

## viofta

COLÍRIOS LUBRIFICANTES

O **NOVO PADRÃO DE EXCELÊNCIA**  
PARA O TRATAMENTO DO OLHO SECO!

**SEM CONSERVANTES<sup>1,3</sup> e**  
**SEM ÍONS DE PRATA<sup>3\*</sup>**  
porque a tecnologia TIP-SEAL<sup>3</sup>  
é 100% MECÂNICA<sup>3</sup>:

### 0,40%

Indicado desde os **SINAIS E SINTOMAS DO OLHO SECO**, até em **PROCEDIMENTOS CIRÚRGICOS E OLHO SECO MODERADO A GRAVE<sup>2</sup>**

Cód. 405150



Cód. 405153



### 0,15%

Proporciona **CONFORTO e SEGURANÇA** para todos os tipos de olho seco<sup>1</sup>



**FÓRMULA EXCLUSIVA**  
ÚNICO hialuronato de sódio na concentração de **0,40%** sem conservante

tecnologia  
**TIP-SEAL**

 SAC  
0800-050 06 00  
[www.ofafarma.com.br](http://www.ofafarma.com.br)

 ofta  
Vision Health

Referências:

1. Viofta 0,15% - Bula do produto.
2. Allison Campolo, Monica Crary, Paul Shannon. A Review of the Containers Available for Multi-Dose Preservative-Free Eye Drops. Biomed J Sci & Tech Res 45(1)-2022. BJSTR. MS.ID.007130.
3. Aptar - [https://www.aptar.com/wp-content/uploads/2020/07/Ophthalmic-Squeeze-Dispenser\\_Brochure\\_DigitalVersion\\_UpdateMarch2022.pdf](https://www.aptar.com/wp-content/uploads/2020/07/Ophthalmic-Squeeze-Dispenser_Brochure_DigitalVersion_UpdateMarch2022.pdf)

\* No sistema OSD (Ophthalmic Squeeze Dispenser)

## ATUALIDADE

As principais categorias de MIPs que devem estar fora do balcão e com destaque são analgésicos; gripes e resfriados; saúde digestiva; e suplementos e vitaminas.

## AS 10+

Se feita com seriedade, a Black Friday se torna uma das principais datas para o varejo farmacêutico.

## ESPAÇO NA FARMÁCIA

Negociações, pagamentos e mix corretos garantem as boas vendas nos meses mais quentes do ano.

Pedido Eletrônico

# ePan

+ agilidade e autonomia

 Download no site  
[www.panpharma.com.br](http://www.panpharma.com.br)

 Suporte ePan  
0800 702 1700

 Baixe também o ePan Mobile!



# Farmácias app

by  GrupoSC

## Coloque sua loja disponível como uma opção de compra para o consumidor no canal digital

**JÁ PENSOU EM INCLUIR O ESTOQUE DA PANPHARMA  
COMO UMA EXTENSÃO DO SEU ESTOQUE FÍSICO  
E ASSIM AUMENTAR O SORTIMENTO E CAPTAÇÃO  
DO CONSUMIDOR FINAL?**

**EM BREVE ISSO SERÁ POSSÍVEL**

**FAÇA SEU CADASTRO E PASSE A CONTAR  
COM ESSE SUPER RECURSO, QUE GARANTE  
SUA MARGEM DE LUCRO E TRAZ MAIS VENDAS**

**COM APENAS SEUS DADOS BÁSICOS CONSEGUIMOS  
INICIAR A OPERAÇÃO COM SUA LOJA VENDENDO  
NO FARMÁCIASAPP**



### TENHA UM CANAL ONLINE PARA VENDER MAIS

Sem investimento financeiro, sem burocracia, sem taxa de adesão  
e sem multa rescisória.

**+1,9** MILHÕES

Downloads  
do APP

**+3** MIL

Farmácias  
Ativas

**+150** MIL

Usuários  
Ativos/Mês

**+29** MILHÕES

De Ofertas  
Ativas



### CADASTRE SUA LOJA HOJE MESMO!

Aponte a câmera para o QR Code ao lado  
e preencha o formulário



# A SUA FARMÁCIA A UM CLIQUE DE DISTÂNCIA

Por que esperar que os clientes entrem em sua loja se ela pode estar em suas mãos?



APONTE A CÂMERA DO SEU CELULAR

Explore o potencial da sua farmácia no varejo digital com um e-commerce personalizado.

**Com a MyPharma, sua marca fica em evidência.**

Digitalize o QR Code, ou acesse nosso site:

**[www.mypharma.com.br](http://www.mypharma.com.br)**

 **MyPharma**



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.

## EPAN MOBILE

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



# editorial

## UM FINAL DE ANO COM DIVERSAS OPORTUNIDADES EM VENDAS!

Ao falar de autosserviço, os Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs) representam mais de 40% das vendas, de acordo com dados da IQVIA. Portanto, existe a oportunidade de aumentar a relevância da categoria em alguns passos como: exposição no autosserviço, espaço correto, sortimento adequado, sinalização das principais marcas e pontos extras.

Os MIPs são importantes para que as pessoas tenham mais autonomia sobre a própria saúde e bem-estar, de forma segura. Por meio deles, as pessoas podem cumprir um dos sete pilares do Autocuidado, que é o do Uso Racional de Produtos e Serviços de Saúde, o que impacta na melhor oferta de estrutura de saúde para a população.

Assim, se configuram como uma excelente oportunidade às farmácias e drogarias, que devem mantê-los no autosserviço, ou seja, fora do balcão, para maior acesso e decisão de

compra do *shopper*, com grande destaque para analgésicos; gripes e resfriados; saúde digestiva; e suplementos e vitaminas.

Outra matéria de grande relevância nesta edição fica por conta da seção O Seu PDV, que fala sobre os problemas gastrointestinais, que estão presentes para boa parte da população, mas se tornam ainda mais comuns no final do ano. Veja quais são eles, seus sintomas, métodos de prevenção e tratamento.

Além disso, temos três matérias que falam sobre a importância de vendas sazonais, que acontecem agora, no final do ano. São elas: Verão, Black Friday e Natal. Aproveite as oportunidades.

Tudo isso e muito mais!  
Boa leitura!





## O SEU PDV

Para a venda de gastrointestinais, é importante ter o sortimento ideal, com visibilidade correta às principais marcas, uma vez que elas funcionam como atrativo para o *shopper* localizar a categoria.

<10



6



## EM FOCO

O balconista é responsável pelo atendimento ao cliente, principalmente no balcão. Ele pode oferecer algumas orientações sobre o uso do medicamento e também contribuir para a venda de produtos correlatos.



14

## > ATUALIDADE

As principais categorias de MIPs que devem estar fora do balcão e com destaque são analgésicos; gripes e resfriados; saúde digestiva; e suplementos e vitaminas.



18

## > AS 10+

Se feita com seriedade, a Black Friday se torna uma das principais datas para o varejo farmacêutico.

BLACK FRIDAY



20



## ESPAÇO NA FARMÁCIA

Negociações, pagamentos e *mix* corretos garantem as boas vendas nos meses mais quentes do ano.

## TÉCNICA DE VENDAS

<24

O Natal pode fazer as vendas aumentarem até 30% em farmácias e drogarias, caso a data seja trabalhada de forma estratégica no ponto de venda.



# PDV

FARMA 

**Suas compras na Panpharma  
podem virar pontos para você  
TROCAR POR PRÊMIOS!**



**Para ganhar é  
muito simples!**

**Entre no site  
ou aplicativo  
e fique atento as  
oportunidades de  
turbinar ainda mais  
os seus pontos!**



**COMPRE**  
produtos para sua loja



**ACUMULE**  
pontos com as compras



**ATINJA**  
a meta mensal de compras



**TROQUE**  
seus pontos por prêmios!

**APROVEITE E CADASTRE-SE\*  
AGORA MESMO!**

Acesse o **SITE** ou **APLICATIVO** e comece  
a aproveitar as vantagens!



**WWW.PDVFARMA.COM.BR**

\*Consulte o regulamento

# BALCONISTA:

## indispensável para o funcionamento das farmácias

*O balconista é responsável pelo atendimento ao cliente, principalmente no balcão. Ele pode oferecer algumas orientações sobre o uso do medicamento e também contribuir para a venda de produtos correlatos*

O Dia do Balconista é comemorado anualmente em 30 de outubro, no Brasil. A data reforça que é por intermédio dos balconistas ou atendentes que os clientes se comunicam inicialmente com a loja, sendo considerados a “cara” da marca, empresa ou estabelecimento. Além de saber informar corretamente e prontamente os clientes sobre todos os produtos e serviços, deve ser sempre simpático e atencioso

com o público. São responsáveis também pelo processo final de uma compra, fazendo o controle do caixa.

A principal função do balconista de farmácia é atender ao público. Portanto, o maior requisito para que a pessoa possa realizar bem esta tarefa é saber lidar com as pessoas, sendo educado, gentil e prestativo, ao mesmo tempo em que transmite seriedade, segurança e competência na interação com os clientes.

Assim, é válido afirmar que o bom atendente de farmácia reúne as seguintes habilidades comportamentais (*soft skills*):

☑ Empatia com o próximo, ou seja, saber se colocar no lugar do outro.

☑ Disposição para entender as necessidades dos clientes.

☑ Capacidade de se expressar bem (boa oratória).

☑ Boa organização.

☑ Postura profissional.

De acordo com a farmacêutica responsável pela Farmácia Universitária da Faculdade de Ciências Farmacêuticas da Universidade de São Paulo (USP), Maria Aparecida Nicoletti, entre as principais atividades do balconista estão:

- » **OFERECER** ajuda aos clientes que estejam junto à área de autosserviço procurando algum produto.
- » **COLABORAR** na inspeção das diversas áreas da loja para que sejam evitados furtos, sinistros, manter a organização e a arrumação de seu local de trabalho, evitando deixar materiais fora do lugar a eles destinados.

» **ESCLARECER** dúvidas dos clientes com relação a produtos existentes em sua loja, como localização, posologia, entre outros.

» **PROCURAR** conhecer os medicamentos, mantendo-se atualizado sobre novos lançamentos. Estar atualizado sobre os produtos que estão em oferta para melhor informar aos clientes.

» **ORIENTAR** o cliente sobre medicamentos de referência; genéricos, similares, Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs) e outros.

» **MANTER** cuidado na leitura de receitas médicas, olhando sempre a frente e o verso da receita e consultar a gerência ou o farmacêutico sempre que tiver dúvida na interpretação da mesma.

» **EFETUAR** a venda de produtos controlados, observando todos os cuidados necessários, inclusive mantendo o armário permanentemente fechado à chave e sempre em local reservado.

» **PROVIDENCIAR** para que todos os demais produtos expostos estejam sinalizados com as etiquetas de gôndola.

**A Panpharma homenageia a todos os profissionais balconistas que estão sempre disponíveis para atender a população nas mais de 90 mil farmácias do Brasil.**



# Ragione®

cloridrato de metilfenidato

LANÇAMENTO

Aproveite!

Condição comercial especial na Panpharma



Ragione® é o 1º medicamento similar intercambiável de **Concerta®<sup>1</sup>, metilfenidato de liberação prolongada** para o tratamento do TDAH, cobrindo todo o período produtivo do dia do paciente.<sup>2,3</sup>

Bula de RAGIONE®,  
acesse o  
QR Code



Referências: 1. Bula do Produto: Ragione® (cloridrato de metilfenidato), Comprimido revestido de liberação prolongada 18 mg, 36 mg e 54 mg. Teva Farmacêutica Ltda. MS nº: 1.5573.0057. 2. Wilens T et al. ADHD treatment with once-daily OROS methylphenidate: interim 12-month results from a long-term open-label study. J Am Acad Child Adolesc Psychiatry. 2003 Apr;42(4):424-33. 3. Modi NB et al. Single- and multiple-dose pharmacokinetics of an oral once-a-day osmotic controlled-release OROS (methylphenidate HCl) formulation. J Clin Pharmacol. 2000 Apr;40(4):379-88.



info\_medicas  
@tevaabrasil.com.br



0800 777 8382

teva

# PROBLEMAS GASTROINTESTINAIS

## aumentam no final de ano

*É importante ter o sortimento ideal, com visibilidade correta às principais marcas, uma vez que elas funcionam como atrativo para o shopper localizar a categoria*

Os problemas gastrointestinais estão presentes para boa parte da população, mas se tornam ainda mais comuns no final do ano. Segundo o gastroenterologista do Hospital Nove de Julho, Dr. Rodrigo Surjan, isso ocorre, pois, com as férias e as festividades desta época (como Natal e Réveillon), as pessoas costumam mudar muito o seu padrão de dieta quanto ao tipo e quantidade de alimentos, além de consumir mais bebidas alcoólicas e mudar outros hábitos que podem influenciar (como horas de sono).

“Os problemas gastrointestinais mais comuns são refluxo gastroesofágico, gastrite, litíase vesicular, síndrome do intestino irritável, diverticulite aguda, gastroenterite, hemorroidas, doença celíaca e intolerância à lactose”, diz ele.

De acordo com o gerente médico da divisão de *consumer health* da Hypera Pharma, Dr. Márcio de Queiroz Elias, os cuidados com a saúde digestiva devem ser diferentes quanto a pacientes do sexo

feminino e masculino. Isso acontece por conta de diversos fatores.

“Muitas vezes, fatores hormonais como, ciclo menstrual, gravidez, ou até mesmo estresse, podem alterar a saúde do sistema digestivo”, explica “Por isso, é importante que as pessoas adotem hábitos saudáveis, que colaboram com o funcionamento esperado do sistema. Ingerir líquidos, manter uma alimentação equilibrada e fazer exercícios físicos são grandes aliados, além de claro, consultas periódicas ao médico de confiança.”

O líder médico da Haleon no Brasil, Andrés Zapata, dá detalhes dos principais problemas gastrointestinais e como tratá-los:

**AZIA:** os sintomas mais comuns do refluxo gastroesofágico são azia e regurgitação. Azia é uma sensação de queimação no peito atrás do esterno. A regurgitação é uma sensação de fluido ou comida subindo para o peito. Se não for tratado ao longo do tempo, o ácido do estômago pode danificar o esôfago e levar a complicações.

A azia pouco frequente pode ser controlada por modificações no estilo de vida e pelo uso adequado de medicamentos de venda livre.

Entre as ações de prevenção estão:

- **Evitar certos alimentos e bebidas desencadeantes.** Alimentos gordurosos ou condimentados, e bebidas alcoólicas.
- **Parar de fumar.** O tabaco pode resultar em refluxo ácido e é um dos maiores fatores de risco para câncer de esôfago.
- **Perder peso se estiver acima do peso.** O excesso de gordura abdominal é um dos maiores fatores de risco para a azia.
- **Esperar para dormir.** De duas a três horas depois de comer antes de se deitar para dormir.
- **Há uma série de medicamentos sem receita disponíveis para o tratamento de azia ocasional.** Estes incluem medicamentos que neutralizam o ácido no estômago como o Sal de Frutas, o Leite de Magnésia e o carbonato de cálcio. Os medicamentos de venda livre têm um papel significativo no alívio da azia e de outros desconfortos gastrointestinais ocasionais.

**INDIGESTÃO:** também conhecida como dispepsia, é um termo usado para descrever um ou mais sintomas, incluindo sensação de saciedade durante uma refeição, que pode ser desconfortável, e queimação ou dor na parte superior do abdômen. A indigestão é comum em adultos e pode ocorrer de vez em quando ou todos os dias.

Algumas pessoas podem sentir alívio dos sintomas de indigestão por: comer várias refeições pequenas e com baixo teor de gordura ao longo do dia em um ritmo lento, abstendo-se de fumar e de consumir álcool.

O médico pode recomendar antiácidos ou medicamentos de venda livre que reduzem a produção de ácido ou ajudam o estômago a mover os alimentos mais rapidamente para o intestino delgado.

**ARROTO, INCHAÇO E FLATULÊNCIA:** o gás intestinal pode contribuir para uma sensação de inchaço (plenitude), arrotos, cólicas abdominais e flatulência (gases). Esses sintomas geralmente são breves e desaparecem assim que o gás é liberado por arrotos e flatulência.

Os pacientes devem eliminar bebidas carbonatadas, como refrigerantes e cerveja. Alimentos como couve-flor, brócolis, repolho e feijão devem ser evitados, assim como leite e outros laticínios. Leite não lácteo, como soja ou amêndoa, pode ser usado. Gomas sem açúcar e balas duras devem ser evitadas, pois podem conter manitol ou sorbitol como adoçantes que podem causar flatulência.

**CONSTIPAÇÃO:** é frequentemente considerada como uma diminuição no número de evacuações por dia, o esforço para evacuar ou passagem de pequenas fezes duras ou uma sensação de que não esvaziaram completamente os intestinos. A constipação apresenta sintomas que incluem defecação insatisfatória com fezes infrequentes, dificuldade em defecar ou ambos.

Aumentar a ingestão de água e fibras costuma ser o primeiro passo. Legumes, frutas (especialmente ameixas), pães integrais e cereais são excelentes fontes de fibras. O farelo é uma fonte alternativa, embora possa causar excesso de gases e inchaço. Para evitar gases, as fibras devem ser ingeridas com bastante líquido. Às vezes, os laxantes são necessários se as mudanças na dieta forem insuficientes.

**DIARREIA:** as fezes diarreicas são aquelas que tomam a forma do recipiente, por isso são frequentemente descritas como soltas ou aquosas. Algumas pessoas consideram a diarreia como um aumento no número de evacuações, mas a consistência das fezes é realmente importante. Os sintomas associados podem incluir cólicas abdominais, febre, náuseas, vômitos, fadiga e urgência. A maioria dos casos de diarreia aguda é causada por vírus (gastroenterite viral).

É importante tomar bastante líquido como sais de reidratação para evitar a desidratação. Leite e laticínios devem ser evitados por 24 a 48 horas, pois podem piorar a diarreia. As escolhas dietéticas iniciais ao realimentar devem começar com sopas e caldos.

A terapia medicamentosa antidiarreica deve ser evitada em pessoas com febre alta ou diarreia sanguinolenta, pois podem piorar infecções graves do cólon e em crianças, porque o uso de anti-diarréicos pode levar a complicações.

## Como os antiácidos e os protetores estomacais agem no organismo

Os antiácidos são medicamentos que atuam reduzindo a acidez do estômago. Frequentemente, são usados para aliviar, de forma rápida, os sintomas. Consistem em diferentes ingredientes ativos como o bicarbonato de sódio, o carbonato de cálcio e sais de magnésio (como o Leite de Magnésia) e várias combinações.

Um exemplo de combinações é o Sal de Frutas: compostos efervescentes feitos com ácido cítrico, e sais, como bicarbonato e carbonato de sódio. O efeito dos antiácidos no estômago deve-se à neutralização do ácido clorídrico gástrico.

No caso do Sal de Frutas, sua principal característica é ser um pó efervescente de ação imediata, em contato com a água, seus ingredientes se dissolvem rapidamente e criam uma solução efervescente que neutraliza a acidez estomacal ao entrar em contato com ele.

As Pastilhas Mastigáveis utilizam ingredientes como o carbonato de cálcio que neutraliza o ácido no esôfago e/ou estômago, aliviando o desconforto

causado pela acidez. As pastilhas oferecem alívio rápido da azia e, por serem mastigáveis, não precisam de água para ingerir.

O Leite de Magnésia é um antiácido composto por uma substância conhecida como hidróxido de magnésio, é indicado como um antiácido para o alívio sintomático do desconforto gástrico, indigestão e azia, ele também atua como um laxante de ação leve, o magnésio, atua com o processo natural do seu corpo para aliviar a constipação ocasional. Fornece um alívio suave sem uso de estimulantes que podem ser agressivos.

Outra classe de medicamentos com objetivo de reduzir a acidez do estômago e esôfago (em casos de refluxo) são os protetores estomacais, como os inibidores de bombas de prótons. Esta classe de medicamentos não é para alívio dos sintomas, tendo como função reduzir a produção de ácido (ou excesso de) pelo estômago. Desta forma, devem ser utilizados por períodos determinados, não tendo ação imediata para alívio de sintomas.

Fontes: líder médico da Haleon no Brasil, Andrés Zapata; e o gastroenterologista do Hospital Nove de Julho, Dr. Rodrigo Surjan



### Fibras: sua importância e quando suplementar

As fibras desempenham um importante papel na saúde digestiva e geral do corpo. Elas são um tipo de polissacarídeo encontrado em alimentos vegetais que não é completamente digerido pelo corpo humano. Essas fibras se dividem em dois grupos: solúveis e insolúveis. Porém, ambos desempenham papéis importantes na manutenção da saúde.

As fibras insolúveis, como o farelo de trigo e as cascas de frutas, auxiliam a reter uma quantidade maior de água, produzindo fezes mais macias e com mais volume e ajudando a prevenir a constipação, promovendo movimentos intestinais regulares e evitando a formação de fezes endurecidas. Já as fibras solúveis, como as encontradas em aveia, leguminosas e maçãs, ajudam a aumentar a sensação de saciedade, o que pode auxiliar no

controle do apetite e na manutenção de um peso saudável. Elas também podem ajudar a controlar os níveis de açúcar no sangue, retardando a absorção de glicose após as refeições.

A suplementação com produtos que contém na sua fórmula dextrina resistente de trigo, uma fibra que ajuda a regular o trânsito intestinal pode ser benéfica em certos casos, especialmente quando uma pessoa não consegue obter fibras suficientes por meio da dieta. O uso de fibras ou a suplementação pode ser um suporte em consumidores que procuram benefícios como:

- Normalizar os movimentos intestinais;
- Ajudar a manter a saúde intestinal;
- Reduzir os níveis de colesterol;
- Auxiliar na obtenção de um peso saudável.

Fonte: líder médico da Haleon no Brasil, Andrés Zapata

## CATEGORIA NAS GÔNDOLAS DO AUTOSSERVIÇO

Para ajudar o consumidor e aumentar as vendas, alguns cuidados no autosserviço são necessários:

- Ter o sortimento ideal, com visibilidade correta às principais marcas, uma vez que elas funcionam como atrativo para o *shopper* localizar a categoria.
- Recomenda-se também a sinalização na gôndola, com os nomes das subcategorias e testeiras com nomenclaturas claras e objetivas ao cliente, ajudando-o a localizá-las com mais facilidade.
- A criação de pontos extras dá visibilidade e soluções de compra.
- Para que tudo isso seja bem-sucedido, é importante treinar e preparar a equipe para assegurar a organização, abastecimento e principalmente, orientar o *shopper* da melhor forma possível.

Fonte: Hypera Pharma



Foto: Lumihola/iStock.com

### Tem na Panpharma:

Cód. 403450  
METAMUCIL  
S. ORIGINAL  
210GRX6IT



Cód. 705609  
ENTEROGERMINA  
5ML X 10 FRC



Cód. 400625  
GASTROL  
LIQUIDO  
250ML



Cód. 400622  
GASTROL EFEV  
ABACAXI C/50  
ENV 5G

Cód. 400797  
MAGNESIA  
BISURADA  
C/40 PAST



Cód. 403653  
LEITE  
MAGNESIA  
PHIL 120ML



Cód. 401257  
TAMARINE  
GELEIA 150G

METAMUCIL® (Plantago ovata Forsk.). Indicações: Alívio da constipação intestinal e como regulador intestinal no caso de intestino solto. Auxilia na redução dos níveis de colesterol no sangue e a evitar o aumento no nível da glicose após comer, em conjunto com uma dieta hipocolesterolêmica. M.S. 1.2142.0008. LEITE DE MAGNÉSIA DE PHILLIPS - hidróxido de magnésio 8% (p/v). USO ORAL. USO ADULTO E PEDIÁTRICO ACIMA DE 2 ANOS. Indicação: Como laxante suave para o tratamento da prisão de ventre ocasional e como antiácido, para alívio de azia e excesso de acidez no estômago. 1010701440026. Magnesia Bisurada (carbonato de magnésio + carbonato básico de bismuto + carbonato de cálcio + bicarbonato de sódio). Indicações: alívio dos sintomas como azia, queimação e dor de estômago. Contraindicações: Este medicamento não deve ser utilizado por pessoas com hipersensibilidade (alergia) aos componentes da fórmula, na presença de hipercalcemia (nível elevado de cálcio no sangue) e distúrbios renais graves. M.S.: 1.3764.0180. Gastrol. hidróxido de magnésio, carbonato de cálcio e hidróxido de alumínio. Indicação: como antiácido no tratamento sintomático da hiperacidez gástrica e suas complicações. Na úlcera péptica. M.S. 1.5584.0396.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO



# OTCs

## como forma de aumentar os resultados

*As principais categorias de MIPs que deverão estar fora do balcão e com destaque são analgésicos; gripes e resfriados; saúde digestiva; e suplementos e vitaminas*

**A**o falar de autosserviço, os Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs) representam mais de 40% das vendas, de acordo com dados da IQVIA. Portanto, existe a oportunidade de aumentar a relevância da categoria em alguns passos como: exposição no autosserviço, espaço correto, sortimento adequado, sinalização das principais marcas, sinalização e pontos extras. “Os MIPs são importantes para que as pessoas tenham mais autonomia sobre a própria saúde e bem-estar, de forma segura. Por meio dos MIPs, as pessoas podem cumprir um dos sete pilares do Autocuidado, que é o do Uso Racional de Produtos e

Serviços de Saúde, o que impacta na melhor oferta de estrutura de saúde para a população”, explica a presidente da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para o Autocuidado em Saúde (ACESSA), Dra. Marli Martin Sileci.

Entretanto, diz o diretor comercial de *consumer healthcare* na Sanofi, Silvío Silva, a educação e disseminação de informações são fundamentais nesse processo, empoderando os consumidores e pacientes na compreensão de benefícios do autocuidado e na capacidade de exercê-lo.

Segundo o estudo ‘Utilização de Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs) e economia gerada para os sistemas de saúde’, da Fundação Instituto

de Administração (FIA), o uso de MIPs gera uma economia anual de R\$ 364 milhões para o Sistema Único de Saúde (SUS). A cada R\$ 1,00 investido no consumo deste tipo de medicamento, há uma economia para o setor público de saúde de até R\$ 7,00, pois também são reduzidas as idas desnecessárias aos consultórios médicos, aos serviços de pronto atendimento e a realização de exames diagnósticos para questões simples de saúde.

Além dos benefícios para as pessoas e para os sistemas de saúde público e privado, os MIPs também exercem um papel importante para a economia nacional, pois estes produtos geram R\$ 5,1 bilhões em impostos e o setor gera 25 mil empregos diretos, segundo a pesquisa Conta Satélite da Saúde, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

## Fora do balcão

De acordo com a Dra. Marli, todos os MIPs podem ser disponibilizados de forma livre ao consumidor e eles não devem ser confundidos com os medicamentos que exigem receita médica e apresentam tarjas vermelha ou preta na embalagem.

“É necessário esclarecer que, no Brasil, para um produto ser comercializado como MIP, é necessária a aprovação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), que leva em consideração o atendimento a critérios relacionados ao consumidor e ao produto em sim. Neste processo é analisado se o medicamento atua em sintomas que possam ser identificados pelo próprio consumidor e, com isso, se essa pessoa conseguirá escolher, sozinha, o produto mais adequado”, explica ela.

O professor do núcleo de varejo da ESPM, Rogério Lima, complementa ao dizer que as principais categorias de MIPs que deverão estar fora do balcão e com destaque são analgésicos; gripes e resfriados; saúde digestiva; e suplementos e vitaminas. “É preciso assegurar o sortimento ideal, com visibilidade correta às principais marcas, uma vez que elas funcionam como atrativo para o *shopper* localizar a categoria. Recomenda-se também a sinalização na gôndola, com os nomes das subcategorias e testeiras com nomenclaturas claras e objetivas ao cliente, ajudando-o a localizá-las com mais facilidade. Além disso, a criação de pontos extras dá visibilidade e soluções de compra”, diz a Hypera Pharma.

Segundo a empresa, para que tudo isso seja bem-sucedido, é importante treinar e preparar a equipe para assegurar a organização, abastecimento e principalmente, a orientar o *shopper* da melhor forma possível.

Além disso, o varejista pode trabalhar pontos extras. A Hypera diz que os principais são: *display* de *checkout* e balcão, pontas de gôndola, papa-filas, geladeiras e *cross-merchandising*. No entanto, é possível lançar mão de outros pequenos materiais de comunicação que podem ajudar a estimular a lembrança e/ou desejo na cabeça do consumidor. “Independentemente de qual seja o ponto extra é importante garantir um *mix* de produtos adequados para a compra por impulso; bom abastecimento, já que é um local de alto giro; e materiais com uma comunicação assertiva uma, vez que a compra é muito rápida. É preciso também estar atento às precificações corretas dos produtos”, comenta a organização.

## Checkout da farmácia

De acordo com o professor do núcleo de varejo da ESPM, Rogério Lima, os analgésicos e antigripais são os Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs) mais procurados nos *checkouts* e podem ser trabalhados no formato *blister* com alto potencial de giro no ponto de venda (PDV).

Os produtos devem ser trabalhados com a exposição tanto em prateleiras como *displays*. Normalmente, diz o especialista, utiliza-se a própria estrutura do *checkout* da farmácia.



### Tem na Panpharma:



**Cód. 404721**  
VICK PYRENA  
GRIP-7 C/10 CAPS



**Cód. 400428**  
DORFLEX GTS  
C/20ML



**Cód. 404774**  
NOVALGINA 1G  
C/20 COMP

**Cód. 400363**  
CORISTINA D  
16 COMP



**Cód. 401989**  
DORIL C/20  
COMP



**Cód. 401608**  
ANA-FLEX 3 BL  
C/10 CAPS



VICK PYRENA® GRIP-7 (paracetamol, cloridrato de fenilefrina e maleato de clorfeniramina). Indicações: no tratamento dos sintomas de gripes e resfriados como o alívio da congestão nasal, coriza, febre, dor de cabeça e dores musculares presentes nos estados gripais. M.S. 1.2142.0672. NOVALGINA® (dipirona monoidratada). Indicação: analgésico e antitérmico. M.S.: 1.8326.0351. DORFLEX® (dipirona monoidratada, citrato de orfenadrina, cafeína anidra). Indicações: no alívio da dor associada a contraturas musculares, incluindo cefaleia tensional. M.S.: 1.8326.0354. Coristina® d (ácido acetilsalicílico + maleato de dexclorfeniramina + cloridrato de fenilefrina + cafeína). Coristina® d é indicada no tratamento dos sintomas do resfriado comum e da gripe (dor de cabeça, dor no corpo, febre, coriza, espirros e obstrução nasal). Não utilize Coristina® d se você já teve qualquer alergia ou alguma reação incomum a qualquer um dos componentes da fórmula do produto ou se for portador de glaucoma de ângulo fechado, retenção urinária, pressão alta grave, doença cardíaca coronariana (angina ou infarto), hipertireoidismo (hiperfunção da glândula tireoide), hemofilia, úlcera no estômago ou no duodeno com hemorragia ou transtornos hemorrágicos. Coristina® d não deverá ser usada concomitantemente com álcool, barbitúricos, antidepressivos tricíclicos ou outros depressores do Sistema Nervoso Central. Coristina® d não deve ser administrada em pacientes tratados com inibidores da monoaminoxidase ou nos 14 dias após a descontinuação desse tratamento. Coristina® d é contraindicada em casos suspeitos ou confirmados de dengue. Registro M.S. nº 1.7817.0797. Doril. Comprimido. ácido acetilsalicílico 500mg, cafeína 30mg. Indicações: analgésico e antitérmico. M.S. 1.7817.0007. ANA-FLEX® citrato de orfenadrina + dipirona monoidratada + cafeína anidra. INDICAÇÕES: dor associada a contraturas musculares, incluindo dor de cabeça tensional. CONTRAINDICAÇÕES: hipersensibilidade aos componentes da fórmula ou derivados de pirazolona ou pirazolidinas; glaucoma, obstrução pilórica ou duodenal, acalasia do esôfago, úlcera péptica estenosante, aumento da próstata, obstrução do colo da bexiga, miastenia grave, porfiria hepática aguda intermitente, deficiência congênita da glicose-6-fosfato desidrogenase; função da medula óssea insuficiente ou doenças do sistema hematopoiético; bronco espasmo ou outras reações anafiláticas a analgésicos tais como salicilatos, paracetamol, diclofenaco, ibuprofeno, indometacina, naproxeno; gravidez e lactação. Reg. MSN. nº 1.0298.0328.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

## ALMEIDA PRADO

IGNATIA

# 35

Ignatia amara 3CH 0,00375 ml + Phosphorus 5CH 0,00375 ml + Abies nigra 2CH 0,00375 ml + Asafoetida 2CH 0,00375 ml

## Sabe aquele cliente que dorme mal e acorda cansado(a)?

Tá na hora de conhecer o Complexo AP35 da Almeida Prado!

Auxilia no tratamento dos sintomas da insônia e ansiedade



Reduz a **agitação** e o **nervosismo** do dia



Proporciona **noites de sono** com mais qualidade

Não causa dependência

Sem corantes

Fácil administração: pode ser dissolvido na boca ou com água

Cód. 400351

**NOVO!**

**CHEGOU**

# **ENO** PROBIÓTICO

SUA FLORA INTESTINAL  
EM EQUILÍBRIO

SEU ENO  
DIÁRIO



Cód. 721348

**EAN - 10 cáps**

**7896009498817**



Cód. 721349

**EAN - 30 cáps**

**7896009498800**

**3X**

**TRIPLA AÇÃO: DIGESTÃO, EQUILÍBRIO E RESTAURAÇÃO**

**↻**

**AJUDA A MANTER O EQUILÍBRIO DA FLORA INTESTINAL**

**🌀**

**AUXILIA NO BEM-ESTAR GASTROINTESTINAL**

ENO PROBIÓTICO: M.S.: 6.7531.0001.001-4. O *Lactobacillus acidophilus* NCFM (ATCC Sd5221) pode contribuir com a saúde do trato gastrointestinal. Seu consumo deve estar associado a uma dieta equilibrada e a hábitos de vida saudáveis. NÃO CONTEM GLÚTEN. Comercializado por: PF Consumer Healthcare Brazil Importadora e Distribuidora de Medicamentos Ltda. Leia atentamente o rótulo.

UM PRODUTO  
DA MARCA  
**ENO**

%

## COMO VENDER MAIS NA

# BLACK FRIDAY

*Se feita com seriedade, a Black Friday se torna uma das principais datas para o varejo farmacêutico*

**A** Black Friday de 2023 será realizada no dia 24 de novembro. O movimento começou de forma tímida no Brasil em 2010, principalmente no *e-commerce*, mas nos últimos anos começou a ser trabalhada fortemente no varejo físico.

Apesar de ser alvo de memes, com a ideia de que na data “você compra tudo pela metade do dobro” o fato é que a data gera muitos negócios, caso seja trabalhada da forma correta. “A data deve ser tratada com seriedade, devem ser feitos rebaixas reais e não enganar o consumidor, pois ele está atento, é uma oportunidade para reduzir os estoques de itens que não estavam saindo com tanta facilidade, também produtos de oportunidade, como aqueles com validade mais curta e produtos de necessidade onde o cliente leva mais por menos”, explica a diretora da Germinar Consultoria, Carla Bovo.

A especialista explica que a seriedade deve ser primordial para que o cliente não se sinta enganado, até mesmo porque ele é muito mais atento hoje em dia. É uma questão de credibilidade, bom senso e coerência.

Hoje, isso é muito sério para o cliente, com as mídias sociais isso pode virar contra o estabelecimento, se ele não der a devida atenção ao assunto.

Uma das formas de mostrar ao consumidor que ele realmente está tendo vantagem, é sempre indicar o valor anterior (de/por), deixando clara a economia e o desconto que estão sendo praticados.

Além disso, alerta o professor do núcleo de varejo da ESPM, Rogério Lima, existe tudo o que envolve o direito do consumidor. O varejo não pode enganar e o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) fica em cima no período de Black Friday. Se é promoção, tem de ser promoção mesmo.

As farmácias não podem ficar de fora que a data sazonal oferece. De acordo com o Índice Cielo de Varejo Ampliado (ICVA), as vendas da Black Friday tiveram vendas 25,9% maiores no setor de drogarias e farmácias em 2022 se comparado ao mesmo período do ano anterior.

O mestre e professor na área de marketing, palestrante de cursos do Sindicato do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo (Sincofarma-SP) e consultor do

mercado farmacêutico, Messias Cavalcante, afirma que o movimento da Black Friday tem por grande chamariz a compra de itens presenteáveis, ou de grande interesse, logo para aproveitar a ocasião, é preciso criar um incremento de venda. “É preciso focar em itens que tenham essa característica, e nesse sentido é possível citar: maquiagem, perfumaria, itens para crianças, bebês, cuidados masculinos, entre outros.”

Para conquistar o consumidor no ponto de venda (PDV), Lima, da ESPM, afirma que o varejo farmacêutico pode usar materiais de *merchandising*, decoração e de ambientes. “O varejo pode criar uma campanha com sinalizadores, além dos materiais para decorar.” Carla, da Germinar Consultoria, complementa ao dizer que podem ser usados materiais de *visual merchandising* como materiais aéreos, faixas de gôndola, *banners*, orelhas de computadores, *wobler*, faixas, *botons* da campanha no uniforme, camisetas para funcionários, identificadores de ponta de gôndola, algo que deixe o PDV com carinha bem promocional, arco de bexiga é muito importante na porta da loja. A etiqueta de preço deve ser diferenciada também com tema da campanha e deve conter “de/por”.

O diretor do Instituto Bulla, Cadri Awad, diz que a preparação para a Black Friday começa pela lista dos produtos que estarão com preços promocionais para o período. “É fundamental definir a quantidade de itens para cada produto que estará em promoção durante a vigência do evento. Uma vez que a farmácia tenha a lista de produtos e a quantidade de itens que serão disponibilizados, é necessário fazer a simulação de preços para compreender o impacto que a ação provocará nos resultados da empresa.” Além disso, o varejo precisa entender se trabalhará a data durante todo o mês de novembro. Nesse caso, o ideal é deixar uma semana com maior foco em superpromoções, que deixam as ações mais imediatistas e aumentam o consumo, divulgando de forma antecipada o período de maior aquecimento, para que as pessoas se preparem e façam a compra neste período.

Uma das estratégias para aumentar as vendas são os *kits* promocionais. Por fim, Carla diz que as promoções devem ser organizadas levando em conta os produtos de interesse do cliente e também a estratégia do varejista para fazer um bota fora de produtos com estoque alto, baixa rotatividade, para aumentar seu fluxo de caixa.

## BLACK FRIDAY: 10 dicas para vender mais

19

AS 10 +

- 1. Acerte no mix:** os consumidores têm a oportunidade de comprar itens de desejo ou presentes antecipados para o fim de ano.
- 2. Aposte na divulgação:** o trabalho de criar interesse na Black Friday deve ser um dos pontos fortes para o sucesso da ação.
- 3. Inove nos canais e formatos:** as redes sociais fazem parte da rotina de todos, porém, para se diferenciar na Black Friday não dá mais para apostar em uma foto com legenda de “Oferta”. O varejista precisa ser criativo e criar *posts* que atraiam os clientes pelos itens que você terá.
- 4. Oferte itens de volume:** eles contribuem para um *ticket* médio qualificado e redução de estoques.
- 5. Capriche na decoração:** ambientalizar a loja é fundamental para atrair a atenção do consumidor.
- 6. Trabalhe bem a exposição dentro da loja:** para dar destaque aos produtos e ofertas na ocasião.
- 7. Trabalhe a campanha o mês todo:** a Black Friday acontece na última sexta de novembro, mas o ideal é divulgar suas ações desde o começo do mês.
- 8. Gere expectativa:** crie no cliente a curiosidade para saber quais serão as ofertas que irão fazer a diferença nesta data.
- 9. Pense em estratégias de engajamento digital:** que tragam o *shopper* para a loja física, como cupons de desconto.
- 10. Encante o cliente:** ofereça uma excelente experiência de comprar enquanto ele estiver na loja.

Fonte: mestre e professor na área de marketing, palestrante de cursos do Sindicato do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo (Sincofarma-SP) e consultor do mercado farmacêutico, Messias Cavalcante



# PLANEJE-SE PARA O VERÃO

*Negociações, pagamentos e mix corretos garantem as boas vendas nos meses mais quentes do ano*

A temporada de verão está chegando e, junto com ela, a alta nas vendas de diferentes categorias do varejo farmacêutico. De acordo com o Close-Up International, categorias como dermocosméticos, hidratantes, protetores solares e repelentes crescem, entre dezembro e março, 20% a mais do que o período

de abril a novembro – considerando os anos de 2021/2022/2023. Nos meses de verão, cresce 9% e entre dezembro e março 14,2%.

“O planejamento de produtos de verão deve ser traçado com ações já por volta agosto e setembro, fazendo compras antecipadas de produtos de sazonalidade, vendo a demanda do ano anterior, e fazendo negociações de volume, para que



tenhamos preços atrativos”, explica a diretora da Germinar Consultoria, Carla Bovo.

Entre as novidades para a época mais quente do ano, diz a gerente de marca La Roche-Posay, Isabelle Martins, o consumidor brasileiro está buscando, cada vez mais, novos produtos que atendam suas necessidades e encaixem na sua rotina. Com isso, a demanda por filtros solares que tenham uma maior eficácia de proteção solar (contra raios UVB, UVA Longos e Ultralongos) torna-se cada vez mais recorrente.

“Aliado a isso, o consumidor busca benefícios secundários associados a essa eficácia de proteção solar, como: controle de oleosidade, anti-idade, textura ultra invisível, textura fluida, cobertura de maquiagem e outros”, comenta a gerente.

Falando de inovações, para quem procura um protetor solar antioleosidade, o Anthelios Airlicium, possui a tecnologia Airlicium que reduz a oleosidade da pele. Falando de proteção solar com cor, o Novo Anthelios Ultra Cover combina a melhor *performance* de maquiagem de uma base com o mais alto rigor de fotoproteção; e por fim, para quem procura o melhor filtro solar contra os danos causados pelos raios ultravioleta (UV), o novo Anthelios UV Mune 400 é o mais indicado.

Já no mercado de hidratantes, a NIVEA aposta em linhas como a Beleza Radiante, criada especialmente para as peles negras. O produto corporal promete realçar o brilho natural da pele negra com a hidratação certa para uma pele seca, reduzindo a aparência das estrias. Já a versão facial uniformiza o tom da pele, reduz marcas escurecidas e tem efeito *matte*. Para os consumidores que buscam simplicidade no dia a dia, a marca lançou o Cuidado Completo 5 em 1, que em apenas um produto oferece 48 horas de hidratação profunda, proteção contra o ressecamento, cuidado nutritivo, pele mais bonita e saudável e maciez imediata.



## Organização correta

Para se planejar para a data sazonal, um dos primeiros passos é alinhar com os distribuidores. Carla, da Germinar, explica que isso deve ser feito de forma antecipada, pedindo para que apresentem oportunidades de negócios para o final de ano.

“A negociação do prazo depende da procura de compra, que deve ser ajustada pela demanda de venda e colocar metas mensais, o ideal é estender o prazo ao máximo. Mas é preciso negociar caso a caso, não existe uma solução pronta”, alerta ela.

No caso do estoque, a especialista afirma que ter uma meta de crescimento de ao menos 15% é o ideal para atender o incremento de vendas. Além disso, o varejista tem de fazer uma análise prévia do que foi vendido nos anos anteriores.

“O estoque mínimo é assegurado pelo sistema, mas ele precisa estar configurado para isso. Ele garante que o produto não zere com tanta facilidade e deve ser colocado nos produtos sazonais de classificação de curva A e B”, revela ela.

***O consumidor busca benefícios secundários associados à eficácia de proteção solar, como: controle de oleosidade, anti-idade, textura ultra invisível, textura fluida, cobertura de maquiagem e outros***

Por outro lado, para entender o que deve sair ou ser reduzido do *mix*, é preciso ser feito um trabalho de Gerenciamento por Categorias (GC) sério e atento para acertar de acordo com a demanda do período estabelecido. Por fim, se o pagamento for à vista, precisa ter um desconto que valha a pena. Entretanto, geralmente se faz de forma prolongada com desconto menos agressivo, mas com uma segurança maior.

## Produtos em alta no verão – para pequenos e médios varejistas

Entre os Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs), não se esqueça de trabalhar com analgésicos e medicamentos para o sistema digestivo.

Itens de proteção solar, desodorantes, produtos para picadas de inseto, produtos para queimaduras, produtos de torção, higiene pessoal, higiene íntima, itens para cabelo e corpo, desodorantes, podem ser trabalhados. É uma época do ano em que as pessoas usam mais estes produtos.

Fonte: diretora da Germinar Consultoria, Carla Bovo

### Tem na Panpharma:



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



**Cód. 700434**  
P SOLAR  
NIVEA P&H  
FPS 30 200ML



**Cód. 700432**  
P SOLAR NIVEA  
P&H FPS 50  
125ML

**Cód. 718481**  
ISDIN FUSION  
WATER FPS60  
30ML



**Cód. 713421**  
ANTHE AIR F70  
CLARA 50G



**Cód. 720661**  
ANTHE UV MUNE  
400 FPS60 50ML

**Cód. 716189**  
OLEO CENOURA  
& BRONZE SPRAY  
BRONZEADOR  
FPS6 110ML



**Cód. 717236**  
PROTETOR SOLAR  
CENOURA & BRONZE  
FPS30 110ML

**Cód. 709630**  
PROTETOR  
SOLAR EXPERTISE  
FPS50 200ML



**Cód. 715734**  
PROTETOR SOLAR  
NIVEA FACIAL  
BEAUTY EXPERT COM  
COR FATOR50 50G

**Cód. 700461**  
PROTETOR SOLAR  
SUNDOWN CREME  
FPS50 200ML



# ISDIN Acniben®

Skincare de resultado  
para a pele oleosa e acneica

Controle de oleosidade e  
melhora das imperfeições da pele



842942022229  
EM BREVE

842942022799  
Cód. 720479

842942022797  
Cód. 720483

842942022799  
Cód. 720450

842942023546  
Cód. 720473

842942022212  
Cód. 720474

My summer  
ISDIN  
sol, mar  
e praia



Inovação em cada textura.  
Proteção para cada pele



8429420226241  
Cód. 719750

8429420205192  
Cód. 718201

8429420226258  
Cód. 719760

8429420197995  
Cód. 717100

8429420225718  
Cód. 713528

8429420184077  
Cód. 719064

8429420192256  
Cód. 719065

8429420189386  
Cód. 719761

8429420230484  
Cód. 719762



LANÇAMENTO

EM BREVE

## ISDIN FOTOPROTECTOR FusionFluid MINERAL

EAN 842942022212

Protetor solar com 100% filtros  
físicos e textura fluida

Formulado especialmente para peles reativas  
ou intolerantes a filtros solares químicos

**ISDIN**  
LOVE YOUR SKIN

# VENDAS DE FINAL DE ANO PLANEJADAS

*O Natal pode fazer as vendas aumentarem até 30% em farmácias e drogarias, caso a data seja trabalhada de forma estratégica no ponto de venda*

**A**s vendas de final e início de ano tendem a ter um aumento devido ao décimo terceiro salário e período de férias escolares. Além disso, o público costuma comprar também itens para presentear familiares e amigos no Natal, segundo informa o Indicador Serasa Experian de Atividade do Comércio. Muitas vezes é possível aumentar o tráfego da loja e até multiplicá-lo. De acordo com a diretora da Germinar Consultoria, Carla Bovo, no final de ano há mais dinheiro circulante, fazendo com que as pessoas se permitam viajar e comprar itens que desejaram ao longo do ano, o que, de fato, aquece muito as vendas de produtos voltados para viagens; além disso as pessoas consomem alimentos diferentes, tendo muitos problemas digestivos e intestinais; sem falar no aumento do consumo de álcool no período, facilitando assim as vendas de soluções para o sistema digestivo; absorventes internos também têm suas vendas aumentadas durante a temporada. Segundo a especialista, as vendas nesse período chegam a crescer 30%. Se falar apenas de Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs), as vendas aumentam mais de 15%.

O diretor executivo do Grupo Coty no Brasil, Bruno Wolmer, explica que, por terem forte capilaridade, farmácias e drogarias são sempre pontos de venda (PDVs) muito acessíveis aos consumidores – levando estes locais a terem muita relevância, visto que a circulação é alta e diária. Em função disso, trabalhar com ações comerciais ligadas a datas comemorativas é elemento-chave para garantir que estes períodos sejam devidamente explorados. Outra frente que os varejistas podem dedicar esforços são os pontos adicionais/extras – como pontas de gôndola, exposições no *checkout*, *display* das marcas para decorar as lojas e contribuir com a ambientação do tema”, diz ele. Segundo informa a consultora especializada em varejo farmacêutico, Silvia Osso, quanto melhor trabalhada a loja, maior a venda. “Para atrair a clientela e incrementar o faturamento, vale decorar as vitrines, investir em produtos inovadores, explorar a decoração das categorias de cosméticos e dermocosméticos, contratar ajudantes, fazer pacotes incríveis, efetuar iluminação externa atraente etc. A originalidade é tudo.” A diretora da Connect Shopper e consultora de varejo e *shopper marketing*, Fátima Merlin, lembra

que o consumidor está cada vez mais seletivo, exigente e racional, ou seja, quer facilidade, praticidade, conveniência, uma experiência de compra melhor, além de muito mais opções de canais e novas formas de se fazer varejo.

“Assim, para entregar um real valor a ele, maximizar resultados, seja de vendas ou de despesas, incluindo uma melhor gestão do estoque, independentemente de categorias sazonais, é crucial que se conheça a fundo o *shopper*: quem ele é, como ele se comporta, o que ele compra, suas necessidades e motivações, satisfação, razão da escolha, enfim, conhecimento essencial para o desenvolvimento de estratégias e táticas que o inspire a ir à loja, a comprar e voltar.”

## COMO GERIR O ESTOQUE PARA AS VENDAS DE NATAL

Segundo a consultora especializada no varejo farmacêutico, Sílvia Osso, deve-se garantir a disponibilidade dos itens básicos, aqueles que constroem e sustentam a farmácia o ano inteiro.

Já os produtos de tendência para Natal, Ano Novo e verão, devem ser comprados em grande variedade, mas com uma profundidade dosada para não sobrar, como as novidades para embelezar os cabelos tipo tiaras ou os artigos que estimulem os clientes a comprarem suas “lembrancinhas” para o Natal na farmácia e não em outro local. “Se possível, estes devem terminar junto com o final de ano. Claro que eles são o tempero da sua loja, reforçam o básico. E não podem sobrar. Resista à tentação de recomprar o que acabou, pois podem não chegar a tempo”, alerta Sílvia.

Há ainda os sazonais, que permitem vender aquilo que os clientes procuram para a temporada de verão e férias, como os anti-diarreicos; antiácidos; bronzeadores, protetores solares, entre outros.

A diretora da Germinar Consultoria, Carla Bovo, complementa ao dizer que o varejista sempre deve olhar o ano anterior de demanda e analisar por categoria qual a que mais se desenvolveu nos últimos três meses para adequar a demanda.

*Podem ser trabalhadas as vendas de kits especiais e presenteáveis. Categorias como fragrâncias e maquiagem, que possuem valor agregado alto, são boas opções de presentes*

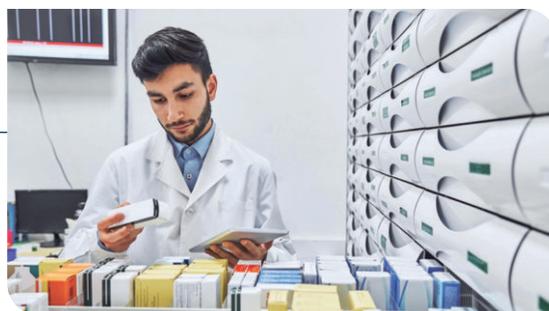


Foto: Portra/iStock.com

“Em novembro, todo o comércio varejista já precisa estar pronto para as vendas. As compras devem se basear no estudo do estoque e na saída do ano anterior, fazendo um acréscimo nas compras e vendas de períodos passados e/ou ainda com o auxílio de estudos oferecidos pela indústria”, diz Sílvia.

O mestre e professor na área de marketing, palestrante de cursos do Sindicato do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo (Sincofarma-SP) e consultor do mercado farmacêutico, Messias Cavalcante, complementa dizendo que para gerir o estoque nessa época do ano, o primeiro passo é ter claro qual será a estratégia, isto é, vamos investir em quais categorias? Verão/férias ou opções de presentes de Natal? “Essa decisão ajuda na alocação do investimento, afinal, muitas vezes o bolso é um só, logo ter isso definido, é muito importante. “Depois, é fundamental ter a média de venda dos produtos que farão parte da campanha e com base no histórico determine uma meta de evolução para o período, e aí prepare o estoque. Procure aproveitar para propor uma compra interessante em quantidade, para que você possa negociar uma boa condição ou prazo, para lhe ajudar no fluxo de caixa.”

## PACKS E COMBOS: A IMPORTÂNCIA DELES PARA O NATAL



Foto: Nature/Stock.com

Para criar kits atrativos para diversos perfis de consumidores é importante conhecer a sua clientela e seus hábitos de compra. Com essas informações, converse com fornecedores e selecione os produtos que sejam relevantes para o público-alvo e que agreguem valor quando usados juntos.

Pense de forma estratégica nesta forma de ofertar produtos: determine o objetivo dos kits, como aumento de vendas, promoção de novos produtos ou aumento do valor médio do carrinho. Ofereça um preço conjunto mais baixo do que o custo total dos produtos individualmente, pois isso incentiva os clientes a comprar o kit em vez dos produtos separados.

O apelo visual também é muito importante! A embalagem deve destacar os produtos e a proposta de valor desta composição especial. Divulgue os kits por meio de marketing, incluindo anúncios, redes sociais, e-mails e demais canais que sejam relevantes para a sua clientela, sempre destacando os benefícios e o valor agregado de adquirir esta oferta.

Fonte: NIVEA

### Tem na Panpharma:



Cód. 704757  
P SOLAR NIVEA  
P&H F30  
200M+100M



Cód. 703962  
DERMACYD FEM  
200+100ML 1,99



Cód. 720934  
PACK NIVEA P NEG  
CR100G+HID200ML



Cód. 721440  
HYDRA FPS50  
200ML+HYDRAMATTE F50



Cód. 719342  
CETAPHIL CR  
453G+LOC LIMP  
120ML



Cód. 719836  
SAB NIVEA  
INT SUAVE  
250ML PACK

SEM CONSERVANTES<sup>1</sup>

# GOTAS DE ALÍVIO E CONFORTO PARA OS OLHOS SECOS<sup>1,2</sup>

# LUBRIS

carmelose sódica 0,5%

## CHEGOU LUBRIS.

✓ LUBRIFICA<sup>1</sup> ✓ UMIDIFICA<sup>1</sup> ✓ HIDRATA<sup>1</sup> ✓ PROTEGE<sup>1</sup>

a superfície ocular



TECNOLOGIA  
NOVELIA<sup>®4</sup>



SEM  
CONSERVANTES<sup>1</sup>



PODE SER USADO COM  
LENTE DE CONTATO<sup>1</sup>

Cód. 405289

✓ 1ª linha de tratamento recomendada pela TFOS<sup>2</sup>

✓ Para todos os perfis de pacientes: sem restrição de idade<sup>1</sup>

✓ Com o melhor preço<sup>3</sup>

✓ E ainda sem conservantes<sup>1</sup>



Referências Bibliográficas: 1. Folheto Informativo do Produto: Lubris, Aché Laboratórios Farmacêuticos S.A. 2. Management and therapy of dry eye disease: report of the Management and Therapy Subcommittee of the International Dry Eye WorkShop (2007). Ocul Surf. 2007 Apr;5(2):163-78. 3. Kairos Web Brasil. Disponível em: <http://brasil.kairosweb.com>. Acesso em: julho/2023. 4. Relatório interno. Competitive analysis Novelia (devices D&E).

**LUBRIS – Solução oftálmica (carmelose sódica 0,5%) – Lubrificante ocular – Registro ANVISA: 80356610004.**

Para informações completas, consultar o folheto na íntegra através da Central de Atendimento ao Cliente no site [www.ache.com.br](http://www.ache.com.br) ou pelo telefone: 0800 701 69 00.



MATERIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO DE DISTRIBUIÇÃO  
EXCLUSIVA À CLASSE MÉDICA  
7041348 – ANÚNCIO LUBRIS – Jul/23.

OFTALMOLOGIA  
aché  
TECNOLOGIA PARA VER.

aché  
mais vida para você

# 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. 719533  
PROT LABIAL COLOR  
VERMELHO 4,8G



Cód. 719463  
PROT LABIAL COLOR  
ROSA PINK 4,8G

Cód. 721075  
NIVEA CELL LUMINOUS  
NOITE 50ML



Cód. 720761  
8D HYALU+ SERUM  
50ML



Cód. 721033  
CR SENSODYNE RAP  
ALIVIO BRAN 90G

CONFIRA A DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE



Cód. 405217  
TYLENOL DC 1G MULT  
DORES C/20 COMP



Cód. 405260  
ALLEGRA 120MG  
C/2 COMP



Cód. 308653  
VILDAGLIPTINA 50MG  
C/28 COMP NAT

Cód. 308654  
VILDAGLIPTINA 50MG  
C/56 COMP NAT

Cód. 405285  
CORISTINA D  
CONGEST 120ML



Cód. 405313  
DORFLEX DIP 1G  
C/10 COMP

Allegra (FEXOFENADINA) O Allegra é indicado para: Prevenir conjuntivite alérgica Aliviar coceira no nariz, céu da boca e olhos Combater a coriza, espirros e nariz entupido Contraindicações O consumo do Allegra deve ser evitado nas seguintes situações: Alergia a cloridrato de fexofenadina e demais componentes da fórmula Crianças com idade abaixo dos 12 anos Em caso de consumo de antiácido com hidróxido de alumínio e magnésio no mesmo instante em que estiver consumindo o Allegra, a orientação é de que tenha um período de 2 horas entre o uso de antiácidos e do Allegra e evitar reduções na biodisponibilidade no organismo. Pessoas grávidas ou em período de amamentação Em caso de dúvidas, procure uma pessoa médica. MS 1130002580113. Dorflex DIP (Dipirona sodica). Dorflex DIP é um potente analgésico contra dores, pois alia o poder e a eficácia da dipirona 1G com a qualidade da marca Dorflex. Pode ser utilizado para dores no corpo, dores de cabeça, enxaqueca e febre. Como usar o Dorflex DIP? Recomenda-se tomar de 1 a 2 comprimidos por dia. Quando não deve usar o Dorflex DIP? Este medicamento não deve ser utilizado por pessoas com alergia ou intolerância à dipirona ou a qualquer um dos componentes da formulação. MS. 18.3269494. TYLENOL® DC MULTIPLAS DORES (500mg de paracetamol e 65mg de cafeína.) é indicado para o alívio temporário de dores leves a moderadas, tais como: dores de cabeça, dores musculares, dores associadas a gripes e resfriados comuns, dor de dente, dor nas costas, dores associadas a artrites e cólicas menstruais, sendo também útil para a redução da febre. TYLENOL® DC MULTIPLAS DORES não deve ser administrado a pacientes com alergia ao paracetamol e também à cafeína ou a qualquer outro componente de sua fórmula. Contraindicado para menores de 12 anos. MS - 1.1236.3426. Coristina® D Congest (Bronfeniramina/Fenilefrina) é um medicamento indicado para adultos e crianças acima de 2 anos, cuja formulação é composta por um descongestionante (desentupimento) nasal de efeito rápido e um antialérgico, que controlam e reduzem os sintomas relacionados a gripe, ao resfriado, a rinite e a sinusite (doença que afeta as cavidades existentes ao redor do nariz) (alérgicas ou não), além de diminuir o excesso de secreção (coriza). Coristina® D Congest é contraindicada em pacientes que apresentem alergia a quaisquer dos componentes de sua fórmula. Coristina® D Congest é contraindicada em pacientes cardíacos (com problemas no coração), com pressão alta grave, coronariopatias severas (distúrbios circulatórios graves do músculo do coração), arritmias cardíacas (mudança dos batimentos cardíacos), glaucoma (aumento da pressão dentro do olho), hipertireoidismo (aumento do funcionamento da glândula tireoide) e/ou com outros distúrbios circulatórios. Também é contraindicada para pessoas com diabetes e com aumento anormal da próstata. Este medicamento é contraindicado para menores de 2 anos. Reg. M.S. nº 1.7817.0945 Vildagliptina 50 mg : Vildagliptina é um medicamento usado para tratar pacientes com diabetes mellitus tipo 2, cuja condição não pode ser controlada pela dieta e exercício sozinhos. Ele ajuda a controlar os níveis sanguíneos de açúcar. Tais medicamentos são conhecidos como anti-diabéticos orais. Vildagliptina é indicado em combinação com insulina (com ou sem metformina), apenas quando uma dose estável de insulina, aliado à dieta e exercício físico, não resultarem em controle glicêmico adequado. Seu médico prescreverá vildagliptina tanto sozinho quanto em combinação a outro anti-diabético dependendo da sua condição. Não tome vildagliptina Se você for alérgico (hipersensível) à vildagliptina ou a qualquer outro excipiente deste medicamento. MS - 1.8261.0016

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

CONFIRA A DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE

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

1	714181	CERAVE LOCAO HIDRATANTE 473ML	CERAVE
2	719660	ANTHE ARLICIUM F80 ANTIOLEOS 40G	LA ROCHE POSAY
3	710660	EXIMIA FORTALIZE KERA D 30COMP	FQM
4	708526	CICAPLAST B5 PLUS 20ML	LA ROCHE POSAY
5	714729	CR NIVEA FAC ANTISSINAIS 100G	NIVEA
6	713367	DERCOS SH ENERGIZ 400ML	VICHY
7	400782	LOCERYL ESMALTE 5% 2,5ML	GALDERMA
8	705994	CICAPLAST B5 PLUS 40ML	LA ROCHE POSAY
9	700545	CETAPHIL CR HIDRAT 453GR	GALDERMA
10	717100	ISDIN FUSION WATER FPS60 50ML	ISDIN

1	708087	NINHO FASES 1+PREBIO 800G	NESTLE
2	704356	NAN COMFOR 2 F.I NESTLE 800G	NESTLE
3	705310	APTAMIL 2 800G	DANONE
4	705275	APTAMIL 1 800G	DANONE
5	702619	NAN COMFOR 1 F.I NESTLE 800G	NESTLE
6	706633	NANLAC COMFOR 800G	NESTLE
7	702633	NESTOGENO 2 F.I NESTLE 800G	NESTLE
8	705277	APTANUTRI PREMIUM 3 800G	DANONE
9	707618	NUTREN SENIOR PO 740G	NESTLE
10	714341	NESTONUTRI PO 800GR	NESTLE

1	110568	OZEMPIC 1MG + 4 AG NOVOFINE 4MM	NOVO NORDISK
2	110567	OZEMPIC 0,25MG/0,5MG + 6 AG 4MM	NOVO NORDISK
3	101681	GLIFAGE XR 500MG C/30 COMP	MERCK
4	105806	FORXIGA 10MG C/30COMP	ASTRAZENECA
5	106447	JARDIANCE 25MG X 30CPRS	BOEHRINGER ING.
6	110683	GLYXAMBI 25+5MG C/30 COMP REV	BOEHRINGER ING.
7	106994	XIGDUO XR 5MG/1000MG C/ 60 COMP	ASTRAZENECA
8	106993	XIGDUO XR 10MG/1000MG C/30 COMP	ASTRAZENECA
9	101870	INSULINA NOVOLIN N 100UI 10ML	NOVO NORDISK
10	106583	NESINA 25MG COM 30CPR	MANTECORP

1	705396	VALDA FRIENDS MENT C/30 SACH 25G	EUROFARMA
2	706472	VALDA DIET C/10 LATAS 50G	EUROFARMA
3	706465	VALDA CLASSIC C/ 10 LATAS 50G	EUROFARMA
4	705400	VALDA TABLETE POTE C/200 UN	EUROFARMA
5	709339	VALDA VIT C C/18 SACH 24G	EUROFARMA
6	715030	VALDA FRIENDS MENT C/6 POTES 50G	EUROFARMA
7	705465	VALDA CLASSIC C/12 SACH 12G	EUROFARMA
8	705460	VALDA DIET C/12 SACH 12G	EUROFARMA
9	705249	ADOC ADOCYL STEVIA LIQ 80ML	HYPERA CH
10	714848	VALDA FRIENDS CAFE C/30 SACH 25G	EUROFARMA

1	303741	TADALAFILA 5MG C/30 COMP EUR	EUROFARMA
2	302229	SINSTATINA 20MG C/30 COMP SAN	SANDOZ
3	304021	TADALAFILA 20MG C/4 COMP EUR	EUROFARMA
4	302232	SINSTATINA 40MG C/30 COMP SAN	SANDOZ
5	301663	LOSARTANA POTAS 50MG C/30 CP EMS	EMS
6	301988	PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP MED	MEDLEY
7	302161	ROSUVASTATINA CAL 20MG 30CP EMS	EMS
8	300277	ATENOLOL 25 MG C/30 COMP SAN	SANDOZ
9	308027	ROSUVASTATINA CAL 20MG 30CP ALT	ALTHAIA
10	304132	TADALAFILA 5MG C/30 COMP EMS	EMS

1	106926	DORFLEX C/300 COMP	SANOFI
2	400206	BUSCOPAN COMPOST C/20 COMP (NOVO)	HYPERA CH
3	402970	DORFLEX C/36 COMP	SANOFI
4	705609	ENTEROGERMINA 5ML X 10 FRC	SANOFI
5	401388	VICK VAPORUB 12G C/24	PG HEALTH
6	400961	NOVALGINA 1G C/10 COMP	SANOFI
7	400149	BENEGRIP 500MG 25X6 COMP - NOVO	HYPERA CH
8	400484	ENGOV 25X6 COMP	HYPERA CH
9	400501	EPOCLER ABACAXI C/60 FLAC 10ML	HYPERA CH
10	400068	ALIVIUM 100MG GTS 20ML	MANTECORP

1	706878	OLEO ELSEVE EXTRA 100ML	LOREAL
2	708343	BEPANTOL BABY 100G + 20G	BAYER
3	710363	BEPANTOL BABY 30G 15% OFF	BAYER
4	702752	PERIOGARD S/ ALCOOL 250ML	COLGATE PALMOLIVE
5	702287	SH J&J BABY 400ML	JOHNSON JOHNSON
6	702286	SH J&J BABY 200ML	JOHNSON JOHNSON
7	716844	KIT COREGA ULTRA CREME 2UN 68G	HALEON
8	700461	P SOLAR SUNDOWN FPS50 200ML	JOHNSON JOHNSON
9	701018	CR NIVEA MD 56G	NIVEA
10	704185	CURAT BAND-AID TRANSP C/40	JOHNSON JOHNSON

1	100266	ARADOIS 50MG C/30 COMP	BIOLAB
2	107250	SAXENDA 6MG/ML C/3	NOVO NORDISK
3	100388	AVAMYS SPR NASAL C/120 DOSES	GSK
4	100092	ALENIA 12/400MCG C/60 CAPS REFIL	ACHE
5	104355	VENVANSE 70MG C/28 CAPS A3	TAKEDA
6	100061	AEROLIN SPRAY C/200 DOSES	GSK
7	105252	COMBODART C/30 CAPS	GSK
8	105357	PROLOPA BD 125MG C/30 COMP	FQM
9	100793	CLAVULIN BD 875MG C/14 COMP	GSK
10	102985	QLAIRA BLISTER C/28 COMP	BAYER

1	713043	G-TECH FREE TIRAS 50	ACCUMED
2	705404	ACCU-CHEK ACTIVE C/25 TIRAS	ROCHE
3	715318	ACCU-CHEK ACTIVE C/50 TIRAS	ROCHE
4	404723	VIVIDIAG TEST COVID-19 C/25	VYTTRA
5	718285	G-TECH LITE TIRAS REAGENTES C/50	ACCUMED

6	707906	TESTE GRAV CLEARBLUE DIGITAL	PG HEALTH
7	706636	ACCU CHEK ACTIVE KIT	ROCHE
8	714812	ACCU-CHEK GUIDE 50 TIRAS	ROCHE
9	715317	ACCU-CHEK GUIDE PACK C/50 TIRAS	ROCHE
10	707905	TESTE GRAV CLEARBLUE PLUS	PG HEALTH

# PLP

panpharma



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



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

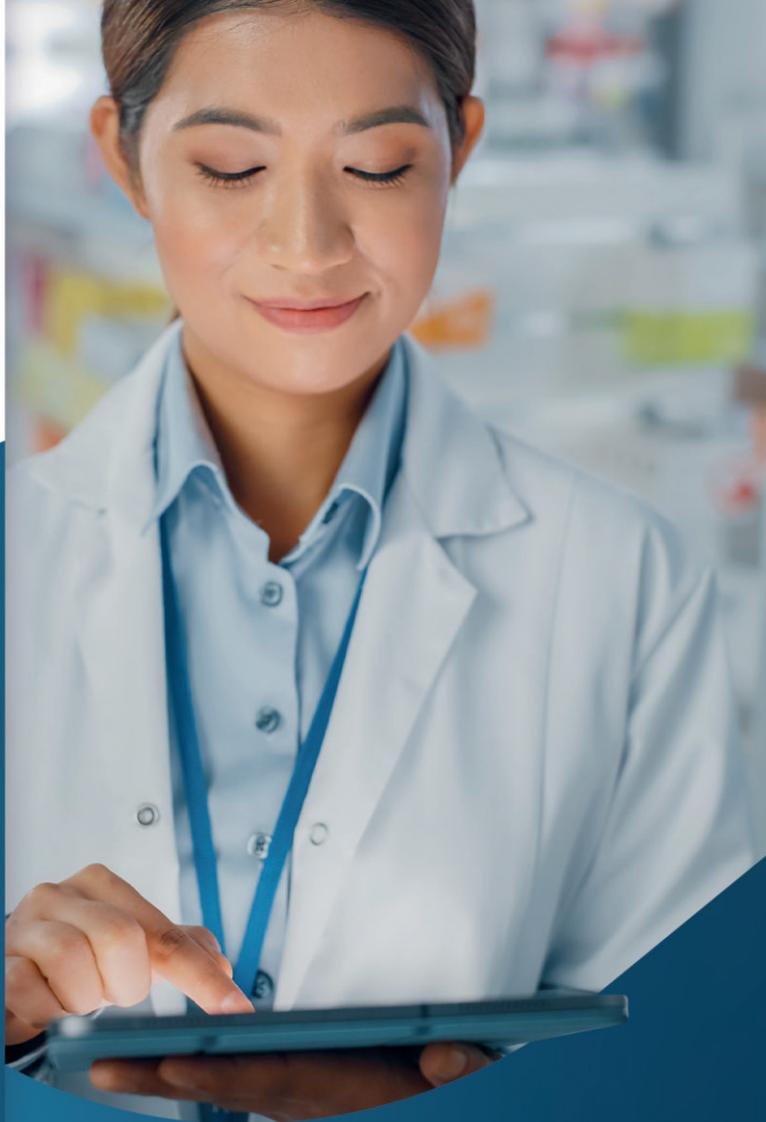


Você terá um prazo de **60 dias para pagar.**



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

\* Respeitando o prazo de até 50 dias após a emissão da nota fiscal



## 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!

E tudo isso é

**sem custo**  
de adesão ou cancelamento!

Escaneie o QR Code e conheça todos os detalhes.



Acesse o site [www.panpharma.com.br](http://www.panpharma.com.br) ou envie um e-mail para [plppanpharma@panpharma.com.br](mailto:plppanpharma@panpharma.com.br) e faça agora mesmo o seu cadastro.

 panpharma

Para auxílio nas **dores mais severas**  
**relacionadas à Osteoartrite, Cartigen HA**  
traz a combinação ideal para seu paciente!<sup>1-3</sup>

# Cartigen HA

LANÇAMENTO

Cód. 721030

## TRIPLO BENEFÍCIO<sup>1-3</sup>

Lubrificação articular<sup>2</sup>

Melhora da mobilidade<sup>1</sup>

Redução da dor muscular<sup>3</sup>



Colágeno  
Tipo II<sup>1</sup>



Ácido  
Hialurônico<sup>2</sup>



MSM<sup>3</sup>

Contém **Mobilee®**



SEM AÇÚCARES,  
SÓDIO E CORANTES



NÃO CONTÉM  
GLÚTEN



ZERO  
LACTOSE



Cartigen® HA SUPLEMENTO ALIMENTAR A BASE DE COLÁGENO TIPO II + MSM + ÁCIDO HIALURÔNICO EM COMPRIMIDOS REVESTIDOS. SEM ADIÇÃO DE AÇÚCARES. NÃO CONTÉM GLÚTEN. ZERO LACTOSE. Este produto não deve ser consumido por gestantes, lactantes e crianças. ESTE PRODUTO NÃO É UM MEDICAMENTO. NÃO EXCEDER A RECOMENDAÇÃO DIÁRIA DE CONSUMO INDICADA NA EMBALAGEM. MANTENHA FORA DO ALCANCE DE CRIANÇAS. ALÉRGICOS: CONTÉM PEIXES. PODE CONTER AVELÁS, AMÊNDOAS, CASTANHA-DO-BRASIL, CASTANHA-DE-CAJU, MACADÂMIAS, PECÃS, PISTACHES. MOBILEE® é uma marca comercial registrada licenciada por BIOIBERICA, S.A.U Produto isento de registro sanitário conforme Resolução da Anvisa – RDC nº 27, de 06 de agosto de 2010.

**Referências:** 1. Porfirio E, Fanaro GB. Suplementação com colágeno como terapia complementar na prevenção e tratamento de osteoporose e osteoartrite: uma revisão sistemática. Rev. Bras. Geriatr. Gerontol., Rio de Janeiro, 2016; 19(1):153-164. 2. Ortega MM, Espinoza PB, Suazo S, Jimenez NA, Rubio F, Breve L. Aplicación clínica del ácido hialurónico / Clinical application of hyaluronic acid. Rev. fac. cienc. méd. (Impr.); 12(2): 41-49, jul.-dic. 2015. Ilus. 3. Butawan M, Benjamin R, et al. Methylsulfonylmethane: Applications and Safety of a Novel Dietary Supplement. Nutrients. 2017;9(3):E290

JUNHO 2023

0800 025 0110  
sac@fqm.com.br

Se persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado.

FQM