

SantaCruz

REVISTA DA SANTACRUZ DISTRIBUIDORA DIRECIONADA AO FARMACÊUTICO

MARCA Nº1
NO MUNDO
EM PROTEÇÃO
SOLAR*

NIVEA
SUN



*Fonte: Euromonitor International Limited; valores de venda no varejo 2020;
NIVEA na categoria de Proteção Solar, incl. Proteção Solar, Pós Sol e Auto bronzeador.

ABRINDO A TEMPORADA DE VERÃO!

Principais tendências e perspectivas de mercado para impulsionar as vendas nos meses mais quentes do ano, é hora de planejar.

UM ESPAÇO DEDICADO ÀS CRIANÇAS, NA FARMÁCIA.

No mês das crianças, destaque para a influência nas decisões de compra exercida pelos pequenos e seus personagens preferidos.

SantaCruz

SETEMBRO - OUTUBRO
Edição 263 - 2024



Marketing:

Nathália Satt | Rosimeire Oliveira

Projeto Gráfico:

Thatto Comunicação

Jornalista Responsável:

Rosângela Perez (MTb 32.963/SP)

Sugestões e comentários sobre a Revista SantaCruz podem ser enviados para o e-mail:

 comunicacao@stacruz.com.br

A **Revista SantaCruz** tem circulação dirigida a todos os profissionais do canal farmacêutico. As matérias assinadas são de inteira responsabilidade dos autores, não expressando necessariamente a opinião da SantaCruz. A responsabilidade sobre os anúncios publicados é exclusiva do anunciante, no que tange às normas da Anvisa e do CONAR. A responsabilidade pelos serviços e produtos anunciados é integral e exclusiva do anunciante, cabendo à SantaCruz apenas a veiculação das informações, sem que isso implique em qualquer aprovação ou vinculação ao conteúdo anunciado. Imagens meramente ilustrativas. Fica expressamente proibida a reprodução total ou parcial da revista, exceto por autorização escrita da SantaCruz, estando sujeito o infrator às penas previstas em lei.



SAC: 0800 000 3035

Sistema de Contingência: (41) 2101.9418



WhatsApp: (41) 2103-9302

Clique para iniciar a conversa



centraldeatendimento@stacruz.com.br



Acesse:

www.stacruz.com.br

MERCADO

04. Fórmulas Infantis: Destaque nas farmácias, a nutrição na primeira infância.

Conheça produtos especiais que garantem saúde para toda vida, sua equipe de vendas abastecida com informação de qualidade.

PERSPECTIVA

10. Obesidade: as descobertas mais recentes, disponíveis na sua farmácia.

Uma nova geração de medicamentos chega ao mercado e revoluciona, pesquisa e inovação direto para o seu PDV.

RESENHA

16. Temporada de Verão: planejamento e organização, caminho para bons negócios!

Tendências e perspectivas para a próxima Temporada de Verão, defina sua cesta de produtos e monte um PDV de sucesso!





TOME NOTA

23. Mercado Infantil: na farmácia, crianças que sabem o que querem!

Impulsione suas vendas e explore um universo de cor, movimento e magia, em um espaço dedicado especialmente a elas, na farmácia.

SERVIÇOS

27. Vitrine de Lançamentos

As novidades da indústria direto para a sua farmácia. Conheça os principais lançamentos e antecipe suas compras.

LANÇAMENTOS

28. Tenha na sua farmácia os lançamentos que estão em destaque neste bimestre!

A VELOCIDADE DA INFORMAÇÃO DITANDO OS MOVIMENTOS DE MERCADO, E SIM, AS DEMANDAS NA FARMÁCIA.

O “estar conectado”, que envolve a todos independente de idade, definitivamente estabeleceu novas rotas e caminhos no que se refere a movimentos de mercado e toda a cadeia de eventos que isso impulsiona. A velocidade da informação, que hoje pode ser sentida diretamente através das Redes Sociais, é um canal que mobiliza um número significativo de pessoas em torno de um tema que lhes é comum e importante. Necessidades em todas as áreas são facilmente identificadas através de estudos e pesquisas, e muitas delas são rapidamente transformadas em produtos que ocuparão um espaço de destaque nos PDVs espalhados pelo país.

Na área da saúde, o tratamento da Obesidade é um dos assuntos mais comentados dos últimos meses, com a chegada de novos medicamentos que apontam um novo norte de eficácia e inovação. Assunto sempre em alta, a preparação para a chegada da Temporada de Verão já mobiliza a indústria e seus lançamentos, sempre prontos para as demandas dos consumidores no planejamento de suas merecidas férias.

No mês das Crianças, o poder de influência dos pequenos nas decisões de compra da família e a relação emocional com os Personagens Infantis, que saem das telas e invadem o PDV em produtos licenciados cheios de cor e fantasia. Para os bebês, a importância das Fórmulas Infantis, desenvolvidas especialmente para casos de impossibilidade da amamentação e para complemento nutricional, são fundamentais para a saúde dos pequenos e merecem lugar de destaque na farmácia.

Novidades e produtos especiais estão esperando na Vitrine de Lançamentos, um espaço dedicado a novas opções para tornar seu PDV mais completo e atrativo, perfeito para as novas demandas da farmácia.

Nos vemos na próxima edição!

Boa leitura e bons negócios!



Fórmulas Infantis

Um caminho para a saúde

Foto: iStock.com/NYS444



Destaque na farmácia, a importância da nutrição na primeira infância

A amamentação é fundamental para a saúde plena dos bebês, além de ser um processo de interação profunda entre mãe e filho. O aleitamento materno, perfeito no que se refere a nutrição, protege o bebê de possíveis infecções e previne o desenvolvimento de várias doenças crônicas a longo prazo, como hipertensão, colesterol alto e diabetes. A recomendação da OMS (Organização Mundial da Saúde) e do Ministério da Saúde é que a amamentação aconteça, de forma exclusiva, até os 6 meses de idade. Após esse período, a recomendação é que ela continue, como alimentação complementar, até os 2 anos de idade.

Mas o que fazer, quando a impossibilidade do consumo de leite materno acontece? Algumas condições de saúde materna e/ou do bebê podem ocasionar essa situação, que pode ser solucionada sob supervisão médica, através do consumo de produtos desenvolvidos e indicados especialmente para cada caso. As Fórmulas Infantis, elaboradas para suprir ao máximo as necessidades nutricionais dos bebês, são os produtos que mais se aproximam do leite materno.

Desenvolvidas geralmente a partir do leite de vaca, as Fórmulas Infantis apresentam modificações importantes em sua formulação e seguem rigorosamente as exigências da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), órgão responsável pela aprovação de cada fórmula, individualmente.

São produtos diversos e desenvolvidos para faixa de idade específicas, que podem contribuir para a saúde das crianças. Diversifique e ofereça mais nutrição para os pequenos em uma categoria que se destaca nas farmácias.

Fórmulas Infantis, uso responsável, bons resultados

As Fórmulas Infantis são uma opção quando crianças com menos de 1 ano de idade não podem receber leite materno, seja em função de algum problema de saúde ou por dificuldades na amamentação. Podem auxiliar também em quadros de cólica, constipação, refluxo

gastroesofágico e evitar ou tratar casos de alergia à proteína do leite de vaca.

O uso pode ser contínuo ou apenas pontual, em todos os casos citados, cabendo ao médico responsável definir qual o período de uso adequado. A Nestlé ressalta, no que se refere a seus produtos, que “acreditamos que a amamentação é o início ideal de nutrição para bebês. Também reconhecemos que a amamentação nem sempre é uma opção para os pais. Ressaltamos a importância de consultar um profissional de saúde antes de decidir por utilizar fórmulas infantis e se possuir dificuldades em amamentar”.



Foto: iStock.com/stevanoVICIGOR

As Fórmulas Infantis, elaboradas para suprir ao máximo as necessidades nutricionais dos bebês, são os produtos que mais se aproximam do leite materno

Para outras necessidades específicas, que podem surgir após os 6 meses de idade, outras opções estão disponíveis. São utilizadas como complemento na alimentação e podem ajudar em casos de alergia à proteína do leite, que é a alergia alimentar mais presente na infância e acomete de 2 a 3% do total de crianças, podendo causar sintomas como vermelhidão, coceira e vômito.

Entre as principais opções de Fórmulas Infantis, que se dividem por faixa de idade e necessidades específicas, estão:

Fórmulas de partida: indicada para bebês desde o nascimento até os 6 meses de vida.

Fórmulas de segmento: indicada dos 6 meses a 1 ano de vida, como complemento da alimentação.

Fórmulas de segmento para a primeira infância: indicada de 1 ano a 3 anos de idade, como complemento na alimentação.

Fórmulas antirrefluxo: contém substâncias que ajudam a evitar o refluxo.

Fórmulas sem lactose: indicada nos casos de intolerância à lactose.

Fórmulas à base de soja: feitas a partir da proteína de soja são indicadas para bebês com sintomas alérgicos relacionados à proteína do leite de vaca.

Fórmulas hidrolisadas: são alergênicas, onde as proteínas são encontradas na forma de aminoácidos. Podem ser indicadas em quadros de alergia que não respondem bem a outras opções.

De acordo com a Nestlé, “as Fórmulas Infantis são diferentes entre si para atender as exigências nutricionais de cada fase do desenvolvimento de um bebê ou necessidades especiais. Por isso, seu uso deve ser sempre recomendado por um pediatra ou nutricionista”.



Foto: iStock.com/AlasdairJames

Primeira infância, saúde para a vida toda!

Os primeiros 3 anos de vida tem papel crucial no desenvolvimento de cada indivíduo, com etapas importantes que serão a base para uma boa saúde durante toda a vida. É um período de crescimento intenso, onde se parte da primeira célula e se atinge aproximadamente 500 trilhões de células aos 3 anos. Quanto ao desenvolvimento cognitivo, 80% da massa cerebral do adulto é alcançada até os 3 anos de idade, assim como a maior parte do desenvolvimento imunológico.

Quanto a importância de uma alimentação equilibrada e eficiente na primeira infância, a Danone ressalta que “as crianças nessa fase, por estarem em pleno crescimento e desenvolvimento, necessitam de quantidades maiores de vitaminas e minerais que um adulto. Vitamina A, vitamina D, vitamina C, ferro, cálcio, fibras e ácidos graxos essenciais são alguns dos nutrientes que mais faltam na alimentação das crianças brasileiras e, por isso, precisam de maior atenção”.



Você encontra na SantaCruz



MUCILON MULTICEREAIS 600 G
Cód. 717128

NAN COMFOR 1 F.I NESTLE 400G Cód. 701050
NINHO FASES 1+PREBIO 800G Cód. 705770
NESTOGENO 1 F.I NESTLE 400G Cód. 705715



APTAMIL PROFUT 1 800G Cód. 707196
APTANUTRI PREMIUM 3 800G Cód. 703273



FORTINI COMPLETE CHOCOLATE 800G
Cód. 716553



SUSTAGEN KIDS BAUN SACH L700P500
Cód. 709448

O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: APÓS OS 6 (SEIS) MESES DE IDADE, CONTINUE AMAMENTANDO SEU FILHO E OFEREÇA NOVOS ALIMENTOS
O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: O ALEITAMENTO MATERNO EVITA INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ OS 2 (DOIS) ANOS DE IDADE OU MAIS

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



Aptanutri: A evolução da nutrição a partir de 1 ano.



Cód. 714046

Aptanutri **Premium***



Cód. 703273

Aptanutri **Profutura***

OS PRODUTOS MENCIONADOS NÃO CONTÊM GLÚTEN.
Consulte sempre seu médico e/ou nutricionista. Imagens ilustrativas. Abril / 2023

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

Referências bibliográficas: 1. SBP, 2018. 2. Mello CS et al. J Pediatr (Rio J) 2016;92:451-63. 3. ABRAN, 2020. 4. FAO PAPER 91, 2010.

DANONE

CONHEÇA UMA NOVA FORMA DE ABASTECER SUA LOJA

L'ORÉAL
BEES

AGORA DISPONÍVEL
PARA FARMÁCIAS
E PERFUMARIAS



AQUI VOCÊ ENCONTRA L'ORÉAL COM AS MELHORES CONDIÇÕES

MELHORES PREÇOS
A QUALQUER LUGAR
E A QUALQUER HORA



PROGRAMA DE PONTOS
CLUB B, ACUMULE PONTOS
E TROQUE POR PRODUTOS

VENHA CONFERIR AS OFERTAS L'ORÉAL NO BEES

ACESSE NO SEU NAVEGADOR

MYBEES.COM.BR

OU

BAIXE O APP **PARCEIRO BEES**

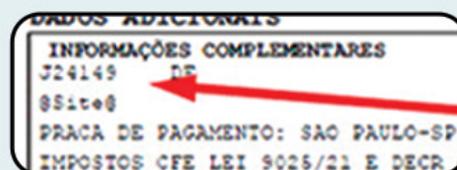


Disponível na
App Store

DISPONÍVEL NO
Google Play



SERÁ SOLICITADO O SEU **CÓDIGO CLIENTE**.
VOCÊ PODE ENCONTRÁ-LO NO CAMPO 'INFORMAÇÕES
COMPLEMENTARES' DA SUA NOTA FISCAL.





Obesidade: muito além da estética

Estudos apontam novos caminhos no combate a obesidade. Inovação, na farmácia!

Apontado como um dos assuntos mais comentados na internet nos últimos meses, medicamentos indicados para o combate a obesidade e o sobrepeso aparecem com grande destaque nos sites de pesquisa e em comentários nas redes sociais.

Aprovados nos Estados Unidos pela FDA (Food and Drug Administration) são comercializados por lá há alguns anos e com a aprovação da Anvisa (Agência

Nacional de Vigilância Sanitária) passam a ter o direito de comercialização aqui no Brasil, em todo território nacional. Os medicamentos Ozempic e Wegovy, ambos da Novo Nordisk, já estão disponíveis nas farmácias, o Mounjaro, da Eli Lilly, ainda não tem data definida para o início de vendas no Brasil, apesar de já ter a aprovação.

No Brasil, segundo o último levantamento do Ministério da Saúde, 1 em cada 4 adultos (aproximadamente 24,3% da população) são obesos. O Atlas Mundial da Obesidade de 2024 prevê que, até 2035, a obesidade e o sobrepeso devem atingir metade das crianças e adolescentes brasileiros. Uma pessoa é considerada obesa quando seu Índice de Massa Corporal (IMC) resulta em 30 ou mais, fato que aumenta a possibilidade de problemas de saúde graves.

Novas descobertas abrem caminho para tratamentos mais eficazes em medicamentos compostos por pesquisa, estudos clínicos e muita tecnologia. Explore esse novo mercado, na farmácia.



No Brasil

**1 em cada
4 adultos**
(aproximadamente
24,3% da população)
são obesos

Fonte: Ministério da Saúde

Obesidade, pesquisa
e seus resultados



Cientistas trabalhando pela saúde

Pesquisas e testes clínicos levaram duas das mais conceituadas empresas do mundo a caminhos diferentes buscando o mesmo fim. São duas substâncias, a Semaglutida e a Tirzepatida, apresentando resultados muito satisfatórios quanto a seus objetivos. Mas, quais as principais diferenças?

A Novo Nordisk, responsável pelo desenvolvimento do Wegovy® nos esclarece: “A Semaglutida 2,4 mg é uma substância que pertence à classe dos análogos de GLP-1, um hormônio produzido pelo nosso corpo, principalmente no intestino. Nosso

medicamento é 94% semelhante ao hormônio que produzimos. Então, o medicamento atua em uma área do cérebro chamada hipotálamo, que é responsável por regular o apetite, levando a uma redução da fome e aumento da saciedade. Em outras palavras, o paciente tem menos desejo de comer e se satisfaz rapidamente com pequenas quantidades de comida. Isso, combinado com uma dieta saudável e equilibrada e atividade física regular, promove uma maior perda de peso”.

No caso da Tirzepatida, que ainda não foi lançada no Brasil, a dra. Priscila Sales Barroso, médica endocrinologista e Gerente Médica de Cardiometabolismo da Eli Lilly do Brasil, explica que “o Mounjaro é um medicamento que representa uma nova classe terapêutica para o tratamento do diabetes tipo 2, sendo a primeira e única medicação aprovada capaz de atuar nos receptores dos dois hormônios incretínicos. Ou seja, seu mecanismo de ação é imitar esses hormônios naturais (GIP e GLP-1) que são secretados pelo intestino após as refeições. Estudos identificaram que o GIP contribui para a redução da ingestão de alimentos e para o aumento do gasto energético, resultando em reduções de peso e, quando combinado com o GLP-1, pode resultar em maiores efeitos no controle da glicose no sangue e na redução do peso corporal. No Brasil, a Tirzepatida recebeu a aprovação da Anvisa para o tratamento do diabetes tipo 2 e aguardamos a aprovação regulatória para o tratamento da obesidade. É importante reforçar a importância que o tratamento seja prescrito e acompanhado por um profissional de saúde e não endossamos ou apoiamos sua utilização off label, ou seja, em desacordo com a bula”.

Novos tratamentos, um mercado em expansão

Hábitos, comportamento, estilo de vida, incidem diretamente na saúde e bem-estar de todos, em grandes centros ou em pequenas cidades. O elo formado entre pacientes e corpo médico é uma das molas que impulsionam a pesquisa e a indústria, sempre atentos às necessidades da população.



Foto: iStock.com/Jacob Wackerhausen

Novas descobertas abrem caminho para tratamentos mais eficazes em medicamentos compostos por pesquisa, estudos clínicos e muita tecnologia. Explore esse novo mercado, na farmácia

Sobre esse mercado, em constante movimento, a dra. Priscila Sales Barroso, da Eli Lilly, destaca que “sabemos as necessidades não atendidas das pessoas que vivem com doenças metabólicas em todo o mundo e, por isso, continuamos a nos esforçar para maximizar o número de pacientes que podemos ajudar com nossos medicamentos. Por isso, seguimos trabalhando em busca de novas opções terapêuticas para esses pacientes. Investimos 27% do nosso faturamento em pesquisa e desenvolvimento (P&D) e, hoje, 40% do nosso pipeline de moléculas em desenvolvimento está voltado para a área de metabolismo. O mercado brasileiro é de suma relevância e, este ano, completamos 80 anos no país com objetivo de continuar trazendo novos medicamentos inovadores e mais estudos clínicos para o país. Atualmente, temos mais de 12 estudos clínicos sendo realizados aqui no Brasil com três moléculas para tratar a obesidade, impactando quase 4.000 pacientes brasileiros”.

No Brasil, o mercado de medicamentos contra a obesidade apresenta índices de crescimento e a Novo Nordisk ressalta, considerando os movimentos de mercado e perfil consumidor, que “o mercado de medicamentos contra a obesidade no Brasil mostra sinais claros de crescimento para os próximos anos, conforme os dados mais recentes da IQVIA Brasil. Esse crescimento é impulsionado por uma maior conscientização sobre a obesidade como uma condição de saúde grave que requer tratamento médico, além do aumento do número de pessoas buscando soluções eficazes para o controle de peso”.



Foto: iStock.com/ViktorinaNovokhatska

Obesidade entre crianças e adolescentes

A obesidade entre crianças e adolescentes já é tida como uma preocupação de saúde pública no Brasil. O aumento de casos nos últimos anos pede atenção e conduta responsável, principalmente para evitar o surgimento de comorbidades associadas.

O medicamento da Novo Nordisk também é indicado para adolescentes acima de 12 anos com obesidade e peso corporal superior a 60 kg, e sobre esse assunto a empresa destaca que “o mundo hoje vive um quadro de epidemia de obesidade, e não é diferente entre crianças e adolescentes. Em um cenário alarmante, a chegada de novos medicamentos representa uma ferramenta importante para enfrentar essa crise de saúde pública, oferecendo uma nova opção de tratamento para jovens que precisam de intervenções além das mudanças no estilo de vida”.



O mercado de medicamentos contra a obesidade no Brasil mostra sinais claros de crescimento para os próximos anos

Fonte: IQVIA Brasil

Na visão da dra. Priscila Sales Barroso, da Eli Lilly, “a obesidade é uma doença crônica que necessita de tratamento eficaz de longo prazo, assim como qualquer outra condição crônica. Mas o que realmente acontece é que a doença é percebida como uma escolha de estilo de vida, algo que os próprios pacientes deveriam ser capazes de resolver sozinhos. Sem dúvida precisamos pensar em um tratamento multidisciplinar que ajude não apenas a criança, mas toda a família, a mudarem hábitos de alimentação, atividade física, etc. Temos o estudo Surmount-Adolescents que está em andamento e avaliará a segurança e eficácia da Tirzepatida em adolescentes de 12 a 17 anos com obesidade ou sobrepeso com pelo menos uma comorbidade relacionada ao peso, mas ainda não há previsão de quando essa indicação será incluída em bula. Não endossamos ou apoiamos a utilização off label, ou seja, em desacordo com a bula e reforçamos a necessidade do acompanhamento de um profissional de saúde”.

A farmácia como propagador de saúde

A importância da farmácia na condução de boas práticas e no atendimento humanizado da população é destacada pela indústria, e se reforça como um elo significativo nas relações estabelecidas. Informação e individualização nos atendimentos são pontos fortes na busca de uma interação real com a sociedade.

A dra. Priscila Sales Barroso, da Eli Lilly, destaca que “acredita que as farmácias são essenciais para levar mais saúde e cuidado para a população. Elas se tornaram verdadeiros hubs de saúde, pois os serviços que encontramos não se limitam apenas a compra de medicamentos, mas também incluem serviços importantes para a população como monitoramento da pressão arterial e nível de açúcar no sangue. Levar informação de qualidade para os farmacêuticos é o melhor caminho para estabelecer uma relação de confiança entre a sociedade e diversos setores. Por isso, acreditamos cada vez mais que fomentar o conhecimento, com informações embasadas e linguagens e formatos acessíveis, são de extrema relevância para levarmos conhecimento para mais pessoas, sempre em conformidade com a regulação vigente”.

Para a Novo Nordisk, um dos pontos fundamentais é a comunicação direta com os pacientes e “o papel crucial na disseminação de informações sobre novos tratamentos. Para fortalecer essa comunicação entre a indústria, farmácias

Informação e individualização nos atendimentos são pontos fortes na busca de uma interação real com a sociedade



Foto: iStock.com/passorn_santiviriyanon

e consumidores, a empresa investe em programas de treinamento contínuo para farmacêuticos, fornecendo materiais educativos detalhados e criando plataformas de interação direta com os pacientes. Essas iniciativas não apenas capacitam os profissionais de farmácia para fornecer orientações precisas sobre o uso correto dos medicamentos, mas também promovem um ambiente de confiança e segurança para os pacientes. Ao alinhar a comunicação com as melhores práticas de farmacovigilância

e ética, a Novo Nordisk assegura que os tratamentos sejam utilizados de forma eficaz e responsável, sempre em parceria com a orientação médica. As farmácias também desempenham um papel importante em campanhas de conscientização sobre doenças, como a obesidade e outras condições de saúde. Essa abordagem diversificada ajuda a alcançar um público mais amplo e a promover a conscientização sobre as doenças, seus riscos e as opções de tratamento disponíveis.

Você encontra na SantaCruz



CONFIRA A BULA COMPLETA

OZEMPIC 1MG + 4 AG NOVOFINE 4MM
Cód. 115837



WEGOVY 0,25MG+4AG NOVOFINE
Cód. 124094



WEGOVY 1MG+4AG NOVOFINE
Cód. 109633



CONFIRA A BULA COMPLETA

WEGOVY 1,7MG+4AG NOVOFINE
Cód. 124092

OZEMPIC® (semaglutida) Indicações: Ozempic® contém o princípio ativo semaglutida. Ozempic® é usado, em conjunto com dieta e exercícios, para tratar pacientes adultos com diabetes tipo 2 não satisfatoriamente controlada (nível de açúcar no sangue permanece muito alto). Ozempic® é usado: • sozinho – se sua glicemia (nível de açúcar no sangue) não for bem controlada somente com dieta e exercícios, e você não puder usar metformina (outro medicamento para diabetes), ou • com outros medicamentos para diabetes – quando eles não são suficientes para controlar seus níveis glicêmicos. Esses outros medicamentos podem incluir: antidiabéticos orais (como metformina, tiazolidinediona, sulfonilureia) ou insulina. É importante que você siga a dieta e o estilo de vida indicado pelo seu médico, farmacêutico ou enfermeiro durante o tratamento com Ozempic®. Contraindicações: Não use Ozempic® se você for alérgico à semaglutida ou a qualquer outro componente deste medicamento (veja item "Composição"). MS: 11766.0036. **WEGOVY®** (semaglutida) Indicações: Wegovy® é usado para perda e manutenção de peso, associado à dieta e exercício físico, em adultos que apresentam IMC de 30 kg/m² ou mais (obesidade) ou IMC igual ou acima de 27 kg/m² e inferior a 30 kg/m² (sobrepeso) e problemas de saúde relacionados ao peso por exemplo, diabetes, hipertensão, níveis anormais de gordura no sangue, problemas respiratórios durante o sono chamado "apneia obstrutiva do sono" ou histórico de ataque cardíaco, derrame ou problemas nos vasos sanguíneos. O IMC (Índice de Massa Corporal) é uma medida do seu peso em relação à sua altura. Wegovy® é usado para perda e manutenção de peso, associado à dieta e exercício físico, em adolescentes com 12 anos de idade ou mais que apresentam: obesidade, peso corporal > 60 kg. Como paciente adolescente, você só deve continuar usando Wegovy® se tiver perdido pelo menos 5% do seu IMC após 12 semanas com a dose de 2,4 mg ou dose máxima tolerada. Consulte o seu médico antes de continuar. Contraindicações: Não use Wegovy se você for alérgico à semaglutida ou a qualquer outro componente deste medicamento (veja item "Composição"). MS: 11766.0039 **SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.**

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



Foto: iStock.com/AleksandarNakic

VERÃO

produtos especiais para aproveitar o sol

Aproveite, na farmácia, as tendências e perspectivas de mercado para a temporada e impulsione suas vendas



No Brasil, um país tropical, todos têm uma relação muito estreita com o Sol, que se revela em atividades ao ar livre, na prática de esportes e até nas simples rotinas do dia a dia. O aumento das temperaturas, que normalmente tem início pouco após a chegada da Primavera, chega acompanhada de feriados nacionais, do planejamento das férias em família e das esperadas festas de final de ano.

Para os consumidores, novas necessidades surgem em produtos que vão fazer parte dessa rotina especial e que precisam estar disponíveis para compra, de preferência na farmácia mais próxima ou on-line. Muito requisitados durante todo o ano,

os Protetores Solares são destaque em suas variadas versões, específicos para cada tipo de pele, para cada atividade, para cada região do corpo ou com multifunções, quando aparecem aliados a ativos que previnem o aparecimento de manchas ou suavizam linhas de expressão. Hidratante, Bronzeador, Pós Sol e Repelente de Insetos também fazem parte dessa cesta especial, e não podem faltar.

A Temporada de Verão é antecipada nas farmácias e requer planejamento, gerenciamento de compras e estoque, PDV com layout especial e equipe pronta e treinada para atender com eficiência aos clientes usuais e ocasionais. Entender o que foi sucesso de vendas na temporada anterior, estar atento a lançamentos e produtos consolidados com nova roupagem e implementar as temáticas relacionadas às festas e ao verão no PDV são apenas alguns caminhos. Priorize o planejamento, e tenha uma Temporada de sucesso em vendas!

No Brasil, um mercado dinâmico e em ascensão

Quando consideramos uma cesta de produtos que inclui Protetor Solar, Bronzeador, Pós Sol e Repelente de Insetos podemos detectar um mercado promissor e aquecido, que tem seu auge na Temporada de Verão. Para Nivea, “o mercado brasileiro de cuidados pessoais é muito desenvolvido, dinâmico e em constante evolução.

Os consumidores brasileiros são apaixonados por cuidados pessoais, ligados a tendências e este comportamento tem se intensificado. Para nós, as expectativas são sempre positivas, pois é na temporada de verão que nossas principais linhas de proteção solar mais se destacam. Automaticamente, esta categoria acaba impactando positivamente também em outras linhas de produtos, pois a cesta de compras no final do ano é bastante variada e contempla itens pessoais, para a família e para presentear pessoas próximas”.



Hidratante, Bronzeador, Pós Sol e Repelente de Insetos também fazem parte dessa cesta especial, e não podem faltar

**LC NIVEA
BODY MILK
200ML
Cód. 701437**



**LUMINOUS
15ML+MICELAR
7EM1 200ML
Cód. 716759**



**PROTETOR
LAB LIP CARE
AMORA 4,8G
Cód. 709504**



CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

Números importantes ajudam a analisar o mercado atual e suas perspectivas futuras. Diego Pamplona, Gerente de Marketing de OTC da Eurofarma, revela que em sua visão “o mercado brasileiro vem crescendo constantemente nesse segmento e isso se deve a diversos fatores. Segundo dados do Euromonitor International, o mercado brasileiro de proteção solar nunca cresceu tanto em um único ano: 28,8% em 2023, atingindo R\$ 5,3 bilhões. Já na questão de saúde, estamos cientes de que as altas temperaturas fazem o consumidor se cuidar cada vez mais. Anteriormente, os produtos de proteção solar eram algo restrito às classes A e B de consumidores, devido ao alto preço. Nós enxergamos uma grande oportunidade nesse segmento e acreditamos muito na democratização do cuidado, associado a tecnologia e conhecimento farmacêutico da companhia”.

Pesquisa e inovação, proteção ao sol!

Equipes de pesquisadores ao redor do mundo trabalham para que a indústria possa oferecer produtos cada vez mais eficazes, abrangentes e de menor custo para consumidores cada vez mais informados e cientes das suas demandas. A cada temporada, novos produtos ocupam seu lugar no PDV e são avidamente consumidos por clientes que buscam bem-estar e saúde. Ao mesmo tempo, produtos já consolidados podem receber uma nova roupagem, e confirmar mais uma temporada no topo das listas de mais vendidos.

Para as indústrias, os multifuncionais aparecem como um caminho na evolução de produtos. Para a Neutrogena, “a perspectiva para o verão de 2025 indica altas temperaturas em grande parte do Brasil, influenciadas pela previsão de La Niña que deve perdurar até a próxima estação. Em resposta a esse cenário, a proteção solar diária se torna ainda mais crucial para prevenir danos à pele e promover a saúde a longo prazo. No campo da tecnologia e pesquisa de produtos, estamos observando uma busca contínua por protetores solares mais eficazes e multifuncionais. Estudos científicos estão impulsionando a criação de produtos que não só protegem contra os raios UV, mas também oferecem benefícios adicionais para a pele. Essas inovações estão sendo desenvolvidas para garantir eficácia, conforto e praticidade no uso diário, adaptando-se às necessidades variadas dos consumidores”.



O mercado brasileiro de proteção solar nunca cresceu tanto em um único ano: 28,8% em 2023, atingindo R\$ 5,3 bilhões

Fonte: Euromonitor International

Com atenção plena, em um mercado que se transforma a cada temporada, a Nivea atualiza e torna sua linha mais abrangente declarando que: “buscamos sempre inovar em toda nossa cadeia de produção, com formulações e ativos diferenciados, resultado de anos de pesquisa, o que nos mantém como referência e consolida o trabalho que fazemos há mais de um século. Para o próximo verão, iremos priorizar os itens para todos os momentos de exposição ao sol, seja na praia, na piscina ou na rotina do dia a dia. A pele do rosto é a mais sensível e exposta, por isso indicamos protetores solares específicos para a região e o tipo de pele de cada pessoa. Protetor Solar com partículas que absorvem e controlam a oleosidade e tem efeito matte, é ideal para peles mistas à oleosas, outra versão com fórmula hidratante e ativo Q10, auxilia na prevenção do envelhecimento precoce, hidrata e protege a pele normal à seca. Ambos com FPS 60 oferecem alta proteção UVA/UVB e minimizam os efeitos causados pela luz visível. Há, ainda, o novo Beauty Expert Anti-Idade Sensitive, que foi especialmente desenvolvido para peles sensíveis, não possuindo fragrância, corantes ou conservantes”.

A farmácia, em sintonia com o Verão

Para estar em sintonia com a evolução de mercado, alguns parâmetros importantes se destacam. Uma cesta de produtos que vá de encontro às necessidades do consumidor usual, aquele que



já frequenta a farmácia, ações atrativas para novos clientes, como turistas ou clientes de ocasião, um PDV que disponha os produtos de forma clara e que convide a uma experiência de compra confortável e agradável, enfim, uma loja em clima de Verão.

Como destaque, Silvia OSSO, consultora e especialista em varejo, ressalta como algumas tendências são importantes não só para a Temporada de Verão, mas para um futuro de crescimento e sucesso. “Estamos passando por um ano especial onde os consumidores estão cada vez mais seletivos. Algumas tendências de varejo são guias importantes de crescimento para quem faz parte do segmento ou depende dele de alguma forma. Tanto

faz se considerarmos apenas para o verão, ou para os próximos passos do varejo. Assim, é importante ficar atento aos 5 Ms: Menos, Menores, Melhores, Mais perto e Mutantes. Esses 5 conceitos não são, necessariamente, fatores de sucesso. Mas, sobreviverão as lojas que evoluírem neles. A evolução do digital está caminhando para que se tenha:

- ▶ **MENOS LOJAS:** A distribuição, que era ter uma loja em cada esquina, hoje dá lugar aos canais digitais que facilitam o acesso. A loja só existirá se tiver como contribuir para o desenvolvimento da comunidade, como hub de saúde, micro centro de distribuição, local de experiências positivas, hiper conveniência, etc.
- ▶ **LOJAS MENORES:** porque o cliente está cansado de ter que se deslocar em ambientes enormes, parecendo um labirinto.
- ▶ **LOJAS MAIS PERTO:** clientes preferem lojas perto de suas casas, mais acolhedoras e fáceis de comprar.
- ▶ **LOJAS MELHORES:** lojas que se parecem com depósitos vão diminuir e só ficarão aquelas que têm preços muito baixos. As novas lojas incorporarão elementos de design, entretenimento, educação, personalização, sustentabilidade e atendimento, que as tornam irresistíveis ao cliente. Elas são lindas, práticas, acolhedoras e divertidas. Claro, tecnologia ajuda muito, mas não é o único fator de diferenciação.
- ▶ **LOJAS MUTANTES:** porque com as inovações tudo tem que mudar com agilidade”.



**Temporada de Verão:
Feriados Nacionais
2024/2025**



Para a Temporada de Verão, Silvia OSSO fala sobre a importância das festas de final de ano, das férias e seus temas: “a farmácia deve estar em ordem e tem que estar com muita cara de Natal. O cliente que passar por ela tem que achar que Papai Noel está lá dentro esperando por ele ou por suas crianças e amigos. Capriche na execução dos temas natalinos, nos de verão e férias com bom gosto. Se tiver dificuldade, contrate um profissional para ajudar na decoração, na tarefa de embelezar a loja. Cuide de cada detalhe, da entrada até a embalagem para os presentes, que o auxiliarão a motivar os clientes a comprar em sua farmácia. Treine seu pessoal para fazer lindos embrulhos e pacotes”.

Você encontra na SantaCruz



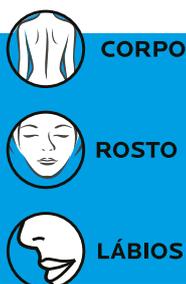
Veja mais produtos



CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



CICAPLAST
HIDRATA, REPARA
E ACALMA A PELE



7908615058504

7908615000169

*A marca mais mencionada entre as 3 top marcas mais recomendadas por dermatologistas. Fonte: Pesquisa realizada no mercado dermocosmético pela IQVIA e outros parceiros (IPSOS, TNS) entre setembro de 2017 e agosto de 2017, entre dermatologistas de 59 países, que representam mais de 80% do mercado. **Estudo clínico - Autoavaliação 51 indivíduos

3 ceramidas essenciais para restaurar a barreira da pele

#1 HIDRATAÇÃO MAIS RECOMENDADA POR DERMATOLOGISTAS



7899706186698

7899706159272

7899706159197

De acordo com a base de dados de prescrição fornecida pela Close-Up em 12-2022, considerando apenas prescrição de Dermatologistas, sem medicamentos e mercados montados pela L'Oréal, é possível afirmar que CeraVe é a marca mais prescrita por dermatologistas no mercado de Hidratante Corpo Total, considerando o MAT de Dezembro de 2022 (Nov/21 à dez/22).

ANTHELIOS
AIRLICIUM CORES FPS70



NOVA FÓRMULA

AIRLICIUM+
CORES
FPS 80

ANTHELIOS AIRLICIUM
FPS70 SEM COR 50G
7899706120265

ANTHELIOS AIRLICIUM
FPS70 COR 1.0 50G
7899706198325

ANTHELIOS AIRLICIUM
FPS70 COR 2.0 50G
7899706198332

ANTHELIOS AIRLICIUM
FPS70 COR 3.0 50G
7899706198349

ANTHELIOS AIRLICIUM
FPS70 COR 4.0 50G
7899706198356



NOVA NUANCE!

ANTHELIOS AIRLICIUM
FPS80 SEM COR 50G
7899706195027

ANTHELIOS AIRLICIUM
FPS80 COR 1.0 50G
7908615031514

ANTHELIOS AIRLICIUM
FPS80 COR 2.0 50G
7908615031484

ANTHELIOS AIRLICIUM
FPS80 COR 3.0 50G
7908615031453

ANTHELIOS AIRLICIUM
FPS80 COR 5.0 50G
7908615031422

ANTHELIOS AIRLICIUM
FPS80 COR 6.0 50G
7908615031392



CONTROLE + REDUÇÃO DA OLEOSIDADE

NÃO CRAQUELA | COR UNIFORME | EFEITO MATTE O DIA TODO

Garanta a solução completa

HUGGIES na sua loja!

Hora do Banho

Nova fórmula mais pura (2)
Com glicerina vegetal

Parabenos, silicones e álcool (3) **0%**

Livre de lágrimas

Hipoalergênico



HUGGIES Shampoo Extra Suave 705417
HUGGIES Sabonete Extra Suave 701569
HUGGIES Sabonete Camomila 701571
HUGGIES Shampoo Camomila 701570

TOALHAS UMEDECIDAS

Higiene Diária



RENDE 2X MAIS*

Limpeza desde a 1ª passada

Remove até sujeiras invisíveis*
Cód. 796680

HUGGIES	Outras toalhas
★★★★★	★★★☆☆
	

Teste com luz UV

* Resíduos irritantes presentes nas fezes e urina.

HUGGIES é a marca mais completa do mercado

Com uma solução para **cada necessidade**

713856



HUGGIES
Proteção Dia

Proteção para o dia

Abсорção na medida certa para o dia

CONTÉM 52 folhas descartáveis

Leve, flexível e macio para o dia

Proteção Dia

Absorção na medida certa para o dia

Disponível no count Mega

713856



HUGGIES
Tripla Proteção

Mais sequinho e protegido

14 folhas

CONTÉM 14 folhas descartáveis

Tripla Proteção

Proteção essencial: bebê sequinho e protegido

Disponível nos counts Mega e Hiper

708900



HUGGIES
Supreme Care

Mais conforto e absorção dia e noite

66 folhas

CONTÉM 66 folhas descartáveis

Supreme Care

Proteção superior aliada com conforto para o bebê

Disponível nos counts Mega e Hiper



A farmácia com “Superpoderes”

Personagens e fantasia marcam um encontro com as crianças, na farmácia!



O ato de assistir TV, nos últimos anos, sofreu diversas alterações ligadas a tecnologia e ao comportamento. Novas bases, como o computador, celular e tablet, deram mobilidade a essa prática e canais de streaming colocam programas à disposição de todos, no horário e local de preferência.

Crianças e pré-adolescentes, que dominam as tecnologias recentes desde muito cedo, estabelecem um contato quase

diário com seus personagens preferidos, que lhes apresentam universos mágicos e criativos que passam a fazer parte de suas rotinas e a estampar seus produtos.

Considerando o interesse que cada faixa etária desperta, são super-heróis, princesas, bruxos, animais mágicos e grandes nomes do esporte que agitam os pequenos e movimentam o mercado, direcionando com as suas preferências a necessidade de compra dos adultos, responsáveis pelas compras da família ou apenas por uma compra ocasional.

No mês das crianças, uma atenção especial a esse universo fantástico e repleto de cor e significado pode impulsionar suas vendas e transformar a farmácia em um ambiente mágico!

Personagens Infantis, assunto sério para a indústria

De acordo com dados da Abralicensing International (Associação Brasileira de Licenciamento de Marcas e Personagens), o faturamento do setor no varejo atingiu a marca de R\$ 23,2 bilhões em 2023, o que aponta um mercado em franco crescimento, onde o setor de cuidados pessoais figura entre os quatro mais relevantes. Outro dado interessante é que 80% dos produtos licenciados no Brasil são relacionados ao público infantil. A pesquisa aponta que produtos com personagens têm 20% mais chance

de venda em relação a um item com embalagem comum.

Diego Pamplona, Gerente de Marketing de OTC da Eurofarma, destaca que “o universo infantil dentro das farmácias já responde por 13,9% dos produtos OTC e crescem por volta de 10% ao ano, segundo o IQVIA. A expectativa de crescimento é ainda maior, por se tratar de um mercado inexplorado no Brasil, dominado por fraldas e fórmulas. Produtos licenciados auxiliam no conhecimento e penetração da marca. Por exemplo, quem nunca, quando era criança, chegou em uma loja e pediu para mãe, ou ao pai, um produto com o seu personagem preferido?



**Produtos infantis,
cuidados pessoais
em boa companhia**



Atualmente podemos destacar a linha Baby Shark, que já possui quase 23% de participação de mercado, além dos produtos de Bob Esponja, que vêm ganhando cada vez mais espaço”.

Para os pequenos, produtos que aliam saúde e diversão!

A presença de personagens encontrados diariamente nas telas estampando produtos impactam diretamente na formação da identidade de cada marca. Os personagens carregam sua história, seu ambiente, amigos e sua personalidade, aliando suas características, já ligadas afetivamente ao seu público, a marca e produto em questão.

Com destaque para a linha que apresenta os personagens Minions, para a Colgate, “os produtos infantis transformam o momento da escovação em algo divertido. Incentivar os pequenos a usar a escova os ajuda a desenvolver hábitos saudáveis desde cedo. Criar uma rotina com os pequenos vai ajudá-los a perceber que é importante cuidar de seu corpo e de sua saúde. Incluir atividades lúdicas na hora da escovação infantil ajuda as crianças a escovarem seus dentes, sempre de uma forma descontraída e com facilidade”.

Para a Nivea, as edições limitadas de hidratante labial com personagens que habitam livros, cinemas e parques encantados pelo mundo, marcam produtos que “celebram



Produtos com personagens têm 20% mais chance de venda em relação a um item com embalagem comum

Fonte: Abral-Licensing International (Associação Brasileira de Licenciamento de Marcas e Personagens)

Personagens infantis, campeões de bilheteria!

CLIQUE AQUI

a magia da amizade e hidratam os lábios com sua fórmula exclusiva, contendo manteiga de karité e óleos de abacate e de jojoba, promovendo 24 horas de hidratação. Garante lábios macios e protegidos contra ressecamento, criando uma barreira contra fatores externos, hidratação e cuidado, devido a sua fórmula com ingredientes 100% naturais. Dermatologicamente testado, o lip é adequado para o uso em crianças a partir de 3 anos, assim a brincadeira está garantida para todos”.

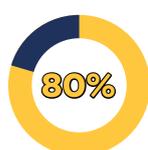
Pequenos, que sabem o que querem!

Inúmeras pesquisas que avaliam o comportamento de compra no varejo estudam o impacto das escolhas infantis nos últimos dez anos e o papel das crianças como influenciadores em potencial dentro da família. Uma delas, realizada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia

e Estatística), em parceria com a Dotz, intitulada “Crianças Brasileiras”, aponta dados interessantes e esclarecedores. Entre eles estão:



» **71% dos pais com filhos entre 0 e 3 anos** admitiram gastar mais quando fazem compras acompanhados das crianças.



» **80% dos pais com filhos entre 4 e 12 anos** admitiram gastar mais quando fazem compras acompanhados das crianças.



» **69% dos pais** são influenciados pelos filhos quando compram em farmácias e perfumarias.

Analisando os dados, não há dúvida quanto ao impacto das escolhas das crianças nas decisões de compra, observando-se uma influência direta, facilmente reconhecida pela indústria. Sobre isso, Diego Pamplona, da Eurofarma, observa que “o shopper da categoria hoje são as mães, e os filhos possuem uma influência alta quando a compra é feita com eles. Quando o momento de escolha é independente, a influência ainda existe, mas é menor. Embalagens bonitas que chamam atenção são o grande diferencial. Mas, é claro que uma boa exposição no local correto e na altura dos olhos das crianças que são público-alvo, ajudam a amplificar a atratividade do produto junto ao consumidor”.

Você encontra na SantaCruz

OAZ PROTETOR SOLAR BOB ESPONJA 70FPS 125ML
Cód. 717688

SAB LIQ HUGGIE REF E SUAVE 200ML
Cód. 714747

Veja mais produtos



OAZ PROTETOR SOLAR BOB ESPONJA 50FPS 125ML
Cód. 717687



LENCO HUGGIES TRIP PROTECAO C/88
Cód. 716580



CRM PRV ASSAD HUGGIES SUP CARE30G
Cód. 717867



CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



VITRINE DE LANÇAMENTOS

Os principais lançamentos do mercado em um só lugar, com as melhores condições!

Acesse pelo banner do seu Pedido Eletrônico



Compre com condições de pagamento especiais, em apenas um clique!



APROVEITE!

Lançamentos imperdíveis!

Tenha na sua farmácia os lançamentos que estão em destaque neste bimestre.



P SOLAR FAC INVISIBLE FPS70 40ML - Cód. 736808

Protetor solar facial nivea fluido invisível diário com fator de proteção 70 40ml com antioxidantes. Invisível para todos os tons de pele. Para todos os tipos de pele. Previne o envelhecimento precoce da pele.



NEUTROG SUNFRES FPS50 S/COR 40ML Cód. 725420

- > Protetor solar facial com textura fluida e toque seco.
- > Indicado para todos os tipos de pele, inclusive as sensíveis.
- > Hidrata profundamente por até 12 horas.
- > Oferece acabamento invisível.
- > Conta com exclusiva tecnologia Helioplex™ SL.



P SOLAR NIVEA COR CLARA FPS60 Cód. 733518

**ANTHE AIR FPS80
2.0+EFF CONC 50G -
Cód. 719439**

- > Indicado para peles oleosas e com tendência à acne.
- > Oferece alta proteção com FPS 70 contra raios UVA e UVB.
- > Reduz e controla a oleosidade do rosto.
- > Conta com Ácido Salicílico que ajuda a controlar a oleosidade.
- > Coloração 2.0, antiga cor clara.



**AV CLEANANCE
SERUM 30ML
Cód. 704810**

Cleanance Sérum Esfoliante A.H.A é um cuidado antiacne, antimarcas e antioleosidade que renova a pele em 10 dias. Indicado para peles oleosas e/ou acneicas.



**CERAVE GEL LIMP
ACNE CONTR 340G -
Cód. 719471**

- > Controla a oleosidade e a acne.
- > Desobstrui os poros.
- > Restaura a barreira protetora da pele.
- > Desenvolvida com dermatologistas.
- > Ajuda a prevenir o reaparecimento da acne.



**BEPANTOL BABY 120GR C/2 25% OFF
Cód. 704815**

- > Pode ser usado em recém-nascidos.
- > Protege contra assaduras por até 10 horas.
- > Hidrata a pele do bebê.
- > Forma uma camada protetora transparente.
- > Fácil de aplicar.

**APTANUTRI SOJA 3
800G - Cód. 719596**

- > Fórmula infantil em pó à base de soja.
- > Indicada para crianças de primeira infância (1 a 3 anos).
- > Livre de proteínas lácteas.
- > Não contém glúten.



**CENTRUM PÓ ENERGIA C/12
SACHÊS - Cód. 719560**

Centrum Pó Efervescente - Energia é Multivitamínico com 100% dos níveis Vitaminas B* que você precisa em um sabor refrescante de guaraná com Vitaminas B6, B12 e Magnésio, que auxiliam no metabolismo energético.



O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: APÓS OS 6 (SEIS) MESES DE IDADE, CONTINUE AMAMENTANDO SEU FILHO E OFEREÇA NOVOS ALIMENTOS

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



PLP

SantaCruz

O PLP é uma ferramenta que envia, automaticamente, para os clientes cadastrados, lançamentos com forte mídia ou visitação médica, com até 60 dias para pagar.

Participe!

Faça seu cadastro pelo site

www.santacruzdistribuidora.com.br

ou envie um e-mail para

plpsantacruz@stacruz.com.br



Acesse pelo
QR Code:



**Sua loja
atualizada
com os
PRINCIPAIS
LANÇAMENTOS!**

- ✓ Você terá um prazo de 60 dias para pagar.
- ✓ Sua loja sai na frente com os principais lançamentos.
- ✓ Sem custo de adesão ou cancelamento.
- ✓ E ainda tem a garantia da devolução caso não ocorra a venda.

 **SantaCruz**