

Mara Alexandra Gerardo de Oliveira

# Relatório de Estágio em Indústria Farmacêutica

Relatório de estágio realizado no âmbito do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, orientado pela Dr.<sup>a</sup> Sandra P. Ponte Nunes Colaço Palma e apresentado à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra

Julho 2014



Eu, Mara Alexandra Gerardo de Oliveira, estudante do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas, com o nº 2009010492, declaro assumir toda a responsabilidade pelo conteúdo do Relatório de Estágio apresentado à Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, no âmbito da unidade Estágio Curricular.

Mais declaro que este é um trabalho original e que toda e qualquer afirmação ou expressão, por mim utilizada, está referenciada na Bibliografia deste Relatório, segundo os critérios bibliográficos legalmente estabelecidos, salvaguardando sempre os Direitos de Autor, à exceção das minhas opiniões pessoais.

Coimbra, 18 de Julho de 2014

---

EXPANSCIENCE®

LABORATÓRIO DE

LABORATÓRIOS EXPANSCIENCE

PRODUTOS DE HIGIENE

SOCIEDADE UNIPESSOAL, LDA.

RUA PINHEIRO CHAGAS, N.º 17 - 5.º ANDAR  
1050-174 LISBOA

**Assinatura da Orientadora de Estágio**

**(Dra. Sandra P. Ponte Nunes Colaço Palma)**

*Mara Alexandra Gerardo de Oliveira*

**Assinatura da Aluna**

**(Mara Alexandra Gerardo de Oliveira)**

Nota: Este Relatório foi escrito de acordo com o antigo acordo ortográfico.

## **Agradecimentos...**

A experiência obtida durante o Estágio Curricular em Indústria Farmacêutica, nos Laboratórios Expanscience®, não poderia ter sido melhor. Um conjunto de novas aprendizagens, o facto de conhecer novas pessoas e a descoberta de uma nova cidade fizeram de mim, sem qualquer dúvida, uma pessoa melhor. Esta minha passagem por esta empresa não teria sido tão benéfica sem o conjunto de profissionais que me recebeu de forma excepcional.

Assim, quero agradecer, antes de mais, à Dra. Sandra Palma, pela forma tão amável com que me recebeu e com que sempre me orientou, pela sua inteira disponibilidade para me acompanhar e transmitir os seus conhecimentos, pelo seu interesse e gosto em que eu aprendesse mais e melhor. Desde o primeiro contacto, ainda telefónico, em que éramos desconhecidas, foi uma pessoa excepcional, muito simpática e bastante acessível à realização do meu estágio. É sem dúvida uma excelente Farmacêutica e exemplo a seguir, pelo seu profissionalismo e capacidade de relacionamento social, com grande dom de ajudar o próximo. O meu muito obrigado!

Quero agradecer também ao resto da equipa da empresa que, sem qualquer excepção, me recebeu muito bem, e me ajudou sempre no que precisei. Aos elementos do Departamento de Marketing, Logística, Administrativo, Merchandising, aos delegados de informação médica, aos vendedores, o meu muito obrigado, pela simpatia com que sempre me trataram e pelo conhecimento que me transmitiram.

# Índice

1. Introdução.....	2
2. A Empresa.....	3
2.1. História.....	3
2.2. Localização e horário de funcionamento.....	4
2.3. Organigrama.....	4
2.4. Portfólio dos produtos.....	4
2.5. Departamentos.....	5
2.5.1. Técnico.....	5
2.5.2. Formação.....	5
2.5.3. Marketing.....	6
2.5.4. Logística.....	6
2.5.5. Merchandising.....	6
2.5.6. Financeiro.....	6
3. Análise SWOT.....	7
3.1. Pontos Fortes.....	7
3.2. Pontos Fracos.....	9
3.3. Oportunidades.....	9
3.4. Ameaças.....	11
4. Conclusão.....	11
5. Referências Bibliográficas.....	12
6. Anexos.....	13

## I - Introdução

Não há dúvida que a Farmácia Comunitária é o núcleo da profissão Farmacêutica. Por diversas razões, nomeadamente, actividade onde se encontra maior percentagem de Farmacêuticos, onde se aplicam mais conhecimentos relacionados com o curso, etc. Daí o estágio curricular ser fundamental nessa área. No entanto, muitas outras áreas suscitam interesse ao Farmacêutico, como Farmácia Hospitalar, Indústria, Distribuição grossista, Investigação, Análises Clínicas, entre outras.

Eis que surge a hipótese na nossa faculdade de fazer um estágio complementar em Indústria. Não pensei duas vezes. Sempre tive curiosidade de experimentar esta área, talvez por gostar do que idealizava ser, mas também pela incógnita de qual seria aqui o papel do Farmacêutico. Posto isto, pesquisei possíveis sítios de estágio em indústria em Portugal, sendo um dos meus seleccionados, os Laboratórios Expanscience. Já há muito que tenho interesse na área da cosmética e, experimentar viver na nossa capital, sempre tinha sido um objectivo. Após os diferentes passos burocráticos, e desde logo com grande disponibilidade mostrada pela empresa na realização deste estágio, iniciei então a minha experiência curricular.

Assim, com este relatório pretendo dar a conhecer a minha actividade como estagiária do Mestrado Integrado em Ciências Farmacêuticas nesta empresa, que decorreu entre os dias 13 de Janeiro de 2014 e 27 de Fevereiro de 2014 na sua filial em Portugal, que se encontra em Lisboa.

Os Laboratórios Expanscience, são uma empresa de cosméticos, que representam a marca Mustela®, centrada nos cuidados da pele do bebé e a marca Noviderm®, que está dirigida para os cuidados da pele do adulto. A sua filial em Portugal representa também os Laboratórios Aseptia e o Grupo Batteur (1). Os primeiros representam a marca Ecrinal®, centrada nos cuidados das unhas e pestanas, e a marca Akileine®, direccionada para os cuidados dos pés. Ainda tem outros produtos, como Onykoleine®, para micoses, Akipic®, repelente de insectos, e a linha Vitacitral®, com produtos hidratantes de mãos e lábios. (2) O Grupo Batteur representa o Physiiodose® e A cerumen®, que são dispositivos médicos e o Parasidose 2mg/g champô®, um medicamento.

## 2 - A Empresa

### 2.1 - História

A Expanscience é uma empresa familiar que nasce, em 1950, do encontro entre dois conhecimentos especializados; o de um industrial, Paul Berthomé, e de um farmacêutico, Claude Guillon. Estes, impulsionados por uma mesma ambição, decidem criar produtos de higiene dermatológica concebidos de acordo com métodos farmacêuticos, permitindo garantir qualidade e segurança aos consumidores. O lançamento do primeiro leite de toilette Mustela® é uma revolução para a época e marca a criação da actividade Dermocosmética (1).

Em 1957, a Expanscience escolhe diversificar-se e dirige-se para a exploração de especialidades farmacêuticas. Num primeiro tempo, compra e explora patentes do Professor Thiers, em Lyon, para fabricar insaponificáveis de abacate e soja. Estes ingredientes dariam, entre outros, origem à Piasclédine 300 com uma AIM em Dermatologia num primeiro tempo. Para apoiar o seu desenvolvimento, a Expanscience instala o seu primeiro local de produção em França em Épernon (Eure-et-Loir) (1).

Após 6 anos, confiante no seu sucesso em França junto das mães com a sua marca Mustela®, a Expanscience abre-se ao estrangeiro. Uma primeira filial nasce na Bélgica, abrindo posteriormente filiais noutros país, uma das quais, em Portugal, em 1979 (1).

Em 1982, os Laboratórios Expanscience quiseram desenvolver uma dimensão mais humanista, criando a Fundação Mustela para “encorajar os trabalhos sobre o desenvolvimento da criança e as suas relações com o seu meio”. As primeiras bolsas universitárias são entregues neste ano a doutorados e investigadores confirmados (1).

Após ter criado produtos de cuidados dermatológicos inovadores, em 1996 a empresa dá um novo impulso a esta atividade, e desenvolve a marca Noviderm®. No âmbito da acne, esta marca torna-se uma prioridade estratégica dos Laboratórios Expanscience (1).

Em 1997, Jean-Paul Berthomé, filho de Paul Berthomé, um dos fundadores da Expanscience, toma as rédeas do Grupo (1).

Após 3 anos, a empresa inaugura em França um novo centro de Investigação e Desenvolvimento, dotado de equipamentos de tecnologia de ponta e escolhe instala-lo junto à sua fábrica de produção, em Épernon (1).

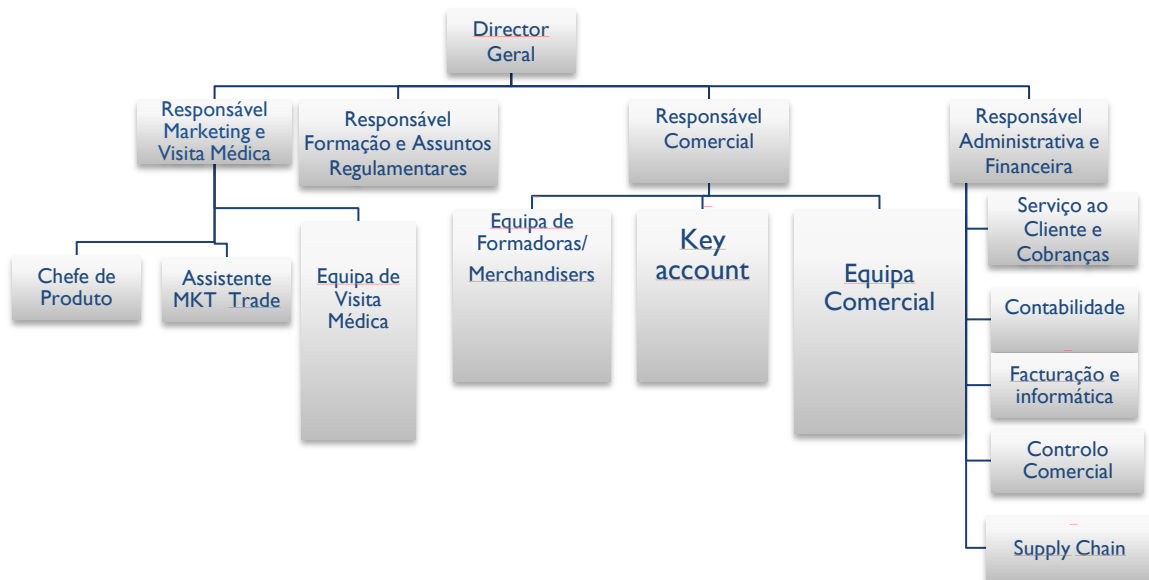
Recentemente, em 2013, no campo da Responsabilidade Social Corporativa, a Expanscience é avaliada quanto à sua abordagem e obtém o nível “Exemplar” da Association for academic quality 26000 (3).



## 2.2 - Localização e horário de funcionamento

Os Laboratórios Expanscience localizam-se na Rua Pinheiro Chagas, nº17, 1050-174 Lisboa. Situam-se no Saldanha, uma zona central da cidade e bastante empresarial. O horário de funcionamento é das 9h00 às 18h00, encerrando para almoço das 12h às 13h ou das 13h às 14h, nos dias úteis. Cumpre um horário de funcionamento semanal de 40 horas. O seu distribuidor é a Dilofar, com sede na Quinta das Drogas e da Verdelha, Armazém A, 2615-171 Alverca do Ribatejo.

## 2.3 - Organigrama



## 2.4. - Portfólio dos produtos

Começando pelos Laboratórios Expanscience, e focando na marca Mustela®, líder nacional nos cuidados da pele do bebé, encontram-se diversas linhas de produtos. A Mustela® bebé, com produtos direccionados para a pele do bebé, divide-se nas gamas de toilette, banho, bem-estar, muda da fralda, cuidado, cold cream e proteção solar. Ainda fazem parte da Mustela® bebé linhas direccionadas para peles específicas, a Stelatopia®, indicada para pele seca e atópica, a Stelatria®, para pele irritada, a Stelaker®, para a crosta láctea, e a Stelaprotect®, para pele reativa. Para preservar o capital celular da pele do bebé, a Mustela® Bebé reinventa os seus cuidados com novas fórmulas cada vez mais naturais,

enriquecidas com Perséose de Abacate®. Existe também uma gama direcionada para as mães, Mustela® 9 meses, com produtos que melhoram a hidratação, ajudam no bem-estar durante a gravidez e reestruturam a pele após o parto (4). No que diz respeito à marca Noviderm®, que se ocupa dos cuidados da pele do adulto, encontram-se três linhas: Boréade®, uma gama direcionada para acne e pele oleosa; Sérénactiv®, direcionada para peles sensíveis e secas; e Melatrio®, que se foca na pele pigmentada (5).

Em relação aos Laboratórios Assepta, que em Portugal são representados pelos Laboratórios Expanscience, a marca Akileine, focada no cuidado dos pés, é constituída pelas gamas de cansaço, secura, transpiração, desporto e cuidados específicos, como fissuras, pé diabético e pernas cansadas. A marca Ecrinal®, centrada no cuidado das unhas e pestanas, possui produtos com capacidades, fortificantes, reparadoras, emolientes e de beleza. Ainda fazem parte do portfólio dos Laboratórios Assepta, outros produtos, o Onikoleine®, para as onicomicoses, o Akipic®, uma loção repelente de insectos, e a gama Vitacitral®, com produtos de hidratação para as mãos e os lábios (2).

O Grupo Batteur comercializa dispositivos médicos, como Physiodose®, águas do mar para higiene e descongestão nasal e A-Cerumen®, para limpeza auricular e um medicamento não sujeito a receita médica, Parasidose 2mg/g champô®, com acção pediculicida.

## **2.5 - Departamentos**

### **2.5.1. - Técnico**

Este departamento é responsável pelo apoio técnico transversal a todas as áreas de negócio da empresa. Assume a direcção técnica da empresa a Dra. Sandra Palma, orientadora do meu estágio, e que neste departamento, tem a responsabilidade legal pelo cumprimento da componente técnica dos produtos da empresa. Aqui inserem-se os serviços de assuntos regulamentares, de farmacovigilância e de cosmetovigilância.

### **2.5.2. - Formação**

O departamento de formação tem como missão planear, coordenar e executar o programa de formação da empresa. Aqui é feita formação científica aos recursos humanos (delegados farmacêuticos e conselheiras técnicas) e aos clientes que trabalham os produtos das marcas representadas pela empresa, são apresentados os produtos à Imprensa especializada na área da saúde, realizam-se “Master Classes” a alunos da área das Ciências Farmacêuticas, assistência internacional em congressos científicos na área da cosmetologia,

dermatologia, venereologia e pediatria. A formação está assim muito direccionada para intervir, melhorando a informação para a saúde que chega à população.

### **2.5.3. - Marketing**

No que diz respeito ao departamento de marketing, este tem como principal função guiar e liderar os outros departamentos e profissionais no desenvolvimento, produção, execução e suprimento de produtos ou serviços para seus clientes. A comunicação tem aqui um papel vital. Os profissionais do marketing têm uma melhor compreensão do mercado e das necessidades do cliente, mas não agem independentemente do desenvolvimento do produto ou do serviço ao cliente. Este departamento estuda o mercado e os clientes, determina o melhor modo para atingir estes clientes e trabalha com o restante da empresa para ajudar a determinar as necessidades de mercado do novo produto. Além disso, ele representa a empresa com uma voz consistente.

### **2.5.4. - Logística**

O departamento de logística é responsável pela gestão de encomendas, armazenamento, distribuição e administração de recursos financeiros.

### **2.5.5. - Merchandising**

O Merchandising é uma ferramenta de Marketing, formada pelo conjunto de técnicas responsáveis pela informação e apresentação destacada dos produtos no ponto de venda, de modo a proporcionar um aumento de rotatividade. Tem como objectivo dar a maior visibilidade possível aos produtos, marcas ou serviços, com o propósito de motivar e influenciar as decisões de compra dos consumidores.

### **2.5.6. - Financeiro**

O departamento administrativo tem como missão assegurar a gestão administrativa, económica e financeira da empresa, assegurando serviços de cobranças, contabilidade, facturação e informática. No âmbito deste departamento realizei contactos telefónicos a farmácias, para actualizar a base de dados da empresa com os números de identificação fiscal das respectivas farmácias.

### 3 - Análise SWOT

Depois desta experiência é importante refletir o que foi benéfico, o que poderia ter sido melhor, as oportunidades criadas e possíveis ameaças. Deste modo, de seguida apresento essa reflexão.

#### 3.1. - Pontos fortes

- No departamento técnico aumentei e consolidei os meus conhecimentos a nível de cosmética, assuntos regulamentares, farmacovigilância e cosmetovigilância; Neste departamento, aprendi o procedimento de renovação da AIM de um medicamento, onde preenchi um formulário de renovação de AIM para o medicamento não sujeito a receita médica, Parasidose 2mg/g champô®. Aprendi regras de publicidade de dispositivos médicos, medicamentos e cosméticos, procedimentos de farmacovigilância e cosmetovigilância, destacando-se as notificações e verificação de conformidade na entrada do produto, onde avaliei a presença de lote, nome, indicações em português e morada do local de produção. Verifiquei ainda a adaptação da rotulagem, do acondicionamento primário e secundário e análise e regularização de reclamações, em cumprimento com o regulamento 1223/2009 (6,7 e 8);
- No departamento de formação contactei com todas as apresentações em power-point que a empresa costuma apresentar nas formações, que contêm todo o leque de produtos, fazendo alterações, e dando o meu contributo segundo os meus conhecimentos e criatividade, no âmbito da composição dos produtos, características das patologias associadas e modos de utilização. Ajudei também na pesquisa, contacto, selecção de locais e de formações a serem realizadas durante o ano e na avaliação dos respectivos orçamentos;
- No departamento de Marketing auxiliei na construção de posters descritivos dos produtos (anexo 1, anexo 2 e anexo 3), fiz uma análise de características publicitárias de produtos de marcas concorrentes, nomeadamente dos protectores solares da marca Mustela® e aprendi as técnicas de organização e realização das publicações que são feitas no *facebook* das marcas;

- Realizei uma tarefa inovadora, o *cross-selling*, em que fiz uma pesquisa de todos as sugestões de produtos que podem ser dadas no local de venda, quando o cliente se dirige à Farmácia para comprar um produto para antes, durante ou depois da gravidez ou para o bebé. Nesta tarefa foi necessário pensar no que seria adequado sugerir e pesquisar os respectivos códigos nacionais do produto (cnp);
- Contactei por telefone com o instituto de medicina tropical, a fim de ser colocado um produto da empresa, o Akipic®, no boletim que é entregue na consulta do viajante;
- Assisti ao requerimento de cnp`s dos produtos à Associação Nacional de Farmácias (ANF) (9);
- Realizei a encomenda de produtos, preenchendo uma nota de encomenda;
- Aprendi realidades desconhecidas sobre as várias tarefas existentes na Indústria Farmacêutica, principalmente no campo do marketing e formação;
- A marca Mustela® está muito virada para dois grupos de risco, bebés e grávidas, os quais merecem especial atenção pelo papel do Farmacêutico na sociedade;
- Adquiri maior noção da importância dos cuidados da pele;
- Aumentei a minha capacidade de trabalho fruto de a empresa atuar num mercado muito dinâmico e competitivo;
- Desenvolvi o meu sentido de responsabilidade, sendo os LE uma empresa de média dimensão no que respeita ao número de colaboradores em Portugal, os níveis hierárquicos estão muito esbatidos, o que me permitiu um contacto mais próximo com os colaboradores;
- Melhorei a capacidade de relacionamento interpessoal, com o trabalho em equipa;
- Adquiri maior autonomia profissional e proactividade;

- Aumentei a capacidade de organização de tarefas, tempo e gestão de prioridades;
- Melhorei os meus conhecimentos informáticos;
- O facto de ser uma equipa multidisciplinar contribuiu para um contacto com praticamente todos os departamentos;

### **3.2. - Pontos fracos**

- O período de duração do estágio foi curto, o que limitou o nível de profundidade da minha aprendizagem;
- Durante o estágio constatei que possuía poucos conhecimentos de cosmética, pois é uma área pouco desenvolvida durante o curso, o que dificultou o processo de integração;
- Não contactei com algumas tarefas desempenhadas pelos Farmacêuticos na indústria, como controlo de qualidade, controlo de produção e ensaios clínicos, o que limitou o meu nível de conhecimento nestas áreas;
- Participei em poucas Formações. Embora tenha tido um trabalho intenso nas alterações das apresentações a serem visualizadas nas formações, gostaria de ter visto mais vezes a sua aplicação prática e as reacções dos convidados.

### **3.3. - Oportunidades**

- Tive a oportunidade de realizar uma visita à Associação dos Industriais de Cosmética, Perfumaria e Higiene Corporal (AIC), onde foram discutidas regras de publicidade na rotulagem com a presidente da associação, Engenheira Ana Maria Couras (10).
- Ajudei na realização integral de uma formação, que se realizou no Hotel Vila Galé Ópera, em Alcântara, na qual tive a oportunidade de estar presente. Preenchi convites, recebi convidados e ajudei na preparação da sala. Esta formação foi no âmbito do tema “Casos práticos Mustela bebé, Mustela Dermo-Pediatria e Mustela 9 meses”, onde foram apresentados e explicados os produtos e de seguida houve um

debate de casos clínicos. Foi bastante vantajoso para mim, pois foi a primeira vez que participei na organização de um evento deste tipo, melhorei o meu conhecimento ao nível da forma de como falar em público ao ver elementos da empresa a fazer essa tarefa e ainda achei interessante saber qual é o *feed-back* do público;

- Assisti ainda à preparação e realização de uma conferência de imprensa de um lançamento de um novo produto, o creme zona da fralda 123®, que foi apresentado à imprensa especializada em produtos para bebés e grávidas. Nesta conferência, para além de elementos da empresa terem explicado as vantagens e funcionamento do produto, esteve presente uma pediatra, que explicou e aconselhou os cuidados a ter com a pele do bebé na muda da fralda. Foi vantajoso para mim, pois não fazia a menor ideia de como se realizava. Gostei bastante, e achei interessante o facto do público-alvo levantar bastantes dúvidas e apresentar casos clínicos concretos;
- Tive oportunidade de ir visitar o armazém de distribuição com que a empresa trabalha, Dilofar. Nesta visita, assisti à auditoria que é feita mensalmente por parte dos LE e conheci a forma como se desenvolvem os processos de trabalho nesta actividade, tendo um maior contacto real com os produtos da empresa, pois no escritório não é possível armazenar todas as referências existentes. Esta visita permitiu-me consolidar conhecimentos que já havia adquirido numa visita ao armazém de distribuição Plural, em Coimbra;
- Fiz uma visita a três Farmácias com uma das colaboradoras do Merchandising, onde conheci a forma como se organizam os lineares, como estão distribuídas as gôndolas e como estão organizados os cartazes de publicidade e as montras;
- Adquiri melhor preparação para um futuro emprego na Indústria Farmacêutica;
- Adquiri maior aptidão para um futuro emprego em qualquer área da profissão Farmacêutica;
- A oportunidade de ter uma experiência intensa na área da Cosmética possui grande valor, pois esta é uma área onde actuam muitos laboratórios;

### 3.4. - Ameaças

- A elevada taxa de desemprego que se verifica na área actualmente, constitui uma ameaça, obrigando a que os farmacêuticos passem a desenvolver outros conhecimentos para melhor se adequarem às necessidades do mercado de trabalho, como por exemplo apostar mais em estágios relacionados com a área de marketing;
- O facto de existirem poucas indústrias em Portugal, pois a maioria apenas tem filiais representantes, o que diminui os postos de emprego para Farmacêuticos nesta área;
- A crise económica que decorre tanto a nível nacional como internacional;
- A crescente concorrência que se verifica no sector farmacêutico.

## 4 - Conclusão

A principal conclusão que tiro deste experiência, é que posso sentir-me orgulhosa por ter optado por realizar este estágio. Embora não tenha sido um estágio que me desse oportunidade de conhecer todas as tarefas que habitualmente se desempenha numa indústria, mostrou que há muita coisa que os Farmacêuticos têm que realizar nesta área e que antes de se passar pela experiência não se imagina. Nunca faltou tarefas e conhecimentos novos para adquirir.

Concluo também que os Farmacêuticos portugueses têm enormes capacidades e formação para desenvolver as suas próprias ideias e marcas, sendo mais empreendedores e contribuindo para o desenvolvimento económico e científico do nosso país, tendo a possibilidade de ter sucesso como empresas internacionais como é o caso dos Laboratórios Expanscience. É importante arriscar sem medo, e marcar a diferença! A situação profissional com que nós, finalistas de Ciências Farmacêuticas, nos vamos deparar não é animadora. No entanto, depois destes 5 anos de aulas e estágio, concluo de modo feliz que o curso é bastante completo e diversificado, o que nos dá um maior leque de oportunidades, que, se lutarmos, mostrarmos ser bons no que gostamos de fazer e acreditarmos, certamente iremos vingar.



## 5 - Referências bibliográficas

- (1) <http://www.expanscience.com/pt/Empresa> [Acedido a 10 de Maio de 2014].
- (2) <http://www.asepta.com/pages/pt/index.php> [Acedido a 11 de Maio de 2014].
- (3) <http://www.afaq.edu.pk/home.php> [Acedido a 14 de Abril de 2014].
- (4) <http://www.mustela.pt/> [Acedido a 5 de Março de 2014].
- (5) <http://www.noviderm.com/pt-pt> [Acedido a 20 de Março de 2014].
- (6) <http://www.infarmed.pt/portal/page/portal/INFARMED/COSMETICOS> [Acedido a 9 de Maio de 2014].
- (7) [http://www.infarmed.pt/portal/page/portal/INFARMED/MEDICAMENTOS\\_USO\\_HUMANO](http://www.infarmed.pt/portal/page/portal/INFARMED/MEDICAMENTOS_USO_HUMANO) [Acedido a 9 de Maio de 2014].
- (8) [http://www.infarmed.pt/portal/page/portal/INFARMED/DISPOSITIVOS\\_MEDICOS](http://www.infarmed.pt/portal/page/portal/INFARMED/DISPOSITIVOS_MEDICOS) [Acedido a 10 de Maio de 2014].
- (9) <http://www.anf.pt/> [Acedido a 15 de Maio de 2014].
- (10) <http://www.aic.org.pt/> [Acedido a 18 de Maio de 2014].
- (11) CARAMONA, M. et al. - **Prontuário Terapêutico**. 9º Ed. Lisboa: Infarmed, 2010. ISBN: 978-989-8369-02-4.

## 6 - Anexos

### Anexo I

CNP	DESIGNAÇÃO	INDICAÇÃO	MODO DE UTILIZAÇÃO	UTILIZAÇÃO A PARTIR DE	COMPOSIÇÃO	FOTO	
Phytodose	680470	Phytodose Água do Mar Iotónica 100 ml.	Higiene regular. Adaptada para toda a família. Extremamente suave e confortável.	Uma pulverização por narina 1 a 4 vezes por dia, utilização regular.	0 Meses	100% Água do Mar (0,9%)	
	680471	Phytodose Água do Mar Hipertónica 100 ml.	Decongestão (nariz entupido), rinites alérgicas (inatas), cuidado pós-operatório. Extremamente confortável.	Uma a duas pulverizações por narina, 1 a 3 vezes por dia.	18 Meses	100% Água do Mar (1,2%)	
	680472	Phytodose Água do Mar Fluidificante 100 ml.	Seca/becimento da mucosa nasal, secreções espessas (rinite crónica). Aroma de menta: aporta uma sensação de frescura. Contém um agente antibacteriano.	3 pulverizações por dia, por narina.	6 Anos	100% Água do Mar (1,2%)	
	680473	Phytodose Soro Fisiológico 18 Unidades 5 ml.	O Soro Fisiológico está preconizado para a lavagem das fossas nasais, para a lavagem ocular quotidiana e para a higiene dos olhos e do nariz do recém-nascido, da criança e do adulto. O Soro Fisiológico pode ser igualmente utilizado na higiene de crianças e adultos através de lavagem, instilação, banho ocular ou aplicação em compressas embebidas.	Uso NASAL: facilita a limpeza das narinas das crianças, frequentemente obstruídas por muco. Favorece a eliminação de secreções excessivas. Graças à sua ação humedificante alivia rapidamente a secura nasal no adulto. Uso OFTÁLMICO: pode ser utilizado na higiene ocular do recém-nascido.	0 Meses	Cloreto de Sódio 0,9g, Água Purificada qb 100ml	
	680474	Phytodose Aspirador Nasal 1 Unidade	Aspirador nasal para bebé.	Aspira suavemente as secreções.	0 Meses	N/A	
Phyto dose e Baby	681720	Água do mar Iotónica 100 ml.	Humidificação - equilíbrio da mucosa nasal. Em monoterapia ou como coadjuvante das terapêuticas ORL.	1 a 4 vezes/dia	0 Meses (excepto prematuros)	Rica em Oligoelementos e Sais Minerais, Sem conservantes	
	681721	Água do mar Hipertónica 100 ml.	Nariz entupido, Congestão, Rinite alérgica.	2 vezes/dia	0 Meses (excepto prematuros)	Rica em Oligoelementos e Sais Minerais, sem conservantes	
	681722	Nariz entupido 100 ml.	Higiene e decongestão das fossas nasais, nomeadamente nas congestões e na rinite alérgica. Em monoterapia ou como coadjuvante	2 vezes/dia	0 Meses (excepto prematuros)	Rica em Oligoelementos e Sais Minerais, sem conservantes	
A-Cerumen	680476	A-Cerumen 10 Doses de 2 ml.	Dissolve e elimina os rolhões de cera formados.	Utilizar durante 4 dias seguidos de manhã e à noite. 1 - Inclinir a cabeça para o lado 2 - Preicionar a metade do conteúdo de uma dose de uso unitário, na orelha 3 - Massajar a base da orelha 4 - Retornar à posição vertical, limpando qualquer excesso de produto que pode escorrer do ouvido após a uso.	6 Meses	Tensioativos suaves de origem vegetal e agente humectante	
	680475	A-Cerumen Spray Auricular 40 ml.	Regula a formação de cera.	Utilizar 2x por semana. 1 - Inclinir a cabeça para o lado 2 - Pulverizar duas vezes dentro do ouvido. 3 - Massajar a base da orelha. 4 - Retornar à posição vertical, limpando qualquer excesso de produto que pode escorrer do ouvido após o uso.	6 Meses	Tensioativos suaves de origem vegetal e agente humectante	
Paralidose	627020	Paralidose 2 ml/g Champô (MNGRM) 200 ml.	Tratamento contra picthos e Mechas do couro cabeludo em adultos, idosos e crianças com mais de 30 meses.	Aplicar o champô sobre o cabelo molhado, massageando o couro cabeludo, deixar atuar durante 3 minutos. Após enxaguamento, aplicar uma segunda vez o champô e lavar cuidadosamente durante 3 minutos.	3,5 Anos	D-Fenotrina, pteridre sintético	
	680482	Cuidado Tratamento Paralidose 130 ml.	Aplicação prática, tempo de atuação curto, enxaguamento fácil. Tratamento contra os Picthos. Indicado desde os 3 meses, gravidez e durante amamentação.	Uma única aplicação, deixando atuar durante 30 minutos e usando a touca de proteção. De seguida retire facilmente com o pente fino, as Mechas e picthos.	3 Meses	Ácido Gordo de Cade, sem parabeno e sem fenoxietanol	
	680481	Bálsamo Paralidose 150 ml.	Ajuda a renovar as Mechas e picthos. Facilita o penteado.	Aplicar o bálsamo após o champô de tratamento. Deixar atuar durante 3 a 4 minutos e enxaguar muito bem com água.	3 Meses	Proteínas de Seda	
Óleo de Amêndoas	680710	Óleo de Amêndoas Doce 60 ml.	Cuidado da pele	Recomendado para cuidado do corpo, mãos, pés, unhas e cabelos secos (baste).	0 Meses	Óleo de Amêndoas Doce	
Dolgel	620480	Dolgel Gel Gengival 25 ml.	Gel gengival	Irritações e Mechas da mucosa oral. Ideal para o alívio da dor, fruto dos aparelhos ortodónticos e próteses dentárias. Actina a dor ligada à gengiva do bebé e facilita o rompimento dos dentes.	0 Meses	Ingredientes naturais: Valeriana, Camomila e Propolis	

Figura I – Poster com informação de produtos do Grupo Bateau.

Anexo 2

Figura 2 – Poster publicitário com informação de produtos do Grupo Bateur.

Anexo 3

Figura 3 – Poster publicitário com informação dos produtos do Grupo Assepta.