



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE EDUCAÇÃO E SAÚDE
UNIDADE ACADÊMICA DE SAÚDE
BACHARELADO EM FARMÁCIA

ANTONIO JOAQUIM DE LEMOS NETO

**ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS VOLTADO PARA A
IMPLANTAÇÃO DE SERVIÇOS CLÍNICOS EM UMA DROGARIA**

CUITÉ

2016

ANTONIO JOAQUIM DE LEMOS NETO

**ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS VOLTADO PARA A
IMPLANTAÇÃO DE SERVIÇOS CLÍNICOS EM UMA DROGARIA.**

Monografia apresentada à coordenação do curso de Bacharelado em Farmácia da Universidade Federal de Campina Grande como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Farmácia.

Orientadora: Prof.^a MSc. Yonara Monique da C. Oliveira

CUITÉ

2016

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA NA FONTE
Responsabilidade Msc. Jesiel Ferreira Gomes – CRB 15 – 256

L544e Lemos Neto, Antonio Joaquim de.

Elaboração de um plano de negócios voltado para implantação de serviços clínicos em uma drogaria. / Antonio Joaquim de Lemos Neto. – Cuité: CES, 2016.

36 fl.

Monografia (Curso de Graduação em Farmácia) – Centro de Educação e Saúde / UFCG, 2016.

Orientadora: Yonara Monique da Costa Oliveira.

1. Gestão farmacêutica. 2. Serviços clínicos farmacêuticos.
3. Plano de negócio. I. Título.

Biblioteca do CES - UFCG

CDU 615

ANTONIO JOAQUIM DE LEMOS NETO

**ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS VOLTADO PARA A IMPLANTAÇÃO
DE SERVIÇOS CLÍNICOS EM UMA DROGARIA.**

Monografia apresentada à coordenação do curso de Bacharelado em Farmácia da Universidade Federal de Campina Grande como requisito final para a obtenção do grau de bacharel em Farmácia.

Aprovado em: 22/09/2016

PROF^a. MSc. YONARA MONIQUE DA COSTA OLIVEIRA
(ORIENTADORA)

PROF^a. MSc. ANDREZZA DUARTE DE FARIAS
EXAMINADOR 1

PROF^a. MSc. MARIA DA GLÓRIA BATISTA DE AZEVEDO
EXAMINADOR 2

CUITÉ

2016

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por me proporcionar esse momento único. Pois é Dele que vem toda minha força para seguir em frente para superar todos os obstáculos da vida.

Aos meus Pais, Adilson e Nazarena, por estarem sempre me apoiando em toda minha caminhada, são eles que me dar todo o suporte para encarar os desafios diários. Também agradeço as minhas irmãs, Maria Alice e Amélia, por sempre permanecermos unidos em todo nosso crescimento.

Á minha namorada, Ana Flávia, por todo seu apoio e sempre ser atenciosa. Aos meus amigos da vida e da graduação em especial a Antonio Helano, Tiago Barreto, Yago Gomes, Claudio Gomes, Laíla Ferreira, Hyngrid Rayssa e Illana Janik. Também aos outros amigos no qual sempre foram verdadeiros e proporcionaram momentos de alegria comigo.

Por fim quero agradecer a minha orientadora MSc. Yonara Monique, por todo o seu empenho e ensinamentos, destaco a sua disponibilidade para sempre estar esclarecendo dúvidas. Que Deus a abençoe! Também agradeço a banca examinadora, MSc. Maria da Glória e MSc. Andrezza Duarte, por se mostrarem disponíveis a participar do trabalho.

RESUMO

Planejamento é parte fundamental para o sucesso de um negócio, as incertezas são diminuídas e a probabilidade do empreendimento se fixar no mercado aumenta. Portanto, o plano de negócio, que é um documento que mostra detalhadamente por escrito a implantação dos serviços a serem prestados no empreendimento, tem importância estratégica. A constante busca por uma posição de destaque no mercado faz com que farmácias e drogarias busquem os serviços clínicos para obterem um lugar de destaque no mercado. O atual panorama do mercado farmacêutico brasileiro traz a necessidade de oferecer esses serviços clínicos aos pacientes com o objetivo de que estes tenham uma farmacoterapia que implique em melhores resultados. Os serviços clínicos farmacêuticos vêm se tornando algo inovador no ramo de farmácias privadas e tem o farmacêutico clínico como ponto base para que aconteça de maneira eficaz. Para oferecer os serviços em uma drogaria, o plano de negócio foi elaborado para levar a população uma farmacoterapia especializada em uma drogaria privada na cidade de Ferreiros – Pernambuco. Com o objetivo de conhecer a fundamentação de um plano de negócio e realizar um diagnóstico do ambiente do negócio e elaborar um plano de negócio para implantação de serviços clínicos farmacêuticos. Foi feito por uma metodologia de fontes secundárias do tipo exploratório-descritiva. No plano de negócio foram descritos o sumário executivo, a identificação de mercado, o plano operacional, o plano de marketing, o plano financeiro, a construção de cenários e a análise da estratégia todos resultados obtidos com a montagem do plano de negócio foram obtidos expondo todos os seus pontos principais. Conclui-se que o planejamento torna-se essencial para a gestão de uma farmácia, pois os riscos e incertezas são diminuídos além de proporcionar ao gestor visões futuros do seu negócio.

Palavras-chave: Gestão Farmacêutica; Plano de negócio; Serviços clínicos farmacêuticos.

ABSTRACT

Planning is an essential part for the success of a business, the uncertainties are reduced and the probability of the project to fix the market increases. Therefore, a document is prepared which details in writing the implementation of services to be appropriate for the business. Intermittent search for a prominent position in the market causes pharmacies to pursue clinical services to gain a prominent place in the market. The current situation of the Brazilian pharmaceutical market brings the need for specialized pharmacotherapy for the population. Pharmaceutical clinical services are becoming something innovative in private pharmacies branch and has the clinical pharmacist as base point for that to happen effectively. To offer the services in a drug store, the business plan is designed to bring the population a specialized pharmacotherapy in a private pharmacy in the city of Blacksmiths - Pernambuco. In order to know the reasons for a business plan and a diagnosis of the business environment and prepare a business plan for the implementation of pharmaceutical clinical services. In order to know the reasons for a business plan and conduct market analysis where the plan will be put into practice. It was made by a method of secondary sources of exploratory and descriptive. In the business plan were described the executive summary, market identification, business plan, marketing plan, financial plan, scenario building and analysis of strategy all results with the business plan of the assembly were obtained by exposing all its main points. It is concluded that planning becomes essential for the management of a pharmacy, because the risks and uncertainties are reduced as well as providing the manager future visions of your business.

Keywords: Pharmaceutical Management; Business plan; pharmaceutical clinical services.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Layout da drogaria.....	24
------------------------------------	----

LISTA DE ABREVIATURAS

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

CFR – Conselho Federal de Farmácia

CRF – Conselho Regional de Farmácia

MIP – Medicamentos Isentos de Prescrição

PRM – Problemas Relacionados a Medicamentos

RDC – Resolução da Diretoria Colegiada

RNM – Resposta negativa associada a medicamentos

SUS – Sistema Único de Saúde

DATASUS – Departamento de Informática do SUS

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e estatística

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio as pequenas e micro empresas

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Investimento com recursos humanos mensalmente.....	25
TABELA 2 – Investimento inicial na parte estrutural.....	26
TABELA 3 – Investimento inicial com os materiais do consultório.....	27

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 OBJETIVOS.....	11
2.1 OBJETIVO GERAL.....	11
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
3 REFERENCIAL TEÓRICO.....	12
3.1 PLANEJAMENTO.....	12
3.1.1 <i>Plano de negócios</i>	13
3.2 EMPREENDEDORISMO NO MERCADO FARMACÊUTICO DO BRASIL..	14
3.3 ATENÇÃO FARMACÊUTICA E SUA IMPORTÂNCIA PARA A POPULAÇÃO.....	15
3.3.1 <i>Serviços Clínicos em Farmácias e Drograria</i>	16
4 METODOLOGIA.....	20
4.1 TIPO DE ESTUDO.....	20
4.2 LOCAL DE ESTUDO.....	20
4.3 PROCEDIMENTOS DA PESQUISA.....	20
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	21
5.1 SUMÁRIO EXECUTIVO DO PLANO.....	21
5.1.1 <i>Resumo dos pontos</i>	21
5.1.2 <i>Dados do empreendimento</i>	21
5.1.3 <i>Missão e Visão</i>	21
5.2 IDENTIFICAÇÃO DE MERCADO.....	21
5.2.1 <i>Estudos dos cliente</i>	21
5.2.2 <i>Estudos dos concorrentes</i>	22
5.3 PLANO DE MARKETING.....	22
5.3.1 <i>Preço</i>	22
5.3.2 <i>Estratégias promocionais</i>	23
5.4 PLANO OPERACIONAL.....	23
5.4.1 <i>Layout ou arranjo físico</i>	23
5.4.2 <i>Processos operacionais</i>	24
5.4.3 <i>Necessidades de pessoal</i>	25
5.5 PLANO FINANCEIRO.....	25
5.5.1 <i>Estimativas de investimentos fixos</i>	25

5.5.2 <i>Capital de Giro</i>	26
5.5.3 <i>Investimentos pré-operacionais</i>	26
5.5.4 <i>Investimento total</i>	27
5.5.5 <i>Estimativa de faturamento</i>	27
5.6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....	28
5.7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	28
6 CONCLUSÃO	29
7 REFERÊNCIAS	30

1 INTRODUÇÃO

Com a rápida evolução dos negócios, cresce a cada dia a necessidade de um planejamento para que uma empresa entre ou permaneça no mercado sem correr riscos em sua estabilidade. A falta desse planejamento pode acarretar o fechamento de uma empresa. Por isso traçam-se estratégias para que a “vida” do empreendimento seja prolongada e mais segura (LIMA, 2007).

É essencial que o planejamento esteja exposto de maneira documentada com fácil entendimento. Esse plano documentado é chamado plano de negócios, que é uma forma mais simples para programar uma ideia em um devido estabelecimento. Tem como importância, destacar os valores positivos e negativos do negócio, sendo eficaz na tomada de decisões sobre os objetivos a serem traçados futuramente. Ainda, é capaz de apontar os possíveis erros no papel e restringi-los na prática (BRANDÃO, 2013). Nesta perspectiva, o plano de negócio constitui-se como uma grande alternativa para que o negócio tenha êxito, como podendo promover a fidelização de clientes e uma maior atenção voltada para os mesmos.

As drogarias ainda buscam um espaço na sociedade quanto a um estabelecimento de saúde e a ausência de um farmacêutico prestando uma atenção maior ao paciente leva a falta de informação sobre medicamentos como: período de tratamento, posologia, reações adversas, administração e interações medicamentosas na maioria das drogarias traz a necessidade de uma atenção especial voltada ao paciente.

Os serviços clínicos têm crescido junto com a necessidade de um acompanhamento de um profissional especializado, neste caso o farmacêutico, sendo um diferencial que se abre no mercado farmacêutico. Tais serviços são regulamentados pelas resoluções do Conselho Federal de Farmácia (CFF) 585 e 586 de agosto de 2013, que abordam atribuições clínicas e prescrição farmacêutica respectivamente, além da Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 44 de agosto de 2009 que regulamenta as boas práticas farmacêuticas.

Sabe-se que os serviços clínicos em farmácia comercial são uma excelente alternativa para que se tenha o uso racional de medicamentos, além do aumento da confiança exercida do paciente ao farmacêutico. O farmacêutico pode desempenhar um papel fundamental na orientação ao paciente evitando os efeitos adversos relacionados à automedicação.

Com isso, o presente trabalho tem como objetivo elaborar um plano de negócio para uma drogaria especializada em serviços clínicos farmacêuticos, na cidade de Ferreiros, Zona da Mata Norte do estado de Pernambuco (PE), voltado principalmente aos pacientes com

doenças que exigem medicamentos de uso contínuo e que necessitam de uma atenção especializada no seu tratamento farmacológico ou outras medidas não farmacológicas.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Elaborar um plano de negócios para implantação de serviços clínicos em uma drogaria na cidade de Ferreiros/Pernambuco (PE).

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conhecer os fundamentos de um planejamento;
- Realizar um diagnóstico do ambiente de negócio;
- Elaborar um plano de negócio para implantação de serviços clínicos farmacêuticos.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 PLANEJAMENTO

Com o passar do tempo a modernização da sociedade e das instituições financeiras são mais frequentes e para que acompanhem essa evolução, modernizar os negócios implica em traçar metas que podem ser desenvolvidas. Estratégias devem ser fundamentais para um retorno financeiro ou organizacional. Por isso devem ser fornecidas diversas informações de mercado para estabelecer essas metas (ANDRADE E ALBANO, 2010). Planejamentos são feitos por etapas que se dividem em visão, missão, análise da concorrência e outros fatores externos (SCHMITZ et. al., 2013). Segundo Dornelas (2003), o planejamento tem como finalidade estruturação de novos caminhos a serem atingidos. Nele, os riscos e as incertezas são diminuídos facilitando a administração do empreendedor.

Existem três tipos de planejamento em relação aos níveis hierárquicos, são eles: estratégico, tático e operacional. O planejamento estratégico é abordado ao se iniciar um processo gerencial, estabelece um caminho a ser seguido com ações futuras. Nesse tipo de planejamento a empresa é vista de uma maneira geral e analisa os pontos positivos e negativos que possam aparecer no decorrer da sua elaboração (SILVA, et. al., 2013). Tal planejamento é um processo de desenvolvimento que busca ajustar os objetivos, habilidades e recursos de um empreendimento, além de acompanhar as grandes mudanças rotineiras de mercado. Tem como finalidade dar forma as atividades oferecidas pelo estabelecimento e ao negócio em geral (KOTLER, 2000). O planejamento tático é uma metodologia que se desenvolve pelos níveis organizacionais e busca compreender os desafios estabelecidos. Visa o desenrolar de situações futuras para cada área do estabelecimento (financeira, organizacional, cultural, entre outras). Esse planejamento deve estar em paralelo com planejamento estratégico para alcançar os objetivos traçados. É elaborado por gestores que visam projeções futuras de longo ou médio prazo. O planejamento operacional é um indicador dos valores necessários para manter um negócio já estabelecido ou almejar futuros empreendimentos, nele os objetivos e procedimentos estão dispostos de maneira formal. Caracteriza-se por ser um planejamento mais bem detalhado que os outros, pois explica de maneira isolada cada tarefa a ser realizada. Nele definem-se os prazos e metas para implantação de tarefas ou projetos em um negócio (SILVA, et. al., 2013).

Com a implantação de uma nova drogaria ou o aprimoramento das atividades envolvidas em uma drogaria já estabelecida, o planejamento se torna fundamental na “vida”

do seu negócio, pois estabelece as receitas, lucros, fidelização de clientes, entre outros (DORNELAS, 2011).

3.1.1 *Plano de negócios*

Plano de negócios é um tipo de documento em que se expõe detalhadamente o que precisa ser colocado em prática em seu negócio antes de ser aberto ao mercado e em caso de um negócio já existente tem o objetivo de aprimorar as estratégias. Neste documento estão presentes diversos fatores para a funcionalidade do empreendimento como a análise de mercado, concorrência, localidade e alternativas de inovações. Após o plano de negócio ser elaborado pode ser colocado em prática visando obter uma fatia do mercado para realização dos objetivos nele atribuídos (SALIM, 2003).

É um projeto amplo que contém as partes fundamentais para uma empresa ou microempresa, podendo ser diferente para estabelecimentos que desempenham as mesmas atividades. Caracteriza-se pelo conjunto de informações adquiridas em pesquisas de mercado e clientes (SILVA; MENDES; BARBOSA, 2012).

Existem vários tipos de plano de negócios que se distinguem por suas estratégias, com a diversidade de cada tipo de documento. Diante do porte da empresa destacam-se os planos de negócio completo, resumido e operacional.

Segundo Lima (2007), o plano de negócio completo é elaborado com a finalidade de definir os passos de um negócio novo e pode ser originado de algum outro plano que obteve sucesso em outra empresa. Esse plano apresenta uma visão diferenciada do futuro, o tamanho pode variar entre 20 a 40 páginas. O plano resumido, que varia de 10 a 15 páginas, é atribuído nas necessidades de informações resumidas que são fornecidas aos responsáveis pela empresa, podendo alertar para um novo plano que poderia ser um plano de negócios completo. Mostra as maiores metas do plano e visa uma melhor oportunidade de investimento e crescimento da empresa. O plano de negócios operacional é mais usado restritamente aos responsáveis pela empresa. Atribuem metas que são traçadas e planejadas internamente que em seguida são informadas aos funcionários para colocar em prática. O seu tamanho varia de acordo com o projeto.

Quanto à estrutura do plano de negócios, o sumário executivo é uma síntese sobre os serviços ou produtos que a empresa deseja oferecer, sendo o primeiro passo para a elaboração do plano de negócios; deve-se analisar a necessidade da população para colocar em prática todos os outros pontos descritos no plano. A compreensão do meio externo referente ao tipo

de negócio se torna importante, pois é nesse meio onde se identificam os fornecedores, terceirizados, instituições financeiras, entre outros. A identificação do público alvo contribui para a manutenção do negócio, visando identificar os defeitos e também em qual setor deve-se incorporar algo inovador. As características da empresa devem ser expostas no plano para obter uma maior estrutura física e organizacional (MATOS et al., 2004).

O plano de marketing é importante no ponto de partida de um negócio. Deve estar organizado em etapas para a sua realização. De princípio deve deixar claro o objetivo desse plano e qual a sua estratégia. A segunda etapa visa os benefícios que o público alvo irão obter do serviço e em seguida tem-se a identificação da audiência-alvo. É importante listar todos os meios de comunicação a serem usados no plano de marketing e verificar a posição da concorrência. Por último cria-se uma identidade no mercado e as despesas relacionadas ao marketing (RIBEIRO, 2008). Para elaboração do plano de marketing levam-se em consideração diferentes níveis de estratégia de um empreendimento, podendo variar a sua visão futura de acordo com o retorno do seu investimento que pode ser de curto, médio ou longo prazo (COELHO, 2011).

No plano operacional será descrito detalhadamente todos os procedimentos do negócio. Primeiramente o *layout* ou arranjo físico é exposto; após a estrutura começa-se a descrever os procedimentos que serão necessários para o funcionamento do negócio, como a capacidade dos serviços. Por fim os procedimentos operacionais são elaborados visando um bom funcionamento e a necessidade da população. Em seguida o plano financeiro é elaborado, que tem o objetivo de esclarecer as estimativas de investimentos fixos, capital de giro e investimentos pré-operacionais. Em seguida as somas dos investimentos são feitas chegando ao investimento total, podendo-se ter a estimativa de faturamento. Ao descrever todos os detalhes do plano, os cenários futuros podem ser designados (ROSA, 2015).

3.2 EMPREENDEDORISMO NO MERCADO FARMACÊUTICO DO BRASIL

De acordo com os dados do *IMS Healf*, o Brasil ocupa a 4ª posição em relação ao consumo de medicamentos no mundo e também é o país com o maior número de farmácias, contando com cerca de 3,34 farmácias para cada 10 mil habitantes (SINPRAFARMA, 2016). Segundo Paiva (2014) o mercado farmacêutico brasileiro terá um crescimento de 10,4% entre 2013 e 2017. A região nordeste conta com 26,90% do número de farmácias no Brasil

chegando próximo da região sudeste que abrange 38,30% das farmácias do território brasileiro e em seguida vêm as regiões Sul (16,70%), Centro-oeste (10,30%) e Norte (7,80%).

Nos últimos anos a indústria farmacêutica mostrou um avanço em sua estrutura e seus lucros. O varejo farmacêutico no Brasil registrou em média um aumento de 82,2% equivalente a 43 bilhões de reais nos anos de 2007 a 2011. Medicamentos de uso contínuo como os medicamentos usados para dislipidemias, hipertensão e diabetes encabeçam a lista dos mais vendidos no Brasil, além dos Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs) que tem uma parcela significativa nas vendas do varejo brasileiro. As maioria das vendas de medicamentos, cerca de 75%, são realizadas por distribuidores e farmácias e o restante se faz por vendas diretas do laboratório, no qual são destinados a hospitais tanto público quanto privado. Nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Goiás concentram-se a maioria das indústrias farmacêuticas apresentando mais de 70% da oferta de laboratórios no Brasil. As indústrias brasileiras concentram as suas produções nos medicamentos genéricos e similares. Os medicamentos genéricos têm uma parcela importante de contribuição na evolução do mercado farmacêutico; esse fato ocorre devido à indústria conceder um maior desconto ao varejista possibilitando uma queda nos preços dos medicamentos genéricos (PWC, 2016).

Em vista da grande expansão do mercado varejista farmacêutico no Brasil, e segundo os dados acima, principalmente voltados para a venda de medicamentos destinados ao tratamento de doenças crônicas, a implantação de serviços clínicos farmacêuticos direcionados a esta população, representa um diferencial para o negócio de farmácias e drogarias.

3.3 ATENÇÃO FARMACÊUTICA E SUA IMPORTÂNCIA PARA A POPULAÇÃO

Buscando uma melhor qualidade de vida e bem-estar do paciente, o profissional farmacêutico deve ter uma estreita relação com a sociedade no geral. Segundo Machuca et. al. (2004), a atenção farmacêutica caracteriza-se por uma prática do profissional farmacêutico que se torna responsável por todas as necessidades do paciente relacionadas aos medicamentos, é realizada com a detecção, resolução e prevenção de problemas que estão relacionados ao uso do medicamento, ou seja, problemas relacionados a medicamentos (PRM). O serviço é feito de forma continuada, sistemática e documentada, também exigindo uma boa afinidade entre o farmacêutico e o paciente para que os resultados esperados sejam atingidos.

A atenção farmacêutica está inserida nas ações de Assistência Farmacêutica, tendo uma forte relação com diversos fatores como: atitude, ética, comportamento, compromisso, habilidade e corresponsabilidade. Visa à promoção da saúde, prevenção de doenças e recuperação de forma conjunta com outros membros da saúde. O paciente é orientado de forma respeitosa ao seu perfil social, psíquico e biológico sob os devidos cuidados em ações de saúde. (IVAMA, 2002). Na prática, essa atividade será bem sucedida quando se atua junto com outros profissionais para controlar o uso dos medicamentos, e assim auxiliando na prevenção de doenças e promoção à saúde garantindo uma farmacoterapia de qualidade (SERAFIM, 2007).

No Brasil a atenção farmacêutica ainda passa por diversas discussões nos setores da saúde e da educação para a definição do âmbito de suas atividades e melhoria do sistema de saúde brasileiro. Uma das grandes dificuldades para implantar a atenção farmacêutica no Brasil no setor público é o escasso acesso aos medicamentos no SUS (Sistema Único de Saúde); já no setor privado, as farmácias/drogarias ainda lutam para conseguir o “*status*” de um estabelecimento de saúde (PEREIRA; FREITAS, 2008).

No Brasil uma grande parcela dos medicamentos é adquirida com a automedicação, sendo um agravante a pouca disponibilidades dos serviços clínicos ofertados (AQUINO, 2008). Com o grande aumento de novos medicamentos no mercado e as diversas formas de se adquirir medicamentos, internet, por exemplo, a atenção farmacêutica se torna cada vez mais importantes para evitar o uso indiscriminado desses medicamentos. Segundo Serafim (2007), os medicamentos são os principais responsáveis por intoxicações, com isso vem a necessidade de uma nova política de saúde para diminuir esses agravos a saúde da população. O farmacêutico deve orientar tanto a população quanto os outros profissionais de saúde sobre os riscos que um medicamento pode causar (BORTOLON, 2007).

Como a realidade vai ao oposto do que propõe a Política Nacional de Medicamentos, o farmacêutico ainda luta para conseguir o seu espaço na atenção farmacêutica. Para que a atenção farmacêutica seja inserida em farmácias comunitárias uma mobilização deve ser criada por profissionais responsáveis, farmacêutico, e acadêmicos (OLIVEIRA, 2005).

3.3.1 *Serviços Clínicos em Farmácias e Drogarias*

Medicamentos em geral são medidas para o combate a enfermidades e alívio do sofrimento, sendo fundamentais para uma boa qualidade de vida e responsáveis por evitar complicações futuras relacionadas a algum tipo de doença. Seu uso correto é uma forma

eficaz, capaz de influenciar fortemente no tratamento de uma enfermidade (PEPE e CASTRO, 2000). O uso irracional dos medicamentos tem contribuído para o aumento de efeitos adversos e conseqüentemente tendo um impacto nos custos dos sistemas de saúde. Portanto seu uso racional é importante para a resolução desses problemas (VIEIRA, 2007).

Com as grandes mudanças na prática da farmácia observadas atualmente, percebeu-se a necessidade de cuidados clínicos com a aproximação do farmacêutico, visando um melhor desenvolvimento das ações relacionadas a interação paciente-produto. Essa mudança ocorre paralelamente com a necessidade da população, que cada vez mais necessita de um profissional mais qualificado para suprir as suas necessidades farmacoterapêuticas. Os serviços clínicos em farmácia se tornam cada vez mais frequentes no mundo, mas ainda depende de uma boa estrutura nos sistemas de saúde de cada país para fluir com regularidade (CORRER, 2009).

O serviço farmacêutico está aumentando gradativamente, porém esse envolvimento ainda encontra-se muito distante do ideal, tanto no número de profissionais na área quanto à especialização desses profissionais (MESTRINER, 2003).

Esses serviços têm como seu principal objetivo os melhores resultados de saúde obtidos para o paciente e a comunidade de uma maneira geral. Quanto maior for o comprometimento do paciente e do farmacêutico em relação à farmacoterapia, os resultados irão surgir de uma maneira adequada ao tratamento. Esse compromisso firmado entre ambas as partes faz com que se tenham resultados concretos e satisfatórios para uma melhor qualidade de vida do paciente (PINHEIRO, 2010).

A Resolução da Diretoria Colegiada da ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) Nº 44 de 17 de Agosto de 2009 estabelece as Boas Práticas Farmacêuticas para o funcionamento da comercialização de produtos, do controle sanitário, da dispensação de medicamentos e dos serviços farmacêuticos que podem ser executados em farmácias ou drogarias. As Boas Práticas Farmacêuticas são um conjunto de medidas e técnicas que visam contribuir para a melhoria e manutenção da qualidade e segurança, tanto dos produtos ofertados em drogarias ou farmácias quanto os serviços prestados nas mesmas. Tem o objetivo de diminuir o uso irracional de medicamentos e conseqüentemente melhorar a qualidade de vida dos pacientes (BRASIL, 2009).

Segundo Pinto (2011), como medida para diminuir a automedicação a RDC 44/2009 expõe que os medicamentos não isentos de prescrição devem estar atrás do balcão, fazendo com que os pacientes tenham mais acesso ao farmacêutico e que possam esclarecer suas

dúvidas. Esta Resolução afirma que os medicamentos dependem da sua categoria na Agência Nacional de Vigilância Sanitária para determinar a sua possibilidade de exposição, tendo em vista as suas determinadas classificações. Também reforça que esses medicamentos não podem estar expostos aos consumidores, salvo exceção de alguns medicamentos como fitoterápicos, alguns dermatológicos e medicamentos sujeitos a notificação simplificada (NEUMAN, 2013).

A Resolução do Conselho Federal de Farmácia Nº 585 de 29 de Agosto de 2013 regulamenta os serviços clínicos atribuídos aos farmacêuticos legalmente habilitados no Conselho Regional de Farmácia da sua jurisdição. Segunda esta resolução, o farmacêutico pode realizar intervenções farmacêuticas e emitir parecer farmacêutico para os demais membros da equipe de saúde com o objetivo de auxiliar no tratamento farmacológico, podendo adicionar, selecionar, ajustar, interromper ou retirar algum medicamento, se baseando nos conceitos da prescrição de medicamentos e da prescrição farmacêutica (BRASIL, 2013a).

Tais atribuições clínicas do farmacêutico devem propiciar um maior cuidado ao paciente, família e comunidade em geral, visando à otimização da farmacoterapia com o intuito de buscar uma melhor qualidade de vida ao paciente, além de minimizar custos e contribuir para a prescrição médica (MÉLO, 2015). Os serviços farmacêuticos estão paralelamente associados aos serviços de outros profissionais na atenção à saúde. Após a prescrição realizada pelo médico ou outro profissional capacitado a prescrever o paciente deve direcionar-se imediatamente a um farmacêutico para a análise da receita visando uma racionalidade terapêutica, avaliando alguns fatores que possam interferir na terapia adequada (VIEIRA, 2007).

A Resolução do Conselho Federal de Farmácia Nº 586 de 29 de Agosto de 2013 tem o objetivo de regulamentar a prescrição farmacêutica para os farmacêuticos legalmente habilitados e com o registro ativo no CRF (Conselho Regional de Farmácia) da sua unidade federativa. A prescrição farmacêutica restringe-se aos MIPs, plantas medicinais, drogas de origem vegetal ou outras categorias de medicamentos que possa ser inserida nesse tipo de prescrição. O Conselho Federal de Farmácia define prescrição farmacêutica como o ato do acompanhamento do farmacêutico com terapias farmacológicas ou não farmacológicas. Além da intervenção com os cuidados clínicos tendo como maior objetivo o uso racional dos medicamentos (BRASIL, 2013b).

Segundo Mariano e Silva (2015), a prescrição farmacêutica pode contribuir para o surgimento de uma nova era na área de farmácias e drogarias no Brasil, reforçando a função do farmacêutico na sociedade cuidando do bem-estar e também causando um maior reconhecimento sobre a profissão farmacêutica além de estar exaltando os seus valores técnicos e científicos. Não apenas o conhecimento do farmacêutico sobre os medicamentos são necessários para alcançar os resultados desejáveis, o diálogo com paciente tem um papel de extrema relevância ao se elaborar uma prescrição (PEPE, 2000).

De maneira geral, os serviços clínicos em farmácias e drogarias permitem uma maior estrutura referente ao padrão de qualidade oferecido ao estabelecimento, faz com que o farmacêutico clínico tenha apenas foco nos serviços prestados tornando-os mais seguros e qualificado, permitindo não só uma melhoria na saúde da população como também uma maior valorização do estabelecimento e do profissional (FERNANDES, 2014). O planejamento torna-se necessário para o sucesso dos serviços clínicos, pois uma boa estrutura física e organizacional serão pontos bases para o prosseguimento dos serviços ofertados.

4 METODOLOGIA

4.1 TIPO DE ESTUDO

O estudo se caracteriza como uma proposição de planos, utilizando uma abordagem exploratório-descritiva, atuando na busca das informações e investigação através de revisão da literatura e de bancos de dados secundários afim de obter mais esclarecimento sobre o tema objeto da pesquisa.

4.2 LOCAL DE ESTUDO

O plano de negócios a ser desenvolvido, será aplicado para realidade de uma farmácia situada na cidade de Ferreiros localizada na Zona da Mata Norte do estado de Pernambuco. A sua população estimada em 2016 é de 12.008 habitantes e uma área territorial de 88,645 km² (IBGE, 2016).

4.3 PROCEDIMENTOS DA PESQUISA

Para o desenvolvimento desse estudo primeiramente foi realizado uma revisão bibliográfica sobre planejamento, plano de negócios, serviços clínicos em farmácias e drogarias, atenção farmacêutica e a sua importância para a população, além das resoluções 585 e 586 de agosto 2013 e a RDC 44/2009. Esses dados foram coletados em fontes bibliográficas disponíveis em publicações periódicas (jornais e revistas da área de saúde, pesquisas em *sites* especializados, livros, teses e monografias).

Em seguida foram levantadas informações relevantes para que fosse desenvolvido o plano de negócios. Tais informações foram buscadas através de bancos de dados e publicações da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), Departamento de informática do SUS (DATASUS), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), do Conselho Federal de Farmácia (CFF), do Conselho Regional de Farmácia de Pernambuco (CRF/PE), do Serviço Brasileiro de Apoio as Pequenas e Micro Empresas (SEBRAE) e do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). As informações levantadas foram utilizadas para a construção do plano de negócios para implantação de serviços clínicos em uma farmácia do município de Ferreiros/PE, tendo sido utilizado para a construção do plano o modelo disponibilizado pelo SEBRAE (ROSA, 2013)

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 SUMÁRIO EXECUTIVO DO PLANO

O presente trabalho teve por objetivo elaborar um plano de negócio para implantação de serviços clínicos farmacêuticos, de maneira que o farmacêutico possa efetivamente contribuir com a qualidade da saúde do paciente.

5.1.1 Resumo dos pontos

Esses serviços oferecidos serão um acompanhamento da farmacoterapia, como por exemplo, a intervenção farmacêutica, emissão de pareceres para outros profissionais de saúde e a prescrição farmacêutica dentro das normas exigidas pelas resoluções CFF 585 e 586 de Agosto de 2013. Um farmacêutico especializado em farmácia clínica será o responsável por todas as ações voltadas aos pacientes, como aferição da pressão arterial sistêmica, verificação da glicemia e administração de medicamentos e o acompanhamento da farmacoterapia.

5.1.2 Dados do empreendimento

A Farmácia Nossa Senhora Aparecida (CNPJ: 12.037.834 – 0001/50) é localizada na Rua Júlio Veloso Nº 114, no centro da cidade de Ferreiros/Pernambuco (CEP: 55880-000). É uma drogaria que está há quase 30 anos no mercado e procura uma inovação para que seus clientes sejam melhores atendidos, buscando também se adequar a possíveis transformações no panorama das farmácias e drogarias do Brasil.

5.1.3 Missão e Visão

A missão da empresa é fazer com que o paciente tenha total confiança no trabalho do farmacêutico clínico e que os serviços clínicos em farmácias e drogarias privadas se tornem algo mais do dia a dia da população.

A visão é uma maior estabilidade no mercado e confiabilidade dos pacientes nos serviços clínicos e que a drogaria torne-se uma referência em serviços clínicos farmacêuticos em farmácias privadas na região.

5.2 IDENTIFICAÇÃO DO MERCADO

5.2.1 Estudo dos clientes

De acordo com o último censo do IBGE (2016), na cidade de Ferreiros – Pernambuco (PE) é estimada uma população de 12.008 habitantes, 49,36% do sexo masculino

e 50,64% do sexo feminino, com uma densidade demográfica de 127,93 hab/km². O valor do rendimento médio por domicílio rural é R\$ 1.238,95 e o urbano é R\$ 1.145,06. A agricultura destaca-se como fonte de renda para a população, a cana-de-açúcar e o inhame são as principais culturas agrícolas da região. Em segundo plano vem à indústria canavieira e os demais comércios, além dos serviços públicos.

Segundo a Secretaria Municipal de Saúde de Ferreiros/PE o número de hipertensos e diabéticos notificados está aumentando. Atualmente há 1.210 pessoas com HAS (Hipertensão Arterial Sistêmica) e 582 pessoas com diabetes *mellitus* tipo 1 e 2. Levando em consideração que existem alguns casos de pacientes com as duas doenças. Diante das estatísticas as farmácias precisam ter um melhor preparo para atender os pacientes diabéticos e hipertensos, a fim de aumentar a taxa de adesão ao tratamento dessas doenças crônicas e o sucesso da farmacoterapia. A grande maioria dos pacientes que irão usufruir dos serviços clínicos está acima dos 45 anos e pode ser homem ou mulher de todas as classes sociais.

5.2.2 Estudos dos concorrentes

Atualmente, segundo o CRF-PE (Conselho Regional de Farmácia do estado de Pernambuco) a cidade de Ferreiros conta com 8 farmácias/drogarias, sendo 7 drogarias privadas e 1 farmácia básica do município. Nenhuma das farmácias oferecem os serviços clínicos como uma forma de acompanhamento para os seus pacientes, por isso a viabilidade de uma farmácia que ofereça esses serviços. Com o interesse da Farmácia Nossa Senhora Aparecida (Rua Júlio Veloso, 114 – Centro) procurando ser a pioneira na cidade em oferecer serviços clínicos farmacêuticos a seus clientes vem à necessidade de um planejamento.

5.3 PLANO DE MARKETING

5.3.1 Preço

A consulta farmacêutica será cobrada, além de exigir um esforço por parte do profissional farmacêutico clínico também será exigido por parte da empresa um retorno financeiro. O valor da consulta será de R\$ 50,00 (cinquenta reais), para chegar ao valor acordado foram avaliados as condições socioeconômicas da população comparando com drogarias de outras regiões que já oferecem os serviços clínicos. O retorno consulta pode ser mensal para que o monitoramento seja feito da maneira correta. Ao final da consulta será gerado um recibo para ao paciente com seus dados pessoais (nome, endereço, telefone, CPF, RG) já que um serviço de saúde foi prestado. O farmacêutico por questões éticas e

profissionais não deve indicar a farmácia para o paciente adquirir os medicamentos, porém não há registro legal e ético que impeça o paciente de adquirir o medicamento na farmácia a qual prestou os serviços clínicos, ficando à vontade sobre a escolha do local onde deseja adquirir.

5.3.2 *Estratégias promocionais*

O marketing da empresa será inovador, o cliente terá total apoio e conforto na hora de escolher a sua melhor maneira de adquirir os serviços clínicos farmacêuticos. Serão oferecidos descontos especiais na compra de medicamentos aos pacientes que estão recebendo a consulta do farmacêutico, esses descontos podem variar entre 15% e 30%. Tais descontos serão de acordo com as estratégias das distribuidoras, sabe-se que na compra de medicamentos similares e genéricos descontos no preço de fábrica são repassados para a drogaria.

Outra estratégia é o desconto na consulta quando se realiza uma compra acima de R\$ 100,00 (cem reais), também quando realizarem compras acima de R\$ 200,00 (duzentos reais) a consulta será oferecida gratuitamente. Serão prestados os serviços clínicos também no balcão, porém será algo mais sucinto e essencial na divulgação dos serviços clínicos. Deixa-se claro que o principal objeto da drogaria é levar ao cliente os serviços farmacêuticos para melhorar a qualidade de vida, assim, aumentando o fluxo e as vendas na drogaria.

Uma parceria será formada com outros profissionais da saúde a fim de manter um convênio que divulgue os serviços e aproxime o farmacêutico clínico com outros profissionais de saúde. Esses convênios serão feitos com clínicas multiprofissionais e academias, a fim de estabelecer descontos aos pacientes utilizem dos estabelecimentos conveniados. Futuramente podem-se implantar esses serviços para clínicas médicas que tenham o interesse. A divulgação será feita em congressos de saúde organizado pela própria drogaria, programa de rádio, panfletagem, entrevistas sobre conscientização dos serviços em revistas ou jornais e palestras ministradas pelo farmacêutico clínico sempre colocando a saúde da população em primeiro plano.

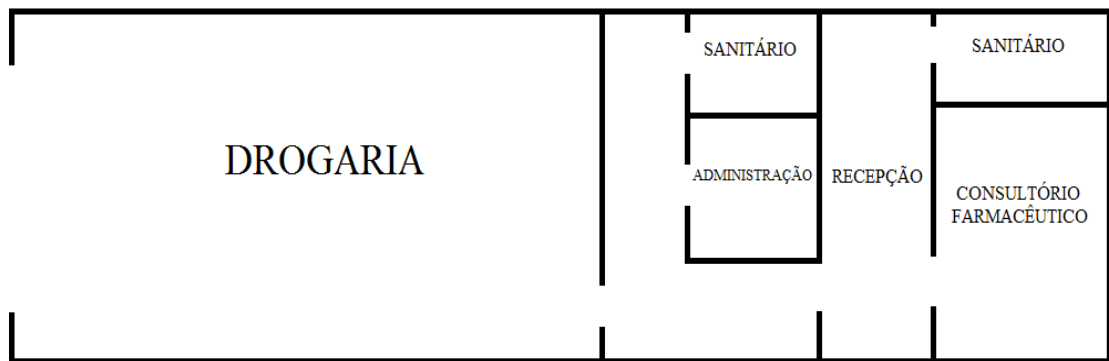
5.4 PLANO OPERACIONAL

5.4.1 *Layout ou arranjo físico*

O consultório farmacêutico terá todas as adequações junto às normas da ANVISA e da RDC 44/2009, ficando instalado nas dependências da Farmácia Nossa Senhora Aparecida. Os

serviços clínicos serão inseridos na documentação da farmácia para que a vigilância sanitária local tenha o conhecimento dessas novas atividades desenvolvidas no estabelecimento. Ainda não existe uma regulamentação da ANVISA sobre os padrões exigidos em um consultório farmacêutico, mas sabe-se que em dias de constante modernização, o farmacêutico deve ter a sua disposição uma boa estrutura para desempenhar bem a sua função. Então se busca nesse plano de negócio um planejamento tanto financeiro quanto de capacitação do profissional, visando que com um curto período de tempo a população familiarize-se com os serviços clínicos oferecidos pela farmácia.

Figura 1 – Layout da drogaria



Fonte: Arquivo do autor, 2016

5.4.2 Processos operacionais

A consulta será marcada na recepção e em seguida o paciente será submetido a uma triagem onde alguns parâmetros serão aferidos como: glicemia, pressão arterial sistêmica, peso, idade e sexo. Após a triagem o paciente será encaminhado ao farmacêutico clínico, onde será realizada a consulta, com o objetivo de avaliar sua farmacoterapia. Durante o acompanhamento, alguns exames laboratoriais como verificação de triglicerídeos, colesterol LDL e colesterol HDL poderão ser solicitados para uma melhor avaliação. O acompanhamento farmacoterapêutico será desenvolvido a partir de princípios básicos da atenção farmacêutica com a detecção, prevenção e resolução de RNM's (Resposta negativa associada aos medicamentos) e PRM's (Problemas relacionados a medicamentos). Esses problemas podem ser as reações adversas, adesão ao tratamento afetada por fatores socioeconômicos, interações medicamentosas, entre outros.

5.4.3 Necessidades de pessoal

Inicialmente irá precisar de 2 funcionários exclusivos para os serviços clínicos: um farmacêutico especializado em farmácia clínica e um recepcionista que auxiliará o farmacêutico.

O proprietário da empresa e demais dirigentes devem contribuir para que ocorra uma melhor fluidez dos serviços clínicos, colaborando e dando suporte para o farmacêutico clínico possibilitando a execução destes serviços, focando apenas nas suas atividades clínicas. Após todos esses procedimentos o farmacêutico deve estabelecer uma parceria com outros profissionais de saúde para que seja colocada em prática as possíveis intervenções planejadas farmacoterapia.

Espera-se um bom resultado em médio prazo e um maior reconhecimento da população para os serviços clínicos. Com o passar do tempo o número de funcionários exclusivo para as vendas na farmácia deve aumentar, já que pelo menos um deles possa trabalhar apenas no consultório farmacêutico.

5.5 PLANO FINANCEIRO

5.5.1 Estimativas de investimentos fixos

Serão investidos com recursos humanos serão investidos R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) mensalmente, salários acordados com os funcionários e encargos trabalhistas, com os materiais e despesas fixas (internet, água, energia e matérias do consultório) necessárias para o funcionamento do consultório o investimento será em média R\$ 300,00 (trezentos reais).

Tabela 1 – Investimento com recursos humanos mensalmente

Funcionário	Salário (R\$)
Farmacêutico clínico	3.500,00
Recepcionista/Auxiliar	1.500,00
Despesas fixas	300,00

Fonte: Arquivo do autor, 2016

5.5.2 Capital de Giro

O capital de giro será de R\$ 1.000,00 (mil reais), que foi estabelecido de acordo com a necessidade dos gastos mensais da empresa. O empreendedor usará em momentos de necessidades para cobrir gastos e despesas.

5.5.3 Investimentos pré-operacionais

O investimento para a implantação dos serviços clínicos oriundo de com recursos próprios. Primeiramente será feito uma reforma na parte estrutural da farmácia e em seguida serão adquiridos os materiais a serem usados. Outro fator importante será o treinamento das pessoas que irão trabalhar junto ao farmacêutico, neste caso os recursos humanos. Na parte estrutural do plano de negócio está previsto um investimento de R\$ 2.300,00 (dois mil e trezentos reais) com a reforma do prédio. Com os materiais de consultório serão investidos inicialmente R\$ 4.300,00 (quatro mil reais). Todo o investimento inicial que totaliza R\$ 6.600,00 (seis mil e seiscentos reais) está detalhado nas tabelas 2 e 3 respectivamente. Esses investimentos são fundamentais para no decorrer do negócio, a partir dele é possível prever o quanto será vantajoso ou não a implantação dos serviços clínicos.

Tabela 2 – Investimento inicial na parte estrutural

Investimento Inicial	Valor (R\$)
Mão de obra	800,00
Pintura	300,00
Materiais de Construção	1.200,00

Fonte: Arquivo do autor, 2016

Tabela 3 – Investimento inicial com os materiais do consultório

Materiais de Consultório	Valor (R\$)
Computador	1.500,00
Impressora	500,00
Ar condicionado	1.200,00
Cadeiras e birô	500,00
Aferidor de glicemia	100,00
Aferidor de pressão arterial	120,00
Materiais de escritório	80,00
Livros	300,00

Fonte: Arquivo do autor, 2016

5.5.4 *Investimento total*

Com a somatória dos investimentos parciais, como despesas mensais e despesas fixas, chegou-se a um investimento total de R\$ 11.600,00 (onze mil e seiscentos reais).

5.5.5 *Estimativa de faturamento*

Quanto ao retorno financeiro estima-se um retorno em médio prazo, a drogaria visa o aumento do fluxo de clientes e tem total convicção que os serviços clínicos são uma alternativa de fidelização de clientes. A venda de medicamentos será o principal intuito da drogaria, então todo o lucro com medicamentos irá ajudar na sustentabilidade dos serviços. A consulta farmacêutica será um ponto de apoio para manter a funcionalidade do plano de negócio, sabe-se que são necessários R\$ 5.300,00 (cinco mil e trezentos reais), então uma demanda de 80 pacientes mensais totalizará um valor em média R\$ 4.000,00 (quatro mil reais) ficando um *déficit* de mais ou menos R\$ 1.300,00 (mil e trezentos reais) que será suprido com a venda de medicamentos.

5.6 CONTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Na busca por uma melhor logística, os serviços futuramente podem passar a ser domiciliar e na farmácia, ficando a escolha do paciente. Dependendo do sucesso do negócio outro farmacêutico pode ser admitido para apenas ficar responsável pelo acompanhamento a domicílio.

Com o passar do tempo será analisado a possibilidade de aumentar a gama de pacientes com outros tipos de doenças, como por exemplo, portadores de dislipidemias e asma, exigindo assim do farmacêutico clínico um maior conhecimento sobre a área. A criação de um consultório especializado em consultas farmacêuticas é meta em longo prazo, dependendo da aceitação por parte da população e da demanda por esses serviços.

5.7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Como ponto forte a drogaria será a única na região a oferecer um atendimento especializado aos clientes, também não terá concorrentes que ofereçam o atendimento fazendo com que obtenha um lugar de destaque no mercado. Os pontos fracos serão a pouca qualificação de profissionais habilitados para oferecer os serviços e a escassez de clientes interessados no acompanhamento, acarretando em um maior período de tempo para que o plano possa fluir da maneira correta.

6 CONCLUSÃO

Ao fim do trabalho concluiu-se que planejar é fundamental para inserção de serviços clínicos em uma drogaria já estabelecida no mercado, pois deixará o gestor com uma maior segurança e facilidade para conduzir o seu negócio e é através dele que o empreendimento terá projeções futuras facilitadas.

A cidade de Ferreiros/PE necessita de uma drogaria com um acompanhamento especializado para a população melhorar a qualidade de vida, com isso a ideia da Farmácia Nossa Senhora Aparecida surgiu como a principal alternativa visto que outras drogarias da região dispõem dos serviços clínicos farmacêuticos.

O plano de negócios foi fundamental para que todos os pontos do planejamento fossem visto documentadamente antes de serem colocados em prática, e assim diminuísse todas as incertezas que pudessem vir no decorrer do negócio. Os serviços clínicos em drogarias privadas são uma inovação na área, necessitando de uma atenção especial para que seja fixado ao atual panorama do mercado farmacêutico brasileiro. As regulamentações 585 e 586 de 2013 servem como pontos bases para que esses serviços ocorram de maneira eficaz. A sociedade no geral ainda não está familiarizada com esses serviços, exigindo um maior esforço por parte do farmacêutico clínico e da drogaria.

7 REFERÊNCIAS

ANDRADE,R.; ALBANO,V. Desenvolvimento de Modelo de Planejamento e Gestão em uma Entidade de Serviços Autônomos: o Caso do SEBRAE-SP, In: **XXIII Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica, 2004, Curitiba. Anais do XXIII Simpósio de gestão da Inovação Tecnológica. São Paulo, 2010.**

AQUINO, D. S. de. "Por que o uso racional de medicamentos deve ser uma prioridade." **Ciência & Saúde Coletiva**. Sup.13, p.733-736, 2008.

CASTRO, M. S. de.; et al. Contribuição da atenção farmacêutica no tratamento de pacientes hipertensos. **Rev Bras Hipertens**, v. 13, n. 3, p. 198-202, 2006.

CORRER, C. J. Satisfação dos usuários com serviços da farmácia: tradução e validação do Pharmacy Services Questionnaire para o Brasil Patient satisfaction with pharmacy services: translation and validation of the Pharmacy Services. **Cad. Saúde Pública**, v. 25, n. 1, p. 87-96, 2009.

BRASIL.CRF. Conselho Federal de Farmácia. Resolução nº 585 de agosto de 2013, regula a prescrição farmacêutica e dá providências. Disponível em: <<http://www.cff.org.br/userfiles/file/resolucoes/585.pdf>. Acesso em abril de 2016>. Acesso em: 25 mai. 2016.

_____.CRF. Conselho Federal de Farmácia. Resolução 586 de agosto de 2013, regula a prescrição farmacêutica e dá providências. Disponível em: <http://www.cff.org.br/userfiles/file/resolucoes/586.pdf>. Acesso em abril de 2016. Acesso em: 25 mai. 2016.

_____.CRF. Conselho Federal de Farmácia. Resolução nº 499, 17 de dezembro de 2008, que dispõe sobre a prestação de serviços farmacêuticos, em farmácias e drogarias, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.cff.org.br/userfiles/file/resolucoes/499.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2016.

DA SILVA SANTOS, A. C; ADAMI–ARIADNE, A. D S.; DA SILVA, D. H. D;

Planejamento e controle orçamentário com ferramenta da gestão. **Revista Científica do UNISALESIANO**, p. 136. São Paulo, 2013.

DORNELAS, J.C.A. Empreendedorismo Corporativo. 1º ed. Rio de Janeiro: **Editora Elsevier**, p. 300. São Paulo, 2003.

DORNELAS, J.C.A. **Plano de Negócio – Seu guia definitivo**. 1º ed. Rio de Janeiro: **Editora Elsevier**, p. 38. São Paulo, 2011.

FERNANDES, B. D.; Avaliação da qualidade dos serviços farmacêuticos prestados em farmácias comunitárias e a satisfação dos usuários: uma análise espacial. **Universidade Federal do Paraná**, v. 1 p. 87. Curitiba, 2014.

GIROTTO, E.; SILVA, P. V. da. A prescrição de medicamentos em um município do Norte do Paraná. **Revista brasileira de epidemiologia**, v. 9, n. 2, p. 226-234, 2006.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE cidades, 2016. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=260550&search=pernambuco>>. Acesso em: set. 2016.

IVAMA, A. M. Consenso brasileiro de atenção farmacêutica: proposta. **Organização Pan-Americana de Saúde**, p. 24. Brasília, 2002.

KOTLER, Philip – Administração de Marketing – 10ª Edição – Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística; **Revisão técnica Arão Sapiro**, p. 86. São Paulo, 2000.

LYRA JUNIOR, D.P; AMARAL, R. T; VEIGA, E. V; CÁRNIO, E. C; NOGUEIRA, M. S; PELÁ, I. R. La farmacoterapia, en el anciano; la actuación, una revisión sobre. A farmacoterapia no idoso: revisão sobre a abordagem multiprofissional no controle da hipertensão arterial sistêmica. **Rev Latino-am Enfermagem**, v. 14, n. 3, p. 435-441, 2006.

MACHUCA, M.; FERNÁNDEZ-LLIMÓS, F.; FAUS, M. J. Método Dáder: manual de acompanhamento farmacoterapêutico. **Granada: GIAF-UGR**, 2003.

MARIANO, I. V.; SILVA, N. H. da. Avaliação do profissional farmacêutico frente a prescrição de medicamentos. **Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Pindamonhangaba**, p. 32. São Paulo, 2015.

MATOS, A. C. de; MELCHOR, P. Comece Certo Farmácia. **Revista SEBRAE**, v. 34, n 1, p. 7-8. Distrito Federal, 2004.

MÉLO, D. V. D'A. Análise da importância do farmacêutico nas intervenções farmacêuticas. 2015. **Tese de pós-graduação Instituto Nacional De Ensino Superior e Pesquisa**. Pernambuco, 2015.

MESTRINER, D. C. P. O farmacêutico no serviço público de saúde: a experiência do município de Ribeirão Preto-SP. **Tese de Doutorado Universidade de São Paulo**. São Paulo, 2003.

NEUMANN, C. S. R.; SANTOS, C. B. S. dos; TENC, S. Implementação do gerenciamento por categorias para medicamentos em uma rede farmacêutica. **Produto & Produção**, v. 14, n. 1, p. 40-54, 2013.

OLIVEIRA, A. B.; et al. Obstáculos da atenção farmacêutica no Brasil. **Brazilian Journal of Pharmaceutical Sciences**, v. 41, n. 4, 2005.

PAIVA, P. Mercado brasileiro 2014 e futuro. **Close up international**. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/TorrentLaboratory/06082014-mercado-farmacutico-brasil-2014-e-futuro-farmcias-e-distribuio-closeup-paulo-paiva-diretor-regional-latam>>. Acesso em: ago. 2016.

PEPE, V. L. E; CASTRO, C. G. S. O. A interação entre prescritores, dispensadores e pacientes: informação compartilhada como possível benefício terapêutico. **Caderno Saúde Pública**, v. 16, n. 3, p. 815-22, 2000.

PEREIRA, L. R. L.; FREITAS, O. de. A evolução da Atenção Farmacêutica e a perspectiva para o Brasil. **Brazilian Journal of Pharmaceutical Sciences**, v. 44, n. 4, São Paulo, 2008.

PINHEIRO, R. M. Serviços farmacêuticos na atenção primária à saúde. **Tempus Actas de Saúde Coletiva**, v. 4, n. 3, p. 15-22. Rio de Janeiro, 2010.

PWC. Setor farmacêutico no Brasil. Disponível em: <www.pwc.com.br>. Acesso em: ago. 2016.

RIBEIRO, A. Plano de Marketing. Universidade de Coimbra Departamento de Departamento de Engenharia Informática. Coimbra-Portugal, 2008.

ROSA, C. A. Como elaborar um plano de negócios. **Revista SEBRAE**, v.1, n.1, p. 19 – 66; Distrito Federal, 2013.

SALIM, C. S. Como fazer um plano de negócios?. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/27750E4C87A8DB318325737F004B1836/\\$File/NT00037266.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/27750E4C87A8DB318325737F004B1836/$File/NT00037266.pdf)>. Acesso em: mar. 2016.

SCHMITZ, S; et al. O planejamento como instrumento de gestão estratégica de negócios. **Centro Universitário Barriga Verde – UNIBAVE- Campus**. Santa Catarina, 2013.

SERAFIM, E. O. P; et al. Qualidade dos medicamentos contendo dipirona encontrados nas residências de Araraquara e sua relação com a atenção farmacêutica. **Rev Bras Ciênc Farm**, v. 43, n. 1, 2007.

SILVA, E. ; MENDES, I. R.; BARBOSA, L. P. P. **Plano de Negócios. Conex-Apresentação Oral – Resumo expandido**. Paraná, 2012.

SINPRAFARMA/SP. Sindicato dos praticos de farmácia e dos empregados do comércio de drogas, medicamentos e produtos farmacêuticos do estado de São Paulo. Setor de farmácias cresce e amplia faturamento. Disponível em:<<http://www.sinprafarmasp.org.br/noticia.php?nt=530>>. Acesso em: ago. 2016.

VIEIRA, F. S.; et al. Possibilidades de contribuição do farmacêutico para a promoção da saúde. **Cien Saude Colet**, v. 12, n. 1, p. 213-220, Curitiba, 2007.