

CHEGOU UMA GRANDE NOVIDADE

SUSTAGEN[®] senior adultos 50+

Sem Sabor

720494 SUSTAGEN SENIOR SEM SABOR 740G
720496 SUSTAGEN SENIOR SEM SABOR 370G

Sabor baunilha

720497
SUSTAGEN SENIOR
BAUNILHA 370G



22g de proteínas*

em duas porções diárias da versão Sem Sabor.



Fonte de fibras

Superioridade nutricional nas 5 principais vitaminas e minerais que faltam na alimentação do adulto sênior!¹

Mais completo, mais nutrientes e em maior quantidade.¹

Único que é fonte de fibras!¹

Mais disposição e energia para nutrir o hoje e o amanhã que você deseja.

Fonte: ¹ Comparativo feito com base nas informações do rótulo do principal concorrente, 2022.

Este produto não substitui a alimentação saudável e balanceada. Seu consumo deve estar associado a uma dieta equilibrada e hábitos de vida saudáveis. Consulte um médico ou nutricionista. NAO CONTÉM GLÚTEN. *Fonte de proteínas.

ATUALIDADE

O Dia das Mães é uma data que merece ser trabalhada com carinho para conquistar os shoppers e aumentar as vendas.

EM FOCO

Ter acesso a genéricos de qualidade, seguros e eficazes é fundamental para garantir a saúde e a qualidade de vida das pessoas.

ESPAÇO NA FARMÁCIA

A temporada de outono-inverno traz aumento da incidência de doenças respiratórias, gripes, resfriados e outros problemas típicos das estações, consequentemente, a busca por MIPs cresce consideravelmente.

Pedido Eletrônico

ePan

+ agilidade e autonomia



Download no site
www.panpharma.com.br



Suporte ePan
0800 702 1700



Baixe também o ePan Mobile!

NOVO



404720

○ PODER DE
CONTRA A GRIPE



Pedido Eletrônico

ePan

Quer fazer
pedidos rápidos
e com facilidade?

Faça uso dos recursos
que o Pedido Eletrônico da
Panpharma tem para você!

Agilidade no dia a dia das farmácias!



Acesso
completo
ao estoque



Melhores
descontos
e ofertas



Suporte pelo
WhatsApp:
(11) 2185.3477

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 18h00.

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



 panpharma





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

EPAN MOBILE

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



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

GENÉRICOS: GRANDE OPORTUNIDADE PARA AS FARMÁCIAS BRASILEIRAS!

No mês em que se comemora o Dia do Medicamento Genérico, a Panpharma não poderia deixar de ressaltar a importância desta classe medicamentosa em uma reportagem especial.

Os genéricos são fundamentais para garantir o acesso da população a medicamentos já que, por lei, são 35% mais baratos do que os de referência, mas, na prática, os descontos podem chegar a 60%. A economia gerada pelos genéricos para a população, desde que começaram a ser comercializados, é de R\$ 241 bilhões.

O mercado de genéricos tem um crescimento consolidado no Brasil. Em 2022, por exemplo, o crescimento foi de 7,76% em unidades, em relação a 2021. Foram mais de 1,8 bilhão de unidades de genéricos comercializadas e a

perspectiva é de que continue a crescer nos próximos anos.

Trabalhar com genéricos é primordial para garantir o acesso a população e também para transmitir conhecimento de que é possível conquistar um tratamento de qualidade, seguro e eficaz por um preço justo. Por isso, mantenha sempre seus estoques abastecidos.

Outro destaque fica por conta do Dia das Mães, que é a segunda data mais importante para o varejo, depois do Natal. Portanto, é preciso dar atenção às rotinas de autocuidado e beleza, ações especiais e preços atrativos, para lucrar ainda mais com a sazonalidade.

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





O SEU PDV

Com a orientação correta, pacientes podem se beneficiar de produtos específicos para dormir melhor. Cabe à farmácia indicar a melhor opção ou a orientação médica.

<10



6

EM FOCO

Ter acesso a genéricos de qualidade, seguros e eficazes é fundamental para garantir a saúde e a qualidade de vida das pessoas. A falta de tratamento adequado sobrecarrega o SUS e traz grandes impactos na economia.



16 >

ATUALIDADE

O Dia das Mães é uma data que merece ser trabalhada com carinho para conquistar os *shoppers* e aumentar as vendas.



20 >

AS 10+

O inverno é a época mais favorável para aumentar as vendas de hidratantes faciais e corporais. Entenda melhor a jornada e escolhas do *shopper*.



23

TENDÊNCIA

Nas farmácias, os testes rápidos e autotestes contribuem para tornar mais ágil e efetivo o acompanhamento farmacoterapêutico, visando os melhores resultados das terapias medicamentosas.

<26



ESPAÇO NA FARMÁCIA

A temporada de outono-inverno traz aumento da incidência de doenças respiratórias, gripes, resfriados e outros problemas típicos das estações, conseqüentemente, a busca por MIPS cresce consideravelmente.

Genéricos

acessibilidade inquestionável

Ter acesso a medicamentos de qualidade, seguros e eficazes é fundamental para garantir a saúde e a qualidade de vida das pessoas. A falta de tratamento adequado sobrecarrega o SUS e traz grandes impactos na economia

No mês em que se comemora o Dia do Medicamento Genérico, a Panpharma não poderia deixar de ressaltar a importância desta classe medicamentosa em uma reportagem especial.

Os genéricos são fundamentais para garantir o acesso da população a medicamentos já que, por lei, são 35% mais baratos do que os de referência, mas, na prática, os descontos podem chegar

a 60%. De acordo com a Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos de Genéricos e Biossimilares (PróGenéricos), a economia gerada pelos genéricos para a população, desde que começaram a ser comercializados, foi de R\$ 241 bilhões. O mercado de genéricos tem um crescimento consolidado no Brasil. Em 2022, por exemplo, tivemos crescimento de 7,76% em unidades, em relação a 2021. Foram mais de 1,8 bilhão de unidades de

genéricos comercializadas. “Nossa perspectiva é que esse mercado continue a crescer no País nos próximos anos.”

Os medicamentos genéricos existem há mais de duas décadas, neste período, conquistaram a confiança dos consumidores e prescritores. Para se ter uma ideia, o índice de confiabilidade dos genéricos pelos consumidores é superior a 86%. Dos 20 remédios mais prescritos no Brasil, 15 são genéricos. “Estima-se que 90% das doenças prevalentes no Brasil podem ser tratadas com genéricos, que dominam o mercado para tratamento de doenças crônicas. Os genéricos correspondem a 73% das vendas de anti-hipertensivos, 79% dos antilipêmicos (controle do colesterol), 65% dos antidepressivos e 72% dos ansiolíticos. Desta forma, os genéricos são muito importantes para garantir o tratamento adequado da população, promover o bem-estar e qualidade de vida das pessoas, além de auxiliarem o Sistema Único de Saúde (SUS)”, destaca a PróGenéricos.

Importância dos genéricos para as farmácias

Trabalhar com genéricos é primordial para garantir o acesso a população e também para transmitir conhecimento de que é possível conquistar um tratamento de qualidade, seguro e eficaz por um preço justo.

“De acordo com uma pesquisa sobre o comportamento do consumidor em farmácias no Brasil realizado pelo Instituto Febrifar de Pesquisa e Educação Corporativa (IFEPEC), em parceria com a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), em

2022, 29% dos consumidores disseram ir às farmácias comprar medicamentos genéricos, esta foi a resposta mais prevalente entre os entrevistados. Outros 23,9% disseram comprar medicamento de marca mais genérico; 8,9% disseram comprar o medicamento genéricos, além de outros itens que não são medicamentos; e 6,7% disseram comprar medicamento genérico mais produtos de marca que não são medicamentos”, destaca entidade.

Para o diretor da Unidade de Negócio Genéricos do Aché, Fernando Costa, é importante ter disponível a opção de produto que o *shopper* busca para que a compra seja feita na sua loja e ele saia satisfeito, aumentando as chances de voltar. Diante disso, é importante considerar a disponibilidade de medicamentos genéricos, pois muitos *shoppers* o consideram como sua primeira opção no momento da compra. Importante ressaltar que, além de ter o medicamento genérico disponível, é preciso dar opções de laboratórios e preços para que ele escolha a melhor alternativa.

A PróGenéricos diz ainda que a pandemia trouxe consigo uma grave crise econômica em todo o mundo. Diante disso, os genéricos foram ainda mais importantes para reduzir os gastos com medicamentos no orçamento familiar, facilitando o acesso da população a tratamentos.

“Além disso, percebemos uma grande intensificação na procura por medicamentos para tratamento de Saúde Mental, por exemplo. A venda de genéricos das classes terapêuticas dos antidepressivos e ansiolíticos cresceu 56,26% e 18,36%, respectivamente, em dezembro/2022 quando comparado com dezembro/2019 – possivelmente por reflexos do Covid-19 e suas consequências”, ressalta.

Foto: Brenda Rocha Blossom/Stock.com



Falando ainda de pandemia, durante algum tempo, o Brasil enfrentou o desafio da falta de matéria-prima no mercado, o que fez com que houvesse uma alta procura pelos genéricos, que ficaram cada vez mais fortes. A situação trouxe à tona a importância de se manter estoques abastecidos. Dessa forma, será possível ofertar o máximo possível de produtos e princípios ativos para assistir o consumidor. “Para a PróGenéricos, está muito claro que o acesso a medicamentos é um dos princípios basilares de saúde pública e deve ser garantido por todos os atores envolvidos no setor de saúde, seja ele público ou privado”.


O diretor da Unidade de Genéricos da Eurofarma, Donino Scherer Neto, acredita também que a variedade e o preço fazem dos genéricos um segmento essencial a ser trabalhado nas farmácias. Considerando as patologias mais comuns, como a hipertensão, por exemplo, os genéricos podem representar um enorme percentual de opções de medicamentos para a doença. “Em casos de medicamentos com ampla demanda, é importante haver uma variedade de alternativas e o gerenciamento consciente de estoque pode ajudar em situações emergenciais”, sinaliza Neto.

Costa, do Aché, acredita que a escolha do medicamento deve ser feita pelo cliente, com respeito à prescrição médica ou à necessidade do *shopper*, para garantir seu tratamento. “Há mais de dois anos, o Aché investe de maneira consistente em pesquisas de segmentação de *shoppers* de medicamentos e debatido com varejistas como realizar, da melhor forma, o atendimento no balcão de medicamentos. Com isso, quantificamos que 87% dos

clientes da farmácia não gostam de ser influenciados no momento da compra, que valorizam seu poder de escolha, seu tempo e a orientação médica. Seguir apresentando opções apenas a partir das solicitações do cliente e apresentando opções que preservem o *ticket* médio é uma forma assertiva de preservar faturamento e margem e principalmente a fidelização do cliente.”

Consumo de genéricos na temporada de inverno


Existe uma demanda maior em diferentes épocas do ano para antibióticos e xaropes, já que no inverno, por exemplo, ocorrem mais infecções pelo vírus influenza. Mas, além da gripe, antibióticos e xaropes podem ser usados para doenças como asma, rinite e sinusite. Essas doenças podem ser agudas ou crônicas e isso vai implicar na quantidade de vezes que uma pessoa terá de ir à farmácia comprar estes medicamentos em momentos de crise respiratória. A Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos (PróGenéricos) recomenda que as farmácias sempre tenham um leque grande de opções. Quanto maior o número de medicamentos disponíveis no mercado, maior o acesso a populações mais carentes e maior a amplitude que os tratamentos alcançam. Por exemplo, caso um paciente tenha alergia a algum componente da fórmula de determinado xarope, é interessante que haja outras opções terapêuticas para que aquela pessoa não fique sem tratamento.



Guia de GENÉRICOS

panpharma

Confira nosso portfólio de genéricos, além de matérias com informações relevantes sobre o mercado para te auxiliar nas vendas.



nasoar
cloreto de sódio 0,9% **XT**

**DIFERENTES CONCENTRAÇÕES
PARA CADA PERFIL DE PACIENTE**

1,67%

405101

5,0%

EM BREVE



MEDICAMENTO NOTIFICADO CONFORME RDC Nº 576/2021. SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. NASOAR É UM MEDICAMENTO. SEU USO PODE TRAZER RISCOS. PROCURE O MÉDICO E O FARMACÊUTICO. LEIA A BULA.

NACTIL
Acetilcisteína 600mg

**Os benefícios da
Acetilcisteína, agora
em comprimidos.**

- Garantia da dosagem de 600mg;
- Primeira opção sem sabor;
- Melhor comodidade de ingestão.

ÚNICO
em comprimidos
revestidos¹

Dupla camada de revestimento



720270

720325



**2 APRESENTAÇÕES:
15 e 30 comprimidos**

Referência: 1. PMB Março/2023

LANÇAMENTO! Abasteça seu estoque!



113642

VYZULTA[®]
latanoprosteno bunode 0,24 mg/mL (0,024%)

**1ª Inovação no
tratamento do**

GLAUCOMA

em + de **20** anos!

**Única prostaglandina com mecanismo
de ação duplo e liberação de óxido nítrico!²**

VYZULTA® - latanoprosteno bunode - solução oftálmica tópica com 0,024% de latanoprosteno bunode; embalagem contendo 1 frasco de 2,5 mL ou 1 frasco de 5 mL - Uso Oftálmico Tópico. Use Adulto. **INDICAÇÃO:** É indicado para a redução da pressão intraocular (PIO) em pacientes com glaucoma de ângulo aberto ou hipertensão ocular. **CONTRAINDICAÇÃO:** Categoria de risco C. Este medicamento não deve ser utilizado por mulheres grávidas sem orientação médica ou do cirurgião-dentista. **ADVERTÊNCIAS E PRECAUÇÕES:** Pigmentação: VYZULTA® pode causar alterações nos tecidos pigmentados. As alterações mais frequentemente relacionadas com os análogos das prostaglandinas foram o aumento da pigmentação da íris e do tecido periorbital (pálpebra). Espere-se que a pigmentação aumente em uma solução oftálmica de latanoprosteno bunode for administrada. Com a interrupção no uso de VYZULTA®, a pigmentação da íris tende a ser permanente, enquanto que a pigmentação do tecido periorbital (pálpebra) e as alterações dos cílios tendem a ser reversíveis na maioria dos pacientes. A utilização em pacientes pediátricos menores de 16 anos de idade não é recomendada devido às potenciais preocupações de segurança relacionadas com o aumento da pigmentação após utilização crônica a longo prazo. **Alterações nos cílios:** VYZULTA® pode mudar gradualmente os cílios e a penetração do olho tratado. Essas alterações incluem aumento de comprimento, espessura e número de cílios ou pelos. As alterações nos cílios são geralmente reversíveis quando o tratamento é interrompido. **Inflamação intraocular:** VYZULTA® deve ser utilizado com precaução em pacientes com histórico de inflamação intraocular (intalveite) e geralmente não deve ser utilizado em pacientes com inflamação intraocular ativa, já que pode agravar esta condição. **Edema macular:** Edema macular, incluindo edema macular cistóide, foi relatado durante o tratamento com análogos de prostaglandina. VYZULTA® deve ser utilizado com precaução em pacientes afetados, em pacientes pseudofácicos com uma cápsula de cristalino posterior rompida ou em pacientes com fatores de risco conhecidos para o edema macular. **Carilite bacteriana:** Houve relatos de carilite bacteriana associada ao uso de frascos de doses múltiplas de produtos oftálmicos tópicos. Esses frascos foram inadvertidamente contaminados por pacientes que, na maioria dos casos, tinham uma doença corrente concomitante ou uma ruptura da superfície epitelial ocular. Use com Lentes de Contato: Deve-se remover as lentes de contato antes da administração de VYZULTA® porque este produto contém cloreto de benzalcônio. As lentes podem ser reinseridas 15 minutos após a administração. **Idosos:** Não foram observadas diferenças clínicas gerais de segurança ou eficácia entre idosos e outros pacientes adultos. **Uso pediátrico:** A segurança e a eficácia em pacientes pediátricos ainda não foram estabelecidas. Portanto, o uso de VYZULTA® não é recomendado nesses pacientes. **Gravidez e Lactação:** Não há dados humanos disponíveis para o uso de VYZULTA® durante a gravidez para informar quaisquer riscos associados a medicamentos. Com base em estudos em animais com latanoprosteno bunode, VYZULTA® pode causar aborto espontâneo, aborto e danos fetais. ALBN mostrou-se abortiva e teratogênica quando administrada a coelhos grávidas. Anormalidades estruturais observadas em fetos de coelho incluíram anormalidades dos vasos da base e do arco aórtico, cabeça cupula, anomalias externas e vertebrais esqueléticas, hipertensão e má rotação de membros, distensão abdominal e edema. Não existiam dados sobre a presença de VYZULTA® no leite humano, os efeitos no lactante amamentado ou os efeitos na produção de leite. Devido aos níveis extremamente baixos de plasma após a aplicação no olho, não é provável que algum o leite materno ou a corrente sanguínea do bebê ou que cause quaisquer efeitos adversos nos crianças amamentadas. Categoria de risco C. Este medicamento não deve ser utilizado por mulheres grávidas sem orientação médica ou do cirurgião-dentista. **INTERAÇÕES MEDICAMENTOSAS:** Não foram realizados testes de interação medicamentosas entre VYZULTA® e outros medicamentos. Se mais de um medicamento oftálmico tópico estiver sendo usado, os medicamentos devem ser administrados com um intervalo de pelo menos cinco (5) minutos entre as aplicações. **REAÇÕES ADVERSAS:** As reações adversas oculares mais comuns observadas em pacientes tratados com latanoprosteno bunode foram: hiperemia conjuntival (6%), iritação ocular (4%), dor ocular (3%) e dor no local de instilação (2%). Aproximadamente 0,6% dos pacientes interromperam a terapia devido às reações adversas oculares, incluindo hiperemia ocular, iritação conjuntival, iritação ocular, dor ocular, edema conjuntival, visão borrada, carilite pontiada e sensação de corpo estranho. **POSOLOGIA E MODO DE USO:** Recomendada-se a dosagem de uma gota no saco conjuntival (do(s) olho(s) afetado(s)) uma vez ao dia no período noturno. Não administrar VYZULTA® mais do que uma vez ao dia, uma vez que foi demonstrado que a administração mais frequente de análogos das prostaglandinas pode diminuir o efeito de diminuição da pressão intraocular. Se há o uso concomitante de VYZULTA® com outros medicamentos oftálmicos tópicos para baixar a pressão intraocular, então administrar este medicamento com pelo menos cinco (5) minutos de intervalo. Cerrar que a ponta do frasco entre em contato com o olho, estruturas adjacentes, dedos ou qualquer outra superfície, a fim de evitar a contaminação da solução por bactérias comuns que causam infecções oculares. Danos graves aos olhos e subsequente perda de visão podem resultar do uso de soluções contaminadas. **VENDA SOB PRESCRIÇÃO MÉDICA.** © Bausch & Lomb Incorporated. VYZULTA é uma marca da Bausch & Lomb Incorporated ou de suas afiliadas. - M.S. 1.191.0029 - Importado por: BL Indústria Ótica Ltda. - CNPJ 27.011.022/0001-03 - SAC: 0800 702 6464. Documentação Científica e Informações adicionais estão a disposição da classe médica, mediante solicitação. ©2023 Bausch & Lomb Incorporated. Bausch & Lomb é uma marca registrada de Bausch & Lomb Incorporated ou suas afiliadas. Todos os direitos são reservados. É proibida a reprodução total ou parcial sem prévia autorização da BL Indústria Ótica Ltda. Referências: 1- Savit M, DeCroy HH. The role of nitric oxide in the trabecular pressure lowering efficacy of latanoprostene bunod: review of nonclinical studies. J Ocul Pharmacol Ther. 2018;34(1-2):52-60. doi: 10.1089/jop.2016.0188. Mar23. 2- Savit M, DeCroy HH. The role of nitric oxide in the trabecular pressure lowering efficacy of latanoprostene bunod: review of nonclinical studies. J Ocul Pharmacol Ther. 2018;34(1-2):52-60. doi: 10.1089/jop.2016.0188. Mar23.

SAC 0800 702 6464
sac@bausch.com.br
www.bausch.com.br

Material destinado a Profissionais de Saúde

BAUSCH + LOMB
Ver melhor. Viver melhor.



Sono em dia

Com a orientação correta, pacientes podem se beneficiar de produtos específicos para dormir melhor. Cabe à farmácia indicar a melhor opção ou a orientação médica

Deitar na cama e não conseguir dormir tem nome: insônia. O problema, de acordo com o Hospital Albert Einstein, é definido como qualquer dificuldade em iniciar ou manter o sono durante a noite. Alguns pacientes descrevem como a demora para iniciar o sono, outros acordam várias vezes durante a noite e ainda há os que despertam no meio da madrugada e não conseguem voltar a dormir.

“O brasileiro precisa melhorar sua qualidade de sono, visto que mais de 44% apresentam problemas para dormir há pelo menos dois anos. A pandemia piorou o quadro de muitas pessoas

– é o que afirmam seis em cada dez brasileiros”, revela o diretor comercial da Sanofi Consumer Healthcare, Silvio Silva.

Além disso, de acordo com um estudo encomendado pela área de Consumer Healthcare da Sanofi ao Instituto Ipsos, quando os respondentes foram questionados sobre classificar em uma escala de um a sete, em que sete significa “impactou muito” e um significa “não impactou nada”, o quanto a pandemia provocada pelo Covid-19 impactou a qualidade do seu sono, 40% da amostra responderam que foram afetados pela pandemia e somente 11% afirmou não ter sofrido nenhum impacto.

Existem diversas causas para a insônia. Em geral, elas são categorizadas em insônia aguda ou insônia crônica. A consultora especialista em varejo farmacêutico, Sílvia Osso, fala sobre elas:



Insônia aguda

É a dificuldade para dormir que dura menos de três semanas e costuma estar associada a fatores de estresse, tais como:

- **Mudanças súbitas no ambiente:** barulhos, temperatura, tipo de colchão, luminosidade, presença de outras pessoas no quarto etc.;
- **Aumento ou redução repentina no consumo de determinadas substâncias,** como cafeína, nicotina, álcool e drogas ilícitas;
- **Doenças agudas,** principalmente aquelas que causam dor, desconforto ou impedem o paciente de dormir deitado;
- **Estresses psicológicos:** divórcio, perda do emprego, morte de um familiar, discussões, pressões profissionais etc.;
- **Uso de certos medicamentos controlados;**
- **Suspensão, após longo uso, de medicamentos** que agem no sistema nervoso central (SNC), como antidepressivos ou ansiolíticos.



Insônia crônica

A insônia crônica ocorre quando o paciente tem dificuldade para dormir em, pelo menos, três dias da semana por mais de quatro semanas seguidas.

- **Má higiene do sono:** um conjunto de ações ao longo do dia que favorecem o início do sono à noite. Por exemplo: consumir cafeína à noite, praticar atividades físicas logo antes de dormir, não dormir na mesma hora todo dia, tirar vários cochilos durante o dia etc.;
- **Insônia psicofisiológica:** também chamada de insônia primária, é aquela insônia que surge sem causa aparente;
- **Doenças neurológicas:** doenças degenerativas neurológicas, como a doença de Parkinson e o mal de Alzheimer podem também ser causas de insônia.

“Apesar de sofrer para dormir, a população brasileira não procura ajuda profissional na primeira oportunidade. A maioria dos respondentes procura na internet e/ou fala com pessoas próximas quando têm insônia e somente 34% deles conversaram com um médico. Entre os que procuraram ajuda especializada, mais de 50% a buscaram para entender melhor o que poderia estar causando o problema. Quando questionados qual a primeira atitude que tiveram ao começar a enfrentar problemas com o sono, 52% afirmou procurar ajuda *online*, em *sites* médicos, redes sociais e no Google”, alerta Sílvia.

Por isso, a atuação da farmácia, por meio da Atenção Farmacêutica, é fundamental para avanços no diagnóstico e na orientação aos pacientes de forma a verificar se são sintomas de insônia de curta duração, crônica ou apenas um efeito de estresse temporário. “Para cada caso, uma indicação. A crônica deve se orientar pela procura de um médico; e as leve ou de curta duração pode até ser orientada pelo farmacêutico (caso este esteja capacitado para isso)”, afirma Sílvia.

O executivo da Sanofi complementa dizendo que a qualidade do sono está ligada diretamente ao autocuidado e dicas sobre como fazer uma boa higiene do sono, entre outras, estão ao alcance de todos. Assim o farmacêutico pode guiar os consumidores para saber mais sobre o tema.

Melatonina: como funciona o hormônio do sono e como deve ser trabalhado na farmácia

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

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

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

A melatonina é um hormônio produzido pelo organismo na glândula pineal, que fica no cérebro.

Ela é liberada no início da noite, quando cai a iluminação natural, porém tem um pico de produção maior algumas horas após o anoitecer e ajuda a promover o início do sono.

O hormônio pode ser sintetizado ou extraído de animais – e assim ser administrado a pessoas. Estas formulações têm sido bastante utilizadas na prática médica.

A melatonina é bem segura. Ela é usada principalmente em casos de *jet lag* – desregulação do sono que ocorre após uma viagem no qual haja muita diferença de fuso horário –, distúrbios de ritmo circadiano ou em casos extremamente específicos de insônia.

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

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

Fontes: Hospital Albert Einstein e Hypera Farma

Tem na Panpharma:



Cód. 720401
SONOZZZ
MELATONINA
C/30COMP SUBL

Cód. 405198
SONOZZZ
PASSIFLORA
857MG 30COMP



Cód. 404303
MARACUGINA PI
840MG C/20COMP
REV

Cód. 719873
NINA MELATONINA
C/120 COMP MAST

Cód. 400230
CALMAN
C/20 COMP

CALMAN (Passiflora incarnata L., Crataegus rhipidophylla Gand., Salix alba L.). Usar: Adulto. Uso oral. Indicações: Ansiedade leve, irritabilidade e insônia. 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. Registro no MS: 1.3764.0173. 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 840mg. 1.7817.0878.008-1

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

Foto: insta_photos/Stock.com



Calmantes naturais

O medicamento fitoterápico é fabricado à base de vegetais ou plantas medicinais, que têm o poder de aplicar alguma ação terapêutica. Pode ser utilizado para tratar enfermidades, como glaucoma e diabetes, além de questões relacionadas à ansiedade, depressão e insônia.

Os fitoterápicos possuem uma composição mais orgânica e natural, por isso provoca menos danos e reações tóxicas ao organismo do que os medicamentos sintéticos. Consequentemente, eles também provocam menos efeitos colaterais e dependência, pois são menos agressivos ao organismo.

Os medicamentos fitoterápicos têm sido muito procurados pela população, justamente por não causarem efeitos adversos. Para insônia, eles são indicados para os quadros de leve ou de curta duração, já que atuam no sistema nervoso central (SNC).

A Passiflora é um fitoterápico isento de prescrição médica, muito utilizado para quadros de insônia, ansiedade leve, irritabilidade e agitação nervosa, por ter ação ansiolítica e agir como sedativo leve.

Além da Passiflora, os medicamentos fitoterápicos mais conhecidos são: Kava-kava; Rhodiola rósea, Valeriana e Gingko biloba.

Fontes: consultora especializada em varejo farmacêutico, Sílvia Osso, e o diretor comercial da Sanofi Consumer Healthcare, Sílvio Silva



ISDIN Acniben®

Skincare de resultado
para a pele oleosa e acneica

Controle de oleosidade e
melhora das imperfeições da pele

EM BREVE



EAN 842942022397

EAN 842942022359

EAN 842942023416

EAN 842942022212

ISDIN
LOVE YOUR SKIN



Nestlé
NANLAC

*A melhor nutrição evoluiu
para a próxima fase.*



706633



718136



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

Qual o papel das Fórmulas Infantis de Seguimento na Alimentação das Crianças de Primeira Infância?



As crianças de primeira infância são aquelas com idade entre 1 e 3 anos.¹ Nessa faixa etária, algumas ainda podem estar em aleitamento materno, conforme preconizado pela Organização Mundial da Saúde, que prevê o aleitamento exclusivo até o 6º mês de vida e complementado até os 2 anos de vida ou mais.² No Brasil, entretanto, o que se vê é alta prevalência de consumo de leite de vaca para crianças desta idade, o que pode representar um fator de risco preocupante de obesidade, devido ao alto teor proteico desse alimento, conforme já amplamente demonstrado na literatura científica.^{3,4}

Estudo com representatividade nacional de 2013 mostrou que o leite de vaca não modificado era o alimento consumido pela maior parte das crianças de 1 a 3 anos, correspondendo a 79,6% das crianças com idades entre 12 e 24 meses e 83,1% entre 25 e 59 meses.⁵

Esse alto consumo de leite de vaca contraria as recomendações da Sociedade Brasileira de Pediatria, que, para crianças de 1 a 3 anos, recomenda três porções diárias de laticínios, preferencialmente fortificados com vitaminas e minerais e teor adequado de proteína,² que seria importante para minimizar eventuais carências ou excessos nutricionais decorrentes de uma alimentação inadequada, devido ao baixo consumo de frutas, legumes e fibras; pela alta e precoce ingestão de frituras, salgadinhos e açúcar; e pela ingestão de proteína elevada, comportamentos bastante comuns em crianças desta faixa etária no Brasil.^{6,7} o que pode acarretar em desequilíbrio de oferta energética e proteica; ingestão abaixo das recomenda-

ções de vários micronutrientes: vitaminas A, D, B12, C e ácido fólico; iodo; ferro e zinco; e baixa ingestão de ácidos graxos da cadeia ômega-3, principalmente de DHA (Ácido docosaheptaenoico).⁸⁻¹⁰

Como opção para suprir essas deficiências nutricionais, alguns estudos têm avaliado a possibilidade de substituição do leite de vaca por fórmulas especialmente criadas para essa faixa etária. Chouraqui e colaboradores,¹¹ em publicação de 2019, observaram uma melhor adequação na ingestão de Vitamina C, Vitamina D, Vitamina E, Ferro, Fósforo, Zinco, Fibras e ácidos graxo ômega-3 entre as crianças que consumiram formulações desenvolvidas especialmente para suprir as necessidades de crianças de 1 a 3 anos quando comparado às que consumiram leite de vaca não modificado.

No Brasil, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, através da Resolução da Diretoria Colegiada – RDC 44/2011 – regulamentou a produção e a comercialização das Fórmulas Infantis de Seguimento para Crianças de Primeira Infância, que determina teores adequados de macro e micronutrientes para atender às necessidades nutricionais de crianças de 1 a 3 anos, fazendo deste alimento um excelente veículo para a oferta nutrientes ausentes ou expressos em baixa concentração no leite de vaca, podendo ainda apresentar ajustes de relevância à saúde, especialmente a redução dos teores proteico e de sódio garantindo uma nutrição especializada para as crianças de Primeira Infância.

Referências: 1. LEI Nº 11.265 DE 03 DE JANEIRO DE 2006. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/11265.htm [Acessado em julho/2021]. 2. Sociedade Brasileira de Pediatria. Manual de Alimentação da Infância à Adolescência. Departamento Científico de Nutrologia, 4ª, ed. São Paulo, 2018. 3. Lind MV, Larnkjaer A, Molgaard C, Michaelsen KF. Dietary protein intake and quality in early life: impact on growth and obesity. *Curr Opin Clin Nutr Metab Care*. 2017;20(1):71-76. 4. Günther AL, Buyken AE, Kroke A. Protein intake during the period of complementary feeding and early childhood and the association with body mass index and percentage body fat at 7 y of age. *Am J Clin Nutr*. 2007;85(6):1626-1633. 5. Bortolini GA, Vitolo MR, Gubert MB, Santos LMP. Early cow's milk consumption among Brazilian children: results of a national survey. *Jornal de Pediatria*. 2013;89(6):608-613. 6. Fisberg M, Duarte Batista L. Nutrition Related-Practices in Brazilian Preschoolers: Identifying Challenges and Addressing Barriers. *Building Future Health and Well-Being of Thriving Toddlers and Young Children*. Nestlé Nutrition Institute Workshop Series;10.1159/0005115092020. p. 1-10. 7. Organization WH, University UN. Protein and amino acid requirements in human nutrition: World Health Organization; 2007. 8. Suthutvoravut U, Abiodun PO, Chomtho S, Chongviriyaphan N, Cruchet S, Davies PS, et al. Composition of Follow-Up Formula for Young Children Aged 12-36 Months: Recommendations of an International Expert Group Coordinated by the Nutrition Association of Thailand and the Early Nutrition Academy. *Ann Nutr Metab*. 2015;67(2):119-132. 9. Szajewska H, Makrides M. Is early nutrition related to short-term health and long-term outcome? *Ann Nutr Metab*. 2011;58 Suppl 1(38-48). 10. Wern FN, Lifschitz C. Complementary Feeding: Beyond Nutrition. *Ann Nutr Metab*. 2018;73 Suppl 1(20-25). 11. Chouraqui, Turck, Tavoularis, Ferry, Dupont. The Role of Young Child Formula in Ensuring a Balanced Diet in Young Children (1-3 Years Old). *Nutrients*. 2019;11(9).

CONHEÇA O
NOVO NANLAC®

NUTRINDO CADA
POSSIBILIDADE
DOS PEQUENOS!



NÃO CONTÉM GULEM.

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





VENDAS COM amor

O Dia das Mães é uma data que merece ser trabalhada com carinho para conquistar os shoppers e aumentar as vendas

Depois do Natal, o Dia das Mães é uma das datas que mais impulsionam as vendas no varejo brasileiro e as farmácias deve aproveitar a sazonalidade para alavancar a venda de itens de Higiene & Beleza (H&B), como dermocosméticos e kits presenteáveis.

Nos últimos anos, aconteceram algumas mudanças de comportamento e mais atenção às rotinas de autocuidado e beleza, portanto, dar atenção a essas categorias com disponibilidade de produtos, ações especiais, quando possível, e preços

atrativos são formas de fazer o Dia das Mães ser um grande momento de vendas.

“É importante trabalhar todas as categorias relacionadas com o feminino e a maternidade, bem como itens que estão com pouco giro. Diminua a margem; componha kits em uma bela embalagem; os exponha em pontas de gôndolas com cartazes sugestivos. Tenha certeza de que os produtos que pretende promover estão ao alcance fácil do cliente com ótima sinalização visual e de preços”, explica a consultora especializada em varejo farmacêutico, Sílvia Osso.



Como aumentar o fluxo de clientes na loja?

É preciso desenhar uma estratégia de comunicação muito eficiente, afinal, é uma data que será trabalhada em lojas de todos os segmentos. Pense em como atrair a clientela com antecedência, utilizando os canais de maior fluxo e eficiência para o seu negócio – redes sociais, panfletos, campanhas em mídias *online* e *offline*. Converse com seus fornecedores sobre preços e *kits* promocionais e garanta que até o final da campanha tenha o estoque e o sortimento necessários para a demanda.

Fonte: NIVEA



Foto: simonkr/iStock.com

A profissional afirma que o *mix* existente na farmácia é bastante extenso e permite excelentes oportunidades de vendas. A data trabalha com emoção e afetividade, portanto o apelo na comunicação deve estar sempre em mente. O varejo deve focar desde produtos de beleza facial e corporal em forma de dermocosméticos e nutracêuticos até aos mais simples como sabonetes, aromatizadores e cremes corporais. Podem ser oferecidos também alguns itens de maquiagem. “A maioria das indústrias de H&B oferece *kits*, com preços atraentes, para essa data. Eles podem ser de todos os valores e apelos, tipo *kit* banho (com sabonete e desodorantes); *kit* mãos (esmaltes, removedores etc.); entre outros. Algumas opções também podem ser montadas pela farmácia usando cestos; latas; baldes ou outros envoltos em celofanes e laçarotes, pois ainda têm um grande apelo para os consumidores”, comenta Sílvia.

De acordo com a NIVEA, a campanha completa, incluindo exposição e comunicação, deve ser atrativa, encantadora e ter conexão afetiva com a data. É importante deixar as opções de produtos ou *kits* muito bem expostos para cativar e influenciar a decisão de compra daqueles que irão presentear as suas mães. É fundamental, também, que a promoção destes produtos e marcas abrace a diversidade e a pluralidade de mães em suas inúmeras origens, características e perfis. “Toda a layoutização e localização das categorias

não devem ser mudadas. Os produtos pensados para essas datas e com apelos afetivo/emocionais devem estar no ponto natural e serem colocados em destaque nas pontas de gôndolas e pontos extras; com decorações bem trabalhadas. Tenha certeza de que os produtos que pretende promover estão ao alcance fácil do cliente com ótima sinalização visual e de preços. Evite barreiras que dificultem ou impossibilitem a circulação dos clientes. Além disso, mantenha a entrada da loja livre para facilitar o acesso”, complementa Sílvia.

Também é importante preparar os funcionários a fim de que eles entendam que a data é importante para as vendas da empresa. Oriente os colaboradores para que ofereçam um bom atendimento, com simpatia e conhecimento. No período que antecede o Dia das Mães, a emoção é o que impulsiona a ação do consumidor para uma compra não planejada. Por isso, há produtos que fazem mais sucesso, como aqueles que evocam sentimentos bons de carinho, cuidado e amor.

“Crie na semana anterior a distribuição de algum mimo, como lembrete que a data se aproxima e o ofereça como gentileza aos que entram em sua farmácia. Entregue uma simples balinha com um cartão dizendo: ‘Sua mãe gostaria de ser lembrada! Temos muitos produtos com lindas embalagens’; ou ainda ‘Vem chegando o Dia das Mães, que tal verificar os itens que temos para presentear-la?’”, finaliza Sílvia.



Foto: Choreography/istock.com

Principais desejos de consumo das mulheres em beleza

Há muitos itens para serem disponibilizados. Alguns são campeões de vendas, como:

- Cremes hidratantes para o rosto;
- Máscara de cílios;
- BB cream para a região dos olhos, 5 em 1 ou com Fator de Proteção Solar (FPS);
- Sabonete líquido para o corpo;
- Protetor labial;
- Batom *matte gloss*;
- Desodorantes femininos;
- Lenço umedecido para o rosto;
- Protetor solar FPS 50;
- Combos: xampu + condicionador.

Fonte: consultora especializada em varejo farmacêutico, Sílvia Osso

Tem na Panpharma:



Cód. 716088
TINT BIOCOLOR
CAST ESC 3.0 MINI



Cód. 716130
HIDR MONANGE
FRUTAS VER 400ML



Cód. 718669
CICATRICURE GOLD LIFT
SERUM 30ML



Cód. 719547
REVITALIFT HIALUR
SERUM 15ML



Cód. 719497
CR NIVEA CELLUAR
EXP DIA F30 50G



Cód. 719498
CR NIVEA CELLUAR
EXP NOITE 48G



Cód. 702913
PROTETOR
LAB ORIGINAL
CARE 4,8G



Cód. 716492
ANTHE AE
PIGM SEM COR
FPS50 40G



RISQUÉ

A VIDA EM CORES

AS CORES QUE
INSPIRAM A SUA VIDA,
INSPIRAM OS
NOSSOS ESMALTES



**FÓRMULA
HIPO
ALERGÊNICA**



**PINCEL
PARA
APLICAÇÃO
PERFEITA**

BUSCA POR HIDRATANTES

crece nos dias mais frios

O inverno é a época mais favorável para aumentar as vendas de hidratantes faciais e corporais. Entenda melhor a jornada e escolhas do shopper

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

A categoria de hidratante corporal fechou o ano de 2022 com um crescimento de +10% em relação ao ano anterior em valor nas farmácias do Brasil e, o hidratante labial cresceu +4,9% versus o ano anterior em valor, de acordo com os dados da IQVIA. Os lançamentos contribuíram com 9% do total de crescimento.

Os números se tornam ainda mais relevantes ao compará-los com os do Euromonitor International. Em 2021, a categoria teve uma

queda de 0,2% e, em 2022, voltou a crescer 6%, atingindo cerca de R\$ 16 bilhões. Os cremes e loções para corpo representaram 59% das vendas, cuidados faciais representou 37%, cuidados com as mãos 3% e kits 1%. As vendas da categoria no canal farma foram responsáveis por mais de 18% das vendas em valor.

“A previsão de crescimento para o ano de 2023 em valor é de 5% de acordo com dados do Euromonitor International, a curva de vendas de produtos de cuidados com a pele tem uma sazonalidade durante o período de inverno, que pode chegar de 10% a 20% superior aos outros períodos do ano. A sazonalidade afeta de forma diferente produtos para o corpo e para o rosto, pois no inverno, as pessoas se preocupam mais em hidratar a pele do rosto do que no verão”, explica a diretora Vogal

do Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo (IBEVAR) e professora da pós-graduação da Labfin-Provar-FIA, Tania Miné. Com o crescimento da categoria, as farmácias têm uma ótima oportunidade de aumentar sua rentabilidade e *ticket* médio, mergulhando no conhecimento da jornada de compra do *shopper* em hidratantes.

De acordo com a sócia diretora da Mind Shopper, Alessandra Lima, o *shopper* da categoria de hidratantes busca por produtos multifuncionais, que oferecem hidratação e outros benefícios, como uniformização do tom de pele e hidratantes com fator de proteção solar.

“No último ano, destacaram-se produtos para combater problemas de pele, como cotovelos e mãos ressecadas. Como tendências de consumo para 2023, os cuidados com a pele não se limitam aos cuidados faciais, aumentando a visibilidade de produtos para o restante do corpo. O consumidor também fica mais atento aos efeitos do estresse e da ansiedade em sua pele, que podem causar o envelhecimento da pele e, conseqüentemente, manchas, flacidez e rugas. Diante destes cenários, tanto o segmento de dermo quanto o massivo, encontram oportunidades de mercado para atender as necessidades dos consumidores.”

Ela diz ainda que o *shopper* leva em conta, no momento da compra de hidratantes, a textura do produto, o perfume e o tipo de pele, com o intuito de obter produtos que proporcionem conforto, ajudando a aliviar a tensão do dia a dia e reduzir o estresse.

Itens no ponto de venda

A maioria das marcas trabalha os produtos de determinado segmento em um mesmo espaço, comenta a Coty. Adicionalmente, podem ocorrer negociações para pontos extras, voltados à exposição de produtos de subcategorias específicas. Outra iniciativa interessante de *merchandising* é a utilização dos *clip strips* nas gôndolas para divulgação de conteúdos educacionais para hidratação (hidratantes e óleos). Essa é uma forma de incentivar o consumidor a adquirir um *mix* completo de produtos para cuidados com a pele durante o verão, além de garantir aumento de *ticket* médio ao varejista.

De acordo com a Coty, o Gerenciamento por Categorias (GC) de hidratantes pode ocorrer da seguinte forma:

Deixar subcategorias segmentadas na gôndola – como mãos, face e corpo;

Separar óleos de hidratantes, mantendo óleos na parte superior da gôndola pela diferença de preço;

Incluir lançamentos e produtos funcionais (com foco em tecnologia) na altura dos olhos do consumidor;

Dentro dos subsegmentos separar por tamanho de embalagem e por fragrâncias.

Para diferentes *clusters* de loja (em termos de nível socioeconômico) pode haver mudança de posicionamento de produtos com maior valor agregado (a depender do público a ser atingido, pode ter mudança em número de frentes para executar da melhor maneira em gôndola. De toda forma, é importante reforçar que independente do cluster, a regra de manter blocos de segmentos na horizontal e marcas na vertical deve ser mantida para facilitar a busca do consumidor pelo produto desejado.

A sazonalidade afeta de forma diferente produtos para o corpo e para o rosto, pois no inverno, as pessoas se preocupam mais em hidratar a pele do rosto do que no verão

Foto: simonkr/Stock.com



Dez dicas para vender mais itens de hidratação durante o inverno

1.

Ofereça todas as consistências, que variam de gel a loção e são apresentados em cremes, pomadas, loções ou séruns.



6.

Revise o planograma da loja.



Disponibilize produtos com os ativos mais procurados pela população, que são: ácido hialurônico, ureia, pantenol, silicone, que melhoram a hidratação e a proteção da pele.

.2



Disponibilize provedores na farmácia.

.7

3.

Conheça os tipos de peles e o que é recomendado para cada uma: se é oleosa, os produtos em forma de loções, com toque mais seco são mais indicados para o corpo e em forma de gel ou séruns *oil-free*, para o rosto. Já quem sofre com pele seca deve usar cremes mais espessos, que tenham manteiga ou óleos na composição, além dos *balms*.

8.

Em geral, os *shoppers*, em sua maioria mulheres, são mais fiéis aos produtos de performance ou hidratantes para a face, é importante garantir a visibilidade.



Tenha um mix correto e organizado.

.4

Nas prateleiras inferiores, deve-se expor os itens de maior venda, como os hidratantes corporais. Em cada segmento, é importante colocar os blocos de marca com suas diferentes fragrâncias, tamanhos e tipos de embalagem.

.9

5.

Trabalhe ações nas pontas de gôndolas e explore pontos extras.

10.

Esteja de olho nas tendências.



↑
Cód. 714181
CERAVE LOCAO
HIDRATANTE
473ML



↑
Cód. 704967
UREADIN 10
LOCAO 400ML



↑
Cód. 700545
CETAPHIL CR
HIDRAT 453GR



↑
Cód. 718018
NEUTROGENA
& REPARA 200ML



↑
Cód. 710869
CR NIVEA LATA
145GR

Tem na Panpharma:



Vendas de OUTONO-INVERNO a caminho!

Outono apresenta diferentes temperaturas, que são reduzidas gradualmente, devido a próxima estação do ano, que é o inverno. Trata-se de uma temporada em que se agravam disfunções respiratórias, alergias e até doenças cardiovasculares, em decorrência das mudanças climáticas, afetando principalmente crianças e idosos. Segundo o Hospital do Coração (Hcor) de São Paulo, há um aumento de 30% a 40% no atendimento de pacientes com doenças respiratórias e cardiovasculares durante o outono e o inverno.

De acordo com a sócia diretora da Mind Shopper, Alessandra Lima, este período do ano faz com que aumentem as buscas por medicamentos para rinite, sinusite, amigdalite, imunidade, antigripais e seus derivados, movimentando as vendas dos Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs), como suplementos vitamínicos, anti-inflamatórios não esteroidais, analgésicos, relaxantes musculares e antibacterianos tópicos para problemas da pele, aumentando a oportunidade que o varejo tem de

obter um *mix* de produtos com maior rentabilidade e um sortimento alinhado com o perfil do *shopper*, adequado ao período do ano.

As farmácias não devem ignorar este momento. Segundo a Hypera Farma, ao falar de autosserviço, o MIP representa mais de 40% das vendas. Portanto, existe a oportunidade de aumentar a relevância da categoria em alguns passos como: exposição no autosserviço, espaço correto, sortimento adequado, sinalização e faceamento das principais marcas e pontos extras.

“As farmácias devem conhecer seus *shoppers*, fazer estudos de sortimento e curvas de sazonalidade dos produtos em cada *cluster* de loja. A oferta e a demanda oscilaram muito nos últimos três anos em função da pandemia, este ano, esse efeito pode ser minimizado por equilíbrio maior nas cadeias de *supply chain*. É importante manter estoques dos itens mais vendidos no inverno e buscar usar o *e-commerce* como alternativa para falta de produtos nas lojas físicas, funcionando como uma gôndola virtual”, complementa a diretora Vogal do Instituto

Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo (IBEVAR) e professora da pós-graduação da Labfin-Provar-FIA, Tania Miné.

A exposição conjunta de itens para gripes e resfriados, oferecendo uma solução ao cliente aumenta a conversão. O *cross-merchandising* pode ser muito efetivo na combinação destas categorias sazonais para aumentar o *ticket* médio.

Para se preparar para esta temporada do ano, revela Alessandra, da Mind Shopper, a farmácia precisa entender as características climáticas da região do Brasil que atua, em paralelo ao comportamento de compra do seu público-alvo, para garantir o abastecimento ideal do estoque dos medicamentos destas categorias, evitar ruptura, potencializar seu catálogo sazonal e adaptar os canais de vendas, de acordo com a estratégia do varejo.

No momento de compor o sortimento da categoria, a farmácia deve investir em diferentes tipos de antigripais, que estão entre os produtos mais procurados pelos consumidores no inverno: comprimido, cápsula, pastilha e xarope.

Em seguida, adiciona a executiva, é preciso trabalhar a exposição e visibilidade das marcas nas gôndolas, considerando a jornada de compra do *shopper* na loja e áreas quentes do ponto de venda (PDV), que terão

maior fluxo de clientes. Esta é uma boa oportunidade para realizar o *cross-category* com produtos de higiene e beleza, que também possuem aumento de vendas entre o outono/inverno: lenço de papel, álcool gel, sabonete líquido, lenços umedecidos e hidratantes para o corpo, face, lábios, mãos e pés.

“Os produtos de Higiene & Beleza (H&B), que prezam pela sustentabilidade por meio de formulações e embalagens mais sustentáveis, estão em alta. Exemplo disso são os produtos veganos, produtos baseados em plantas, desodorantes sem alumínio, ingredientes ativos menos agressivos e tóxicos”, adiciona Tania, do IBEVAR.

O diretor Comercial Sênior da P&G Brasil, Maurício de Campos, explica que muitas farmácias menores conseguem fazer uma execução muito boa, por exemplo, no balcão. “Eventualmente fazer uma execução ali é algo viável. Esse público não terá um contato muito grande com Gerenciamento por Categorias (GC), então, você tem os antigripais com praticamente 30% do mercado, xaropes que também são muito importantes, tem os *sprays* nasais que também são fortes, por exemplo. A hora que você entende o mercado, dá para ele fazer uma execução do mínimo necessário. Ou seja, você tem o sortimento mínimo que é o *core* do inverno.”

Estratégias para vender mais

A previsão do tempo para o inverno desse ano, sob a possível influência do El Niño deve ter temperaturas mais brandas com muitas chuvas para as regiões sul e sudeste. As regiões Norte e Nordeste deverão ter um clima mais seco. O centro-oeste terá clima semelhante ao de 2022. É importante acertar com a indústria ou distribuidora os planos de negócio, os planos de inovação e lançamento de produtos, o calendário de ações promocionais e sazonais, as ofertas disponíveis, as rebaixas de preços. Tudo isso deve ser feito com os principais fornecedores para dar subsídios para as farmácias construírem seu calendário

sazonal, priorizando as categorias e produtos que foram negociadas no planejamento com a indústria. Nesse cenário, é muito importante garantir estoques dos itens mais vendidos e dos lançamentos de produtos que podem trazer novos clientes para as categorias sazonais. Estimular os programas de CRM para estabelecer um relacionamento de longo prazo com o cliente, oferecendo produtos e serviços segundo a necessidades do público atendido. Estabelecer metas claras e indicadores a serem monitorados como fluxo, conversão, *ticket* e *churn*.

Fonte: diretora Vogal do Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo (IBEVAR) e professora da pós-graduação da Labfin-Provar-FIA, Tania Miné

Tipos de antigripais

XAROPE ANTIGRIPIAL: a ação do xarope antigripal não trata apenas a causa da tosse, mas também é capaz de controlar a febre e a dor no corpo, sintomas clássicos de gripes e resfriados. Assim como os comprimidos tradicionais, ele irá atuar no alívio dos sintomas para não sobrecarregar o organismo.



XAROPE EXPECTORANTE: têm ação mais direcionada ao alívio da tosse, sem atuar contra os outros sintomas das gripes e resfriados.



COMPRIMIDOS: são utilizados no tratamento de doenças respiratórias, tratando os sintomas que surgem quando o organismo começa a combater o patógeno invasor, como é o caso da febre e dores associadas ao processo inflamatório. A composição desses medicamentos pode variar, no entanto, eles compartilham os ativos importantes para alívio do mal-estar e proteção das áreas afetadas para evitar complicações.



PASTILHAS: formas sólidas destinadas a dissolver lentamente na boca – sendo de uso local ou sistêmico.



CÁPSULAS: são feitas com um invólucro duro ou mole que contém uma quantidade de princípio ativo. Uma de suas principais vantagens é a liberação rápida dos medicamentos depois da ingestão.



EFERVESCENTES: a efervescência é uma reação química com uma solução líquida, normalmente a partir de um ácido orgânico de baixa densidade e uma base carbonada. Ao entrar em contato com a água, os reagentes se agitam, dissolvendo o componente principal, que fica diluído e cercado de bolhas de gás carbônico. Os comprimidos efervescentes são constituídos de um fármaco principal, combinado a um ácido orgânico e uma base carbonada, que pode se tratar de um sal inorgânico. Ao ser colocado na água, ele inicia um processo de ionização que dissolve o comprimido, produz gás carbônico e dilui a dosagem no líquido.



Fotos: D-Keine/ Cavan Images/Shutterstock.com

Fotos: 101cats/ Ludmila Chernetska/ Olga Kaya/Shutterstock.com

Fontes: Benegrip e Universidade de São Paulo (USP)

Tem na Panpharma:



Cód. 403842
BENEGRIP MULTI
DIA C/20 COMP
Cód. 403843
BENEGRIP MULTI
NOITE C/20 COMP



Cód. 405160
NASOAR 0,9%
FR C/15 ENV



Cód. 103871
VICK 44E XPE
120ML



Cód. 401385
VICK PYRENA MEL
E LIMAO 5GX50IT



Cód. 401107
REDOXON
1G EFV C/10
COMP - NOVO



Cód. 403621
REDOXON GOTAS
20ML LEVE4
PAGUE3

Benegrip Multi Dia, paracetamol, cloridrato de fenilefrina. Indicações: para o tratamento dos sintomas das gripes e resfriados, como dor, febre e congestão nasal. MS 1.7817.0869. Benegrip Multi Noite, paracetamol, cloridrato de fenilefrina, maleato de carbinoxamina. Indicações: para o tratamento dos sintomas das gripes e resfriados, como dor, febre, congestão nasal e coriza. MS 1.7817.0868. XAROPE 44E™ (guaifenesina e bromidrato de dextrometorfano monoidratado). Indicações: Indicação principal: como expectorante para o alívio da tosse produtiva que geralmente acompanha gripes e resfriados. Indicação secundária: destinado também para o alívio da tosse seca e irritativa, geralmente secundária, que também está presente com frequência nos episódios de gripes e resfriados. M.S. 1.2142.0004. VICK PYRENA™ (paracetamol). Indicações: é destinado ao alívio da dor de cabeça, febre e dores no corpo, associados à gripe. M.S. 1.2142.0001. Redoxon™ Gotas (ácido ascórbico 200mg/mL). Reg. MS: 1.7056.0016. Indicado como suplemento vitamínico auxiliar do sistema imunológico, antioxidante, pós-cirúrgico e cicatrizante, doenças crônicas e convalescença, dietas restritivas e inadequadas, dietas restritivas e inadequadas, como auxiliar nas anemias carenciais e como suplemento vitamínico para recém-nascidos, lactentes e crianças em fase de crescimento. Redoxon™ 1g (ácido ascórbico 1g). Reg. MS: 1.7056.0016. Indicado como suplemento vitamínico auxiliar do sistema imunológico, antioxidante, pós-cirúrgico e cicatrizante, doenças crônicas e convalescença, dietas restritivas e inadequadas, como auxiliar nas anemias carenciais e como suplemento vitamínico para idosos. Contraindicação: pacientes com insuficiência renal. Cuidados e Advertências: Não ultrapassar a dose recomendada.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

AUTOTESTES E TESTES RÁPIDOS

em ascensão nas
farmácias brasileiras

Foto: oatawa/stock.com

Nas farmácias, os testes rápidos e autotestes contribuem para tornar mais ágil e efetivo o acompanhamento farmacoterapêutico, visando aos melhores resultados das terapias medicamentosas

Os autotestes e testes rápidos ganham força no mercado farmacêutico e se configuram como excelentes alternativas de auxílio para a população, que pode ter resultados rápidos, sem a necessidade de esperar por agendamentos para a realização e, dependendo do caso, cerca de cinco dias para os laudos. Atualmente, estima-se que 70% das decisões clínicas são influenciadas por resultados laboratoriais. Isso mostra como esta área vem se tornando cada vez mais importante no apoio às decisões clínicas, gerando mais eficiência no processo e nas estratégias de saúde pública e privada.

Quanto mais disponível, fácil e simples for a testagem, melhores serão os resultados de controle e segurança das comunidades. Neste sentido, as farmácias conseguem chegar a muitos locais e ampliar o acesso da população ao diagnóstico rápido.

De acordo com o diretor secretário-geral do Conselho Federal de Farmácia (CFF), Gustavo Pires, para cada

teste existe um valor de referência que determina a classificação do resultado. Ele esclarece que existem duas nomenclaturas: teste rápido e autoteste. O dispositivo registrado na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) como autoteste pode ser realizado pelo próprio paciente. Já os testes rápidos são aqueles realizados dentro da farmácia, pelo farmacêutico. Ambos fazem um rastreamento da saúde, mas o diagnóstico, de fato, se dá pelo médico, a partir dos testes laboratoriais.”

Destaque especial

Os autotestes e testes rápidos ganharam maior relevância por conta da pandemia provocada pelo Covid-19, desde que puderam ser realizados pelas farmácias, e mais recentemente, quando os autotestes foram liberados para a população em geral.

“Os testes rápidos ou ensaios imunocromatográficos para detecção de anticorpos ou antígenos para o vírus

SARS-CoV-2, agente etiológico do Covid-19, além de serem realizados em laboratórios de análises clínicas, passaram a poder ser utilizados também nas farmácias de qualquer natureza. A medida, de caráter temporário e excepcional e, regulamentada pela RDC Anvisa n.º 377, de 28 de abril de 2020, visa ampliar a oferta e a rede de testagem, bem como reduzir a alta demanda em serviços públicos de saúde durante a pandemia. E estes são os únicos testes que podem ser realizados dentro da farmácia.”

Pires diz ainda que é importante ressaltar que estes testes têm por objetivo o rastreamento, não tendo finalidade confirmatória. O resultado apresentado pelo teste rápido imunocromatográfico para pesquisa de anticorpos, se reagente ou não, indica o estado imunológico do paciente no momento da realização do mesmo, podendo apenas revelar se o paciente teve ou não contato com o vírus.

“O teste rápido, um tipo de teste *point of care* (POC), é aquele cuja execução, leitura e interpretação do resultado é feita em até 30 minutos. É de fácil execução, por isso é recomendado para testagens presenciais. Esses testes podem ser feitos com amostra de sangue total obtida por punção venosa ou da polpa digital ou com amostras de fluido oral. Dependendo do fabricante, podem também ser feitos utilizando-se soro e/ou plasma. Geralmente, os testes rápidos apresentam metodologia simples, utilizando antígenos virais fixados em um suporte sólido (membranas de celulose ou nylon, látex, micropartículas ou cartelas plásticas) e, são acondicionados em embalagens individualizadas, permitindo a testagem individual das amostras.

Tendências em autotestes

Os autotestes comercializados em farmácias para serem realizados diretamente pelo paciente são: autoteste para gravidez, autoteste para HIV, autoteste para Covid-19 e autoteste para diabetes.

O executivo do CFF diz que estamos na era da saúde digital e, cada vez mais, a indústria tem avançado em pesquisa e desenvolvimento destes recursos. A tendência é que eles estejam, a cada dia, mais presentes na vida das pessoas, como opções práticas e seguras de rastreamento em saúde.

“Nas farmácias, os testes rápidos e autotestes contribuem para tornar mais ágil e efetivo o acompanhamento farmacoterapêutico, visando aos melhores



Foto: VioletaStoimenova/istock.com

resultados das terapias medicamentosas. Também possibilitam, aos estabelecimentos de saúde, contribuir com os sistemas de saúde no rastreamento de casos suspeitos de diversas doenças”.

A Abbott conta com a linha Panbio de testes rápidos em seu portfólio, e conta, atualmente, com mais de dez soluções no Brasil para identificação de doenças infecciosas como Dengue, Covid-19, HIV, Influenza A e B, sendo estes dois últimos novos lançamentos: o Panbio Covid-19/Flu A&B Rapid Panel e o autoteste Panbio HIV Self Test.

A gerente geral do negócio de Diagnósticos Rápidos da Abbott no Brasil, Daniela Veiga, comenta que a linha de testes rápidos Panbio fornece resultados de doenças infecciosas em minutos, como os testes rápidos de antígeno e de anticorpo IgG para Covid-19 para uso profissional e o autoteste de antígeno para consumidores. “Para este ano, a Abbott ainda conta com dois lançamentos importantes: o Panbio Covid-19/Flu A&B Rapid Panel, um único teste rápido para que profissionais da saúde diferenciem entre os três vírus respiratórios: Covid-19, Influenza A, B ou em caso de coinfeção de ambos os vírus e o autoteste Panbio HIV Self Test, uma opção conveniente e discreta de identificação do HIV para ajudar na ampliação do diagnóstico e redução da transmissão do vírus.”

A P&G trabalha com a linha Clearblue, que tem opções em autotestes de gravidez e ovulação. “O hormônio da gravidez HCG é produzido, primeiramente, pelo embrião, depois pela placenta e, após a implantação, o HCG entra no sistema sanguíneo da pessoa e pode ser detectado pela urina. O HCG aumenta com rapidez nas primeiras semanas da gravidez. É exatamente neste momento que os testes de gravidez Clearblue agem, detectando esse hormônio da gravidez na urina até seis dias antes do atraso menstrual. Estudos

laboratoriais extensos mostraram que sua precisão é de mais de 99% a partir do dia do início esperado da menstruação”, revela o diretor das marcas de saúde da P&G Brasil, Ricardo Kluger.

No que diz respeito ao teste de ovulação, o executivo destaca que a previsão de quando a ovulação ocorre é de bastante utilidade para mulheres que estão tentando engravidar ou se protegendo por meio desse controle. No entanto, estudos indicam que mesmo as mulheres que estão tentando engravidar, em sua maioria, têm uma percepção imprecisa do seu dia de ovulação e realizam as tentativas nos dias errados. Quando as mulheres sabem quais são os seus dias do pico de fertilidade, têm probabilidade mais alta de conceber em comparação com as mulheres que não sabem o seu padrão de ovulação.

“O Teste de Ovulação Clearblue Digital ajuda as mulheres a identificarem os dois dias mais férteis do seu ciclo, medindo os níveis de hormônio luteinizante (LH). Os níveis de LH aumentam rapidamente de 24 a 36 horas antes da ovulação (ou seja, durante o período do pico de fertilidade) e vários estudos mostram que esse aumento de LH é um marcador previsível e confiável da ovulação iminente, com precisão bastante superior aos demais métodos caseiros (tabelinha e temperatura corporal).”

Kluger recomenda que os testes de gravidez sejam expostos no autosserviço e nas gôndolas de cuidados femininos (absorventes, coletores, sabonete íntimo feminino etc.). Segundo testes feitos pela área de Gerenciamento por Categorias (GC) da P&G, a exposição de testes de gravidez no autosserviço traz um incremento de 20% nas vendas para a categoria, além de evitar o constrangimento, caso haja, das consumidoras de pedirem ao balconista um teste de gravidez.

A Vytra tem em seu portfólio testes rápidos para: Dengue, Covid-19, Influenza, PSA, HIV, Sífilis, Hepatite C, Hepatite B, Fator Sanguíneo, H. Pylori, Perfil Lipídico, Hemoglobina Glicada, Gravidez quantitativo (beta-HCG). Durante o ano de 2023, teremos diversos lançamentos para complementar nosso portfólio. Estamos prevendo lançamentos em todos os trimestres de 2023, alguns deles serão: glicosímetros, autotestes de gravidez, teste rápido de Zika, RSV (bronquiolite), entre outros.

Para alavancar as vendas, o diretor de *point of care* da Vytra Diagnósticos Daniel Rocha, lembra que é fundamental realizar o *cross-merchandising*. “Por exemplo:

o paciente diabético que utiliza medicamentos, pode se beneficiar do diagnóstico rápido de hemoglobina glicada, perfil lipídico, glicemia. Existem algumas doenças que precisam de diagnóstico rápido para que a utilização do medicamento seja eficaz. Para Influenza, o remédio deve ser utilizado nas primeiras 48 horas a fim de que se tenha o efeito desejado.

Por dentro da lei – o que as farmácias precisam para comercializar os testes?

Precisam do farmacêutico responsável técnico durante todo o horário de funcionamento do estabelecimento (Lei 5.991/1973), estarem registradas no Conselho Regional de Farmácia (CRF) da unidade federativa a que pertencem e possuírem a Certidão de Regularidade Técnica do CRF, a licença sanitária da vigilância sanitária local e autorização de funcionamento da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).

Fonte: diretor secretário-geral do Conselho Federal de Farmácia (CFF), Gustavo Pires

Tem na Panpharma:

Cód. 707906
TESTE GRAV
CLEARBLUE DIGITAL



← Cód. 709200
TESTE OVUL
CLEARBLUE
DIGI C/10



← Cód. 404780
AUTOTESTE
PROXIMA
COVID 19 C/1

↑ Cód. 719752
AUTO TESTE
ANTIG
COVID-19
GTECH



← Cód. 719656
PANBIO
COVID19 TES
RAP NASAL
C/25

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

Produtos certos E VENDAS GARANTIDAS!

Conheça os produtos que prometem gerar boa performance em vendas para a sua farmácia e faça o seu pedido com a Panpharma!



Cód. 720270
NACTIL 600MG
C/15 COMP REV

Cód. 720325
NACTIL 600MG
C/30 COMP REV



CÓD 720431
CONDICIONADOR
ELSEVE PURE
HIALURÔNICO
200ML

Cód. 720419
SHAMPOO
ELSEVE PURE
HIALURÔNICO
200ML



Cód. 405051
ADVIPRO
11,6MG/G GEL 30G

Cód. 405188
ADVIPRO AERO
11,6MG/G SOL
85ML



Cód. 405110
FLANAX XR 660MG
C/8 COMP REV



Cód. 720221
CICATRICURE SER
ANTISSINAIS 30ML



Cód. 720368
SOROX
LIMAO 550ML

Cód. 720380
SOROX
TANGERINA
550ML

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

SonoZz (Passiflora incarnata L) – Indicações: tratamento da ansiedade leve, como estados de irritabilidade, agitação nervosa, tratamento de insônia e distúrbios da ansiedade. MS. 1.2142.0674. SonoZz 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. Registro no MS: 1.3764.0173. ADVIPRO GEL (diclofenaco dietilamônio) ADVIPRO GEL é indicado para aliviar a dor e diminuir a inflamação e o inchaço em diversas condições dolorosas, tais como: Lesões musculares, articulares (por exemplo: entorses, distensões, contusões) ou tendinites; Dor de osteoartrite. Contraindicações: Não use ADVIPRO GEL se: Você for alérgico ao diclofenaco ou a outro anti-inflamatório não esteroide usado no tratamento da dor, febre ou inflamação, como o ibuprofeno, a aspirina ou qualquer outro excipiente presente neste medicamento. Se você não tiver certeza, procure um médico ou farmacêutico. Os sintomas de reação alérgica a este medicamento podem incluir: chiado, respiração ou falta de ar (asma), erupção cutânea com formação de bolhas ou urticária, inchaço da face ou da língua, nariz escorrendo. Se você estiver nos 3 últimos meses de gravidez. Este medicamento é contraindicado para crianças menores de 14 anos. Este medicamento não deve ser utilizado por mulheres grávidas sem orientação médica. ADVIPRO É UM MEDICAMENTO. SEU USO PODE TRAZER RISCOS. PROCURE O MÉDICO E O FARMACÊUTICO. LEIA A BULA. NÃO DEVE SER UTILIZADO POR MULHERES GRÁVIDAS SEM ORIENTAÇÃO MÉDICA. INFORME IMEDIATAMENTE SEU MÉDICO EM CASO DE SUSPEITA DE GRAVIDEZ. Nº Reg.: 1.0107.0356. FLANAX® XR (naproxeno sódico 660 mg). Indicações: alívio da dor aguda que tenha um componente inflamatório, como dor de garganta; uso analgésico e antipirético em adultos, como dor de cabeça, dor abdominal e pélvica e dor de dente; lombalgia, dor nas pernas, tendinite, torcicolo, bursite, artralgia, cotovelo de tenista e dor reumática; condições pós-trauma, como entorses, distensões, contusões e lesões leves decorrentes de prática esportiva. Contraindicações: reações alérgicas decorrentes da ingestão de anti-inflamatórios não esteroideais. Cuidados e Advertências: dor de origem gastrintestinal. Os efeitos adversos podem ser minimizados utilizando-se a dose eficaz mais baixa pelo menor tempo necessário para controle dos sintomas. MS-1.7056.0126.

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
DERMOCOSMÉTICOS	714181	CERAVE LOCAO HIDRANTE 473ML	CERAVE
	710660	EXIMIA FORTALIZE KERA D 30COMP	FQM GRUPO
	700549	CETAPHIL LOC HIDRANTE 473ML	GALDERMA
	708526	CICAPLAST BAUME B5 TUBO 20ML	LA ROCHE POSAY
	713367	DERCOS SH ENERGIZ 400ML	VICHY
	700545	CETAPHIL CR HIDRAT 453GR	GALDERMA
	714729	CR NIVEA FAC ANTISSINAIS 100G	BEIERSDORF
	718436	EPISOL COLOR F70 TOM2 CLARO 40ML	MANTECORP FARMASA
	705994	CICAPLAST BAUME B5 - TUBO 40ML	LA ROCHE POSAY
	400782	LOCERYL ESMALTE 5% 2,5ML	GALDERMA
DIABETES	110568	OZEMPIC 1MG + 4 AG NOVOFINE 4MM	NOVO NORDISK
	110567	OZEMPIC 0,25MG/0,5MG + 6 AG 4MM	NOVO NORDISK
	101681	GLIFAGE XR 500MG C/30 COMP	MERCK SERONO
	106447	JARDIANCE 25MG X 30CPRS	BOEHRINGER
	105806	FORXIGA 10MG C/30COMP	ASTRAZENECA
	110683	GLYXAMBI 25+5MG C/30 COMP REV	BOEHRINGER
	106994	XIGDUO XR 5MG/1000MG C/ 60 COMP	ASTRAZENECA
	106993	XIGDUO XR 10MG/1000MG C/30 COMP	ASTRAZENECA
	101870	INSULINA NOVOLIN N 100UI 10ML	NOVO NORDISK
	106583	NESINA 25MG COM 30CPR	MANTECORP FARMASA
GENÉRICOS	303741	TADALAFILA 5MG C/30 COMP EUR	EUROFARMA
	302229	SINVASTATINA 20MG C/30 COMP SAN	SANDOZ
	304021	TADALAFILA 20MG C/4 COMP EUR	EUROFARMA
	301663	LOSARTANA POTAS 50MG C/30 CP EMS	EMS
	303224	PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP EUR	EUROFARMA
	302232	SINVASTATINA 40MG C/30 COMP SAN	SANDOZ
	302831	PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP BIO	ACHE
	308027	ROSUVASTATINA CAL 20MG 30CP ALT	ALTHAIA
	300277	ATENOLOL 25 MG C/30 COMP SAN	SANDOZ
	301988	PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP MED	MEDLEY
HB	708343	BEPANTOL BABY 100G + 20G	BAYER CONS HEALTH
	710363	BEPANTOL BABY 30G 15% OFF	BAYER CONS HEALTH
	702752	PERIOGARD S/ ALCOOL 250ML	COLGATE
	704185	CURAT BAND-AID TRANSP C/40	JOHNSON JOHNSON
	716411	FIXARE C/60 COMP REV	EMS
	702287	SH J&J BABY 400ML	JOHNSON JOHNSON
	701965	FIO DENT J&J ESSENC MENTA C/100M	JOHNSON JOHNSON
	702286	SH J&J BABY 200ML	JOHNSON JOHNSON
	702387	LC NIVEA BODY MILK 400ML	NIVEA HB
	706878	OLEO ELSEVE EXTRA 100ML	LOREAL
NUTRIÇÃO	708087	NINHO FASES 1+PREBIO 800G	NESTLE
	702619	NAN COMFOR 1 F.I NESTLE 800G	NESTLE
	704356	NAN COMFOR 2 F.I NESTLE 800G	NESTLE
	705275	APTAMIL 1 800G	DANONE
	705310	APTAMIL 2 800G	DANONE
	706633	NANLAC COMFOR 800G	NESTLE
	705277	APTANUTRI PREMIUM 3 800G	DANONE
	702633	NESTOGENO 2 F.I NESTLE 800G	NESTLE
	707618	NUTREN SENIOR PD 740G	NESTLE
	702631	NESTOGENO 1 F.I NESTLE 800G	NESTLE
CONVENIÊNCIA	705396	VALDA FRIENDS MENT C/30 SACH 25G	EUROFARMA
	706472	VALDA DIET C/10 LATAS 50G	EUROFARMA
	706465	VALDA CLASSIC C/10 LATAS 50G	EUROFARMA
	715556	VALDA MAIS PROP/GEN 10 LATAS 50G	EUROFARMA
	705400	VALDA TABLETE POTE C/200 UN	EUROFARMA
	714847	VALDA VIT C C/10 LATAS 50G	EUROFARMA
	709339	VALDA VIT C C/18 SACH 24G	EUROFARMA
	715030	VALDA FRIENDS MENT C/6 POTES 50G	EUROFARMA
	705465	VALDA CLASSIC C/12 SACH 12G	EUROFARMA
	714849	VALDA FRIENDS CANE C/30 SACH 25G	EUROFARMA
OTC	106926	DORFLEX C/300 COMP	SANOFI
	402970	DORFLEX C/36 COMP	SANOFI
	400206	BUSCOPAN COMPOST C/20 COMP (NOVO)	HYPERA CH
	401387	VICK VAPORUB INALADOR C/12	PG HEALTH
	400961	NOVALGINA 1G C/10 COMP	SANOFI
	400149	BENEGRIP 500MG 25X6 COMP - NOVO	HYPERA CH
	401388	VICK VAPORUB 12G C/24	PG HEALTH
	400068	ALIVIUM 100MG GTS 20ML	MANTECORP FARMASA
	400484	ENGOV 25X6 COMP	HYPERA CH
	400385	DECONGEX PLUS XPE 120ML NOVO	ACHE
RX	100266	ARADOIS 50MG C/30 COMP	BIOLAB
	107250	SAXENDA 6MG/ML C/3	NOVO NORDISK
	100061	AEROLIN SPRAY C/200 DOSES	GSK RX
	100388	AVAMYS SPR NASAL C/120 DOSES	GSK RX
	100092	ALENIA 12/400MCG C/60 CAPS REFIL	ACHE
	105063	XARELTO 20MG C/28 COMP	BAYER
	101949	KOIDE D XPE 120ML	EUROFARMA
	105252	COMBODART C/30 CAPS	GSK RX
	104355	VENVANSE 70MG C/28 CAPS A3	TAKEDA
	104352	VENVANSE 30MG C/28 CAPS A3	TAKEDA

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!



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



Voc e terá um prazo de **60 dias para pagar**.



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



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 é
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.

Targifor+C[®]

+ Imunidade **+ Disposição**

Você merece +



TARGIFOR[®] C (aspartato de arginina + ácido ascórbico). Indicação: astenia (fadiga e cansaço). MS 1.8326.0402. O USO DO MEDICAMENTO PODE TRAZER ALGUNS RISCOS. Leia atentamente a bula. SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. *A arginina combate o cansaço e tem efeito benéfico no sistema imunológico. Saiba mais em targifor.com.br. MAT-BR-2102694. Fev/23

Atendimento ao Consumidor
☎ 0800-703-0014
sac.brasil@sanofi.com

SANOFI 