



NOVO

# KOLESTON DELUXE

0% AMÔNIA  
100% DE COBERTURA

ATÉ 99% MENOS QUEBRAS\*  
COM ÁCIDO HIALURÔNICO + AHA.



\*CABELOS COM MENOS QUEBRAS: VIA MEDIÇÃO INSTRUMENTAL VS. CABELO NÃO TRATADO. RESULTADOS PODEM VARIAR COM DIFERENTES TIPOS DE CABELOS.

MERCADO  
SAZONALIDADE, A  
TEMPORADA DE VERÃO  
E A OPORTUNIDADE DE  
IMPULSIONAR AS VENDAS

PAINEL  
DERMATITE ATÓPICA,  
CUIDADOS QUE SE  
TRADUZEM EM AUTOESTIMA  
E QUALIDADE DE VIDA

INOVAÇÃO  
VENDAS ON-LINE,  
A TECNOLOGIA  
PROPORCIONANDO UMA  
MELHOR JORNADA DE COMPRA



#### 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 Contigência: (41) 2101.9418



**WhatsApp: (41) 3908-9574**

Clique para iniciar a conversa



comunicado.grupo@gruposc.com.br

Acesse:

**www.gruposc.com.br**

## MERCADO

### 04. Sazonalidade: Verão, um período para promover a farmácia em ações especiais

Tendo como foco melhorar e integrar a jornada de compras, planejamento, gerenciamento e treinamento de equipe são fundamentais para impulsionar vendas e conquistar o consumidor.

## PAINEL

### 10. Dermatite Atópica: soluções para um problema que vai muito além da pele

Resultados positivos em pesquisas estão em produtos que chegam às prateleiras da farmácia para trazer benefícios à saúde física e mental, em dermocosméticos especiais para peles atópicas.

## INOVAÇÃO

### 14. Vendas On-line: as novas demandas que aliam *high tech* e *high touch*

O consumidor transforma seus hábitos de compra em busca da velocidade e conforto oferecidos pela tecnologia, mas sem abrir mão do atendimento humanizado.

## OPINIÃO

### 18. A importância da temporada de Verão para o mercado de Dermocosméticos brasileiro

Adalmario Couto, da Hypera Pharma, analisa a relação estreita entre saúde e beleza, a relevância da informação para o consumidor e a farmácia, como um elo estratégico.

## PERSPECTIVA

### 23. **Má Digestão: novas demandas incluem praticidade e eficácia**

Presente na vida de grande parte das pessoas, a necessidade de alívio dos sintomas é impulsionada pelas alterações de rotina no período de férias. Soluções rápidas, na farmácia!

## TOME NOTA

### 28. **Vitaminas do Complexo B: fundamentais na manutenção da boa saúde**

Pesquisas apresentam resultados positivos em estudos sobre os efeitos das 8 vitaminas que compõem o Complexo B, com novas aplicações para pessoas de todas as idades.

## ATIVOS E FÓRMULAS

### 33. **Produtos Multifuncionais: um produto, várias funções e benefícios**

A importância da Proteção Solar, somada a hidratação, controle da oleosidade e performance de maquiagem. Pesquisa e inovação, no PDV.

## PANORAMA DERMO

### 38. **Proteção dos Lábios: um passo essencial nas rotinas de skincare**

Produtos formulados para os lábios e contorno da boca, unindo prevenção e hidratação contínua, principalmente no Verão.

## LANÇAMENTOS

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

# RELAÇÕES HUMANAS, UMA PRIORIDADE

Em um momento onde a tecnologia assume um papel muito significativo na vida de todos, estando presente em tarefas diárias, no trabalho e em atividades de lazer, os relacionamentos humanos voltam a ser pauta importante, em um lembrete que, apesar da praticidade ofertada por apps e redes sociais, a interação real com pessoas é fundamental na preservação da saúde, física e mental.

Na farmácia, consumidores buscam por uma equipe preparada para oferecer informações que possam aliviar os sintomas de Má Digestão, ocasionados pela mudança de rotina alimentar nas férias de Verão, ou sobre as aplicações das Vitaminas do Complexo B, importantes para restabelecer a boa saúde.

Nos dermocosméticos, a melhora da autoestima em produtos especialmente desenvolvidos para Dermite Atópica, que trazem não só conforto físico, mas também equilibram a saúde mental. Para analisar esse mercado complexo, Adalmario Couto, da Hypera Pharma, mostra seu olhar sobre a saúde aliada à beleza, e como torná-la mais acessível a todos.

Com o Verão, os desafios da Sazonalidade e suas exigências, que devem estar alinhadas às novas demandas das Vendas On-line, mantendo o consumidor como foco da ação. A importância da Proteção Solar somada a outros benefícios em produtos Multifuncionais e a Proteção dos Lábios ocupando seu lugar nas rotinas de skincare mostram a importância da eficácia aliada à praticidade e conforto, não apenas no Verão, mas durante o ano todo.

Nos vemos na próxima edição!

Boa leitura e bons negócios!



Foto: iStock.com/Dimensions

# Sazonalidade: ações para a temporada de Verão

Proporcionar uma experiência de compra tendo o consumidor como foco principal das ações é uma ferramenta poderosa. Na farmácia, essencial para impulsionar as vendas no Verão

Em uma época de grande movimentação de pessoas, como é comum não só no Brasil, mas também pelo mundo, o período de férias apresenta características de venda muito particulares, principalmente em cidades onde o turismo acontece de forma significativa. O cliente ocasional, aquele que tem a compra motivada por uma necessidade pontual ou conveniência momentânea, deve encontrar no ambiente da farmácia uma impressão positiva de ações, produtos, atendimento e benefícios, gerando a possibilidade real de novas compras, físicas ou on-line.

“O final/início do ano representa uma oportunidade excepcional para farmácias aumentarem suas vendas, atrair novos clientes e fidelizar os já existentes. Com a estratégia certa, como oferecer descontos em produtos populares, criar combos promocionais e realizar ofertas relâmpago, as farmácias podem atender às demandas dos consumidores que buscam economia e produtos de qualidade para o cuidado da saúde e bem-estar. Além de ser um período de incremento de vendas, também serve como uma plataforma para promover a farmácia e aumentar a conscientização sobre a marca. Utilizar estratégias de marketing eficazes, aproveitando redes sociais, e-mails e outros canais de comunicação,

é fundamental para gerar expectativa e maximizar o alcance das ofertas. A interação ativa com os clientes não só estimula as vendas, mas também fortalece o relacionamento com o público. Com planejamento cuidadoso e a execução de estratégias inteligentes, as farmácias podem colher os frutos desse evento, ampliando suas vendas e solidificando laços de confiança com seus clientes”, explica Silvia OSSO, consultora e palestrante especializada em Varejo Farmacêutico.

Embora normalmente não sirvam de base para uma receita estável, os clientes ocasionais formam uma parte significativa do fluxo de consumidores e representam uma oportunidade importante de crescimento em vendas. O principal objetivo é encontrar mecanismos que possam transformar esse cliente ocasional em um cliente recorrente, considerando nessa equação que a integração de canais físicos e on-line abrem novos caminhos, tornando possível desconsiderar a distância entre loja e cliente um impedimento para concretizar o objetivo da realização de uma nova compra.



**O final/início do ano representa uma oportunidade excepcional para farmácias aumentarem suas vendas, atrair novos clientes e fidelizar os já existentes**

Silvia OSSO

## Importância e estratégias

O comportamento do consumidor mudou nos últimos anos, com a integração entre canais físicos e on-line se destacando e com o universo digital exercendo grande influência na jornada de compras. Dados da pesquisa Verão 2025/2026, da Opinion Box, que analisa as tendências, hábitos e o comportamento do consumidor, mostram que 81% dos entrevistados pretendem

viajar no próximo verão. Outros números mostrados na pesquisa revelam que 39% estão mais dispostos a fazer compras no período e 35% afirmam cuidar mais da saúde no verão do que no restante do ano.

Para melhor aproveitar essa fase, é essencial focar na experiência do cliente, na disponibilidade dos produtos sazonais mais procurados e em estratégias que possibilitem e facilitem contato futuro. Para Silvia Osso, é importante estar atento a ações para gerar:

- **Aumento nas Vendas:** As datas comemorativas atraem consumidores buscando produtos e ofertas, elevando o volume de vendas de toda a farmácia.
- **Fidelização de Clientes:** Ofertas atraídas e um bom atendimento podem converter compradores ocasionais em clientes fiéis.
- **Destaque no Mercado:** Participar ativamente dos eventos festivos posiciona a farmácia como competitiva e alinhada às tendências de consumo.
- **Planejamento Antecipado:** Definir com antecedência os produtos que estarão mais em evidência ou em promoção, negociar com fornecedores para obter melhores condições e assegurar um estoque adequado para atender à demanda é fundamental.
- **Ofertas Atrativas e Reais:** Evite práticas enganosas, ofereça descontos e ofertas genuínas que agreguem valor ao cliente.

- **Amplie a Comunicação:** Utilize diversos canais, tanto os presenciais na loja, com cartazes e folders, quanto nas redes sociais, e-mail marketing e WhatsApp, para divulgar as ofertas. Uma comunicação clara e transparente é fundamental para atrair e informar os clientes.
- **Treine a Equipe:** Garanta que todos os colaboradores estejam preparados para atender ao aumento do fluxo de clientes, oferecendo um atendimento ágil e de qualidade.



**Para melhor aproveitar essa fase, é essencial focar na experiência do cliente, na disponibilidade dos produtos sazonais mais procurados e em estratégias que possibilitem e facilitem contato futuro**

**81% dos entrevistados pretendem viajar no próximo verão. Outros números mostrados na pesquisa revelam que 39% estão mais dispostos a fazer compras no período e 35% afirmam cuidar mais da saúde no verão do que no restante do ano**

Fonte: Pesquisa Verão 2025/2026, da Opinion Box

## Para o período, um estoque enxuto e eficiente

Planejar e definir os produtos ideais para vender na farmácia durante as festas e férias de Verão é uma tarefa que exige atenção e um olhar atento aos dados e informações referentes a anos anteriores, que podem oferecer a base quanto a melhor variedade de produtos e definição das quantidades. É fundamental focar em itens de saúde, bem-estar, beleza e higiene pessoal que atendam as necessidades sazonais de proteção solar, hidratação e cuidados ocasionais.

Além disso, investir em um mix de produtos que o consumidor normalmente utiliza no Verão, em férias ou desenvolvendo normalmente suas atividades, amplia o leque de atuação e garante que as demandas de clientes já fidelizados possam ser atendidas com excelência. Entre os produtos em destaque estão:

- **Crie uma Experiência Omnichannel:** Integre os canais online e off-line, permitindo que o cliente compre pelo site e retire na loja, por exemplo. Essa flexibilidade melhora a experiência de compra e pode aumentar as vendas.
- **Ofereça Combos Promocionais:** Crie combos de produtos complementares com preços especiais. Essa estratégia pode aumentar o ticket médio e incentivar a compra de itens que o cliente não adquiriria inicialmente.
- **Monitore Hora a Hora:** Acompanhe as vendas em tempo real, identifique os produtos mais procurados e ajuste as estratégias, conforme necessário para maximizar os resultados.
- **Proteção Solar:** protetores solares faciais e corporais, com diferentes FPS (Fator de Proteção Solar), com variedade de marcas em creme, gel e spray, incluindo opções para peles sensíveis e infantis.
- **Hidratação e Pós-Sol:** produtos para hidratação e cuidados intensos para pele e cabelos, incluindo gel, cremes e loções pós-sol, hidratantes labiais e máscaras capilares para recuperação de danos causados pelo sol.

- **Higiene e Beleza:** Itens essenciais como sabonetes, shampoo, condicionador, desodorante e produtos para skincare, em embalagens normais e apropriadas para uso em viagens (embalagens em miniatura).
- **Saúde:** Itens básicos para atividades ao ar livre como repelentes de insetos, curativos, analgésicos, antitérmicos e medicamentos para alergias sazonais.
- **Bem-estar:** produtos que proporcionem alívio ao calor, como águas termais,

lenços umedecidos refrescantes, isotônicos e outras bebidas, geladas ou não.

Garantir que clientes ocasionais sejam atendidos por uma equipe treinada e coesa com capacidade de oferecer empatia e escuta ativa, em um ambiente físico acolhedor e funcional que esteja integrado ao universo on-line, equipada para gerenciar e atender às novas demandas e ao aumento de fluxo de clientes é um trabalho que exige planejamento e atenção aos detalhes, mas que garante sucesso, impulsiona as vendas e fideliza clientes, ocasionais ou não.

## Você encontra no GrupoSC

**PROTETOR SOLAR  
EXPERTISE FPS30  
200ML**  
Cód. SC 707127  
Cód. PP 709635



**POS SOL  
SUNDOWN GEL  
HIDRATANTE  
ANTIOXIDANTE  
140G**  
Cód. SC 713666  
Cód. PP 717191

**AGUA TERMAL  
AEROSOL AVENE  
150ML**  
Cód. SC 700496  
Cód. PP 700292



**LOCAO  
HIDRATANTE  
UREADIN 10%  
ISDIN 100ML**  
Cód. SC 714185  
Cód. PP 717886

**SHAMPOO 5%  
COMPLEXO E ACIDO  
CITRICO L OREAL PARIS  
ELSEVE BOND REPAIR  
BISNAGA 250ML**  
Cód. SC 776700  
Cód. PP 723542



**PACK ELSEVE  
SHAMPOO 375ML  
E CONDICIONADOR  
170ML LISO DOS  
SONHOS 2025  
LOREAL PARIS**  
Cód. SC 776995  
Cód. PP 723609

**OAZ REPELENTE  
AEROSOL 200 ML**  
Cód. SC 779220  
Cód. PP 724193



**OAZ POS SOL GEL  
INFANTIL 120ML**  
Cód. SC 717018  
Cód. PP 720996

**TYLENOL  
500MG C/20  
COMPRIMIDOS**  
Cód. SC 102778  
Cód. PP 401935



TYLENOL (paracetamol) MS: 1.5721.1214. Indicado para o tratamento de dor e febre. Advertências: não use tylenol® junto com outros medicamentos que contenham paracetamol, com álcool ou em caso de doenças grave do fígado. SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.

Consulte a disponibilidade no Santacruz Digital e no ePan

NOVO



Nova máscara de tratamento

Recupera até  
99% dos danos\*  
Cabelos 10x  
mais fortes



Pela beleza sem padrões

Cabelos renovados, **10x mais fortes\***



\*DANO INTERNO COM 5 USOS DE SHAMPOO, CONDICIONADOR E 2 EM 1 TRATAMENTO + FINALIZAÇÃO DA LINHA.



# Dermatite Atópica, cuidados especiais no Verão

Doença crônica da pele, é um dos temas centrais em estudos na área de dermocosméticos, sempre focado em criar produtos que visam conviver com o problema com mais conforto e bem-estar

Manter a pele limpa, hidratada e protegida já se tornou parte integrante da rotina incluindo, durante todo o dia, momentos dedicados à beleza e à saúde. Produtos e procedimentos adequados a cada tipo de pele se aliam em rotinas de skincare muito práticas e que refletem ótimos resultados, prevenindo e revertendo danos causados pelo sol e poluição ao longo da intensa jornada diária, sempre repleta de compromissos. Nesse cenário, em que todo tipo de pele precisa de cuidados, algumas situações específicas podem exigir atenção especial e um pouco mais de disciplina, para resultados mais eficazes.

A Dermatite Atópica, condição que resulta de uma interação complexa entre fatores genéticos e ambientais, é uma doença crônica da pele, que mesmo não contagiosa pode afetar intensamente a autoestima e a qualidade de vida do paciente, podendo levar a problemas de sono, ansiedade e depressão. Os principais sinais clínicos são lesões avermelhadas, inflamadas e descamativas, que em uma pele que naturalmente já é mais ressecada e frágil causa coceira e muito desconforto.

De acordo com a SBD (Sociedade Brasileira de Dermatologia) a Dermatite Atópica é mais prevalente em crianças, afetando até 25% delas antes dos cinco anos de idade. Em adultos, pode chegar a cerca de 7% da população, e ainda assim é comumente confundida com outras alergias, sendo pouco conhecida pela população em geral. Ainda de acordo com a SBD “acomete principalmente as grandes dobras do corpo como a porção anterior dos cotovelos, região atrás dos joelhos e pescoço. Nas crianças menores a face é uma região frequentemente acometida”.

Com o intuito de tornar o controle e manutenção da Dermatite Atópica mais eficaz, afinal ainda não há uma cura definitiva, dermocosméticos especialmente formulados com esse fim chegam ao mercado e permitem, junto com procedimentos determinados por um médico dermatologista, a criação de uma rotina de cuidados que ajudam na prevenção de crises e melhoram o convívio e autoestima dos pacientes. Com a intenção de promover informação de qualidade, uma equipe treinada e com acesso não só ao produto

**A Dermatite Atópica é mais prevalente em crianças, afetando até 25% delas antes dos cinco anos de idade. Em adultos, pode chegar a cerca de 7% da população, e ainda assim é comumente confundida com outras alergias, sendo pouco conhecida pela população em geral**

Fonte: SBD (Sociedade Brasileira de Dermatologia)

exposto, mas também a particularidades que o tornam a melhor escolha para cada caso específico, faz da farmácia um hub de saúde confiável e diferenciado, criando uma ponte sólida entre profissionais da área médica, indústria e consumidores.

## Prevenção e manutenção de crises, passos importantes

As pesquisas mais recentes sobre os efeitos da Dermatite Atópica concentram-se no impacto na qualidade de vida, nos aspectos psicossociais e na eficácia de novos tratamentos. Um estudo bastante abrangente publicado nos Anais Brasileiros de Dermatologia, o Measure-AD, conclui que a doença tem um impacto negativo significativo na qualidade de vida dos pacientes. O estudo também destaca que a coceira intensa pode prejudicar o

sono, e que 55% dos pacientes apresentam quadros de ansiedade e 33,3% de depressão. Ao mesmo tempo, pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha revelou que três em cada dez pessoas acreditam, erroneamente, que a doença é contagiosa.

Com Cetaphil, uma linha de produtos desenvolvidos para atender às necessidades específicas de peles com tendência atópica, a Galderma explica que “embora não exista uma cura definitiva para a dermatite atópica, a condição pode ser muito bem controlada. O pilar fundamental é a rotina de cuidados, focada em restaurar e proteger a barreira cutânea. Isso se traduz em hidratação intensa e constante, com o uso de dermocosméticos emolientes, sem fragrância, hipoalergênicos e não comedogênicos (não obstruem os poros da pele), aplicados generosamente pelo corpo, especialmente após o banho e nas áreas mais afetadas. “O acompanhamento da dermatite atópica se apoia em duas frentes: o cuidado diário e o gerenciamento das crises agudas. O primeiro é responsabilidade

**A coceira intensa pode prejudicar o sono, e que 55% dos pacientes apresentam quadros de ansiedade e 33,3% de depressão. Ao mesmo tempo, pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha revelou que três em cada dez pessoas acreditam, erroneamente, que a doença é contagiosa**

Fonte: Anais Brasileiros de Dermatologia - Measure-AD

do paciente e envolve a hidratação constante e a escolha de produtos adequados para fortalecer a barreira da pele. O segundo pilar é onde o dermatologista atua, prescrevendo tratamentos específicos, como anti-inflamatórios tópicos, para controlar a inflamação de forma segura e eficaz”, complementa a Dra. Paula Belotti, dermatologista”.

## **Dermocosméticos, mais eficazes, mais acessíveis**

Os dermocosméticos conquistaram, nos últimos anos, um lugar de destaque nas farmácias. Desenvolvidos com base em pesquisas dermatológicas e utilizando princípios ativos com eficácia comprovada cientificamente, combinam as propriedades estéticas e sensoriais dos cosméticos tradicionais com a eficácia e segurança dos produtos farmacêuticos. Com o avanço das pesquisas e crescimento do número de empresas que atuam no setor e suas marcas, os produtos estão disponíveis



**Dermatite Atópica:  
prevenção e  
tratamento**



em mais pontos de venda, físicos e on-line, tornando-se cada vez mais acessíveis.

Com vasta expertise em pesquisa e inovação, a Isdin destaca que “é altamente recomendável usar gel de banho específico para a pele atópica, para evitar que o ressecamento se agrave. Também é importante que sejam banhos curtos, com água morna, e não esfregar a pele com esponjas, para não danificar a barreira cutânea. Produtos especificamente criados para mitigar os sinais da Dermatite Atópica incluem gel de banho, cremes e loções hidratantes. A fórmula de Nutratopic Pro-AMP Gel de Banho é rica em óleos emolientes, ajuda a reforçar a barreira da pele e protege contra o ressecamento. Ajuda a acalmar a pele graças a ação da Niacinamida, inibe a adesão bacteriana com o Biosaccharide Gum-2 e ajuda a aliviar a coceira associada à pele atópica através do Laureth-9. No entanto, antes de começar a usar produtos para pele atópica, é muito importante consultar um dermatologista para que este indique o tratamento e os cuidados a seguir em cada caso”.

Uma linha com produtos desenvolvidos especialmente para os cuidados diários da pele atópica inclui produtos já consagrados e desenvolvimentos recentes na Galderma. Como destaque, “O Cetaphil Pro AD Restoraderm Sabonete Líquido limpa suavemente e melhora a hidratação natural da pele desde o banho. O produto, de uso diário, ajuda a aliviar o desconforto da pele atópica e é de fácil enxágue, deixando a pele macia e suave, proporcionando uma sensação de limpeza saudável. A Cetaphil Pro AD Restoraderm Espuma Hidratante Fast Control age de maneira rápida no controle do prurido. Foi formulada especialmente para uso na pele atópica em momentos de exacerbação de ressecamento e irritação. Além disso, 98% dos usuários sentiram que o produto é absorvido rapidamente pela pele. A Cetaphil Pro AD Restoraderm Loção Hidratante, com ação anticoceira, acalma a pele seca e irritada e hidrata por 48 horas. Conta com a tecnologia AD-Resyl que contribui para a manutenção do microbioma da pele”.

## Você encontra no GrupoSC

**BEPANTOL DERMA  
LOCAO HIDRATANTE  
RESTAURADOR  
CORPORAL 200ML  
NOVO**  
Cód. SC 769481  
Cód. PP 723328



**CREME  
HIDRATANTE  
NIVEA LATA 56G**  
Cód. SC 719716  
Cód. PP 701018



**CETAPHIL PRO AD  
RESTORADERM  
LOCAO HIDRATANTE  
295ML**  
Cód. SC 702477  
Cód. PP 704077



**CETAPHIL PRO AD  
RESTORADERM  
SABONETE  
LIQUIDO 236ML**  
Cód. SC 778014  
Cód. PP 723627



**LOCAO  
NUTRATOPIC PRO-  
AMP ISDIN 400ML**  
Cód. SC 708756  
Cód. PP 713535

**CREME DERMIVANCE  
HIDRATANTE  
FACIAL  
PELE SECA SENSIVEL  
CALM 40G**  
Cód. SC 714426  
Cód. PP 718263



**CERAVE LOCAO  
HIDRATANTE  
473ML**  
Cód. SC 709273  
Cód. PP 714181



**LOCAO FACIAL  
CERAVE  
HIDRATANTE  
FPS50 52ML**  
Cód. SC 764521  
Cód. PP 723300

Consulte a disponibilidade no Santacruz Digital e no ePan

# VENDAS ON-LINE

## Novos caminhos e seus desafios



A busca de tecnologias focadas em oferecer a melhor experiência ao cliente e seu impacto direto nas vendas abre novas discussões sobre como alcançar a excelência somando tecnologia, empatia e atendimento humanizado

É incontestável que as ferramentas digitais assumem espaço e importância cada vez maiores nas ações relacionadas às vendas do varejo farmacêutico, em um mercado cada vez mais dinâmico, competitivo e tecnológico. O conforto das compras on-line, com produtos que podem ser facilmente acessados de qualquer lugar através de um aparelho conectado a internet, modificou a velocidade da compra, facilitou o acesso a informações sobre os produtos e permitiu, com facilidade, a comparação de preços e prazos de entrega com a utilização de apenas alguns cliques.

Esse novo comportamento de compra, que vem ampliando significativamente sua rede de usuários nos últimos 20 anos, apresenta novos desafios a cada etapa estabelecida. Dificuldades importantes nas áreas de tecnologia, gestão e atendimento, apontados por pesquisas de comportamento de compra e expectativa de serviços oferecidos ao consumidor, apontam novas diretrizes para que essa jornada se desenvolva de forma agradável e fluida, impulsionando as vendas e gerando fidelização.



**O conforto das compras on-line, com produtos que podem ser facilmente acessados de qualquer lugar através de um aparelho conectado a internet, modificou a velocidade da compra, facilitou o acesso a informações sobre os produtos e permitiu, com facilidade, a comparação de preços e prazos de entrega com a utilização de apenas alguns cliques**

Fátima Merlin, fundadora e CEO da Connect Shopper, conselheira de administração e referência em Shopper, Varejo e Gerenciamento por Categoria, destaca que “a farmácia do futuro é Omnichannel, mas centrada no cliente. A integração real entre canais não é apenas disponibilizar um “compre e retire” ou um “marketplace farmacêutico”. É garantir continuidade na jornada, que vai do clique ao balcão, da busca ao cuidado. As ferramentas de CRM (Customer Relationship Management), Inteligência Artificial Generativa e automação devem trabalhar a favor da personalização com propósito, não da padronização massiva. O objetivo é conhecer o shopper, entender suas reais motivações, dores, comportamentos e hábitos, e traduzir isso em experiências que equilibrem conveniência e acolhimento.”

## O consumidor e a experiência on-line

As mudanças nos hábitos e consumo dos brasileiros é traduzida em alguns números apontados na 7ª Edição da Pesquisa sobre o Comportamento do Consumidor em Farmácias no Brasil 2024, apresentada pelo IFEPEC (Instituto Febrifar de Pesquisa e Educação Corporativa) em parceria com a Unicamp (Universidade Estadual de Campinas). Vale destacar que a percepção de preços competitivos é considerada fundamental para 88,9% dos consumidores, sendo que 26,9% já realizam compras de forma não presencial, com 88,0% destacando canais como

WhatsApp ou telefone como mais utilizados. Outro dado interessante é que 30,2% da cesta de produtos comprados em farmácias hoje é composta de não medicamentos, e quando o assunto são as compras presenciais, 87,0% dos consumidores afirmam a necessidade de um atendente para auxiliar na escolha de produtos oferecidos no autosserviço.

Em outro estudo, a Pesquisa E-consumidor 2026 desenvolvida pelo Opinion Box e Nuvemshop Next, os dados determinam como principais obstáculos que levam a desistência da compra on-line e ao abandono do carrinho situações como valor de frete muito alto, apontado por 57,0%, e prazo de entrega muito longo, principal razão para

35,0%. Entre as promoções preferidas dos consumidores em lojas virtuais estão o frete grátis, para 67,40%, os pontos oferecidos em programas de fidelidade, 32,80%, e ações que envolvam cashback, 24,80%.

“Hoje, esse consumidor cada vez mais omnichannel, impaciente e informado, quer resolver rápido, mas também quer ser compreendido, quer a “resolução” de suas necessidades, desejos, problemas, e por vezes, ser surpreendido. Quer rapidez, agilidade, recomendações assertivas, mas espera empatia. Quer promoções personalizadas, mas exige privacidade e respeito”, ressalta Fátima Merlin.

## Tecnologia X Relacionamentos Pessoais

Os novos desafios nas vendas on-line em farmácias requer foco total na experiência do cliente, criando uma integração fluida entre os canais on-line e físicos. Gerenciar essa jornada do cliente oferecendo consistência, eficácia e velocidade no atendimento e nos serviços é um grande desafio operacional e estratégico, que precisa ser observado e aprimorado. A alta competitividade digital, a adaptação às normativas da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) e as exigências da LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) são outros desafios que envolvem gestão eficaz, capacitação e investimentos bem distribuídos.

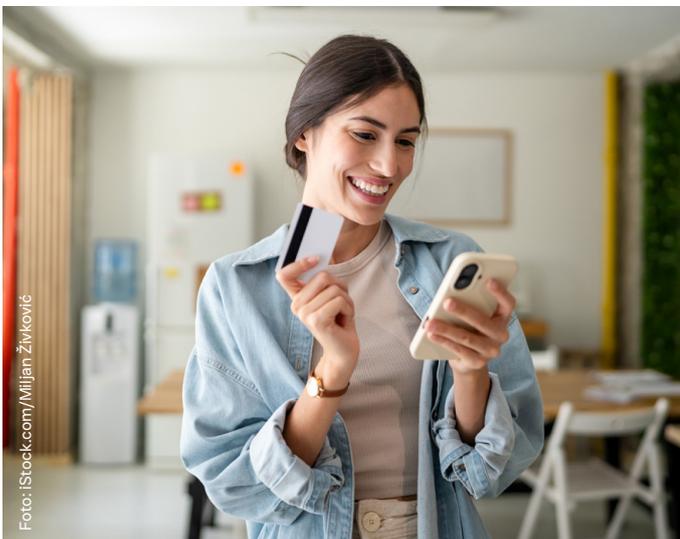


Foto: iStock.com/Miljan Zivkovic

**O objetivo é conhecer o shopper, entender suas reais motivações, dores, comportamentos e hábitos, e traduzir isso em experiências que equilibrem conveniência e acolhimento**

Fátima Merlin

“O varejo farma vive um ponto de inflexão. O digital deixou de ser um canal complementar e passou a ser parte essencial da experiência de compra. Mas é justamente neste novo cenário, de agilidade, disponibilidade 24 horas e conveniência sem fronteiras, que surge o maior desafio: não perder o toque humano que sempre foi a essência do atendimento em farmácias. Por isso, as farmácias que pretendem prosperar nesse novo contexto precisam combinar alta tecnologia com alta sensibilidade, combinar high tech com high touch”. Ainda observando esse cenário, Fátima Merlin acrescenta que “a inteligência artificial já permeia a operação das farmácias atuando na previsão de demanda, precificação dinâmica, curadoria de

conteúdo e até suporte ao farmacêutico no atendimento remoto. Mas o verdadeiro diferencial está em usar a IA como ferramenta de apoio à decisão, não como substituto da escuta e da empatia. A farmácia que conseguir transformar dados em insights e insights em cuidado genuíno vai se destacar. O crescimento dos marketplaces e das plataformas de saúde cria oportunidades para ampliar alcance e rentabilidade, mas também exige curadoria e governança. É hora de pensar estrategicamente: quais categorias e serviços fazem sentido oferecer sob minha marca? Quais parcerias fortalecem o propósito e a confiança com o cliente? O futuro não será de quem vender mais, mas de quem gerar mais valor no ecossistema da saúde”.

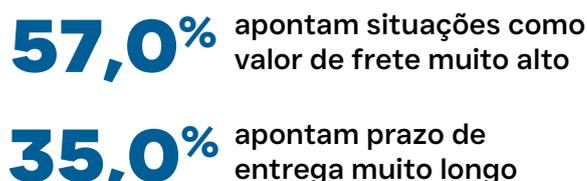
### COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR



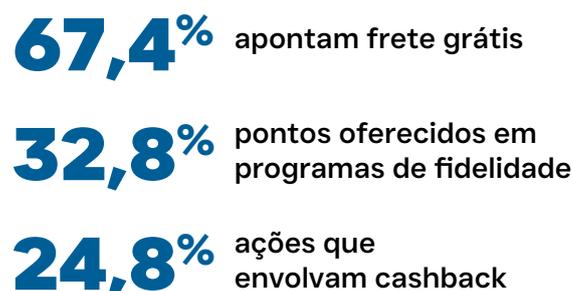
Fonte: IFEPEC (Instituto Febrifar de Pesquisa e Educação Corporativa) em parceria com a Unicamp (Universidade Estadual de Campinas)

### OBSTÁCULOS X INCENTIVADORES

Principais obstáculos que levam a desistência da compra on-line e ao abandono do carrinho:



Entre as promoções preferidas dos consumidores em lojas virtuais estão:



Fonte: Pesquisa E-consumidor 2026 desenvolvida pelo Opinion Box e Nuvemshop Next

# Hypera Pharma, para o Verão, saúde aliada à beleza

Foto: iStock.com/Dris Producoes



**Adalmario Couto,**  
Diretor Executivo  
da Unidade de  
Dermocosméticos e  
Inovação da Hypera  
Pharma, em uma análise  
esclarecedora sobre  
as expectativas do  
consumidor, últimos  
avanços em pesquisas  
e a importância da  
informação, na busca de  
mais saúde para todos.

## 1) A chegada do Verão representa um período de aumento na demanda de produtos vinculados à proteção solar. Como analisar as possibilidades de crescimento desse mercado?

O verão continua sendo um importante acelerador para o consumo de produtos de fotoproteção. O protetor solar se tornou um aliado da rotina diária de cuidados com a pele durante o ano todo e em todas as faixas etárias.

Ao mesmo tempo, observamos um consumidor cada vez mais interessado por informações qualificadas. É natural que o consumidor queira entender o que está aplicando na pele, e o papel da indústria é, justamente, traduzir ciência e segurança de forma clara e acessível. A fotoproteção é um pilar de saúde comprovado por décadas de pesquisa, e o futuro dessa categoria está em combinar eficácia, sensorial agradável e educação contínua. É exatamente essa a direção que temos perseguido.

**2) Ainda falando em Proteção Solar, a linha facial de proteção com cor está sendo muito bem avaliada. É um produto visto como exemplo de inovação nesta categoria, reafirmando os produtos multifuncionais como tendência?**

Sem dúvida. Hoje em dia, o consumidor busca soluções práticas, que entreguem benefícios múltiplos e simplifiquem o autocuidado. No final do ano passado, em resposta a essa tendência e à popularidade de produtos em bastão, lançamos o Episol Color Stick, que protege contra a radiação solar, possui ativos antioxidantes, uniformiza o tom da pele e oferece acabamento estético com alta cobertura em um formato prático. Já o Episol Sec Acqua, lançamento deste ano, com textura fluida ultraleve, também traz ativos que controlam a oleosidade e possuem ação antioxidante, além de uma cobertura média, mais leve e natural, mostrando como é possível unir tecnologia, cuidado e praticidade.

**3) As linhas de hidratação facial e corporal compõem o ranking de categorias mais vendidas nas farmácias. Pode-se observar um impacto positivo nas vendas nesse período?**

Sim, há um impacto relevante. No verão, a hidratação ganha protagonismo entre consumidores que buscam recuperar a barreira cutânea após maior exposição ao sol e ao calor. É um movimento que reforça a importância dos cuidados reparadores e do conforto sensorial. Nesse contexto, nossa linha Epidrat Corpo Intensivo é muito recomendada por dermatologistas e querida pelos clientes frequentes, assim

como Epidrat Calm, que se destaca por sua ação calmante imediata, muito procurada após exposição solar. Já a linha Hydraporin AI atende casos mais desafiadores, oferecendo hidratação terapêutica para peles hipersensibilizadas.



**Hoje em dia, o consumidor busca soluções práticas, que entreguem benefícios múltiplos e simplifiquem o autocuidado**

**4) Produtos que visam proteção, limpeza e hidratação estão consolidados. Quando pensamos em inovação, quais os ativos de maior aceitação e procura pelo consumidor? O que isso representa, quando falamos em mercado?**

Dentro do universo dos dermocosméticos, existem ativos que já se consolidaram como preferidos do consumidor brasileiro, como o ácido hialurônico, a niacinamida, a vitamina C e o retinol, reconhecidos pela eficácia comprovada e ampla recomendação dermatológica. Na Mantecorp Skincare, levamos as pesquisas de inovação muito a sério. Buscamos

constantemente unir tecnologia e segurança, garantindo performance e estabilidade dos ativos. Um exemplo é a nossa linha Ivy C com vitamina C nanoencapsulada, tecnologia que reduz o índice de irritabilidade, evita oxidação do ativo e melhora a absorção cutânea. Este ano também marcamos o segmento de rejuvenescimento facial com dois lançamentos pioneiros da linha Reviline: o Reviline Retinol Sérum, único do mercado com dupla ação retinoide, e o Reviline Retinol Creme, único neurocosmético com ação pró-colágeno, que representa um avanço importante em tecnologia e longevidade celular. Esses lançamentos refletem o compromisso da marca com a inovação que gera valor real para a pele, para o dermatologista e para o mercado.

### **5. No auge do Verão, com várias atividades ao ar livre, os cabelos também precisam de mais atenção. A necessidade de aliar beleza e saúde amplamente vista em rotinas de skincare também inclui novas rotinas de tratamento com os cabelos?**

Sem dúvida. O cuidado capilar vem se aproximando rapidamente do universo de skincare, tanto em termos de formulação quanto de propósito. Hoje, o consumidor entende o cabelo como uma extensão da pele, o couro cabeludo é um tecido vivo, e sua saúde influencia diretamente a força e a vitalidade dos fios. Seguindo essa lógica, reformulamos nossa linha capilar Pielus Antiqueda, que evoluiu para Pielus Forte, com foco em fortalecer os fios e preservar a saúde capilar de forma integral. A nova formulação atua desde o couro cabeludo, acelerando



**Dentro do universo dos dermocosméticos, existem ativos que já se consolidaram como preferidos do consumidor brasileiro, como o ácido hialurônico, a niacinamida, a vitamina C e o retinol, reconhecidos pela eficácia comprovada e ampla recomendação dermatológica**

o crescimento dos fios, aumentando sua densidade, espessura e volume, reduzindo o surgimento de fios grisalhos e, em alguns casos, revertendo a perda de pigmentação. Essa inovação reflete um movimento mais amplo do mercado: a integração entre ciência dermatológica e cosmética avançada para tratar o cabelo com o mesmo rigor que a pele.

### **6. Partindo de novos interesses e das facilidades acessadas por via digital, quais novas abordagens são vistas como eficazes, em ações que visem a melhor divulgação e apresentação dos produtos?**

O ambiente digital transformou a maneira como o consumidor se informa e

constrói confiança nas marcas. Hoje, mais do que buscar tendências, ele quer compreender a ciência por trás dos produtos. Por isso, nossas estratégias digitais têm como foco principal conteúdo educativo de qualidade, com linguagem acessível e embasamento técnico. Além disso, fortalecemos a presença da marca em pontos de contato estratégicos, como PDVs e consultórios dermatológicos. No ponto de venda, ações de visibilidade e materiais de apoio reforçam o posicionamento e facilitam a escolha do consumidor. Junto aos dermatologistas, promovemos ativações nos

consultórios com testadores e amostras gratuitas, permitindo que o paciente experimente o sensorial, a textura e o aroma dos produtos; uma abordagem que aproxima a marca e estimula a recomendação profissional.

## **7. Divulgação, informação e orientação ao consumidor são fundamentais para a eficácia e consolidação de qualquer produto. Quais caminhos para intensificar essa comunicação que envolve indústria, farmácia e consumidor, considerando a farmácia como elo de ligação?**

A farmácia é um elo estratégico entre a indústria e o consumidor. Mais do que um ponto de venda, ela se consolida como canal de confiança e orientação, especialmente em categorias relacionadas à saúde e ao cuidado com a pele. Por isso, investir na qualificação desse relacionamento é essencial. Nossos consultores e representantes têm um papel ativo na capacitação de farmacêuticos e equipes de atendimento em relação aos nossos produtos, oferecendo informações técnicas, treinamentos e materiais de apoio que ampliam a capacidade consultiva no balcão. Esse trabalho fortalece a credibilidade da marca e melhora a jornada do consumidor, que encontra orientação embasada no momento da compra.

Paralelamente, as ações digitais complementam esse ciclo, preparando o consumidor antes da ida à farmácia, ele chega ao ponto de venda mais informado, consciente de suas necessidades e seguro de sua escolha.



**O cuidado capilar vem se aproximando rapidamente do universo de skincare, tanto em termos de formulação quanto de propósito. Hoje, o consumidor entende o cabelo como uma extensão da pele, o couro cabeludo é um tecido vivo, e sua saúde influencia diretamente a força e a vitalidade dos fios**

LÍDER EM  
PRESCRIÇÃO MÉDICA

Mais de **10.000**  
GINECOLOGISTAS  
visitados por ano

Mais de **100**  
REPRESENTANTES

Cobertura de **95%** dos  
top 100 prescritores do  
mercado de ácido tranexâmico

Fonte Close-Up - 09/2025

Dose recomendada para SUA no Brasil

**1g a 1,5g** \* 2

\* 2 a 3 comprimidos, três a quatro vezes ao dia, por  
período de três a quatro dias.



**TRANSAMIN**<sup>®</sup>  
ácido tranexâmico

**1ª LINHA DE TRATAMENTO  
NÃO HORMONAL DO SANGRAMENTO  
UTERINO ANORMAL (SUA)**<sup>1</sup>



REFERÊNCIAS: 1 - Protocolos Febrasgo - Sangramento Uterino Anormal, Ginecologia n° 42, 2018; 2 - Bula do medicamento. Acesse a minibula de TRANSAMIN<sup>®</sup> no QR Code ao lado.

# SOMAR + FORÇAS

para tratar a Doença Hepato Metabólica



**SILIMALON**<sup>®</sup>  
racemetionina e silimarina **140**

Auxilia no tratamento da  
**Esteatose Hepática**  
associada a  
**Síndrome Metabólica**



Acesse a minibula de SILIMALON<sup>®</sup>140 no QR Code ao lado.

**zydus**  
Dedicada à Vida

O Grupo Zydus é uma multinacional indiana que está presente em mais de 50 países e ocupa o 4º lugar na indústria farmacêutica indiana. O grupo possui fábricas e instalações de pesquisa espalhadas por cinco estados na Índia, nos EUA e no Brasil.

No Brasil, atuamos nos segmentos de genéricos, hospitalar e prescrição, com portfólios em saúde da mente, saúde da mulher, saúde metabólica e suplementos para o bem-estar.

**Compromisso de dedicação à vida.**



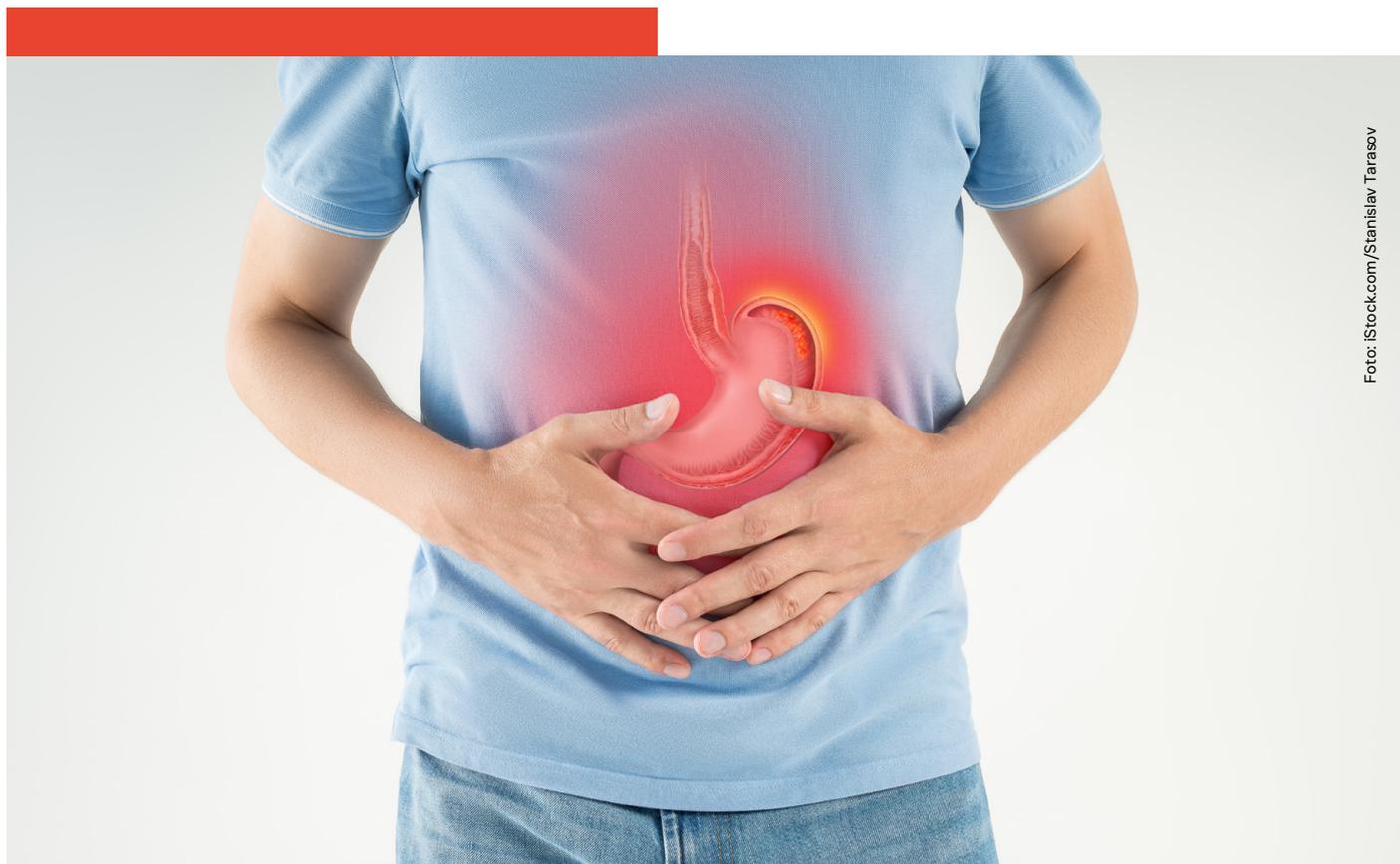


Foto: iStock.com/Staniislav Tarasov

# Má Digestão, a farmácia e as demandas do Verão

O aumento nas temperaturas, o período de férias e as alterações na rotina impulsionam as vendas de um dos MIPs mais procurados nesse período. Praticidade e eficácia para um Verão perfeito, na farmácia

Dispepsia é o termo médico utilizado para definir a Má Digestão, caracterizada por desconforto ou dor localizada na parte superior do abdômen, náuseas e/ou queimação. Muitas vezes causada por hábitos alimentares inadequados, crises de ansiedade ou uso de medicamentos, pode ser funcional, quando não se encontra um problema físico específico, ou orgânica, quando associada a uma doença identificável.

A mudança de hábitos alimentares, muito comum no Verão, tem uma relação direta e significativa com o desconforto da

**Má Digestão.** Viagens e atividades sociais mais constantes no período levam ao aumento da ingestão de petiscos, snacks e refeições com maior carga calórica e alto teor de gordura. Ao mesmo tempo, o aumento das temperaturas pode levar a maior ingestão de bebidas alcoólicas ou que contém uma quantidade elevada de açúcar, ambas consumidas em horários irregulares, ações que podem desequilibrar o sistema digestivo.

Considerando este cenário, o consumo geral de antiácidos no Brasil tem apresentado um aumento significativo nos últimos 5 anos, tornando-se uma das categorias que mais crescem entre os MIPs (Medicamentos Isentos de Prescrição). Disponíveis nas versões efervescente (comprimidos e pó), mastigáveis (comprimidos e goma), líquido (suspensão oral) e comprimidos, os antiácidos assumem um lugar de destaque na categoria, sendo amplamente consumidos pela eficácia e praticidade em casos esporádicos de Má Digestão. Para casos persistentes, o direcionamento de um profissional médico garante um diagnóstico e tratamento mais precisos.

**O consumo geral de antiácidos no Brasil tem apresentado um aumento significativo nos últimos 5 anos, tornando-se uma das categorias que mais crescem entre os MIPs (Medicamentos Isentos de Prescrição)**

## Um mercado que segue aquecido, no Brasil e no mundo

Apesar de não haver um número exato e consolidado sobre as pessoas que sofrem com problemas ligados a Má Digestão, dados de um levantamento inédito da Federação Brasileira de Gastroenterologia apontam que quase metade dos brasileiros apresenta algum sintoma relacionado ao problema, como azia ou refluxo.

Para atender as demandas desse mercado em franco crescimento, a Reckitt Comercial destaca que “Luftagastro agora volta ao formato mais tradicional da categoria: a garrafa de 150ml. Com crescimento de 47,9% em junho de 2025 no segmento de líquidos em comparação com o mesmo mês do ano anterior, segundo dados da IQVIA, o mercado de produtos para desconfortos gástricos vive um momento de expansão, impulsionado



**As causas mais comuns de Má Digestão**



especialmente pela busca por alternativas de alívio rápido e prolongado”. Sobre o mesmo assunto, Ana Giulia Pinheiro, Gerente Sênior de Marketing de Luftal e Luftagastro, marca da Reckitt Comercial, explica que “o formato líquido em garrafa é uma escolha importante para quem necessita do produto em mais de uma ocasião. Esse perfil de consumidor, que convive com sintomas, busca não só alívio imediato, mas também uma solução segura, eficiente e econômica para o dia a dia. Trazer a garrafa de volta é ampliar nossa presença na vida dessas pessoas, garantindo conveniência e continuidade no cuidado”.

Dados revelam o impacto da categoria na farmácia, em análise divulgada pela Mordor Intelligence: “farmácias de varejo e drogarias mantiveram uma participação no mercado de antiácidos de 44,67% em 2024 e crescerão a uma TCAC (Taxa de Crescimento Anual Composta) de 6,55%, reforçando sua influência tanto como centros de venda quanto de aconselhamento de saúde. A consolidação de redes de lojas melhora a padronização de prateleira e gestão de categorias, tornando SKUs (Unidades de Manutenção de Estoque) de antiácidos de alta velocidade mais fáceis de localizar. Simultaneamente, aplicativos móveis de farmácia permitem o serviço de clique e coleta, clientes fazem pedidos via smartphone e retiram na loja, misturando imediatismo e conveniência. As farmácias e drogarias também focam em compras por impulso, produtos de dose única perto de refrigeradores de bebidas visam consumidores buscando alívio rápido após as refeições”.

**Farmácias de varejo e drogarias mantiveram uma participação no mercado de antiácidos de 44,67% em 2024 e crescerão a uma TCAC (Taxa de Crescimento Anual Composta) de 6,55%, reforçando sua influência tanto como centros de venda quanto de aconselhamento de saúde**

Fonte: Mordor Intelligence

## Marcas consolidadas e inovação

Partindo da observação e de dados analisados em pesquisas de consumo, um olhar atento revela detalhes sobre os motivos de destaque da categoria e, ao mesmo tempo, inovação e pesquisa abrem caminho para novos ativos, formatos e sabores.

Atentos às novas necessidades, mas cientes da importância da confiabilidade construída pela marca, o Grupo Haleon destaca que: “Hoje, somos uma marca global. Os tempos mudaram nos últimos 150 anos, mas o Sal de Fruta Eno, não. Quando vivemos uma vida acelerada, não é raro nos depararmos com o obstáculo da azia. Composto por ingredientes que se dissolvem rapidamente e criam uma solução efervescente que neutraliza a

acidez estomacal, é uma marca inovadora e com credibilidade, que agora está disponível em formatos e sabores diversos. Uma vez que a azia pode surgir a qualquer momento, o Eno Tabs é fácil de carregar e oferece alívio rápido, sendo um companheiro de viagem ideal”.

A busca por inovação também passa por novas abordagens e opções terapêuticas. Para a Reckitt Comercial, “LuftaGastro Dupla Ação oferece uma composição com Alginato de Sódio, princípio ativo capaz de resolver desconfortos gástricos, atuando em sintomas leves e moderados. O lançamento vem em um momento estratégico, com a categoria de saúde gástrica sendo a que mais cresce no setor de MIPs em todo o mundo. No Brasil, esse crescimento é impulsionado pela rotina acelerada da atualidade. Fatores como estresse e empobrecimento da dieta têm levado a um aumento na incidência



## Principais compostos ativos nos Antiácidos



de sintomas como azia, queimação e refluxo, aumentando a busca por soluções eficazes e de ação rápida”. Ana Giulia Pinheiro esclarece que “estamos muito felizes em trazer para o consumidor brasileiro essa tecnologia de sucesso mundial. Sabemos que os sintomas de uma indigestão podem impactar diretamente a qualidade de vida das pessoas, e nossa resposta é trazer soluções inovadoras e práticas, que se encaixem nas necessidades da população no dia a dia”.

## Você encontra no GrupoSC



**LEITE MAGNESIA PHILLIPS HORTELA 120ML**  
Cód. SC 115048  
Cód. PP 400761

**LUFTA GASTRO PRO 10ML C/12 SACHES**  
Cód. SC 104634  
Cód. PP 403004



**LEITE MAGNESIA ENO HORTELA 350ML**  
Cód. SC 116838  
Cód. PP 404314



**ENO PASTILHAS MASTIGAVEIS FRUTAS SORTIDAS BLISTER C/12X8**  
Cód. SC 141132  
Cód. PP 405860



**EPOCLER ABACAXI 10ML C/06 FLACONETES**  
Cód. SC 103818  
Cód. PP 106174



**LUFTA GASTRO PRO 10ML C/24 SACHES**  
Cód. SC 104633  
Cód. PP 403003



**ESTOMAZIL EFERVESCENTE ABACAXI C/50 ENVELOPES 5G**  
Cód. SC 105205  
Cód. PP 400513

**EPOCLER:** citrato de colina, betaina monodratada e racemetonina. Indicações: tratamento de distúrbios metabólicos hepáticos. MS 17817.0079. **LUFTAGASTROPRO** (alginato de sódio + bicarbonato de potássio) Indicações: LUFTAGASTROPRO é um medicamento indicado para os sintomas do refluxo, como regurgitação ácida, queimação (azia) e dispepsia (má digestão), inclusive após cirurgias gástricas, hérnia de hiato (penetração de parte do estômago na cavidade torácica) e esofagite (inflamação no esôfago). Indicado também para os sintomas do refluxo supraesofágico. Pode ser utilizado durante o tratamento com inibidores da bomba de próton (por exemplo omeprazol) ou antagonistas dos receptores H2 (por exemplo cloridrato de ranitidina). MS 17390.0005. **ENO PASTILHAS MASTIGÁVEIS:** (carbonato de cálcio) Indicação: antiácido. Não use esse medicamento em caso de doença dos rins. **MEDICAMENTOS NOTIFICADOS CONFORME RDC Nº 576/2021. ESTOMAZIL** (bicarbonato de sódio, carbonato de sódio e ácido cítrico) Indicações: alívio da azia, má-digestão e mal-estar, medicação antiácida. MS 17817.0039. **SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.**

# E-star

acetato de  
racealfatoferol  
800mg Vitamina E

**ANTIOXIDANTE** que  
auxilia na proteção dos danos  
causados pelos radicais livres.

Dosagem inovadora  
**800 mg**



Posologia:

**1** cápsula  
ao dia



► Apresentações de  
**30 e 60** cápsulas.

Este produto é um suplemento alimentar de vitamina E em cápsula. ESTE PRODUTO NÃO É UM MEDICAMENTO. SAC 0800 282 11 27 - Zydus Nikkho Farmacêutica Ltda. - [www.zydusbrasil.com](http://www.zydusbrasil.com)

## CHEGOU A INOVAÇÃO QUE POTENCIALIZA A ABSORÇÃO DO FERRO<sup>1</sup>



Posologia: **1** cápsula  
ao dia



**FÁCIL DEGLUTIÇÃO**

Cápsula menor, se comparada  
com o concorrente.

## RECONSTRUINDO O SEU CONCEITO sobre o Ferro

suave

**EFEITOS COLATERAIS  
REDUZIDOS<sup>1</sup>**

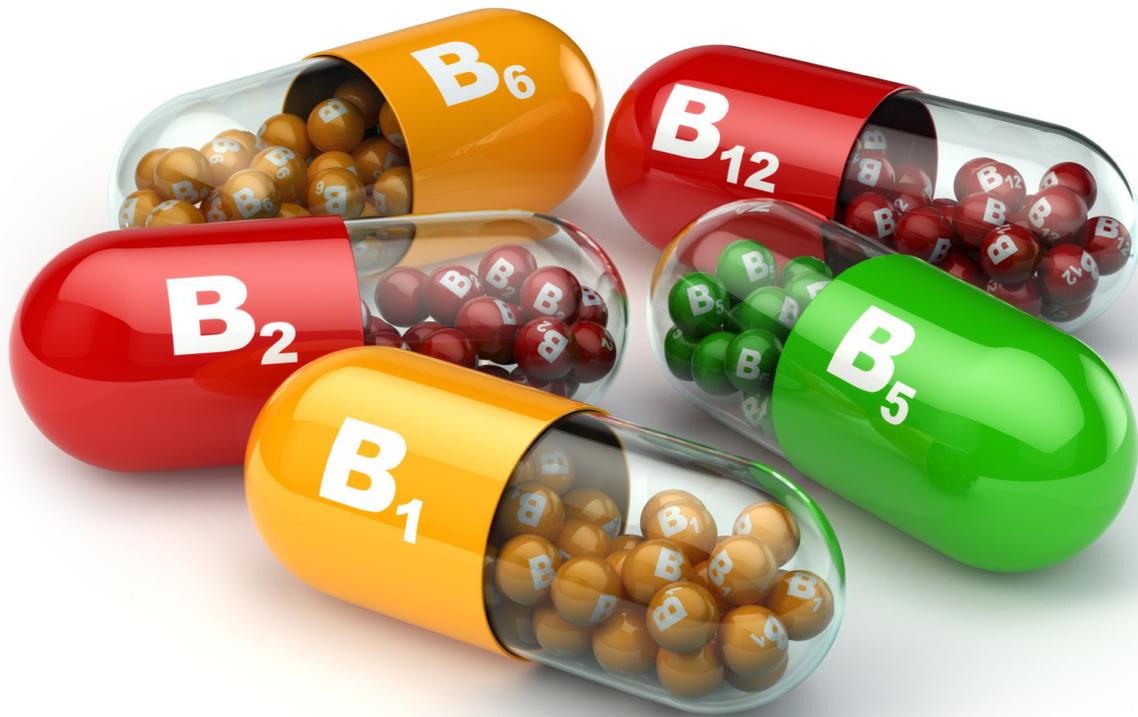
eficaz

**ABSORÇÃO DE FERRO  
EFICIENTE**

confiável

**TECNOLOGIA EXCLUSIVA  
COM MICRONIZAÇÃO E  
MICROENCAPSULAMENTO  
DO FERRO<sup>2</sup>**

Referências: 1 - LUBRIZOL ADVANCED MATERIALS, INC. LIPOFER™; LIPOFER™ Microcapsules Structure, Cleveland: The Lubrizol Corporation, [s.d.]; e "PHARMALINEA LTD. Your Iron Line Whitepaper. Ljubljana: PharmaLinea Ltd., [s.d.]. 2 - Lipofer mechanism flyer - lipofer microcapsules structure. Este produto é um suplemento alimentar de ferro e vitamina C em cápsula. ESTE PRODUTO NÃO É UM MEDICAMENTO. SAC: 0800 282 11 27 - Zydus Nikkho Farmacêutica Ltda. - [www.zydusbrasil.com](http://www.zydusbrasil.com)



# Vitaminas do Complexo B, essenciais à saúde

As vitaminas são fundamentais na manutenção da boa saúde em qualquer idade. Pesquisa e inovação trabalham para uma suplementação cada vez mais eficaz

Em um leque composto de 8 vitaminas hidrossolúveis que estão diretamente envolvidas em um grande número de processos metabólicos cruciais no organismo, cada uma das Vitaminas do Complexo B desempenha uma função específica. São fundamentais para o fortalecimento do sistema imunológico e nervoso, transportar oxigênio e nutrientes, regular a produção de energia e influenciam diretamente na saúde e beleza da pele, cabelos e unhas.

Tema amplamente pesquisado por cientistas, médicos e nutricionistas pela sua relevância em múltiplos sistemas do corpo, as Vitaminas que compõem o Complexo B são: B1 (Tiamina), B2 (Riboflavina), B3 (Niacina), B5 (Ácido Pantotênico), B6 (Piridoxina), B7 (Biotina), B9 (Ácido Fólico) e B12 (Cobalamina). Inúmeros estudos abordam a ação individual específica de cada tipo, mas resultados muito relevantes e positivos têm surgido em estudos que consideram a ação combinada e sinérgica de mais de uma vitamina do Complexo B.

Obtidas principalmente através da alimentação, não são armazenadas em quantidade, necessitando de reposição regular diária. Vale destacar que a quantidade diária ideal a ser consumida depende de fatores como sexo, idade, estado de saúde e hábitos alimentares de cada pessoa. As recomendações gerais divulgadas pelo IDR (Ingestão Diária Recomendada), definidos e divulgados pela Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) com base nas diretrizes de saúde, servem como referência, mas podem e devem ser adaptadas a cada caso após avaliação médica individual para resultados mais eficazes.

Na rotina diária, a suplementação pode ser um grande aliado em períodos de estresse, condições médicas específicas e dietas restritivas, entre outros casos, visando restabelecer o equilíbrio da saúde. Informação, acolhimento e direcionamento são fundamentais, com os profissionais da farmácia promovendo o uso seguro e consciente dos produtos e desenvolvendo ações colaborativas com

outros profissionais de saúde. O atendimento atento, individual e humanizado pode garantir, na farmácia, produtos mais eficazes e condutas mais seguras para a população.

## Pesquisa e informação, diminuindo as diferenças

Mais de 2 bilhões de pessoas no mundo apresentam deficiência de vitaminas e minerais essenciais, de acordo com dados levantados pela OMS (Organização Mundial da Saúde). No Brasil, uma pesquisa coordenada pela Fiocruz (Fundação Oswaldo Cruz) e UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro) que faz parte do Enani (Estudo Nacional de Alimentação e Nutrição Infantil), revela que mais de 14% das crianças de até 5 anos de idade apresentam insuficiência de Vitamina B12, apresentando uma prevalência quase 3 vezes maior na região Norte do país.



**Vitaminas do complexo B e suas principais funções**



**Mais de 2 bilhões de pessoas no mundo apresentam deficiência de vitaminas e minerais essenciais**

Fonte: OMS (Organização Mundial da Saúde)

Tati Marques, diretora de Comunicação, Educação e Sustentabilidade da Biolab Farmacêutica destaca que “os estudos mostram que a deficiência de vitaminas do Complexo B é mais frequente nas regiões Norte e Nordeste. Isso acontece por uma combinação de fatores sociais, alimentares e de acesso à saúde. Mas esse maior risco não se traduz automaticamente em maior venda de produtos. O desempenho do mercado depende também da realidade econômica local, da proximidade com serviços de saúde e do acesso à informação sobre diagnóstico e tratamento. Já no Sul e Sudeste, há maior estrutura de saúde e maior disponibilidade de consultas e exames, o que favorece o diagnóstico e, conseqüentemente, o uso de medicamentos para reposição vitamínica. A necessidade existe onde há mais vulnerabilidade, mas o tratamento chega com mais força onde há mais acesso ao tratamento. Nosso compromisso é trabalhar para diminuir essas diferenças. Levar conhecimento, soluções adequadas e acesso a todo o país, sempre respeitando as particularidades de cada região”.

## Suplementação e sua importância

A suplementação com vitaminas pertencentes ao Complexo B ajuda no equilíbrio da saúde diante de inúmeras enfermidades, atuando como um coadjuvante valioso em diversos tratamentos clínicos. Desperta também, após a divulgação de estudos recentes e novas descobertas, o interesse de pessoas diversas, como grupos que incluem idosos, em função das dificuldades de absorção de nutrientes que podem ocorrer com a idade, e gestantes e lactantes, devido ao aumento das necessidades de Ácido Fólico (B9).

Pessoas com dietas baseadas em plantas, veganos e vegetarianos podem apresentar deficiência de Vitamina B12, que é obtida apenas a partir de produtos de origem animal. Atletas também podem se beneficiar da suplementação de B12, que em níveis adequados está associada a menor fadiga e melhor desempenho. As vitaminas do complexo B podem ser encontradas em comprimidos, cápsulas, gotas ou injetáveis, sempre ressaltando a necessidade de acompanhamento médico para maior segurança e eficácia de resultados.

“As vitaminas do Complexo B são verdadeiras aliadas do nosso bem-estar. Elas participam da produção de energia, do funcionamento do cérebro, dos nervos e até da formação do sangue. No ritmo que vivemos atualmente, nem sempre a alimentação é equilibrada e composta por todas as vitaminas e aminoácidos que precisamos. Além disso, o uso crônico de alguns medicamentos têm conexão

Foto: iStock.com/dragama991



## Sintomas ocasionados pela deficiência de Vitaminas do Complexo B



**No Brasil, mais de 14% das crianças de até 5 anos de idade apresentam insuficiência de Vitamina B12, apresentando uma prevalência quase 3 vezes maior na região Norte do país**

Fonte: Fiocruz (Fundação Oswaldo Cruz) e UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro)

direta com nossa capacidade de absorver essas vitaminas, e, portanto, muitas pessoas acabam precisando de reposição para viverem com mais qualidade sem comprometer suas principais funções no dia a dia. A ciência evoluiu muito nos últimos anos. Hoje sabemos que o Complexo B vai muito além de “dar energia”; centenas de publicações recentes mostram também impacto no sistema nervoso, metabolismo e qualidade de vida, especialmente em populações mais vulneráveis. A ciência avançou, e nós avançamos junto com ela. Por isso, vemos um mercado em crescimento, cada vez mais voltado para soluções específicas, direcionadas a necessidades reais de cada paciente. É um mercado que tende a oferecer soluções sobre o cuidado certo, na dose certa e no formato mais adequado para cada paciente” destaca Tati Marques, da Biolab Farmacêutica.

## Você encontra no GrupoSC



**VITAMINA B12 FRUTAS VERMELHAS C/60 COMPRIMIDOS MASTIGAVEIS**  
Cód. SC 779467  
Cód. PP 724511



**VITAMINA C 1000MG C/30 COMPRIMIDOS**  
Cód. SC 714357  
Cód. PP 718180



**NUTREN SENIOR MIX DE FRUTAS COMPOSTO LACTEO NESTLE LATA 740G**  
Cód. SC 719282  
Cód. PP 722113

**CENTRUM 30 COMPRIMIDOS**  
Cód. SC 703373  
Cód. PP 705422



**SUPLEMENTO ALIMENTAR COMPLEXO B CITONEURIN CAIXA 90 CAPSULAS**  
Cód. SC 759315  
Cód. PP 723211

LANÇAMENTO

IMECAP ACTSUN BASTÃO

PELE SAUDÁVEL E PROTEGIDA  
ONDE QUER QUE VOCÊ ESTEJA.



A PROTEÇÃO SOLAR PARA LEVAR NO BOLSO.

FÁCIL E PRÁTICO: FEITO PARA O SEU DIA A DIA.

VIVA O SEU MELHOR VOCÊ.

0800 025 0110  
sac@fqm.com.br

FQM



# Produtos Multifuncionais, proteção solar aliada a beleza e cuidados com a pele

Novas opções em Proteção Solar chegam em produtos que trazem, além de cuidado, facilidade para quem sai de férias ou permanece em uma rotina diária intensa

Praticidade e conforto são considerados conceitos muito eficazes no marketing de vendas, funcionando como gatilhos de compra, palavras que influenciam diretamente a decisão do consumidor. Apresentar soluções para alcançar o objetivo de simplificar as tarefas e economizar tempo ou acionar diretamente o desejo humano inato por bem-estar e relaxamento, praticidade e conforto respectivamente, ajudam a construir uma conexão emocional com o consumidor, servindo de base para que a vontade se transforme em ato de compra.

Os Protetores Solares são necessários na rotina diária de cuidados com a pele, principalmente pela sua importância na prevenção de doenças. Campanhas educativas de conscientização, igualmente coordenadas pelo Ministério da Saúde, associações de profissionais da área de saúde e indústria farmacêutica, incentivam seu uso diário, independente do clima. Pesquisa realizada pelo Instituto de Cosmetologia de Campinas aponta que, em 2024, 65,5% dos brasileiros afirmaram não aplicar o Protetor Solar diariamente, um número muito significativo que precisa ser revertido. Paralelamente, um estudo promovido pela Kenvue revela que “o câncer de pele é um dos tipos que mais crescem e é altamente prevenível, mas seu tratamento custa bilhões aos sistemas de saúde todos os anos. Ao longo de cinco anos, o uso regular de protetor solar poderia levar a mais de R\$ 2.5 bilhões em custos de tratamento evitados para o câncer de pele não melanoma, e em mais de 15 anos, até 113.444 casos de câncer de pele não melanoma poderiam ser prevenidos”.

Entre os consumidores, sua versão original está consolidada, com fórmulas específicas para serem aplicadas no rosto, corpo e especialmente desenvolvidas para uso infantil. O próximo passo? Tornar o Protetor Solar multifuncional, adicionando hidratação, ativos de tratamento específicos ou cor, entre outras opções, em um mesmo produto. Uma aplicação, diversos benefícios. Praticidade e conforto, inovação e bem-estar, um universo de possibilidades de uso que trabalham pela beleza e pela saúde.

## Um produto, diversas funções

Com uma tendência já comprovada por diversas pesquisas do aumento do interesse dos consumidores em itens relacionados a Proteção Solar nas farmácias com a proximidade do Verão, oferecer não só produtos e marcas já conhecidas e procuradas pelo consumidor, mas também lançamentos e novidades do mercado, incentiva e estimula a jornada de compra.

Produtos multifuncionais aliam cuidado, saúde e beleza, em produtos que otimizam o tempo dedicado à rotina de skincare e trazem resultados mais eficazes. Os produtos formulados especificamente para combinar duas funções garantem que a eficácia de ambas não seja comprometida, mas que se complementem. Para a Nivea, “a linha de Protetores Solares Nivea Protect e Hidrata oferece uma proteção solar eficaz contra os raios UVA e UVB do sol combinada a hidratação clássica de Nivea. Afinal, um dos efeitos mais recorrentes dos raios solares na pele é o ressecamento e precisa ser prevenido. Por isso, os cientistas da Nivea foram buscar ingredientes e propriedades para proteger e hidratar a pele. Sua fórmula enriquecida com Vitamina E e Glicerina ajuda a manter a pele hidratada, prevenindo a perda de água”.

**Produtos multifuncionais aliam cuidado, saúde e beleza, em produtos que otimizam o tempo dedicado à rotina de skincare e trazem resultados mais eficazes**

# Protetor solar e o controle da oleosidade

No Brasil, estima-se que cerca de 70% das pessoas possuem pele oleosa ou mista, o que reflete uma certa dificuldade na escolha de produtos pois, principalmente a pele oleosa, requer cuidados específicos. A Proteção Solar para pele oleosa exige mais atenção, principalmente quanto à textura dos produtos, a necessidade de evitar poros obstruídos e a condição de brilho excessivo.

Expandindo seu portfólio, a Kenvue destaca que “Neutrogena reforça sua missão de unir inovação, tecnologia, ciência e o endosso dermatológico. Neutrogena Sun Fresh Derm Care Pele Oleosa FPS80 traz um complexo de Vitaminas C e E, que atuam como potentes antioxidantes para neutralizar os radicais livres gerados pela poluição, estresse e radiação solar, além de ajudar a reduzir irritações e vermelhidão. O produto também traz Niacinamida, ativo que auxilia na melhora da textura da pele e proporciona uma aparência mais uniforme”. “Na rotina de cuidados dermatológicos, a proteção solar é

indispensável, mesmo em dias nublados, já que os raios UVA e UVB atravessam as nuvens. Considerando os principais desafios da pele oleosa, desenvolvemos um protetor com textura fluida, que combina alto fator de proteção com ingredientes reconhecidos pela ciência. Com mais de 40 anos de expertise em proteção solar, e tendo o Brasil como mercado de referência, seguimos comprometidos em oferecer soluções eficazes e alinhadas às necessidades reais dos consumidores”, afirma Allyne Magnoli, diretora de Marketing da Kenvue.



Foto: iStock.com/TanyaRow

## Protetor solar com cor, cuidado e beleza

A busca por produtos que possam unir a eficácia da proteção solar com os benefícios da maquiagem é uma tendência muito bem aceita pelo consumidor, principalmente pelo acabamento estético que proporciona a uniformização da pele e pela variedade de opções de textura e cores disponíveis. Com versões



Foto: iStock.com/PeopleImages

desenvolvidas especialmente para cada tipo de pele, podem oferecer toque seco, resistência ao suor e a água, enriquecimento com ativos dermatológicos e proteção contra a luz visível.

Destaque na linha de Proteção Solar da La Roche-Posay, “os produtos da linha Anthelios são pioneiros no segmento de proteção solar. Sua alta proteção de amplo espectro é resultado de mais de 25 anos de pesquisas clínicas avançadas na área de proteção solar e sobre a pele sensível ao sol. O Protetor Solar Facial Anthelios Ultra Cover FPS60 é o 1º protetor solar com performance de maquiagem que oferece alta proteção e 12h de cobertura de base em uma única camada. Sua fórmula desenvolvida no Brasil conta com uma tecnologia revolucionária de pigmentos que mimetizam

o reflexo da luz natural da pele, promovendo alta cobertura, disponível em 7 cores, com uma textura leve que não craquela e um acabamento de pele natural. Além disso, a tecnologia inovadora por trás dos pigmentos faz com que a cobertura tenha maior durabilidade e um sensorial superagradável”.

Ter, no ambiente da farmácia, um local que reúna produtos que atendam as expectativas e/ou surpreendam o consumidor em suas necessidades individuais, demonstra a importância da atenção aos detalhes. Um trabalho de sinalização de loja eficiente, equipe bem treinada nos conceitos e atribuições dos produtos, setorização inteligente voltada a cada categoria e loja física e on-line em total sinergia são pontos fundamentais para um Verão de sucesso.

## Você encontra no GrupoSC

**PROTETOR SOLAR  
COM COR 2.0 FPS  
60 LA ROCHE-  
POSAY ANTHELIOS  
UVAIR FRASCO  
45ML**  
Cód. SC 779134  
Cód. PP 724063



**PROTETOR SOLAR  
FILTRUM COLOR COR  
4.0 FPS70 50G**  
Cód. SC 718911  
Cód. PP 721842

**PROTETOR SOLAR  
COM COR 3.0 FPS  
70 L'OREAL PARIS  
SOLAR EXPERTISE  
CAIXA 30G**  
Cód. SC 779111  
Cód. PP 724030



**PROTETOR SOLAR  
EXPERTISE  
ANTIRRUGAS COM  
COR FATOR 60 40G**  
Cód. SC 713794  
Cód. PP 717370



**PROTETOR SOLAR  
BRONZE F 15  
NIVEA 200ML**  
Cód. SC 713631  
Cód. PP 717157



**PROTETOR SOLAR  
ACTINE COR  
MEDIA FPS50  
DARROW 40G**  
Cód. SC 779310  
Cód. PP 724246

**PROTETOR SOLAR  
FACIAL STICK TOQUE  
SECO COM COR MEDIO  
ESCURO FPS 50  
MANTECORP SKINCARE  
EPISOL CAIXA 18G**  
Cód. SC 744696  
Cód. PP 722811



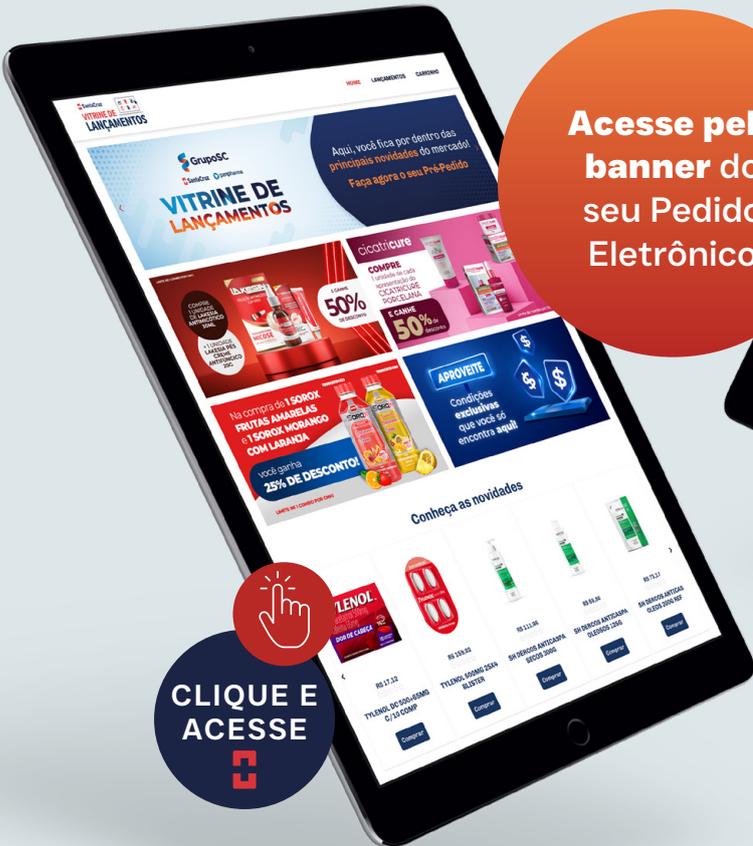


# VITRINE DE LANÇAMENTOS

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

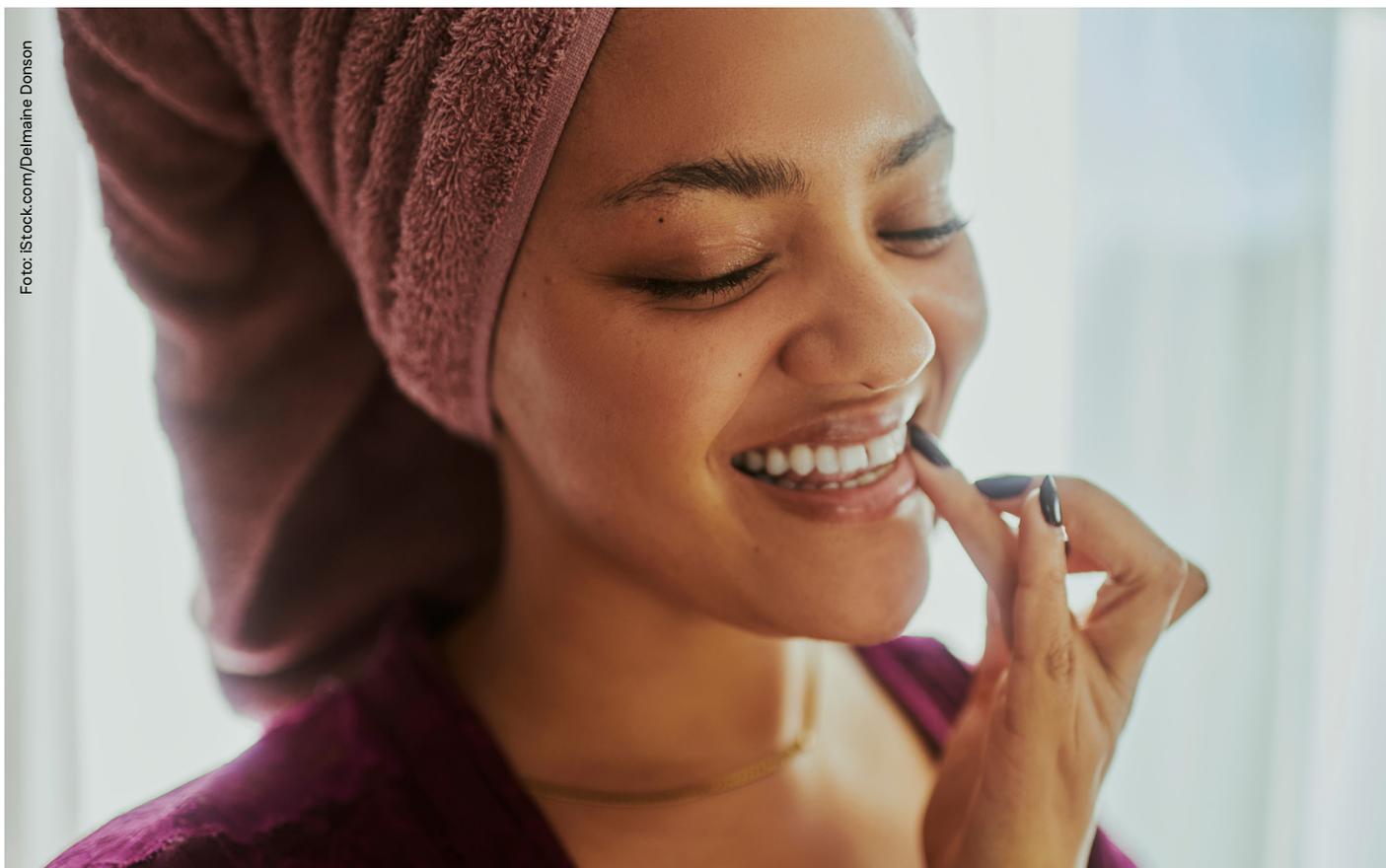
Compre com condições de pagamento especiais, em apenas um clique!

Acesse pelo banner do seu Pedido Eletrônico



CLIQUE E ACESSE

APROVEITE!



# Lábios Protegidos no Verão, um cuidado essencial

Consideravelmente mais sensível e delicada, a região dos lábios pede proteção e hidratação adequadas e chegam para ficar, em rotinas de skincare que unem saúde e beleza

Produtos dermatológicos específicos para o cuidado de cada área do rosto ganharam força nas últimas décadas, principalmente impulsionados pelos avanços científicos e pela popularização das rotinas de skincare. A partir dos anos 2000, a tecnologia e a pesquisa na indústria de cuidados com a pele progrediram significativamente. Em um momento em que se destaca a importância da personalização dos cuidados, o mercado se expandiu para incluir produtos para tratamentos específicos para a zona T (testa, nariz e queixo) ou bochechas, especialmente em peles oleosas ou mistas,

sérums para manchas e linhas de tratamento para os lábios, permitindo rotinas altamente adaptadas às necessidades individuais de cada zona do rosto.

A pele dos lábios é fisiologicamente diferente da pele do restante do rosto. Mais fina e com a ausência de glândulas sebáceas, ela é mais vulnerável às agressões externas, como sol e vento, ao mesmo tempo em que apresenta maior dificuldade para manter a pele lubrificada e protegida, exigindo produtos que ofereçam uma barreira oclusiva para evitar a evaporação da umidade. Os produtos labiais geralmente são mais espessos, contendo ingredientes como ceras e manteigas para criar uma barreira física que, além de prevenir a perda de água, protege contra elementos externos.

Para o Dr. Augusto Vieira, líder médico da divisão de Consumer Health da Bayer Brasil, “o mercado de cuidados com a pele está em plena transformação e percebemos que o cuidado labial deixou de ser um item de luxo para se tornar um essencial diário. A pele dos lábios é extremamente sensível e precisa de atenção constante, não apenas em casos de ressecamento, mas sim de prevenção. Na Bayer, entendemos essa mudança e respondemos com inovação focada na saúde e proteção. Nossa visão é oferecer produtos que se encaixam perfeitamente na rotina, com a máxima eficácia”.

Na farmácia, produtos em formatos de bastão (stick), bisnaga, pote ou doe-foot (aplicador com ponta de esponja macia e angulada) chamam a atenção pelas cores, formatos de embalagem e parcerias

estratégicas envolvendo marcas, personagens e personalidades de grande visibilidade. Uma ação de cuidado que atrai consumidores de todas as idades em produtos de cuidado com a saúde que oferecem cor, sabor e bem-estar.

**Os produtos labiais geralmente são mais espessos, contendo ingredientes como ceras e manteigas para criar uma barreira física que, além de prevenir a perda de água, protege contra elementos externos**

## Hidratação, contra o envelhecimento precoce

Parte da rotina de skincare, a hidratação e proteção dos lábios crescem ainda mais em importância no Verão. A exposição solar mais intensa em rotinas que incluem maior número de atividades ao ar livre e a desidratação ocasionada não só pelo aumento da temperatura, mas também por ambientes que utilizam ar condicionado, fazem com que a importância dos cuidados aumente e evite problemas como lábios com fissuras ou feridas, que podem abrir portas para infecções e outras doenças.

Com alguns produtos especialmente desenvolvidos para os lábios, a Isdin Brasil destaca que “o Ácido Hialurônico é um ingrediente hidratante que ajuda a reter água na pele. O Reparador Labial Red Isdin nutre os lábios e os hidrata intensamente, reforçando a função da barreira cutânea e ajudando a acalmar a sensação de desconforto nos lábios. Contém ingredientes com propriedades antioxidantes, que ajudam a proteger a pele contra os danos provocados pelos radicais livres, resultantes de fatores como radiação UV ou a poluição. Protege os lábios contra agressões externas como o sol, frio ou vento, enquanto proporciona um toque de cor e uma aparência mais brilhante”.

Unindo hidratação intensa e recuperação intensiva, a Bayer Brasil declara que “desenvolvemos o Bepantol Protetor Labial FPS 50. Ele é a nossa proposta para o cuidado diário completo. Combina a hidratação intensa e duradoura do Dexpantenol (pró-vitamina B5) e Vitamina E com uma super proteção solar FPS 50 contra os raios UVA e UVB. Em outras palavras, ele protege contra o ressecamento e o envelhecimento precoce, tudo isso em uma fórmula clean: sem perfume, sem parabens e cruelty-free. Para aqueles momentos de ressecamento mais intenso, onde os lábios pedem um boost de regeneração, também temos o Bepantol Derma Regenerador Labial. É o toque de hidratação restauradora que sela a umidade e recupera a saúde dos lábios rapidamente. Juntos, oferecemos uma dupla imbatível que estabelece um novo padrão no mercado: um produto para o uso diário e preventivo (FPS 50) e outro para a recuperação intensiva, garantindo

lábios saudáveis, macios e protegidos o ano todo”, explica o Dr. Augusto Vieira, líder médico da divisão de Consumer Health da Bayer Brasil.



**Produtos para os Lábios e seus principais formatos**

**Parte da rotina de skincare, a hidratação e proteção dos lábios crescem ainda mais em importância no Verão**

CLIQUE AQUI

## Um universo lúdico, com muita proteção e saúde

A proteção e cuidado com os lábios une, em um só produto, ativos dermatológicos que cuidam da saúde, cor e textura que valorizam a estética e embalagens que carregam conceitos de marketing e vendas que, quando aplicados da forma correta, são muito bem aceitos pelo consumidor, criando um equilíbrio entre pesquisa, inovação e demandas do mercado. Perfeitos para carregar na bolsa, preocupados com o design e até, em alguns casos, colecionáveis, chamam a atenção de consumidores de todas as idades.

Destaque da Cimed Farmacêutica, “a Carmed, conhecida por seus hidratantes labiais que já estrelaram collabs icônicos, entra agora em um novo momento. Atenta a performance e funcionalidade, trazemos um kit para tratamento e hidratação labial, o ‘SOS Lábios’. Um ritual completo de cuidados para os lábios, com dois produtos em um só kit, um esfoliante e um ultra gloss com tecnologia avançada. A identidade visual do produto foi criada por Giovanni Bianco, renomado diretor criativo brasileiro, conhecido por seus trabalhos com a cantora Madonna e as marcas Versace e Miu Miu. O design exclusivo das embalagens traz listras e contrastes modernos inspirados nas principais tendências de design que entregam sofisticação instantânea no ponto de

venda, conectando-se diretamente com consumidores que reconhecem códigos visuais premium. Conectando gerações, o ‘SOS Lábios’ se comunica com um público mais maduro e exigente, que reconhece ativos como o polibuteno e valoriza resultados efetivos. Esse diferencial eleva o posicionamento do produto, oferecendo um cuidado de alta performance, além do sensorial”. E acrescenta, “a Carmed está sempre à frente. Agora damos um salto em inovação, com uma linha que entrega tratamento, cuidado e beleza. ‘SOS Lábios’ marca o início de um novo patamar da marca, com portfólio mais amplo e que vai além da beleza apenas estética, mas com profundidade de tratamento”, afirma Karla Felmanas, vice-presidente da Cimed.

## Você encontra no GrupoSC

**PROTETOR LABIAL ORIGINAL CARE NIVEA 4,8G**  
Cód. SC 705939  
Cód. PP 702913



**PROTETOR LABIAL LIPE CARE AMORA NIVEA 4,8G**  
Cód. SC 709504  
Cód. PP 714403



**BEPANTOL DERMA PROTETOR LABIAL FPS50 4,5G**  
Cód. SC 713622  
Cód. PP 717172

**HIDRATANTE LABIAL 3 EM 1 BASTAO FPS 30 VERMELHO COM VITAMINA E E OLEO DE AMENDOAS ORGANICO NIVEA HIDRA COLOR CAIXA 4,8G**  
Cód. SC 704717  
Cód. PP 724007



**ISDIN REPARADOR LABIAL STICK COM ACIDO HIALURONICO COR GRAPE 4G**  
Cód. SC 779147  
Cód. PP 724043

# Lançamentos imperdíveis!

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

**P SOLAR SUNDOWN  
FPS50 100ML**  
Cód. SC 779295  
Cód. PP 724204

- Tripla proteção: sol, cloro e sal
- Muito resistente à água e ao suor
- Textura leve e rápida absorção
- Oil free e dermatologicamente testado
- Fragrância suave e agradável
- Ideal para todos os tipos de pele, inclusive sensíveis

**P SOLAR SUNDOWN  
KIDS FPS60 100ML**  
Cód. SC 779296  
Cód. PP 724205

- O protetor solar SUNDOWN Praia e Piscina Kids foi especialmente desenvolvido para oferecer extra proteção em condições extremas para pele de crianças
- Protege de queimaduras solares dentro e fora d'água
- Muito resistente à água e ao suor
- Proteção muito alta contra raios solares (UVA e UVB)
- Contém extratos calmantes



**EPOCLER DISP BL 10X10 CPRV**  
Cód. SC 141055  
Cód. PP 405773

Epocler® é um produto composto por 3 aminoácidos: metionina, colina e betaina. Indicado no tratamento dos distúrbios metabólicos hepáticos.

**EPOCLER:** citrato de colina, betaina monoidratada e racemetonina. Indicações: tratamento de distúrbios metabólicos hepáticos. MS 1.7817.0079.  
**EPOCLER COMPRIMIDO:** racemetonina + cloreto de colina. Indicações: auxiliar no tratamento dos distúrbios do fígado. MS 1.7817.0978. **SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.**



**CICATRICURE GEL REGENE-PLAST 30G**  
Cód. SC 779492  
Cód. PP 724475

- Bálsamo hidratante para rosto e corpo com ação reparadora.
- Indicado para pele extra seca, hipersensível e com tatuagens cicatrizadas.
- Cria uma camada protetora que fortalece a barreira cutânea.
- Aplicação pontual, inclusive no rosto, com absorção rápida.
- Dermatologicamente testado e seguro para uso diário.

### CICATRICURE NEURO-ZEN 50G

Cód. SC 778838

Cód. PP 723861

Cicatricure Neuro-Zen Creme Dia e Noite é o primeiro produto da marca desenvolvido especialmente para rugas causadas pelo stress. Sua fórmula com melatonina, niacinamida e outros ativos, suaviza linhas de expressão e revitaliza a pele, promovendo um momento de respiro para quem vive uma rotina intensa. Com textura leve, refrescante e rápida absorção, promove uma experiência sensorial relaxante e uma pele visivelmente mais descansada.



### DOVE LEAVE IN RECONST+AMIN 110ML

Cód. SC 778828

Cód. PP 723850

- Recupera até 99% dos danos internos\*
- Fortalece e hidrata
- Desembaraça os fios
- Tecnologia exclusiva Bio-Protein

### SH DOVE RECONST AMINOACIDO 370ML

Cód. SC 778788

Cód. PP 723457

### COND DOVE RECONST AMINOACIDO 370ML

Cód. SC 778812

Cód. PP 723834

- Tecnologia exclusiva Bio-Protein
- Repara até 99% dos danos internos\*
- Protege contra danos futuros
- Dermatologicamente testado

### DOVE MASC RECONSTRUCAO 6X270G

Cód. SC 717719

Cód. PP 721669

- Reconstrução completa dos fios danificados
- Tecnologia exclusiva Bio-Protein
- Repara até 99% dos danos internos
- Fórmula com queratina vegana
- Dermatologicamente testada



### SERUM LUMINOUS 630 SKIN GLOW 15ML

Cód. SC 779229

Cód. PP 724220

NIVEA LUMINOUS630® Skin Glow é um sérum perfeito para quem quer um glow instantâneo na pele. Com Thiamidol, Niacinamida e Aloe Vera, sua fórmula reduz manchas, reduz poros dilatados e hidrata, trazendo uma sensação refrescante.



# 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.stcruz.com.br](http://www.stcruz.com.br)  
[plpsantacruz@stcruz.com.br](mailto:plpsantacruz@stcruz.com.br)

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

 **GrupoSC**

 **SantaCruz**  **panpharma**