



panpharma

Revista da Panpharma direcionada ao farmacêutico

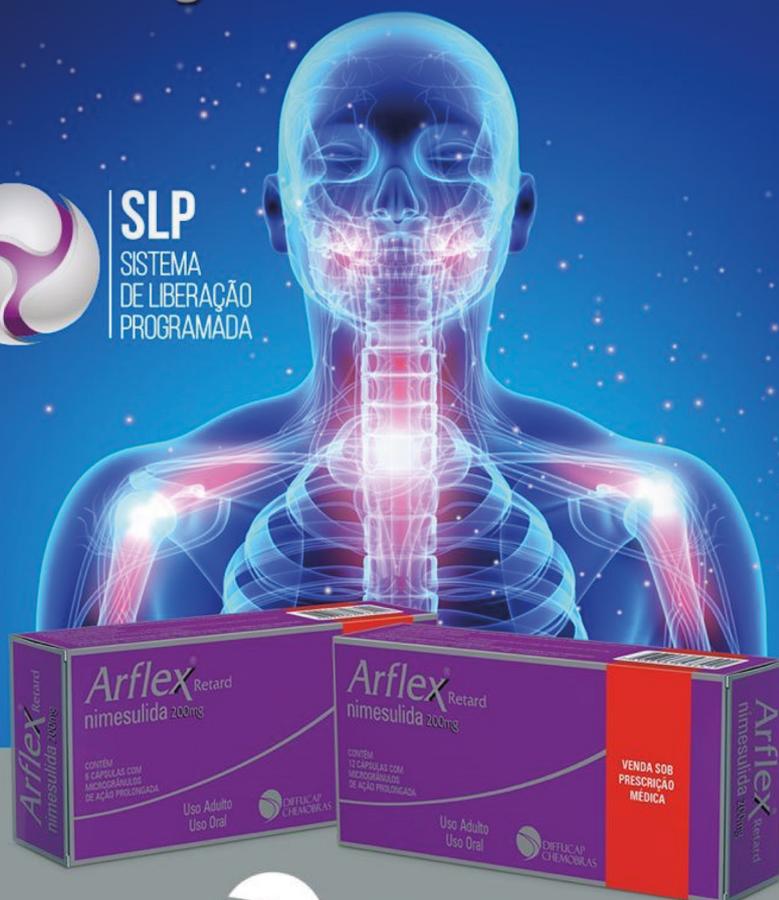
Falar de Arflex[®] Retard é destacar a superioridade da Nimesulida no mercado

Arflex[®] Retard
nimesulida 200mg

Com sua exclusiva **Tecnologia SLP** e dosagem de 200mg, destaca-se como a melhor opção de anti-inflamatório



SLP
SISTEMA
DE LIBERAÇÃO
PROGRAMADA



 **DIFFUCAP
CHEMOBRAS**

ANALGÉSICOS, CAMPEÃO DE VENDAS ENTRE OS MIPs

Na farmácia, orientação e informação de qualidade, que fazem a diferença.

A "ECONOMIA PRATEADA", O PODER DE COMPRA DOS 50+

Independentes e seguros de si, o autocuidado e a longevidade dos "novos" seniores.



4

PAINEL

Analgésicos, a farmácia no combate à dor

Destaque entre os MIPs, investimentos e inovação abrem novos mercados, para todas as idades.

8

ACONTECE

Gravidez, transformação e a chegada de uma nova vida

Momento especial e que requer cuidados, um espaço na farmácia para mães e seus bebês.

14

PONTO DE VISTA

A Economia Prateada e o autocuidado

A inversão da pirâmide populacional e uma geração em busca de longevidade, com qualidade de vida!

20

VAREJO FARMACÊUTICO

Acne, inovação em produtos mais eficazes

A busca por uma pele fresca e renovada, novas ações e experiências, na farmácia!

24

SERVIÇOS

Vitrine de Lançamentos

Oportunidades especiais para renovar seu PDV com os melhores lançamentos, das principais marcas.

A farmácia à disposição, em todas as fases da vida

Estabelecer relações pessoais, criar vínculos, é inerente aos seres humanos e essencial para o desenvolvimento de uma vida plena, desde a mais tenra idade. Mesmo considerando todas as facilidades e conforto oferecidos pela era digital, a decisão de ir pessoalmente a uma loja física e interagir não só com os produtos, mas com as pessoas, pode transformar o ato de comprar em uma experiência muito mais sensorial, enriquecedora e lúdica. Na farmácia, o acolhimento e atendimento individual, sempre considerando oferecer a melhor solução para cada demanda, é uma ferramenta muito poderosa e que faz a diferença.

Pesquisas revelam a importância da informação de qualidade na venda de Analgésicos, o MIP mais vendido em farmácias brasileiras nos últimos anos. Na "economia prateada", formada pelos consumidores com 50 anos ou mais, o interesse em produtos de autocuidado sobressai e deixa clara a busca da longevidade, com muita qualidade de vida.

Um período de transformação se instala quando falamos em Gravidez, a importância da farmácia em oferecer suporte, conforto e bem-estar às futuras mães e seus bebês. Para adolescentes, ou não, inovação em produtos desenvolvidos especialmente para a prevenção e tratamento da Acne, com ativos que oferecem soluções cada vez mais eficazes.

Antecipe suas compras na pré-venda visitando o Vitrine de Lançamentos, grandes marcas e novidades especiais à sua espera, um PDV pronto e pensado para atender mais e melhor as demandas do seu consumidor.

Nos vemos na próxima edição!
Boa leitura e bons negócios!



EDIÇÃO Nº 99
FEVÉREIRO | MARÇO 2025

MARKETING
Nathalia Satt | Plicila Nunes

PROJETO GRÁFICO
Thatto Comunicação

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Rosangela Perez (MTb 32.963/SP)

FALE CONOSCO
Envie sugestões e comentários sobre
a Revista Panpharma para o e-mail:
faleconosco.sac@panpharma.com.br



Pedido Eletrônico

ePan

+ agilidade e autonomia



Download no site
www.panpharma.com.br



Suporte ePan
0800 702 1700

Baixe também o ePan Mobile,
as melhores oportunidades na
palma da sua mão!



iOS:



Android:



panpharma

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.



ACESSE NOSSO SITE
www.panpharma.com.br

Analgésicos a farmácia no combate à dor

Diversas áreas científicas se unem em projetos muito sofisticados em busca das melhores soluções no combate à dor, presente em todas as fases da vida

Desconforto, aflição, agonia, inquietação, são apenas algumas opções para descrever o que conhecemos como dor, sensação que pode impactar de forma muito negativa na produtividade e na rotina de qualquer pessoa. Na definição da OMS (Organização Mundial de Saúde), dor é “uma experiência sensorial e emocional desagradável, associada a danos nos tecidos, reais ou potenciais”.

Cientistas, em laboratórios espalhados pelo mundo, utilizam o que há de mais moderno em tecnologia para estudar e desenvolver medicamentos de combate e tratamento da dor, ao mesmo tempo que a “medicina da dor” se torna uma especialidade médica, devido a complexidade do tema e a necessidade de conhecimento específico para diagnóstico e tratamentos mais eficazes, principalmente em casos crônicos.

Os Analgésicos, medicamentos que atuam reduzindo a capacidade sensorial e bloqueando os receptores da dor, são o resultado dessas pesquisas, e se mostram cada vez mais eficazes em casos eventuais ou crônicos, atuando em inúmeras situações e agindo de acordo com a necessidade de cada paciente, analisada individualmente por um médico.

Na farmácia, a procura por alívio para dores musculares, dores de cabeça e dores abdominais, entre outras, exigem atenção e boa informação para um atendimento de qualidade. De acordo com dados levantados pela Close-up Internacional, os Analgésicos são os MIPs (Medicamentos Isentos de Prescrição) mais vendidos nas farmácias brasileiras nos últimos anos, tanto se considerarmos os volumes em valores, quanto se considerarmos unidades vendidas.

Dados igualmente relevantes foram obtidos em ampla pesquisa realizada pelo ICTQ (Instituto de Ciência, Tecnologia e Qualidade) na análise de compra de Analgésicos qualificados como MIPs, revelando que 68% dos entrevistados afirmam já terem seguido as recomendações de familiares, 41% de amigos e 48% já se basearam nas informações dos balconistas das farmácias, comprovando a importância de treinamento de equipe adequado e informações de qualidade quando nos referimos a um atendimento responsável, individualizado e de excelência, consolidando o conceito da farmácia como espaço dedicado a saúde e bem-estar.

Indústria, investimentos e inovação constantes

Em um mercado crescente e em constante evolução, a descoberta de novas soluções para problemas detectados junto aos consumidores é um caminho para o sucesso de novas marcas e confirma a solidez das que já estão presentes no mercado por décadas. Com princípios ativos e público alvo diferentes, a busca por opções que se adequem e melhorem a rotina das pessoas movimenta um grande número de profissionais, com dedicação exclusiva à tarefa de propor soluções quanto a melhor eficácia no alívio da dor e custos que viabilizem a sua comercialização.

“O Cristália é um laboratório em constante inovação e busca acompanhar as exigências e necessidades dos consumidores e do mercado nacional, apresentando-se como uma empresa de vanguarda no desenvolvimento de novos produtos para o mercado brasileiro. O mercado de analgésicos

continua em expansão, impulsionado pelo aumento da conscientização sobre o manejo da dor e aumento da longevidade da população, pois ela não diferencia pessoas e idades. Para nossa empresa, as expectativas futuras incluem fortalecimento das marcas no mercado e a busca por inovações que atendam as necessidades dos consumidores, sempre com foco em promover acesso a produtos de qualidade e preço justo”, destaca o Laboratório Cristália.

Fernando Sampaio, presidente da Sanofi no Brasil resalta que “estamos empenhados em transformar a prática da medicina, colocando as necessidades dos pacientes no centro das nossas soluções. Com um compromisso firme com a inovação e a colaboração, trabalhamos para melhorar a saúde e a qualidade de vida das pessoas”. Quando falamos em Analgésicos, a Sanofi Brasil salienta que “uma das estratégias que contribui para o crescimento da empresa no Brasil, é o nosso olhar para a tendência de compra dos consumidores, por exemplo, por compras on-line, o que inclui a compra por medicamentos OTCs (Over the Counter)”.

Os Analgésicos são os MIPs mais vendidos nas farmácias brasileiras nos últimos anos, tanto se considerarmos os volumes em valores, quanto se considerarmos unidades vendidas

Fonte: Close-up Internacional



istock.com/ibaibaz



Produtos especialmente desenvolvidos para crianças e adolescentes

Crianças e adolescentes recebem atenção especial da indústria, com o desenvolvimento de medicamentos específicos para cada faixa etária, levando em consideração uma dosagem mais assertiva e facilidade no consumo. Com fisiologia muito diferente dos adultos, crianças devem receber preferencialmente medicação pediátrica, orientada e definida por um médico.

O mercado infantil também requer o desenvolvimento de produtos voltados para suas necessidades individuais, com alterações que visam maior precisão na posologia, com ajuste na concentração do princípio ativo em relação a quantidade oferecida na versão para adultos e oferecendo sabor agradável ao paladar infantil. Normalmente apresentados em forma líquida, podem trazer algum material de apoio, como incluir seringas ou copos especiais para facilitar o consumo. Embalagens mais lúdicas também são um diferencial, sempre com o objetivo de aproximar os produtos do universo infantil.

Quando falamos em adolescentes, a Hypera Pharma destaca um produto desenvolvido especialmente para jovens mulheres. “Muitas mães, ao adquirir medicamentos para suas filhas, se preocupam com a dosagem elevada e a dificuldade de ingestão devido ao tamanho das cápsulas. Todos esses aspectos foram cuidadosamente estudados pela marca durante o desenvolvimento de Buscofen Girls. O projeto contou com a colaboração interna de uma equipe formada por mulheres, algumas delas mães, além da participação das próprias adolescentes na pesquisa, sempre com a autorização prévia de suas mães,” comenta Ana Biguilin, diretora executiva da área de Consumer Health da Hypera Pharma. Destaca também que “pensando no consumo de medicamentos das jovens, em uma transição da infância para a vida adulta, estão entre os diferenciais o formato de mini-cápsulas liqui-gel que facilita a deglutição, dificuldade presente no dia a dia de muitos consumidores. Nosso produto possui tempo de ação 2x mais rápido e seu uso é indicado para o alívio de dores de leve a moderada intensidade como: dor de cabeça, dor nas costas, dor muscular, enxaqueca e cólica menstrual, sendo indicado para adolescentes a partir de 12 anos”

A farmácia e o consumo responsável

O consumo responsável de MIPs é um assunto amplamente discutido pelas mais variadas áreas que envolvem profissionais ligados à Saúde. Algumas recomendações importantes a serem dadas ao consumidor são:

- Seguir as recomendações de uso do fabricante quanto a dose máxima diária indicada,
- Respeitar o intervalo mínimo entre doses indicado pelo fabricante do produto
- Procurar ajuda médica imediatamente se constatado qualquer reação alérgica ou adversa
- Manter os medicamentos armazenados em local fresco e seco, longe do alcance de crianças e animais domésticos, preservando sua integridade e evitando acidentes.

Para obtenção de uma equipe coesa e bem treinada, alguns pontos importantes precisam ser abordados com todos os integrantes da equipe de atendimento, engrenagem

TEM NA PANPHARMA!



principal na ação de estabelecer contato direto e detectar as necessidades do consumidor. Dominar os sistemas e processos que compõem o gerenciamento da farmácia, conhecer as categorias de produtos vendidos e consultar com confiança e desenvoltura a posologia, princípios ativos e indicação dos medicamentos são ações fundamentais quando nos referimos a bom atendimento. Entre as habilidades pessoais, destacar a importância da empatia, transparência, atenção e paciência tornam o atendimento humanizado, individual e cativante.

Quanto à importância da participação da farmácia na divulgação, informação e orientação ao consumidor, o Laboratório Cristália afirma que "a farmácia desempenha um papel essencial como elo entre a indústria e o consumidor, garantindo não só o estoque, mas também acesso à informação e orientação sobre os produtos. A qualificação dos farmacêuticos e balconistas, ações de educação continuada e materiais informativos são estratégias para intensificar essa comunicação. Além disso, parcerias entre indústria e farmácias, uso de tecnologias digitais e campanhas de conscientização contribuem para fortalecer o relacionamento com o consumidor e garantir o uso adequado dos produtos"

Aqui você encontra o mix completo da categoria!



Confira mais produtos

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

DORFLEX® (dipirona monoidratada, citrato de orfenadrina, cafeína anidra). Indicações: no alívio da dor associada a contraturas musculares, incluindo cefaleia tensional. MS: 1.8326.0494. NEOSALDINA (dipirona, mucato de isometepteno, cafeína) Indicações: analgésico e antiespasmódico para o tratamento de diversos tipos de dor de cabeça, incluindo enxaqueca ou para o tratamento de cólicas. MS 1.7817.0899.

Consulte disponibilidade em estoque

GRAVIDEZ

Expectativas e grandes mudanças

Cuidados especiais, físicos e mentais, são fundamentais em meses marcados pela transformação e ansiedade, na espera de uma nova vida

O resultado positivo em um teste de gravidez coloca em marcha um período de intensa transformação, com o corpo apresentando novas necessidades a cada mês que antecede o parto. Podendo variar normalmente entre 37 e 42 semanas, o período de gravidez pode apresentar, desde o início, alguns sintomas característicos como enjoo, que pode ser matinal ou não, sensação de cansaço, sonolência e mudanças de humor.

O acompanhamento pré-natal é o monitoramento médico da gestante e do bebê, que tem como objetivo garantir a saúde da mãe e o pleno desenvolvimento do feto, reduzindo o risco de complicações e/ou dificuldades na etapa gestacional e no parto. A orientação do Ministério da Saúde é que o pré-natal seja iniciado tão logo a descoberta de gestação ocorra, iniciando normalmente com consultas mensais, até a 28ª semana, e passando a ocorrer semanalmente, a partir da 37ª semana. Exames clínicos, orientações quanto a medicamentos, ações que podem ajudar a minimizar possíveis sintomas



e o esclarecimento de dúvidas sobre mudanças físicas, psicoemocionais, hormonais e comportamentais são apenas alguns dos procedimentos contidos nessas consultas que oferecem suporte, segurança e conforto.

De acordo com pesquisa realizada pela Mordor Intelligence, “o físico, a pele, o cabelo, as unhas e muitas outras características físicas de uma mulher são afetados pelas alterações hormonais que ocorrem durante a gravidez. Os produtos relacionados que diminuem os impactos da gravidez nas mulheres estão se tornando mais populares em todo o mundo”, e acrescenta, “as mulheres grávidas muitas vezes se preocupam com os cuidados com a pele e com sua atratividade física após o parto, o que as está motivando a usar produtos para cuidados com a gravidez. O desconforto relativo a gravidez tornou-se um problema significativo para mulheres em todo o mundo. A acessibilidade e a compra de produtos também são impulsionados por extensas campanhas para influenciar consumidores através das redes sociais. A mídia social é frequentemente usada pelos consumidores para tomar decisões sobre produtos. O resultado é que os grandes players do mercado investem pesadamente em campanhas publicitárias e, assim, aceleram o crescimento do mercado”. Em números, “espera-se que o mercado de produtos para gravidez registre um CAGR de 5,5% durante o período de previsão, de 2024 a 2029”.

Gravidez e a importância da suplementação

Partindo das orientações médicas obtidas através das consultas de pré-natal, a próxima parada das futuras mães, normalmente, é na farmácia. As diretrizes médicas sobre a escolha e uso dos medicamentos devem ser seguidas à risca sempre, principalmente no período gestacional. Produtos especialmente desenvolvidos para sanar ou amenizar os desconfortos e sintomas estão disponíveis na farmácia, e o atendimento humanizado em um ambiente acolhedor e confortável transformam e asseguram uma ótima experiência de compra.



Espera-se que o mercado de produtos para gravidez registre um CAGR de 5,5% durante o período de previsão, de 2024 a 2029

Fonte: Mordor Intelligence

ACONTECE

Bebês precisam de nutrientes em quantidade suficiente para ter uma boa formação e desenvolvimento, nutrientes estes disponibilizados pela mãe. A necessidade de suplementação vem através de recomendação médica, sempre de acordo com as necessidades detectadas em cada caso, de maneira individual. Tecnologia e indústria se unem e oferecem soluções bastante eficazes para essa fase tão especial.

“Para nós, Rethinking Healthcare é reimaginar o cuidado com a vida e o bem-estar feminino. Por isso, trabalhamos no desenvolvimento de soluções completas para a saúde da mulher, unindo tecnologia, inovação e pessoas em busca de direções terapêuticas cada vez mais eficazes, seguras e verdadeiramente pensadas para as necessidades e características das mulheres brasileiras”, ressalta a Exeltis Brasil, destacando que “nosso produto ReGenesis Premium é um suplemento alimentar em cápsulas com Ômega 3, possui a fórmula

do ácido fólico já ativa (o Metilfolato), além do ferro lipossomal, uma nova tecnologia 100% absorvível e sem gosto residual”.

Para 2025 a Nestlé Brasil destaca os novos lançamentos que estão a caminho, complementando sua linha de suplementos dedicados a gravidez. “Materna® Pré, que será lançado com exclusividade no Brasil, é um suplemento voltado para mulheres que estão tentando engravidar e tem como diferencial o Myo-Inositol, além de nutrientes que atuam no preparo do organismo feminino para uma gestação saudável. Já o Materna® Nause é dedicado especialmente à fase inicial da gravidez, ajudando no conforto desse momento. As náuseas e os vômitos são sintomas comuns nesse período, e uma alimentação balanceada, rica em vitamina B6, pode ajudar a aliviar esses sintomas. Dessa forma, nosso produto foi formulado como uma fonte de vitamina B6”. E acrescenta, “a expansão do portfólio reforça a posição de vanguarda de Nestlé Materna® e chancela nosso compromisso em proporcionar uma experiência de maternidade ainda mais especial. Queremos estar presentes e próximos, apoiando as mães a vivenciarem cada fase com segurança e



Cesta de produtos para futuras mães

tranquilidade. Sabemos que a busca por suplementação personalizada tem crescido junto com o desejo das famílias por uma gestação saudável. Por isso, investimos em produtos de alta qualidade, desenvolvidos a partir de rigorosos estudos científicos, para atender a essas necessidades nutricionais específicas”, afirma Gabriela Condino, gerente da categoria de Suplementos da Nestlé Nutrição Brasil.

Pele suave e livre de manchas

Durante a gravidez, alterações hormonais e vasculares podem causar alguns problemas na pele, como sensibilidade, aumento da oleosidade, manchas escuras e estrias. Algumas alterações desaparecem espontaneamente após o parto, outras não, e todas podem gerar desconforto e incômodo à gestante. A visita a um dermatologista é bem-vinda para um diagnóstico preciso e orientação sobre os produtos mais indicados para prevenção e tratamento.

Cremes e loções hidratantes são muito importantes, com preferência às versões sem cheiro, que evitam que a sensação de enjoo se intensifique para as gestantes que ficam sensíveis a perfumes, em muitos casos no primeiro trimestre de gravidez. Para a Galderma, “muitos fatores podem desencadear ou estimular a sensibilidade da pele, incluindo condições ambientais, estresse e mudanças hormonais. Cetaphil é adequado para todos os tipos de pele, incluindo pele sensível e propensa a condições que levam à irritação e vermelhidão. Há 75 anos, nosso produto tem sido a solução especialista clinicamente comprovada



Cremes e loções hidratantes são muito importantes, com preferência às versões sem cheiro, que evitam que a sensação de enjoo se intensifique para as gestantes que ficam sensíveis a perfumes, em muitos casos no primeiro trimestre de gravidez



para acalmar, hidratar e nutrir”, e acrescenta, “a demanda por soluções testadas cientificamente e comprovadas por dermatologistas tem impulsionado significativamente a expansão desse mercado. Esse cenário reflete não apenas um interesse crescente por produtos de alta qualidade, mas também um maior desejo de investimento por parte dos consumidores”.

A pele também pede atenção quanto a maior oleosidade, problemas de pigmentação que causam manchas escuras e para o surgimento de estrias. Para a Isdin Laboratórios, “a tensão e a dilatação cutânea provocada pela gravidez ou devida a alterações de peso, promove a ruptura das fibras de colágeno e elastina, dando lugar às estrias. Nosso produto Woman Antiestrias, hidrata e nutre a pele enquanto promove a sua regeneração, graças a sua combinação de Centelha Asiática, Óleo de Rosa Mosqueta e Vitamina E com ação antioxidante. Possui evidências clínicas que demonstram eficácia no auxílio da prevenção e redução de estrias, bem como uma avaliação superior de sua fórmula pelas suas características sensoriais”.



Tipos de teste para gravidez, na farmácia

O desconforto e inchaço nas pernas e pés durante a gravidez pode ocorrer em muitos casos, devido ao aumento do volume sanguíneo, as alterações hormonais e o aumento do peso. Para a FQM Consumo, “nossa missão é produzir e oferecer produtos eficazes e seguros, que melhorem a qualidade de vida das pessoas, contribuindo para o bem-estar delas e de suas famílias”, e acrescenta, “Materna é um creme para pernas e pés formulado especialmente para gestantes e puérperas, visando aliviar a sensação de peso e cansaço nas pernas, além de proporcionar hidratação prolongada”.

TEM NA PANPHARMA!



NESTLÉ MATERNA 30 COMP
Cód. 712291



MATERNA NAUSE 60 CAPS
Cód. 723220



TESTE GRAV CLEARBLUE DIGITAL
Cód. 707906

REGENESIS C/60 CPS MOLES
Cód. 709070



LUCIARA 200ML
Cód. 705248



TESTE GRAV CLEARBLUE SAIBA ANTES
Cód. 718105

Consulte disponibilidade em estoque

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



ATINJA

a meta mensal de compras



ACUMULE

pontos com as 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 para saber quem pode participar!



O poder de compra dos 50+

Saúde e experiência se complementam e revelam um interesse especial em autocuidado e bem-estar, físico e mental. Na farmácia, atenção e boas-vindas aos 50+!

Uma renovação profunda nos conceitos preestabelecidos que definem a relação entre as compras em farmácia e consumidores que compõem a faixa a partir de 50 anos de idade se impõe, sendo comprovada por pesquisas e levantamentos desenvolvidos e divulgados por institutos e profissionais de renome, dentro e fora do país. Uma geração que encara o avanço da idade com os olhos voltados à prevenção, ultrapassa os 50 anos com interesse em itens

que compõem as categorias vendidas na farmácia e que tem como objetivo a busca da longevidade, com autocuidado, bem-estar e vitalidade em primeiro lugar, sempre.

A “economia prateada” ou “economia sênior”, termos criados para designar o segmento econômico que atende a população com 50 anos ou mais, vem tomando forma e chamando a atenção do mercado para novos comportamentos e hábitos

diários assumidos por esse consumidor. A inversão da pirâmide etária, ou seja, a diminuição da base da pirâmide populacional, composta pela população jovem e, ao mesmo tempo, o crescimento do topo da pirâmide, composta pela população mais madura, revela esse movimento no Brasil e no mundo, impulsionado principalmente pelo declínio das taxas de natalidade e pelo alcance de maior longevidade, no Brasil a expectativa de vida cresceu cerca de 40% nos últimos 60 anos.

Números do último censo do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) apontam para um total de aproximadamente 55 milhões de pessoas 50+ no país, número que representa 26% da população nacional. Segundo pesquisas realizadas pela Data8, consultoria especializada, brasileiros com 50 anos ou mais movimentam cerca de R\$ 2 trilhões/ano, com projeções que indicam o aumento desse valor de forma progressiva e a curto prazo. De acordo com Flávio Barros, analista de Competitividade do Sebrae, "é necessário pensar que essa parcela da

A "economia prateada" ou "economia sênior", termos criados para designar o segmento econômico que atende a população com 50 anos ou mais, vem tomando forma e chamando a atenção do mercado para novos comportamentos e hábitos diários assumidos por esse consumidor

população, formada por um consumidor diferente devido às suas características fisiológicas e sociais, tem suas deficiências físicas e cognitivas, mas tem autonomia, bom poder aquisitivo, dentre outras características. Por isso, precisa de um atendimento diferenciado por parte do lojista, do prestador de serviço, porque, diferente do que muitos pensam, esse consumidor da longevidade não consome só saúde".

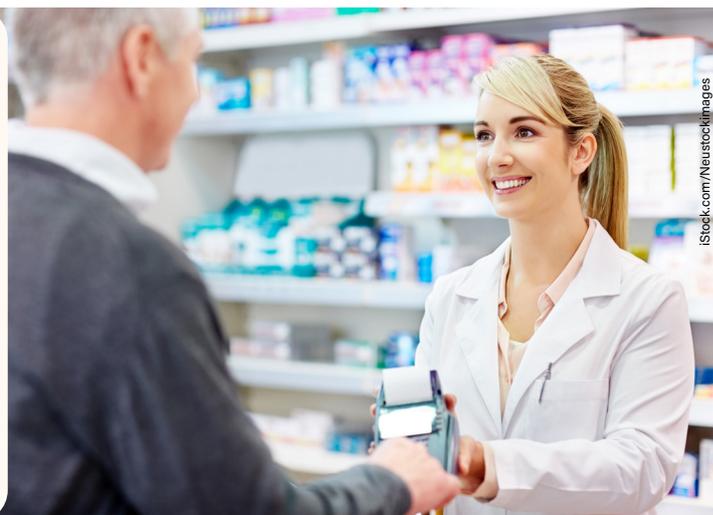
Na farmácia, atenção a novos hábitos e desejos

Viver mais e melhor entre os seniores têm se transformado em um estilo de vida, com metas que incluem vitalidade para realizar passeios e viagens, atuar em uma nova área no mercado de trabalho, iniciar um novo relacionamento pessoal, enfim, investir em qualidade de vida. Para o mercado farma, um leque de novas possibilidades em negócios se abre, pronto para receber esse consumidor, suas aspirações para o presente e planos para o futuro.

"Saúde e bem-estar vêm se tornando muito mais um estilo de vida do que apenas uma tendência. Com a expectativa de vida aumentando, é fundamental criar novas estratégias, produtos e encontrar melhores formas de se comunicar com esse consumidor. Envelhecer bem para esse consumidor conectado, atual, ativo, consciente e interessado ganhou um novo significado. Ter uma aparência saudável é a prioridade para as pessoas que buscam viver mais e melhor. Para atingi-los, os produtos têm de se concentrar na promessa de oferecer uma aparência saudável em

Brasileiros com 50 anos ou mais movimentam cerca de R\$ 2 trilhões/ano, com projeções que indicam o aumento desse valor de forma progressiva e a curto prazo

Fonte: Data8



istock.com/Neustockimages

todas as fases da vida, e não em fazer o tempo voltar atrás. Essa onda sênior traz desafios e oportunidades para o setor de farmácias: se por um lado novos fármacos ajudam a controlar ou curar doenças, por outro, as vitaminas, suplementos e produtos de HPC garantem melhor imagem e qualidade de vida. Ambos passam a ser objeto de seus desejos”, diz Silvia OSSO, consultora e especialista em Varejo.

Viver mais e melhor!

Novos produtos entram no radar desse consumidor que busca novas possibilidades, principalmente quando falamos em autocuidado. Em ampla pesquisa realizada pelo IFEPEC (Instituto Febrifar de Pesquisa e Educação Corporativa) em conjunto com o NEIT Unicamp (Núcleo de Economia Industrial e Tecnologia), o Estudo do Mercado Sênior revela alguns números significativos que apontam algumas mudanças de cenário quando falamos em hábitos de compra.

O estudo revela que a procura pelo menor preço dos produtos continua sendo

apontado como fator mais relevante para decisão de compra de 91% dos entrevistados, mas divide espaço com a localização da farmácia, levado em consideração por cerca de 60%. Disponibilidade de estoque, com 54,4%, estacionamento, com 52,9% e qualidade no atendimento, 39,2%, compõe os 5 critérios mais citados. “Esse público, além de crescer em número, está consumindo cada vez mais nas farmácias. Estas, por sua vez, devem se adaptar para atender esse público, o que impacta diretamente nas estratégias de venda”, ressalta Edison Tamascia, presidente da Febrifar. Outros dados da pesquisa revelam que 56,4% dos entrevistados disseram necessitar de ajuda do atendente para localizar medicamentos isentos de prescrição (MIPs), e quanto aos serviços disponíveis em farmácias, dos consumidores que utilizaram algum serviço, aferição de pressão e aplicação de injeção continuam sendo os mais solicitados.

Para Silvia OSSO, vale observar que “os seniores têm o poder de compra em suas mãos. Com as “reviravoltas” na economia global e o déficit de empregos, os longevos passam a ter em suas mãos a renda.

A maioria é aposentada e vários conseguiram poupar para viver uma velhice estável, até mesmo aqueles que têm aposentadoria mínima. Eles buscam uma aparência mais saudável: esse é o benefício que os consumidores seniores mais desejam dos produtos de cuidados pessoais. Essa geração é mais interessada em qualidade e durabilidade dos bens. Segundo apontou a Nielsen, no Brasil, tanto a Geração Silenciosa (mais de 65 anos) quanto a Baby Boomers (de 50 a 64 anos) são propensas a pagar mais por produtos que possam ajudá-las a ser mais saudáveis. Além disso, 40% dos Baby Boomers procuram produtos premium para cuidar dos cabelos e 38% para a higiene oral. E a Geração Silenciosa elege os produtos premium para o corpo (37%) e para o cabelo (31%). Para essa geração, os produtos precisam estar fortemente centrados em resultados que passem a ideia de boa aparência. A maioria declara que não pretende rejuvenescer, mas manter a pele, principalmente do rosto cuidada e com viço”



Ambiente digital amigável, impulso nas vendas

O ambiente digital, considerado uma barreira quando falamos em consumidores seniores, já conquista um grande número de usuários apresentando versões mais intuitivas e lúdicas, assim como ambientes mais seguros para escolha, pagamento e entrega dos produtos. O Estudo do Mercado Sênior, da Febrifar, revela que “em relação aos hábitos de compra, o estudo mostra que, embora a maioria dos consumidores (86,6%) ainda prefira realizar suas compras presencialmente, vem ocorrendo uma ligeira migração para o ambiente digital: cerca de 17,5% dos entrevistados mencionaram utilizar o WhatsApp para realizar pedidos e 8,7% utilizam aplicativos de farmácias. Esse crescimento, embora ainda tímido, representa uma mudança de comportamento quando comparado aos dados de 2020, quando o uso de plataformas digitais para compras era menor”

ÁRVORE DE DECISÃO

MENOR PREÇO

LOCALIZAÇÃO DA FARMÁCIA

DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE

ESTACIONAMENTO

QUALIDADE NO ATENDIMENTO

Fonte: IFEPEC (Instituto Febrifar de Pesquisa e Educação Corporativa) em conjunto com o NEIT Unicamp (Núcleo de Economia Industrial e Tecnologia)



iStock.com/jubaphoto

No Brasil, tanto a Geração Silenciosa (mais de 65 anos) quanto a Baby Boomers (de 50 a 64 anos) são propensas a pagar mais por produtos que possam ajudá-las a ser mais saudáveis. Além disso, 40% dos Baby Boomers procuram produtos premium para cuidar dos cabelos e 38% para a higiene oral. E a Geração Silenciosa elege os produtos premium para o corpo (37%) e para o cabelo (31%)

Fonte: Nielsen

Outras necessidades também são percebidas e se revelam determinantes na escolha da melhor opção de compra. “Praticidade e bom atendimento são destaque, o grupo de consumidores seniores está fortemente focado em serviços. Se receberem um atendimento adequado na loja ou via mídias sociais, que respondam às suas expectativas, é muito mais provável que comprem e permaneçam fiéis. Eles valorizam a

simpatia e a experiência dos funcionários, e o tamanho da fila para atendimento e pagamento são um motivo de escolha”, diz Silvia OSSO, e complementa, “o envelhecimento da população coloca no mercado uma nova leva de consumidores, com gostos e necessidades bem específicos. Olhar para esse fenômeno com atenção e cuidado pode garantir a melhora na performance de vendas e experiências de compra”.

TEM NA PANPHARMA!

Aqui você encontra o mix completo da categoria!



**CALCITRAN D3
C/30 COMP
Cód. 705541**



**ADDERA+IMUNIDADE
MAX C/30 CPR
Cód. 405233**



**NUTREN SENIOR
BAUNILHA 370GR
Cód. 710269**



**TARGIFOR C
C/60 COMP
Cód. 401261**



**CENTRUM
C/60 COMP
Cód. 705423**



**CENTRUM SELECT
MULHER 30 CP
Cód. 705530**

**NEOVITE LUTEIN
C/60 COMP
Cód. 705407**



SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

TARGIFOR® C (aspartato de arginina + ácido ascórbico). Indicação: astenia (fadiga e cansaço). MS 1.8326.0402. Calcitrán D3® Suplemento alimentar em comprimido de citrato malato de cálcio e vitamina D3. NÃO CONTÉM GLÚTEN. Produto dispensado da obrigatoriedade de registro – Resolução RDC 27/2010.

Consulte disponibilidade em estoque

A MELHOR ESCOLHA PARA UMA HIDRATAÇÃO MAIS RÁPIDA.

Seu aliado de sempre para todos os tipos de desidratação.

 SEM
CONSERVANTES

 REDUZ A
FREQUÊNCIA
DE VÔMITOS
E DIARREIA⁸



 COM ZINCO

 DISPONÍVEL
EM DIVERSOS
SABORES,
MELHOR ADESÃO
AO TRATAMENTO⁸

POSSUI 60MEQ/L DE SÓDIO E É O PRODUTO IDEAL PARA PROMOVER RECUPERAÇÃO EM CASOS DE DESIDRATAÇÃO. ¹⁻⁷

Referência: 1. Gutiérrez P, et al: Manejo de la gastroenteritis aguda em menores de 5 años: um enfoque basado em la evidência. Guía de prática clínica Ibero – Latinoamericana. N Pediatr(Barc). 72(3): 220. e1-220. e20.2010. 2. Kleinman RE. In: Pediatric Nutrition Handbook. Chapter 28: Oral Therapy for acute Diarrhea. 6th Edition. USA. American Academy of Pediatrics Committee on Nutrition. P. 651 – 9, 2008. 3. Karamyyar M et al. Therapeutic Eects of Oral Zinc Supplementation on Acute Watery Diarrhea With Moderate Dehydration; A double-blind Randomized Clinical Trial. Iran J Med Sci. 2013;38(2): 93-99. 4. Guarino et al. European Society for Paediatric Gastroenterology, Hepatology, and Nutrition/European Society for Paediatric Infectious Diseases Evidence-based Guidelines for the Management of Acute Gastroenteritis in Children in Europe. JPN 46:S81-S122, 2008. 5. Pesquisa de Mercado sobre os hábitos de utilização de soro de reidratação oral, realizada por Ipsos Healthcare, agosto, 2013. 6. World Health Organization – WHO. Implementing the New Recommendations of Clinical Management of Diarrhea. Guidelines for policy, markers and program managers. WHO Library, 2006. 7. Mentes J; et al. Oral hydration in older adults. AJN. June 2006; 106:5. 8. Bhutta Za, Bird SM, Black RE, et al. Therapeutic effects of oral zinc in acute and persistente diarrhea in children in developing countries: pooled analysis of randomized controlled trials. Am J Clin Nutr. 72:1516-22.2000.

PEDIALYTE® MAX: Complexo de Poliminerais. Pedialyte MAX Maça Reg. 1.0553.0341.001-1. Pedialyte MAX Uva Reg. 1.0553.0341.002-1. Pedialyte MAX Morango Reg. 1.0553.0341.003-8. Pedialyte MAX Coco Reg. 1.0553.0341.004-6. PEDIALYTE® MAX é destinado para reposição das perdas acumuladas de água e eletrólitos (reidratação) e para a manutenção da hidratação, após a fase de reidratação, como em quadros de doença diarreica aguda, de qualquer origem, por exemplo. O PEDIALYTE MAX 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. Material destinado a todos os públicos. Central de Relacionamento com o cliente – 0800 891 2690 – nutricao@abbott.com - www.abottbrasil.com.br. ANBRPED202438080



Acne, dermocosméticos e a farmácia

Novos ativos entram em cena em combinações que priorizam a praticidade no uso e a busca de resultados cada vez mais eficazes e individualizados

Acne é, por definição do Ministério da Saúde, uma doença de pele que ocorre quando as glândulas sebáceas ficam inflamadas ou infectadas, ocasionando o aparecimento de espinhas, cravos e cistos, principalmente no rosto, peito e costas. Assunto

muito comentado entre adolescentes, afetando cerca de 80% dos jovens em algum grau, tem impacto psicológico e social relevante nessa faixa etária, podendo levar a quadros de baixa autoestima, ansiedade e isolamento social. Tem como causa, na grande maioria das vezes, mudanças hormonais e predisposição genética, e pode ser agravada por diversos fatores, alguns exemplos são estresse, alimentação inadequada, exposição solar intensa e regiões de clima quente.

Presente em todas as fases da vida, estudos apontam um aumento significativo de acne persistente em adultos, ainda sem uma conclusão sobre as reais causas dessa mudança nas últimas décadas. Segundo a Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD) a pele oleosa e acneica é uma queixa que atinge mais da metade da população adulta brasileira, sendo a causa que mais leva pessoas a buscarem a ajuda de um médico dermatologista.

Dermocosméticos que apresentam variedade de ativos, alto grau de eficácia e preços mais acessíveis invadem os PDVs e se transformam em caminhos para a beleza, saúde e qualidade de vida, impactando e transformando de maneira positiva a vida de pessoas que sofrem com a acne. Prepare sua farmácia com uma seleção diversificada de marcas e faixas de preço, organize os produtos de maneira atraente e acessível em local bem iluminado e produzido com materiais de apoio, como banners e displays, e receba esse consumidor que faz parte de um mercado aquecido e com bons índices de crescimento futuro.

Marcas consolidadas, produtos inovadores

Na farmácia, os dermocosméticos com a função de controlar a oleosidade da pele, mantê-la hidratada e auxiliar no tratamento da acne com ativos que tem como objetivo combater o processo inflamatório são destaque, com linhas de produtos inteiramente dedicadas a pele oleosa e acneica muito eficazes, fruto de pesquisa e inovação.

“A Darrow Laboratório é uma marca brasileira de dermocosméticos que se preocupa em oferecer para os consumidores produtos comprovadamente eficazes, acessíveis e adaptados para as peles brasileiras. Presente há mais de 50 anos no mercado, possui a expertise reconhecida no segmento de higienização. Darrow Actine Gel de Limpeza possui uma fórmula especialmente desenvolvida para higiene da pele oleosa até a acneica. Contém Ácido Salicílico para uma potente ação de

desobstrução dos poros e o Lactato de Mentila para uma ação imediata de refrescância”. Proteção solar é sempre fundamental, para isso a Darrow destaca “Actine Aquafluid Solar FPS60, possui proteção UVA/UVB, textura fluida de absorção imediata e toque seco. Seu complexo único de ativos, P-Refynil e Ácido Glutâmico, age profundamente e trata a oleosidade desde a origem, prevenindo a acne”.



Reconhecida pela versatilidade e tendo como um dos seus objetivos originais o tratamento da acne, a tradicional Minancora ressalta que “um exemplo de nossa diversificação de produtos é nossa linha antiacne, onde temos incríveis aliados para o tratamento e prevenção da acne e da oleosidade excessiva. A linha é composta de sabonete em barra, sabonete líquido e creme antiacne, com fórmula que inclui ingredientes como o Óxido de Zinco, Ácido Salicílico e a Melaleuca Nanoencapsulada, tornando-a capaz de equilibrar a oleosidade natural da pele, prevenir e tratar espinhas e reduzir a inflamação”.



istock.com/Oleksandra Polishchuk

A farmácia, uma vitrine perfeita para novos produtos

Os dermocosméticos apresentam, além de suas funções principais de higienizar, hidratar, proteger e curar a pele, alguns apelos sensoriais reconhecidos e muito apreciados pelo consumidor. Observar embalagens visualmente atrativas, o toque na textura leve e suave do produto, o aroma agradável exalado com a aplicação, são experiências sensoriais que conquistam e tornam a experiência de compra algo especial. Realizar eventos que promovam a demonstração de produtos em experiências interativas pode incentivar as vendas e estabelecer conexões emocionais que resultem em uma compra imediata ou futura.

Quanto ao desenvolvimento de produtos e todas as nuances desse processo, a Isdin Laboratórios diz que “inovar é muito mais que criar ou incorporar novidades. Os nossos produtos combinam a máxima eficácia e segurança com texturas inovadoras que garantem uma satisfatória experiência de uso sensorial. Para nós é fundamental a colaboração constante com os profissionais de saúde e com a comunidade científica. Destacamos nosso Medical Advisory Board, uma equipe de profissionais com comprovada experiência e prestígio no mundo que fornecem critérios para a tomada de decisões e desenvolvimento de novos projetos”, e acrescenta, “Acniben Body Spray, é o primeiro spray corporal para acne. De secagem rápida, é perfeito para combater espinhas encontradas em áreas de difícil acesso, como as costas. Graças a sua fórmula com Ácido Salicílico e Ácido Glicólico, esfolia e renova a superfície da pele”.

Experiência em pesquisa e desenvolvimento de produtos que atendam várias funções, levando praticidade e eficácia para a vida diária, também são objetos de desejo. Para a L’Oréal Brasil, “desenvolvida por dermatologistas, CeraVe começou a se destacar no mercado por suas fórmulas focadas na restauração da barreira protetora da pele, com texturas distintas para diferentes áreas do corpo. Em um contexto em que 70% da população tem pele oleosa ou acneica, o Brasil é o cenário ideal para ampliação do portfólio de limpeza de CeraVe. Livre de fragrâncias, corantes e álcool, a linha Acne Control conta com Argila Dermatológica purificante, que elimina a oleosidade e as impurezas imediatamente, Ácido

Salicílico, que controla a produção de sebo e estimula a renovação da pele, Niacinamida com ação anti-inflamatória e calmante, e três Ceramidas Essenciais, direcionadas para a restauração da barreira protetora da pele”.

Conhecer as demandas do consumidor leva a decisões assertivas quanto a

disponibilizar no PDV os produtos que atendam às suas necessidades e desejos. Transformar a experiência de compra em algo especial, com ações que envolvam experimentar produtos, preços e promoções especiais e criar conteúdos interessantes em mídias sociais são apenas algumas formas de impulsionar suas vendas, aliando produtos inovadores e ótimo atendimento.

TEM NA PANPHARMA!

Aqui você encontra o mix completo da categoria!



ACTINE AQUAFLUID F60 40G SEM COR
Cód. 721590



ACTINE GEL DE LIMPEZA 140G
Cód. 719267



MINANCORA CR ACTION ANTIACNE 30GR
Cód. 701457



ACNASE CLEAN SAB ANTIACNE 80G
Cód. 707744



CERAVE GEL LIMP ACNE CONTR 340G
Cód. 722285



GEL ANTIACNE CUID DIÁRIO CERAVE 40ML
Cód. 720832



ACNIBEN SPRAY CORPORAL 150ML
Cód. 720474

Consulte disponibilidade em estoque

VITRINE DE LANÇAMENTOS



As principais marcas e seus últimos lançamentos, reunidos em um só lugar



Aproveite as condições especiais de pagamento e **saia na frente!**

Acesse pelo banner do seu Pedido Eletrônico ou **CLIQUE AQUI**



GrupoBoticário 

Disponível na Panpharma

Novidades incríveis para deixar sua loja ainda **MAIS COMPLETA!**



Consulte os CDs de atendimento: CE, PA, PI, AL, RS, MT e MS

Confira as novidades e mantenha sua loja atualizada!

Faça o seu pedido com a Panpharma e tenha os lançamentos do mercado em seu PDV!



CICATRICURE PORCE LIMP FAC 150ML

CÓD. 722484

CICATRICURE PORCELANA CR FAC 50G

CÓD. 722222

- Indicado para rosto, colo e pescoço.
- Ilumina e uniformiza a pele em 4 semanas.
- Com hidrolisado de pérola.
- Dermatologicamente testado.



PROTECTOR SOLAR FACIAL AQUA FLUIDO ANTIOLEOSIDADE SEM COR FPS 60 VICHY CAPITAL SOLEIL UV CLEAR FRASCO 40G CÓD. 722721

- Protetor solar facial de uso diário sem cor.
- Indicado para todos os tipos de pele, principalmente oleosas.
- Alta proteção contra raios UVA, UVA longo e UVB.
- Controla a oleosidade por até 12 horas.
- Textura aqua-fluida de rápida absorção e acabamento mate.



DW ACTINE ONE FPS50 SEM COR 40G CÓD. 722688

- Proteção facial diária para peles oleosas.
- Controla a oleosidade por 12h.
- Acabamento invisível em todos os fototipos.
- Contém Ácido Hialurônico.
- Textura ultra leve e refrescante com absorção em 1 segundo.

VAMOS CONHECER
O PODER DA
NOVA TECNOLOGIA
NA PRÁTICA



CLIQUE E CONFIRA



**SABONETE LIQUIDO
ANTIBACTERIANO
PROTEX SERUM
RETINOL NIACINAMIDA
FRASCO 250ML
CÓD. 722740**

- Indicado para todos os tipos de pele.
- Formulado com Retinol + Niacinamida.
- Proporciona hidratação profunda.
- Elimina até 99,9% das bactérias.
- Promove uma pele macia, protegida e radiante.



**SABONETE LIQUIDO
ANTIBACTERIANO
PROTEX SERUM
ACIDO HIALURONICO
FRASCO 250ML
CÓD. 722741**

O novo sabonete líquido corporal Protex Serum Ácido Hialurônico oferece hiper hidratação graças ao seu sistema de alta tecnologia* com ácido hialurônico, para uma pele macia e radiante. Além disso, elimina 99,9% das bactérias** para manter sua pele protegida. *Fórmula com Glicerina/Glicérol e Maleato de Castorilla. **Bactéria testada: E. coli.



CLIQUE E CONFIRA



**LUFTAL MAX 150MG/ML
CEREJA
CAIXA 15ML EMULSÃO
GOTAS
CÓD. 405635**

- Antigas 2 vezes mais concentrado.
- Com 2 vezes mais simeticona quando comparado ao Luftal Gotas 75mg/ml.
- Indicados para pacientes com excesso de gases no aparelho digestivo.
- Ação rápida, em 10 minutos.



PLP

panpharma

Sua farmácia
na frente com
os principais
lançamentos!

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



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



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



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



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

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

E tudo isso é
sem custo
de adesão ou
cancelamento!



Leia o
QR Code e
saiba mais!



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

 panpharma