



# SantaCruz

WWW.SANTACRUZDISTRIBUIDORA.COM.BR

Mai • Jun  
243 | 2021

- [ CONVENIÊNCIA ]
- [ DERMO ]
- [ DIABETES ]
- [ GENÉRICOS ]
- [ HIGIENE E BELEZA ]
- [ OTC ]
- [ RX ]



NOVO

## Bepantol® Baby

### LENÇOS UMEDECIDOS

Puro amor em cada troca

713897



**Pró-Vitamina B5**  
que hidrata a pele de dentro para fora



Livre de fragrâncias,  
**corantes e conservantes**



**Clinicamente**  
testado e hipoalergênico



Ingredientes essenciais  
**e nada mais\***

SAC 0800 723 1010 | sac@bayer.com

Imagem meramente ilustrativa. L.ER.MKT.10.2020.11762

\* Livre de fragrâncias, corantes e conservantes.

## TÉCNICAS DE VENDAS

### Datas comemorativas

Aumente os ganhos do seu PDV nos Dias das Mães e Namorados

## CATEGORIAS SANTACRUZ EM FOCO

### Antigripais

Confira os passos para desenvolver o segmento na sua farmácia

## E AINDA TEM MAIS!

Nesta edição, sua loja ganha um display de Isdin e de GSK para potencializar as vendas

# CeraVe

DEVELOPED WITH DERMATOLOGISTS

#1

MARCA DE HIDRATAÇÃO  
EM RECOMENDAÇÃO DOS  
DERMATOLOGISTAS NOS EUA<sup>1</sup>

## Hidratação corporal

LIBERAÇÃO PROLONGADA  
DE ATIVOS PARA HIDRATAÇÃO O DIA TODO



709275

709273

709274

709276

TECNOLOGIA FRESH MINT

EXTRATO PATENTEADO  
100%  
ALEMÃO



- SEM álcool<sup>5,6</sup>
- SEM açúcar<sup>5,6</sup>
- SEM INTERAÇÃO medicamentosa<sup>5,6</sup>

117089

**ABRILAR**<sup>®</sup> NOVO  
extrato seco de *Hedera helix*

L-MENTOL

**ALÍVIO IMEDIATO DA TOSSE<sup>1</sup>**

Formulação exclusiva da Hedera helix EA 575 com L-Mentol<sup>2</sup>

**TRIPLA AÇÃO**

- EXPECTORANTE<sup>1</sup>
- MUCOLÍTICO<sup>3,8</sup>
- BRONCODILATADOR<sup>3,7</sup>

**MAIOR ADESÃO** do paciente adulto<sup>2</sup>

**CONTRAINDICAÇÕES: HIPERSENSIBILIDADE AOS COMPONENTES DA FÓRMULA. INTERAÇÕES MEDICAMENTOSAS: NÃO HÁ RELATOS DE INTERAÇÕES MEDICAMENTOSAS ATÉ O MOMENTO.**

Abrilar® (Hedera helix L.), Apresentação: Xarope - embalagem contendo 100ml ou 200ml, com copo-medida. Indicações: Abrilar® é indicado para o tratamento sintomático de doenças broncopulmonares inflamatórias agudas e crônicas associadas a aumento de secreções e/ou broncoespasmo (contração do músculo brônquico). Contra-indicações: Hipersensibilidade aos componentes da fórmula. Pacientes com conhecida hipersensibilidade a qualquer um dos componentes da fórmula. Advertências e precauções: Abrilar® contém em sua fórmula sorbitol, que é metabolizado no organismo em frutose. O seu médico deverá avaliar se a indicação se faz conveniente caso você tenha intolerância a esta substância. Você deve consultar o seu médico caso tenha mal-estar persistente ou aparecimento de insuficiência respiratória, febre, expectoração purulenta ou com sangue. Ainda que os estudos não tenham demonstrado alterações nos pacientes idosos, é sempre recomendável um acompanhamento médico rigoroso a estes pacientes. Este medicamento não deve ser utilizado por mulheres grávidas sem orientação médica ou do cirurgião-dentista. Interações medicamentosas: Não há relatos de interações medicamentosas até o momento. Reações adversas: Abrilar® pode provocar um leve efeito laxante, provavelmente vinculado à presença de sorbitol em sua fórmula. Não há evidências de riscos à saúde ou reações adversas após o uso das doses recomendadas, entretanto existe um potencial moderado, em indivíduos predispostos, para sensibilização por contato cutâneo. Posologia: Crianças entre 2 anos e 7 anos de idade—2,5ml três vezes ao dia. Crianças acima de 7 anos—5 ml três vezes ao dia. Adultos—7,5ml três vezes ao dia. A duração do tratamento depende do tipo e da gravidade do quadro clínico. O tratamento deve durar o mínimo de uma semana, devendo ser mantido durante dois a três dias após a diminuição dos sintomas, de forma a assegurar a manutenção da eficácia. A dose máxima ao dia recomendada é de o triplo da prevista em posologia. M.S.: 1.0390.0141. VENDA SOB PRESCRIÇÃO MÉDICA. SAC 0800 025 0110. Para ver o texto de bula na íntegra, acesse o site [www.fqmggrupo.com.br](http://www.fqmggrupo.com.br). Material destinado exclusivamente aos profissionais de saúde habilitados a prescrever e dispensar medicamentos.

Referências bibliográficas: 1. SANTORO JÚNIOR, M. Avaliação de Hedera helix como expectorante em pacientes com tosse produtiva-estudo multicêntrico com avaliação de 5.850 pacientes. Rev.Bras.med. 62(12):47-52, 2005. 2. The Pharmaceuticals and Compounding Laboratory, Aesthetic Considerations of Oral Liquid Dosage Forms [Internet]. Acessado em: 6 jan 2021. Disponível em: <<https://pharmlabs.unc.edu/labs/aesthetic/palatability.html>>. 3. FAZIO, S, et al. Tolerance, safety and efficacy of Hedera helix extract in inflammatory bronchial diseases under clinical practice conditions: a prospective, open, multicentre postmarketing study in 9657 patients. Phytomedicine, v. 16, n. 1, p. 17-24, 2009. 4. SIEBEN, A et al. α-Hederin, but Not Hederacoside C and Hederagenin from Hedera helix, Affects the Binding Behavior, Dynamics, and Regulation of β2-Adrenergic Receptors. Biochemistry, v. 48, n. 15, p. 3477-3482, 2009. 5. Informação do fabricante Engelhard. 6. Bula do produto Abrilar®. 7. Lang C, et al., Planta Med 2015;81:968-974. Supported by Engelhard Arzneimittel GmbH & Co. KG. 8. Runkel F, et al., Pharmazeutische Zeitung 2005;15:04:19-25.

0800 025 0110  
sac@fqm.com.br

MAR/2021

Material destinado exclusivamente aos profissionais de saúde habilitados a prescrever e dispensar medicamentos.

FQM

**MARESYS 2%<sup>®</sup>**  
cloreto de sódio 2,0%  
Solução cloreto de sódio

**HT**

116500

**Dupla exclusividade:  
único hipertônico a  
2% em jato contínuo  
no Brasil<sup>3</sup>**

**LANÇAMENTO!**

**MARESYS  
HIPERTÔNICO**



**EXCELENTE TOLERABILIDADE<sup>2</sup>**  
MENOR ARDOR QUANDO  
COMPARADO A SOLUÇÃO  
SALINA A 3%<sup>2</sup>.

**SEGURO E EFICAZ**  
NO TRATAMENTO  
ADJUVANTE DA RINITE<sup>4</sup>

**REDUZ O EDEMA DA MUCOSA  
NASAL DESCONGESTIONANDO  
O NARIZ<sup>1,2</sup>**



MareSYS 2% (cloreto de sódio). Indicações: fluidificante das secreções nasais, descongestionante e umidificante da mucosa nasal. Pode ser utilizado também para higienização (limpeza) nasal diária e em quaisquer outras condições de ressecamento da mucosa nasal, como baixa umidade do ar, exposição ao ar condicionado e poluição. SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. MARESYS 2% É UM MEDICAMENTO. SEU USO PODE TRAZER RISCOS. PROCURE O MÉDICO E O FARMACÊUTICO. LEIA A BULA. M.S.: 1.0390.0203.001-3. Farmoquímica S/A. CNPJ 33.349.473/0001-58. SAC 0800 025 0110. Para ver o texto de bula na íntegra, acesse o site [www.fqm.com.br](http://www.fqm.com.br). Material destinado exclusivamente aos profissionais de saúde habilitados a prescrever e dispensar medicamentos. Referência: 1. Bula do produto. 2. Wiikmann, C et al. Comparison between Normal Saline and Buffered Hypertonic Saline After Endoscopic Sinus Surgery. Int Archives of Otorhinolaryngology;6(2):98-102, 2002. 3. IOVIA PMB MAT08/2019 4. Sinha ON, Deswal M. Comparing hypertonic saline and xylometazoline in allergic rhinitis. Int J Res Med Sci. 2015;3(12):3620-3623

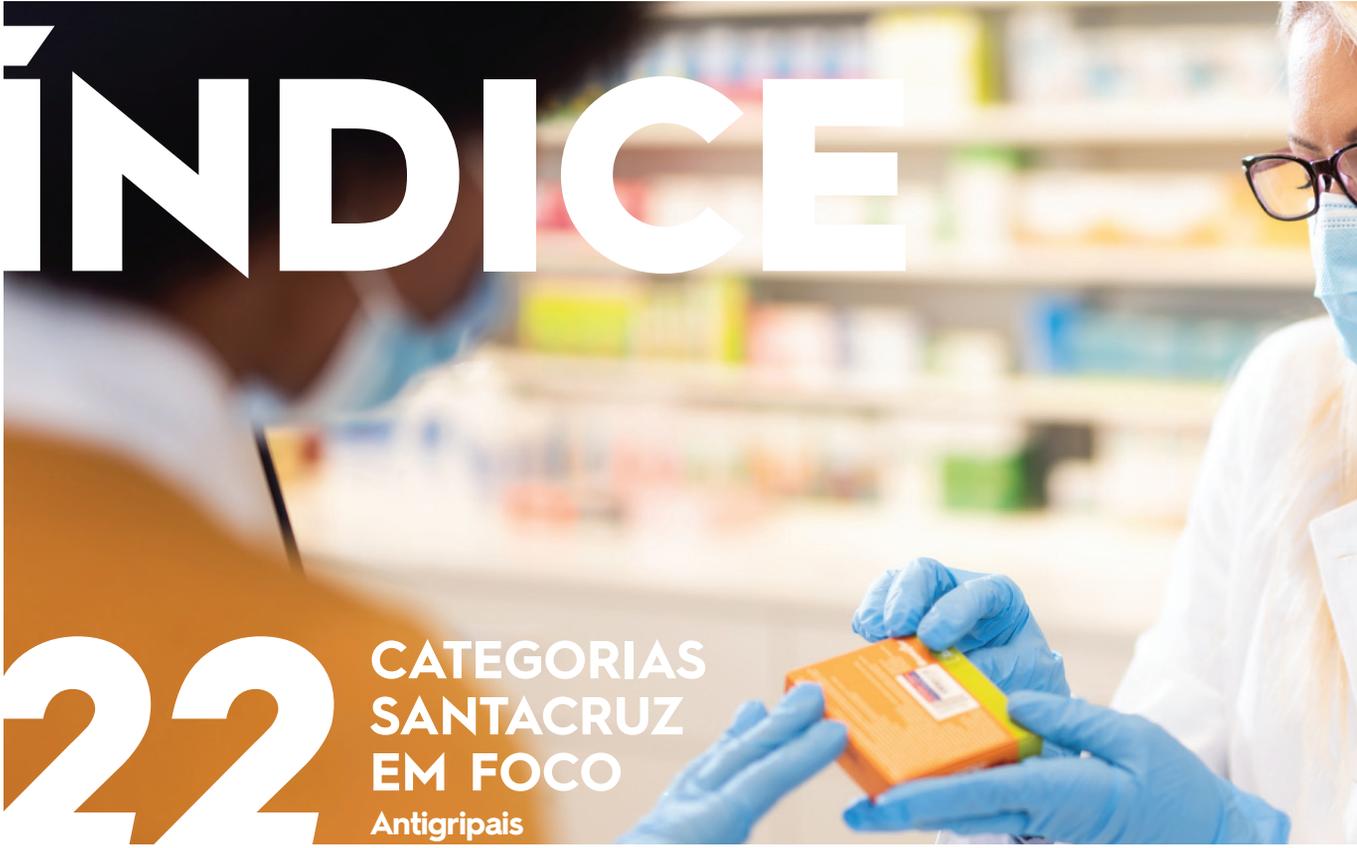
0800 025 0110  
sac@fqm.com.br

Mar/2021

Material destinado exclusivamente aos profissionais de saúde habilitados a prescrever e dispensar medicamentos

FQM

# ÍNDICE



22

CATEGORIAS  
SANTACRUZ  
EM FOCO

Antigripais



08

**GLOSSÁRIO DO VAREJO FARMACÊUTICO**

Jornada omnichannel e o futuro do varejo



30

O QUE ESTÁ EM ALTA  
NO MERCADO?



16

TÉCNICAS  
DE VENDAS



EDIÇÃO Nº 243 - Mai · Jun 2021

**Marketing:** Nathalia Satt | Rosimeire Oliveira

**Projeto Gráfico:** Thatto Comunicação

**Jornalista Responsável:** Flávia Cunha (MTB 0079663/SP)

**Tiragem:** 30.000 exemplares

**Fale conosco:** sugestões e comentários sobre a Revista SantaCruz podem ser enviados para o e-mail: comunicacao@stacruz.com.br

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

# SantaCruz

## **GLOSSÁRIO DO VAREJO FARMACÊUTICO**

### **08 Jornada omnichannel e o futuro do varejo**

Pesquisa mostra o impacto da covid-19 no consumo em 2020 e perspectivas para 2021

## **TÉCNICAS DE VENDAS**

**13 Especial datas comemorativas: venda muito nos dias das Mães e Namorados** Confira 8 dicas para ampliar a rentabilidade da sua farmácia

**16 Fidelização para mais vendas** Veja algumas estratégias para manter os consumidores fiéis à sua loja

## **GUIA SANTACRUZ**

**20 Centros de distribuição SantaCruz** Infraestrutura completa para, cada vez mais, levar mais saúde para mais pessoas

## **CATEGORIAS SANTACRUZ EM FOCO**

**22 Antigripais** Organize-se para potencializar as vendas dos MIPs para gripes e resfriados em 2021

## **ABC DA SAÚDE**

**26 Dia Nacional do Uso Racional de Medicamentos** Seu estabelecimento é um grande aliado no combate à automedicação

## **MERCADO**

**28 Farmácias APP** Conheça as vantagens da ferramenta e como ela pode agregar no sucesso do seu negócio

## **O QUE ESTÁ EM ALTA NO MERCADO?**

**30 Balanço do mercado farmacêutico em 2020** A Close-Up International realizou uma análise com o objetivo de identificar e compreender qual foi o efeito causado pela pandemia

## **OPORTUNIDADES SANTACRUZ**

**06 Novidades** Os principais lançamentos do mercado você encontra na SantaCruz

**32 Produtos em destaque** Tenha no seu PDV os produtos que estão em destaque neste bimestre

**34 Packs e promocionais** Aumente os resultados da sua loja com os packs e itens promocionais

**SantaCruz** É rápido  
digital e fácil  
**0800 728 2786**  
Sistema de Contingência: (11) 2766-1019

Tele vendas  
**0800 728 2789**  
Sistema de Contingência: (11) 4861-9110

SAC **0800 707 7298**  
Sistema de Contingência: (11) 2766-1018  
centraldeatendimento@stacruz.com.br

[www.santacruzdistribuidora.com.br](http://www.santacruzdistribuidora.com.br)

# LANÇAMENTO É SINÔNIMO DE MAIS VENDAS!

Os novos produtos são essenciais para o crescimento da sua loja, pois atraem antigos e novos clientes, principalmente aqueles que estão sempre em busca de tendências. Não perca a oportunidade. Peça já as novidades desse bimestre e potencialize os ganhos do seu PDV!

**EXCLUSIVIDADE SANTACRUZ**

Pele hidratada. Pele **Ureadin®**

714210

**UREADIN BATH GEL 100ML PROM**  
Gel de banho hidratante para higiene corporal diária da pele seca.



714185

**UREADIN LOCAO 10 100ML PROM**  
Loção corporal hidratante para o cuidado diário e proteção da pele seca e áspera.

**ISDIN**  
LOVE YOUR SKIN



**EM BREVE**

**EM BREVE**



**NUTRICIA**  
LIFE-TRANSFORMING NUTRITION



714046

**APTANUTRI PROFUTURA 3 800G**

Fórmula infantil de seguimento para crianças de primeira infância, a partir de 1 ano.



Pierre Fabre



714059

**DOCTAR PLUS SH ANTI CASPA 240ML**

Shampoo dermatológico que combate a caspa.

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

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

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

# L'ORÉAL PARIS

Sérum preenchedor com 1,5% de ácido hialurônico. Redução de -40% das linhas de expressão.



714023  
REVITALIFT HIALU PREENCH 30ML



Em um novo miniformato, é ideal para uso durante o dia, com FPS 20, auxiliando na proteção da pele contra o fotoenvelhecimento.

713789  
REVITALIFT HIALU DIURNO F20 25G

714156  
SH ELSEVE HIDR HIALU 200ML



714157  
SH ELSEVE HIDR HIALU 400ML



Especialmente desenvolvido com agentes condicionantes inteligentes, promove ao mesmo tempo uma limpeza profunda e hidratação da raiz às pontas com resultados no primeiro uso.

## achē mais vida para você



116983  
BETADINE XR 32MG C/30 COMP

117034  
CLOPIN DUO 75+ 100MG C/30 COMP REV

117094  
FAMOX 20MG C/30 COMP

117092  
GAESO 40MG C/28 COMP LIB RETARD

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

**FAMOX** (famotidina) é indicado para úlcera duodenal e gástrica benigna e prevenção de recidivas de ulceração duodenal. Condições de hipersecreção, tais como esofagite de refluxo, gastrite e síndrome de Zollinger Ellison. Contraindicação: Famox é contraindicado em pacientes que apresentem hipersensibilidade a quaisquer dos componentes de sua fórmula. Famox é contraindicado durante a gravidez e a lactação. MS 1.0573.0144. **GAESO** (esomeprazol magnésico) Gaeso é indicado para o tratamento de doenças ácido pépticas e alívio dos sintomas de azia, regurgitação ácida e dor epigástrica. Doença do refluxo gastroesofágico (refluxo do estômago para o esôfago) (DRGE): Tratamento da esofagite (inflamação do esôfago) de refluxo erosiva. Tratamento de manutenção para prevenir a recidiva de esofagite. Tratamento dos sintomas da DRGE, tais como: pirose/azia (queimação retroesternal), regurgitação ácida e dor epigástrica. Pacientes que precisam de terapia contínua com anti-inflamatórios não esteroidais (AINE): Tratamento dos sintomas gastrointestinais altos associados à terapia com tratamento com anti-inflamatórios. Cicatrização de úlceras gástricas associadas ao tratamento com anti-inflamatórios, incluindo aqueles anti-inflamatórios mais novos, da classe "COX 2 seletivos". Prevenção de úlceras gástricas e duodenais associadas ao tratamento com anti-inflamatórios, incluindo COX 2 seletivos, em pacientes com algum risco adicional. Tratamento da úlcera duodenal associada à bactéria Helicobacter pylori. Erradicação da bactéria Helicobacter pylori em associação com um tratamento antibacteriano adequado. Condições patológicas hipersecretores incluindo síndrome de Zollinger Ellison (excesso de produção de ácido clorídrico) e hipersecreção idiopática. Manutenção da homeostasia e prevenção de resangramento de úlceras gástrica e duodenal após tratamento com esomeprazol sódico. Contraindicação: Você não deve utilizar Gaeso se tiver alergia ao esomeprazol, a outros benzimidazóis (medicamentos anti-helminéticos benzimidazólicos — medicamentos para tratar infestação por parasitas) ou a qualquer um dos componentes da fórmula. MS 1.0573.0730. **BETADINE XR** (dicloridrato de betaistina) é indicado para: Síndrome de Ménière: caracterizada por 3 (três) principais sintomas: vertigem (sensação de tontura com mal estar acompanhado de náusea ou vômito); zumbido nos ouvidos; perda ou dificuldade de audição. Sensação de tontura: causada quando uma parte de seu ouvido interno que controla o seu equilíbrio não está funcionando corretamente (chamada "vertigem vestibular"). Não tome Betadine XR se: Você é alérgico (hipersensibilidade) à betaistina ou a qualquer um dos componentes do produto (veja "COMPOSIÇÃO"); Seu médico lhe informar que você possui tumor da glândula adrenal (chamado feocromocitoma). MS 1.0573.0730. **CLOPIN DUO** (bissulfato de clopidogrel + ácido acetilsalicílico) Clopin Duo é indicado para a prevenção secundária de eventos aterotrombóticos em (complicações relacionadas à obstrução de artérias por processo de deposição de gordura) em pacientes adultos que já tomam clopidogrel e ácido acetilsalicílico com: síndrome coronariana aguda (SCA) sem elevação do segmento ST (angina instável ou infarto do miocárdio (IM) sem onda Q), incluindo aqueles submetidos à intervenção coronária percutânea (angioplastia) com colocação de stent. infarto do miocárdio com elevação do segmento ST em pacientes tratados com terapia trombolítica (terapia destinada a dissolver trombos que podem obstruir a circulação em uma artéria coronária), exceto na fase aguda. Clopin Duo é indicado para a prevenção de eventos aterotrombóticos e tromboembólicos, incluindo acidente vascular cerebral (AVC) em pacientes com fibrilação atrial (FA) documentada (FA permanente ou pelo menos dois episódios de FA intermitente nos últimos 6 meses), que não podem fazer uso de terapia com antagonistas da vitamina K (anticoagulantes) ou que o uso destes é inapropriado, e que possuem pelo menos um dos seguintes fatores de risco para AVC: idade maior ou igual a 75 anos; hipertensão sistêmica tratada; acidente vascular cerebral (AVC) anterior; ataque isquêmico transitório (AIT); ou embolia sistêmica fora do sistema nervoso central; disfunção ventricular esquerda com fração de ejeção do ventrículo esquerdo < 45%; doença vascular periférica documentada; idade de 55 a 74 anos e diabetes mellitus ou doença arterial coronariana necessitando de medicamento. Clopin Duo é indicado para prevenção secundária de eventos aterotrombóticos em pacientes adultos. Não deve ser utilizado na dose de ataque (dose maior que a dose recomendada para uso diário). Clopin Duo não deve ser utilizado caso você apresente alergia ou intolerância ao clopidogrel ou ácido acetilsalicílico ou mesmo a qualquer outro componente do produto. Outras situações em que este medicamento não deve ser utilizado: Sangramento ativo, como úlcera péptica (estômago ou duodeno) ou hemorragia intracraniana (sangramento cerebral); Histórico de asma induzida pela administração da função do fígado); Insuficiência cardíaca grave; Combinação com metotrexato em dose de 15 mg/semana ou mais; Último trimestre de gravidez; Alergia ou intolerância a outros anti-inflamatórios não esteroidais; Presença de asma, rinite e pólipos nasais (tipo de tumor benigno nas narinas). Clopin Duo é contraindicado para o tratamento de crianças e adolescentes menores de 18 anos. Este medicamento é contraindicado em caso de suspeita de dengue. MS - 1.0573.0718

MATERIAL DESTINADO EXCLUSIVAMENTE AOS PROFISSIONAIS DE SAÚDE HABILITADOS A PRESCREVER E DISPENSAR MEDICAMENTOS.

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

# JORNADA OMNICHANNEL e o futuro do varejo

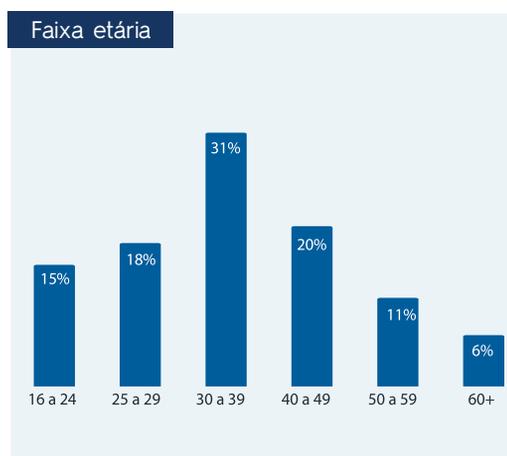
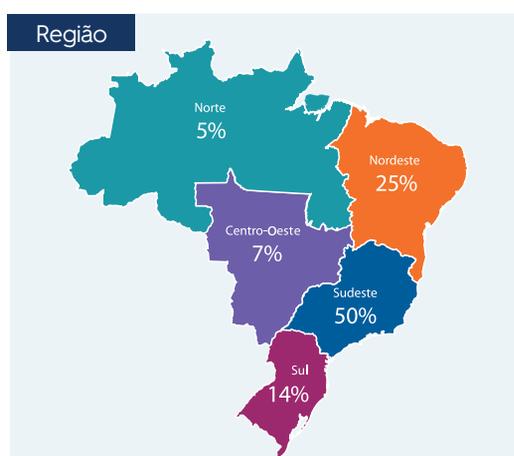
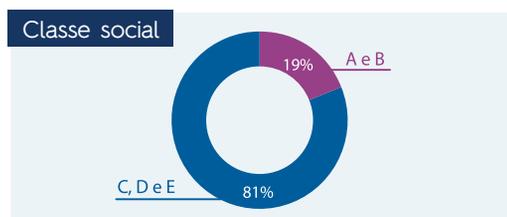
**PESQUISA  
REALIZADA PELA  
SOCIAL MINER, EM  
PARCERIA COM  
A OPINION BOX,  
MOSTRA O IMPACTO  
DA PANDEMIA NO  
CONSUMO EM 2020  
E PERSPECTIVAS  
PARA 2021**

**Um dos** impactos que a pandemia do novo coronavírus trouxe foi a transformação do consumo. Para entender essa mudança e, também, compreender como será o cenário no futuro, a Social Miner, em parceria com a Opinion Box, entrevistou mais de 2000 brasileiros com o objetivo de levantar insights na própria palavra do público, mostrando seus desejos e expectativas.

Aproveite os dados coletados para avaliar o planejamento do seu negócio para os próximos meses.

## PERFIL DOS RESPONDENTES

Realizada entre os dias 27 e 28 de agosto de 2020, o levantamento tem um grau de confiança de 95%, com margem de erro de 2.2 pontos percentuais. Foram ouvidas 2020 pessoas — homens e mulheres, de todas as regiões e classes sociais, com idade a partir dos 16 anos.



## CONTEXTUALIZANDO O ANO DE 2020

Segundo a pesquisa, para falar de como a jornada de compra está cada vez mais híbrida, transitando entre canais online e offline - e exigindo das marcas, por sua vez, ações mais integradas e omnichannel - é preciso entender, primeiro, como a crise gerada pelo novo coronavírus acelerou a digitalização do consumo, trazendo, de um lado, novos usuários para o varejo virtual e, de outro, ampliando a demanda daqueles que já estavam habituados ao universo dos e-commerces.

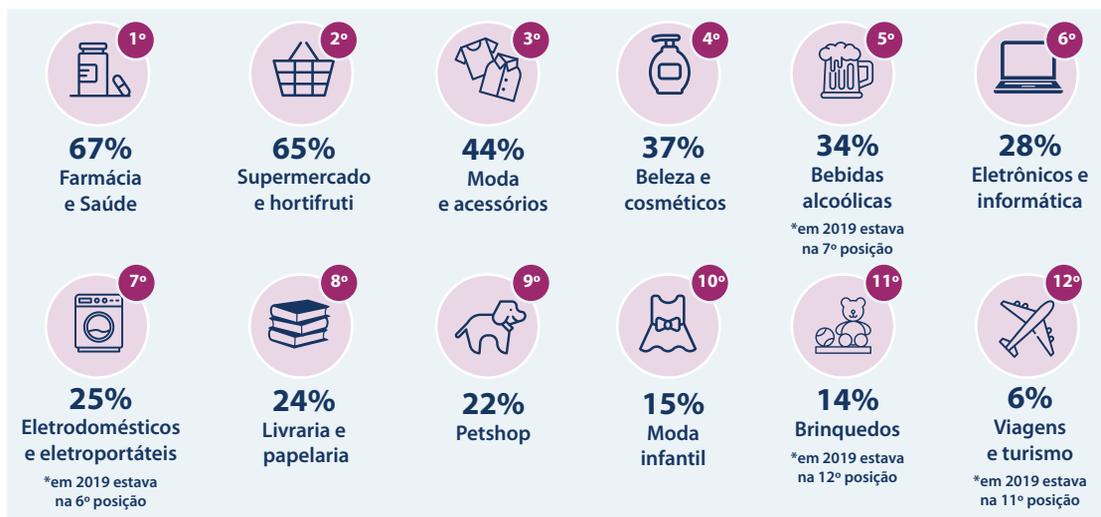
Na primeira fase do isolamento, apesar das medidas adotadas, 48% dos respondentes afirmaram ter adquirido apenas em lojas físicas neste período de pandemia e, de acordo com a pesquisa, levanta-se um questionamento se o público apresentou uma postura mais relaxada, modificando radicalmente sua atitude no enfrentamento da crise ou se, diante da flexibilização, se sentiu mais confortável para expor diferentes vieses do seu comportamento.



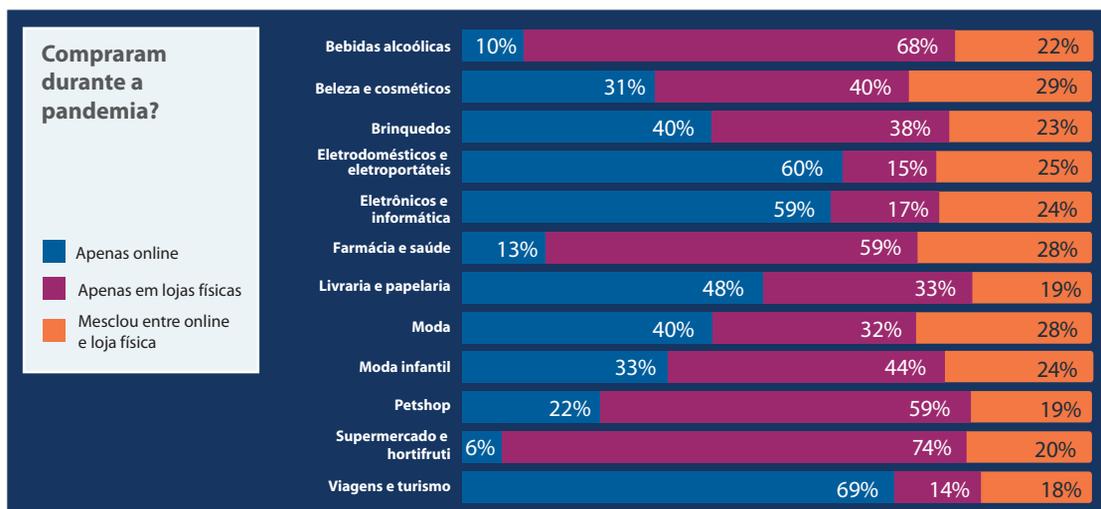
Vale pontuar ainda que, neste período de grandes incertezas, 59% dos consumidores que apostaram nos e-commerces preferiram adquirir online de lojas das quais já eram clientes no varejo físico — provavelmente incentivados pela sensação de confiança transmitida pela familiaridade com a marca.

Entre as categorias mais compradas, muitos segmentos, já populares entre o público, mantiveram suas posições entre os mais vendidos durante a

quarentena. É o caso das **farmácias** e supermercados, fornecedores, ainda, de produtos essenciais para higiene e, conseqüentemente, para prevenção da covid-19.

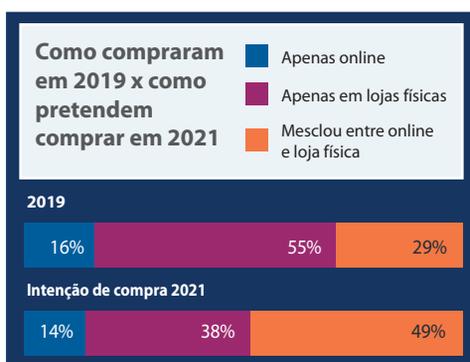


Quando se fala no consumo online x offline, a pesquisa mostrou que **beleza e cosméticos, farmácia e saúde** e moda foram os setores que contaram com uma maior parcela de público adquirindo de forma híbrida durante o período de isolamento, alternando suas compras ora no ponto físico, ora no online.

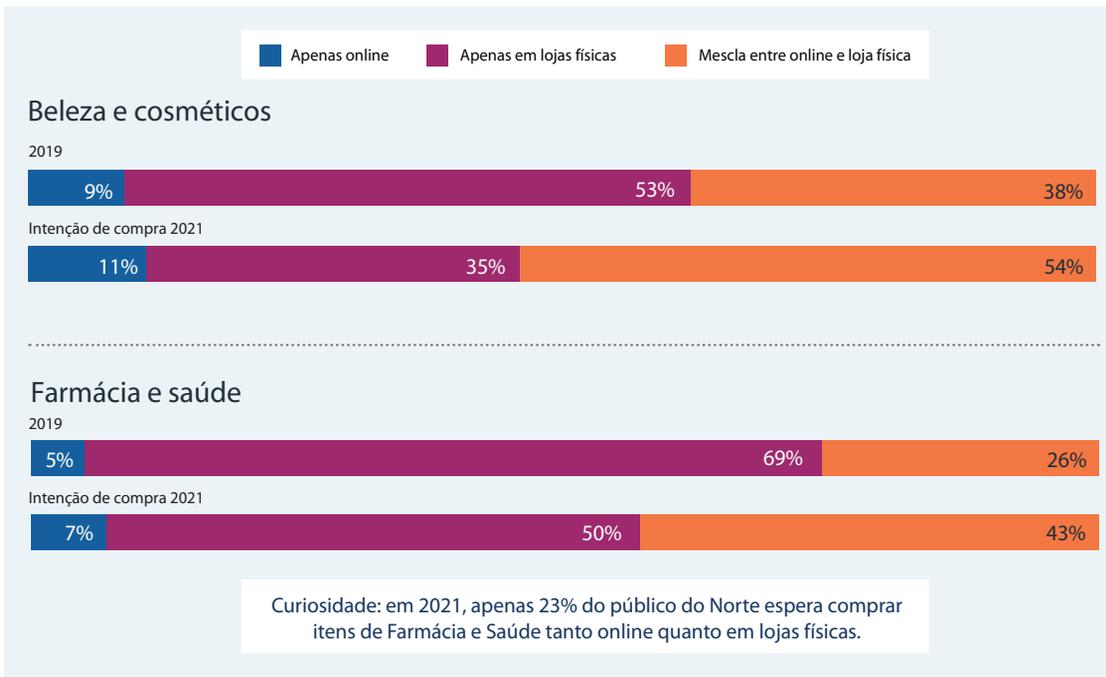


## O consumo em 2019 x intenção de compra para 2021

A pesquisa também relatou que a descoberta dos e-commerces ou mesmo a intensificação na busca pelos canais digitais durante este período de pandemia e isolamento social se reflete em uma mudança de perfil do público: se antes a maioria entendia o consumo como algo exclusivamente do varejo físico, agora parece mais disposto a embarcar em uma jornada de compra omnichannel.



## 2019 X 2021 POR CATEGORIA



## OLHANDO PARA O FUTURO: expectativas para 2021

De acordo com a pesquisa, o varejo, de maneira geral, pode se preparar para atender um consumidor mais cauteloso e consciente em 2021. O que não significa uma queda na demanda, afinal uma grande parcela (84%) espera encontrar boas ofertas e (48%) aproveitar para comprar tudo aquilo do que vem se privando durante a crise. Familiarizado com as novas opções, o público demonstra sua intenção de transitar entre

o online e offline com frequência no futuro, aderindo cada vez mais aos e-commerces, escolhendo por canais alternativos e por uma experiência híbrida, colocando a jornada de compra omnichannel em evidência. De qualquer modo, as farmácias continuam no centro de interesse, aparecendo entre os segmentos que os clientes pretendem consumir ao menos uma vez em 2021.



## Categorias que pretendem consumir ao menos uma vez em 2021



Colgate Total<sup>12</sup>

# 12 HORAS DE DEFESA ATIVA

QUE FORTALECE SUA GENGIVA CONTRA BACTÉRIAS\*

ANTIBACTERIANO



EM BREVE



714164



## CONFIRA 8 DICAS PARA AUMENTAR A RENTABILIDADE DA SUA FARMÁCIA COM AS CELEBRAÇÕES

**Mesmo com** as mudanças ocasionadas pelo novo coronavírus, tanto o Dia das Mães quanto dos Namorados proporcionam resultados significativos para as farmácias quando trabalhados de maneira estratégica.

Segundo Silvia Osso, palestrante, consultora especializada em varejo e mentoring de empresas, por mais que muitos clientes optem pelas aquisições online, é importante se preparar fisicamente. “Essas datas trazem muitas oportunidades que visam a melhoria do lucro e são atraentes no calendário do comércio, principalmente em épocas de crise, pois a área de HB se beneficia quando há produtos no PDV para todos os gostos e bolsos. Vale salientar que, por conta da pandemia, as lojas já tiveram um crescimento de vendas nesse setor, o que mostra uma grande chance de focar nas ações de marketing e merchandising a fim de obter ganhos altamente positivos, incluindo o site e demais mídias”, afirma.

**Quer saber com detalhes como arrasar nas comemorações? Confira as dicas dadas por Silvia e aplique-as no seu estabelecimento.**



### 1 - Decore sua loja antes da concorrência

Todo o varejo aproveita essas ocasiões para chamar atenção dos consumidores de forma afetiva/emocional. A ideia de ter uma decoração encantadora é que o negócio poderá se destacar entre a concorrência, que também estará fazendo de tudo para atrair o cliente. Sinalize as mercadorias em seu ponto natural com lembretes como: “sua mãe ou namorada (o) quer ganhar um deste”? Se o comércio tiver perfil nas redes sociais, é válido elaborar postagens usando os mesmos princípios.



### 2 - Emocione e cative os clientes

Faça um levantamento dos itens que melhor representam a emoção que os dias estimulam. Escolha como carro-chefe aqueles que têm histórias significativas e garanta que esse sentimento estará em todas as estratégias de marketing criadas para encantar o público: seja no caderno de ofertas, site, e-mails, WhatsApp e em toda a farmácia.



### 3 - Verifique se o layout da farmácia está agradável

Comece olhando se a loja está limpa, com piso bem cuidado e boa iluminação. Exponha todas as categorias organizadas, principalmente, os artigos para a pele, mãos, maquiagem e cabelo no ponto natural, colocando-os em locais extras como as pontas de gôndola. Caso tenha vitrine, arrume-a de maneira arrebatadora. Se não tiver, monte um espaço exclusivo dedicado às mercadorias das datas, com lançamentos e promoções especiais, utilizando também as pontas de gôndolas. Abuse dos materiais de comunicação para destacar as ofertas, não esquecendo das frases de efeito afetivo que podem ser um chamariz para quem ainda não se lembrou que o dia das mães ou dos namorados vem aí.



### 4 - Tenha um mix atraente

#### PARA AS MÃES E NAMORADAS:

foque em produtos de beleza facial e corporal, dos dermocosméticos e nutracêuticos até aos mais simples como sabonetes, cremes e maquiagens.

**PARA O CASAL:** perfumes, aromatizadores e itens com apelos emocionais que evoquem aromas e embelezamento; preservativos diferenciados e lubrificantes.

**PARA OS NAMORADOS:** produtos para os cuidados com a barba, cabelos, pele e banho.

**“Diminua a margem e componha kits em uma bela embalagem, incluindo necessários em que o shopper\* monte seu próprio presente que pode ser de vários preços e tipos (banhos, mãos entre outros). Para aqueles já prontos, exponha-os em pontas de gôndolas com cartazes sugestivo”, recomenda Silvia.**



### 5 - Prepare sua equipe

É importante que os funcionários entendam o quanto essas celebrações são essenciais para as vendas. Oriente-os para oferecerem um bom atendimento com simpatia e conhecimento. No período que antecede as datas, a emoção é o que motiva a ação do consumidor para uma compra por impulso. Se os atendentes estiverem preparados, esse apelo vai ajudá-los a vender mais. Informe-os ainda com relação aos anúncios feitos em outros canais para que acompanhem as ofertas.

Além disso, é primordial realizar um trabalho diferenciado nas semanas anteriores à comemoração. Selecione um item, como venda extra, solicitando aos caixas que mostrem ao público dizendo, por exemplo: “Você gostaria de levar este creme de mãos para presentear no Dia das Mães?” **“Apenas expor no checkout não vale nada! É preciso o uso da voz também”, ressalta a consultora.**

## Você encontra na SantaCruz



711629

CICATRICURE CR  
MAT ANTIEST 250G



713674

VITA MEDLEY BELEZA  
C/60 CAPS GEL



711214

PRESERV JONTEX  
ORGASM SINT 4UN



713150

K-Y GEL LUBRIF  
INTIMO HOT 50G

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



## 6 - Facilite a vida dos clientes de última hora

Geralmente, nesses casos, a maioria das pessoas está estressada, apressada ou ainda sem saber o que comprar. Portanto, a melhor tática é facilitar a escolha do presente, fazendo com que a experiência seja rápida e agradável. Assim, além de um espaço dedicado aos produtos de ambas as datas, é essencial ter cestas ou kits exclusivos que funcionam bem para os clientes que estão confusos e inseguros sobre o que adquirir. **“Os kits auxiliam no aumento do ticket médio e podem ser a estratégia certa na hora de ajudar a vender aquelas mercadorias que não têm tanta saída”,** alerta Silvia.



## 7 - Ofereça o serviço de embalagens de presente

Atualmente essa experiência de compra é muito valorizada e sempre torna tudo mais agradável, surpreendendo positivamente o público.



## 8 - Crie brindes e distribua com antecedência

Entregue uma simples balinha com um bilhete dizendo: “Sua mãe gostaria de ser lembrada! Temos muitos produtos com lindas embalagens” ou “Está chegando o Dia dos Namorados, que tal verificar os itens para presentear quem você ama?”. **“Não se esqueça que há idosos que não têm mais filhos perto e o único presente que ganharão será a sua delicadeza no Dia das Mães. O dito ‘gentileza gera gentileza’ ainda é fundamental para o varejo, pois produz uma propaganda boca a boca muito importante! Outro ponto: idosos também namoram, estimule esse evento e carinho”,** recomenda a consultora.

\*Shopper: pessoa que decide a compra.



## Fique atento às ofertas temáticas da SantaCruz.



ÚLTIMOS  
LANÇAMENTOS

Hidratante em gel

COM ÁCIDO HIALURÔNICO

713829



NOVO!

HIDRATAÇÃO INTENSA  
SENSAÇÃO NÃO OLEOSA

EXPERIMENTE ESSA

ReArescância

NOVO

DEOMILK

Pele mais suave e macia instantaneamente

COM VITAMINAS E  
NUTRIENTES DO LEITE:  
PROTEGE A HIDRATAÇÃO DA PELE



713549

713548

713547

NOVA LINHA  
NIVEA MEN  
DEEP

O MELHOR DE  
NIVEA MEN

/Fragrância superior.  
/Máxima proteção.  
/Fórmula inovadora.

CARVÃO ATIVADO



713544

713546

713543

# FIDELIZAÇÃO PARA MAIS VENDAS



**VEJA ALGUMAS  
ESTRATÉGIAS  
PARA MANTER OS  
CONSUMIDORES  
FIÉIS À SUA LOJA**

**Diante de** todo o cenário vivido em 2020 e que se prolongará este ano, fidelizar o público é fundamental, visto a concorrência e, ainda, o menor poder aquisitivo da população. Quer saber como manter o público fiel ao seu PDV? Confira as dicas!

## Capacite seus atendentes



Segundo Paulo Roberto O. da Costa, diretor geral da Farmarcas, é importante contar com uma equipe qualificada, lembrando que, para uma boa venda, é essencial conhecer o assunto com a maior profundidade que puder, esclarecendo dúvidas que possam aparecer e melhorando o diálogo com os consumidores. O atendente não pode ser tímido e a prática deve ser contínua.

## Programas de fidelização



Nunca os famosos cartões de fidelidade estiveram tão na moda. As pessoas precisam se sentir especiais, sendo de extrema relevância estabelecer algum tipo de clube de vantagens. Contudo, o diretor geral da Farmarcas salienta: “é imprescindível cautela para que esses benefícios ocorram de modo ordenado”.

## Supere as expectativas



Para o diretor geral da Farmarcas é crucial que o lojista sempre busque inovar e se atualizar, visto que a quebra positiva da expectativa do consumidor é uma forma quase certa de fazer com que ele volte. Por isso, esteja em constante contato com o que existe de mais moderno no mercado. “O objetivo é que a visita a uma farmácia supere os anseios com relação aos gastos, acessibilidade, custos e possibilidades”, adiciona.

## Trate seu cliente como único



Daniel Hoe, VP de Marketing para a América Latina da Salesforce, comenta que o cliente é a nova fronteira de diferenciação nos negócios e que a Salesforce conduziu uma pesquisa recente chamada “State of the Connected Customer” a qual descobriu que 92% deles acreditam que a experiência oferecida pela marca é tão importante quanto os produtos ou serviços.

“Portanto, se uma empresa quer sucesso, ela deve entender que o consumidor atual quer ser tratado como indivíduo único e não de maneira generalista. Neste sentido, as ferramentas de Customer Relationship Management (CRM) são

**É CRUCIAL QUE O LOJISTA SEMPRE BUSQUE INOVAR E SE ATUALIZAR, VISTO QUE A QUEBRA POSITIVA DA EXPECTATIVA DO CONSUMIDOR É UMA FORMA QUASE CERTEIRA DE FAZER COM QUE ELE VOLTE**

fundamentais, pois permitem às companhias terem uma visão 360º do seu público e receber insights sobre cada pessoa específica no momento do atendimento”, afirma.

## CRM a favor do varejo farmacêutico



E por falar em CRM, você sabe do que se trata? Customer Relationship Management (CRM) é o conjunto de práticas, estratégias de negócio e tecnologias que visam colocar o consumidor em primeiro lugar. Ele é usado em empresas de todos os portes, de startups até as maiores de suas respectivas indústrias, para gerenciar e analisar as interações com o público, ajudando-as a antecipar necessidades e desejos, otimizar rentabilidade, ampliar as vendas e personalizar atendimento e futuras campanhas de captação de novos clientes, fatores que são capazes de beneficiar grandemente as farmácias, de acordo com Daniel.

Por exemplo, se o paciente toma remédio controlado e precisa readquiri-lo mensalmente, é possível programar uma comunicação automática em seu canal de preferência para lembrá-lo de que o medicamento está acabando e está na hora de obter um novo. Da mesma forma, ao saber melhor os hábitos de consumo, podem ser criadas promoções específicas que vão ao encontro de seus interesses, como pessoas que compram medicações para dor de cabeça com mais frequência no inverno ou pais que tiveram filhos recentemente e buscaram muitas fraldas.

“Organizações que utilizam uma plataforma de CRM geram mais leads, fecham mais negócios, veem aumento de receita, aprimoram o índice de satisfação dos clientes e elevam a produtividade da equipe entre outros aspectos. Essas superações são possíveis a partir de uma compreensão clara do consumidor em todos os pontos de contato”, conclui Daniel.

# NOVO NINHO® FASES 1+, ESPECIALMENTE DESENVOLVIDO PARA CRIANÇAS DE 1 A 3 ANOS



Existem muitos fatores importantes que contribuem para um melhor desenvolvimento infantil: a educação, o convívio social e, como não poderia deixar de ser, a alimentação. E a partir do primeiro ano de vida, as crianças entram em uma fase de grande evolução intelectual, emocional e social, na qual passam a interagir com outras crianças e ambientes. É nessa fase em que os pequenos exploradores iniciam a autodescoberta e também as suas primeiras conquistas. Por isso, ter bons hábitos alimentares é essencial para o desenvolvimento adequado das crianças.

Para garantir uma nutrição específica para cada fase dos pequenos exploradores, a Nestlé desenvolveu o novo NINHO® Fases 1+, uma fórmula infantil de seguimento para crianças de primeira infância indicada para crianças de 1 a 3 anos.

## O que mudou no NINHO Fases 1+?

Além da embalagem mais moderna, agora o novo NINHO Fases 1+ é uma fórmula infantil de seguimento para crianças de primeira infância. A nova fórmula foi desenvolvida especialmente para atender às necessidades nutricionais de crianças a partir de 1 ano de idade.

## Qual a diferença entre fórmula infantil e composto lácteo?

Os compostos lácteos pediátricos são desenvolvidos especialmente para crianças em idade pré-escolar\*, de 3 a 5 anos. São produtos com perfil nutricional adaptado desenvolvidos a partir da mistura do leite com outros ingredientes. Eles devem ser predominantemente elaborados por ingredientes lácteos (no mínimo 51% da sua composição) e podem ser adicionados ingredientes não lácteos, como por exemplo fibras, óleos vegetais, vitaminas ou minerais. Já as fórmulas infantis de seguimento para crianças de primeira infância são produtos desenvolvidos especialmente para crianças a partir de um ano de idade. As fórmulas infantis apresentam teor específico de proteínas, assim como adição de vitaminas e minerais. Recomendamos que você procure o pediatra e/ou nutricionista do seu filho para que seja orientada da melhor forma possível.

## Sobre a Nestlé

É a maior empresa de alimentos e bebidas do mundo. Está presente em 190 países e seus 308 mil colaboradores estão comprometidos com o propósito da Nestlé de melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável. A Nestlé oferece um amplo portfólio de produtos e serviços para cada etapa de vida das pessoas e de seus animais de estimação. Suas mais de 2000 marcas variam dos ícones globais, como Nescafé ou Nespresso aos favoritos locais como Ninho. O desempenho da empresa é impulsionado por sua estratégia de Nutrição, Saúde e Bem-Estar. Sua Sede fica na cidade suíça de Vevey, onde foi fundada há mais de 150 anos. No Brasil, instalou a primeira fábrica em 1921, na cidade paulista de Araras, para a produção do leite condensado Milkmaid, que mais tarde seria conhecido como Leite Moça. A empresa tem unidades industriais localizadas nos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Goiás, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Espírito Santo. Emprega mais de 30 mil colaboradores diretos e gera outros 200 mil empregos indiretos. A Nestlé Brasil está presente em 99% dos lares brasileiros, segundo pesquisa realizada pela Kantar Worldpanel.



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



ESCOLHA O NINHO® IDEAL PARA  
CADA FASE DO SEU FILHO.

PARA CRIANÇAS  
DE 1 A 3 ANOS

PARA CRIANÇAS  
DE 3 A 5 ANOS

NOVO



NÃO CONTÉM GLÚTEN.

705770



NÃO CONTÉM GLÚTEN.

711717

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



## CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO: a SantaCruz presente em **4** regiões do Brasil

Infraestrutura completa para, cada vez mais, levar mais saúde para mais pessoas

**Você sabia** que a SantaCruz possui 14 centros de distribuição (CD's) em quatro regiões do Brasil, além de uma sede corporativa em São Paulo? É isso mesmo! Toda essa estrutura oferece mais de 87.000 m<sup>2</sup> de armazenagem, com 10.000 itens entre medicamentos e produtos de higiene e beleza. Os CD's disponibilizam auditórios e salas para os fornecedores e clientes, com tudo o que é necessário para realização de reuniões e palestras.

### Posicionamento estratégico

Os centros de distribuição estão estrategicamente localizados nas regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste para atender a sua farmácia da melhor maneira possível, reiterando nosso compromisso com a qualidade e agilidade, pois sabemos da importância em proporcionar o acesso da população aos medicamentos das principais indústrias do segmento.

### Conheça nossa área de atuação:

<b>CD BA</b>	Salvador/BA
<b>CD ES</b>	Serra/ES
<b>CD GO</b>	Anápolis/GO
<b>CD MG</b>	Belo Horizonte/MG
<b>CD MT</b>	Cuiabá/MT
<b>CD PR</b>	Curitiba/PR
<b>CD PE</b>	Jaboatão dos Guararapes/PE
<b>CD PB</b>	Campina Grande/PB
<b>CD RJ</b>	Duque de Caxias/RJ
<b>CD RN</b>	São José de Mipibu/RN
<b>CD RS</b>	Cachoeirinha/RS
<b>CD SC</b>	São José/SC
<b>CD SPC</b>	Osasco/SP
<b>CD SPI</b>	Araraquara/SP
<b>Corporativo</b>	São Paulo/SP



**Quer saber mais?** Entre em contato conosco!  
 Serviço de Atendimento ao Cliente – SAC  
**0800 707 7298 - das 8h às 20h**  
[centraldeatendimento@stacruz.com.br](mailto:centraldeatendimento@stacruz.com.br)

LANÇAMENTOS

# A FAMÍLIA QUE CUIDA DA SUA.



147686

O PODER DO MEL COM  
AÇÃO EXPECTORANTE



147694

ALÍVIO EM 2 MINUTOS, PARA  
DORMIR ATÉ 8 HORAS



116916

ENVOLVE, INATIVA E  
ELIMINA O VÍRUS  
DO RESFRIADO



117122

PEDIÁTRICO COM  
AÇÃO EXPECTORANTE



116944

"VICK PRIMEIRA PROTEÇÃO® Produto para saúde notificado na ANVISA. M.S. 8.0147.379.001. VICK VAPORUB® (levomentol, cânfora e óleo de eucalipto). Indicações: é destinado ao alívio da tosse e do mal-estar muscular que acompanham gripes e resfriados, além da congestão nasal. M.S. 1.2142.0009. XAROPE VICK® (guaifenesina). Indicação: expectorante destinado ao tratamento da tosse em gripes e resfriados. M.S. 1.2142.0015. SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO."



**POR MAIS QUE A PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS TENHA OCASIONADO UMA RETRAÇÃO NO SEGMENTO EM 2020, É NECESSÁRIO ORGANIZAR-SE PARA OBTER GANHOS COM ESSES ITENS EM 2021**

# Potencializando as vendas dos ANTIGRIP AIS NO SEU PDV



**O mercado já** tem notado que o crescimento dos antigripais está diretamente ligado com os novos períodos de flexibilização do isolamento social. Com a população voltando à rotina, naturalmente aumentam os casos de resfriados, conforme explica Joana Villas Bôas, gerente de Produto OTC da Genomma Lab.

“Por exemplo, entre outubro e dezembro de 2020, quando os números de infectados pela covid-19 reduziram, houve uma ampliação das vendas. No entanto, diante do novo cenário do início desse ano, novamente as vendas diminuíram e, por conta dessa instabilidade, não é possível prever uma mudança positiva no segmento em curto prazo, mas o mercado já se organiza para uma demanda maior de sazonalidade”, afirma.

Gabriela Salete de Almeida Valentin, gerente de trade marketing categoria do Aché Laboratórios Farmacêuticos, acrescenta informando o quanto

os MIPs são promissores para o canal farma: estima-se que mais de 70% dos clientes que visitam as farmácias e drogarias incluem essas medicações em suas aquisições. Porém, cerca de ¼ deles relatam ter alguma dificuldade de encontrar o que precisam e a maioria acaba não achando, busca em outra loja, gerando menos ganhos ao varejista.

“As principais categorias dentro de OTC, como gripes e resfriados, possuem alta incidência de compra: 55% do público adquire sempre ou na grande parte das vezes, ou seja, é fundamental preparar-se adequadamente para o inverno e não perder vendas!”, salienta.

**Os antigripais são destino na farmácia e podem trazer ótimos resultados ao seu negócio. Confira algumas dicas para desenvolver o segmento da melhor maneira.**

# PASSOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA CATEGORIA DE ANTIGRIPAIS

## Comportamento do consumidor



- A maioria das pessoas (**43%**) se automedica quando está com gripes e resfriados e associa o remédio com chás para minimizar os sintomas<sup>1</sup>;
- Na comparação de preços, **60%** realiza pesquisas entre os antigripais e **70%** pedem recomendação ao balconista/farmacêutico na hora da compra<sup>1</sup>;
- Apenas **13%** procura o médico antes da aquisição<sup>1</sup>;
- O brasileiro tem o hábito de adquirir em pequena quantidade: **30%** optam por blister com quatro ou cinco unidades<sup>1</sup>;
- Mulheres são as que mais compram a categoria (**60%**)<sup>1</sup>;
- **59%** dos consumidores são da classe B e **42%** têm curso superior incompleto<sup>1</sup>;
- Os que mais consomem antigripais (**35%**) têm entre 26 e 35 anos de idade. A região Sudeste é a que mais adquire (**42%**), seguida pela Nordeste que representa **23%** do mercado<sup>1</sup>;
- A compra é predominantemente planejada, em torno de **70%** dos shoppers\* vão em busca em momentos de alta sazonalidade, aumentando para, aproximadamente, **90%** no inverno<sup>2</sup>;
- Algumas especificidades: fluidificantes nasais, em que existe um uso infantil percebido e proveniente também de orientação do pediatra<sup>2</sup>.

## Pele hidratada. Pele Ureadin®



### Ureadin® 10 Loção

#### Hidratação intensa

Pele mais hidratada e suave desde a primeira aplicação

EAN: 8429420143050  
Código: 711219



### Ureadin® Podos Gel Oil Hidratante

#### Hidratação intensa diária dos pés

Reduz os sinais de ressecamento

EAN: 8470001527349  
Código: 703928



Receba o novo display de Ureadin® nesta edição!

**Ureadin®**

A hidratação que você sente na pele

**ISDIN**  
LOVE YOUR SKIN



## Árvore de decisão<sup>1</sup>

- **67%** escolhe um determinado medicamento por ser eficaz e proporcionar rápido alívio dos sintomas;
- **39%** dos usuários de antigripais definem a compra pelo preço/promoção.

## Sortimento<sup>2</sup>

O segmento de gripes e resfriados é composto por várias subcategorias, sendo quatro bem representativas e que devem compor o portfólio do estabelecimento: antigripais, tosse, dor de garganta e descongestionante nasal. Por sua vez os antigripais se subdividem em apresentações: comprimidos, líquidos e chá, as quais também não podem faltar. “O lojista precisa entender quais são os principais SKUs em venda e buscar ter um sortimento que supra o giro, especialmente nos meses de pico da estação”, salienta a gerente de trade marketing categoria do Aché Laboratórios Farmacêuticos.

## Exposição

- Inclua os produtos sempre no autosserviço e com boa sinalização, pois como abordado anteriormente, o shopper busca facilidade para encontrá-los e, frequentemente, ao ver outros itens expostos desse setor lembra-se de adquirir outra opção ou até para abastecer a sua “farmacinha” em casa<sup>2</sup>;
- O recomendado é organizar por marcas, já que ocorre alta fidelização a esse atributo<sup>1</sup>;
- Os MIPs para gripes e resfriados devem ocupar mais espaço na gôndola, por ser a maior subcategoria entre as demais, porém manter todas agrupadas, seguindo a ordem: descongestionante nasal, antigripais, tosse e dor de garganta<sup>2</sup>;
- Colocar ainda essas medicações próximas dos multivitamínicos e do segmento de Dor e Febre<sup>1</sup>;
- Não esqueça dos pontos extras: na entrada da farmácia, já impactando o cliente que chega; nos caixas, fazendo-o

## Você encontra na SantaCruz



103525

DECONGEX PLUS  
12/15MG 25X4COMP

192930

BENEGRIP 500MG  
25X6 COMP **NOVO**

116564

NEXT 400+4+4MG  
C/20 CAPS

101115

NALDECON PACK  
DIA/NOITE 4X6 CP

188896

TYLENOL SINUS  
500MG C/24 COMP

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO

**DECONGEX PLUS** (Maleato de bronfeniramina + cloridrato de fenilefrina) é um medicamento indicado para adultos, cuja formulação é composta por um descongestionante (desentupimento) nasal de efeito rápido e um antialérgico, que controlam e reduzem os sintomas relacionados à gripe, ao resfriado, à rinite e à sinusite (doença que afeta as cavidades existentes ao redor do nariz) (alérgicas ou não), além de diminuir o excesso de secreção (coriza). **CONTRAINDICAÇÕES:** Você não deve utilizar lisinopril nas seguintes situações: Alergia ao lisinopril ou a qualquer um dos componentes da fórmula. Em pacientes com reações anafiláticas/anafilatoide (reações alérgicas graves e imediatas que podem levar à morte) ou angioedema (dificuldade para respirar ou engolir com ou sem inchaço na face, lábios, língua e/ou garganta) relacionado ao tratamento prévio com inibidor da enzima conversora da angiotensina (por exemplo, captopril, enalapril) e angioedema hereditário ou idiopático. Em pacientes no segundo e terceiro trimestres de gravidez. Em pacientes com diabetes mellitus (tipo I e II) ou insuficiência renal moderada que utilizam medicamentos contendo alisquireno. MS - 1.0573.0231 **TYLENOL SINUS** (Paracetamol + cloridrato de pseudoefedrina) é indicado para o alívio temporário dos sintomas decorrentes de gripes, resfriados comuns e sinusites tais como congestão nasal, obstrução nasal, mal-estar, dores pelo corpo, dor de cabeça, entre outros; e para redução da febre. Você não deve usar Tylenol Sinus em caso de alergia ao paracetamol, ao cloridrato de pseudoefedrina ou a qualquer componente de sua fórmula. Este medicamento é contraindicado para menores de 12 anos. Tylenol Sinus não deve ser administrado à pacientes em uso de inibidores da monoaminoxidase (IMAO), como alguns medicamentos antidepressivos (ex: tranilcipromina, moclobemida), ou para distúrbios psiquiátricos e emocionais (ex: iproniazida, fenelzina), ou para Doença de Parkinson (ex: selegilina), ou por duas semanas após o término do uso destes medicamentos. O uso concomitante destes medicamentos pode causar aumento na pressão sanguínea ou crise de hipertensão. Em caso de dúvida se o medicamento que está utilizando contém IMAO, consulte seu médico antes de utilizar este produto. MS - 1.1236.3427

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

lembrar que talvez precise do medicamento e, principalmente, nas bancadas, visto que grande parte do público se orienta com o atendente/farmacêutico antes de fazer a compra<sup>1</sup>; nas pontas de gôndola com as subcategorias juntas como uma solução integrada para todos os sintomas da gripe<sup>2</sup>.

## Estratégias para alavancar as vendas

- Invista em campanha de visibilidade, especialmente nesse período de outono/inverno com totens, display de balcão e demais materiais diferenciados<sup>1</sup>;
- Aposte nos lançamentos, seja de novas embalagens mais atrativas; de apresentações que facilitam a experiência ou, de fato, produtos mais inovadores em termos de eficácia e rapidez de ação. “Essa estratégia mostra que sua loja é pioneira na venda dos novos itens, além de



aumentar o ticket médio, pois geralmente as inovações trazem preços um pouco maiores”, ressalta a gerente de Produto OTC da Genomma Lab.

- Trabalhe com ferramentas como tabloides físicos e virtuais (pelas mídias sociais) explorando as novidades, orientações de saúde sobre a categoria e ofertas<sup>2</sup>;
- Auxilie o consumidor em suas necessidades, por exemplo: oferecer soluções para sintomas específicos como congestão nasal e dor de garganta ou os benefícios da prevenção de infecções por meio da lavagem nasal<sup>2</sup>.

Fontes das informações: <sup>1</sup> Joana Villas Bôas, gerente de Produto OTC da Genomma Lab - <sup>2</sup> Gabriela Saleta de Almeida Valentin, gerente de trade marketing categoria do Aché Laboratórios Farmacêuticos (Dados de comportamento de compra no segmento de OTC e consumo da categoria de gripes e suas subcategorias com base no Guia Farma de Categorias OTC patrocinado pelo Aché em parceria com Núcleo de Varejo ESPM, IQVIA CH, RPL Lima e Enter Varejo – Ano 2019). \*Shopper: pessoa que decide a compra.

# Eucerin®

CUIDADO DERMATOLÓGICO TRANSFORMADOR

## LANÇAMENTOS EUCERIN



REDUZ POROS VISÍVEIS

EAN: 7501054550211

714011



ALIVIA, REPARA E PROTEGE

EAN: 7501054550037

714013



NOVA VERSÃO COM FPS 30

EAN: 4005900728807

714128



REDUZ RUGAS, FLACIDEZ E HIPERPIGMENTAÇÃO A PARTIR DE 2 SEMANAS

EAN: 4005800269776

714130



# Dia Nacional do Uso Racional de Medicamentos

## SEU ESTABELECIMENTO É UM GRANDE ALIADO NO COMBATE AO CONSUMO IRRACIONAL DOS FÁRMACOS

**Instituído em** 05 de maio, o Dia Nacional do Uso Racional de Medicamentos visa alertar a população sobre os riscos e os motivos de evitar a automedicação. Isso porque o consumo racional significa administrar a cada um que necessite, de forma personalizada, respeitando as suas condições clínicas, os produtos adequados às suas demandas, pelo tempo que for preciso, com o menor custo para o indivíduo e sociedade.

Rodolpho Telarolli Junior, professor adjunto de Saúde Pública da Faculdade de Ciências Farmacêuticas da UNESP (campus de Araraquara), informa que as complicações decorrentes da utilização errônea das medicações respondem por mais de ¼ das intoxicações que acontecem no Brasil, mais que o dobro do índice envolvendo os acidentes com animais peçonhentos. E o farmacêutico tem uma função imprescindível na mudança desse quadro, pois com sua formação generalista na área da saúde e por ser um profissional versátil e acessível ao público, comunicando-se de maneira fácil e pela confiança obtida, pode e deve orientar na direção de fortalecer o uso prudente, prevenindo que as pessoas tomem fármacos por conta própria de modo incorreto.

“Automedicar-se é um hábito disseminado em todas as classes sociais e não se trata, como já se acreditou no passado, de consequência da dificuldade no acesso à assistência médica, situação que atualmente é restrita a algumas regiões do país, mas do comportamento arraigado de reaproveitar receitas antigas ou de amigos e familiares, costume reforçado pela intensa troca de informações pelas redes sociais recentemente”, afirma.

## Os perigos do uso irracional

De acordo com o professor, existem vários preceitos que levam à ingestão irracional, seja em situações inadequadas ou em quantidades erradas, o que tem um potencial extremamente lesivo à saúde dos pacientes, pelo fato incontestável de que todo medicamento traz consigo reações adversas mesmo quando usado nas doses terapêuticas, receitado ou isento de prescrição.

“Temos frequentemente acidentes incluindo os MIPs, como os antitérmicos, relaxantes musculares, até produtos com ação no sistema nervoso central (ansiolíticos e antidepressivos). Assim, a educação é uma ferramenta relevante na luta contra a automedicação e demais agravos. Ajudar o consumidor a comprar e tomar de maneira correta é um ganho de valor inestimável entre a farmácia e seu cliente, com vantagens em médio e longo prazos”, adiciona Rodolpho.

Quando o assunto são os antibióticos, a situação é alarmante: em 2050, a resistência bacteriana poderá ser a principal causa de óbitos no mundo, resultando na morte de 10 milhões de pessoas, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS) na pesquisa “Tackling drug-resistant infections globally. Final report and recommendations”, apoiada pelo governo britânico. Com o intuito de combater a resistência bacteriana, a iniciativa Global Respiratory Infection Partnership (GRIP) implementa uma série de iniciativas de conscientização, como a divulgação de tratamentos sintomáticos adequados para as infecções respiratórias com base em estudos médicos.

Margareth Terada, gerente de Medical Affairs da Reckitt Health & Nutrition Comercial, explica que o consumo irracional dessa classe terapêutica é capaz de provocar a resistência bacteriana, que acontece quando bactérias sofrem mudanças e deixam de responder aos efeitos dos fármacos. Segundo a gerente, muitas vezes isso ocorre naturalmente, mas é potencializado, especialmente, com a utilização incorreta (doses menores que a recomendada, subdoses ou até mesmo por menor ou maior tempo do que o prescrito), o que faz com que as infecções bacterianas fiquem cada vez mais difíceis de serem eliminadas, podendo, eventualmente, levar a uma piora do quadro e óbito. Este cenário também irá dificultar outros procedimentos, como cirurgias maiores, ou interferir no benefício da profilaxia de infecções bacterianas, por exemplo, para os prematuros, em transplantes e quimioterapia, chegando

até a restrições em viagens e migrações. “Por conta disso, os médicos e os farmacêuticos possuem papel fundamental no auxílio e orientação dos pacientes, seguindo a posologia indicada para cada indivíduo e a duração correta do tratamento. É justamente em reconhecimento à importância dos profissionais de saúde na batalha ao uso indiscriminado de antibióticos que a Reckitt Health & Nutrition Comercial promove apoio ao GRIP e desenvolve recorrentes sessões de treinamento a esses especialistas”, salienta.

## Automedicação e a covid-19



Rodolpho comenta que a epidemia da covid-19 reforçou o hábito da automedicação com uma série de produtos empregados com benefícios em outras circunstâncias, mas que no caso do vírus apresentam uma enorme chance de provocar efeitos adversos severos, não trazendo ganho real na sua prevenção ou no tratamento. E por ser uma patologia com múltiplos quadros clínicos, tal comportamento é capaz de ocasionar consequências imprevisíveis, como o retardamento do diagnóstico, agravar a situação do paciente ou, ainda, a redução das medidas de isolamento social, as únicas cuja eficácia é unânime até o momento, ao lado da vacinação.

“O farmacêutico deve reiterar a relevância do isolamento e da imunização, além de recomendar a busca de um médico aos primeiros sinais do novo coronavírus. A indicação certa das datas referente à execução dos testes da doença, realizados em farmácias, também é uma importante tarefa para os profissionais”, ressalta.

## Incentivo ao autocuidado

Para a gerente de Medical Affairs da Reckitt Health & Nutrition Comercial, o Dia Nacional do Uso Racional de Medicamentos vem como uma excelente oportunidade para discutir e fomentar a conscientização sobre o conceito de autocuidado e da utilização indiscriminada dos fármacos: “a informação é o melhor caminho, não só aos profissionais de saúde quanto aos clientes que precisam saber reconhecer seus sintomas e os principais ativos para pequenas enfermidades, o que influencia, inclusive, na escolha de uma medicação mais adequada, reduzindo o consumo errado e contribuindo para um mundo mais saudável”, enfatiza Margareth.

# Farmácias **APP** mais um canal de vendas para sua loja

**CONHEÇA AS VANTAGENS DA FERRAMENTA E COMO ELA PODE AGREGAR NO SUCESSO DO SEU NEGÓCIO**

**Não é** segredo para ninguém o quanto 2020 foi um ano de transformação digital. A tecnologia já fazia parte da vida das pessoas, porém, com a covid-19, comprar pelos canais online deixou de ser apenas uma característica comportamental e tornou-se uma urgência para todos os mercados, incluindo o farmacêutico. Segundo o levantamento Data Stories Healthrelationship: nossa nova relação com a Saúde\* da Kantar IBOPE Media, nesse cenário de isolamento social, ganhou ainda mais relevância a aquisição de produtos e serviços com delivery.

Analisando as compras feitas pela internet com entrega em casa, destaca-se aquelas relacionadas à saúde. Entre as cinco principais categorias, os adquiridos no varejo farmacêutico marcam presença: 42% da população conectada começou/aumentou a fazer aquisições online com entrega delivery de farmácia durante a pandemia.

Tal dado é apenas um dos que reforçam o quanto o seu negócio precisa oferecer, ao menos, uma alternativa de compra digital para o público. Quer saber como não ficar de fora desse movimento tecnológico e potencializar os resultados da sua loja?

## Conheça tudo sobre o Farmácias App!

O Farmácias APP é uma plataforma de vendas online de produtos de saúde e beleza focado, principalmente, em democratizar o acesso virtual aos itens comercializados pelas farmácias de todo país.

Segundo Robson Parzianello, diretor de tecnologia do Farmácias APP, o PDV parceiro se credencia, faz integração do seu estoque e define qual região deseja atender por delivery e/ou retirada no próprio estabelecimento. Já o consumidor final realiza o seu pedido via site ([www.farmaciasapp.com.br](http://www.farmaciasapp.com.br)) ou aplicativo, escolhendo um dos comércios que atende sua localidade, e recebe seus artigos com todo conforto e segurança, também com a opção de retirar fisicamente, se preferir.

## Quais as vantagens da ferramenta para as farmácias e clientes?

Robson explica que a ferramenta é vantajosa pelo apoio que é dado ao varejo farmacêutico, sendo um canal de vendas digital com alta disponibilidade de mix e estoque em todo Brasil, tornando-se uma extensão do ponto físico. Além disso, não há custos de implementação ou mensalidade, apenas um percentual sobre cada transação feita pela plataforma que é revertido em ações de marketing e propaganda para gerar mais tráfego e ganhos para as lojas, além de ações no PDV.



“Respeitando a RDC 44 da Anvisa, o valor das vendas é recebido integralmente pelo estabelecimento, sem nenhum desconto por parte do Farmácias APP. Posteriormente que o comércio irá realizar o pagamento do percentual de comissionamento”, explica o diretor.

Já para o público, o sistema é benéfico por inúmeros motivos: entrega rápida, variedade de ofertas, pagamento online e, diferente de alguns concorrentes, sem taxa de serviço. “O Farmácias APP é um ponto adicional de vendas, ou seja, o objetivo não é competir com as farmácias, mas sim ajudá-las a ganharem ainda mais”, salienta.

## Quer cadastrar sua loja para vender muito mais? Veja como é fácil!

Para fazer parte do Farmácias APP, basta ler o QR Code ao lado e seguir os passos recomendados. De acordo com Robson, é indispensável que a farmácia tenha:

- CNPJ;
- Entregador próprio para realizar o delivery (respeitando ao regulamento da RDC 44 da Anvisa);
- Sistema ERP;
- Meios de pagamento (atualmente existe a integração com os sistemas Cielo, Rede, GetNet e Stone).

Após a inscrição, a equipe entrará em contato com o responsável, enviando o manual de integração e colocando-se à disposição para quaisquer dúvidas. Depois de credenciada, é necessário que o estabelecimento integre seu estoque por meio do seu sistema de ERP, com o painel da plataforma. “Caso tenha alguma dúvida, mande um e-mail para [contato@farmaciasapp.com.br](mailto:contato@farmaciasapp.com.br) ou mensagem para o WhatsApp (11) 97325-8477. Será um prazer atendê-lo”, conclui Robson.



\*Data Stories - conteúdo temático produzido mensalmente pela Kantar IBOPE Media com o objetivo de trazer o cenário e novas perspectivas sobre temas e tendências importantes relacionados a audiência, publicidade, planejamento de mídia e comportamento do consumidor. Edição fevereiro/2021.

# A NOVA LINHA DE COSMÉTICOS MINANCORA CHEGOU PARA FICAR

Essa você já conhece!



157552



706297



713156



706296



790212



701457

Estes você ainda precisa experimentar!

POMADA MINANCORA\* É UM MEDICAMENTO. SEU USO PODE TRAZER RISCOS. PROCURE O MÉDICO E O FARMACÊUTICO. LEIA A BULA. SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. NÃO USE ESTE MEDICAMENTO EM CRIANÇAS MENORES DE DOIS ANOS DE IDADE.

Óxido de zinco 6,00g, cloreto de benzalcônio 0,15g, cânfora 1,50g - Indicado para o tratamento de doenças de pele tais como: espinhas, frieiras (desidroses), escaras e ainda como coadjuvante no tratamento de picadas de insetos, urticárias e pequenos ferimentos superficiais inclusive os ocasionados pelo barbear. Previne os odores desagradáveis das axilas e dos pés e o ressecamento da pele. MS nº. 1.0690.0003.002-6 - Data da revisão: 04/09/2017

# BALANÇO

## o impacto da pandemia no mercado farmacêutico

**Pensando em** todas as mudanças que aconteceram em 2020, a Close-Up International realizou uma análise com o objetivo de identificar e compreender qual foi o efeito causado pela pandemia no mercado farmacêutico. Confira os principais insights.

### 2020 X 2019

O mercado total teve um impacto bastante positivo em unidades, com +7,4% em 2020 frente à evolução de +5,0% em 2019. O crescimento em reais desconto em 2020 foi de +11,7% e manteve-se no mesmo patamar de 2019.

Apesar da pandemia, o mercado teve o seu melhor desempenho em unidades vendidas dos últimos cinco anos. Segundo Paulo Paiva, vice-presidente LATAM da Close-Up International, isso se deve ao aumento de vendas dos genéricos, que tiveram um incremento importante em unidades, além de OTC e não medicamentos, sendo categorias muito relevantes no período.

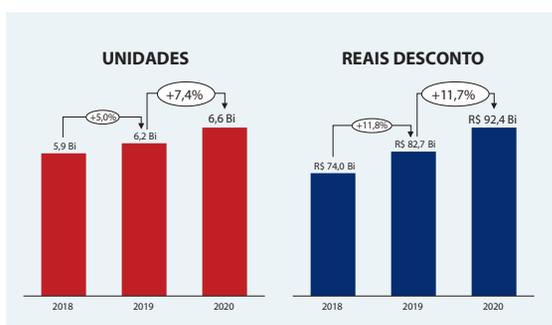
### MERCADO TOTAL: ritmo mais forte no primeiro semestre de 2020

O desempenho oscilou bastante ao longo do ano de 2020. O primeiro semestre foi fortemente impulsionado pelo crescimento no mês de março no qual o mercado bateu recorde histórico com um aumento de 29,8% em relação ao mesmo período de 2019.

O segundo semestre começou bem, mas sofreu queda muito grande entre agosto e outubro. Os meses de novembro e dezembro demonstraram sinais de recuperação e fecharam com números positivos quando comparados com os meses anteriores.

Paulo explica que março foi marcado pelo impacto da pandemia no Brasil, com a quarentena em várias cidades, provocando um temor de desabastecimento na população, que saiu antecipando compras, especialmente de produtos de uso contínuo.

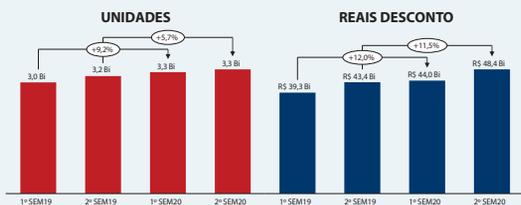
“Porém, durante o ano as coisas se equilibraram e chegamos ao fim de 2020 com crescimento dentro do estimado, apenas com alterações de importância nas categorias. Por exemplo, todos os segmentos alinhados a algum tipo de combate à covid-19 foram muito beneficiados: vitaminas, álcool gel, máscaras, enquanto itens de inverno, tiveram resultado negativo já que a contaminação das enfermidades da estação reduziu muito devido ao isolamento nos grandes centros”, complementa.



# 2020:



Foto: Nemenchova/Stock.com



Além disso, grande parte da evolução do mercado total concentrou-se na ampliação de volume, que refletiu 39,7% do crescimento total do mercado. O aumento de preços também representou 31,6%. Já os lançamentos caracterizarão 28,7% do desenvolvimento ocorrido em 2020.

O vice-presidente LATAM da Close-Up International comenta que, de forma geral, os novos produtos são vantajosos para as farmácias, pois a inovação é muito importante para alguns segmentos, principalmente aqueles que têm na comparação espontânea o seu maior driver. Assim, OTC e não medicamentos foram os mais beneficiados em termos de lançamentos.

“Inovação significa itens mais modernos, com amplitude de tratamento diferenciada e, muitas vezes, preços competitivos, portanto a resposta do mercado é alinhada com a chegada do novo artigo e surge esse fenômeno”, afirma.



## O QUE ESPERAR DE 2021?

Para Paulo, a velocidade da vacinação será chave de mudança e caso não tenhamos grande cobertura vacinal já no 1º semestre é provável que o ano de 2021 repita o desempenho de 2020, sem saltos positivos e negativos.

“As categorias de inverno estarão com performance mais similar a 2019 que a 2020, já que por conta do menor índice de isolamento que estamos vivenciando, devemos ter ocorrências de enfermidades sazonais mais parecidas com os anos anteriores à pandemia, favorecendo esses segmentos. As farmácias precisam manter-se de maneira conservadora em termos de mix, projetando para 2021 uma situação equivalente a 2020, com vendas de inverno semelhantes, em projeção a 2019. O mix não tende a alterar-se, pois a covid-19 ainda está dominando o cenário de saúde”, finaliza.

# Destaque do inverno

Os principais produtos da estação para você vender muito estão na SantaCruz. Abasteça já o seu estoque.



117122

VICK  
PRIMEIRA  
PROTECAO  
15ML



Catarinense  
PHARMA

703654

MELAGRIÃO SP 30ML  
Age direto nas vias respiratórias, aliviando a tosse seca ou produtiva e estados alérgicos.



706493

REDOXITOS MAIS MIX FRUT C/25 UN  
Suplemento sabor mix de frutas à base de vitaminas C, D e zinco.



FQM | GRUPO  
CONSCIÊNCIA PELA VIDA

104409

MARESIS BABY SOL  
SPRAY FR 100ML  
Fluidificante e descongestionante nasal em jato suave contínuo.



Libbs

102712

SALSEP 360 SOL  
NAS FR SPRAY 50ML  
Indicado como fluidificante e descongestionante nasal.



NIVEA

705201

LC NIVEA  
BANHO  
MILK 250ML



GALDERMA

700730

CETAPHIL ADVANCED  
MOISTURIZ 226G  
Hidratação avançada para pele seca e sensível com ação prolongada por 48 horas.

Johnson & Johnson



115329

BENALET MENTA  
C/12 PAST

Hypera  
pharma



117015

ADDERA CAL 1.000UI  
FR C/90 COMP

Auxilia na formação e manutenção dos ossos e funcionamento muscular.



SANOFI

116357

DORFLEX UNO 1G  
C/100 COMP EFERV

**SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO**

**MARESIS BABY** (cloreto de sódio) O Maresis Baby Spray 100ml é indicado como fluidificante e descongestionante nasal. É uma solução isotônica de cloreto de sódio, estéril, sem vasoconstritor e livre de conservantes. Não altera a fisiologia das células da mucosa nasal e dos seios da face. Age fluidificando a secreção da mucosa nasal, favorecendo a sua eliminação. Contraindicado o uso por pessoas com hipersensibilidade a qualquer um dos componentes da fórmula. Não deve ser utilizado por mulheres que estejam amamentando ou por mulheres grávidas sem orientação médica ou do cirurgião-dentista. Não é recomendado o uso prolongado deste medicamento, exceto sob orientação médica. Uso adulto e pediátrico. **VICK PRIMEIRA PROTEÇÃO** ajuda a combater o avanço do vírus do resfriado. MS: 8.0147.379.001 **SALSEP 360 SPRAY NASAL** (Cloreto De Sódio) Medicamento de Notificação Simplificada RDC Nº199/2006. AFE Nº 1.00033-3. **PASTILHA BENALET** (Cloridrato de Difendramina, Cloreto de Amônio, Citrato de Sódio) Este medicamento é indicado como auxiliar no tratamento de sintomas, tais como tosse, irritação da garganta e faringite, provocados por complicações das vias aéreas superiores. DURANTE SEU USO, NÃO DIRIJA VEÍCULOS OU OPERE MÁQUINAS, POIS SUA AGILIDADE E ATENÇÃO PODEM ESTAR PREJUDICADAS. MS1572100120126 **ADDERA CAL 1.000UI** (Magnésio, Vitamina K, Vitamina D, Cálcio) O Addera Cal 1.000UI é indicado para suplementação de Vitamina D, Cálcio Citrato Malato (CCM), Vitamina K2 e Magnésio, nos casos em que a dieta é insuficiente no fornecimento desses nutrientes. **DORFLEX UNO ENXAQUECA 1G** (Dipirona Monoidratada) Indicação: Este medicamento é indicado como analgésico e antipirético. Dorflex Uno não deve ser administrada a pacientes com hipersensibilidade à dipirona ou a qualquer um dos componentes da formulação ou a outras pirazolonas ou pirazolidonas (ex. fenazona, propifenazona, isopropilaminofenazona, fenilbutazona, oxifentolazona) incluindo, por exemplo, experiência prévia de agranulocitose com uma destas substâncias; com função da medula óssea prejudicada (ex. após tratamento citotático) ou doenças do sistema hematopoiético; que tenham desenvolvido broncoespasmo ou outras reações anafilatóides (ex. urticária, rinite, angioedema) com analgésicos tais como salicilatos, paracetamol, diclofenaco, ibuprofeno, indometacina, naproxeno; com porfiria hepática aguda intermitente (risco de indução de crises de porfiria); com deficiência congênita da glicose-6-fosfato-desidrogenase (G6PD) (risco de hemólise); gravidez e lactação (vide "Advertências e Precauções – Gravidez e Lactação"). Este medicamento é contraindicado para menores de 3 meses de idade ou pesando menos de 5 kg. MS1130011740330

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL



# Fixodent®

## MARCA MAIS RECOMENDADA DE ADESIVOS PARA PRÓTESES DENTÁRIAS\*

\*Marca mais recomendada pelos dentistas que indicam adesivos para próteses dentárias nos Estados Unidos da América.



Fixodent é o fixador ideal para as próteses dentárias de ação prolongada, que lhe permite ter o prazer de comer alimentos que de outro modo evitaria. O creme forma uma barreira confortável que veda completa e uniformemente a superfície da prótese. O creme Fixodent ainda ajuda a bloquear a entrada de partículas de alimentos entre a dentadura e a gengiva, evitando assim o mau hálito.

Fixodent sabor Original proporciona fixação prolongada com segurança e conforto para o usuário falar, sorrir e comer com mais liberdade.

Clinicamente testado, Fixodent é um fixador de próteses extremamente seguro para a higiene bucal, não causando alergias ou outros problemas.

Fixodent é feito para te ajudar na sua rotina diária, permitindo, por exemplo, que você coma com conforto e confiança.



PROMOVE MAIOR CONFIANÇA EM COMER, FALAR E SORRIR



DIMINUI A IRRITAÇÃO E O DESCONFORTO DA GENGIVA CAUSADOS PELO ATRITO ENTRE A PRÓTESE E A MUCOSA BUCAL



NÃO ALTERA O SABOR DOS ALIMENTOS

DISPONÍVEL NAS VERSÕES AVULSAS DE:  
21g, 39g E 68g

701933	FIXODENT ORIG 39G+CR DENT ORAL B
701934	FIXODENT ORIG 68G+CR DENT ORAL B
745513	FIXODENT ORIGINAL 21G
745521	FIXODENT ORIGINAL 39G
745539	FIXODENT ORIGINAL 68G
708399	FIXODENT ORIGINAL 68G C/ 2UNID
712759	FIXODENT ORIGINAL 21G50%DESC2aUN

CONHEÇA TAMBÉM A LINHA DE:

### PROMOPACKS *Fixodent*®

- 39g - **GRÁTIS** CREME DENTAL
- 68g - **GRÁTIS** CREME DENTAL
- 21g COM **50%** DE DESCONTO NA 2ª UNIDADE
- 68g COM **50%** DE DESCONTO NA 2ª UNIDADE



# Packs e promocionais: mais vantajosos do que nunca

Em tempos de pandemia, economizar virou um hábito e nada melhor do que apostar nos packs e produtos promocionais para ofertar opções vantajosas aos seus clientes e, ao mesmo tempo, vender mais. Aproveite e faça o seu pedido!



799114

ABS S LIVRE  
T SV ESP ABA  
L16 P14



709174

NIELY KIT BRILHO  
ABSOLUTO SH+CD



790204

RENU FRESH S/FRIC  
355+120ML GRTS



708179

ESC DENT  
COLG SMILE6+  
MINION C/2



708493

ESC DENT  
COLG SLIM  
BLACK  
TRIPACK



700858

ESC DENT  
COLG EXTRA  
CLEAN L3P2



708062

DEO NIVEA ROLL  
DRY M 50% DESC2°



708079

BEPANTOL BABY  
30G 15% OFF



713896

KIT COREGA PO  
FIXADOR 22GR L3P2

CONSULTE A DISPONIBILIDADE NO SANTACRUZ DIGITAL

# Pensou em farmácia? **APP** Farmácias

Farmácias APP é um aplicativo de delivery que une consumidores e farmácias em todo o Brasil.

A extensão da sua loja na internet!

## PRINCIPAIS BENEFÍCIOS

- ✓ **Taxa ZERO** de adesão ou mensalidade.\*
- ✓ **Pagamento direto** do consumidor para sua loja.
- ✓ O **Farmácias APP** facilita e dá suporte desde a integração até o pós-venda.
- ✓ **Você escolhe** a região que deseja atender e o modelo de entrega: delivery e/ou retirada em loja.

\*É cobrado apenas um pequeno comissionamento sobre as vendas dentro da plataforma.



## Não fique de fora!

Seja farmácia, drogaria, farmácias de manipulação e homeopatia, ou loja de cosméticos, você pode se credenciar no Farmácias APP.

Sistemas ERPs integrados com nosso sistema:



**Digi!farma**  
Sistema Integrado para Farmácias

**CONSYS**  
CONSULTORIA & SISTEMAS

**Trier**  
SISTEMAS

**PROSYSTEM**  
Desenvolvimento de Sistemas

**INFARMA**  
SISTEMAS DE GESTÃO

**RCA SISTEMAS**

**PROCFIT**  
GESTÃO ORIENTADA A PROCESSOS

**Automatiza**  
SISTEMAS

**Alpha**  
SOFTWARE



## CRENCIE SUA LOJA HOJE MESMO!

Acesse [www.farmaciasapp.com.br/parceiros](http://www.farmaciasapp.com.br/parceiros) e siga o passo a passo.

# PLP SantaCruz

O que você está esperando para fazer parte do **Programa de Lançamento de Produtos da SantaCruz?**

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

## Como funciona?

Cadastre-se no programa pelo site

[www.santacruzdistribuidora.com.br](http://www.santacruzdistribuidora.com.br)

Você receberá, antecipadamente, um e-mail com as **informações sobre o lançamento.**

O produto será enviado **automaticamente para a sua loja.**

**Pronto!** Sua farmácia sai na frente com os principais lançamentos e ainda tem a garantia da devolução caso não ocorra a venda.

## E tudo isso sem custo!

O produto pode ser devolvido em até 10 dias antes do vencimento do boleto. Basta entrar no site [www.devolucaosantacruz.com.br](http://www.devolucaosantacruz.com.br) e emitir a nota fiscal de devolução.

Você poderá cancelar o seu cadastro no momento que desejar e sem custo pelo site [www.santacruzdistribuidora.com.br](http://www.santacruzdistribuidora.com.br).

## Participe também do PLP!