683	GLYXAMBI 25+5MG C/30 COMP REV	BOEHRINGER ING.		714847	VALDA C LATA 10X50G	CANONNE
	106994	XIGDUO XR 5MG/1000MG C/ 60 COMP	ASTRAZENECA		709339	VALDA C SACHET 18X24G	CANONNE
	106993	XIGDUO XR 10MG/1000MG C/30 COMP	ASTRAZENECA		705465	VALDA PAST SACHE 12X12G	CANONNE
	101870	INSULINA NOVOLIN N 100UI 10ML	NOVO NORDISK		715030	VALDA FRIENDS PAST POTE 6X50G	CANONNE
	106583	NESINA 25MG COM 30CPR	MANTECORP FARMASA		714849	VALDA FRIENDS CANELA SACH 30X25G	CANONNE
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 CH
	303224	PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP EUR	EUROFARMA		401387	VICK VAPORUB INALADOR C/12	PG HEALTH
	301663	LOSARTANA POTAS 50MG C/30 CP EMS	EMS		400961	NOVALGINA 1G C/10 COMP	SANOFI
	302232	SINVASTATINA 40MG C/30 COMP SAN	SANDOZ		400149	BENEGRIP 500MG 25X6 COMP - NOVO	HYPERA CH
	302831	PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP BIO	ACHE		401388	VICK VAPORUB 12G C/24	PG HEALTH
	300277	ATENOLOL 25 MG C/30 COMP SAN	SANDOZ		400068	ALIVIUM 100MG GTS 20ML	MANTECORP FARMASA
	301988	PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP MED	MEDLEY		400484	ENGOV 25X6 COMP	HYPERA CH
	302161	ROSUVASTATINA CAL 20MG 30CP EMS	EMS		400385	DECONGEX PLUS XPE 120ML	NOVO ACHE
HB	708343	BEPANTOL BABY 100G + 20G	BAYER CONS HEALTH	RX	100266	ARADOIS 50MG C/30 COMP	BIOLAB
	710363	BEPANTOL BABY 30G 15% OFF	BAYER CONS HEALTH		107250	SAXENDA 6MG/ML C/3	NOVO NORDISK
	702752	PERIOGARD S/ ALCOOL 250ML	COLGATE PALMOLIVE		100061	AEROLIN SPRAY C/200 DOSES	GSK PHARMA
	716411	FIXARE C/60 COMP REV	EMS		100388	AVAMYS SPR NASAL C/120 DOSES	GSK PHARMA
	704185	CURAT BAND-AID TRANSP C/40	JOHNSON JOHNSON		100092	ALENIA 12/400MCG C/60 CAPS REFIL	ACHE
	702287	SH J&J BABY 400ML	JOHNSON JOHNSON		105063	XARELTO 20MG C/28 COMP	BAYER PHARMA
	701965	FIO DENT J&J ESSENC MENTA C/100M	JOHNSON JOHNSON		101949	KOIDE D XPE 120ML	EUROFARMA
	702286	SH J&J BABY 200ML	JOHNSON JOHNSON		105252	COMBODART C/30 CAPS	GSK PHARMA
	702387	LC NIVEA BODY MILK 400ML	BEIERSDORF		104352	VENVANSE 30MG C/28 CAPS A3	TAKEDA PHARMA
	715266	VENALOT CREME 240ML	MANTECORP FARMASA		104355	VENVANSE 70MG C/28 CAPS A3	TAKEDA PHARMA



**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, nossos canais estão sempre à sua disposição para prestar um atendimento de excelência. **Confira e aproveite!**

Televendas

 0800 970 1600

SAC

 0800 000 3035

 (11) 2185.7254

Suporte ePan

 0800 702 1700

 (11) 2185.3477

Horário de atendimento:
segunda a sexta-feira, das 8h00 às 18h00

PLP

panpharma

Sua farmácia **na frente**
com os principais
lançamentos!



O Programa de Lançamento de Produto é uma ferramenta que envia, automaticamente, para os clientes cadastrados, lançamentos inovadores, com mídia massiva ou forte visitação médica, **com prazo diferenciado de pagamento.**



Lançamento é venda **adicional para a farmácia.**



Você terá um prazo de **60 dias para pagar**



Loja atualizada **atrai novos clientes** e fica preparada para atender receituário médico.



Poderá devolver o produto caso não tenha sido vendido na loja*

* Respeitando o prazo de 10 dias antes do vencimento do boleto.

E tudo isso sem custo de adesão ou cancelamento!



Leia o QR Code
e conheça todos
os detalhes.

Acesse o site www.panpharma.com.br
ou envie um e-mail para
plppanpharma@panpharma.com.br
e faça agora mesmo o seu cadastro.

Participe você também do **PLP Panpharma!**