

NOVO
Dorflex[®]
MAX

**2X
MAIS**

**RELAXANTE
MUSCULAR
E ANALGÉSICO¹**



DORFLEX[®] MAX (dipirona monoidratada, citrato de orfenadrina, cafeína anidra). Indicações: no alívio da dor associada a contraturas musculares, incluindo cefaleia tensional. MS: 1.8326.0354. **O USO DO MEDICAMENTO PODE TRAZER ALGUNS RISCOS.** Leia atentamente a bula. **SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERA SER CONSULTADO.** 1- Bula Dorflex - Bula Profissional de saúde. 2- IQVIA FMB Valor PPP - Jun/2023 - Nº1 em vendas. MAT-BR-2305113. Nov/23.

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

sanofi

CENÁRIO

Maior presença no digital, ampliação do *mix* de produtos e dos serviços oferecidos nas farmácias lideram as estratégias para aumentar as vendas no próximo ano

AS 10+

Trabalhar corretamente sortimento e a exposição de desodorantes pode ajudar a aumentar as vendas no varejo farmacêutico

PANORAMA

Em alusão ao Dia Mundial da AIDS, prevalece a importância das farmácias na orientação e prevenção da comunidade. Autotestes possibilitam acesso rápido e seguro a um exame inicial

Pedido Eletrônico

ePan

+ agilidade e autonomia

Download no site
www.panpharma.com.br

Suporte ePan
0800 702 1700

Baixe também
o ePan Mobile!

Glucerna®

ESTUDOS MOSTRAM QUE GLUCERNA AJUDA A ESTABILIZAR SEUS NÍVEIS DE AÇÚCAR EM

4 SEMANAS¹⁻²

FUNCIONA
DESDE O 1º DIA⁶



Cód. 709989

Cód. 707421



Cód. 707422



*Em estudo clínico com Glucerna quando utilizado no café da manhã associado ao tratamento e mudança no estilo de vida reduziu as variações glicêmicas em 4 semanas. 1. Peng J, Lu J; et al. Breakfast replacement with a liquid formula improves glycaemic variability in patients with type 2 diabetes: a randomised clinical trial. British Journal of Nutrition (2019), 121, 560–566. 2. Stenvers DJ, Schouten LJ, Jurgens J, Endert E, Kalsbeek A, Fliers E, et al. Breakfast replacement with a low-glycemic response liquid formula in patients with type 2 diabetes: a randomised clinical trial. Br J Nutr. 3. Jenkins DJ, Taylor RH, Wolever TM. The diabetic diet, dietary carbohydrate and differences in digestibility. Diabetologia. 1982;23:477-484. Glucerna P6 REG. MS 4.7432.0368. Glucerna sr liq Baunilha e Chocolate REG. MS 4.7432.0367. Material destinado para todos os públicos. Abbott Nutricional - Central de Relacionamento com o cliente - 0800 891 2690 - nutricao@abbott.com - www.abbottbrasil.com.br. ANBRALL20233307


Abbott

Centrum

ESSENCIAL



NOVO!

Produto de entrada para a marca Centrum

menor preço por dose⁴

8 Vitaminas e mineral essenciais para a saúde e bem estar

Especialmente desenvolvido para as necessidades dos brasileiros⁵

EAN: **7896009499012**

Cód. 721734

A MARCA #1 EM RECOMENDAÇÃO MÉDICA



+ Energia¹



+ Imunidade²



A um preço essencial³

30 comprimidos

Referência: 1. Nicholas Hall Global data, MVM Market MAT Q1 2021. Alimento isento de Registro, de acordo com a RDC 27/2010. NÃO CONTÉM GLUTÊN 2. Com vitaminas B1, B2, B5, B6 e C, e magnésio que auxiliam no metabolismo energético 3. Com Vitaminas C, D e B6, que auxiliam no funcionamento do sistema imune. 4. Nutrientes essenciais a um preço essencial para ajudar a melhorar sua imunidade e energia. 5. Baseado nos estudos: BRAZOS, 2011 e POF, 2009 e 2018. PM-BR-CNT-23-00058-SET23

É GRIPE?

BENEGRIP[®] Multi

uso a partir de **2 ANOS**



Benegrip Multi. paracetamol, cloridrato de fenilefrina, maleato de carbinoxamina. Indicações: analgésico e antitérmico. Descongestionante nasal em processos de vias aéreas superiores. MS 1.7817.0768. SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. 04/2022.

Cód. 402670



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

DIVERSIFICAÇÃO DE MIX: FOCO PARA 2024!

Desde a pandemia provocada pelo Covid-19, o varejo farmacêutico vem passando por grandes transformações. E, para ocupar um lugar de destaque frente às mudanças, os grandes *players* do mercado farma estão adotando estratégias como a ampliação dos canais de venda, em especial, no digital: *e-commerce*, omnicanalidade, aplicativos (*apps*), *marketplaces*, presença em superaplicativos, entre outros. Consequentemente, há um aumento do *mix* de produtos, e a farmácia ganha a possibilidade de oferecer uma diversidade cada vez maior de itens.

Fizemos uma reportagem completa sobre o tema e ela mostra que a grande estratégia para 2024 é os varejistas e as farmácias conseguirem aumentar a frequência de compra e o *ticket* médio, principalmente pelo fato de as farmácias serem um varejo de proximidade, de disponibilidade e de relacionamento. Mas a grande tônica do varejo do próximo ano é conseguir trabalhar melhor os clientes que já se conhece

e ampliar a diversidade de *mix*. Leia a matéria na íntegra e tenha acesso a todos os *insights*.

Você vai ver também que as principais tecnologias que estão impactando o varejo farmacêutico são as que, no final das contas, estão impactando todos os setores, como a inteligência artificial (IA) e, especialmente, a IA generativa, que é o grande tema de 2023. Mas, além disso, há um amadurecimento de tecnologias como o *blockchain*, a realidade virtual – que começa a ganhar um novo impulso. E, claro, a biometria é um grande tema para reduzir atritos na experiência de consumo e na identificação dos consumidores.

Além disso, ainda temos pautas sobre a venda de desodorantes, categorias de verão, importância do balconista e muito mais.

Boa leitura!

Feliz Natal e excelente 2024!





O SEU PDV

Inteligência artificial, assistentes virtuais, biometria e automação de sistemas podem ser usados para melhorar o relacionamento com o cliente, prevenção de perdas e controle de estoque

<10



6

CENÁRIO

Maior presença no digital e ampliação do mix de produtos e dos serviços oferecidos nas farmácias lideram as estratégias para aumentar as vendas no próximo ano



12 >

ATUALIDADE

Na estação mais quente do ano, a exposição ao sol geralmente é inevitável, exigindo maiores cuidados com a pele a fim de evitar danos como queimaduras, manchas, envelhecimento precoce, alergias e até um bronzeado pouco duradouro



16 >

AS 10+

Trabalhar corretamente o sortimento e a exposição de desodorantes pode ajudar a aumentar as vendas no varejo farmacêutico



19

PANORAMA

Em alusão ao Dia Mundial da AIDS, em 1º de dezembro, prevalece a importância das farmácias na orientação e prevenção da comunidade. Autotestes possibilitam acesso rápido e seguro a um exame inicial

EM FOCO

Em 20 de janeiro o farmacêutico é homenageado no Brasil por sua atuação essencial à saúde da população

<22





Apostas para o varejo FARMACÊUTICO em 2024

Maior presença no digital e ampliação do mix de produtos e dos serviços oferecidos nas farmácias lideram as estratégias para aumentar as vendas no próximo ano

O varejo farmacêutico pós-pandemia vem passando por grandes transformações. E, para ocupar um lugar de destaque frente às mudanças, os grandes *players* do mercado farma estão adotando estratégias como a ampliação dos canais de venda, em especial, no digital: *e-commerce*, omnicanalidade, aplicativos (*apps*), *marketplaces*, presença em superaplicativos, entre outros. Consequentemente, há um aumento do *mix* de produtos, e a farmácia ganha a possibilidade de oferecer uma diversidade cada vez maior de itens.

“Outra grande oportunidade para o segmento está no conceito de ‘Hub de Saúde’, que transforma a farmácia em um estabelecimento de atendimento personalizado para os clientes e pacientes, por meio de consultas, exames clínicos, vacinação, acolhimento e acompanhamento farmacêutico. Em 1º de agosto de 2023, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) aprovou uma nova resolução que permite que as farmácias

realizem exames de análises clínicas, em caráter de triagem, ou seja, mais um avanço na legislação para que esse novo modelo se estabeleça”, fala o diretor-executivo do segmento de Farma na Linx, Luis Fischpan.

O consultor especialista em Varejo & Consumo, sócio-diretor da LeadersLab Treinamento e Consultoria, Jorge Inafuco, considera que a grande estratégia para 2024 é os varejistas e as farmácias conseguirem aumentar a frequência de compra e o *ticket* médio, principalmente pelo fato de as farmácias serem um varejo de proximidade, de disponibilidade e de relacionamento.

“Por exemplo, quando o consumidor vai ao supermercado, em uma loja de roupa ou ao varejo de material de construção, ele não tem um relacionamento próximo com os vendedores, é diferente do consumidor quando vai a uma farmácia, pois, ali, ele tem um relacionamento com o balconista e o farmacêutico, ele tem uma confiança muito maior nesse tipo de profissional. É fundamental que as farmácias aproveitem essa

peculiaridade do seu segmento de varejo e consigam melhorar o relacionamento, e com isso aumentar a frequência de compra e o *ticket* médio”, enfatiza Inafuco.

O consultor acredita ser essa a grande tônica do varejo do próximo ano, porque conquistar novos clientes está cada vez mais difícil. Por isso, o segredo é conseguir trabalhar melhor os clientes que já se conhece, que já compram do estabelecimento e investir em estratégias que aumentem a frequência de compra e o *ticket* médio. E a chave disso tudo se chama relacionamento.

Tecnologia a serviço do varejo

Segundo Fischpan, um sistema de gestão é o elo da comunicação entre setores diferentes, e é o responsável por integrar diversas atividades, como vendas, finanças, estoque, recursos humanos etc. Com um sistema de gestão completo e integrado, o varejo farmacêutico consegue aumentar o *ticket* médio, economizar tempo, evitar perdas de produtos, integrar e automatizar processos, entre outros benefícios. “Sem dúvidas, a importância de ter um *software* especializado é de proporcionar soluções de ponta a ponta para aumentar a lucratividade da loja”, atesta o diretor-executivo.

Sobre a vantagem de integrar a farmácia em um *marketplace*, Inafuco diz que isso amplia a base de clientes, mas não somente, amplia, também, o número de consumidores que antes não a conheciam e, por isso, é possível oferecer um portfólio de produtos além do exposto em loja física.

“O exemplo que eu gosto de dar é que eu vejo clientes trabalhando fortemente com a categoria de perfumes nacionais e importados. Essa linha de produtos, esses perfumes importados, não estão disponíveis, geralmente, nas lojas dessas redes, até porque ela não teria o custo de carregar esse estoque. Imagina um perfume importado custar de R\$ 200 a R\$ 300 reais e eu ter um vidro de cada um desses em todas as lojas, o custo do estoque seria altíssimo. Então, eu vejo redes trabalhando assim até em *marketplaces*. Essa é uma possibilidade, usar o *marketplace* para estender o meu *mix* de produtos. E a outra vantagem é eu conseguir atingir

consumidores que não estão na minha praça, que não estão na minha cidade”, destaca Inafuco.

A importância de diversificar o mix de produtos

Fischpan lembra que, devido à alta capilaridade, disponibilidade de estabelecimentos e horários de funcionamento mais ampliados, as farmácias se tornaram um local que vai muito além dos medicamentos. Os clientes buscam um espaço de conveniência e bem-estar, e isso eles encontram nas farmácias, que contam agora com produtos de conveniência, itens de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (HPC), além de suplementos e complementos alimentares. A venda desses produtos gera uma atração de clientes e, com isso, acontece também a venda de medicamentos.

“Diversos serviços de cuidado e atenção à saúde podem ser oferecidos em uma farmácia e agregar valor ao negócio e aos clientes, como aferição de pressão, testes de glicemia, aplicação de injetáveis, aplicação de vacinas, bem como uma vasta lista de exames clínicos que são realizados por meio de pequenas amostras biológicas. Também é regulamentada a teleconsulta, dentro do estabelecimento farmacêutico, a fim de que se possa promover o correto tratamento dos clientes e pacientes. Além disso, aumenta o portfólio de serviços prestados e, consequentemente, a receita favorece que o paciente realize corretamente o seu tratamento, e a compra seja realizada espontaneamente no próprio estabelecimento”, afirma o diretor-executivo.

Inafuco revela que ainda há uma perspectiva, tanto por parte do cliente, mas também por parte dos varejistas, de olhar a farmácia como um local para tratar a doença, dificultando posicionar a farmácia como um local de promoção à saúde. “Imagina um cliente que vai comprar Ozempic, que é o remédio da moda, caríssimo. Por que, então eu não tenho na farmácia sessões que promovam a saúde? Isso vai desde divulgação de cursos até a venda de artigos. No quesito nutrição, utilizar espaços dedicados a suplementos para os amantes de academia. É preciso pensar a farmácia como um ponto promotor de saúde”, afirma o consultor.

elmex

SENSITIVE PROFESSIONAL



A marca **nº 1**
recomendada por
dentistas na Suíça*

elmex agora é elmex Sensitive Professional



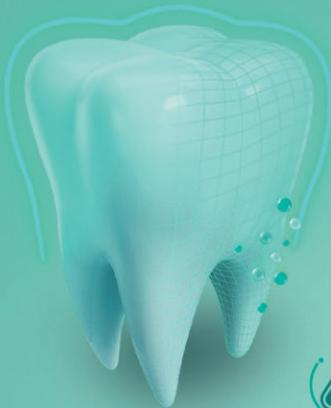
Nova
fórmula



Tamanho adicional para
ajudar a expandir o segmento



Novas campanhas
e embalagens



Marca de sensibilidade que **mais cresce em farmácias**



Tecnologia Pro-Argin, agora com fosfato de zinco
garantindo **melhor resistência aos ácidos**[^]



95% das pessoas com hipersensibilidade tiveram
alívio eficaz**



2,7x maior bloqueio das áreas sensíveis^{^^}



Nova fórmula apresenta **20% maior** (vs concorrente) a percepção
de ser um **produto de alta qualidade**^{***}

Linha elmex Sensitive Professional

Novo tamanho 75g



Já com a **nova fórmula**



Acessibilidade para a **melhor tecnologia do mercado**



Oportunidade de **aumentar o ticket médio da cesta**

Creme dental
elmex Sensitive
Professional 75g

* Pesquisa realizada na Suíça em 2020 com 133 dentistas. ^Vs Pro-Argin sozinho. ** Alívio eficaz da dor em 4 semanas, comparado com 26,3% das pessoas que usaram cremes com nitrato de potássio. ^^ Comparado com cremes dentais com Pro-Argin após consumo de alimentos e/ou bebidas ácidas. *** Brazil Sensitivity IPT & BPT Nov/21.

Novas tecnologias ampliam diferencial competitivo no varejo farmacêutico

Inteligência artificial, assistentes virtuais, biometria e automação de sistemas podem ser usados para melhorar o relacionamento com o cliente, prevenção de perdas e controle de estoque

A transformação digital tem promovido uma verdadeira revolução em, praticamente, todos os setores, e no varejo farmacêutico não é diferente. A pandemia de Covid-19 acelerou o processo de digitalização nesse segmento, e o uso da tecnologia tem se assumido, cada vez mais, como um diferencial competitivo que aprimora o atendimento ao cliente.

Segundo o especialista em Tecnologia e Inovação e em TEDx *speaker*, além de autor do livro *Conveniência é o Nome do Negócio*, Arthur Igreja, as principais tecnologias que estão impactando o varejo farmacêutico são as que, no final das contas, estão impactando todos os setores, como a inteligência artificial (IA) e, especialmente, a IA generativa, que é o grande tema de 2023. Mas, além disso, há um amadurecimento de tecnologias como o *blockchain*, a realidade virtual – que começa a ganhar um novo impulso. E, claro, a biometria é um grande tema para reduzir atritos na experiência de consumo e na identificação dos consumidores.

“A IA pode ser aplicada no varejo de várias formas, uma delas é justamente encontrar otimizações. E a IA é incrível nisso, ou seja, se há dados dos processos é possível encontrar gargalos que podem ser otimizados, por exemplo, estoque, sortimento e como melhorar a categorização de produtos. A IA é fantástica, ainda, na geração de conteúdo, para fazer promoção tanto da empresa como do produto, e também no relacionamento com o consumidor. Quanto mais dados estiverem disponíveis de um determinado consumidor, mais ela é capaz de melhorar o relacionamento, criando ofertas customizadas e melhorando a fidelização”, explica o especialista.

O atendimento de robôs, seja por meio de *chatbots* ou assistentes virtuais, já é uma realidade inegável, que pode, de acordo com Igreja, melhorar o varejo farmacêutico, principalmente, no quesito disponibilidade, visto que funciona 24 por 7. Nesse aspecto é algo extremamente útil.

“E acredito que o principal ponto além disso é aumentar a capacidade de omnicanalidade, ou seja,

onde se consegue ter mais opções de atendimento, não só depender do atendimento por meio de telefone ou do físico. É bastante interessante no caso dos assistentes virtuais, de criar uma experiência cada vez mais realista, com voz e diversos aspectos”, fala Igreja.

Sobre sistemas automatizados no varejo farmacêutico, visando benefícios para pequenos e médios varejistas, principalmente, a vantagem é justamente não depender de processos que têm pontas em aberto. Com a automação, os processos são muito mais assertivos, com menos desperdícios, mais aumento de produtividade, melhoria em ganhos de escala e economia.

Prevenção de perdas e controle de estoque

As tecnologias de reconhecimento facial e Identificação por Radiofrequência (RFID) podem contribuir significativamente para o controle de estoque e prevenção de perdas no varejo farmacêutico. Segundo Igreja, especialmente o RFID, pode ajudar muito, pois, o tempo inteiro há a capacidade de fazer rastreamento de movimentação de estoque e contagem. Já o reconhecimento facial auxilia na segurança, no controle, e tem o produto certo para a pessoa certa.

“O RFID é fantástico para controle de estoque e oferece muito mais assertividade, com o controle da questão dos prazos de validade, que é um grande problema, para que não se tenha perdas e sem contar no setor farmacêutico, que tem todo o quesito de fazer o correto descarte, que não é barato. Quanto melhor o controle de estoque, melhor o ciclo financeiro e a redução ou eliminação do ciclo de perdas”, afirma o especialista.

O desafio de pequenos e médios varejistas na adoção de novas tecnologias é compreender que não é algo exclusivo para os grandes. Eles precisam se conscientizar de que é preciso testar, experimentar, independentemente do tamanho do negócio. Quem fizer isso antes terá uma vantagem competitiva importante.

Os custos envolvidos na implementação de novas tecnologias são extremamente variáveis. Segundo Igreja, existem algumas com valor bastante elevado, que são proibitivas, assim como *softwares* que são muito acessíveis, muito perto de zero, em que é possível escalar conforme o uso. A questão

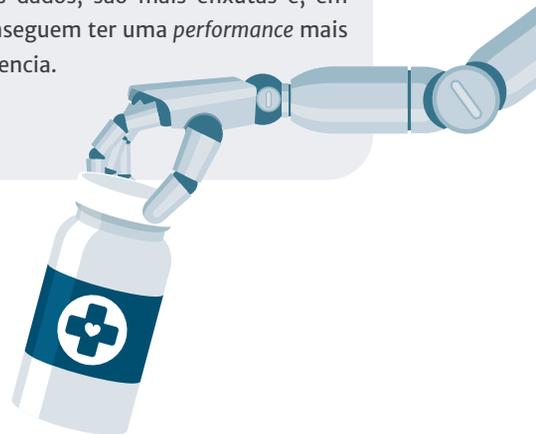
é investigar, ter essa curiosidade, conversar com outras redes, com outros colegas, trocar o *mindset* de que todo mundo é concorrente. “Não dá para imediatamente colocar a restrição do custo como um impeditivo, como um imperativo de que não dá para fazer”, atesta.

Aplicação de tecnologias na prática

De acordo com o especialista em Tecnologia e Inovação e em TEDx *speaker*, além de autor do livro *Conveniência é o Nome do Negócio*, Arthur Igreja, já faz algum tempo que se pode observar as *vending machines* no setor farmacêutico, que é um negócio que chama a atenção. Existem aplicativos que são extremamente fluidos e que passam muito pelas movimentações que a própria Amazon está fazendo nos Estados Unidos, com o Amazon One, mas passa também por outras iniciativas de *self-checkout* de uma forma mais expressa, usando a imagem e muita inteligência artificial.

Igreja confirma que existem muitas ferramentas sendo testadas e implementadas. Para os varejistas, é fundamental acompanhar as tendências de perto para poder avaliar o momento de utilizá-las em um negócio no Brasil, de qualquer porte – pequeno, médio ou grande.

“Os casos de sucesso são, especialmente, de empresas que acabam tendo muito mais eficiência, conseguem ter uma lucratividade maior, uma vida financeira muito mais saudável, fidelização, contam com um estoque que honra com a expectativa do consumidor. São essas empresas que, no final das contas, são mais eficientes, fazem melhor uso dos dados, são mais enxutas e, em razão disso, conseguem ter uma *performance* mais saudável”, sentencia.



CUIDADOS NECESSÁRIOS para curtir o sol em segurança

Na estação mais quente do ano a exposição ao sol geralmente é inevitável, exigindo maiores cuidados com a pele a fim de evitar danos como queimaduras, manchas, envelhecimento precoce, alergias e até um bronzeado pouco duradouro

Não é novidade para ninguém que o brasileiro tem uma relação bem profunda com o sol, mas quando se trata de exposição direta à luz solar, é preciso ter em mente o cuidado com a pele para que ela não seja prejudicada pelos raios emitidos. Por isso, o uso de protetor solar corporal e facial, óculos de sol, bonés e chapéus são grandes aliados para curtir momentos de lazer e diversão com segurança.

“NIVEA Sun possui um portfólio completo de protetores que são adequados às diferentes necessidades dos consumidores e momentos de uso, uma de nossas linhas, por exemplo, possui diferentes fatores de proteção e tamanhos, além

disso é resistente a água, toque seco e auxilia na hidratação prolongada da pele. Já a linha facial é ideal para proteger a parte do corpo que fica mais exposta: o rosto. NIVEA Sun conta com uma gama única de protetores faciais que vai desde a necessidade mais básica a mais avançada em termos de sensorial e multibenefícios. Todos os nossos produtos oferecem tecnologias e ingredientes de alta qualidade para o cuidado e hidratação da pele, garantindo tudo o que ela precisa para enfrentar o sol com segurança”, conta a gerente de marketing responsável por NIVEA Sun, Melina Navarro.

Segundo ela, as pessoas devem dar ênfase à proteção solar para que possam aproveitar o melhor do

verão. Educar os consumidores sobre a necessidade de aplicar protetor solar regularmente é fundamental para evitar danos causados pelo sol, como queimaduras, envelhecimento precoce da pele e até mesmo câncer de pele.

“Lembrar que o protetor deve ser reaplicado durante o dia, principalmente se a exposição solar foi prolongada. Além disso, ao destacar os produtos hidratantes e pós-sol, incentivamos o cuidado adequado da pele após a exposição solar. Assim, contribuimos para manter uma pele saudável e radiante, mesmo após longos períodos sob o sol, permitindo que todos aproveitem o sol de forma consciente e saudável”, complementa Melina.

Para o diretor-executivo do segmento de Farma na Linx, Luis Fischpan, as principais categorias de produtos de verão que devem ser destacadas na exposição ao sol são protetores/bronzeadores, repelentes, hidratantes, isotônicos e similares.

De acordo com o executivo, um planograma bem adequado para as farmácias é aquele que foca na distribuição equilibrada dos produtos nas prateleiras, de forma que os itens com maior lucratividade estejam em posições de destaque e acesso especial em relação aos demais. “Para o varejo, cito como estratégias eficazes para alavancar as vendas desses produtos durante a temporada de verão: a correta exposição na loja para posicionar os produtos em destaque; a criação de combos de oferta e kits promocionais; e fazer o bom uso das estratégias de marketing digital para divulgação em diferentes canais”, garante Fischpan.

Além disso, ele lembra ainda que ‘loja também vende’, ou seja, o *layout* da farmácia com a correta exposição, especialmente, nas zonas ‘quentes’ (locais de maior fluxo de consumidores) promovem uma adoção espontânea na compra do produto.

Melina, da NIVEA, ressalta que a ciência mostra que a composição da pele do rosto é diferente da pele do corpo. Isso se deve ao fato de ela estar constantemente exposta a fatores externos como poluição, mudanças de temperatura e principalmente os raios solares, sendo assim mais suscetível a danos que podem causar problemas como queimaduras, envelhecimento precoce e até mesmo câncer de pele a longo prazo. Por isso, é essencial dar atenção especial à proteção e cuidados com o rosto durante todo o ano, inclusive na temporada de verão.

“NIVEA Sun tem um amplo portfólio de produtos faciais projetados especialmente para a pele do rosto e para atender às diversas necessidades da pele, com alto fator de proteção e formulações que podem ser adaptadas às preferências individuais. Esses produtos ajudam a proteger a pele facial dos danos solares, garantindo que ela permaneça saudável e radiante”, afirma.

No entanto, não se deve negligenciar os produtos corporais, já que o restante do corpo também está sujeito aos mesmos riscos pela exposição solar. Ao destacar tanto os produtos faciais quanto os corporais durante a exposição de verão, Melina atesta que a NIVEA está incentivando um cuidado abrangente com a pele, garantindo que todas as partes do corpo estejam devidamente protegidas e cuidadas para aproveitar a estação mais quente com segurança.

Um planograma bem adequado para as farmácias é aquele que foca na distribuição equilibrada dos produtos nas prateleiras, de forma que os itens com maior lucratividade estejam em posições de destaque e acesso especial em relação aos demais



Segundo a gerente de marketing responsável por NIVEA Sun, Melina Navarro, as tendências atuais em relação aos produtos de proteção solar estão evoluindo para atender às crescentes demandas dos consumidores por produtos mais eficazes, práticos e versáteis. Uma tendência notável é o aumento da preferência por Fator de Proteção Solar (FPS) mais altos, como 50, 60 e 70. Isso se deve ao entendimento cada vez maior dos danos causados pelo sol e à necessidade de proteção mais intensa. Hoje os produtos, além dos FPS elevados, também fornecem benefícios adicionais e tecnologias para cuidado além da proteção, agregando ainda mais valor.

Em relação aos hidratantes, a Hypera Pharma diz



Segundo a gerente de marketing responsável por NIVEA Sun, Melina Navarro, as tendências atuais em relação aos produtos de proteção solar estão evoluindo para atender às crescentes demandas dos consumidores por produtos mais eficazes, práticos e versáteis. Uma tendência notável é o aumento da preferência por Fator de Proteção Solar (FPS) mais altos, como 50, 60 e 70. Isso se deve ao entendimento cada vez maior dos danos causados pelo sol e à necessidade de proteção mais intensa. Hoje os produtos, além dos FPS elevados, também fornecem benefícios adicionais e tecnologias para cuidado além da proteção, agregando ainda mais valor.

Em relação aos hidratantes, a Hypera Pharma diz

que as novidades para o verão 2023/2024 são os produtos para face que oferecem uma textura leve e de rápida absorção, e para o corpo, hidratantes que melhoram o ressecamento causado pela exposição ao sol. O protetor solar para uso corporal pode ser na forma de gel creme ou spray, enquanto para o rosto, produtos que oferecem uma textura ultraleve. Destaque para a gama de protetores com diferentes FPS que se adequam aos diferentes tipos de pele. Uma das novidades do verão é o protetor solar corporal bifásico com ácido hialurônico que, além de oferecer alta proteção contra os raios UVA e UVB, possui alto poder hidratante por até 12 horas, com textura ultra leve e resistente à água e ao suor.

Tem na Panpharma:

Cód. 702917
PROTETOR
LABIAL LIPE CARE
REPAIR 4,8G



Cód. 718288
PROTETOR SOLAR
NIVEA SUN BEAUTY
EXPERT FACIAL
SENSITIVE FPS50 50G



Cód. 402540
ENGOV C/24
COMPRIMIDOS



Cód. 401148
SAL DE FRUTA ENO
ABACAXI 100G

Cód. 716154
LOCAO BRONZEADORA
CENOURA & BRONZE
DOURADO FPS 110ML



Cód. 716188
PROTETOR SOLAR
CENOURA & BRONZE
FPS30 200ML

Cód. 707478
PROTETOR SOLAR
NIVEA BRONZE
FATOR30 200ML

Cód. 717410
REPELENTE SBP BABY
LOCAO 100ML



Cód. 713406
REPELENTE
REPELEX 200ML

ENGOV: (maleato de mepiramina, hidróxido de alumínio, ácido acetilsalicílico e cafeína) Indicação: alívio dos sintomas de dores de cabeça e alergias. Contraindicação: contraindicado em casos de suspeita de dengue. MS 1.7817.0093. SAL DE FRUTA ENO (bicarbonato de sódio, carbonato de sódio, ácido cítrico). Indicação: Sal de Fruta Eno é indicado para alívio de azia, má digestão e outros transtornos gastrointestinais, tais como excesso de acidez e estômago indigesto e ácido. Contraindicação: Você não deve tomar este medicamento se tiver história de alergia a quaisquer componentes da fórmula, se estiver grávida, se tiver pressão alta, problemas no fígado, coração ou rins ou se seguir uma dieta restrita em sódio. Este medicamento é contraindicado para menores de 12 anos de idade. M.S.: 1.0107.0056.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

VERÃO PEDE SUNMAX®

voê está pronto para o verão?

Cód. 708582

Cód. 709617

Cód. 704983

Cód. 709615



3ª MARCA
MAIS PRESCRITA PELOS MÉDICOS*

CRESCIMENTO DE 25,4%
DE DEMANDA NA LINHA*

solhydra technology

ATÉ **8H** DE HIDRATAÇÃO

FLUID
FPS 55 - FPUVA 21
Loção Fluida
60, 120 e 200ml

INTENSE
FPS 60 - FPUVA 20
Creme
60 e 120g

SENSÍVEL
FPS 30 - FPUVA 13
Gel Creme
60 e 160ml

SENSÍVEL
FPS 50 - FPUVA 18
Loção
25, 60 e 160ml

RESISTENTE À ÁGUA

USO A PARTIR DOS 6 MESES DE IDADE*

0% FRAGRÂNCIA PARABENOS CORANTE ALCOOL

- ACÇÃO DIGITAL COM INFLUENCIADORES
- CAMPANHA DE VERÃO NAS REDES SOCIAIS
- PUBLICIDADE EM REVISTAS ESPECIALIZADAS
- INVESTIMENTO EM PDV E MATERIAIS DE VISIBILIDADE
- EQUIPE COMERCIAL ATUANDO EM NÍVEL NACIONAL
- TIME EXCLUSIVO DE REPRESENTANTES MÉDICOS

*AUDIT Met Ago/25, MM, área trabalhada. Referências: 1. Biovicerin®. Bula do medicamento. 2. GUIDA, L. R., GUIDA, V. O. Sobre o uso de bacilos esporulados aeróbios, por via oral, no tratamento de diarreias infecciosas: ação sobre Salmonellas, Shigellas, Proteus e E. coli patogênicos. Revista Brasileira de Medicina. São Paulo, v. 38, n. 10, p. 627-628, out. 1981. BIOVICERIN® (Cultura viva de *Bacillus cereus*). Suspensão oral. Composição: cada flaconete contém: *Bacillus cereus* 5,0 x 10⁸ Endósporos. Indicações: É indicado como coadjuvante no tratamento da diarreia e nas enterocolites crônicas e agudas. Uso adulto e pediátrico. Precauções e advertências: Este tratamento não dispensa a hidratação oral. REG.: 1.0443.00/09. Fabricado por: Ceyr Medicamentos S.A. Rua Pelotas, 320 Porto Alegre - RS, CNPJ 09.000.000/0001-32. SAC 0800 604 0075. SAC@CEYRMEI.COM.BR Outubro/2025



DIARREIA PODE TER FIM!

BIOVICERIN®
Cultura viva de *Bacillus cereus*
1.000.000 endósporos/mL



AUXILIA no tratamento da DIARREIA¹

FAVORECE a reconstituição da microbiota¹

REGULARIZA as evacuações e a consistência das fezes¹

- PRONTO PARA USO!
- NÃO CONTÉM GLÚTEN LACTOSE PROTEÍNAS DO LEITE!
- PARA TODAS AS IDADES!

O MEDICAMENTO PROBIÓTICO QUE MAIS CRESCE EM PRESCRIÇÕES*

3 Apresentações
2, 6 e 12 Flaconetes

*AUDIT Met Ago/25, MM, área trabalhada

Referências: 1. Biovicerin®. Bula do medicamento. 2. GUIDA, L. R., GUIDA, V. O. Sobre o uso de bacilos esporulados aeróbios, por via oral, no tratamento de diarreias infecciosas: ação sobre Salmonellas, Shigellas, Proteus e E. coli patogênicos. Revista Brasileira de Medicina. São Paulo, v. 38, n. 10, p. 627-628, out. 1981. BIOVICERIN® (Cultura viva de *Bacillus cereus*). Suspensão oral. Composição: cada flaconete contém: *Bacillus cereus* 5,0 x 10⁸ Endósporos. Indicações: É indicado como coadjuvante no tratamento da diarreia e nas enterocolites crônicas e agudas. Uso adulto e pediátrico. Precauções e advertências: Este tratamento não dispensa a hidratação oral. REG.: 1.0443.00/09. Fabricado por: Ceyr Medicamentos S.A. Rua Pelotas, 320 Porto Alegre - RS, CNPJ 09.000.000/0001-32. SAC 0800 604 0075. SAC@CEYRMEI.COM.BR Outubro/2025

BIOVICERIN® É UM MEDICAMENTO. SEU USO PODE TRAZER RISCOS. PROCURE O MÉDICO E O FARMACÊUTICO. LEIA A BULA. SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.





BRASIL É O SEGUNDO MAIOR MERCADO DE DESODORANTES DO MUNDO

Trabalhar corretamente o sortimento e a exposição dessa categoria de produtos pode ajudar a aumentar as vendas no varejo farmacêutico

De acordo com o Panorama do Setor 2023, desenvolvido pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), o Brasil é o segundo maior mercado de desodorantes do mundo. Trata-se de uma categoria que depende de compras frequentes para reposição. Portanto, as farmácias precisam estar preparadas com o sortimento adequado, de acordo com o perfil de consumo local.

“O canal é fundamental para essa categoria, que está associada à Higiene & Beleza (H&B) e complementa a cesta de compras dos clientes neste canal. De acordo com pesquisas, em mais de 80% dos casos, os desodorantes são comprados junto

com outros produtos”, revela a sócia diretora da Mind Shopper, Alessandra Lima.

Segundo ela, o produto ganhou ainda mais relevância após a pandemia, quando os consumidores passaram a se preocupar mais com a saúde. As farmácias se tornaram ainda mais importantes e indispensáveis, especialmente com relação aos lançamentos, já que oferecem uma jornada de compra mais fluida para a categoria, em comparação com o varejo de alimentos, além de poder contar com o suporte de consultores e atendentes. O diretor-executivo do segmento de Farma na Linx, Luis Fischpan, reitera que o uso correto do CRM (sigla usada para Customer Relationship Management e se refere ao conjunto de práticas,

estratégias de negócio e tecnologias focadas no relacionamento com o cliente), que possibilita compreender corretamente o perfil de consumo do cliente e, assim, promover uma oferta adequada de acordo com variáveis, como idade, sexo, perfil socioeconômico e hábitos regulares de compra.

Sobre os desafios mais comuns enfrentados pelos clientes na escolha de um desodorante adequado, Fischpan revela que é comum que os consumidores acabem espontaneamente optando por marcas e produtos que sejam habituais. “O papel do vendedor é levar informações relevantes e esclarecedoras sobre cada produto para que o cliente esteja confiante com a sua escolha”, atesta o diretor.

“Um time de vendas bem treinado pode influenciar na decisão de compra dos consumidores. Uma estratégia eficaz é oferecer *cashback* na compra de determinados itens para que o cliente se sinta atraído pelo preço mais vantajoso e, por consequência, gere um gatilho que faça o cliente retornar à farmácia em um momento futuro para uma nova compra com o uso do *cashback*”, conta Fischpan.

Para impulsionar as vendas da categoria de desodorantes, é fundamental oferecer produtos de qualidade, que satisfaçam as necessidades dos consumidores a um preço justo. Além disso, é importante diversificar o portfólio e garantir uma exposição adequada dos itens, com uma comunicação visual clara e atrativa. É essencial realizar pesquisas sobre o comportamento de consumo

dos clientes, a fim de mapear as etapas que levam à decisão de compra.

Fischpan diz ser necessário garantir a disponibilidade das marcas que possuam maior *share* de mercado, assim como disponibilizar todas as fragrâncias que a linha oferece, além de criar *packs* promocionais contendo fragrâncias diferentes com preços promocionais. “Uma correta disposição dos produtos na gôndola é um fator determinante para o sucesso nas vendas. Por isso, priorize os produtos “*premium*” nos espaços de maior destaque. Também crie ‘ilhas’ ou ‘cestões’ distribuídos em pontos de alto fluxo, por exemplo: fila do caixa e a entrada da farmácia. Faça divulgações nas redes sociais e, se possível, conte com a participação de influenciadores digitais”, aconselha o diretor.

As farmácias se tornaram ainda mais importantes e indispensáveis, especialmente com relação aos lançamentos, já que oferecem uma jornada de compra mais fluida para a categoria, em comparação com o varejo de alimentos, além de poder contar com o suporte de consultores e atendentes



Dez dicas para trabalhar a categoria de desodorantes nas farmácias

1 Levando em consideração o perfil do *shopper*, que é guiado por uma compra frequente de reposição, as farmácias precisam estar preparadas com o sortimento correto, alinhado com o perfil de consumo local.

2 A categoria deve ser exposta de uma forma que enquadre os produtos em seus devidos benefícios, se são produtos mais *premiums* ou mais massivos, se oferecem proteção às roupas ou não.

3 O sortimento ideal para o canal farma é um sortimento mais profundo, contando com as linhas que atendem todos os tipos de público, porém das principais marcas ou as que representam mais na *performance* da loja.

4 Por ser um canal com menores espaços de exposição e muito procurado para compras de menos unidades, é melhor garantir a sua venda expondo marcas líderes, mais conhecidas, porém em todas as suas variedades.

5 As exposições em pontos extras podem ser feitas em pontas de gôndolas de categorias correlatas, como protetor solar e *skin care*. Também em *displays* em pontos estratégicos dentro da loja, por exemplo na entrada da loja ou próximo aos *checkouts*.

6 Os atendentes devem se manter atualizados aos lançamentos da categoria.

7 É fundamental manter em gôndola todos os aplicadores disponíveis de desodorantes.

8 Informar aos consumidores as diferenças de funcionalidades de cada um, é um diferencial.

9 Trabalhe com a segmentação entre masculino e feminino, sempre.

10 Aposte em produtos *premium*, além dos massivos.

Fonte: Mind Shopper

Tem na Panpharma:



Cód. 701394
DESODORANTE
NIVEA ROLLON
PEARL BEAUT
FEMININO 50ML

Cód. 705410
DESODORANTE NIVEA
ROLLON INVISIBLE
BLACK WHITE
MASCULINO 50ML



Cód. 708020
DESODORANTE NIVEA
AEROSOL PROTECT CARE
FEMININO 150ML

Cód. 705037
DEO MONANGE
AERO FLOR
LAVAN 90G

Cód. 701362
DESODORANTE
NIVEA AEROSOL
COOL KICK
MASCULINO 150ML



Cód. 707114
DESODORANTE
BOZZANO
ANTITRANSPIRANTE
SEM PERFUME 90G

Cód. 709982
DESODORANTE
BOZZANO AEROSOL
ANTITRANSPIRANTE
HOMEN EXTREME 90G



FARMÁCIAS TÊM AUTORIDADE TÉCNICA PARA COMBATER AVANÇO DA INFEÇÃO POR HIV

Em alusão ao Dia Mundial da AIDS, em 1º de dezembro, prevalece a importância das farmácias na orientação e prevenção da comunidade. Autotestes possibilitam acesso rápido e seguro a um exame inicial

Todos os anos, em 1º de dezembro, é celebrado o Dia Mundial da AIDS. Pessoas em todo o mundo se unem para mostrar apoio àqueles que vivem com HIV e para lembrar quem se foi por doenças relacionadas à síndrome. O último relatório do UNAIDS – programa da Organização das Nações Unidas (ONU) responsável por liderar a resposta global à infecção por HIV – mostra 1,3 milhão de novos casos em 2022. Naquele mesmo ano, a cada minuto, uma pessoa morreu em decorrência da síndrome causada pelo vírus da AIDS.

“O objetivo do Dia Mundial da AIDS é mostrar que o HIV é uma causa ainda muito presente, que apesar de quase 43 anos de epidemia, ainda é um assunto muito pouco debatido e muitas vidas foram perdidas, novos casos de infecção ainda acontecem diariamente. Enquanto não trouxermos essa pauta para as escolas, para os lares, para as empresas, não conseguiremos avançar nesse debate. Este é um dia de lembrar de todas as vidas que perdemos e de trazer esse tema como uma pauta de hoje para o futuro”, explica o infectologista, criador do canal Doutor Maravilha, Dr. Vinícius Borges.

No Brasil, o Ministério da Saúde contabiliza mais de um milhão de pessoas vivendo com HIV. De acordo com o Dr. Borges, grande parte delas já está em tratamento, e das que estão em tratamento, 95% já estão detectáveis, ou seja, são pessoas nas quais o vírus está tão pouco no sangue que são incapazes de transmiti-lo sexualmente. Contudo, Doutor Maravilha lembra que o país ainda tem, por ano, entre dez e 15 mil mortes por AIDS e 36 mil novos casos de HIV.

“Vemos o crescimento dessa epidemia, principalmente, entre jovens de 16 a 24 anos de idade e entre pessoas mais idosas. Precisamos, de uma vez por todas, quebrar a ideia de grupos de risco, de que existem grupos que são naturalmente mais afetados pelo HIV e AIDS e entender que o HIV pode acontecer com todo mundo e que as medidas de prevenção cabem para todos”, afirma o Dr. Borges.

Em um país com tantas restrições de acesso à saúde para grande parte da população, é preciso pensar no papel que a farmácia desempenha na orientação da comunidade. O ambiente da farmácia alia a identidade comercial – com itens destinados à prevenção e diagnóstico – ao perfil de estabelecimento de saúde – em que o farmacêutico se torna a principal fonte de esclarecimento da população.

“Mudanças recentes na legislação brasileira fortaleceram ainda mais esse papel, permitindo uma atuação mais ativa no combate à infecção. Desde o início da epidemia, a principal via de transmissão ainda é a sexual, sendo, portanto, o uso correto de preservativos (masculino ou feminino) a mais eficiente forma de prevenção. Além disso, a biossegurança no manejo de material perfurocortante garante o bloqueio da transmissão via sanguínea”, fala a farmacêutica Débora Mattos dos Santos Silva.

Segundo ela, em ambos os casos de transmissão, o farmacêutico pode atuar na orientação, seja por meio de ações educativas ou na própria dispensação desses itens. Instruir o usuário sobre o uso concomitante de preservativos e lubrificantes íntimos, por exemplo, contraria a equivocada (e perigosa) crença de desconforto causado pela camisinha, garantindo a adesão à prevenção.



“As principais estratégias de prevenção do HIV são do horizonte da prevenção combinada, é o conjunto de métodos que ajudam na prevenção do HIV e das demais Infecções Sexualmente Transmissíveis (ISTs), todos também disponibilizados pelo Sistema Único de Saúde (SUS). A principal delas é a PrEP – Profilaxia Pré-Exposição, um comprimido que você toma uma vez por dia, que consegue diminuir a chance de infecção do HIV em até 99%. A PrEP é segura, é bem tolerada e tem causado uma revolução na prevenção contra o HIV no mundo. Inclusive, cidades como São Paulo, Amsterdã, Nova Iorque têm conseguido uma diminuição drástica no número de casos novos de HIV devido à expansão da PrEP”, conta o Dr. Borges.

Outra medida é a PEP – Profilaxia Pós-Exposição, em que a pessoa vai utilizar quando ela já teve uma exposição de risco, tomando dois comprimidos durante 28 dias, evitando que haja a infecção pelo HIV. De acordo com Débora, o maior avanço da participação das farmácias no combate à infecção por HIV certamente está no diagnóstico precoce. A liberação da venda de autotestes permitiu o acesso rápido e seguro a um exame inicial. Desde então, muito se questiona a respeito da localização desse item na loja: autosserviço ou atrás do balcão?

“Enquanto alguns defendem uma possível preferência do usuário pelo autosserviço, por uma questão de privacidade, é inevitável não pensarmos nas graves consequências de um possível diagnóstico equivocado pelo uso inadequado do produto. Por mais que haja um manual de instruções na embalagem, a orientação profissional pautada por conhecimento técnico e ética é insubstituível!”, garante a farmacêutica.

Nesse momento, o cliente tem a possibilidade de questionar e tirar suas dúvidas não só a respeito do funcionamento do teste, mas, principalmente, receber um direcionamento sobre o resultado, seja ele positivo ou negativo. Afinal, a farmácia é uma referência para o usuário, que muitas vezes se sente intimidado na presença do médico.

A importância dos autotestes para HIV comercializados nas farmácias



Em 2016, a Organização Mundial da Saúde (OMS) recomendou os autotestes como um modo fácil e eficaz de atingir pessoas que, de outra forma, poderiam não ser testadas, incluindo aquelas de grupos desproporcionalmente vulneráveis que teriam baixa probabilidade de obter o atendimento médico necessário, como jovens e homens que fazem sexo com homens.

De acordo com a Abbott, pesquisas já mostram repetidamente que os autotestes de HIV aumentam a probabilidade de que as pessoas sejam testadas. O laboratório cita um estudo na África do Sul com homens que fazem sexo com homens que revelou um aumento de 47% nos testes semestrais de HIV quando foram utilizados autotestes. Outro estudo de autotestes de HIV baseado em centros de saúde observou que pessoas que utilizaram autotestes apresentaram probabilidade oito vezes maior de realizar testes periódicos de HIV do que pessoas que tiveram acesso apenas a ambientes clínicos.

“Oferecer às pessoas a possibilidade de se testarem de forma confiável e conveniente na privacidade de suas casas, obtendo resultados em 15 a 20 minutos as empodera com informações de saúde para evitar novas transmissões do vírus. Isso também traz mais pessoas para o sistema de saúde, onde poderão ser tratadas e receber apoio”, afirma o chefe de Pesquisa de Doenças Infecciosas da divisão de Diagnósticos da Abbott, Gavin Cloherty.

A Abbott lembra que testes confiáveis para o diagnóstico de HIV, que possam ser utilizados em casa ou em outros ambientes, desempenham um importante papel na área da saúde, pois ajudam as pessoas a conhecer sua sorologia de HIV sem enfrentar discriminação ou estigma. Com os resultados do teste em mãos, podem falar com profissionais da saúde que poderão encaminhá-las ao tratamento que, de outro modo, talvez não viessem a receber.

Preservativos contra a AIDS e outras ISTs

O uso da camisinha externa ou interna, em todas as relações sexuais, é o método mais eficaz para proteção contra o HIV e outras Infecções Sexualmente Transmissíveis (ISTs), por isso, ter opções de preservativos na sua farmácia é fundamental.

A exposição dessa categoria é muito importante para chamar a atenção do *shopper* e garantir uma jornada de compra mais efetiva e prazerosa. A tomada de decisão acontece em apenas 20 segundos. Por isso, esses produtos devem estar alinhados de acordo com as suas respectivas marcas, uma vez que esses consumidores se baseiam na confiança e conhecimento de marca como fator inicial de decisão. Também é importante que os preservativos estejam separados pelos segmentos – linha básica, diversão, *performance*, *premiums* – e nos benefícios que cada SKU possui – efeito prolongado, mais fino, mais largo, entre outros, assim, são mais fáceis de serem encontrados e rápidos de serem comparados. Também é importante que estejam alinhados com produtos complementares como lubrificantes íntimos e acessórios, dessa maneira também conseguem favorecer a compra desses itens. Pontos extras, em especial o *checkout*, fazem toda a diferença na conversão da venda.

Fonte: consultora especializada no varejo farmacêutico, Sílvia Osso



panorama

Tem na Panpharma:



Cód. 716495
PRESERVATIVO JONTEX
SENSACAO INVISIVEL
C/4 UNIDADE



Cód. 702854
PRESERVATIVO
OLLA LUBRIFICADO
DE BOLSO C/6

Cód. 719380
PRESERV JONTEX
SENSITIVE L8P7

Cód. 713854
PRESERVATIVO
JONTEX PELE COM
PELE C/2



Cód. 702730
GEL OLLA
LUBRIFICANTE
INTIMO 5G C/3



Cód. 702865
PRESERVATIVO OLLA
LUBRIFICADO STIMULUS
TEXTURIZADO C/3



DIA DO FARMACÊUTICO: RECONHECIMENTO, CONQUISTAS E DESAFIOS DA PROFISSÃO

Em 20 de janeiro o farmacêutico é homenageado no Brasil por sua atuação essencial à saúde da população

Os farmacêuticos vêm conquistando cada vez mais destaque, o que reafirma seu papel estratégico para a saúde da população. Especialmente em lugares mais remotos, eles são os profissionais de saúde mais requisitados, pois as pessoas enxergam nas farmácias um lugar seguro e de confiança.

O farmacêutico é o profissional de saúde mais próximo da população. Por esse motivo, pode atuar na educação sobre medicamentos e doenças, com distribuição de material educativo, aconselhamento e prevenção, campanhas de vacinação, triagem de patologias, acompanhamento de uso de medicamentos em doenças crônicas, acompanhamento pós-hospitalar e muitas outras ações, sempre em parceria com a equipe multiprofissional.

“Acredito que mais do que nunca, a população brasileira pode perceber o farmacêutico, entre mais de 135 atividades regulamentadas por este Conselho, como um profissional da saúde que está presente em todas as etapas do ciclo do cuidado ao paciente. Atuamos de uma ponta a outra do ciclo do medicamento, seja do ponto de vista tecnológico, pesquisa, desenvolvimento e produção de novos fármacos e

metodologias para diagnóstico laboratorial; seja do ponto de vista humanístico, com a oferta do cuidado farmacêutico e dos serviços farmacêuticos ao paciente”, ressalta o presidente do Conselho Federal de Farmácia (CFF), Walter da Silva Jorge João.

Isso somente foi possível com a regulamentação, pelo CFF, das atribuições clínicas do farmacêutico e da prescrição farmacêutica, complementadas pela aprovação da Lei 13.021/2014. Essa norma reformulou o conceito de farmácia no Brasil, reclassificando esses estabelecimentos como unidades de saúde e não mais como simples lojas. Jorge João reitera que, a partir dessa norma, foi resgatado o papel do farmacêutico como profissional da saúde. Já a coordenadora de Orientação Farmacêutica no Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo (CRF-SP), Daniela Veríssimo, comenta: “É importante destacar o marco fundamental que foi a consolidação da farmácia como um estabelecimento de saúde, com a publicação da Lei 13.021/2014. Esse reconhecimento formal já era esperado pela categoria e impulsionou mudanças na área de dispensação de medicamentos e prestação de serviços. Nos últimos anos, em especial após 2013 em que houve a publicação da Resolução CFF 585, houve

um aumento na integração dos farmacêuticos na equipe de saúde, permitindo-lhes oferecer serviços clínicos integrados às políticas de saúde pública, a exemplo dos serviços de vacinação nas farmácias”. A prática da farmácia hospitalar também evoluiu para incluir atividades clínicas mais abrangentes, gerenciamento de protocolos de antimicrobianos e farmacovigilância, contribuindo para as estratégias de segurança do paciente. A atuação na área de saúde estética também merece destaque, pois, em dez anos, essa atuação se consolidou com diversos farmacêuticos de referência no mercado de estética e beleza.

Daniela fala sobre as principais funções desempenhadas pelos farmacêuticos nas farmácias e que contribuem para reduzir as idas da população aos hospitais, como a dispensação de medicamentos, área que envolve o controle de estoques, com orientações sobre o correto armazenamento, e a prestação de serviços clínicos (aplicação de injetáveis, execução de exames de análises clínicas e aferição de pressão arterial, entre outros).

“Além disso, o farmacêutico tem um papel fundamental para o uso correto dos medicamentos por meio de avaliação farmacêutica das prescrições, o que evita erros de dispensação e promove correções em prescrições, mediante contato com os prescritores. O atendimento ao paciente para orientar sobre o uso correto, posologia, interações medicamentosas e alimentares e riscos de uso indiscriminado dos medicamentos, certamente, traz benefícios à terapêutica, evitando retornos desnecessários aos serviços de saúde de maior complexidade”, afirma Daniela.



Os desafios atuais

Segundo a farmacêutica responsável pela Farmácia Universitária da Faculdade de Ciências Farmacêuticas da Universidade de São Paulo (USP), Maria Aparecida Nicoletti, os desafios enfrentados pelos profissionais, atualmente, envolvem questões de variadas ordens, como técnicas, científicas, éticas e regulatórias. Considerando o farmacêutico como um tomador de decisões em sua rotina diária, sempre deverá prevalecer a questão ética nas escolhas a serem realizadas, portanto, uma necessidade constante é a atualização, para que estejam capacitados para o atendimento da população em cenário de ampliação de suas atividades, pois a área farmacêutica está continuamente sendo acrescida de novas informações e abrangência.

“O manejo do paciente é uma questão essencial na dispensação do medicamento, e é responsabilidade do farmacêutico. O acolhimento ao paciente com a escuta ativa como iniciativa para o estabelecimento de uma relação terapêutica responsável e duradoura, a prevenção de erros de medicação, a identificação de interações medicamentosas ou alimentares, o regime posológico, o esclarecimento de dúvidas e a orientação em saúde de acordo com a integridade da pessoa atendida são questões que devem ser consideradas para o uso seguro do medicamento”, atesta Maria Aparecida.

A educação da população, de acordo com ela, deve estar presente nos atendimentos, considerando a deficiência da população no conhecimento básico sobre sua saúde. A comunicação com o paciente é uma ferramenta valiosa para que as orientações fornecidas sejam entendidas pelo paciente, assim como, é importante que os profissionais possam entender sentimentos expressados, tanto em linguagem verbal como não verbal, como anseios, dificuldades, dúvidas, medos, angústias, entre tantos outros.

A professora da USP destaca ainda que o desenvolvimento tecnológico possibilita uma enormidade de ações e, necessariamente, o farmacêutico deve estar familiarizado com essas ferramentas que fazem parte das atividades

rotineiras, bem como, para o treinamento de sua equipe.

“Nas farmácias comunitárias estão cada vez mais presentes as receitas digitais e os robôs que armazenam estoques e fazem busca automatizada de itens prescritos. Também começam a aparecer drones para entrega de medicamentos. Nas farmácias hospitalares a tecnologia já agrega valor à gestão, à logística e aos serviços aos pacientes. Os robôs auxiliam na coleta de dados, na unitarização de doses e na avaliação das prescrições. Nos laboratórios de Análises Clínicas o paciente está cada vez mais conectado, exigindo dos estabelecimentos novas maneiras de relacionamento com o cliente, do agendamento dos exames até as formas de pagamento pelos serviços e emissão de resultados”, complementa o presidente do CFF.

Isso sem falar na transformação dos processos de trabalho e nas novas tecnologias aplicadas aos equipamentos, com inovações como *point of care*, terapias digitais e utilização de robôs para a automatização das diferentes etapas dos serviços. Segundo Jorge João, o sistema público de saúde está cada dia mais digital, sem contar o advento da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que impacta nos processos e rotinas das diferentes áreas de atuação do farmacêutico.

Jorge João continua: “A regulamentação da telemedicina consolidou, no universo das farmácias, a receita digital. Ela foi impulsionada para auxiliar no combate ao Covid-19. Inúmeras portarias e regulamentações foram baixadas pelas instâncias decisórias e regulatórias, muitas vezes sem que o setor fosse previamente consultado sobre a viabilidade prática das medidas ou preparado para operacionalizá-las”.

Para ele, isso gerou uma série de contratempos, inclusive conflitos com prescritores e com pacientes. “Mas a tecnologia é importante, e a sua incorporação é um processo inexorável. Tanto que o Conselho regulamentou a Telefarmácia e lutou pela regulamentação da Telessaúde. O que o CFF tem defendido é que elas sejam utilizadas ou incorporadas sem que percamos o foco no bem-estar do paciente e de forma a auxiliar os profissionais em sua missão de prover saúde às pessoas”, garante o presidente.

Principais conquistas dos farmacêuticos

A farmacêutica responsável pela Farmácia Universitária da Faculdade de Ciências Farmacêuticas da Universidade de São Paulo (USP), Maria Aparecida Nicoletti, elenca os avanços da profissão nos últimos dez anos:

- » Desenvolvimento de vacinas e sua administração;
- » Aumento da amplitude dos serviços clínicos farmacêuticos;
- » Integração em equipes de saúde multidisciplinares;
- » Avanços em terapias farmacológicas;
- » Uso da Telefarmácia;
- » Participação em pesquisa e desenvolvimento, tanto de novos fármacos e tecnologias como também da transferência de tecnologias;
- » Atuação mais abrangente em farmácia hospitalar e cuidados de longo prazo;
- » Aplicação da farmacogenômica para tratamentos personalizados;
- » Prevenção de erros de medicação;
- » Desenvolvimento de terapias avançadas, como terapia gênica e terapia celular.

“Já é representativo o número de farmácias com consultórios farmacêuticos e de farmacêuticos atuando no cuidado direto à saúde do paciente. Nas grandes redes, já somam cerca de cinco mil unidades com esse perfil. Também aumenta a cada dia o número de farmácias que prestam os serviços de vacinação. Então, as pessoas já olham as farmácias e os farmacêuticos de maneira diferente. A profissão de farmacêutico é uma das dez com as maiores taxas de ocupação do Brasil. Em 2018, figurou como a terceira com o maior número de contratações formais no mercado de trabalho. Esse dado reflete o intenso movimento clínico, liderado pelo CFF, que segue em franca expansão no Brasil”, finaliza o presidente do Conselho Federal de Farmácia (CFF), Walter da Silva Jorge João.



Caladryl

*Viva o sol
em todo lugar*



Combinação exclusiva de três extratos naturais que hidratam a pele de dentro para fora até 6x mais rápido.



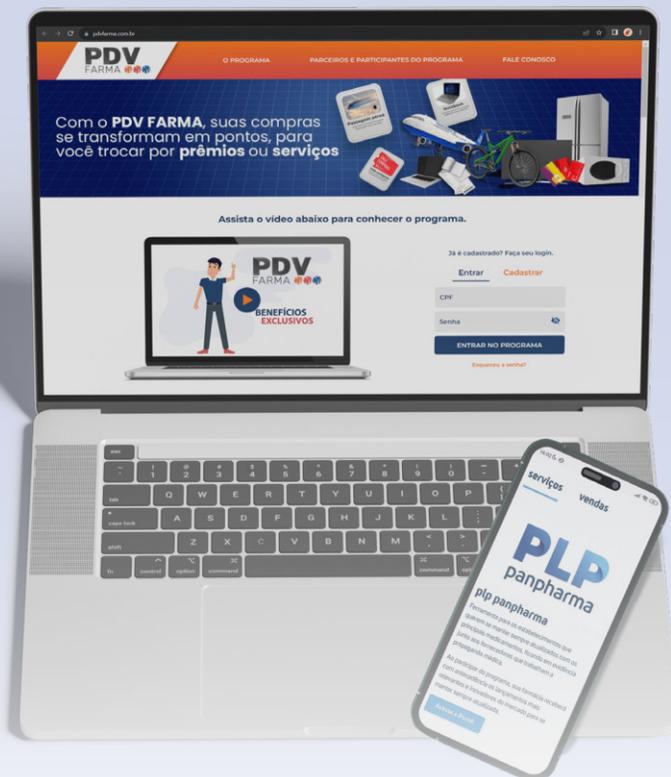
Ação calmante e anti-inflamatória (sol mais quente: loção, creme e aerossol).



Ação calmante, cicatrizante e hidratante (sol do dia a dia: gel).



Marca referência na categoria de pós-sol, mix completo e entrega de boa qualidade percebida pelo consumidor.



Diversos benefícios exclusivos e sua farmácia em posição de destaque!



O Programa de Desenvolvimento do Varejo, PDV FARMA, é um programa de relacionamento da Panpharma com farmácias independentes e associativistas. Ele traz diversos benefícios e desenvolvimento para o varejo farmacêutico. As compras feitas nos distribuidores parceiros viram pontos que podem ser trocados por uma variedade de prêmios ou serviços, ou seja, as compras na Panpharma valem pontos.

O Programa foi criado em 2019, com o objetivo de desenvolver o varejo farmacêutico, trazendo além de prêmios para serem trocados por pontos,

também serviços para a farmácia. Além disso, proporciona proximidade com as principais indústrias, com a disponibilização de treinamentos e informações de mercado e de produtos. Só o fato de estar cadastrado no PDV FARMA, o cliente já possui desconto em diversas lojas, das categorias de vestuário, móveis, eletrônicos, decoração, entre outras modalidades, o leque de opções é muito grande.

O participante terá acesso ainda a treinamentos de temas relevantes para a sua farmácia e estará sempre atualizado com as principais novidades e tendências do segmento farmacêutico.





Como se cadastrar?

O cadastro sempre deve ser feito pelo proprietário da loja. Ele poderá cadastrar as pessoas da sua equipe, balconistas e farmacêuticos.

O cadastro é bem simples, basta entrar em

www.pdvfarma.com.br

clicar em

“Quero me cadastrar”

preencher os dados e pronto!

Depois do cadastro, o cliente precisará acompanhar no próprio site do PDV FARMA, na sua área logada, o cumprimento da meta durante o mês. Também é importante ficar atento para as campanhas de pontos extras no site, elas aparecem sempre nos banners da tela principal e no menu “GANHE + PONTOS”.

Neste Portal, o cliente terá toda a visibilidade dos pontos conquistados, as campanhas vigentes, meta e o catálogo de prêmios.

Os produtos e serviços constam no catálogo de prêmios disponível no site e o participante pode resgatá-los, contanto que tenha pontuação suficiente para o resgate que deseja.

A entrega dos prêmios será feita no endereço cadastrado no perfil do Cadastro de Pessoa Física (CPF) e os produtos virtuais, como vales-presente, por exemplo, serão enviados para o endereço eletrônico (*e-mail*) do participante. O frete não está incluso nos pontos, o custo será informado na escolha do prêmio.

PLP
panpharma



Você já faz parte do PLP Panpharma?

O PLP Panpharma tem inúmeras vantagens à sua farmácia. Ele traz os principais lançamentos do mercado em primeira mão e te coloca em vantagem frente à concorrência.

Ao se cadastrar na ferramenta, sua loja receberá com antecedência as novidades mais relevantes e inovadoras para se manter sempre atualizada.

Vantagens do PLP para a sua farmácia

- » Sem custo de adesão ou cancelamento.
- » Recebimento automático dos lançamentos com forte mídia ou visitação médica, o que se configura como uma maneira de se manter sempre atualizado com os principais medicamentos.

E muito mais!

Como cadastrar a sua farmácia?

Há duas maneiras de realizar o cadastro:

por meio do site

www.panpharma.com.br

ou pelo e-mail

plppanpharma@panpharma.com.br

Faça o seu cadastro agora mesmo!

Escaneie o QR Code e conheça todas as vantagens.



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. 405393
DORFLEX MAX
C/16 COMP



Cód. 405313
DORFLEX DIP 1G
C/10 COMP



Cód. 405370
ESTOMAZIL LEITE
MAGNEZIO 300 ML



Cód. 704872
COREGA TRIP ACAO CR
S/SABOR 20G

Cód. 405350
ESTOMAZIL LEIT MAG
80MG/ML 100ML



Cód. 405296
SPIDUFEN 770MG
DISP 30x3 CP REV



Cód. 721259
NEBACETIN BABY
CREME PREVENT 30G



Cód. 721321
NEBACETIN BABY
CREME REGENE 30G



Cód. 405285
CORISTINA D
CONGEST 120ML



Cód. 721592
ACTINE
AQUAFLUID F60
40G CLA/MED



Cód. 721348
ENO PROBIOTICO
1,5G C/10 CAP

Cód. 721590
ACTINE
AQUAFLUID F60
40G SEM COR

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. **SPIDUFEN** (Ibuprofeno, arginina) Indicação: Alívio da dor leve ou moderada: cefaleia, nevralgias, dismenorria (cólica menstrual), pós-cirúrgico dental e dores dentárias, musculares e traumáticas. Febre e tratamento sintomático da gripe. Contraindicação: não deverá ser utilizado se o paciente: - Apresentar hipersensibilidade ao princípio ativo "Ibuprofeno arginina" ou a qualquer um dos excipientes; - Apresentar reações de hipersensibilidade (ex: broncoespasmo, asma, rinite, angioedema ou urticária) em resposta ao ácido acetilsalicílico (AAS) ou a outros medicamentos anti-inflamatórios não esteroidais; - Apresentar histórico de sangramento ou perfuração gastrointestinal, relacionado a tratamento anterior com anti-inflamatórios não esteroidais; - Apresentar úlcera/hemorragia péptica ativa ou histórico de recorrência (dois ou mais episódios de ulceração ou sangramento); - Apresentar outro sangramento ativo, como vascular cerebral ou colite ulcerosa; - Apresentar sinais de insuficiência hepática ou renal grave; - Apresentar sinais de insuficiência cardíaca grave não controlada; (NYHA Classe IV) - Apresentar diátese hemorrágica. Spidufen® não deve ser utilizado durante tercio trimestre da gravidez. Spidufen® contém aspartame e pode ser prejudicial para pacientes com fenilcetonúria Registro MS - 1.0084.0148. **ENO PROBIÓTICO** M.S.: 6.7531.0001.001-4. O Lactobacillus acidophilus NCFM (ATCC SD5221) pode contribuir com a saúde do trato gastrointestinal. NÃO CONTEM GLÚTEN. Comercializado por: PF Consumer Healthcare Brazil Importadora e Distribuidora de Medicamentos Ltda. Leia atentamente o rótulo. PM-BR-ENO-23-00082 - JUL/2023. **Coristina® D Congest** (Bronfeniramina, lefeñilina) 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.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

CONFIRA A DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE



EM BREVE

CHEGOU

o NOVO Pedialyte®



Mesma fórmula



Mesmos sabores



Novo rótulo



DISPONÍVEL A PARTIR DE JANEIRO

PEDIALYTE® MAX: COMPLEXO DE POLIMINERAIS. Pedialyte 60 Zinco Maçã Reg. 1.0553.0341.001-1. Pedialyte 60 Zinco Uva Reg. 1.0553.0341.002-1. Pedialyte 60 Zinco Morango Reg. 1.0553.0341.003-8. Pedialyte 60 Zinco Coco Reg. 1.0553.0341.004-3. **PEDIALYTE® PLUS** é um suplemento hidroeletrolítico para atletas dispensado da obrigatoriedade de registro. RESOLUÇÃO-RDC/ANVISA No 18/2010 - REGULAMENTO TÉCNICO SOBRE ALIMENTOS PARA ATLETAS | **PEDIALYTE®** é um suplemento hidroeletrolítico para atletas dispensado da obrigatoriedade de registro. Devido à Publicação da Resolução RDC Nº 243 que dispõe sobre requisitos sanitários dos suplementos alimentares, a partir de 27 de Julho de 2023 o Pedialyte MAX será fabricado como Medicamento Específico e Pedialyte Plus como Suplemento Alimentar. Não haverá mudanças em suas formulações, haverá apenas uma adequação regulatória. Os produtos fabricados até 27 de Julho de 2023, poderão ser comercializados e consumidos até o final de suas validades (§ 2º do art 22 da Resolução-RDC Nº 243). Material destinado para todos os públicos. | Dezembro/2023 | ANBRALL202333307. Abbott Nutricional – Central de Relacionamento com o cliente – 0800 891 2690 – nutricao@abbott.com - www.abbottbrasil.com.br.

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

10+ por categoria	CONVENIÊNCIA			
1	705396	VALDA FRIENDS SACHE 30X25G MENTA	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	714847	VALDA VITAMINA C C/10 LATAS 50G	EUROFARMA	
6	715556	VALDA MAIS PROP GENG C/10LTS 50G	EUROFARMA	
7	709339	VALDA VIT C C/18 SACH 24G	EUROFARMA	
8	705465	VALDA CLASSIC C/12 SACH 12G	EUROFARMA	
9	715030	VALDA FRIENDS POTE 6X50G MENTA	EUROFARMA	
10	705460	VALDA DIET C/12 SACH 12G	EUROFARMA	

10+ por categoria	GENÉRICOS			
1	303741	TADALAFILA 5MG C/30 COMP EUR	EUROFARMA	
2	304021	TADALAFILA 20MG C/4 COMP EUR	EUROFARMA	
3	302229	SINVASTATINA 20MG C/30 COMP SAN	SANDOZ	
4	301663	LOSARTANA POTAS 50MG C/30 CP EMS	EMS	
5	301988	PANTOPRAZOL 40MG C/28 COMP MED	MEDLEY	
6	302232	SINVASTATINA 40MG C/30 COMP SAN	SANDOZ	
7	302161	ROSUVASTATINA CAL 20MG 30CP EMS	EMS	
8	300277	ATENOLOL 25 MG C/30 COMP SAN	SANDOZ	
9	304132	TADALAFILA 5MG C/30 COMP EMS	EMS	
10	306022	CETOPROFENO 150MG C/10 COMP MED	MEDLEY	

10+ por categoria	DERMOCOSMÉTICOS			
1	714181	CERAVE LOCAO HIDRATANTE 473ML	CERAVE	
2	710660	EXIMIA FORTALIZE KERA D 30COMP	FQM GRUPO	
3	719660	ANTHE ARLICUM F80 ANTIOLEOS 40G	LA ROCHE POSAY	
4	700545	CETAPHIL CR HIDRAT 453GR	GALDERMA	
5	714729	CR NIVEA FAC ANTISSINAIS 100G	NIVEA	
6	713367	DERCOS SH ENERGY+ 400G	VICHY	
7	700549	CETAPHIL LOC HIDRATANTE 473ML	GALDERMA	
8	400782	LOCERYL ESMALTE 5% 2,5ML	GALDERMA	
9	718436	EPISOL COLOR F70 TOM2 CLARO 40ML	MANTECORP	
10	717100	ISDIN FUSION WATER FPS60 50ML	ISDIN	

10+ por categoria	HB			
1	706878	OLEO ELSEVE EXTRA 100ML	LOREAL	
2	708343	BEPANTOL BABY 100G + 20G	BAYER	
3	710363	BEPANTOL BABY 30G 15% OFF	BAYER	
4	702752	PERIOPAZOL S/ ALCOOL 250ML	COLGATE	
5	702287	SH J&J BABY 400ML	JOHNSON JOHNSON	
6	702286	SH J&J BABY 200ML	JOHNSON JOHNSON	
7	702387	LC NIVEA BODY MILK 400ML	NIVEA	
8	716844	KIT COREGA ULT CR FIX&BLOQ 2U70G	HALEON	
9	701018	CR NIVEA MD 56G	NIVEA	
10	704343	BEPANTOL DERMA CREME 20G	BAYER	

10+ por categoria	DIABETES			
1	110568	OZEMPIC 1MG + 4 AG NOVOFINE 4MM	NOVO NORDISK	
2	101681	GLIFAGE XR 500MG C/30 COMP	MERCK SERONO	
3	110567	OZEMPIC 0,25MG/0,5MG + 6 AG 4MM	NOVO NORDISK	
4	105806	FORXIGA 10MG C/30COMP	ASTRAZENECA	
5	106447	JARDIANCE 25MG X 30CPRS	BOEHRINGER	
6	110683	GLYXAMBI 25+5MG C/30 COMP REV	BOEHRINGER	
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	

10+ por categoria	NUTRIÇÃO			
1	708087	NINHO FASES 1+PREBIO 800G	NESTLE	
2	704356	NAN COMFOR 2 F.I NESTLE 800G	NESTLE	
3	702619	NAN COMFOR 1 F.I NESTLE 800G	NESTLE	
4	705275	APTAMIL 1 800G	DANONE	
5	705310	APTAMIL 2 800G	DANONE	
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	

10+ por categoria	OTC			
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	401388	VICK VAPORUB 12G C/24	PG HEALTH	
5	400149	BENEGRIP 500MG 25X6 COMP - NOVO	HYPERA CH	
6	705609	ENTEROGERMINA 5ML X 10 FRC	SANOFI	
7	400961	NOVALGINA 1G C/10 COMP	SANOFI	
8	400385	DECONGEX PLUS XPE 120ML NOVO	ACHE	
9	400383	DECONGEX PLUS C/12 COMP NOVO	ACHE	
10	400484	ENGOV 25X6 COMP	HYPERA CH	

10+ por categoria	RX			
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	100061	AEROLIN SPRAY C/200 DOSES	GSK	
6	104355	VENVANSE 70MG C/28 CAPS A3	TAKEDA	
7	104352	VENVANSE 30MG C/28 CAPS A3	TAKEDA	
8	105252	COMBODART C/30 CAPS	GSK	
9	105357	PROLOPA BD 125MG C/30 COMP	FQM	
10	100793	CLAVULIN BD 875MG C/14 COMP	GSK	

10+ por categoria	DIAGNÓSTICOS			
1	713043	G-TECH FREE TIRAS 50	ACCUMED	
2	715318	ACCU-CHEK ACTIVE PACK C/50TIRAS	ROCHE	
3	718285	G-TECH LITE TIRAS REAGENTES C/50	ACCUMED	
4	707906	TESTE GRAV CLEARBLUE DIGITAL	PG HEALTH	
5	706636	ACCU CHEK ACTIVE KIT	ROCHE	

10+ por categoria	DIAGNÓSTICOS			
6	714812	ACCU-CHEK GUIDE 50 TIRAS	ROCHE	
7	404723	VIVADIAG TEST COVID-19 C/25	VYTTRA DIAGNOSTICOS	
8	715317	ACCU-CHEK GUIDE PACK C/50 TIRAS	ROCHE	
9	707905	TESTE GRAV CLEARBLUE PLUS	PG HEALTH	
10	705404	ACCU CHEK ACTIVE C/25 TIRAS	ROCHE	

COM PEDIASURE®, HOJE É SEU MOMENTO DE CRESCER.

NOVA
FÓRMULA**

PEDIASURE® CONTÉM OS 5 PRINCIPAIS
GRUPOS DE NUTRIENTES ESSENCIAIS¹ AGORA
COM ADIÇÃO DE ARGININA E VITAMINA K2

**QUE APOIAM A ALIMENTAÇÃO E
O CRESCIMENTO ÓSSEO SAUDÁVEL.²**

ARGININA

VITAMINA
K2

SABOR APROVADO
PELAS CRIANÇAS*

COM MENOS 71%
DE SACAROSE.***



Cód. 721441

Cód. 721480

Cód. 721451

Para mais informações acesse:

www.pediasure.abbott.br

* Na pesquisa sensorial todas as crianças (N=100) consumiram os sabores de PediaSure e a nota média de aprovação foi de 3,9 em uma escala de 1 a 5. (Curion April, 2022).
** Quando comparado com a fórmula anterior. *** A alimentação é um dos fatores que podem influenciar o crescimento da criança. PediaSure associado à orientação nutricional, auxilia a criança que não come adequadamente a atingir seu potencial de crescimento. Consulte o médico ou nutricionista para que ele possa avaliar todos os fatores que influenciam o crescimento do seu filho. 1. Proteínas, vitaminas, minerais, gorduras saudáveis e carboidratos. 2. Baseado em dados pré-clínicos. Jiang MY. Boletim de neurociência 2011; 27:156-62. PediaSure® Sabor Baunilha, Chocolate e Morango REG MS 4.7432.0385. NÃO CONTEM GLÚTEN. Material destinado a farmacêuticos e balconistas. Abbott Nutricional - Central de Relacionamento com o cliente - 0800 891 2690 - nutricao@abbott.com - www.abbottbrasil.com.br. ANBRPDS202330912

Abbott
life. to the fullest.™

ENSURE CONTÉM PROTEÍNA, CÁLCIO, VITAMINAS E MINERAIS.

IDEAL PARA PESSOAS QUE BUSCAM MANTER SUA FORÇA E DISPOSIÇÃO.

CÁLCIO

17g
DE PROTEÍNA**

28
NUTRIENTES

Disponível
nas latas de
400g e 850g



Cód. 705478

Cód. 705475

Cód. 705401

Cód. 705477

*17g de proteína em uma unidade de Ensure Protein e 2 copos de Ensure na versão em pó, conforme recomendação diária de uso do produto. Ensure Baunilha, banana e chocolate REG. MS. 4.7432.0332. Ensure Morango REG. MS. 4.7432.0339. NÃO CONTÉM GLUTEN. Material destinado para todos os públicos. Abbott Nutricional – Central de Relacionamento com o cliente – 0800 891 2690 – nutricaoabrazil@abbott.com - www.abbottbrasil.com.br. ANBRALL202333307.


Abbott