



NOVO

reconstrução + aminoácido

# Cabelos 10x mais fortes\*



Cód. SC 778788

Cód. PP 723457

Cód. SC 778812

Cód. PP 723834

Cód. SC 778826

Cód. PP 723848

Cód. SC 778827

Cód. PP 723849

\*Com o uso da linha completa

#### MERCADO

**TREINAMENTO, NA FARMÁCIA  
UM TIME PRONTO PARA  
TRANSFORMAR ROTINAS E  
IMPULSIONAR VENDAS**

#### PAINEL

**DESCONGESTIONANTES  
NASAIS, ALÍVIO DOS  
PRINCIPAIS SINTOMAS  
DA GRIPE E ALERGIAS**

#### INOVAÇÃO

**DIGITALIZAÇÃO NAS  
FARMÁCIAS, A FARMÁCIA  
CAMINHANDO EM DIREÇÃO  
AO FUTURO**

Edição 03  
AGOSTO · SETEMBRO 2025



#### Marketing:

Nathalia Satt | Plicila Nunes

#### Projeto Gráfico:

Thatto Comunicação

#### Jornalista Responsável:

Rosangela Perez (MTb 32.963/SP)

A **Revista GrupoSC** tem circulação dirigida a todos os profissionais do canal farmacêutico. As matérias assinadas são de inteira responsabilidade dos autores, não expressando necessariamente a opinião do GrupoSC. 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 ao GrupoSC 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 do GrupoSC, 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



comunicado.grupo@gruposc.com.br

Acesse:

**www.gruposc.com.br**

## MERCADO

### 04. Treinamento: uma ferramenta poderosa para o sucesso da farmácia

Transformar a experiência de compra do cliente passa pela formação de um time coeso e eficiente. Nas vendas, sucesso!

## PAINEL

### 08. Descongestionantes Nasais: inovação em soluções para todas as idades

Em busca de oferecer bem-estar diário e qualidade do sono, produtos que auxiliam no combate ao principal sintoma de gripes e alergias.

## INOVAÇÃO

### 12. Digitalização da Farmácia: para um consumidor exigente, processos eficazes

Agilidade nos atendimentos e processos são pontos fundamentais para o desenvolvimento dos negócios. Dê os primeiros passos, e siga em direção ao futuro.

## OPINIÃO

### 18. Beleza, tecnologia e inovação, os novos caminhos dos dermocosméticos

Cada vez mais acessíveis e desejados, os dermocosméticos formam um mercado em plena ascensão. Uma conversa com Bruna Pessuto, executiva da Galderma

## PERSPECTIVA

### 23. Doenças Cardiovasculares: “Setembro Vermelho” e a importância da prevenção

Considerada um desafio pelas equipes de saúde nos períodos mais frios, pelo aumento considerável de casos, a busca de resultados envolve, também, a farmácia.

## TOME NOTA

### 30. Aleitamento Materno: na farmácia, acolhimento que faz diferença

Criar espaços de informação e acolhimento é um dos objetivos do “Agosto Dourado”, campanha que visa divulgar os benefícios da Amamentação, para mães e bebês.

## ATIVOS E FÓRMULAS

### 34. Ácido Hialurônico: hidratação + hidratação + hidratação

Poder de hidratação profunda, versatilidade e eficácia comprovada. Conheça o novo queridinho de dermatologistas e apaixonados por skincare.

## PANORAMA DERMO

### 40. Sérum Clareador: no combate e prevenção a hiperpigmentação

A exposição excessiva ao sol pode acarretar manchas na pele. Soluções eficazes, em dermocosméticos acessíveis e repletos de ativos especiais.

## LANÇAMENTOS

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

# CONSUMIDOR, O CENTRO DAS AÇÕES E PROCESSOS

A farmácia, um ambiente corporativo quando consideramos todas as nuances empresariais que envolvem basicamente gestão, processos e equipes, tem como ponto de convergência de todas as ações sua estrela principal: o consumidor. Tornar essa relação confiável, sólida e estreita é um caminho sempre em construção, que exige ajustes, atenção e empenho.

Informação e acolhimento fazem parte dessa jornada. Campanhas como “Agosto Dourado”, sobre Aleitamento Materno, e “Setembro Vermelho”, sobre Doenças Cardiovasculares, são destaque em eventos organizados por todo o país, assim como os Descongestionantes Nasais, que fazem parte de uma importante categoria nesta época do ano.

Uma equipe coesa e processos que busquem maior eficiência operacional também são assuntos a serem discutidos. A importância do Treinamento como ferramenta de vendas, caminha ao lado da necessidade da Digitalização nas farmácias, sempre em busca de excelência.

Conversando sobre mercado, consumidor e tecnologia, Bruna Pessuto, executiva da Galderma, expõe pontos importantes ligados à evolução de pesquisas e produtos. Pesquisas e alta tecnologia que também apresentam inovação com produtos contendo Ácido Hialurônico e com os ativos presentes em Sérums Clareadores, dois produtos que estão conquistando pela eficácia dos resultados, novos caminhos na busca de uma pele suave e radiante.

Nos vemos na próxima edição!

Boa leitura e bons negócios!



# Treinamento, uma ferramenta fundamental em vendas

Em busca de um atendimento de excelência, uma equipe coesa e bem preparada transforma e redefine o ato da compra, resultando em satisfação do cliente e aumento do ticket médio

Em um momento onde as vendas digitais seguem em um movimento crescente, lojas físicas assumem novos desafios e tem, como um dos principais objetivos, se destacar e ser a “escolha” do consumidor. O amplo conceito de Experiência de Compra, que engloba as interações e etapas da jornada do consumidor desde a compra em si até o suporte pós-venda, revela em cada fase implementada mudanças muito significativas na busca de vantagem competitiva, redução de custos e fidelização do cliente.

De acordo com dados divulgados pelo Núcleo de Pesquisas do PROCON-SP, no primeiro semestre de 2025, 93,11% dos entrevistados declararam que compram medicamentos e destes, 58,07% o fazem em lojas físicas. “Os quatro motivos mais apontados por comprar em lojas físicas foram: compra imediata sem espera pela entrega, facilidade de acesso/localização, atendimento pessoal e confiança na procedência do medicamento”, aponta a pesquisa.

Ter um ambiente agradável e acolhedor, bem iluminado e sinalizado, não só valoriza a exposição dos produtos como também desperta novos interesses, em lojas físicas ou digitais. Mas nesse contexto, da Experiência de Compra, dois pontos se destacam nas lojas físicas: a possibilidade de tocar e experimentar os produtos e a interação direta com a equipe de vendas, em um atendimento personalizado e humano.



**Os quatro motivos mais apontados por comprar em lojas físicas foram: compra imediata sem espera pela entrega, facilidade de acesso/localização, atendimento pessoal e confiança na procedência do medicamento**

Fonte: PROCON-SP

## Treinamento e capacitação, formando um time de sucesso!

A formação de um time, grupo de pessoas que desempenham suas funções distintas de forma coordenada e eficaz, necessita de alinhamento de objetivos, comunicação clara e colaboração mútua. Programas de capacitação bem organizados, com objetivos definidos, são uma poderosa ferramenta de vendas e gerenciamento, impactando diretamente no aumento da eficiência nos processos e na diminuição de erros e custos.

De acordo com a legislação vigente, a RDC 44/2009 determina que todos os funcionários de farmácias e drogarias devem ser capacitados quanto ao cumprimento das Boas Práticas Farmacêuticas, Legislação Sanitária e Procedimentos Operacionais Padrão. Do mesmo modo, a RDC 357/2001 CFF atribui aos farmacêuticos responsáveis a obrigação de treinar seus auxiliares, detalhando suas atribuições e estabelecendo diretrizes que visam qualidade nos serviços e segurança aos pacientes.

“Minha visão sobre isso é pautada tanto em dados quanto na vivência direta com farmácias de todos os portes: gente bem preparada vende mais, fideliza melhor e eleva o valor percebido da marca. O que vejo na prática é que capacitar não é só ensinar produto ou processo, é formar vendedores-consultores, que saibam ouvir, entender o momento de vida

do shopper e entregar uma solução que faça sentido. A farmácia, cada vez mais, deixa de ser só um local de compra e se consolida como um espaço de cuidado”, explica Fátima Merlin, consultora de Varejo e Shopper Marketing.



Foto: iStock.com/Drazen Zigic

**Treinamento, dê os primeiros passos**



## O impacto de um time coeso e seus benefícios

A capacitação de um time passa, basicamente, pelo desenvolvimento de habilidades em comunicação, método e organização, trabalho em equipe e amplo conhecimento sobre produtos e serviços. Como consequência direta, temos um aumento de confiança que reconhecemos em um time que se sente mais preparado e seguro para desempenhar suas funções.

Observando especificamente este mercado, Fátima Merlin ressalta que “dados mostram que equipes bem treinadas aumentam em até 30% as conversões no ponto de venda e contribuem diretamente para o NPS (Net Promoter Score) e o ticket médio. Mas mais do que números, é sobre criar relações de confiança com o cliente, algo que é cada vez mais decisivo, especialmente nas farmácias de pequeno e médio porte, onde o atendimento próximo é um diferencial competitivo. Para isso, é preciso ir além do treinamento pontual. Programas contínuos, com linguagem simples, ferramentas práticas, e que respeitem o dia a dia da operação, trazem os melhores resultados. E sim, farmácias menores podem (e devem) implementar isso de forma viável, com parceiros, plataformas acessíveis e uma liderança comprometida. No médio prazo, os resultados são evidentes: mais engajamento do time, mais fidelização, mais rentabilidade”.



**Dados mostram que equipes bem treinadas aumentam em até 30% as conversões no ponto de venda e contribuem diretamente para o NPS (Net Promoter Score) e o ticket médio**

# As 4 etapas básicas do processo de treinamento

**Estudos que partem de autores diversos determinam que um treinamento eficaz é composto por 4 etapas, que se aplicam perfeitamente a empresas de pequeno, médio e grande porte. São elas:**

# 1

## DIAGNÓSTICO:

Identificar as áreas com maior necessidade de evolução, detectando e analisando onde os processos e habilidades do time podem ser otimizados, tornando-os mais eficazes.

# 3

## IMPLEMENTAÇÃO:

Colocar o treinamento em prática, utilizando os métodos e recursos previamente definidos.

# 2

## PROGRAMAÇÃO:

A partir do diagnóstico, definir objetivos, métodos, conteúdo e recursos a serem utilizados no treinamento, visando também a obtenção de dados claros e mensuráveis.

# 4

## MONITORAMENTO:

Avaliar a eficácia do treinamento no dia a dia da farmácia, ajustando processos e verificando a melhoria no desempenho do time.

Garantir que os colaboradores tenham as habilidades e o conhecimento necessários para desempenharem suas funções com maior eficiência criam times mais preparados para os desafios, processos mais eficazes e melhora significativamente o atendimento ao cliente. Um ambiente de trabalho mais amigável, saudável e positivo, que gera melhores resultados.



# Descongestionantes nasais, respire livremente!

Na farmácia, opções de produtos que ajudam no alívio da congestão nasal são uma categoria em alta nas quatro estações. Um objetivo? Diversificar o PDV com produtos perfeitos para todas as necessidades

Sintoma frequente de diversas condições respiratórias, alergias e irritações, a congestão nasal, popularmente chamada de “nariz entupido”, é um problema muito comum, atingindo pessoas de todas as idades. Presente também em quadros de gripe, resfriados, sinusite e rinite alérgica, dificulta a respiração e compromete o bem-estar diário, influenciando diretamente as atividades do dia a dia e a qualidade do sono, podendo levar a fadiga, irritabilidade e indisposição.

Amplamente associada ao clima, apresenta uma elevação muito significativa de casos em regiões de ar mais seco, mais frio e em situações onde há mudanças bruscas

de temperatura. Outros fatores ambientais também podem exercer interferência direta na maior incidência de casos, é o caso de regiões com altas concentrações de poluentes no ar, exposição à fumaça (áreas próximas a locais de queimadas, por exemplo) e ambientes internos sujeitos ao aumento de alérgenos, especialmente ácaros, fungos e poeira.

O Descongestionante Nasal é um tipo de medicamento que ajuda a aliviar a congestão nasal, facilitando a passagem do ar e a respiração. Podem ser de uso tópico, gotas ou sprays aplicados diretamente no nariz, ou de uso oral, xaropes e comprimidos que atuam de forma sistêmica, tratando a congestão de forma geral. Entre as alternativas mais naturais, a lavagem com Soro Fisiológico ou soluções salinas se revelam opções seguras e eficazes, especialmente no caso de aplicação em crianças e idosos, assim como o uso de Umidificadores e inalação de vapor. Para resultados mais eficazes, diretrizes apontadas pelo médico somadas à informação e variedade de produtos, na farmácia.

## Um mercado diverso e suas demandas

A análise do mercado brasileiro é sempre desafiadora, pois precisa levar em consideração não só seu tamanho, tido para muitos como continental, mas também a diversidade das necessidades desse consumidor, sempre conectada com as características de sua cultura regional e estilo de vida.

Em busca de informações valiosas, o time da Aché Brasil ressalta alguns pontos importantes através de dados levantados pela IQVIA: “o mercado popularmente conhecido por sintomas de “Gripes e Resfriados” movimentava bilhões de reais todos os anos e, nos últimos cinco anos, apresentou um crescimento de 11% em volume. Esse é um mercado com forte influência da sazonalidade, das características regionais e de surtos de doenças respiratórias. O Sul concentra 15% do volume de vendas da categoria, sendo uma região marcada por invernos mais severos e temperaturas mais baixas durante o ano. Nos meses considerados sazonais (maio a agosto), concentra 42% do volume de vendas anual. Medicamentos para congestão nasal e os multigripais são os que aparecem com maior prevalência na cesta do consumidor sulista”. E acrescenta, “o Norte representa 7% do volume de vendas da categoria, sendo uma região com meses predominantemente mais quentes e com ar mais seco, o que também contribui para o surgimento de doenças respiratórias. O consumo é mais estável ao longo do ano e apresenta um período menor de sazonalidade quando comparado ao mercado geral.

Foto: iStock.com/Fabrikar



**Cesta de Produtos,  
respire melhor!**





**o mercado popularmente conhecido por sintomas de “Gripes e Resfriados” movimentou bilhões de reais todos os anos e, nos últimos cinco anos, apresentou um crescimento de 11% em volume**

Produtos para congestão nasal e os multigripais também são os mais comprados pelos consumidores, e vemos uma relevância maior de produtos em formas líquidas, bastante utilizados por crianças. Segundo dados do IBGE, a região Norte é a que tem a maior prevalência de pessoas mais jovens (25,2%), dado que pode contribuir para o entendimento do mix de produtos na região”.

## Descongestionantes e seus formatos

Buscando opções que possam oferecer maior conforto e segurança no uso por consumidores de diversas idades, grandes marcas apresentam seus produtos em diversas versões, que incluem fórmulas desenvolvidas para uso em bebês. Destaque da Aché Brasil, “Sorine tem como princípio ativo o cloridrato de nafazolina e funciona como um vasoconstritor de rápido início de ação e efeito prolongado. Para bebês de zero a dois anos, temos o Sorine Gotas Baby e o Sorine Jet Baby. Para crianças e adultos, temos Sorine Spray, Sorine Spray de bolso, Sorine Jet Duo e Sorine H - Spray hipertônico, com concentração maior de cloreto de sódio. Também temos o lançamento da linha Sorine XTM, com xilitol mais minerais. O xilitol possui propriedades antibacterianas, que auxiliam na prevenção de sinusites”.

Para os adeptos da lavagem nasal de alto volume, procedimento de higiene nasal que consiste em utilizar um grande volume de solução salina para higienizar as vias aéreas, produtos específicos também estão disponíveis. “Nos últimos anos, Rinosoro tem se destacado por democratizar o acesso à lavagem nasal com alto volume, principalmente no público infantil, com lançamento de Rinosoro Alto Volume Infantil e Alto Volume Baby.

Além das inovações para o público infantil, Rinosoro possui uma linha de Spray com Xilitol, um ingrediente natural com propriedades que vão além da hidratação nasal tradicional. O xilitol apresenta redução da formação de biofilme bacteriano, que está

envolvido em casos crônicos de sinusite, e ação antiplaque bacteriana nasal leve, com potencial protetor em ambientes poluídos ou com alta exposição a alérgenos”, ressalta a Hypera Pharma.

Para consumidores que necessitam e/ou preferem medicamentos via oral, “Descon surgiu como uma opção acessível e confiável no mercado contando com alguns diferenciais: a ausência de parabenos, que podem interferir no desenvolvimento hormonal das crianças, e ausência de corantes, evitando reações como alergias e hipersensibilidade. Além disso, a apresentação Descon Gotas não possui açúcar, sendo uma

excelente opção para pacientes diabéticos ou com restrições”. Ainda falando sobre a linha, “Descon foi uma das pioneiras no desenvolvimento de soluções para o alívio da congestão nasal e sintomas relacionados. A reformulação das apresentações – xarope, gotas e comprimidos revestidos de liberação prolongada – traz a combinação de uma molécula anti-histamínica e uma molécula descongestionante, promovendo a rápida eficácia e o efeito duradouro, reforçando a confiança em nossos produtos e nosso compromisso com a saúde”, comenta Helio Segouras, diretor executivo da unidade de Produtos de Prescrição da Hypera Pharma.

## Você encontra no GrupoSC



**SORINE JET BABY**  
**0,9% SL NAS100ML**  
Cód. SC 116532  
Cód. PP 404066



**RINOSORO JET**  
**0,9% C/100ML**  
Cód. SC 103398  
Cód. PP 402253



**NASOAR 0,9%**  
**FR C/15 ENV**  
Cód. SC 120856  
Cód. PP 405160



**BENEGRIP MULTI**  
**FRASCO 240ML**  
Cód. SC 104105  
Cód. PP 402670



**DECONGEX PLUS**  
**XPE 120ML NOVO**  
Cód. SC 113209  
Cód. PP 400385

**BENEGRIP MULTI** (paracetamol, cloridrato de fenilefrina, maleato de carbinoxamina. Indicações: analgésico e antitérmico. Descongestionante nasal em processos de vias aéreas superiores. MS.1.7817.0768. **DECONGEX PLUS** (maleato de bronfeniramina e cloridrato de fenilefrina) Indicações: indicado para o alívio sintomático de quadros clínicos relacionados a afecções das vias aéreas superiores e das manifestações alérgicas do sistema respiratório, tais como: coriza, rinite alérgica, prurido nasal, congestão nasal, alergia. MS.1.0573.0231 **SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.**



Foto: iStock.com/MJ\_Prototype

# A digitalização nas farmácias, passos em direção ao futuro

Atender a um consumidor cada vez mais conectado exige das farmácias obtenção de dados, e-commerce atuante e maior eficiência operacional. Ferramentas do presente, para um futuro de sucesso

A busca de maior eficiência e velocidade na gestão de processos, visando acompanhar as exigências de um consumidor conectado e bem informado, passa diretamente pela digitalização das farmácias. Incorporar ao dia a dia tecnologias digitais e sistemas informatizados, em farmácias de pequeno, médio e grande porte, certamente transforma e otimiza as operações de gestão, os processos internos e a experiência de compra dos consumidores.

O conceito de digitalização vai muito além de oferecer produtos via e-commerce, na

verdade abrange a modernização do negócio em suas diversas frentes, visando não só o consumidor e suas novas demandas de compra, mas também melhorando a eficiência administrativa e de gestão de pessoas.

Na visão de Edison Tamascia, Presidente da Febrifar (Federação Brasileira das Redes Associativistas e Independentes de Farmácias), “muitas farmácias têm um entendimento equivocado sobre o que realmente significa digitalização, limitando-se a pensar apenas em e-commerce. Essa visão restrita impede que aproveitem plenamente os benefícios da digitalização, que vão muito além das vendas online. A verdadeira digitalização inclui uma compreensão mais profunda do funcionamento da empresa como um todo, a identificação dos clientes e suas necessidades, a adaptação às demandas do mercado, a melhoria na gestão e a potencialização dos resultados. Os dados referentes ao crescimento do e-commerce fazem com que muitos gestores de empresas acreditem que esse é o caminho para o futuro e a forma de digitalização dos negócios. Contudo, esses não percebem que o caminho é muito mais amplo quando se pensa em digitalizar. É claro que os dados do e-commerce são positivos. Mas, para uma empresa aproveitar esse cenário é preciso que se pense muito além do e-commerce, ampliando a visão sobre o tema digitalização. Uma certeza que se tem é que independente do contexto analisado, para que empresários cresçam é fundamental que se pense na digitalização das lojas e processos”.

## Implantação, os primeiros desafios

Seja em farmácias de pequeno ou médio porte, o primeiro desafio a ser enfrentado é o diagnóstico, ou seja, identificar quais são as áreas que precisam de maior atenção e melhoria, ter uma compreensão abrangente das necessidades do negócio e definir, a partir dessas informações, prioridades e metas para iniciar um plano de trabalho que considere cada etapa, desde a escolha de ferramentas apropriadas até a implantação e início dos processos. Basicamente, podemos considerar 4 passos iniciais:

### 1 AVALIAÇÃO DE PROCESSOS:

observe atentamente o funcionamento dos processos atuais, analisando com critério desde a compra e chegada dos produtos, até a venda e entrega ao cliente. Aponte seus pontos positivos, suas dificuldades e pontos críticos. Atenção especial a gestão de estoque, atendimento ao cliente e fluxo de caixa.

### 2 ESCOLHA DAS FERRAMENTAS DIGITAIS:

Para integração dos setores da farmácia, incluindo os processos desde o estoque até a finalização da venda, os Sistemas de Gestão visam otimizar tempo, reduzir custos e melhorar a eficiência. Para um PDV digitalizado conte com leitores de QR Code e para aumentar seu alcance e vendas marque presença na web, com uma loja digital.

### 3 DIGITALIZAÇÃO DE PRODUTOS:

A base de dados é fundamental para que os resultados sejam efetivos e confiáveis. É importante que todas as informações dos produtos estejam registradas

no sistema, gerando assim tabelas e planilhas de análise de dados capazes de, através de informações precisas, direcionar novas ações e exibir resultados.

#### 4 ATENDIMENTO E MARKETING DIGITAL:

Aplique técnicas de Omnichannel e integre todos os canais de comunicação, loja física e online, oferecendo uma experiência de compra integrada ao cliente. Intensifique a presença online e desenvolva estratégias para divulgar a farmácia, produtos e promoções.

Vale lembrar que o processo de digitalização é contínuo e acompanha as inovações tecnológicas, apresentando constantemente a necessidade de adaptações e ajustes que surgem a partir da implantação e da definição de novos objetivos.

## A importância da análise de dados

A implantação de um projeto de digitalização também pode levar ao melhor entendimento de hábitos de consumo e ajudar a estreitar o relacionamento com o consumidor. Mas esse é apenas um

ponto dentre os tantos pontos importantes e de grande impacto após a implantação dos processos.

“Acredito que a digitalização vai muito além do consumidor, ou seja, possibilitar que todos os processos da farmácia estejam digitalizados. Isso, se bem utilizado, terá um valor imensurável para as lojas. No entanto, ao olhar para o futuro, quem já iniciou esse tipo de ação estará mais preparado do que o concorrente para uma nova realidade, plantando uma árvore hoje para colher lá na frente. Pode ser que daqui há alguns anos o modelo de negócios seja outro, totalmente personalizado, descontos diferentes para pessoas diferentes, contudo, para agilizar a percepção de mudança é preciso de dados, e para obtenção desses é fundamental que se tenha sistemas inteligentes. Ou seja, é preciso estar preparado para isso”, ressalta Edison Tamascia.

Nos processos internos, a digitalização de documentos e a integração com sistemas de informação proporciona acesso mais rápido e eficiente a dados muito relevantes para operações administrativas diárias. A disponibilidade de dados



**Digitalização e seus benefícios diretos**



**A verdadeira digitalização inclui uma compreensão mais profunda do funcionamento da empresa como um todo, a identificação dos clientes e suas necessidades, a adaptação às demandas do mercado, a melhoria na gestão e a potencialização dos resultados**

também possibilita personalizar o atendimento ao cliente e facilita muito a análise de resultados, que podem ser utilizadas nas estratégias de marketing e vendas.

## A percepção dos primeiros resultados

A digitalização é um processo amplo e abrangente, que precisa levar em consideração as necessidades e áreas mais sensíveis de cada farmácia, dentro da sua realidade e funcionamento diário. Mas, é um processo necessário e irreversível, que aumenta exponencialmente as chances de sucesso e crescimento.

Em um mercado muito competitivo, Edison Tamascia acredita que “para que o processo de digitalização realmente ocorra, é preciso que se entenda todos os processos da operação, buscando alternativas para que a digitalização seja realmente ampla e integralmente transmitida para as lojas. Deve-se partir da premissa de que o público já é digitalizado,

em vários níveis. Assim, o papel da digitalização é de se adequar aos anseios e necessidades deles para que se tenha realmente soluções efetivas. Dentro desse conceito, é preciso buscar também a participação de todos os que fazem parte dos processos, criando assim alternativas que sejam realmente práticas, garantindo que a digitalização não seja apenas uma teoria, mas sim uma solução aplicável e que proporcione resultados para todos que participam desse avanço. Assim, quem quis ir além, percebeu a necessidade de se adequar à transformação digital do consumidor. É óbvio que, em um primeiro momento, isso dá mais trabalho do que resultado, pois é preciso investir em processos para cadastro, aplicativos, sistemas, novas metodologias e isso não traz um resultado de curto prazo. Tenho uma visão de digitalização em vários âmbitos, tanto automatizando os processos internos para ganho de qualidade, quanto pelo lado do consumidor, digitalizando o processo de atendimento, entendendo os hábitos de consumo e estreitando o relacionamento”.

**Nos processos internos, a digitalização de documentos e a integração com sistemas de informação proporciona acesso mais rápido e eficiente a dados muito relevantes para operações administrativas diárias**

# PDV FARMA



**Suas compras no GrupoSC  
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 no **GrupoSC**



**ATINJA** a meta mensal de compras para liberar pontos.

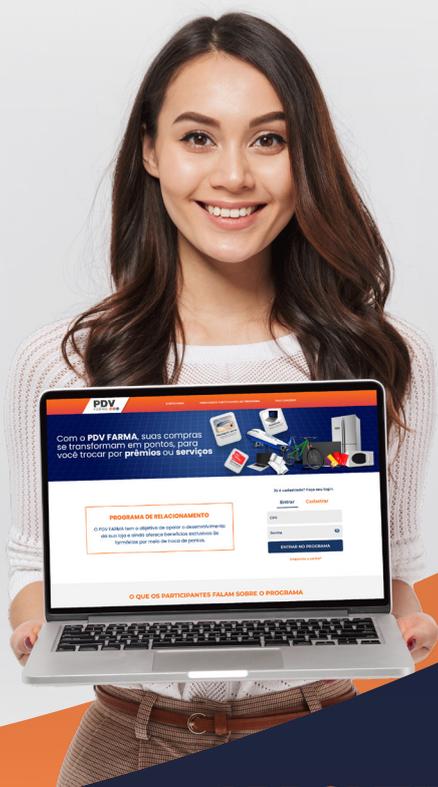


**ACUMULE** pontos com suas compras: **R\$ 1 = 1 ponto**



**TROQUE** seus pontos por diversos prêmios do nosso catálogo!

Sua equipe de vendas também pode participar!



**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!



### OFERTAS E CAMPANHAS

Com condições especiais para você pontuar mais.



### TREINAMENTOS

Mais capacitação e pontos para você e sua equipe.



### CLUBE DE VANTAGENS

Descontos exclusivos em diversas lojas sem usar seus pontos.

# Galderma, cuidando da pele, em cada fase da vida



Foto: iStock.com/master1305



**Bruna Pessuto,**  
Diretora Brasil de  
Marketing de Skincare  
Dermatológico  
e Dermatologia  
Terapêutica na Galderma,  
em uma visão clara sobre  
tecnologia, informação  
e as demandas do  
consumidor.

## 1) A comunicação via digital estabelece uma nova forma de se relacionar com o consumidor. Quais ferramentas e estratégias estão sendo praticadas pela Galderma para estabelecer essa conexão?

A Galderma tem apostado em estratégias digitais que combinam educação, personalização e interação direta com o consumidor. Investimos em plataformas interativas, como o “Conhecendo a pele com Cetaphil”, que utiliza inteligência artificial para oferecer recomendações personalizadas com base em uma selfie, proporcionando uma experiência única e ajustada às necessidades individuais que cada paciente precisa. Além disso, estamos presentes nas principais mídias sociais, onde compartilhamos um pouco mais sobre os nossos produtos de skincare e temos ações com os Embaixadores Galderma, que são influenciadores e nos ajudam a comunicar sobre

as nossas marcas. Por fim, o médico também tem um papel importante na educação e compartilhamento de informações com os consumidores, então também promovemos esse espaço de troca, com o intuito de educar sobre as categorias que atuamos e produtos que possuímos. Todas essas iniciativas visam não só promover nossas marcas, mas também conscientizar, criar uma conexão com público e muni-lo de informações adequadas.

## **2) Principalmente através de suas lojas físicas, a Farmácia sempre foi muito atuante na distribuição de informações e no contato direto entre Indústria e Consumidor. Esse cenário ainda ocupa um lugar relevante no mercado?**

Para a Galderma, a farmácia é um elo muito importante para garantir que os consumidores tenham acesso à informação correta sobre nossos produtos e uso deles. Temos uma comunicação específica e contamos com um time especializado que visita os pontos de venda, treina a equipe do local e interage com consumidores mostrando nossas marcas, explicando sobre nossos produtos e indicações, tirando dúvidas e divulgando nossos lançamentos.

## **3) O clima seco, predominante na maior parte do país nessa época do ano, influencia na pele, que requer maior proteção e tratamento. Pode-se observar um impacto positivo nas vendas nesse período em algumas categorias?**

Sim, principalmente na categoria de hidratantes. Com o tempo mais seco, há

um aumento na procura por produtos que proporcionem hidratação intensiva e proteção contra ressecamento. A Galderma se destaca nesse período pois possui uma linha completa de hidratantes – tanto corporais quanto faciais – que atendem à diferentes tipos de pele e cuidado profundo. Entre os destaques, estão um dos nossos produtos mais conhecidos, o Creme Hidratante Cetaphil e a nossa Loção Hidratante, ambos hidratam por 48hs e restauram completamente a barreira da pele em 1 semana. Além desses produtos corporais, para quem busca uma hidratação intensa para o rosto temos a linha Optimal Hydration, com ácido hialurônico e o exclusivo complexo HydroSensitiv™, que aumenta em 50% a concentração de água na pele, proporcionando assim maior hidratação.



Foto: iStock.com/andresr

**Com o tempo mais seco, há um aumento na procura por produtos que proporcionem hidratação intensiva e proteção contra ressecamento**

#### **4) Produtos multifuncionais são uma tendência de mercado? O que isso representa quando falamos em inovação e pesquisa?**

Certamente, os produtos multifuncionais estão cada vez mais em alta, pois os consumidores buscam soluções práticas que ofereçam múltiplos benefícios. Na Galderma, temos investido em pesquisa e desenvolvimento para lançar fórmulas exclusivas que trazem combinações inovadoras em nossas linhas, como por exemplo o Perfecting Serum, da linha Cetaphil Healthy Radiance. O sérum combina o Lírio do Mar, a niacinamida e a vitamina C para entregar 7 benefícios em um só produto (diminuição de manchas escuras, uniformização do tom da pele, melhora as linhas finas, aumento da luminosidade, pele fresca e bem descansada, melhora da hidratação e iluminação a pele), atendendo assim a diferentes necessidades de pele e simplificando a rotina do skincare, sem deixar que entregar tudo o que ela precisa.

#### **5) As necessidades individuais características de cada fase da vida despertam o interesse pelos cuidados da pele em um consumidor cada vez mais jovem, atravessando toda a fase adulta, chegando aos seniores. Quais são as principais demandas e produtos de interesse percebidas pela Galderma?**

Esse crescente interesse em autocuidado é algo extremamente positivo para nós. E quando olhamos esses dois públicos, jovens e seniores, ambos são muito importantes para o mercado, porém tendem a buscar coisas diferentes. Para

a Geração Z, há uma valorização crescente de rotinas simples, mas eficazes, com foco em cuidado preventivo e em qualidade e saúde da pele. Foi nesse contexto que trouxemos para o Brasil a linha Cetaphil Healthy Radiance, com foco na tendência do “Glass Skin” e que garante aquele glow na pele, aumentando a luminosidade e ajudando na uniformização. Entre os consumidores seniores, ou acima dos 50 anos, percebemos uma demanda por hidratação profunda, fortalecimento da barreira cutânea e cuidados que sejam aliados ao envelhecimento saudável da pele, respeitando seus sinais naturais ao longo do tempo. Também atenta a essa necessidade, a Galderma trouxe ao Brasil a marca Alastin®, uma linha de produtos que tem como base os peptídeos e possui uma tecnologia exclusiva e patenteada, chamada TriHex®, que estimula a renovação da elastina e colágeno da pele. Ou seja, uma inovação em skincare para regeneração da pele, com propriedades anti-aging para o cuidado completo do rosto, olhos, pescoço e corpo. Assim, seguimos comprometidos em desenvolver soluções completas para diferentes perfis e momentos da vida dos nossos consumidores.

**Os produtos multifuncionais estão cada vez mais em alta, pois os consumidores buscam soluções práticas que ofereçam múltiplos benefícios**

## Perfil dos consumidores

### GERAÇÃO Z

**Há uma valorização crescente de rotinas simples, mas eficazes, com foco em cuidado preventivo e em qualidade e saúde da pele.**

### CONSUMIDORES SENIORES OU 50+

**Percebemos uma demanda por hidratação profunda, fortalecimento da barreira cutânea e cuidados que sejam aliados ao envelhecimento saudável da pele, respeitando seus sinais naturais ao longo do tempo**



**6) As linhas de proteção e hidratação compõem o ranking de categorias mais vendidas nas farmácias. Para a Galderma, quais perspectivas e expectativas futuras de mercado?**

Na Galderma, vemos a demanda por produtos de proteção e hidratação como uma tendência contínua, principalmente em um cenário onde o cuidado com a pele está se tornando cada vez mais essencial para os consumidores, uma

vez que eles estão mais conscientes da importância de manter a pele saudável e protegida, independentemente da idade ou tipo de pele. Esperamos um crescimento contínuo, especialmente em categorias como hidratantes de alta performance, com foco em fórmulas mais inovadoras e com múltiplos benefícios, como hidratação intensa, rejuvenescimento e composições que promovam a radiância e luminosidade da pele.

# JUST FOR MEN **GRECIN**<sup>®</sup>

## Grecin, a marca mais completa em cuidado masculino

SHAMPOO COLOR | BARBA E BIGODE



Cód. SC 777300

Cód. PP 702198



Cód. SC 700286

Cód. PP 702199



# Doenças Cardiovasculares, a importância da prevenção e controle

Assunto de Saúde Pública pela prevalência elevada, ganha atenção especial no Inverno e em campanhas no “Setembro Vermelho”. Informação e hábitos saudáveis, as armas corretas para vencer essa batalha pela saúde

De acordo com a definição da OMS (Organização Mundial da Saúde) doenças cardiovasculares são um grupo de doenças que afetam o coração e os vasos sanguíneos, sendo apontadas como uma das doenças crônicas não transmissíveis mais comuns em todo mundo. As DCVs (Doenças Cardiovasculares) são causadas por uma combinação de fatores de risco, que podem incluir dieta inadequada, tabagismo, estresse, sedentarismo e consumo excessivo de álcool, comportamentos que podem agravar ou levar a quadros de pressão arterial elevada, diabetes, colesterol

alto e obesidade, entre outros diagnósticos de risco. As DCVs também pedem maior atenção quando consideramos fatores não modificáveis, como idade e histórico familiar.

Assunto amplamente discutido entre pesquisadores, corpo médico e profissionais atuantes em gestão de saúde pública em todo o mundo, as Campanhas de Conscientização sobre DCVs se apresentam como o caminho mais eficaz na prevenção e combate das doenças relacionadas, propondo não só tratamento clínico e exames, mas também um novo e mais saudável estilo de vida. No inverno, atenção especial, pois a queda de temperaturas está diretamente associada ao aumento de casos de doenças como Infarto Agudo do Miocárdio e o AVC (Acidente Vascular Cerebral).

Na farmácia, suporte, informação e atendimento individualizado no auxílio aos pacientes que necessitam de medicação regular, sugestão de produtos que inspirem atitudes mais saudáveis para o dia a dia e ações especiais de aferição de pressão

arterial e glicemia, entre outros testes rápidos, tem como resultado prevenção, fidelização do cliente e posicionamento da farmácia como espaço real de saúde.

## 29 de Setembro, Dia Mundial do Coração

A Campanha “Setembro Vermelho” é uma iniciativa global, criada em conjunto pela Federação Mundial do Coração e pela ONU (Organização das Nações Unidas), com o objetivo de divulgar a importância da adoção de hábitos saudáveis e a realização de exames cardiológicos periódicos para prevenção. As DCVs são a principal causa de morte no Brasil e no mundo, e as campanhas de conscientização desempenham um papel fundamental na disseminação de informações que contribuem para a saúde cardiovascular da população.

Ações e iniciativas acontecem por todo o país através de diversos meios de



**Setembro Vermelho,  
na farmácia!**



CLIQUE  
AQUI

Foto: iStock.com/Panuwat Dangsungruen

comunicação, virtuais ou presenciais, oferecendo informações preciosas sobre prevenção, fatores de risco e tratamentos. Palestras sobre alimentação saudável e balanceada, ações com dicas e recomendações de exercícios físicos, oficinas de saúde e exames gratuitos são apenas alguns exemplos de eventos realizados por entidades como a SBC (Sociedade Brasileira de Cardiologia), Hospital Sírio-Libanês e ABIMED (Associação Brasileira da Indústria de Tecnologia para Saúde), entre outras.

## Na farmácia, produtos especiais que salvam vidas

Nos últimos anos, pesquisas revelam um crescente interesse dos consumidores em autocuidado e prevenção de doenças, revelada em atitudes proativas para evitar o desenvolvimento de enfermidades e garantir o bem-estar físico e mental. Essas práticas envolvem a busca de uma alimentação mais equilibrada, alívio do estresse e prática regular de exercícios físicos, buscando soluções que levem a uma mudança de hábitos gradual e consistente.

Diante desse quadro, novos medicamentos, terapias e produtos surgem, indo de encontro a essas novas necessidades. Como exemplo, temos à disposição diversas abordagens terapêuticas eficazes disponíveis contra o tabagismo e consumo excessivo de álcool, vitaminas

e suplementos alimentares que auxiliam no equilíbrio e fortalecimento do sistema imunológico e produtos que auxiliam no controle do estresse e melhora na qualidade do sono.

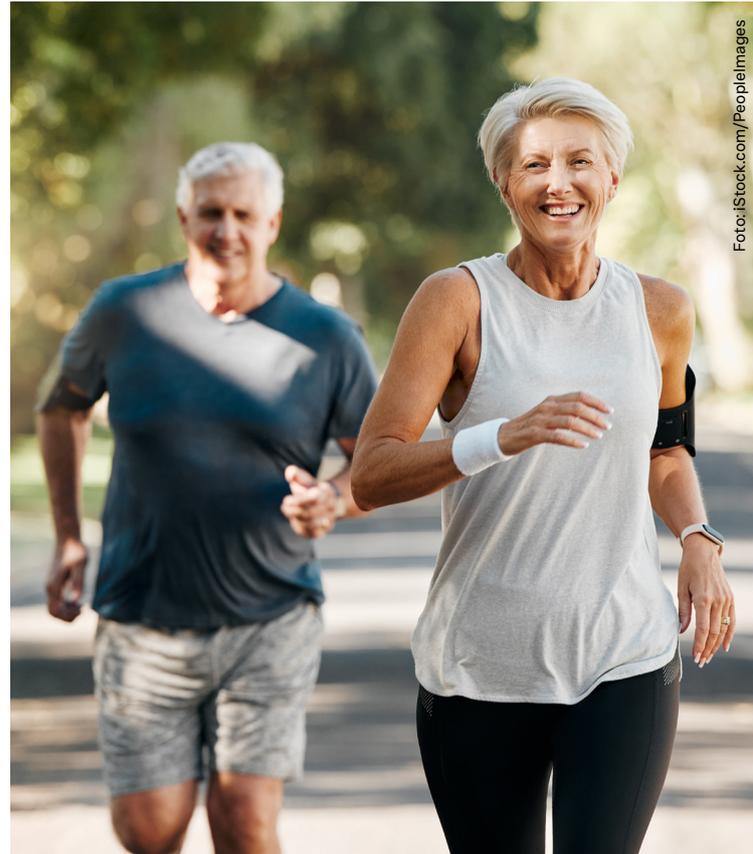


Foto: iStock.com/PeopleImages

**Nos últimos anos, pesquisas revelam um crescente interesse dos consumidores em autocuidado e prevenção de doenças, revelada em atitudes proativas para evitar o desenvolvimento de enfermidades e garantir o bem-estar físico e mental**

Para o controle diário de pacientes cardiovasculares, os monitores de pressão arterial domésticos são uma opção com tecnologia amigável e confiável. Destaque do time da MedLevensohn, “nosso modelo Digital de Pulso ML01 foi desenvolvido para garantir segurança e agilidade aos pacientes no seu dia a dia. Com o índice de aferição classificado pela OMS, o aparelho se torna um item indispensável para os pacientes que precisam aferir sua Pressão Arterial com precisão e facilidade, tendo capacidade de armazenar o histórico das últimas 90 aferições. Desenvolvido com a tecnologia de detecção de IHB, o aparelho é capaz de detectar irregularidades no batimento cardíaco do paciente durante a aferição. Vale destacar que a utilização de aparelhos domésticos diminui a síndrome do jaleco branco, que se caracteriza pelo aumento da pressão arterial em alguns pacientes apenas por estar diante de um médico ou profissional de saúde”.

## Temperaturas mais baixas e seus cuidados

A queda de temperaturas, especialmente nas regiões do país que apresentam um inverno mais rigoroso, exerce influência significativa quando observamos as DCVs. Também vale observar que a baixa precipitação de chuvas e o clima mais seco, muito comum nessa época do ano, são responsáveis por dificultar a dispersão de poluentes do ar, aumentando a concentração de gases tóxicos e material particulado, criando mais uma

condição que influencia diretamente no aumento de casos de DCVs.

De acordo com dados divulgados pelo INC (Instituto Nacional de Cardiologia), o risco de Infarto Agudo do Miocárdio pode aumentar até cerca de 30% nos meses de inverno, enquanto os casos de AVC podem chegar a um aumento de aproximadamente 20%. As baixas temperaturas e altos índices de poluição podem elevar a pressão arterial, causar constrição nos vasos sanguíneos ou levar a problemas respiratórios, condições que podem tornar o coração mais vulnerável a problemas.

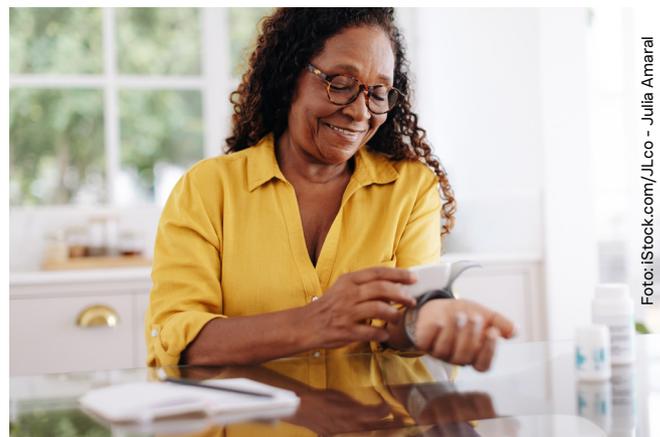


Foto: iStock.com/JLco - Julia Amaral

**Vale destacar que a utilização de aparelhos domésticos diminui a síndrome do jaleco branco, que se caracteriza pelo aumento da pressão arterial em alguns pacientes apenas por estar diante de um médico ou profissional de saúde**

Buscando prevenção e controle, as demandas observadas quando falamos de aparelhos domésticos de aferição de pressão arterial também se destacam. “A região Sul e Sudeste do país possui maior acesso aos serviços de saúde e profissionais especializados e há uma busca por tecnologia de ponta, conectividade e integração com plataformas digitais. A região possui o diferencial de valorização de aparelhos com validação internacional e recursos avançados de detecção. Os aparelhos de uso doméstico são essenciais para monitoramento autônomo, especialmente em áreas mais distantes dos grandes centros. Os modelos fáceis de usar e com boa autonomia são mais valorizados para este modelo de medição.”, ressalta a MedLevensohn.



**De acordo com dados divulgados pelo INC (Instituto Nacional de Cardiologia), o risco de Infarto Agudo do Miocárdio pode aumentar até cerca de 30% nos meses de inverno, enquanto os casos de AVC podem chegar a um aumento de aproximadamente 20%**

## Você encontra no GrupoSC



**APAR PRESSAO DIG  
AUTOM G-TECH**  
Cód. SC 714815  
Cód. PP 718664



**OMEGA 3 1000MG  
C/120 CAPS**  
Cód. SC 703647  
Cód. PP 705704



**NUTREN ÔMEGA3  
C/60 CAPS**  
Cód. SC 716559  
Cód. PP 720358

# DIARREIA?

# FLORATIL®

## AGE MAIS RÁPIDO EQUILIBRANDO A MICROBIOTA INTESTINAL!



Cód. SC 120614  
Cód. PP 404972



Cód. SC 104468  
Cód. PP 107081



Cód. SC 104469  
Cód. PP 107082



Cód. SC 120611  
Cód. PP 404987

0800 025 0110  
sac@fqm.com.br

FQM

**Floratil®** (Saccharomyces boulardii CNCM I-745). Indicado para o tratamento da diarreia produzida por Clostridium difficile, por antibioticoterapia ou quimioterapia e na restauração da flora intestinal fisiológica. **SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. FLORATIL® É UM MEDICAMENTO. SEU USO PODE TRAZER RISCOS. PROCURE O MÉDICO E O FARMACÊUTICO. LEIA A BULA.** M.S 1.3841.0071. 1) ALTCHER, JAIME ET AL. RANDOMIZED, DIRECT COMPARISON STUDY OF SACCHAROMYCES BOULARDII CNCM I-745 VERSUS MULTI-STRAINED BACILLUS CLAUSII PROBIOTICS FOR THE TREATMENT OF PEDIATRIC ACUTE GASTROENTERITIS. MEDICINE, V. 101, N. 36, P. E30500, 2022. DOI: 10.1097/MD.00000000000030500. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://JOURNALS.LWW.COM/MD-JOURNAL/FULLTEXT/2022/09090/RANDOMIZED\\_DIRECT\\_COMPARISON\\_STUDY\\_OF.31.ASPX?CONTEXT=LATESTARTICLE](https://journals.lww.com/md-journal/fulltext/2022/09090/randomized_direct_comparison_study_of.31.aspx?context=latestarticle). 2) Szajewska, 2020 (Systematic review with meta-analysis: Saccharomyces boulardii for treating acute gastroenteritis in children). Dalgic, 2011 (Probiotic, zinc and lactose-free formula in children with rotavirus diarrhea: Are they effective?). 3) Fonte Close-up mai./2023. BULA DO MEDICAMENTO FLORATIL® APROVADA EM 27 DE NOVEMBRO DE 2017. SAC 0800 025 0110 | sac@fqm.com.br

**PIQUI  
TUCHO**

**Cuidado suave para a pele do seu  
bebê, em qualquer momento.**



Cód. SC 716632

Cód. PP 720511

Cód. SC 778017

Cód. PP 723455



**Dermatologicamente  
Testado**



**Com mais de 95%  
de água**



**Para mãos, rosto  
e corpo**



Foto: iStock.com/FatCamera

# Aleitamento Materno, saúde para toda a vida

Estabelecendo uma conexão profunda entre mãe e bebê imediatamente após o parto, amamentar não é apenas um ato de amor, mas uma atitude que prioriza a saúde, para ambos

A chegada de um bebê é um momento de grande expectativa e mudança, afinal o parto encerra o processo gestacional e dá início ao puerpério, um período de recuperação do corpo da mulher. Essa nova etapa, que envolve mudanças físicas, hormonais e emocionais, também coincide com o início do período de amamentação, ato que reforça o vínculo afetivo entre mãe e bebê, além de estabelecer através do contato físico e da interação uma relação de confiança, próxima e segura.

Os benefícios são muitos, para o bebê o leite materno é um alimento completo,

perfeitamente adequado às suas necessidades em cada período. Para a mãe contribui na recuperação pós-parto, ajudando no processo de retorno ao peso ideal e reduzindo o risco de doenças futuras. Cada mulher produz um leite materno único e adequado ao seu bebê, não existindo “leite fraco”, um mito muitas vezes divulgado e que não possui nenhuma comprovação científica. A produção de leite materno passa por fases, que podem apresentar cor e concentração diferentes. As fases são:

- 1. Colostro:** produzido geralmente durante os 5 primeiros dias. Espesso e de cor levemente amarelada, possui menor teor de lactose e gordura, sendo muito rico em vitaminas, proteínas e anticorpos, ajudando no desenvolvimento do sistema imunológico do bebê.
- 2. Leite de Transição:** normalmente produzido entre o 6º e o 15º dia após o parto. É rico em nutrientes e calorias, fundamentais para o crescimento do bebê, com composição que apresenta, de forma gradual, aumento do teor de gordura e lactose.
- 3. Leite Maduro:** produzido a partir do 16º dia após o parto. Com proteínas, carboidratos, vitaminas, gorduras e minerais, contém os ingredientes necessários para alimentar de forma exclusiva o bebê até os 6 meses de idade.

Apesar do Aleitamento Materno ser um ato natural, fisiológico, assim como a gravidez, a sua prática muitas vezes não é tratada com a naturalidade esperada em todos os contextos, situação agravada

quando consideramos os mitos, a falta de informação de qualidade e a falta de apoio. Como “lugar de saúde”, a farmácia pode oferecer, além de produtos importantes para tornar o ato de amamentar mais simples e confortável, um ambiente de acolhimento e boas práticas.

## Amamentação, uma questão de saúde

Com estudos que comprovam cientificamente o impacto altamente positivo do Aleitamento Materno para a mãe e seu bebê em diversos aspectos, este ainda é um assunto que requer atenção e cuidado. De acordo com dados divulgados do último Enani (Estudo Nacional de Alimentação e Nutrição Infantil), a prevalência de Aleitamento Materno exclusivo em crianças menores de 6 meses no país é de cerca de 45,8%, com uma meta estipulada pelo Ministério da Saúde e alinhada com a OMS de que esse número alcance 70%, até 2030.

**Como “lugar de saúde”, a farmácia pode oferecer, além de produtos importantes para tornar o ato de amamentar mais simples e confortável, um ambiente de acolhimento e boas práticas**



## Formas de Aleitamento Materno



O Agosto Dourado, instituído no Brasil em 2017, escolheu a cor dourada simbolizando o “padrão ouro” da alimentação infantil, e tem como objetivo conscientizar, incentivar e promover, através de suas campanhas, a importância do Aleitamento Materno. Em 2025, sob o tema “Priorize a Amamentação: Crie Sistemas de Apoio Sustentáveis”, ações serão desenvolvidas durante todo o mês visando a criação de ambientes de apoio e compartilhamento de experiências que incentivem e acolham mães e seus bebês.

Nesse contexto, preparar ações e eventos na farmácia que incluam informação, demonstração de produtos e descontos especiais que envolvam todas as fases e necessidades da amamentação podem gerar uma boa experiência de compra e fidelização. Aconselhamento farmacêutico sobre o uso seguro de medicamentos durante a amamentação, guias com dicas sobre técnicas para a pega correta do bebê e alimentação equilibrada para a mãe, espaço para demonstração de bombas extratoras de leite e produtos afins, kits de produtos e benefícios exclusivos para produtos relacionados a amamentação e cuidados infantis são apenas alguns exemplos que levam o Agosto Dourado para dentro da farmácia, criando um ambiente seguro e acolhedor.

## Para as Mães, cuidados especiais

A amamentação gera benefícios imediatos ao corpo feminino logo após o parto, tendo influência direta sobre a recuperação uterina, prevenção de doenças, redução do risco de depressão pós-parto e diminuição de peso. Nesse período, onde grandes transformações ocorrem, são necessários cuidados especiais que envolvem alimentação equilibrada e nutritiva, hidratação constante e prevenção de problemas mamários. Acompanhamento e orientação médica é fundamental desde o início da gestação, direcionando ações que contribuam e garantam a boa saúde da mulher.



**O Agosto Dourado, instituído no Brasil em 2017, escolheu a cor dourada simbolizando o “padrão ouro” da alimentação infantil, e tem como objetivo conscientizar, incentivar e promover, através de suas campanhas, a importância do Aleitamento Materno**

Com ampla pesquisa no segmento, a Nestlé Brasil destaca em seu portfólio uma linha de produtos desenvolvidos especialmente para este momento da mulher. “Durante a amamentação, o corpo da mulher continua com altas demandas nutricionais. É uma fase de recuperação pós-parto e, ao mesmo tempo, de produção constante de leite, o que exige um bom aporte de vitaminas e minerais. A suplementação ajuda a garantir que a mãe mantenha seu próprio equilíbrio nutricional, enquanto oferece ao bebê todos os nutrientes essenciais por meio do leite. Além disso, pode contribuir para recuperar possíveis deficiências nutricionais, reduzir sintomas de fadiga e auxiliar no suporte ao sistema imunológico. Para a fase do pós-parto, a Nestlé Materna conta com dois produtos: o Materna Multivitamínico com DHA foi desenvolvido para atender às necessidades nutricionais da mulher lactante, com um blend completo de vitaminas e minerais, e o Materna Opti-Lac, que é formulado com o probiótico *Lactobacillus fermentum*, que auxilia na prevenção da mastite lactacional – uma das principais causas da interrupção precoce da amamentação. Esse probiótico surge como



Foto: iStock.com/Alma Hasanovic

um aliado importante no cuidado com a saúde da mulher durante a lactação”, declara Gabriela Condino, gerente de Marketing da Nestlé.

Quando questionada sobre o mercado brasileiro, no que se refere a essa categoria, Gabriela Condino acrescenta: “a crescente valorização da saúde materno-infantil, aliada ao papel dos profissionais de saúde e à busca das mulheres por uma maternidade mais equilibrada e informada, impulsiona o crescimento da categoria. Produtos como Nestlé Materna são aliados importantes nesse processo, e o nosso objetivo é continuar crescendo, oferecendo um portfólio cada vez mais inovador e com produtos de alta qualidade para o mercado brasileiro”.

## Você encontra no GrupoSC



**APTANUTRI PREMIUM 3 800G**  
Cód. SC 703273  
Cód. PP 705277



**NAN COMFOR 1 F.I NESTLE 800G**  
Cód. SC 701513  
Cód. PP 702619



**NAN COMFOR 1 F.I NESTLE 400G**  
Cód. SC 701050  
Cód. PP 702620

Consulte a disponibilidade no Santacruz Digital e no ePan



# Ácido Hialurônico, hidratação profunda nas rotinas de skincare

Queridinho dos dermatologistas quando pensamos em pele hidratada e saudável, soma eficácia a produtos novos e já consagrados. Suavidade e saúde, perfeito para todos os tipos de pele

Ciência e tecnologia tornaram o Ácido Hialurônico um dos ativos mais estudados e utilizados quando o assunto é hidratação e cuidados com a pele. Produzido naturalmente pelo corpo, é responsável pela manutenção da hidratação e elasticidade da pele e auxilia na lubrificação das articulações, entre outras funções. Com o envelhecimento, existe uma tendência natural da diminuição da sua produção, que pode resultar na perda da umidade natural da pele e levar ao aparecimento de rugas e marcas de expressão.

Ao mesmo tempo, com o clima frio de inverno e a baixa umidade do ar existe uma tendência ao ressecamento da pele, especialmente em pessoas que demonstram algum tipo de predisposição a essa condição. Perdendo sua hidratação natural, a pele fica suscetível a um aumento de sensibilidade que pode ocasionar irritação, descamação, rachaduras e até sangramentos.

Poder de hidratação, profundo e muito eficaz, é o que oferece esse ativo que pode reter água até 1000 vezes o próprio peso, proporcionando umidade a pele e promovendo firmeza e elasticidade. Presente em diversos produtos como Hidratantes, Sérums, Água Micelar e Hidratantes Labiais, entre outros, o Ácido Hialurônico já é o queridinho de todos os tipos de pele, lembrado por dermatologistas quando o assunto é manter os níveis de hidratação, controlar oleosidade, suavizar linhas de expressão e garantir a integridade cutânea.

## Ácido Hialurônico + Ativos, uma soma eficaz

Aprimorar fórmulas com novos ativos em produtos já consolidados e bem aceitos pelo consumidor é uma tarefa que requer muita pesquisa e atenção às novas demandas de mercado. Neste contexto, o Ácido Hialurônico se revela um ativo cosmético bastante versátil e fácil de combinar, chegando a, em muitos casos, ter a capacidade de potencializar os benefícios de outros ativos quando usados em conjunto.



Foto: iStock.com/imagehub88

“A Nivea traz novos benefícios inovadores para os produtos da Linha Essential - Milk, Soft Milk e Lotion Express. Nossos clássicos estão ainda melhores, aperfeiçoamos nossos produtos e trouxemos uma nova composição com 72 horas de hidratação e nutrição intensas do óleo de amêndoa e Ácido Hialurônico Puro. Destacando a dedicação da marca com o bem-estar e cuidado diário dos consumidores”, comenta Vanessa Vereia, Grouper de Marketing Skincare Nivea.

Desenvolvido pela SkinCeuticals, do grupo L’Oréal, o novo HA Intensifier Multi-Glycan é um sérum com efeito preenchedor facial. “Ideal para quem deseja repor o volume da pele de forma natural, a tecnologia exclusiva do produto proporciona uma elevação dos níveis de Ácido Hialurônico, firmeza e elasticidade, garantindo uma pele visivelmente mais preenchida e hidratada. O diferencial está na combinação de ativos clínicos de alta performance: são 3 tipos de Ácido Hialurônico Puro com a inovadora tecnologia multi-glycans, composta por moléculas biocompatíveis que reforçam a matriz extracelular e potencializam a síntese natural de Ácido Hialurônico. O produto conta ainda com proxylane™, ativo patenteado pela marca que contribui para melhorar a densidade da pele, além do extrato de alcaçuz roxo, com ação suavizante e calmante”.

## Hidratação máxima, para lábios e olhos

O rosto, em sua totalidade, precisa de cuidados especiais, mas duas regiões se destacam: a região dos lábios e a região dos olhos. A pele dos lábios apresenta espessura mais fina, pouca proteção natural contra fatores externos e ausência de glândulas sebáceas, que a torna mais suscetível ao ressecamento e descamação. A área ao redor dos olhos também possui pele sensível e menos espessa, sujeita a apresentar as chamadas “olheiras” causadas muitas vezes pela pele fina e translúcida, que torna os vasos sanguíneos e o acúmulo de melanina mais aparentes.

A Nivea, atenta aos desejos dos consumidores, lança seu primeiro hidratante labial com a combinação de Ácido Hialurônico, Óleo de Amêndoas e Manteiga de Karité, para uma hidratação intensa. Para o Time Nivea, “o Ácido Hialurônico se tornou febre entre as beauty lovers! Famoso por seu alto poder de hidratação, esse ativo ajuda a reter a água da região, garantindo que ela fique hidratada por mais tempo, promovendo maciez e suavidade. Além disso, o ativo também se tornou popular por funcionar preenchendo a textura dos lábios, proporcionando um leve efeito de volume. Com textura super leve e fórmula vegana com 99% de ingredientes de origem natural, o Nivea Hidratante Labial Ultra Hialurônico será um grande aliado na busca por lábios mais macios, hidratados por 24 horas, livres da sensação oleosa e com um efeito levemente volumoso - devido à retenção maior de água na região - sem aquela famosa sensação de formigamento”.



**Ativos + Ácido Hialurônico, ação em conjunto**

**Poder de hidratação, profundo e muito eficaz, é o que oferece esse ativo que pode reter água até 1000 vezes o próprio peso, proporcionando umidade a pele e promovendo firmeza e elasticidade**

CLIQUE AQUI

Foto: iStock.com/seb\_ra

Entre os produtos da Isdin, destaque para a ação do Ácido Hialurônico na região dos olhos. “As principais queixas relacionadas a área dos olhos são linhas finas de expressão e rugas, olheiras, bolsas e inchaço. A pele ao redor dos olhos é 5 vezes mais fina do que o restante do rosto e possui características únicas. Usar produtos ultra-hidratantes é fator chave para tratar e prevenir os sinais de envelhecimento nesta região. Pensando

nisso, Isdinceutics, a linha anti-idade da ISDIN, apresenta a fórmula do Hyaluronic Eyes que conta com 85% dos ingredientes de origem natural. Este complexo de ingredientes combina ácido hialurônico, hialuronato de sódio e betaina para proporcionar à pele uma intensa e imediata hidratação com ação duradoura, devolvendo luminosidade à pele e proporcionando um olhar mais descansado”.

## Baixo ou alto peso molecular, quais as diferenças?

A capacidade de penetração na pele e os efeitos obtidos se apresentam de maneiras diferentes no Ácido Hialurônico de Alto ou Baixo Peso Molecular (HPM e BPM, respectivamente). O peso se refere ao tamanho da molécula, que é medida em Daltons (unidade de medida padrão para peso molecular). Quanto menor o peso, maior a capacidade de penetração na pele, podendo atingir camadas bem profundas e oferecer benefícios diversos.

### HPM (ÁCIDO HIALURÔNICO DE ALTO PESO MOLECULAR):

- Permanece na camada superficial da pele, a epiderme.
- Hidrata, suaviza linhas de expressão e forma uma barreira protetora na pele que ajuda a amenizar a perda de água.
- Melhora a aparência da pele em curto prazo, resultando em uma pele mais firme e suave.

### BPM (ÁCIDO HIALURÔNICO DE BAIXO PESO MOLECULAR):

- Penetra profundamente na pele, chegando a derme.
- Estimula a produção de colágeno e elastina, estimulando a regeneração celular. Atua no preenchimento de rugas e linhas de expressão, ajuda a manter a integridade cutânea e pode ajudar no controle da oleosidade e redução de poros dilatados.
- Melhora a elasticidade e firmeza da pele, oferecendo efeito rejuvenescedor.

## Você encontra no GrupoSC

**ISDINCEUTICS  
HYALURONIC EYES 15G**  
Cód. SC 775388  
Cód. PP 723474



**PROT LABIAL ULTRA  
HIALURO 5,2 G**  
Cód. SC 717053  
Cód. PP 721004

**SÉRUM REVITALIFT  
HIALU PREEN 30ML**  
Cód. SC 714023  
Cód. PP 717660



**SERUM DOVE  
CORPORAL  
HIALU 180ML**  
Cód. SC 719329  
Cód. PP 722169



Consulte a disponibilidade no Santacruz Digital e no ePan

# SKIN CARE E SENSAÇÃO DE HIDRATAÇÃO

**NIVEA**

**72H**

**PROTEÇÃO  
CONTRA O  
SUOR & ODOR**

**NOVO**  
**HIALURÔNICO**  
**+ VITAMINAS**

**DERMA 72H ACTIVE  
Protection**

Cód. SC 778875

Cód. SC 778846

Cód. PP 723892

Cód. PP 723779

Cód. SC 778847

Cód. PP 723870

Cód. SC 778855

Cód. PP 723875

Cód. SC 778801

Cód. PP 723820

Cód. SC 778844

Cód. PP 723778

Cód. SC 778784

Cód. PP 723784



Fortalece a barreira cutânea, previne coceira e irritações, proporciona conforto superior.



**Defende**

- Axilas sensíveis
- **PREVINE IRRITAÇÃO E COCEIRA**
- Hialurônico + Vitamina B5

Cód. SC 778848

Cód. PP 723871

Cód. SC 779083

Cód. PP 723984

Cód. SC 792192

Cód. PP 701376

Cód. SC 778819

Cód. PP 723841

Cód. SC 778820

Cód. PP 723842



**Uniformiza**

- Uniformiza o TOM da PELE
- Hialurônico
- Vitamina C

Uniformiza o tom da pele, além de acalmar e proteger contra irritações.



**Restaura**

- Axilas muito sensíveis
- **PREVINE A PELE IRRITADA**
- Hialurônico
- Vitamina E

Acalma e recupera a pele irritada, com fragrância hipoalérgica.



**Sensitive**

- Axilas muito sensíveis
- **PREVINE A PELE IRRITADA**
- Hialurônico
- Vitamina E

Protege e reforça a barreira natural das axilas, prevenindo coceiras e irritações e oferecendo conforto duradouro.

# VITRINE DE LANÇAMENTOS



Fique por dentro das novidades das principais marcas do mercado!



CLIQUE E ACESSE

Acesse pelo banner do seu Pedido Eletrônico

Aproveite as condições especiais de pagamento e saia na frente!



Foto: iStock.com/simarik

# Um toque de Sérum Clareador Tratamento e proteção para todos os tipos de pele

Rico em ativos que agem suavizando manchas e marcas, sua textura fluida e agradável vem conquistando consumidores e surpreendendo pelos resultados. Pele radiante, somando cuidado e saúde

Entre inúmeras pesquisas desenvolvidas na busca de tratamentos eficazes para hiperpigmentação e manchas escuras na pele, a compreensão do comportamento e significado da ação da Melanina, pigmento responsável por dar cor à pele, olhos e cabelos e que atua como um protetor natural contra os danos causados pelo sol, foi fundamental. Partindo desse conhecimento, descobriu-se que a hiperpigmentação se dá devido a uma produção irregular ou excessiva de Melanina em áreas específicas, muitas vezes causada por exposição excessiva ao sol. Sendo assim, ativos que atuam nas diferentes etapas

de produção da Melanina passaram a ser desenvolvidos, alguns com o intuito de inibir a produção, outros para atuar na remoção de manchas já formadas pela produção concentrada e em excesso.

A textura mais leve e fluida do que a apresentada nos cremes e a rápida absorção tornaram o Sérum a forma ideal para Dermocosméticos Clareadores, somando-se a isso sua eficácia em receber altas concentrações de ativos e sua versatilidade ao se adaptar bem às necessidades específicas de todos os tipos de pele. Fluido, mas não totalmente líquido, os Sérums Clareadores são normalmente apresentados em frascos conta-gotas ou com válvula pump (dosadora), em versões muito práticas e de fácil aplicação.

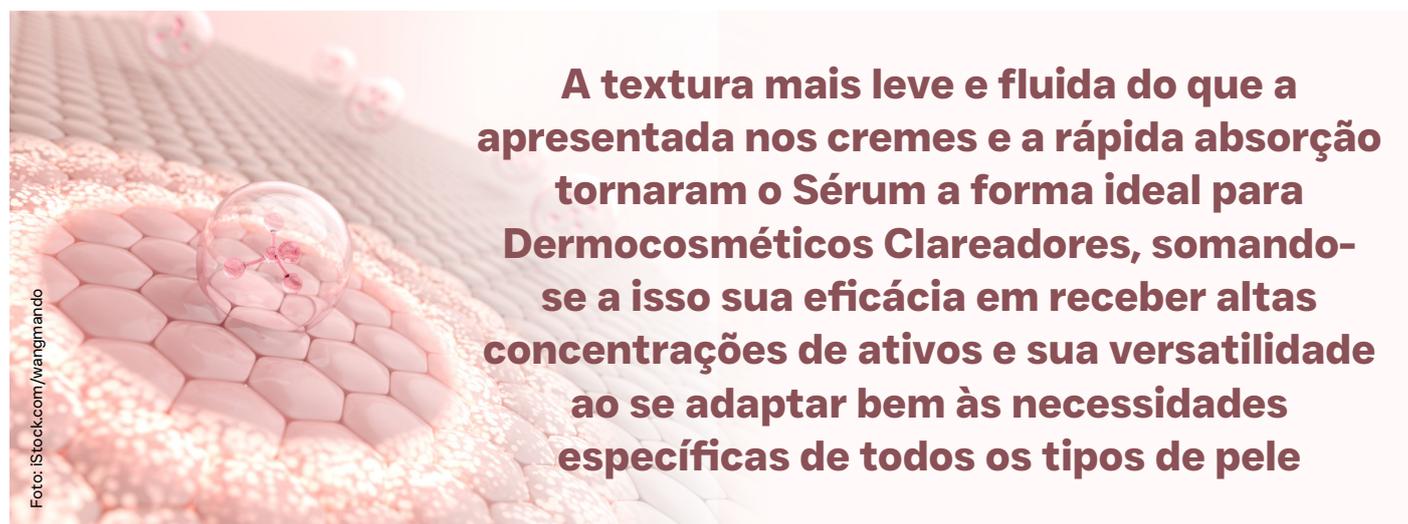
Assim como diversos fatores podem resultar em manchas na pele, como alterações hormonais, questões genéticas, tabagismo e exposição excessiva ao sol, principalmente em regiões que apresentam clima quente durante todo o ano, a solução também deve ser individualizada, com a indicação e uso de um produto desenvolvido para cada problema específico, onde é sempre

aconselhável acompanhamento dermatológico, partindo do diagnóstico e instruções de um profissional, assim como consultar sempre as instruções do fabricante sobre a forma correta de usar o produto.

## Autocuidado e autoestima, mercado e inovação

Criando uma espécie de ciclo contínuo, nos últimos 10 anos consumidores passaram a se interessar mais por assuntos e produtos relacionados à autocuidado, uma indústria atenta intensificou pesquisas e desenvolveu dermocosméticos mais acessíveis e eficazes, percebendo esses movimentos de mercado as farmácias atenderam a essa demanda e passaram a oferecer uma variedade maior de dermocosméticos impulsionando, com isso, suas vendas, e assim aumentando sua variedade de produtos, que são comprados por consumidores cada vez mais interessados por dermocosméticos, mais acessíveis e mais eficazes.

Destaque em estudo realizado pela Mordor Intelligence, o mercado brasileiro tem



**A textura mais leve e fluida do que a apresentada nos cremes e a rápida absorção tornaram o Sérum a forma ideal para Dermocosméticos Clareadores, somando-se a isso sua eficácia em receber altas concentrações de ativos e sua versatilidade ao se adaptar bem às necessidades específicas de todos os tipos de pele**

apresentado um crescimento constante, com projeção de crescimento do setor partindo de US\$33,14 bilhões em 2024, podendo chegar a US\$44,03 bilhões até 2029. Neste universo, os dermocosméticos se destacam por serem percebidos pelo consumidor como mais eficazes e confiáveis, por serem desenvolvidos com base em muita pesquisa e pela presença de ativos.

Os Sérums Clareadores ocupam lugar de destaque entre os consumidores, nesse movimento que une beleza e saúde. “O mercado de skincare cresce constantemente no Brasil, sendo o terceiro país que mais consome cosméticos e produtos dermatológicos. De acordo com uma pesquisa da MindMiners, 76% das pessoas utilizam algum produto de cuidado com a pele no país. Nosso novo sérum chega ao Brasil ampliando a linha Hydro Boost com um produto criado para reduzir marcas na pele. Além de proporcionar hidratação e cuidado característicos da linha, o sérum uniformiza a pele em quatro semanas de uso”, afirma Sabrina Tichauer, diretora de marketing da Neutrogena e das marcas de Cuidados com a Pele na Kenvue.

## Hiperpigmentação, soluções eficazes

O aparecimento de manchas na pele, ou hiperpigmentação, é muito abrangente, podendo acontecer por motivos diversos, em todas as idades e em todos os tipos de pele. A hiperpigmentação pode ser pontual, pequenas áreas escuras como sardas ou pequenas manchas solares, ou extensa, manchas maiores ocasionadas



Foto: iStock.com/andreswd

**O mercado de skincare cresce constantemente no Brasil, sendo o terceiro país que mais consome cosméticos e produtos dermatológicos**

principalmente por alterações hormonais, pelo uso de alguns medicamentos ou exposição solar excessiva.

“A La Roche-Posay reconhece que a hiperpigmentação é uma das condições de pele mais comuns e complexas de se tratar, uma vez que ela afeta todas as idades e tons de pele e apresenta-se por diversos fatores. A marca conduziu o primeiro estudo epidemiológico global que contemplou 34 países de todos os continentes e pessoas com os tons de pele mais diversos, com o objetivo de divulgar o conhecimento sobre os distúrbios pigmentares. Os resultados deste estudo revelaram que uma em cada duas pessoas sofre de distúrbios pigmentares no mundo e, por trás das manchas, existe uma grande dor: o impacto dessas marcas na vida das

peças, interferindo negativamente em seu convívio social e autoestima”, ressalta o time La Roche-Posay, que acrescenta, “o Mela B3 Sérum Antimanchas, da La Roche-Posay, é enriquecido com o ativo patentado Melasyl, desenvolvido pelo Grupo L’Oréal após 18 anos de pesquisa e seleção entre 100.000 moléculas. Através de um modo de ação único e exclusivo, Melasyl intercepta o excesso de melanina antes que cause diferenças de tonalidade na pele e reduz as manchas, respeitando o tom natural da pele. Com eficácia clínica comprovada em mais de 14 estudos científicos e avaliação em pele brasileira, Mela B3 Sérum possui resultados visíveis a partir da primeira semana e ainda previne o reaparecimento de manchas”.

## Uma rotina de skincare, completa!

Uma rotina de skincare é composta de algumas etapas, organizadas através do uso de produtos adequados ao tipo de pele e objetivos a serem alcançados. Alguns processos são fundamentais em todos os casos: limpeza, hidratação e proteção solar. Os Sérums Clareadores podem se adaptar perfeitamente a cada rotina, somando ativos na busca de uma pele luminosa e uniforme.

Para a Nivea, após mais de 10 anos de pesquisa e mais de 50 mil testes até chegar à fórmula atual que compõe seus Sérums Clareadores, esse é mais um passo para uma rotina de skincare perfeita. “Com fórmula pensada para solucionar algumas das principais necessidades de peles oleosas e mistas, Nivea Luminous630 Antimarcas Sérum Pós Acne conta com o revolucionário

ingrediente exclusivo Beiersdorf, Thiamidol e Ácido Salicílico, conhecido por propriedades que equilibram o ciclo de esfoliação da pele. Como resultado, temos um produto com tripla ação que atua visivelmente na redução e prevenção de marcas escurecidas causadas pela acne, deixa sensação de maciez, promove uma pele uniforme e iluminada, além de controlar a oleosidade e proporcionar um efeito matte” destaca o time Nivea, acrescentando, “na busca de melhorar a aparência de marcas escurecidas antigas, o Nivea Luminous630 Antimarcas Sérum Anti-Idade combina a ação comprovada do Thiamidol com a expertise de Nivea em produtos de performance para atenuar rugas e linhas de expressão. Multifuncional, a novidade atua na redução de marcas escurecidas acumuladas há até 10 anos, tendo resultados visíveis a partir de 2 semanas de uso, além de deixar a pele mais firme e preencher rugas, devido ao Booster de Colágeno presente em sua fórmula”.

### Você encontra no GrupoSC



**NEUTROG HYDRO BOOST SERUM 30ML**  
Cód. SC 715762  
Cód. PP 719456



**EUC AP DUAL SERUM 30ML**  
Cód. SC 711446  
Cód. PP 715140

# Lançamentos imperdíveis!

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

## IMECAP FACE GUMMY FR C 30 OR

Cód. SC 777026

Cód. PP 723662

- Suplemento em gomas com colágeno Verisol®.
- Auxilia na firmeza e elasticidade da pele.
- Sabor frutas vermelhas e formato de coração.
- Sem açúcar, glúten ou lactose.
- Apenas 1 goma ao dia.



## BEPANTOL DERMA ROSA MOSQUETA 20G

Cód. SC 765541

Cód. PP 723269

- Para áreas escurecidas: axila, virilha e região dos olhos.
- Uniformiza o tom da pele e promove ultra hidratação.
- Melhora a aparência de cicatrizes.
- Contém Óleo de Rosa Mosqueta, Dexpanthenol e Lanolina.
- Hipoalergênico e dermatologicamente testado.



**DEO NIVEA AERO DERMA SENSITIVE MAS 150ML**

Cód. SC 792192  
Cód. PP 701376

- Minimiza a irritação da pele.
- Desenvolvido especialmente para peles sensíveis.
- Formulado com Extrato de Camomila e Óleo de Abacate.
- Sem álcool etílico, corantes e conservantes.
- Toque seco.



**BIO FEMINA C/10 CAPS**  
Cód. SC 776991  
Cód. PP 723555

- Auxilia no equilíbrio da microbiota vaginal.
- Ingredientes probióticos.
- Sem lactose e glúten.
- 2 cápsulas ao dia para mulheres a partir de 19 anos.

**RADIANT MATURITY 30+30 CAPS GEL**

Cód. SC 778752  
Cód. PP 723756

Auxilia em:

- Funcionamento do sistema imune.
- Funcionamento muscular.
- Manutenção dos ossos.
- Manutenção do cabelo e pele.
- Manutenção da função articular.
- Absorção de cálcio e fósforo.



Foto: iStock.com/Prostock-Studio

# PLP

## Sua loja sempre atualizada com os **PRINCIPAIS LANÇAMENTOS** do mercado!

- ✓ 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.

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 acessando o site ou por email.

**SantaCruz:** [www.stacruz.com.br](http://www.stacruz.com.br)  
[plpsantacruz@stacruz.com.br](mailto:plpsantacruz@stacruz.com.br)

**Panpharma:** [www.panpharma.com.br](http://www.panpharma.com.br)  
[plppanpharma@panpharma.com.br](mailto:plppanpharma@panpharma.com.br)

 **GrupoSC**

 **SantaCruz**  **panpharma**