

**UNIVERSIDADE DE PERNAMBUCO
FACULDADE DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DE CARUARU
UNIDADE DE ENSINO GOV. MIGUEL ARRAGES DE ALENCAR**

Lidiany da Paixão Siqueira

**Plano de Negócio
Mais Pharma Saúde**

CARUARU, 2015.2

UNIVERSIDADE DE PERNAMBUCO
FACULDADE DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DE CARUARU
UNIDADE DE ENSINO GOV. MIGUEL ARRAGES DE ALENCAR

Lidiany da Paixão Siqueira

Plano de Negócio
Mais Pharma Saúde

Projeto Experimental, na modalidade de Plano de Negócio, apresentado como requisito complementar para obtenção do grau de Bacharel em Administração com Ênfase em Marketing da Moda, da Universidade de Pernambuco.

ORIENTADOR: Bruno Sósttenes Gomes de Amorim

CARUARU, 2015.2

Siqueira, Lidiany da Paixão.

Plano de negócio Mais Pharma Saúde / Lidiany da Paixão Siqueira. - Caruaru, PE, 2015.

69 f.

Orientador: Prof. MSc. Bruno Sosttenes Gomes de Amorim.

Plano de Negócio (Bacharelado em Administração com ênfase em Marketing da Moda) Universidade de Pernambuco. Unidade de Ensino Governador Miguel Arraes de Alencar. Faculdade de Ciências e Tecnologia de Caruaru.

1. Empreendedorismo 2. Farmácia 3. Saúde 4. Mais Pharma Saúde 5. Plano de Negócio I. Amorim, Bruno Sosttenes Gomes de. II. Título.

CDD 658.421

Lidiany da Paixão Siqueira

Plano de Negócio
Mais Pharma Saúde

Este Projeto Experimental foi julgado adequado como parte dos requisitos para obtenção do diploma de Bacharel em Administração, aprovado pela Banca Examinadora da Faculdade de Ciências e Tecnologia de Caruaru.

Profª Paula Gonçalves, MSc.

Coordenadora do Curso de Administração com Ênfase em Marketing da Moda.

Banca Examinadora

Prof. Bruno Sosttenes Gomes de Amorim, Msc. (Orientador)

Prof. Robson Góes de Carvalho (1º Examinador)

Prof. Andresson Fernandes de Araújo dos Santos (2º Examinador)

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a **Deus**, pela oportunidade de me proporcionar a realização desse curso, pela sabedoria e discernimento durante a minha caminhada. Por me dar forças todas as manhãs e todos os dias, superando as dificuldades.

Agradeço a **Bruno Sósttenes**, meu orientador, que aceitou o desafio de me orientar, mesmo diante das várias tarefas cotidianas ao qual acumulo. Minha gratidão pela oportunidade, pela confiança, a dedicação e o auxílio durante toda a elaboração desse plano de negócio, um sonho, que será posto em prática breve.

À minha família, principalmente ao meu pai, **Juvanci**, e a minha mãe, **Maria Janiza**, que sempre acreditaram no meu potencial, muitas vezes abdicando de seus sonhos, e me proporcionaram esse crescimento, sem eles não teria chegado até aqui, eu amo vocês incondicionalmente. À **Lidynara** (irmã), **João Salvador** (avô) e **Lidia** (avó), por todo apoio.

À **Eduardo Lopes**, meu noivo, exemplo de administrador, por me ajudar na elaboração desse plano de negócio, por me incentivar a concluir o curso, compreender e me acompanhar nessa caminhada. E nos momentos mais difíceis, me acalmava com suas palavras de confiança e carinho, aqui expresso o meu agradecimento pelo seu amor e cuidado.

Aos **professores participantes desta banca de defesa**, pela atenção dada ao trabalho e toda a contribuição.

“Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível.”

Charles Chaplin

RESUMO

O planejamento é um passo essencial para a abertura de um novo empreendimento, independente da área de atuação. Sem o planejamento torna-se abstrato a definição de objetivos e passos necessários para alcançá-los, podendo, sem este, acabar se deparando com situações e resultados inesperados, responsável pelo fechamento da recém-empresa. O plano de negócios e o planejamento estratégico fornecem subsídios, base de informações sobre o empreendimento, abordando suas principais características, e possibilitando ao empreendedor analisar a viabilidade do seu projeto diante do cenário no qual a empresa está inserida, compreendendo assim, seus pontos fortes e fracos. Diante desses parâmetros necessários para abertura de um novo empreendimento, o presente trabalho tem como objetivo a utilização desses parâmetros e conceitos para estruturação e planejamento da Mais Pharma Saúde, drogaria na cidade de Caruaru. O planejamento foi feito através da determinação do conceito no negócio, ambiente de negócios e oportunidades, estratégias mercadológicas, organização e estrutura do negócio, plano de recursos humanos, plano operacional e projeções econômicas financeiras. Os resultados obtidos após a análise financeira demonstraram que o empreendimento é viável, através, principalmente das ferramentas de viabilidade econômico-financeira, como *payback* de aproximadamente 10 meses, índice de rentabilidade de 4,9% e ponto de equilíbrio referente a 45,7% da receita.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Farmácia; Saúde.

ABSTRACT

Planning is an essential step to open a new venture, regardless of area of operation. No planning becomes abstract setting goals and steps to achieve them and may, without this, end up running into situations and unexpected results, responsible for the newly now closing. The business plan and strategic planning provide subsidies, information on the project basis, addressing their main features, and enabling the entrepreneur to analyze the viability of your project before the scenario in which the company operates, thus comprising, its strengths and weak. Given these parameters needed to open a new venture, this paper aims to use these parameters and concepts for structuring and planning More Pharma Health drugstore in the city of Caruaru. The planning was done by determining the concept in business, business environment and opportunities, marketing strategies, organization and business structure, human resources plan, operational plan and financial economic projections. The results after financial analysis demonstrated that the project is feasible, primarily through the tools of economic and financial feasibility, as payback of approximately 10 months, rate of return of 4.9% and breakeven point referring to 45.7% of revenue.

Keywords: Entrepreneurship; Drugstore; Cheers.

LISTA DAS ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Logomarca da Drogeria	16
Figura 2. Imagem do bairro Nova Caruaru	18
Figura 3. Foto do local onde será aberta a drogeria.	26
Figura 4. Localização do ponto, avenida principal do residencial.	26
Figura 5. Organograma da Drogeria.....	27
Figura 6. Planta Baixa da Drogeria	33
Figura 7. Fluxograma do Processo Produtivo - Drogeria.....	35
Figura 8. Ponto de Equilíbrio	60
Figura 9. Receita X Custos.....	61
Figura 10. Valor Presente Líquido X Taxa Interna de Retorno	61
Figura 11. Fluxo de Caixa	62
Figura 12. Payback	62

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Atribuições e Responsabilidades do Farmacêutico	29
Quadro 2. Atribuições e Responsabilidades do Administrador/Gerente.....	30
Quadro 3. Atribuições e Responsabilidades do Atendente/Caixa.....	31
Quadro 4. Demanda de moveis, materiais, equipamentos e utensílios básicos para drogaria.	34
Quadro 5. Cronograma de Atividades	67

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Despesas Pré-Operacionais.....	36
Tabela 2. Investimento em Máquinas e Equipamentos	36
Tabela 3. Investimento em Equipamentos de Informática	37
Tabela 4. Capital de Giro.....	38
Tabela 5. Mão de Obra Direta	38
Tabela 6. Mão de Obra Indireta.....	38
Tabela 7. Matéria-Prima	39
Tabela 8. Despesas Administrativas Mensais.....	46
Tabela 9. Preço de Venda – Praticado	47
Tabela 10. Previsão de Receitas Mensais com Vendas	53
Tabela 11. Fluxo de Caixa.....	59
Tabela 12. Recursos Necessários.....	63
Tabela 13. Indicadores Financeiros	64

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABCFARMA	Associação Brasileira do Comercio Farmacêutico
ABIHPEC	Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmética
ABRAFARMA	Associação Brasileira de Rede de Farmácias e Drogarias
CLT	Consolidação das Leis Trabalhistas
CRF	Conselho Regional de Farmácia
EPI	Equipamento de Proteção Individual
GERES	Gerências Regionais de Saúde
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Intelectual
MS	Ministério da Saúde
PE	Ponto de Equilíbrio
PDR	Plano Diretor de Regionalização
PGRSS	Plano de Gerenciamento de Resíduos de Serviços de Saúde
POP	Procedimento Operacional Padrão
PPI	Programa Pactuada Integrada
RAR	Rede de Atenção à Saúde
RDC	Resolução da Diretoria Colegiada
SUS	Sistema Único de Saúde
TIR	Taxa Interna de Retorno
VLP	Valor Presente Líquido

SUMÁRIO

1.	CONCEITO DO NEGÓCIO	15
	1.1.- Empreendimento: conceito da atividade	15
	1.2.- Razão Social e Nome Fantasia.....	16
	1.3.- Previsão de Endereço.....	17
2.	AMBIENTE DE NEGÓCIO E OPORTUNIDADES	19
	2.1.- Justificativa da Localização	19
	2.2.- Principais Concorrentes e Competidores	19
	2.3.- Forças e Fraquezas	19
	2.4.- Ameaças e Oportunidades	20
3.	ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA	21
	3.1.- Mercado-alvo	21
	3.2.Aspectos Inovadores e Diferenciais Competitivos	21
	3.3.Estratégia de Marketing	22
	3.3.1.Produto	23
	3.3.2.Preço.....	23
	3.3.3.Promoção.....	24
	3.3.4.Praça.....	25
4.	ORGANIZAÇÃO E ESTRUTURA DO NEGÓCIO.....	27
	4.1.- Estrutura Organizacional	27
	4.2.- Modelo de Gestão a ser Adotado.....	27
5.	PLANO DE RECURSOS HUMANOS	29
	5.1.- Previsão de Cargos, Competências e Quantitativo	29
	5.2.- Política de Recrutamento, Seleção e Remuneração.....	31
6.	PLANO OPERACIONAL	33
	6.1.Recursos Necessários	33
	6.2.- Fluxo do Processo Produtivo	34

7. PROJEÇÕES ECONÔMICO-FINANCEIRAS	36
7.1.- Investimentos e Despesas Iniciais.....	36
7.2.- Previsão de Receita ou Faturamento e Fluxo de Caixa	47
7.2.1. <i>Previsão de Receitas</i>	47
7.2.2. <i>Fluxo de Caixa</i>	53
7.3.- Resultados Operacionais.....	63
8. CONCLUSÕES.....	65
8.1.- Análise Final da Viabilidade do Negócio	65
8.2.- Cronograma de Implantação	66
REFERÊNCIAS	68
APÊNDICES E ANEXOS	70

1. CONCEITO DO NEGÓCIO

A demanda por negócios ligados ao bem-estar e busca de equilíbrio pessoal é cada vez mais crescente, tendo como objetivo tornar o dia-a-dia das pessoas menos estressante. A área da saúde é cada vez mais visada por novos empreendedores, que têm diversas opções de investimento como clínicas de estética, academias personalizadas e farmácias/drogarias.

Nesse sentido, a concepção de um plano de negócios para uma farmácia comercial surge a partir da oportunidade de mercado. A farmácia comercial é um estabelecimento de saúde destinado a dispensação e comércio de drogas, medicamentos, insumos farmacêuticos e correlatos em suas embalagens originais, representando cerca de 80% do escoamento de medicamentos da indústria farmacêutica.

1.1. - Empreendimento: conceito da atividade

Para garantir um bom posicionamento no mercado uma farmácia comercial e ou drogaria, deve ser tratada como negócio, dentro dos padrões de eficiência organizacional, utilizando ferramentas de marketing, gestão de pedidos e estoque, boa gestão financeira e a busca incessante da satisfação do cliente.

As farmácias e drogarias estão em alta. A receita dos estabelecimentos que vendem artigos de saúde, beleza e higiene pessoal foi uma das que mais cresceram entre os vários setores do varejo em 2013, segundo a Pesquisa Anual de Comércio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). De acordo com o levantamento, o crescimento da receita deste setor foi de 15,3%, quase o dobro do setor de vestuário e calçado, por exemplo, que fechou 2013 com um aumento de 8,8%.

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC, 2006), o Brasil é o terceiro maior consumidor de produtos na área da saúde, desbancando mercados tradicionais como Alemanha, Inglaterra e França. O país fica atrás apenas do Japão e dos Estados Unidos. De acordo com dados da Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma), as redes associadas à Abrafarma em 2013, houve um crescimento de 13,48% acima dos R\$ 25,21 bilhões de vendas em 2012. Dentre

esses produtos, tanto os medicamentos como aqueles isentos de prescrição, representaram 67% das vendas, e 33% foi referente a itens como fraldas, tinturas, higiene e cosméticos, os produtos chamados de não-medicamentoso. Diante das vendas de medicamentos, 26% são referentes aos medicamentos isentos de prescrição, 18% referentes à portaria 344 (medicamentos controlados), 20% medicamentos genéricos e 3% à venda de medicamentos pelo programa Farmácia Popular do governo federal.

A Mais Pharma Saúde será uma microempresa do tipo sociedade limitada, enquadrada no Simples Nacional. Esse sistema, Simples Nacional, é um regime tributário diferenciado, simplificado e favorecido, previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

1.2. - Razão Social e Nome Fantasia

Razão Social é o nome de registro da sua empresa. Conhecido, também, como Nome Comercial, Denominação Social ou Firma Empresarial, essas nomenclaturas se referem ao nome dado à pessoa jurídica, que consta em documentos legais, contratos e escrituras. A Razão Social será Empreendimentos Farmacêuticos Ltda.

O Nome Fantasia também conhecido como Nome de Fachada ou Marca Empresarial, é o nome popular de uma empresa, serve para a divulgação da empresa e seus produtos, visando o maior aproveitamento de marca e estratégia de marketing e vendas. O nome fantasia do empreendimento será Mais Pharma Saúde, apresentando a logomarca a seguir.



Figura 1. Logomarca da Drogeria

FONTE: Autoria própria (2015)

Um fato interessante relacionado ao nome fantasia é o seu registro, que deve ser feito junto ao órgão de marcas e patentes, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). O registro do nome fantasia não é obrigatório, mas depois de registrado é considerado uma

marca registrada. Essa marca passa a levar o símbolo ® e a empresa passa a ser a dona absoluta dela.

1.3. - Previsão de Endereço

Caruaru tem uma população de 314.086 habitantes e concentra o atendimento de saúde a 32 municípios da microrregião, com cerca de um milhão e duzentas mil pessoas, residentes na região Agreste de Pernambuco. Caruaru é a maior cidade do Estado fora da região metropolitana do Recife e caracteriza-se como um potencial polo econômico em franco desenvolvimento.

No setor saúde, no cenário local, Caruaru é considerada o segundo Pólo Médico de Pernambuco, única cidade do Agreste que reúne um hospital regional, e diversas clínicas especializadas, concentrando atendimento aos 32 municípios da região e a uma população estimada em mais de 1.153.849 habitantes.

No contexto da saúde, a lei Orgânica – Lei nº 8.080 de 18 de setembro de 1990 – regula em todo o território nacional as ações e serviços de saúde, executadas isolada ou conjuntamente, em caráter permanente ou eventual, por pessoas naturais ou jurídicas, de direito público ou privado (SUS/MS/2004). Dispõe sobre as condições para a promoção, a proteção e a recuperação da saúde, bem como a organização e funcionamento dos serviços do Sistema Único de Saúde – SUS –, preconizando que estes devem ser regionalizados e hierarquizados conforme o nível de complexidade do Sistema.

Com o advento do Pacto pela Saúde, em 2006, e o novo Plano Diretor de Regionalização (PDR) do estado de Pernambuco no ano de 2011, estruturou-se o desenho da regionalização. O estado passou a ter 4 (quatro) regiões de saúde, cujas sedes se estabelecem, respectivamente, nas cidades de Recife, Caruaru, Serra Talhada e Petrolina, as quais se responsabilizam pela organização das Redes de Atenção à Saúde (RAS). Pactuou-se para Caruaru, usando o instrumento da Programação Pactuada Integrada (PPI), a referência para a média e alta complexidade de 53 municípios do interior, cuja população estimada supera 1.4 milhão de habitantes.

Além destas quatro macrorregiões, o Estado organiza-se para administrar a saúde em doze microrregiões de saúde representadas pelas Gerências Regionais de Saúde (GERES). Dentre estas, se encontra a IV GERES, cuja sede fica localizada no município de Caruaru.

A regionalização da saúde no estado possui quatro macrorregiões de saúde e estes representam os municípios que oferecem a população todo o elenco de serviços. Neste contexto, a cidade de Caruaru é sede de uma das quatro macrorregiões do estado de Pernambuco, bem como sede de região.

Diante desse contexto, a cidade escolhida foi Caruaru, o bairro é o Nova Caruaru, Residencial Baraúnas, Rua Umbauba, 191A. Por se tratar de um bairro novo, no mesmo não existe nenhuma drogaria, sendo a mais próxima no bairro da Coabe II. Esse endereço refere-se a um ponto comercial localizado na avenida principal do bairro. A seguir imagem do bairro onde será o ponto comercial.

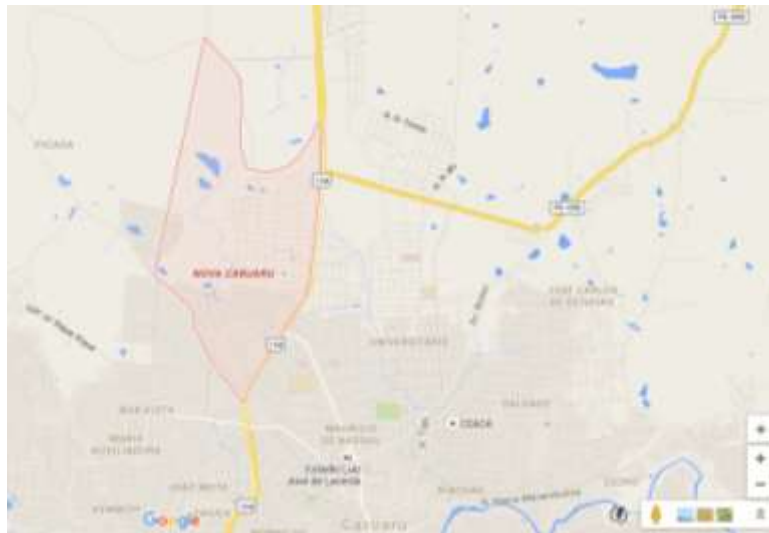


Figura 2. Imagem do bairro Nova Caruaru

FONTE: Google Maps (2015)

2. AMBIENTE DE NEGÓCIO E OPORTUNIDADES

2.1. - Justificativa da Localização

O Residencial Baraúnas localizado no bairro Nova Caruaru é composto por lotes urbanizados, aproximadamente 1200 casas, e com serviços de redes de água, esgoto, elétrica e ruas pavimentadas. Perto da BR-104 em duplicação, escolas, SESI, feira, supermercado, padarias, casa lotérica, academia, clínica médica, próximo ao Polo Comercial de Caruaru e apenas a 3 Km do centro, com transporte coletivo e coleta de lixo.

O local foi escolhido porque na região do residencial não possui um estabelecimento de saúde, drogaria. Além de o ponto comercial ser próprio, localizado na lateral da residência do proprietário do negócio.

2.2. - Principais Concorrentes e Competidores

No Residencial Baraúnas por não existir uma drogaria, não terá concorrentes diretos em meio físico. Os concorrentes se localizam em setores próximos, como o Bairro Panorama e Coabe II. Existem ainda os concorrentes como as grandes farmácias, mesmo localizadas em outros bairros, pelo nome no mercado, e aquelas que realizam entrega em domicílio.

2.3. - Forças e Fraquezas

Dentre os pontos fortes observados inicialmente refere-se à localização da empresa, avenida principal do residencial, com ponto de ônibus na esquina, e o comentário de alguns moradores, demonstrando a necessidade de uma drogaria no residencial. Preços competitivos, produtos de qualidade, facilidade de acesso, entrega em domicílio, boa estrutura e funcionários qualificados, preferencialmente com curso técnico em farmácia. O farmacêutico

responsável estará presente na drogaria para realizar assistência aos clientes, tornando esta uma força para o negócio já que não são todas as farmácias que possuem um profissional formado disponível integralmente em seus estabelecimentos mesmo sendo este um requisito obrigatório por lei. Associações com as entidades do setor como Abrafarma que proporcionará a farmácia o suporte necessário para atender a legislação vigente, alcançar a excelência dos processos e reconhecimento do mercado e inscrição no programa Farmácia Popular, do governo federal.

Em relação às fraquezas do negócio pode-se citar a deficiência na realização de alguns serviços, como perfuração de lóbulo auricular (orelha), serviço de aplicação de injetáveis não estruturados, não credibilidade total dos fornecedores a princípio, por se tratar de uma empresa nova, o que pode influenciar tanto nos custos dos produtos como na forma facilidade de pagamentos. Elevada carga de trabalho nos meses iniciais, com dedicação total do empreendedor e toda a equipe até que a empresa se estabilize e tenha o nome conhecido no residencial, a princípio.

2.4. - Ameaças e Oportunidades

Diante das ameaças pode-se citar a saturação do mercado, a concorrência consolidada com grandes redes de drogarias na região, que investem mais em marketing, facilidades e promoções para os clientes, por muitas vezes, comparem os produtos em grande quantidade.

As oportunidades visualizadas nesse empreendimento referem-se ao aumento do número de moradores no residencial, crescente demanda da área de saúde, incluindo medicamentos, no Brasil. Produtos destinados a todas as classes sociais, principalmente através do convênio com o governo federal com a Farmácia Popular, idade, escolaridade, pois todos têm a necessidade de cuidar da saúde, através, em sua maioria, da utilização de medicamentos, e praticar a higiene básica. A Lei dos Genéricos, que representou para as farmácias uma oportunidade de crescimento, pois os clientes passaram a buscar pelo princípio ativo do medicamento, diminuindo a influência e o poder da marca na compra do remédio, gerando também um lucro maior em cima desses medicamentos.

3. ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA

3.1. - Mercado-alvo

As pessoas que são o público-alvo da drogaria Mais Pharma Saúde são, principalmente, os moradores da região onde ela será instalada. As atividades de Marketing da drogaria serão concentradas em oferecer produtos que atendam às necessidades do público alvo, como: medicamentos, cosméticos, perfumaria e produtos de higiene pessoal.

3.2. Aspectos Inovadores e Diferenciais Competitivos

No ramo farmacêutico, as drogarias são os principais estabelecimentos comerciais. Em um mercado cada vez mais competitivo e saturado, se faz necessária à implantação de ações de Marketing voltadas para o gerenciamento desse tipo de negócio. Não basta a empresa apenas vender uma imagem de produtos e serviços de qualidade, para que ela tenha um diferencial competitivo é necessário que toda sua estrutura e processo produtivo atendam a requisitos mínimos de qualidade total.

Além de fornecer produtos de qualidade e com marca reconhecida no mercado, como medicamentos de referência, genéricos e similares, a Mais Pharma Saúde tem como objetivo inovador implementar a Atenção Farmacêutica em uma drogaria de bairro.

A atenção farmacêutica é o componente da prática profissional onde o farmacêutico interage diretamente com o paciente para atender suas necessidades relacionadas aos medicamentos. A Atenção Farmacêutica consiste somatória de atitudes, comportamentos, corresponsabilidades e habilidades na prestação da farmacoterapia, com o objetivo de alcançar resultados terapêuticos eficientes e seguros, privilegiando a saúde e a qualidade de vida do paciente.

A prática da Atenção Farmacêutica envolve macrocomponentes como a educação em saúde, orientação farmacêutica, dispensação, atendimento farmacêutico e seguimento

farmacoterapêutico, além do registro sistemático das atividades, mensuração e avaliação dos resultados. Deste modo, consolida a relação existente entre a prática e o conhecimento teórico na atuação farmacêutica, promovendo, sobremaneira, saúde, segurança e eficácia.

3.3. Estratégia de Marketing

Marketing é uma forma inteligente de visão da corporação, que a faz compreender melhor seu espaço real e potencial, e ao mesmo tempo, serve de base para a tomada de decisões. É a medida, a moeda de troca que a empresa tem a dar ao ambiente e a que ela quer receber do ambiente, e não somente do consumidor.

Em mercados cada vez mais competitivos e dinâmicos, as empresas e as organizações com maior probabilidade de sucesso são aquelas que percebem as expectativas, desejos e necessidades dos clientes e se preparam para satisfazê-los. A ideia principal de Marketing é ter a visão que o propósito de uma empresa é criar e manter clientes. Não existe estratégia empresarial sem estratégia de Marketing.

O conhecimento de alguns conceitos se faz necessário para compreender as necessidades, desejos dos clientes e o mercado. As necessidades humanas são momentos de privação percebidos. Isto inclui necessidades físicas básicas; necessidades sociais de fazer parte de um grupo e necessidades individuais. As necessidades não são inventadas, são elementos básicos da condição humana. Os desejos são o formato que as necessidades humanas assumem quando são moldadas pela cultura e pela personalidade individual. Os desejos são compartilhados por uma sociedade e podem ser descritos como objetos que satisfarão as necessidades. Se os desejos forem apoiados por um poder de compra estes se tornam demanda.

Valor para o cliente tem relação com a avaliação da diferença entre os benefícios e os custos de uma oferta ao mercado, comparado às ofertas dos concorrentes. E a satisfação do cliente se relaciona ao desempenho do produto em contrapartida com suas expectativas. Oferta de mercado é o que satisfaz as necessidades e os desejos dos clientes. Pode ser descrito como uma combinação de produtos, serviços, informações ou experiências ofertadas ao mercado para satisfazer uma necessidade ou um desejo.

Para alcançar os consumidores, cada vez mais exigentes, as empresas devem definir suas ações estratégicas de marketing de forma a comunicar aos clientes seus produtos e

serviços apresentando-se no mercado perante a concorrência. Para o alcance deste objetivo será definido a seguir o composto de marketing da Mais Pharma Saúde.

3.3.1. Produto

O produto deve ser definido como qualquer coisa que possa ser oferecida a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo que possa satisfazer um desejo ou necessidade, é um conjunto de atributos tangíveis e intangíveis. Entre os produtos estão: objetos físicos, serviços, eventos, pessoas, lugares, organizações, ideias ou combinações dessas entidades.

Os produtos são percebidos pelos consumidores como conjuntos complexos de benefícios que suprem suas necessidades. De forma diferente da indústria uma drogaria normalmente não lança novos produtos no mercado, excetuando-se as marcas próprias que cada vez se tornam mais comuns. Neste âmbito pode se incluir também, os serviços diferenciados ao produto, como entrega em domicílio na área do residencial.

O foco de produtos comercializados será de um amplo e diversificado estoque de classe de medicamentos (medicamentos de venda livre). Oferecendo, também, uma diversidade quanto a marcas e produtos cosméticos, de higiene pessoal e perfumaria, que tenham qualidade de forma a satisfazer a todo o público consumidor. Inicialmente não serão comercializados os medicamentos sujeitos a prescrição médica, ou seja, aqueles submetidos à RDC nº344 (como por exemplo, antibióticos).

3.3.2. Preço

Define-se preço como a quantia em dinheiro cobrada por um produto ou serviço. É o somatório de todos os valores que os consumidores pagam pelos benefícios de obter ou utilizar um produto ou serviço. Historicamente a variável preço tem sido o principal fator decisório na escolha do consumidor.

Um dos principais objetivos de uma empresa é obter lucro. Através de uma definição de preços adequados é que se podem atingir estes propósitos. O único elemento do mix de

marketing que produz receita é o preço, todos os outros representam custos. É o elemento mais flexível do composto mercadológico, podendo rapidamente ser alterado.

Uma drogaria é um estabelecimento varejista. No varejo a variação de preços das mercadorias pode ocorrer por diversos fatores, seja para enfrentar concorrências, atender demandas, e por qualquer outro fator. De modo geral o preço é regido pelas leis de mercado, da oferta e da procura. Em uma drogaria ou farmácia algumas margens de lucro são definidas pelo governo no caderno de preços da Associação Brasileira do Comercio Farmacêutico - ABCFARMA, cabendo ao gestor à escolha do critério para precificação obedecendo às faixas pré-estabelecidas.

Para a determinação de preços deve se considerar alguns passos como: definição de objetivos, análise de segmento, determinação da demanda e custos, análise do preço da concorrência, definição da política de preços, escolha do método de determinar preço, escolha do preço final embasado nas análises anteriores, definindo os níveis de descontos.

Entende-se o preço como uma ferramenta estratégica essencial na geração de receita de uma empresa. Logo deve ser definido de forma a atender as necessidades de quem vende e do comprador em uma relação de troca satisfatória.

De acordo com essa discussão prévia e estabelecimento de alguns conceitos, os preço serão estabelecidos de acordo com a média de mercado e o potencial do publico alvo, trabalhando com a margem máxima de descontos para os clientes em medicamentos, como uma forma de conquistar clientes e se equiparar com aos preços praticados pelos concorrentes, oferecer preços promocionais, dar ao cliente descontos nas compras à vista e realizar valores diferenciados para aqueles clientes cadastrados na drogaria.

3.3.3. Promoção

A divulgação adequada de um produto ou serviço pode trazer sucesso rápido, pois, através de uma comunicação eficaz os consumidores podem sentir-se estimulados a comprar tanto pela informação que adquirem quanto pelo efeito de persuasão. Mesmo que uma empresa tenha um bom produto, um preço adequado, e sistema de distribuição eficiente, para alavancar as vendas são necessários à comunicação com o mercado.

A promoção, ou seja, a comunicação de Marketing é fundamental em uma estratégia do composto mercadológico. O elemento promoção é formado por: propaganda, promoção de vendas, relações públicas, venda pessoal, merchandising, entre outras.

Como forma de estimular o crescimento na demanda de clientes para a drogaria apresenta-se as seguintes estratégias promocionais: o envio de material informativo com nome, telefone e endereço da drogaria para as residências da região, divulgação através de redes sociais e promoção de eventos, como por exemplo, dedicar um dia da semana para a realização comunitária de teste de glicemia e aferição de pressão, como forma de atrair as pessoas para o estabelecimento. Sendo realizados também planos iniciais de fidelização, com descontos possíveis dentro do possível.

3.3.4. Praça

O elemento praça, também conhecido como ponto de venda ou canal de distribuição envolve as estratégias de distribuição do produto. A distribuição dentro do mix de marketing tem a função de levar o produto ao seu mercado alvo. Para o sucesso de um empreendimento no varejo tem-se a localização da loja como um fator essencial.

Na literatura, para farmácias e drogarias é interessante que seus pontos comerciais se situem próximos a hospitais, clínicas, consultórios, cujo público normalmente necessitará comprar medicamentos, contudo, foi observado a necessidade de uma drogaria de bairro.

A drogaria Mais Pharma Saúde possuirá uma ótima localização, no bairro Nova Caruaru, mais precisamente no Residencial Baraúnas, que possui carência de drogarias. Não possui estacionamento próprio, contudo, não apresenta dificuldades de estacionamento na via pública.

A drogaria será localizada na avenida principal deste residencial, conforme as imagens abaixo. Como já mencionado, esse ponto foi escolhido por não existir um estabelecimento de saúde no residencial e pelo ponto ser próprio.



Figura 3. Foto do local onde será aberta a drogaria.

FONTE: Autoria própria (2015)



Figura 4. Localização do ponto, avenida principal do residencial.

FONTE: Autoria própria (2015)

4. ORGANIZAÇÃO E ESTRUTURA DO NEGÓCIO

4.1. - Estrutura Organizacional

A forma jurídica de apresentação da empresa será sociedade, sendo atribuído aos sócios, Lidiany da Paixão e Carlos Eduardo. Ambos irão exercer cargo farmacêutico e administrativo, respectivamente, possuindo um pró-labore já estabelecido e, retiradas trimestrais de lucros obtidos no período, após um ano de empresa. Visto que nos primeiros meses, o lucro será reinvestido, havendo ainda, possibilidade de ingestão de capital de giro por parte dos sócios. Existindo ainda, um atendente de farmácia que está ligado diretamente ao atendimento ao público/cliente.

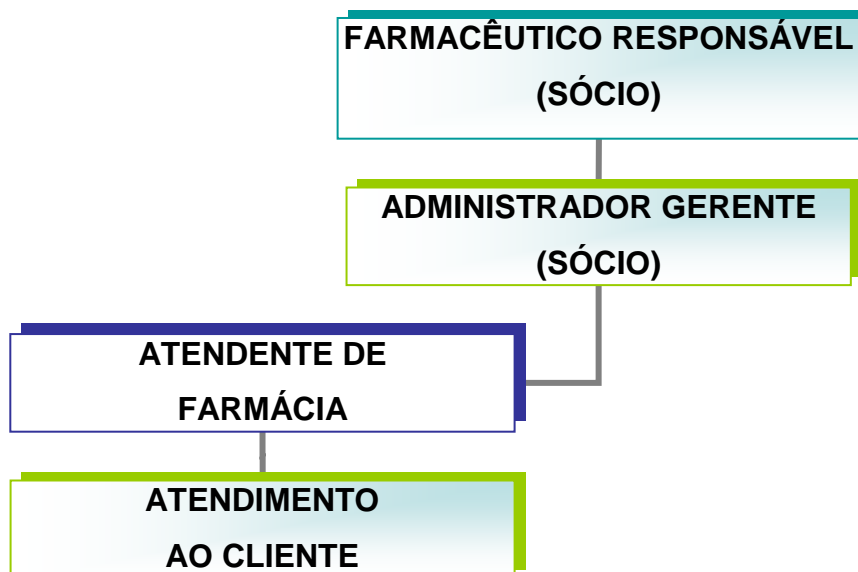


Figura 5. Organograma da Drogaria

FONTE: Autoria própria (2015)

4.2. - Modelo de Gestão a ser Adotado

O modelo de gestão aplicado a Mais Pharma Saúde será o modelo inovador ou moderno. Sendo abordado o modelo sistêmico, o qual apresenta uma organização composta de diversos subsistemas que interagem entre si, se influenciam e se potencializam. Esse tipo de modelo permite uma interação com o ambiente externo, influenciando e sofrendo a influência do mesmo.

Esse modelo de gestão surgiu na década de 90, onde os clientes passam a exercer um papel mais ativo em relação às organizações. Sendo esse o modelo mais adequado para essa proposta de plano de negócio, pois a empresa tem como um de seus objetivos, atender as necessidades dos clientes da região de atuação, de forma diferencial.

5. PLANO DE RECURSOS HUMANOS

5.1. - Previsão de Cargos, Competências e Quantitativo

Inicialmente a empresa contará com quatro colaboradores: dois contratados e dois sócios (farmacêutica e administrador/gerente). Visando o atendimento das necessidades dos clientes, assim como as exigências para o setor de drogarias (RDC 44/2009), segue abaixo uma tabela com as atribuições e requisitos de cada cargo:

Cargo: Farmacêutico
Formação: Graduação no Curso de Farmácia Generalista (Registro no Conselho Regional de Farmácia - CRF) e Especialização em Farmacologia Clínica na Atenção ao Paciente.
Salário: 1.600,10 (Pró-labore)
<p>Atribuições:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prover os recursos financeiros, humanos e materiais necessários ao funcionamento do estabelecimento; - Prover as condições necessárias para o cumprimento desta Resolução, assim como das demais normas sanitárias federais, estaduais e municipais vigentes e aplicáveis às farmácias e drogarias; - Assegurar as condições necessárias à promoção do uso racional de medicamentos no estabelecimento; - Prover as condições necessárias para capacitação e treinamento de todos os profissionais envolvidos nas atividades do estabelecimento.

Quadro 1. Atribuições e Responsabilidades do Farmacêutico

Fonte: Adaptado a partir da RDC 44/2009

A farmacêutica será a responsável técnica da farmácia, assim como aplicação das normas vigentes na RDC 44/2009, principalmente no que se refere à Atenção Farmacêutica. O administrador/gerente terá as seguintes atribuições:

Cargo: Administrador Gerente
Formação: Graduação em Administração
Salário: 1.000 (Pró-labore)
<p>Atribuições:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prever e prover os recursos financeiros, humanos e materiais necessários ao funcionamento do estabelecimento; - Assegurar condições para o cumprimento das atribuições gerais de todos os envolvidos, visando prioritariamente a qualidade, eficácia e segurança do produto manipulado; - Favorecer e incentivar programa de educação permanente para todos os envolvidos nas atividades realizadas na farmácia; - Gerenciar aspectos técnico-administrativos das atividades de manipulação; - Zelar para o cumprimento das diretrizes de qualidade estabelecidas; - Assegurar a atualização dos conhecimentos técnico-científicos relacionados com a manipulação e a sua aplicação; - Garantir a qualidade dos procedimentos de manipulação.

Quadro 2. Atribuições e Responsabilidades do Administrador/Gerente

Fonte: Autoria própria (2015).

Além dos dois sócios a empresa contratará um funcionário para o atendimento direto ao cliente e caixa. Abaixo, seguem as atribuições:

Cargo: Atendente / Caixa
Formação: Ensino Médio Completo
Salário: 788,00
<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habilidades com atendimento ao cliente; - Conhecimento em informática; - Desejável experiência como atendente em farmácia do tipo drogaria; - Desejável conhecimento quanto às rotinas de caixa; - Desejável Curso de Atendente de Farmácia e/ou Técnico em Farmácia.
<p>Atribuições:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Abordar e prestar um bom atendimento aos clientes, fornecendo informações sobre medicamentos e orientações necessárias;

- Anotar as faltas e encomendas de produtos;
- Efetuar o cadastro de clientes no sistema e sempre que possível atualizar o banco de dados;
- Organizar prateleiras e repor estoque;
- Conferir medicamentos e verificar vencimento dos produtos;
- Abrir, controlar e fechar diariamente o caixa e controlar emissão notas e cupons fiscais.

Quadro 3. Atribuições e Responsabilidades do Atendente/Caixa

Fonte: Autoria própria (2015).

5.2. - Política de Recrutamento, Seleção e Remuneração

A RDC 44/2009 também regulamenta quanto à capacitação dos recursos humanos. Todos os funcionários devem ser capacitados quanto ao cumprimento da legislação sanitária vigente e aplicável às farmácias e drogarias, bem como dos Procedimentos Operacionais Padrão (POPs) do estabelecimento. Todo o pessoal, inclusive de limpeza e manutenção, deve receber treinamento inicial e continuado com relação à importância do autocuidado, incluídas instruções de higiene pessoal e de ambiente, saúde, conduta e elementos básicos em microbiologia, relevantes para a qualidade dos produtos e serviços oferecidos aos usuários. Serão fornecidos treinamentos iniciais e contínuos quanto ao uso e descarte de equipamentos de proteção individual - EPIs, de acordo com o Plano de Gerenciamento de Resíduos de Serviços de Saúde – PGRSS, conforme legislação específica. Nos treinamentos, os funcionários devem ser instruídos sobre procedimentos a serem adotados em caso de acidente e episódios envolvendo riscos à saúde dos funcionários ou dos usuários das farmácias e drogarias.

Com base na RDC citada cima, a empresa buscara a formação e qualificação de seus funcionários através de cursos gratuitos ou pagos, online ou presenciais para áreas como técnica de vendas, conquista de clientes, técnico em farmácia, motivação e liderança organizacional e cursos e orientações prestados pelo responsável técnico e/ou pelos fornecedores de insumos para a empresa.

Os valores salariais, demonstrados nos Quadros 1, 2, 3 e 4, foram definidos de acordo com decreto Nº 8.381/2014 de 23 de Dezembro de 2014, onde o salário mínimo para o ano de 2015 é de R\$ 788,00 reais. Para o cargo de administrador não há um piso salarial definido por

lei, já o piso salarial para farmacêuticos é definido pelo CRF, sendo este o valor de R\$ 1.600,10 reais, para o ano de 2015/2016.

A atendente de farmácia será registrada e terá garantido os direitos constitucionais e previstos pela Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) como: vale transporte, hora extra, 13º salário, férias, etc. Além dos benefícios garantidos por lei, a empresa também concederá aos colaboradores alguns benefícios adicionais, como ajuda de custo de até 50% para cursos técnicos da área, descontos para adquirir produtos da farmácia.

6. PLANO OPERACIONAL

6.1. Recursos Necessários

A drogaria Mais Pharma Saúde será instalada em uma área de aproximadamente 35 m², dividida em 4 ambientes: área de atendimento (balcão), caixa, banheiro e consultório do farmacêutico. Na fachada da loja será instalado um letreiro luminoso com o nome da empresa e logotipo. Abaixo segue a planta baixa da estrutura da farmácia (Figura 4).

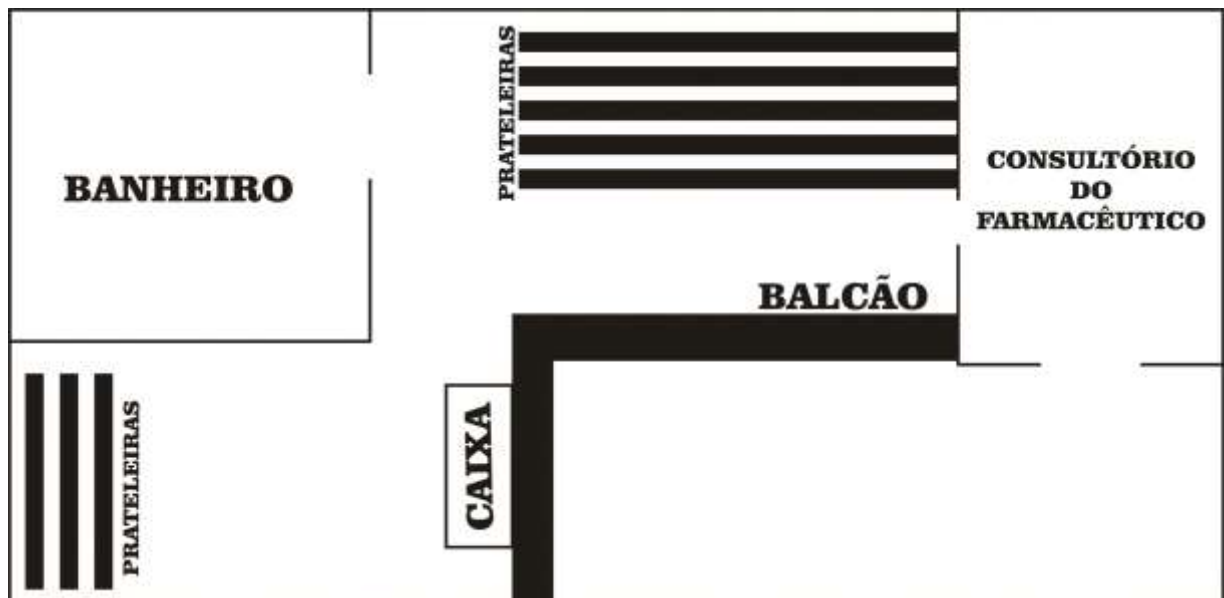


Figura 6. Planta Baixa da Drogaria

FONTE: Autoria própria (2015)

Na tabela a seguir, segue modelo de demanda inicial de moveis, materiais, equipamentos e utensílios básicos para a implementação da drogaria.

ÁREA DE ATENDIMENTO (BALCÃO)
- 01 Balcão Retangular (Atendimento)
- 01 Banquetas (área interna)
- 02 Cadeiras de Espera (área externa)
- 01 Telefone

<ul style="list-style-type: none"> - 01 Linha telefônica + Internet - 02 Lixeiras
CAIXA
<ul style="list-style-type: none"> - 01 Balcão (Caixa) - 01 Prateleiras com divisórias - 01 Computador - 01 Multifuncional - 01 Impressora fiscal - 01 Máquina de cartão de crédito
BANHEIRO
<ul style="list-style-type: none"> - 01 Porta toalha + toalhas de papel - 01 Dispensador de sabonete líquido - 01 Dispensador de álcool em gel - 01 Lixeira
CONSULTÓRIO DO FARMACÊUTICO
<ul style="list-style-type: none"> - 01 Mesa de escritório - 01 Armário (arquivo) - 01 Prateleira (com divisórias) - 01 Cadeira de escritório - 01 Cadeira - 01 Notebook - 01 Lixeira

Quadro 4. Demanda de moveis, materiais, equipamentos e utensílios básicos para drogaria.

FONTE: Autoria própria (2015)

6.2. - Fluxo do Processo Produtivo

O fluxograma tem como objetivo descrever o fluxo de um processo o qual envolve um produto e/ou serviço, seja ele, manual ou automatizado, especificando os recursos necessários

para cada processo (documentos, arquivos, formulários, etc). Esse fluxograma ajuda o colaborador a manter um padrão de procedimentos dentro do objetivo da empresa.

O principal fluxo produtivo da drogaria é a dispensação de medicamentos e insumos farmacêuticos, representado no fluxograma abaixo.

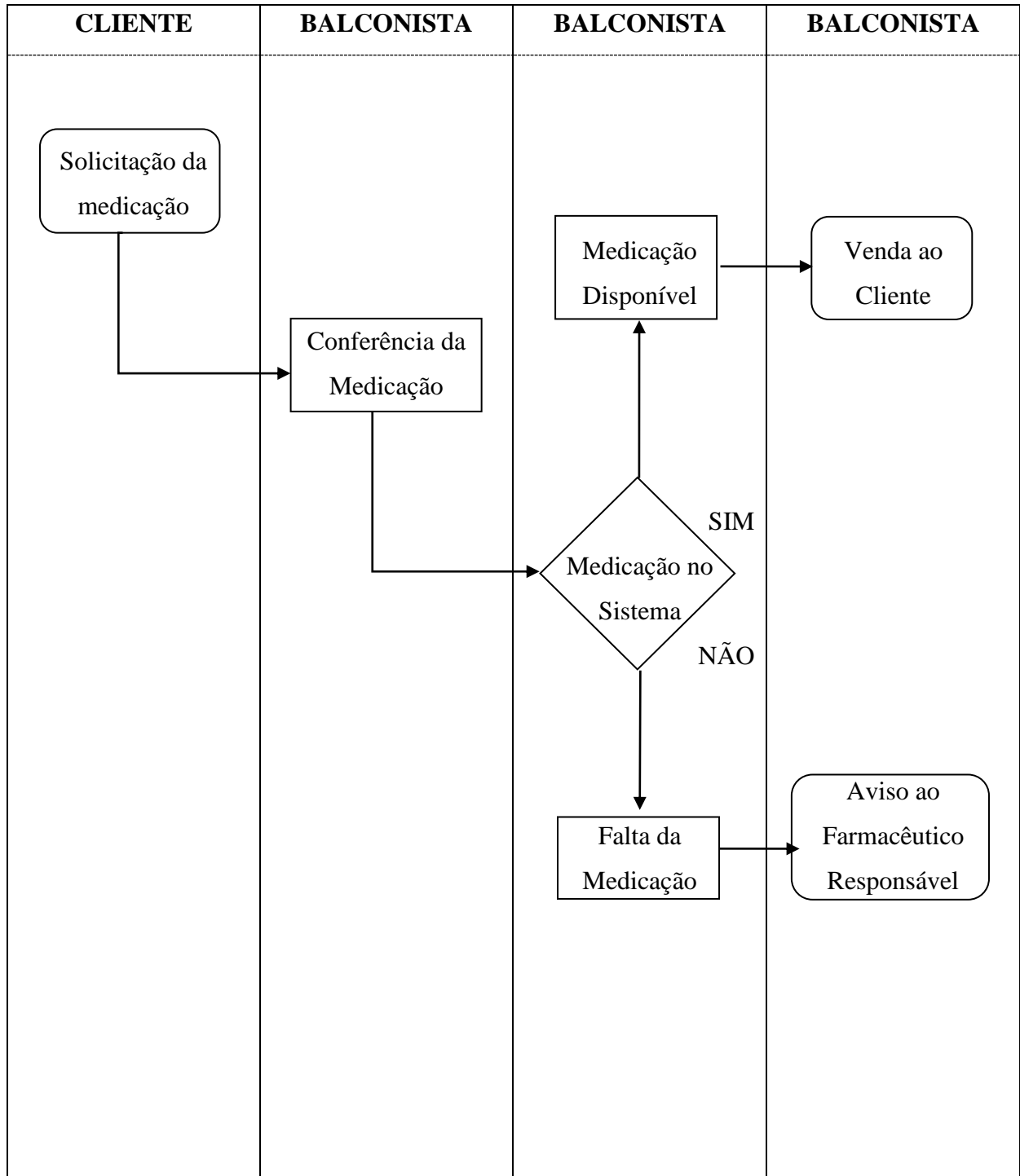


Figura 7. Fluxograma do Processo Produtivo - Drogaria

FONTE: Autoria própria (2015)

7. PROJEÇÕES ECONÔMICO-FINANCEIRAS

As projeções econômico-financeiras têm como objetivo expor, através de cálculos e fórmulas, de forma racional o comportamento da empresa diante do mercado por um dado período, fornecendo subsídios para a tomada de decisão de acordo com os valores apresentados, lucro/prejuízo.

7.1. - Investimentos e Despesas Iniciais

Os investimentos iniciais foram calculados com base nos meses de MAIO/2016 a ABRIL/2017 e estão demonstrados nas tabelas a seguir. Vale salientar que não será utilizado a ferramenta do financiamento, sendo o valor necessário oriundo de capital próprio.

As despesas pré-operacionais descritas na Tabela 1, referem-se as documentações e registros necessários para abertura da drogaria, assim como sua regularização nos órgãos competentes. Na Tabela 2 estão demonstrados os investimentos necessários em máquinas, imóveis, equipamentos, necessários para a estruturação da drogaria, em todas as suas áreas.

Tabela 1. Despesas Pré-Operacionais

<i>Itens</i>	<i>Unid</i>	<i>Quant</i>	<i>Valor</i>	
			Unit	Total
Abertura da Empresa	Unid	1	600,00	600,00
			TOTAL	600,00

FONTE: Autoria própria (2015).

Tabela 2. Investimento em Máquinas e Equipamentos

<i>Itens</i>	<i>Unid</i>	<i>Quant</i>	<i>Valor</i>	
			Unit	Total
Reforma inicial	Unid	1	400,00	400,00
Televisão	Unid	1	500,00	500,00

Balcão Retangular	Unid	1	500,00	500,00
Balcão - Caixa	Unid	1	200,00	200,00
Mesa de Escritório	Unid	1	300,00	300,00
Prateleiras com divisórias	Unid	3	350,00	1.050,00
Banquetas	Unid	1	100,00	100,00
Cadeiras	Unid	3	55,00	165,00
Lixeiras	Unid	4	12,00	48,00
Cadeira Escritório	Unid	1	90,00	90,00
Armário	Unid	1	120,00	120,00
			TOTAL	3.473,00

FONTE: Aatoria própria (2015).

Os investimentos em equipamentos de informática, como programas de gestão de drogaria, essencial para controle e atendimento do serviço, estão descritos na Tabela 3, assim como os demais itens necessários.

Tabela 3. Investimento em Equipamentos de Informática

<i>Itens</i>	<i>Unid</i>	<i>Quant</i>	<i>Valor</i>	
			Unit	Total
Computador	Unid	1	1.200,00	1.200,00
Multifuncional	Unid	1	450,00	450,00
Impressora Fiscal	Unid	1	1.000,00	1.000,00
Software	Unid	1	800,00	800,00
Internet	Unid	1	60,00	60,00
Pacote Officer	Unid	3	360,00	360,00
			TOTAL	3.870,00

FONTE: Aatoria própria (2015).

O capital de giro refere-se aos recursos mínimos, necessários para manter o fluxo de caixa da empresa, possibilitando o pagamento dos compromissos financeiros da mesma. Para a composição do capital de giro são utilizados os valores referentes à mão de obra direta (Tabela 5), mão de obra indireta (Tabela 6), matéria-prima (Tabela 7) e despesas

administrativas (Tabela 8), que correspondem à valores mensais fixos da empresa. A mão de obra direta é composta apenas por um atendente de farmácia e encargos sociais. A mão de indireta se resume ao pró-labore dos sócios, farmacêutico responsável e administrador gerente, e encargos sociais. A matéria-prima é referente a toda mercadoria da drogaria (medicamentos e correlatos). As despesas administrativas são contador, material de limpeza, material de escritório, água, energia e telefone como apresentados nas tabelas a seguir:

Tabela 4. Capital de Giro

<i>Itens</i>	<i>Unid</i>	<i>Quant</i>	<i>Valor</i>	
			Unit	Total
Mão de Obra Direta	Unid	1	1.071,68	1.071,68
Mão de Obra Indireta	Unid	1	3.536,14	3.536,14
Matéria-Prima	Unid	1	10.523,42	10.523,42
Despesas Administrativas	Unid	1	770,00	770,00
			TOTAL	15.901,24

FONTE: Autoria própria (2015).

Tabela 5. Mão de Obra Direta

<i>Itens</i>	<i>Unid</i>	<i>Quant</i>	<i>Valor</i>	
			Unit	Total
Atendente de farmácia	Unid	1	788,00	788,00
Encargos Sociais	%	36	788,00	283,68
			TOTAL	1.071,68

FONTE: Autoria própria (2015).

Tabela 6. Mão de Obra Indireta

<i>Itens</i>	<i>Unid</i>	<i>Quant</i>	<i>Valor</i>	
			Unit	Total
Pró-Labore Farmacêutica	Unid	1	1.600,10	1.600,10
Pró-Labore Administrador	Unid	1	1.000,00	1.000,00

Encargos Sociais	%	36	2600,10	936,04
			TOTAL	3.536,14

FONTE: Autoria própria (2015).

Tabela 7. Matéria-Prima

Itens	Unid	Quant	Valor	
			Unit	Total
ASS INFANTIL 100MG 30CPR	Unid	5,00	7,10	35,50
ABLOK 25MG 30CPR	Unid	5,00	7,87	39,35
ABRILAR XPE 100ML	Unid	5,00	20,09	100,45
ACNASE CREME 25G	Unid	3,00	14,83	44,49
ADALAT 10MG 60CPR	Unid	5,00	20,14	100,70
ADALAT OROS 30MG 30CPR	Unid	2,00	110,14	220,28
ADDERA D3 50.000UI 4CPR	Unid	2,00	79,65	159,30
ADDERA D3 70.000UI 4CPR	Unid	2,00	19,76	39,52
ADDERA D3 GTS 10ML	Unid	2,00	25,00	50,00
ADVANTAN 1% CR DERM 15G	Unid	3,00	27,25	81,74
AEROLIN 2MG 20CPR	Unid	10,00	1,69	16,86
AGLUCOSE 100MG 30CPR	Unid	5,00	20,97	104,83
ALCACHOFRA 100CPR ASPEN	Unid	3,00	24,93	74,78
ALCACHOFRA 30CPR ASPEN	Unid	6,00	8,17	49,04
ALDACTONE 100MG 16CPR	Unid	3,00	17,46	52,39
ALDACTONE 25MG 30CPR	Unid	3,00	15,21	45,62
ALDACTONE 50MG 30CPR	Unid	3,00	25,37	76,10
ALENIA 12/400MG 60CPR	Unid	2,00	53,53	107,07

ALGINAC 1000MG 15CPR	Unid	10,00	11,97	119,66
ALGINAC 5000MG 1AMP	Unid	5,00	3,39	16,95
ALGINAC RETARD 10CPR	Unid	3,00	24,37	73,10
ALIVIUM 100MG 20ML	Unid	5,00	14,63	73,15
ALIVIUM 400MG 10CPR	Unid	10,00	9,17	91,66
ALIVIUM 50MG 30ML	Unid	5,00	10,89	54,47
ALIVIUM 600MG 10CPR	Unid	10,00	14,68	146,78
ALLEGRA 120MG 10CPR	Unid	5,00	28,07	140,35
ALLEGRA D 10CPR	Unid	5,00	24,12	120,59
ALLEGRA PED 60ML	Unid	3,00	12,20	36,59
AMARYL 1MG 30CPR	Unid	3,00	11,13	33,38
AMARYL 2MG 30CPR	Unid	3,00	22,00	65,99
AMARYL 3MG 30CPR	Unid	3,00	24,29	72,88
ANADOR 500MG 24CPR	Unid	5,00	8,71	43,55
ANADOR GTS 20ML	Unid	5,00	8,29	41,43
ANASEPTIL PO 10G	Unid	5,00	5,60	27,99
ANCORON 100MG 30CPR	Unid	5,00	10,07	50,35
ANCORON 200MG 30CPR	Unid	5,00	21,01	105,07
ANLO 10MG 30CPR	Unid	5,00	27,17	135,87
ANLO 5MG 30CPR	Unid	5,00	15,73	78,63
ANNITA 500MG 6CRP	Unid	3,00	39,46	118,39
ANNITA SUSP 100ML	Unid	3,00	34,06	102,19
ARODIS 25MG 30CPR	Unid	3,00	16,78	50,35
ARODIS 50MG 30CRP	Unid	3,00	29,37	88,12
ASPIRINA PREVENT 100MG 30CPR	Unid	10,00	7,94	79,42
ASPIRINA PREVENT 300MG 30CPR	Unid	5,00	23,78	118,91
ATENOLOL 100MG 28CPR	Unid	3,00	39,66	118,99
AVAMYS 27,5MCG 120DOSES	Unid	3,00	25,06	75,19
BALSAMO BENGUE GEL	Unid	5,00	6,85	34,27

20G				
BENALET MENTA 12PAST	Unid	10,00	5,57	55,66
BENEGRIPE MULTI SOL 240ML	Unid	10,00	16,49	164,94
BEROTEC 100MCG ERA 10ML	Unid	5,00	11,09	55,47
BIOTONICO N 400ML	Unid	5,00	10,31	51,55
BROMELIM PROPOLIS SPRAY	Unid	5,00	22,43	112,15
BROMELIM S 100ML	Unid	5,00	27,95	139,75
BUSCODUO 20CPR	Unid	10,00	10,30	103,02
BUSCOFEM 400MG 10CAP	Unid	10,00	8,81	88,14
BUSCOPAN 20CPR	Unid	10,00	6,03	60,30
BUSCOPAN GTS 20ML	Unid	5,00	6,12	30,59
BUSONID 64MCG N AQU 120D	Unid	3,00	20,13	60,40
CALCITRAN B12 150ML	Unid	5,00	13,60	67,99
CALMAN 20DRG	Unid	5,00	14,00	69,99
CALMINEX ATLETA GEL 20G	Unid	5,00	7,33	36,67
CANDICORT CREME DERM 30G	Unid	5,00	13,81	69,07
CANDICORT POM DERM 30G	Unid	5,00	13,28	66,39
CARNABOL 20CPR	Unid	3,00	6,93	20,78
CATAFLAM EMULGEL 30G	Unid	5,00	5,40	26,99
CATAFLAM EMULGEL 60G	Unid	3,00	10,09	30,26
CEBRALAT 100MG 30CPR	Unid	5,00	23,97	119,83
CEBRALAT 50MG 30CPR	Unid	5,00	12,35	61,75
CEFALIUM 12CPR	Unid	5,00	9,81	49,07

CEFALIV 12CPR	Unid	5,00	7,25	36,23
CELESTAMINE 20CPR	Unid	5,00	12,78	63,91
CEPACAINA SOL 100ML	Unid	5,00	6,09	30,43
CEPACAINA SPRAY 50ML	Unid	3,00	12,76	38,27
CEWIN 1G EFERV 10CPR	Unid	5,00	7,93	39,67
CEWIN 2G EFERV 10CPR	Unid	5,00	15,18	75,91
CEWIN 30CPR	Unid	5,00	13,19	65,95
CIALIS 20MG 2CPR	Unid	3,00	52,49	157,48
CITALOR 10MG 30CRP	Unid	1,00	44,37	44,37
CITALOR 20MG 30CPR	Unid	1,00	47,62	47,62
CITONEURIN 1000MCG 1x3ML	Unid	10,00	0,76	7,58
CITONEURIN 5000MCG 1x3ML	Unid	10,00	1,49	14,94
CLOTRIMIX CREME 20G	Unid	3,00	11,65	34,94
COBAVITAN 16CPR	Unid	5,00	7,10	35,51
CORUS 25MG 30CPR	Unid	5,00	13,66	68,31
CORUS 50MG 30CPR	Unid	5,00	4,57	22,87
CORUS-H 50/12,5MG 30CPR	Unid	3,00	20,77	62,30
DECADRON 0,75MG 20CPR	Unid	5,00	4,19	20,95
DECADRON ELIXIR 120ML	Unid	5,00	7,24	36,19
DECONGEX PLUS 12CPR	Unid	10,00	9,88	98,78
DECONGEX PLUS GTS 20ML	Unid	5,00	4,96	24,79
DECONGEX PLUS XPE 120ML	Unid	5,00	7,67	38,35
DIOVAN 160MG 28CAP	Unid	2,00	64,75	129,50
DIOVAN AMLO FIX 160/10MG 28CAP	Unid	1,00	78,82	78,82
DIOVAN AMLO FIX 160/5MG 28CAP	Unid	1,00	66,64	66,64

DIOVAN AMLO FIX 320/10MG 28CAP	Unid	1,00	78,82	78,82
DORFLEX SOL ORAL 20ML	Unid	10,00	6,47	64,70
DORILAX 12CPR	Unid	10,00	6,24	62,38
DRAMIN B6 30CPR	Unid	5,00	8,66	43,31
DRAMIN B6 GTS 30ML	Unid	3,00	7,89	23,68
DULCOLAX 20CRG	Unid	10,00	2,50	25,02
ENGOV 24CPR	Unid	10,00	10,13	101,26
ENV BENEGRIPE 6CPR	Unid	15,00	3,17	47,61
ENV ATROVERAN COMP 6CPR	Unid	15,00	1,33	19,89
ENV ASPIRINA AD 10CPR	Unid	15,00	3,33	50,01
ENV BUSCOFEM 40MG 02CAP	Unid	15,00	1,16	17,37
ENV CORISTINA D 4CPR	Unid	15,00	3,04	45,57
ENV DORFLEX 10CPR	Unid	15,00	1,76	26,37
ENV DORIL 6CPR	Unid	15,00	2,24	33,57
ENV DRAMIN 10CPR	Unid	15,00	1,38	20,73
ENV ENGOV 6CPR	Unid	15,00	1,95	29,25
ENV ESTOMAZIL ABAC 5G	Unid	15,00	0,44	6,57
ENV ESTOMAZIL GUARANA 5GR	Unid	15,00	0,44	6,57
ENV ESTOMAZIL LAR 5GR	Unid	15,00	0,21	3,21
ENV IMOSEC 4CPR	Unid	15,00	0,37	5,61
ENV LACTO PURGA 6CPR	Unid	15,00	0,85	12,69
ENV NEOSALDINA 4CPR	Unid	15,00	1,28	19,17
ENV NOVALGINA 10CPR	Unid	15,00	4,34	65,13
ENV SAL DE FRUTA ENO 5G C/2	Unid	15,00	0,41	6,21
ENV SAL DE FRUTA ENO	Unid	15,00	0,48	7,17

ABACAXI C/2				
ENV SORRIDOR 2CPR	Unid	15,00	1,10	16,53
ENV TAMARINE 4CPR	Unid	10,00	3,39	33,90
ENV XANTINON B12 12DRG	Unid	15,00	0,58	8,73
FELDENE 20MG 10CAP	Unid	3,00	13,87	41,61
FLANCOX 400MG 10CPR	Unid	5,00	8,59	42,95
FLANCOX 400MG 20CPR	Unid	3,00	18,06	54,19
FLORATYL 45 ABACAXI 500ML	Unid	3,00	9,05	27,14
FLORATYL 45 TUTTI- FRUTTI 5MML	Unid	3,00	9,54	28,63
FLORATIL 100MG 12CAP	Unid	3,00	19,69	59,08
FLORATIL 200MG PED 4ENV	Unid	3,00	13,93	41,78
HISTAMIX 10MG 12CPR	Unid	5,00	10,80	53,99
HIXIZINE 30CPR	Unid	5,00	19,42	97,11
KOIDE D XPR 120ML	Unid	5,00	16,93	84,67
KRONEL GEL VAG 60G	Unid	1,00	50,30	50,30
LASIX 20CPR	Unid	5,00	7,56	37,79
LISADOR 16CPR	Unid	3,00	11,19	33,57
LISADOR 24CPR	Unid	2,00	14,19	28,38
LUFTAL 20CPR	Unid	5,00	9,03	45,15
LUFTAL GTS 15ML	Unid	5,00	10,78	53,91
MECLIN 25MG 15CPR	Unid	5,00	9,81	49,03
MERTHIOLATE INCOLOR 30ML	Unid	5,00	6,88	34,39
MIOFLEX 16CPR	Unid	5,00	4,60	22,99
MIOFLEX A 12CPR	Unid	3,00	8,49	25,46
MIOSAN 10MG 10CPR REVS	Unid	5,00	7,46	37,31
MIOSAN 5MG 10CPR REVS	Unid	5,00	6,61	33,03

MUD ORAL BASE POM 10GR	Unid	5,00	7,16	35,79
MYLANTA PLUS MENTA LIQ 240ML	Unid	3,00	14,04	42,11
NAPRIX 10MG 30CPR	Unid	2,00	26,90	53,80
NAPRIX 2,5MG 30CPR	Unid	2,00	26,90	53,80
NAPRIX 5MG 30CPR	Unid	2,00	26,90	53,80
NAPRIX A 10/5MG 30CPR	Unid	2,00	25,39	50,78
NAPRIX A 10/10MG 30CPR	Unid	2,00	25,73	51,45
NATURET 16CAP	Unid	3,00	20,21	60,62
NEOSALDINA 30DRG	Unid	5,00	12,85	64,23
NISULID 12CPR	Unid	5,00	17,89	89,47
NORIPURUM 30CPR	Unid	2,00	26,00	52,00
OMCILON-A ORABASE 10G	Unid	3,00	8,37	25,10
PERCOF XPE 120ML	Unid	5,00	14,98	74,91
PREDSIM 20MG	Unid	3,00	12,33	37,00
PREDSIM 3MG	Unid	3,00	11,44	34,31
PREDSIM 40MG	Unid	3,00	18,43	55,29
PROFENID 50MG 24CAP	Unid	2,00	19,60	39,20
REDOXON 1G LAR EFERV 10C	Unid	3,00	7,29	21,88
REDOXON 2G LAR EFERV 10C	Unid	2,00	9,49	18,97
SCAFLAM 100MG 12CPR	Unid	2,00	19,21	38,41
SCAFLAM GEL 30G	Unid	2,00	13,09	26,19
SECNIDAZOL 1000MG 4CPR	Unid	2,00	29,78	59,56
SOLMAGIN CARD 100MG 32CPR	Unid	3,00	9,43	28,29
SOLMAGIN CARD 200MG 32CPR	Unid	3,00	10,54	31,63

SORINE SOL NASAL AD 30ML	Unid	3,00	9,05	27,14
SORINE SOL NASAL INF 30ML	Unid	3,00	4,77	14,32
SUMAX 25MG 4CPR	Unid	3,00	13,14	39,43
SUMAX 50MG 2CPR	Unid	3,00	13,14	39,43
TANDRILAX 15CPR	Unid	10,00	6,37	63,74
TANDRILAX 30CPR	Unid	5,00	13,90	69,51
TARGIFOR C 16CPR	Unid	2,00	22,87	45,74
TYLENOL 750MG 20CPR	Unid	5,00	14,84	74,19
TYLENOL BEBE GTS 15ML	Unid	5,00	12,87	64,35
TYLENOL CRIANC SUSP 60ML	Unid	3,00	10,08	30,23
TYLENOL GTS 15ML	Unid	5,00	10,69	53,43
VALERIANA	Unid	2,00	28,69	57,37
VARICEL 48DRG	Unid	2,00	34,34	68,68
VIAGRA 50MG 1CPR	Unid	5,00	10,68	53,39
VIAGRA 50MG 2CPR	Unid	3,00	24,75	74,25
VICK INALADOR 5G	Unid	5,00	4,91	24,55
VICK VAPORUB 12G	Unid	5,00	12,19	60,95
VICK VAPORUB 30G	Unid	5,00	11,15	55,75
XANTINON B12 100ML	Unid	10,00	4,49	44,86
XANTINON COMPL 1FLAC 10M	Unid	15,00	0,45	6,69
TOTAL		1068		10.523,42

FONTE: autor, planilha do Excel.

Tabela 8. Despesas Administrativas Mensais

<i>Itens</i>	<i>Unid</i>	<i>Quant</i>	<i>Valor</i>	
			Unit	Total
Contador	Unid	1	500,00	500,00

Material de Limpeza	Unid	1	40,00	40,00
Material de Escritório	Unid	1	30,00	30,00
Água	Unid	1	50,00	50,00
Energia	Unid	1	80,00	80,00
Telefone	Unid	1	70,00	70,00
			TOTAL	770,00

FONTE: Aatoria própria (2015).

7.2. - Previsão de Receita ou Faturamento e Fluxo de Caixa

7.2.1. Previsão de Receitas

As tabelas a seguir demonstram o valor unitário médio de venda por mês e o valor unitário de cada produto, sendo a previsão de receita, estimada no valor de R\$ 21.014,13 reais. O valor unitário médio de venda por mês foi realizado com base no histórico de vendas de uma drogaria de bairro, semelhante a que se pretende implantar. Essa mesma drogaria, serviu como base para a política de preços que será praticada por cada produto, estando na média do mercado.

Tabela 9. Preço de Venda – Praticado

PRODUTOS VENDIDOS		
Nome do produto	Descrição do produto	Preço em R\$
ASS INFANTIL 100MG 30CPR	COMPRIMIDO	19,29
ABLOC 25MG 30CPR	COMPRIMIDO	18,91
ABRILAR XRE 100ML	XAROPE	48,45
ACNASE CREME 25G	CREME	38,30
ADALAT 10MG 60CPR	COMPRIMIDO	42,07
ADALAT OROS 30MG 30CPR	COMPRIMIDO	81,76
ADDERA D3 50.000UI 4CPR	COMPRIMIDO	69,09
ADDERA D3 70.000UI 4CPR	SOLUÇÃO	44,92

ADDERA D3 GTS 10ML	SOLUÇÃO	55,54
ADVATAN 1% CR DERM 15G	CREME	60,10
AEROLIN 2MG 20CPR	COMPRIMIDO	8,29
AGLUPOSE 100MG 30CPR	COMPRIMIDO	47,37
ALCACHOFRA 100CPR ASPEN	COMPRIMIDO	55,40
ALCACHOFRA 30CPR ASPEN	COMPRIMIDO	21,44
ALDACTONE 100MG 16CPR	COMPRIMIDO	40,27
ALDACTONE 25MG 30CPR	COMPRIMIDO	35,70
ALDACTONE 50MG 30CPR	COMPRIMIDO	56,29
ALENIA 12/400MG 60CPR	COMPRIMIDO	113,39
ALGINAC 1000MG 15CPR	COMPRIMIDO	29,13
ALGINAC 5000MG 1AMP	AMPOLA	11,74
ALGINAC RETARD 10CPR	COMPRIMIDO	54,26
ALIVIUM 100MG 20ML	SOLUÇÃO	34,53
ALIVIUM 400MG 10CPR	COMPRIMIDO	23,45
ALIVIUM 50MG 30ML	SOLUÇÃO	26,96
ALIVIUM 600MG 10CPR	COMPRIMIDO	34,63
ALLEGRA 120MG 10CPR	COMPRIMIDO	61,77
ALLEGRA D 10CPR	COMPRIMIDO	53,76
ALLEGRA PED 60ML	SOLUÇÃO	29,60
AMARYL 1MG 30CPR	COMPRIMIDO	27,43
AMARYL 2MG 30CPR	COMPRIMIDO	49,46
AMARYL 3MG 30CPR	COMPRIMIDO	54,12
ANADOR 500MG 24CPR	COMPRIMIDO	22,53
ANADOR GTS 20ML	SOLUÇÃO	21,67
ANASEPTIL PO 10G	CREME	16,22
ANCORON 100MG 30CPR	COMPRIMIDO	25,29
ANCORON 200MG 30CPR	COMPRIMIDO	47,47
ANLO 10MG 30CPR	COMPRIMIDO	59,96
ANLO 5MG 30CPR	COMPRIMIDO	36,75
ANNITA 500MG 6CRP	COMPRIMIDO	84,86
ANNITA SUSP 100ML	SOLUÇÃO	73,92
ARODIS 25MG 30CPR	COMPRIMIDO	38,89

ARODIS 50MG 30CRP	COMPRIMIDO	64,41
ASPIRINA PREVENT 100MG 30CPR	COMPRIMIDO	20,97
ASPIRINA PREVENT 300MG 30CPR	COMPRIMIDO	53,08
ATENOLOL 100MG 28CPR	COMPRIMIDO	85,27
AVAMYS 27,5MCG 120DOSES	SPRAY	55,67
BALSAMO BENGUE GEL 20G	GEL	18,77
BENALET MENTA 12PAST	PASTILHA	16,16
BENEGRIPE MULTI SOL 240ML	SOLUÇÃO	38,31
BEROTEC 100MCG ERA 10ML	SOLUÇÃO	27,36
BIOTONICO N 400ML	SOLUÇÃO	25,77
BROMELIM PROPOLIS SPRAY	SPRAY	50,34
BROMELIM S 100ML	XAROPE	61,53
BUSCODUO 20CPR	COMPRIMIDO	25,76
BUSCOFEM 400MG 10CAP	CAPSULA	22,74
BUSCOPAN 20CPR	COMPRIMIDO	17,10
BUSCOPAN GTS 20ML	SOLUÇÃO	17,27
BUSONID 64MCG N AQU 120D	SOLUÇÃO	45,69
CALCITRAN B12 150ML	XAROPE	32,44
CALMAN 20DRG	DRÁGEA	33,25
CALMINEX ATLETA GEL 20G	GEL	19,74
CANDICORT CREME DERM 30G	CREME	32,87
CANDICORT POM DERM 30G	POMADA	31,79
CARNABOL 20CPR	COMPRIMIDO	18,91
CATAFLAM EMULGEL 30G	GEL	15,81
CATAFLAM EMULGEL 60G	GEL	25,32
CEBRALAT 100MG 30CPR	COMPRIMIDO	53,45
CEBRALAT 50MG 30CPR	COMPRIMIDO	29,91
CEFALIUM 12CPR	COMPRIMIDO	24,77
CEFALIV 12CPR	COMPRIMIDO	19,56
CELESTAMINE 20CPR	COMPRIMIDO	30,78
CEPACAINA SOL 100ML	SOLUÇÃO	17,21
CEPACAINA SPRAY 50ML	SPRAY	30,73
CEWIN 1G EFERV 10CPR	COMPRIMIDO	20,96

CEWIN 2G EFERV 10CPR	COMPRIMIDO	35,65
CEWIN 30CPR	COMPRIMIDO	31,61
CIALIS 20MG 2CPR	COMPRIMIDO	89,88
CITALOR 10MG 30CRP	COMPRIMIDO	94,80
CITALOR 20MG 30CPR	COMPRIMIDO	101,40
CITONEURIN 1000MCG 1x3ML	SOLUÇÃO	6,41
CITONEURIN 5000MCG 1x3ML	SOLUÇÃO	7,90
CLOTRIMIX CREME 20G	CREME	28,48
COBAVITAN 16CPR	COMPRIMIDO	19,27
CORUS 25MG 30CPR	COMPRIMIDO	32,57
CORUS 50MG 30CPR	COMPRIMIDO	14,14
CORUS-H 50/12,5MG 30CPR	COMPRIMIDO	46,97
DECADRON 0,75MG 20CPR	COMPRIMIDO	13,37
DECADRON ELIXIR 120ML	SOLUÇÃO	19,54
DECONGEX PLUS 12CPR	COMPRIMIDO	24,90
DECONGEX PLUS GTS 20ML	SOLUÇÃO	14,92
DECONGEX PLUS XPE 120ML	SOLUÇÃO	20,42
DIOVAN 160MG 28CAP	CAPSULA	136,12
DIOVAN AMLO FIX 160/10MG 28CAP	CAPSULA	164,65
DIOVAN AMLO FIX 160/5MG 28CAP	CAPSULA	139,95
DIOVAN AMLO FIX 320/10MG 28CAP	CAPSULA	164,65
DORFLEX SOL ORAL 20ML	SOLUÇÃO	17,99
DORILAX 12CPR	COMPRIMIDO	17,52
DRAMIN B6 30CPR	COMPRIMIDO	22,43
DRAMIN B6 GTS 30ML	SOLUÇÃO	20,87
DULCOLAX 20CRG	COMPRIMIDO	9,94
ENGOV 24CPR	COMPRIMIDO	25,40
ENV BENEGRIPE 6CPR	COMPRIMIDO	11,31
ENV ATROVERAN COMP 6CPR	COMPRIMIDO	7,56
ENV ASPIRINA AD 10CPR	COMPRIMIDO	11,63
ENV BUSCOFEM 40MG 02CAP	CAPSULA	7,22
ENV CORISTINA D 4CPR	COMPRIMIDO	11,03
ENV DORFLEX 10CPR	COMPRIMIDO	8,44

ENV DORIL 6CPR	COMPRIMIDO	9,41
ENV DRAMIN 10CPR	COMPRIMIDO	7,67
ENV ENGOV 6CPR	COMPRIMIDO	8,83
ENV ESTOMAZIL ABAC 5G	COMPRIMIDO	5,76
ENV ESTOMAZIL GUARANA 5GR	COMPRIMIDO	5,76
ENV ESTOMAZIL LAR 5GR	COMPRIMIDO	5,31
ENV IMOSEC 4CPR	COMPRIMIDO	5,63
ENV LACTO PURGA 6CPR	COMPRIMIDO	6,59
ENV NEOSALDINA 4CPR	COMPRIMIDO	7,46
ENV NOVALGINA 10CPR	COMPRIMIDO	13,67
ENV SAL DE FRUTA ENO 5G C/2	COMPRIMIDO	5,71
ENV SAL DE FRUTA ENO ABACAXI C/2	COMPRIMIDO	5,84
ENV SORRIDOR 2CPR	COMPRIMIDO	7,11
ENV TAMARINE 4CPR	COMPRIMIDO	11,74
ENV XANTINON B12 12DRG	COMPRIMIDO	6,05
FELDENE 20MG 10CAP	COMPRIMIDO	32,99
FLANCOX 400MG 10CPR	COMPRIMIDO	22,29
FLANCOX 400MG 20CPR	COMPRIMIDO	41,49
FLORATYL 45 ABACAXI 500ML	SOLUÇÃO	23,21
FLORATYL 45 TUTTI-FRUTTI 5MML	SOLUÇÃO	24,21
FLORATIL 100MG 12CAP	CAPSULA	44,79
FLORATIL 200MG PED 4ENV	SOLUÇÃO	33,10
HISTAMIX 10MG 12CPR	COMPRIMIDO	26,76
HIXIZINE 30CPR	COMPRIMIDO	44,24
KOIDE D XPR 120ML	XAROPE	39,20
KRONEL GEL VAG 60G	GEL	106,84
LASIX 20CPR	COMPRIMIDO	20,19
LISADOR 16CPR	COMPRIMIDO	27,56
LISADOR 24CPR	COMPRIMIDO	33,64
LUFTAL 20CPR	COMPRIMIDO	23,18
LUFTAL GTS 15ML	SOLUÇÃO	26,73
MECLIN 25MG 15CPR	COMPRIMIDO	24,75
MERTHIOLATE INCOLOR 30ML	SOLUÇÃO	18,81

MIOFLEX 16CPR	COMPRIMIDO	14,19
MIOFLEX A 12CPR	COMPRIMIDO	22,07
MIOSAN 10MG 10CPR REVS	COMPRIMIDO	20,00
MIOSAN 5MG 10CPR REVS	COMPRIMIDO	18,26
MUD ORAL BASE POM 10GR	POMADA	19,38
MYLANTA PLUS MENTA LIQ 240ML	SOLUÇÃO	33,33
NAPRIX 10MG 30CPR	COMPRIMIDO	59,40
NAPRIX 2,5MG 30CPR	COMPRIMIDO	59,40
NAPRIX 5MG 30CPR	COMPRIMIDO	59,40
NAPRIX A 10/5MG 30CPR	COMPRIMIDO	56,34
NAPRIX A 10/10MG 30CPR	COMPRIMIDO	57,02
NATURET 16CAP	COMPRIMIDO	45,83
NEOSALDINA 30DRG	COMPRIMIDO	30,91
NISULID 12CPR	COMPRIMIDO	41,14
NORIPURUM 30CPR	COMPRIMIDO	57,57
OMCILON-A ORABASE 10G	CREME	21,83
PERCOF XPE 120ML	SOLUÇÃO	35,24
PREDSIM 20MG	COMPRIMIDO	29,87
PREDSIM 3MG	COMPRIMIDO	28,06
PREDSIM 40MG	COMPRIMIDO	42,23
PROFENID 50MG 24CAP	COMPRIMIDO	44,60
REDOXON 1G LAR EFERV 10C	COMPRIMIDO	19,66
REDOXON 2G LAR EFERV 10C	COMPRIMIDO	24,10
SCAFLAM 100MG 12CPR	COMPRIMIDO	43,80
SCAFLAM GEL 30G	GEL	31,41
SECNIDAZOL 1000MG 4CPR	COMPRIMIDO	65,24
SOLMAGIN CARD 100MG 32CPR	COMPRIMIDO	23,99
SOLMAGIN CARD 200MG 32CPR	COMPRIMIDO	26,24
SORINE SOL NASAL AD 30ML	SOLUÇÃO	23,21
SORINE SOL NASAL INF 30ML	SOLUÇÃO	14,55
SUMAX 25MG 4CPR	COMPRIMIDO	31,51
SUMAX 50MG 2CPR	COMPRIMIDO	31,51
TANDRILAX 15CPR	COMPRIMIDO	17,79

TANDRILAX 30CPR	COMPRIMIDO	33,05
TARGIFOR C 16CPR	COMPRIMIDO	51,23
TYLENOL 750MG 20CPR	COMPRIMIDO	34,95
TYLENOL BEBE GTS 15ML	SOLUÇÃO	30,96
TYLENOL CRIANC SUSP 60ML	SOLUÇÃO	25,30
TYLENOL GTS 15ML	SOLUÇÃO	26,53
VALERIANA	COMPRIMIDO	63,02
VARICEL 48DRG	DRÁGEA	74,49
VIAGRA 50MG 1CPR	COMPRIMIDO	26,52
VIAGRA 50MG 2CPR	COMPRIMIDO	55,04
VICK INALADOR 5G	COMPRIMIDO	14,83
VICK VAPORUB 12G	COMPRIMIDO	29,58
VICK VAPORUB 30G	COMPRIMIDO	27,47
XANTINON B12 100ML	SOLUÇÃO	13,97
XANTINON COMPL 1FLAC 10M	SOLUÇÃO	5,78

FONTE: Autoria própria (2015).

Tabela 10. Previsão de Receitas Mensais com Vendas

Itens	Unid	Quant Média Mensal	Valor	
			Unit	Total
ASS INFANTIL 100MG 30CPR	Unid	4,83	19,29	93,21
ABLOC 25MG 30CPR	Unid	3,33	18,91	63,02
ABRILAR XRE 100ML	Unid	3,50	48,45	169,57
ACNASE CREME 25G	Unid	1,75	38,30	67,02
ADALAT 10MG 60CPR	Unid	1,25	42,07	52,59
ADALAT OROS 30MG 30CPR	Unid	1,08	81,76	88,57
ADDERA D3 50.000UI 4CPR	Unid	2,17	69,09	149,70
ADDERA D3 70.000UI 4CPR	Unid	1,92	44,92	86,10
ADDERA D3 GTS 10ML	Unid	1,67	55,54	92,57
ADVATAN 1% CR DERM 15G	Unid	2,08	60,10	125,21
AEROLIN 2MG 20CPR	Unid	6,58	8,29	54,58
AGLUCOSE 100MG 30CPR	Unid	2,58	47,37	122,38
ALCACHOFRA 100CPR ASPEN	Unid	2,83	55,40	156,96
ALCACHOFRA 30CPR ASPEN	Unid	3,25	21,44	69,69

ALDACTONE 100MG 16CPR	Unid	2,83	40,27	114,10
ALDACTONE 25MG 30CPR	Unid	1,17	35,70	41,65
ALDACTONE 50MG 30CPR	Unid	1,17	56,29	65,67
ALENIA 12/400MG 60CPR	Unid	1,08	113,39	122,84
ALGINAC 1000MG 15CPR	Unid	6,25	29,13	182,05
ALGINAC 5000MG 1AMP	Unid	4,83	11,74	56,77
ALGINAC RETARD 10CPR	Unid	2,08	54,26	113,05
ALIVIUM 100MG 20ML	Unid	6,50	34,53	224,43
ALIVIUM 400MG 10CPR	Unid	9,92	23,45	232,57
ALIVIUM 50MG 30ML	Unid	4,75	26,96	128,04
ALIVIUM 600MG 10CPR	Unid	9,58	34,63	331,83
ALLEGRA 120MG 10CPR	Unid	7,08	61,77	437,55
ALLEGRA D 10CPR	Unid	4,83	53,76	259,84
ALLEGRA PED 60ML	Unid	1,67	29,60	49,33
AMARYL 1MG 30CPR	Unid	1,17	27,43	32,00
AMARYL 2MG 30CPR	Unid	1,08	49,46	53,59
AMARYL 3MG 30CPR	Unid	1,25	54,12	67,65
ANADOR 500MG 24CPR	Unid	2,42	22,53	54,44
ANADOR GTS 20ML	Unid	1,92	21,67	41,53
ANASEPTIL PO 10G	Unid	1,83	16,22	29,74
ANCORON 100MG 30CPR	Unid	1,58	25,29	40,03
ANCORON 200MG 30CPR	Unid	2,25	47,47	106,80
ANLO 10MG 30CPR	Unid	1,67	59,96	99,93
ANLO 5MG 30CPR	Unid	2,25	36,75	82,69
ANNITA 500MG 6CRP	Unid	1,92	84,86	162,65
ANNITA SUSP 100ML	Unid	1,92	73,92	141,68
ARODIS 25MG 30CPR	Unid	1,92	38,89	74,54
ARODIS 50MG 30CRP	Unid	2,83	64,41	182,51
ASPIRINA PREVENT 100MG 30CPR	Unid	9,58	20,97	200,98
ASPIRINA PREVENT 300MG 30CPR	Unid	4,75	53,08	252,13
ATENOLOL 100MG 28CPR	Unid	2,83	85,27	241,60
AVAMYS 27,5MCG 120DOSES	Unid	2,83	55,67	157,74
BALSAMO BENGUE GEL 20G	Unid	4,83	18,77	90,70
BENALET MENTA 12PAST	Unid	12,58	16,16	203,29
BENEGRIPE MULTI SOL 240ML	Unid	10,83	38,31	414,99
BEROTEC 100MCG ERA 10ML	Unid	8,92	27,36	243,97

BIOTONICO N 400ML	Unid	4,75	25,77	122,42
BROMELIM PROPOLIS SPRAY	Unid	7,67	50,34	385,93
BROMELIM S 100ML	Unid	4,83	61,53	297,39
BUSCODUO 20CPR	Unid	9,58	25,76	246,82
BUSCOFEM 400MG 10CAP	Unid	9,58	22,74	217,92
BUSCOPAN 20CPR	Unid	9,58	17,10	163,84
BUSCOPAN GTS 20ML	Unid	4,75	17,27	82,05
BUSONID 64MCG N AQU 120D	Unid	2,92	45,69	133,25
CALCITRAN B12 150ML	Unid	1,92	32,44	62,17
CALMAN 20DRG	Unid	1,92	33,25	63,72
CALMINEX ATLETA GEL 20G	Unid	1,00	19,74	19,74
CANDICORT CREME DERM 30G	Unid	2,83	32,87	93,14
CANDICORT POM DERM 30G	Unid	1,83	31,79	58,28
CARNABOL 20CPR	Unid	2,00	18,91	37,82
CATAFLAM EMULGEL 30G	Unid	2,83	15,81	44,81
CATAFLAM EMULGEL 60G	Unid	2,83	25,32	71,73
CEBRALAT 100MG 30CPR	Unid	1,92	53,45	102,45
CEBRALAT 50MG 30CPR	Unid	1,92	29,91	57,32
CEFALIUM 12CPR	Unid	3,75	24,77	92,87
CEFALIV 12CPR	Unid	6,67	19,56	130,41
CELESTAMINE 20CPR	Unid	6,33	30,78	194,96
CEPACAINA SOL 100ML	Unid	2,83	17,21	48,76
CEPACAINA SPRAY 50ML	Unid	6,75	30,73	207,45
CEWIN 1G EFERV 10CPR	Unid	4,75	20,96	99,54
CEWIN 2G EFERV 10CPR	Unid	3,00	35,65	106,94
CEWIN 30CPR	Unid	1,92	31,61	60,58
CIALIS 20MG 2CPR	Unid	0,67	89,88	59,92
CITALOR 10MG 30CPR	Unid	1,00	94,80	94,80
CITALOR 20MG 30CPR	Unid	0,92	101,40	92,95
CITONEURIN 1000MCG 1x3ML	Unid	8,42	6,41	53,95
CITONEURIN 5000MCG 1x3ML	Unid	9,58	7,90	75,72
CLOTRIMIX CREME 20G	Unid	2,83	28,48	80,69
COBAVITAN 16CPR	Unid	4,75	19,27	91,53
CORUS 25MG 30CPR	Unid	4,67	32,57	151,98
CORUS 50MG 30CPR	Unid	4,75	14,14	67,19
CORUS-H 50/12,5MG 30CPR	Unid	2,83	46,97	133,07

DECADRON 0,75MG 20CPR	Unid	4,75	13,37	63,49
DECADRON ELIXIR 120ML	Unid	4,75	19,54	92,84
DECONGEX PLUS 12CPR	Unid	7,75	24,90	192,94
DECONGEX PLUS GTS 20ML	Unid	2,75	14,92	41,04
DECONGEX PLUS XPE 120ML	Unid	2,25	20,42	45,95
DIOVAN 160MG 28CAP	Unid	0,58	136,12	79,40
DIOVAN AMLO FIX 160/10MG 28CAP	Unid	0,50	164,65	82,32
DIOVAN AMLO FIX 160/5MG 28CAP	Unid	0,50	139,95	69,97
DIOVAN AMLO FIX 320/10MG 28CAP	Unid	0,50	164,65	82,32
DORFLEX SOL ORAL 20ML	Unid	8,75	17,99	157,39
DORILAX 12CPR	Unid	9,58	17,52	167,88
DRAMIN B6 30CPR	Unid	4,75	22,43	106,55
DRAMIN B6 GTS 30ML	Unid	3,00	20,87	62,62
DULCOLAX 20CRG	Unid	9,58	9,94	95,30
ENGOV 24CPR	Unid	6,58	25,40	167,21
ENV BENEGRIPE 6CPR	Unid	11,58	11,31	130,97
ENV ATROVERAN COMP 6CPR	Unid	14,42	7,56	109,00
ENV ASPIRINA AD 10CPR	Unid	14,42	11,63	167,68
ENV BUSCOFEM 40MG 02CAP	Unid	14,42	7,22	104,09
ENV CORISTINA D 4CPR	Unid	9,83	11,03	108,47
ENV DORFLEX 10CPR	Unid	14,42	8,44	121,63
ENV DORIL 6CPR	Unid	14,42	9,41	135,65
ENV DRAMIN 10CPR	Unid	14,42	7,67	110,64
ENV ENGOV 6CPR	Unid	9,75	8,83	86,05
ENV ESTOMAZIL ABAC 5G	Unid	11,50	5,76	66,25
ENV ESTOMAZIL GUARANA 5GR	Unid	9,25	5,76	53,29
ENV ESTOMAZIL LAR 5GR	Unid	10,75	5,31	57,05
ENV IMOSEC 4CPR	Unid	6,33	5,63	35,66
ENV LACTO PURGA 6CPR	Unid	11,33	6,59	74,66
ENV NEOSALDINA 4CPR	Unid	10,33	7,46	77,12
ENV NOVALGINA 10CPR	Unid	8,83	13,67	120,79
ENV SAL DE FRUTA ENO 5G C/2	Unid	11,67	5,71	66,64
ENV SAL DE FRUTA ENO ABACAXI C/2	Unid	11,67	5,84	68,16
ENV SORRIDOR 2CPR	Unid	14,42	7,11	102,46
ENV TAMARINE 4CPR	Unid	9,58	11,74	112,55
ENV XANTINON B12 12DRG	Unid	14,42	6,05	87,26

FELDENE 20MG 10CAP	Unid	2,83	32,99	93,47
FLANCOX 400MG 10CPR	Unid	4,75	22,29	105,85
FLANCOX 400MG 20CPR	Unid	2,92	41,49	121,00
FLORATYL 45 ABACAXI 500ML	Unid	2,83	23,21	65,76
FLORATYL 45 TUTTI-FRUTTI 5MML	Unid	2,83	24,21	68,61
FLORATIL 100MG 12CAP	Unid	2,83	44,79	126,91
FLORATIL 200MG PED 4ENV	Unid	2,83	33,10	93,79
HISTAMIX 10MG 12CPR	Unid	4,75	26,76	127,11
HIXIZINE 30CPR	Unid	4,75	44,24	210,15
KOIDE D XPR 120ML	Unid	3,17	39,20	124,13
KRONEL GEL VAG 60G	Unid	0,50	106,84	53,42
LASIX 20CPR	Unid	4,75	20,19	95,92
LISADOR 16CPR	Unid	2,92	27,56	80,37
LISADOR 24CPR	Unid	1,92	33,64	64,47
LUFTAL 20CPR	Unid	4,17	23,18	96,57
LUFTAL GTS 15ML	Unid	6,08	26,73	162,60
MECLIN 25MG 15CPR	Unid	4,75	24,75	117,56
MERTHIOLATE INCOLOR 30ML	Unid	4,83	18,81	90,94
MIOFLEX 16CPR	Unid	4,75	14,19	67,42
MIOFLEX A 12CPR	Unid	2,92	22,07	64,38
MIOSAN 10MG 10CPR REVS	Unid	4,67	20,00	93,33
MIOSAN 5MG 10CPR REVS	Unid	4,67	18,26	85,23
MUD ORAL BASE POM 10GR	Unid	4,67	19,38	90,45
MYLANTA PLUS MENTA LIQ 240ML	Unid	2,83	33,33	94,43
NAPRIX 10MG 30CPR	Unid	1,92	59,40	113,86
NAPRIX 2,5MG 30CPR	Unid	2,00	59,40	118,81
NAPRIX 5MG 30CPR	Unid	1,83	59,40	108,91
NAPRIX A 10/5MG 30CPR	Unid	1,83	56,34	103,29
NAPRIX A 10/10MG 30CPR	Unid	2,00	57,02	114,04
NATURET 16CAP	Unid	2,92	45,83	133,67
NEOSALDINA 30DRG	Unid	4,83	30,91	149,41
NISULID 12CPR	Unid	4,83	41,14	198,87
NORIPURUM 30CPR	Unid	1,92	57,57	110,35
OMCILON-A ORABASE 10G	Unid	2,92	21,83	63,67
PERCOF XPE 120ML	Unid	4,75	35,24	167,40
PREDSIM 20MG	Unid	2,50	29,87	74,69

PREDSIM 3MG	Unid	2,50	28,06	70,15
PREDSIM 40MG	Unid	1,50	42,23	63,35
PROFENID 50MG 24CAP	Unid	2,00	44,60	89,20
REDOXON 1G LAR EFERV 10C	Unid	1,42	19,66	27,85
REDOXON 2G LAR EFERV 10C	Unid	1,17	24,10	28,12
SCAFLAM 100MG 12CPR	Unid	2,00	43,80	87,61
SCAFLAM GEL 30G	Unid	2,00	31,41	62,83
SECNIDAZOL 1000MG 4CPR	Unid	2,00	65,24	130,48
SOLMAGIN CARD 100MG 32CPR	Unid	3,00	23,99	71,96
SOLMAGIN CARD 200MG 32CPR	Unid	3,00	26,24	78,73
SORINE SOL NASAL AD 30ML	Unid	1,50	23,21	34,81
SORINE SOL NASAL INF 30ML	Unid	0,58	14,55	8,49
SUMAX 25MG 4CPR	Unid	3,00	31,51	94,54
SUMAX 50MG 2CPR	Unid	3,00	31,51	94,54
TANDRILAX 15CPR	Unid	9,83	17,79	174,97
TANDRILAX 30CPR	Unid	4,75	33,05	157,00
TARGIFOR C 16CPR	Unid	1,92	51,23	98,19
TYLENOL 750MG 20CPR	Unid	4,17	34,95	145,62
TYLENOL BEBE GTS 15ML	Unid	5,00	30,96	154,80
TYLENOL CRIANC SUSP 60ML	Unid	3,00	25,30	75,90
TYLENOL GTS 15ML	Unid	5,00	26,53	132,67
VALERIANA	Unid	2,00	63,02	126,04
VARICEL 48DRG	Unid	2,00	74,49	148,97
VIAGRA 50MG 1CPR	Unid	5,00	26,52	132,59
VIAGRA 50MG 2CPR	Unid	3,00	55,04	165,13
VICK INALADOR 5G	Unid	3,17	14,83	46,95
VICK VAPORUB 12G	Unid	5,00	29,58	147,91
VICK VAPORUB 30G	Unid	2,25	27,47	61,82
XANTINON B12 100ML	Unid	4,08	13,97	57,03
XANTINON COMPL 1FLAC 10M	Unid	10,67	5,78	61,62
TOTAL				21.014,13

FONTE: Aatoria própria (2015)

7.2.2. Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa é uma ferramenta de gestão financeira que projeta as entradas e saídas de recursos financeiros da empresa, indicando como será o saldo de caixa para o período projetado, nesse caso, a projeção foi realizada para os próximos 5 anos. A Tabela 12 apresenta o fluxo de caixa da drogaria Mais Pharma Saúde. O "ano 0" é o ano de investimento, onde os sócios fazem a injeção financeira para manutenção e estabilização no empreendimento.

O valor de investimento inicial será de R\$ 34.544,24 reais. Após um ano de empresa, a mesma começara a apresentar um fluxo de caixa líquido de R\$ 47.045,45 reais, sendo esta a previsão parcial para os próximos cinco anos de empresa, com algumas variações que se ajustam ao longo do tempo.

Tabela 11. Fluxo de Caixa

Itens	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Entradas						
* Receitas de vendas		252.169,58	252.169,58	252.169,58	252.169,58	252.169,58
* Valor residual				387,00		614,60
TOTAL DAS RECEITAS		252.169,58	252.169,58	252.556,58	252.169,58	252.784,18
Saídas						
* Mão de obra direta		(12.860,16)	(12.860,16)	(12.860,16)	(12.860,16)	(12.860,16)
* Mão de obra indireta		(42.433,63)	(42.433,63)	(42.433,63)	(42.433,63)	(42.433,63)
* Matéria-prima		(126.281,04)	(126.281,04)	(126.281,04)	(126.281,04)	(126.281,04)
* Despesas Administrativas		(9.240,00)	(9.240,00)	(9.240,00)	(9.240,00)	(9.240,00)
* Tributos Federais (PIS, Cofins, IPI e SIMPLES)		-	-	-	-	-
* Tributos Estaduais (ICMS)		-	-	-	-	-
* Tributos Municipais (ISS)		-	-	-	-	-
* Comissões		-	-	-	-	-
* Frete		-	-	-	-	-
* Despesas Variáveis		-	-	-	-	-
TOTAL DAS DESPESAS		(190.814,83)	(190.814,83)	(190.814,83)	(190.814,83)	(190.814,83)
LUCRO OPERACIONAL		61.354,74	61.354,74	61.741,74	61.354,74	61.969,34
* Depreciação		(1.732,68)	(1.732,68)	(1.732,68)	(571,68)	(571,68)
* Juros de financiamento		-	-	-	-	-
LUCRO ANTES DO						

IMP. DE RENDA		59.622,06	59.622,06	60.009,06	60.783,06	61.397,66
* Aliquota de Imposto de Renda		(8.943,31)	(8.943,31)	(9.001,36)	(9.117,46)	(9.209,65)
* Adicional sobre o LAIR		-	-	-	-	-
* Aliquota da Contribuição social		(5.365,99)	(5.365,99)	(5.400,82)	(5.470,48)	(5.525,79)
LUCRO DEPOIS DO IMP. DE RENDA		45.312,77	45.312,77	45.606,89	46.195,13	46.662,22
* Depreciação		1.732,68	1.732,68	1.732,68	571,68	571,68
* Amortização		-	-	-	-	-
* Investimento	(18.643,00)					
* Capital de giro	(15.901,24)					
FLUXO DE CAIXA LÍQUIDO	(34.544,24)	47.045,45	47.045,45	47.339,57	46.766,81	47.233,90

FONTE: Aatoria própria (2015).

O ponto de equilíbrio (PE) é uma ferramenta utilizada para determinar o faturamento bruto mensal que a empresa deve ter para cobrir todos os gastos, porém sem obter lucro algum. No caso da drogaria Mais Pharma Saúde o ponto de equilíbrio mensal é de aproximadamente R\$ 9,607,00 reais. Sendo o PE financeiro de R\$ 115.285,37 no primeiro ano.

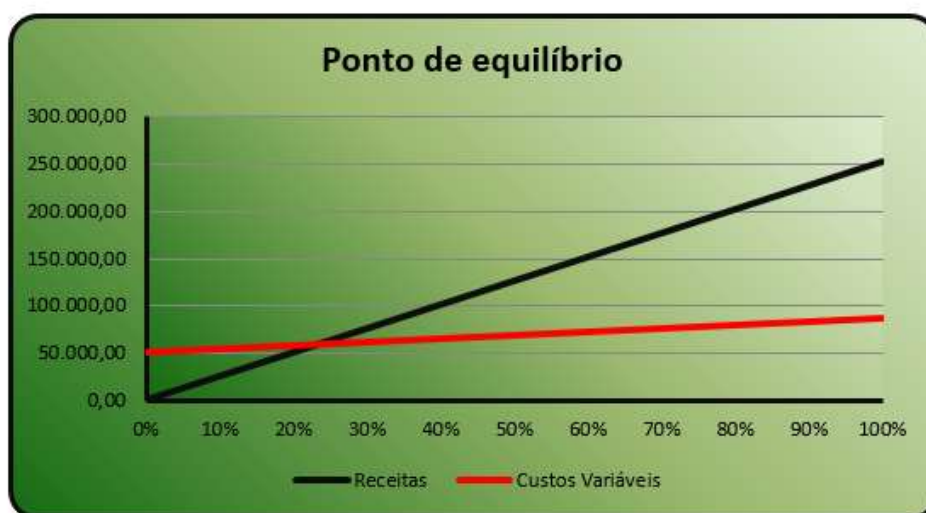


Figura 8. Ponto de Equilíbrio

FONTE: Aatoria própria (2015).

A figura abaixo apresenta as receitas geradas pelas entradas de caixa provenientes de sua atividade operacional da drogaria e os custos incorridos pelos desembolsos.

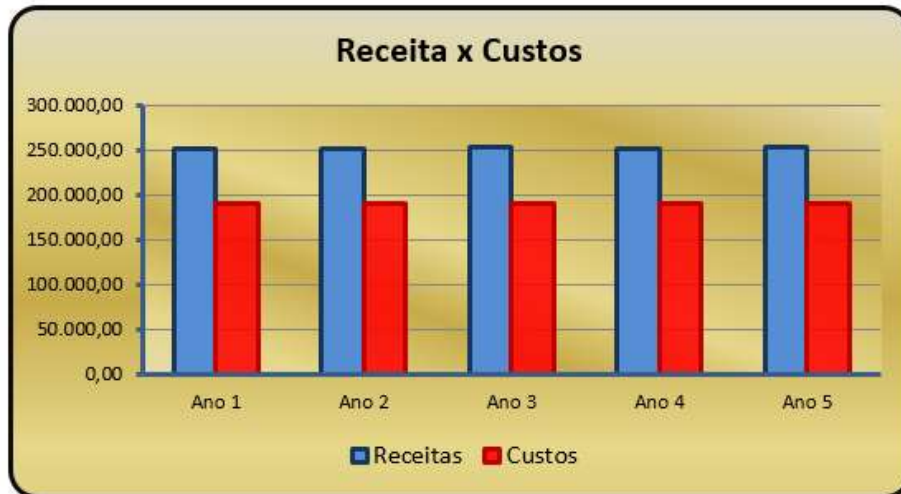


Figura 9. Receita X Custos

FONTE: Autoria própria (2015).

Os indicadores financeiros como o valor presente líquido (VPL) e a taxa interna de retorno (TIR) permitem a análise da viabilidade financeira do negócio. Quanto maior forem o VPL e a TIR, mais lucrativo será o negócio. O investimento é considerado economicamente atraente quando o VPL for positivo. A Figura 9 demonstra o momento em que o VPL é igual a zero, nesse momento, a taxa de atratividade é igual a taxa interna de retorno. É considerado atraente todo investimento que apresente uma TIR maior ou igual a taxa de atratividade.

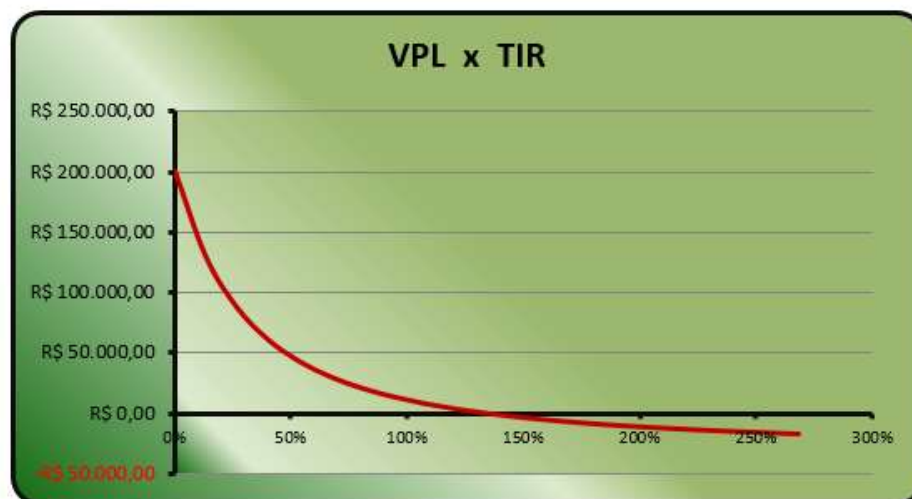


Figura 10. Valor Presente Líquido X Taxa Interna de Retorno

FONTE: Autoria própria (2015).

VPL = R\$ 135.183,28

TIR = 134,32%

Na figura a seguir são demonstrados os valores obtidos no fluxo de caixa líquido para os próximos 5 anos.

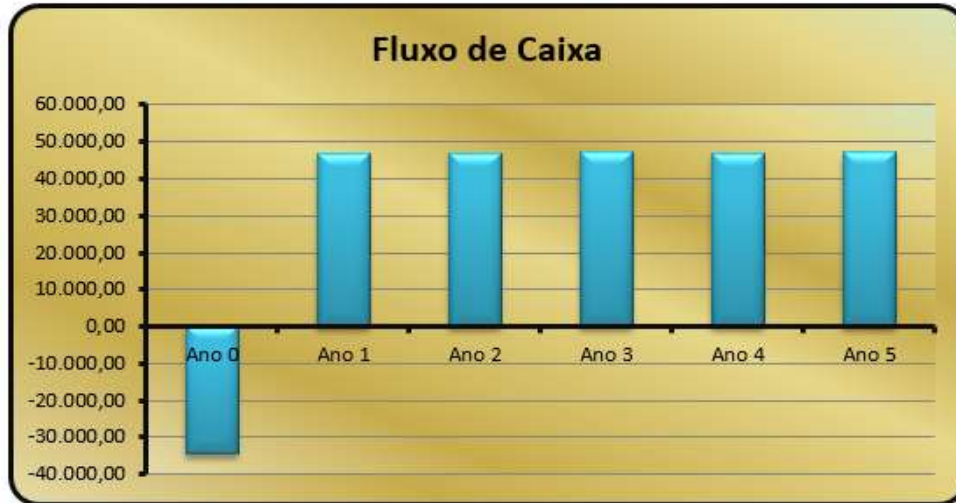


Figura 11. Fluxo de Caixa

FONTE: Autoria própria (2015).

O *payback* é uma técnica de análise de investimento na qual seu valor está relacionado ao tempo necessário para que o lucro líquido da empresa se equipare ao investimento inicial, ou seja, o tempo para recuperação do investimento. No caso da análise da drogaria em implementação, a mesma terá um *payback* de aproximadamente 10 meses (9,87 meses), conforme ilustrado na Figura 7.



Figura 12. Payback

FONTE: Autoria própria (2015).

Payback: 0,82 anos (9,87 meses)

7.3. - Resultados Operacionais

Em relação aos recursos necessários para drogaria, o investimento fixo será de R\$ 7.443,00. O capital de giro necessário é de R\$ 15.901,24, e R\$ 10.600,00 será o valor de estoque inicial de matéria-prima. O capital para iniciar o empreendimento, Mais Pharma Saúde, partirá proporcionalmente de recursos próprios dos sócios, ou seja, cada sócio investirá R\$ 17.272,12 reais, demonstrados na Tabela 13. Com o mesmo montante de investimento, partes iguais, os sócios terão o mesmo nível de responsabilidade, o que caracteriza uma sociedade limitada.

Tabela 12. Recursos Necessários

* Estimativa de Investimento Fixo	7.443,00	21,55%
* Estimativa de Investimento Financeiro		
* Capital de Giro	15.901,24	46,03%
* Estoque inicial	10.600,00	30,69%
* Estimativa de Investimento pré-operacionais	600,00	1,74%
Estimativa Total do Investimento	34.544,24	100,00%
Capital de Terceiros	-	0,00%
Capital Próprio	34.544,24	100,00%

FONTE: Autoria própria (2015).

A rentabilidade mensal do negócio refere-se aos resultados das operações da empresa em um determinado período de investimentos, diante desse contexto a rentabilidade apresentada pela drogaria será de 4,91% apresentado na Tabela 14, assim como demais indicadores financeiros já comentados anteriormente.

Tabela 13. Indicadores Financeiros

Ponto de Equilíbrio Financeiro	115.285,37	<i>45,72% da Receita</i>	<i>no 1º ano</i>
Valor Presente Líquido - VPL	135.183,28		
Taxa Interna de Retorno - TIR	134,32%		
Período de Recuperação do Capital Investido	0,82 ano		9,87 Meses
Índice de Rentabilidade	4,91		
Retorno Adicional sobre o Investimento	17,26%		
Taxa Mínima de Atratividade considerada	12,00%		

FONTE: Autoria própria (2015).

8. CONCLUSÕES

A drogaria Mais Pharma Saúde é um estabelecimento de saúde que visa um atendimento diferencial e de qualidade para seus clientes. Inicialmente foi elaborado o conceito do negócio (área de atuação) e do empreendimento, determinação da razão social e do nome fantasia, assim como estabelecido o endereço da drogaria. Foi avaliado os principais concorrentes e competidores, como, também, a identificação dos pontos fortes e fracos do empreendimento e ameaças e oportunidades. Verificando no posicionamento estratégico de forma geral que as oportunidades elencadas se sobressaem às ameaças e os pontos fortes superam os pontos fracos, no ambiente organizacional.

Na análise de concorrentes é possível observar a presença de concorrentes diretos nas imediações do bairro. Porém, no bairro, localização proposta da drogaria, não existem concorrentes, visto que não existe esse tipo de estabelecimento de saúde no local. Portanto, pode-se afirmar que a empresa tem grande potencial no bairro, e possibilidade de competir de forma adequada com seus concorrentes localizados nos bairros próximos.

Em relação à localização da drogaria ficou determinada a cidade de Caruaru, sendo observado que o melhor local para implementação da empresa é o bairro Baraúnas, visto que não existe esse tipo de estabelecimento no bairro.

Uma das características do Plano de Negócios é o seu dinamismo, sendo importante salientar que as ideias do mesmo não são estáticas e/ou definitivas, podem e devem ser alteradas à medida que o empreendedor observa o mercado ao qual está inserido, adaptando-as em sua empresa e certificando cada vez mais a viabilidade do seu empreendimento.

Com a realização do levantamento das informações descritas acima e a análise financeira, conclui-se que a implantação da drogaria Mais Pharma Saúde na cidade de Caruaru é viável.

8.1. - Análise Final da Viabilidade do Negócio

Determinar a viabilidade do negócio é importante para assegurar o sucesso do investimento inicial e ter um planejamento de retorno, capital investido. A elaboração desse

plano de negócios visa o levantamento de informações sobre o empreendimento, assim como determinar a viabilidade do mesmo.

Portanto, com base nos indicadores financeiros: VPL (Valor Presente Líquido) = R\$ 135.183,28, TIR (Taxa Interna de Retorno) = 134,32%, Payback (Período de Recuperação do Capital Investido) = 0,82 anos (9,87 meses) e o ponto de equilíbrio no primeiro ano = R\$ 115.285,37, foi possível identificar que todos tiveram resultados positivos, tornando assim a drogaria Mais Pharma Saúde um investimento viável.

8.2. - Cronograma de Implantação

A pretensão para abertura da empresa é no primeiro semestre de 2016. Período o qual os sócios, principalmente, a farmacêutica, estará com morando em definitivo na cidade.

ATIVIDADES	2016.1			
	FEV	MAR	ABR	MAI
Abertura da empresa				
Reformas físicas				
Pesquisa de Mercado (conferência)				
Aquisição de Mobília				
Aquisição de Produtos e Insumos Farmacêuticos				
Contratação de Colaboradores				
Treinamento de Colaboradores				
Evento de inauguração				

Funcionamento				
---------------	--	--	--	--

Quadro 5. Cronograma de Atividades

FONTE: A autoria própria (2015).

REFERÊNCIAS

ABRAFARMA. **Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias**. Disponível em < <http://www.abrafarma.com.br/#!sobre-1/c1mp6>>. Acessado em 24 de setembro de 2015.

DAMIAN, C. Plano de Negócio para Abertura de uma Farmácia de Manipulação na Cidade de Itajaí/SC. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade do Vale do Itajaí, Santa Catarina, 2009.

DUARTE, C.; ESPERANÇA, J.P. **Empreendedorismo e Planejamento Financeiro**. Lisboa: Ed. Líbano, Ltd, 2014. ISBN: 978-972-618-783-7

ECKERT, A.; MECCA, M.S.; BIASIO, R.; LIMA, L.C. Plano de Negócio: Viabilidade Econômico-Financeira para um Empreendimento de Decoração de Festas Infantis. In: IX Convibra Administração - Congresso Virtual Brasileiro de Administração, 2011, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: 2011, p. 1-18.

FARINA, M.C. O Relacionamento entre as Farmácias e Drogarias e seu Distribuidor: uma Modelagem à Luz da Teoria do Comprometimento - Confiança do Marketing de Relacionamento. Tese (Doutorado) - Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

FARINA, S.; ROMANO-LIEBER, N.S. Atenção Farmacêutica em Farmácias e Drogarias: Existe um Processo de Mudança? **Saúde e Sociedade**, v.18, n.1, p.7-18, 2009.

FILHO, A.C.G.; ALVES, C.R.; PEREIRA, C.L. Empreendedorismo e Gestão do Conhecimento no Ramo Farmacêutico: Literatura Comparada. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v.5, n.1, p.115-134, 2015.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em < <http://cidades.ibge.gov.br/painel/saude.php?lang=&codmun=260410&search=pernambuco|caruaru|info%EFficos:-estabelecimentos-de-sa%FAde-e-morbididade-hospitalar>>. Acessado em 30 de setembro de 2015.

KUHN, I.V. **Empreendedorismo e Plano de Negócios**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2009. 88 p., Coleção Educação a Distância - Sério Livro-texto). ISBN 978-85-7429-837-5

OLIVEIRA, A.B.; OYAKAWA, C.N.; MIGUEL, M.D.; ZANIN, S.M.W.; MONTRUCCHIO, D.P. Obstáculos da Atenção Farmacêutica no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Farmacêuticas**, v. 41, n.4, p.409-413, 2005.

PEREIRA, L.R.L.; FREITAS, O. A Evolução da Atenção Farmacêutica e a Perspectiva para o Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Farmacêuticas**, v. 44, n.4, p.602-6012, 2008.

RECEITA FEDERAL. **Simples Nacional**. Disponível em < <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>>. Acessado em 19 de novembro de 2015.

SOUZA, J.T.; JÚNIOR, L.C.L. Ações de Marketing para Abertura de uma Drogaria. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Farmácia) - Universidade Estadual de Goiás, Anápolis, 2011.

SOUZA, S.S.; GOMES, T.B. Plano de Negócio para Abertura de uma Farmácia Homeopática na Cidade de Niterói/RJ. Monografia (Pós-Graduação lato sensu em Homeopática) - Instituto Hahnemanniano do Brasil, Rio de Janeiro, 2012.

SOUZA, W.; QUALHARINI, E. O Planejamento Estratégico nas Micro e Pequenas Empresas. In: III Workshop Gestão Integrada: Riscos e Desafios, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: 2007, p. 1-12.

APÊNDICES E ANEXOS