

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**PLANO DE NEGÓCIOS: FARMACERTA**

**NAELSON DA COSTA SIMÕES**

**NAELSON DA COSTA SIMÕES**

**PLANO DE NEGÓCIOS: FarmaCerta**

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

**Orientador:** César Emanuel Barbosa de Lima, Prof. Dr.

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

S593p Simoes, Naelson da Costa.

Plano de negócios: Farmacerta / Naelson da Costa  
Simoes. - João Pessoa, 2026.  
38 f. : il.

Orientação: Cesar Emanuel Barbosa de Lima.  
TCC (Especialização) - UFPB/CCSA.

1. Negócios. 2. Empreendedorismo. 3. Comércio  
farmacêutico. 4. Planejamento empresarial. I. Lima,  
Cesar Emanuel Barbosa de. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658(043)

# FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração.

**Aluno:** Naelson Da Costa Simões

**Trabalho:** Plano De Negócios: FarmaCerta

**Área da Pesquisa:** Gestão Estratégica

**Data de Aprovação:** 03 de agosto de 2026.

## Banca Examinadora

Documento assinado digitalmente  
 **CESAR EMANOEL BARBOSA DE LIMA**  
Data: 05/08/2026 16:13:15-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

César Emanuel Barbosa de Lima, Prof. Dr.  
Orientador

Documento assinado digitalmente  
 **WAGNER SOARES FERNANDES DOS SANTOS**  
Data: 06/08/2026 12:00:14-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Wagner Soares F. dos Santos, Prof. Dr.  
Membro Examinador

Documento assinado digitalmente  
 **NADJA VALERIA PINHEIRO**  
Data: 06/08/2026 21:27:51-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Nádja Valéria Pinheiro, Profª Drª  
Membro Examinador

João Pessoa/PB  
2026

## **AGRADECIMENTOS**

Ao Senhor Deus, toda honra e glória eternamente, amém!

Aos meus pais, Nivaldo e Neilma por todo o apoio e suporte, físico, emocional e financeiro, desde os primeiros anos da minha educação infantil até este momento. Dedico a vocês o privilégio de ser o primeiro a concluir o ensino superior em nossa família;

A namorada, Giglyene, por todo o amor, incentivo e apoio durante o desenvolvimento deste trabalho. Você foi/é, sem dúvidas, um dos pilares desta conquista, além de uma grande fonte de inspiração.

Ao Professor César Emanuel Barbosa de Lima, por desde o primeiro período do Curso ter sido sempre prestativo e solícito nas atividades do curso, e especialmente durante a elaboração deste Trabalho de Conclusão de Curso ter sido um exímio docente e ter prestado todo o apoio possível nesta jornada;

E todos os Professores do Curso de Administração do CCSA/UFPB, em Especial aos Professores Wagner Soares e Nádja Pinheiro pela disponibilidade.

**Muito obrigado!**

## LISTA DE TABELAS

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| Tabela 1 – Capital Social .....                        | 12 |
| Tabela 2 – Lista de Fornecedores Locais .....          | 14 |
| Tabela 3 – Pesquisa de Mercado .....                   | 16 |
| Tabela 4 – Índice de Markup .....                      | 18 |
| Tabela 5 – Necessidade de Pessoal .....                | 24 |
| Tabela 6 – Investimentos Fixos .....                   | 25 |
| Tabela 7 – Total do Estoque Inicial .....              | 27 |
| Tabela 8 – Prazo Médio de Vendas .....                 | 27 |
| Tabela 9 – Pagamento a Fornecedores .....              | 28 |
| Tabela 10 – Necessidade de Capital de Giro .....       | 28 |
| Tabela 11 – Cálculo do Caixa Mínimo .....              | 28 |
| Tabela 12 – Total do Capital de Giro .....             | 29 |
| Tabela 13 – Investimentos Pré-Operacionais .....       | 29 |
| Tabela 14 – Investimento Total .....                   | 29 |
| Tabela 15 – Estimativa de Faturamento Mensal .....     | 30 |
| Tabela 16 – Custos de Comercialização .....            | 30 |
| Tabela 17 – Custo das Mercadorias Vendidas (CMV) ..... | 31 |
| Tabela 18 – Salário e Encargos – Gerente .....         | 31 |
| Tabela 19 – Salário e Encargos – Atendente 1 .....     | 32 |
| Tabela 20 – Salário e Encargos – Atendente 2 .....     | 32 |
| Tabela 21 – Custos Fixos Operacionais Mensais .....    | 33 |
| Tabela 22 – Demonstrativo de Resultados .....          | 33 |
| Tabela 23 – Índice de Margem de Contribuição .....     | 34 |
| Tabela 24 – Lucratividade .....                        | 35 |
| Tabela 25 – Rentabilidade .....                        | 35 |
| Tabela 26 – Prazo de Retorno do Investimento .....     | 36 |
| Tabela 27 – Cenário Otimista .....                     | 36 |
| Tabela 28 – Cenário Pessimista .....                   | 37 |
| Tabela 29 – Formulário da Pesquisa de Mercado .....    | 38 |

## LISTA DE FIGURAS

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 – Anexo I da Lei Complementar nº 123/2006 .....             | 11 |
| Figura 2 – Fornecedores na Região Metropolitana de João Pessoa ..... | 14 |
| Figura 3 – Análise SWOT .....                                        | 15 |
| Figura 4 – Logomarca .....                                           | 15 |
| Figura 5 – Realização da Pesquisa de Mercado .....                   | 17 |
| Figura 6 – Vista de Frente do Imóvel .....                           | 19 |
| Figura 7 – Logradouro .....                                          | 20 |
| Figura 8 – Comércio Locais .....                                     | 21 |
| Figura 9 – Layout .....                                              | 22 |
| Figura 10 – Processos Operacionais .....                             | 23 |
| Figura 11 – Índice de Margem de Contribuição .....                   | 34 |
| Figura 12 – Fórmula da Lucratividade .....                           | 34 |
| Figura 13 – Fórmula da Rentabilidade .....                           | 35 |
| Figura 14 – Fórmula do Prazo de Retorno do Investimento .....        | 35 |

## SUMÁRIO

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 SUMÁRIO EXECUTIVO .....                                                  | 09 |
| 1.1 Resumo dos Principais Pontos do Plano de Negócios .....                | 09 |
| 1.2 Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições ..... | 10 |
| 1.3 Dados do Empreendimento .....                                          | 10 |
| 1.4 Missão, Visão e Valores da Empresa .....                               | 10 |
| 1.5 Setores de Atividades .....                                            | 11 |
| 1.6 Forma Jurídica .....                                                   | 11 |
| 1.7 Enquadramento Tributário .....                                         | 11 |
| 1.8 Capital Social .....                                                   | 12 |
| 1.9 Fonte de Recursos .....                                                | 12 |
| 2 ANÁLISE DE MERCADO .....                                                 | 12 |
| 2.1 Estudo dos Clientes .....                                              | 12 |
| 2.1.1 Perfil .....                                                         | 13 |
| 2.1.2 Comportamento dos Clientes .....                                     | 13 |
| 2.1.3 Área de Abrangência dos Clientes .....                               | 13 |
| 2.2 Estudo dos Concorrentes .....                                          | 13 |
| 2.3 Estudo dos Fornecedores .....                                          | 14 |
| 2.4 Análise da Matriz F.O.F.A. ou SWOT .....                               | 15 |
| 3 PLANO DE MARKETING .....                                                 | 15 |
| 3.1 Definição da Marca .....                                               | 15 |
| 3.2 Definição do Público-Alvo .....                                        | 16 |
| 3.3 Descrição dos Preços .....                                             | 17 |
| 3.4 Estratégias Promocionais .....                                         | 18 |
| 3.5 Estrutura de Comercialização .....                                     | 18 |
| 3.6 Localização do Negócio .....                                           | 18 |
| 4 PLANO OPERACIONAL .....                                                  | 21 |
| 4.1 Layout e Arranjo Físico .....                                          | 21 |
| 4.2 Capacidade Produtiva, Comercial e Prestação de Serviços .....          | 22 |
| 4.3 Processos Operacionais .....                                           | 23 |
| 4.4 Necessidade de Pessoal .....                                           | 24 |
| 5 PLANO FINANCEIRO .....                                                   | 25 |
| 5.1 Investimentos Fixos .....                                              | 26 |
| 5.2 Capital de Giro .....                                                  | 27 |
| 5.2.1 Estimativa de Estoque Inicial .....                                  | 27 |
| 5.2.2 Caixa Mínimo .....                                                   | 27 |
| 5.3 Investimentos Pré-Operacionais .....                                   | 29 |
| 5.4 Investimento Total .....                                               | 29 |
| 5.5 Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa .....                      | 29 |
| 5.6 Estimativa dos Custos de Comercialização .....                         | 30 |

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 5.7 CMV.....                                               | 31 |
| 5.8 Estimativa dos Custos com Mão de Obra .....            | 31 |
| 5.9 Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais ..... | 33 |
| 5.10 Demonstrativo de Resultados .....                     | 33 |
| 5.11 Indicadores de Viabilidade .....                      | 33 |
| 5.11.1 Ponto de Equilíbrio .....                           | 34 |
| 5.11.2 Lucratividade .....                                 | 34 |
| 5.11.3 Rentabilidade .....                                 | 35 |
| 5.11.4 Prazo de Retorno do Investimento .....              | 35 |
| 6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS .....                             | 36 |
| 6.1 Cenário otimista .....                                 | 36 |
| 6.2 Cenário Pessimista .....                               | 37 |
| 7 DECISÃO GERENCIAL .....                                  | 37 |
| 8 REFERENCIAS .....                                        | 37 |
| 9 APÊNDICE .....                                           | 38 |

## 1 SUMÁRIO EXECUTIVO

### 1.1 Resumo dos Principais Pontos do Plano de Negócios

O plano de negócios tem como propósito, nortear, traçar metas e objetivos para que a ideia concebida na mente dos empreendedores tome forma. Aqui, será traçado os passos necessários para a efetiva implementação do empreendimento, explorar suas oportunidades, fraquezas e estratégias de contorno. Tudo isto descrito em linguagem formal, porém compreensível para os leitores do plano, bem como potencializar a confiança de potenciais investidores (DORNELAS, 2026).

A empresa que se propõe no presente estudo, será um comércio varejista de produtos farmacêuticos com venda direta ao consumidor, sem a manipulação de fórmulas. No estabelecimento poderá ser encontrado drogas e medicamentos dos mais diversos tipos, originais genéricos e similares com ou sem prescrição de receita, além de variados produtos de perfumaria e de cuidado pessoal.

Ao longo deste trabalho, irei discorrer sobre as os principais pontos que devem ser levados em consideração antes da abertura de um empreendimento. De acordo com um estudo realizado pelo Sebrae entre os anos de 2018 e 2021, com base em pesquisas de campo e levantamento de dados da RFB, constatou-se que o planejamento de negócios deficiente foi um dos principais fatores por trás da baixa taxa de sobrevivência de novas empresas no Brasil, visto que o maior grupo dentro dessa realidade de insucesso, que são os MEI's - Micro empreendedores individuais, possuem 29% de participação na taxa de mortalidade de pequenos negócios, fechando suas portas após 5 anos de atividade.

Portanto, verificamos a extrema importância na elaboração de planos de negócios bem estruturados de modo a proporcionar um maior planejamento e alinhamento de expectativas principalmente nos primeiros anos do negócio. Para isso detalhar-se-á nos próximos tópicos considerações acerca dos principais temas para o bom funcionamento de uma empresa como: captação de recursos, capital social, estudo dos clientes e ambiente de negócios, fornecedores, estratégias de marketing, precificação, capital de giro além de outras análises concernentes as fraquezas e forças da futura empresa. Ainda, é importante expor que esse plano de negócios foi estruturado baseando-se no modelo do SEBRAE.

O negócio será montado no bairro da Ilha do Bispo, localizado em João Pessoa/PB, e os principais clientes serão os moradores do bairro e as pessoas que passam por ele todos os dias para acessarem outras áreas da cidade. O montante de capital inicial necessário foi estimado em R\$ 91.810,49, visando cobrir os gastos referentes ao ponto comercial, montagem e manutenção do pessoal necessário, *mix* básico dos produtos, mobiliário em geral, equipamentos e outros materiais para o estabelecimento. Já o faturamento mensal esperado gira em torno de R\$42.731,01 com uma margem de lucro de 15%, o que resultará em um tempo estimado de 8 anos para o retorno do investimento inicial.

## 1.2 Dados dos Empreendedores, experiência profissional e atribuições

A empresa será criada pelo seu único sócio majoritário e administrador, Naelson da Costa Simões. Com 25 anos de idade, pré-concluinte do curso de graduação em Administração pela Universidade Federal da Paraíba. Possui experiências no setor privado e no setor público. Na empresa Laticínio Belo Vale – ISIS; passei pelas áreas de gestão de estoques, administrativa-financeira, logística, licitações e contratos; e no Instituto Nacional do Seguro Social – INSS. Atualmente trabalhando na cooperativa de crédito Sicredi Evolução, no Setor de análise de operações de crédito com garantias vinculadas. Essa experiência no setor bancário proporciona conhecimento acerca do mercado financeiro; experiência essa que pretendo utilizar na rotina da administração da farmácia, principalmente no que tange ao controle financeiro e melhores estratégias de captação de recursos.

As experiências adquiridas nas empresas Isis e INSS, também, serão cruciais na administração dos estoques e logísticas de entrega aos clientes e recebimento das mercadorias dos fornecedores. Portanto, considero que possuo um perfil adequado para a administração da empresa, uma vez que minha graduação e experiência profissional estão alinhando com as atividades inerentes a do gerente de uma pequena empresa em fase inicial.

## 1.3 Dados do empreendimento

Por se tratar de empresa em processo de abertura, ainda não dispomos do número do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ). A empresa terá sua futura localização ainda em fase de planejamento no bairro da Ilha do Bispo, na cidade de João Pessoa/PB e será representada pelo seu único sócio, o Sr. Naelson da Costa Simões.

## 1.4 Missão da empresa

- **Missão:** Contribuir para a melhoria da saúde das pessoas através da venda de medicamentos e insumos de cuidado pessoal de alta qualidade com preços justos e acessíveis para a realidade dos brasileiros.
- **Visão:** Ser um estabelecimento de referência no que concerne o atendimento humanizado ao cliente, honestidade e justiça nos preços praticados além de provocar um sentimento de segurança nos nossos usuários pela seriedade e comprometimento dos profissionais envolvidos na empresa.
- **Valores:** Honestidade, compromisso com o cliente e respeito às legislações sanitárias vigentes.

## 1.5 Setores de atividades

Nossa empresa irá operar sob os seguintes CNAE's (Classificação Nacional de Atividades Econômicas): **4771-7/01** - Comércio varejista de produtos farmacêuticos sem manipulação de fórmulas, e **4772-5/00** - Venda de cosméticos e perfumaria.

## 1.6 Forma Jurídica

A forma jurídica trata-se da classificação do método de classificação de uma empresa que onde define sua constituição legal acerca de temas como número de sócios, obrigações, capital social, direitos e deveres dentre outros. Nesse sentido, a Lei nº 13.874, de 20 de setembro de 2019 (Lei da Liberdade Econômica) trouxe a constituição da Sociedade Limitada Unipessoal (SLU). Neste modelo, ainda que possua a palavra “sociedade” em seu nome, é formada apenas por uma pessoa, no caso o próprio empreendedor. Outros benefícios deste tipo de forma jurídica é que o patrimônio pessoal do proprietário não se comunica com o da empresa, e não há um valor mínimo exigido para o capital social. Portanto, considerando que a sociedade será composta por apenas um sócio, esta será a forma jurídica escolhida.

## 1.7 Enquadramento tributário

A Lei Complementar 123 de dezembro de 2006 instituiu o regime tributário do Simples Nacional, que trouxe uma redução e simplificação de impostos além do recolhimento de todos os tributos em uma única guia conhecida como (DAS), para os MEI's, Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno porte (EPP), ainda propicia um tratamento diferente e simplificado para esses pequenos empreendedores. Para a empresa aderir ao Simples Nacional será necessária uma aprovação da Receita Federal que por sua vez irá considerar a sua atividade, e a estimativa de faturamento anual. Também, para se enquadrar neste regime, a empresa precisa faturar até R\$ 4,8 milhões em um ano, e suas alíquotas variam de 4% a 22,90%, divididas em seis anexos que contemplam diferentes valores de faturamento bruto, conforme a tabela a seguir

**ANEXO I DA LEI COMPLEMENTAR Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006**  
 (Revisão feita pela Lei Complementar nº 133, de 2019) - [Consultar a tabela](#)  
 (Códex Lei Complementar nº 215, de 2021) - [Consultar a tabela](#)  
 (Atualizada: 01/01/2018)

**Alíquotas e Partilha do Simples Nacional – Comércio**

|          | Faturamento Bruto até 12 Meses (em R\$) | Alíquota | Valor a Deduzir (em R\$) |
|----------|-----------------------------------------|----------|--------------------------|
| 1ª Faixa | Até 180.000,00                          | 4,00%    |                          |
| 2ª Faixa | De 180.000,01 a 360.000,00              | 7,50%    | 5.040,00                 |
| 3ª Faixa | De 360.000,01 a 720.000,00              | 9,50%    | 13.860,00                |
| 4ª Faixa | De 720.000,01 a 1.800.000,00            | 10,70%   | 22.560,00                |
| 5ª Faixa | De 1.800.000,01 a 3.600.000,00          | 14,30%   | 67.300,00                |
| 6ª Faixa | De 3.600.000,01 a 4.800.000,00          | 19,00%   | 376.000,00               |

| Faixa    | Porcentual de Repartição dos Tributos |        |        |           |        |        |
|----------|---------------------------------------|--------|--------|-----------|--------|--------|
|          | IRPJ                                  | CSLL   | Cofins | PIS/Pasep | CPP    | ICMS   |
| 1ª Faixa | 5,50%                                 | 3,50%  | 12,74% | 2,76%     | 41,50% | 34,00% |
| 2ª Faixa | 5,50%                                 | 3,50%  | 12,74% | 2,76%     | 41,50% | 34,00% |
| 3ª Faixa | 5,50%                                 | 3,50%  | 12,74% | 2,76%     | 42,00% | 33,50% |
| 4ª Faixa | 5,50%                                 | 3,50%  | 12,74% | 2,76%     | 42,00% | 33,50% |
| 5ª Faixa | 5,50%                                 | 3,50%  | 12,74% | 2,76%     | 42,00% | 33,50% |
| 6ª Faixa | 13,50%                                | 10,00% | 38,23% | 6,11%     | 42,10% | -      |

**Figura 1** - Anexo I - Lei Complementar Nº 123/2006, (2026).

Para isso a Lei considera as categorias aptas para a adesão: Microempresas (ME) – pessoa jurídica com receita bruta anual igual ou inferior a R\$360.000,00; Empresa de Pequeno Porte (EPP) – receita bruta anual superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$3,6 milhões. Portanto, concluímos que diante do exposto, a empresa se enquadrará no porte de Microempresa e poderá optar pelo regime tributário do Simples Nacional.

Este regime traz uma série de benefícios para a empresa, uma vez que trás o pagamento de diversas alíquotas de impostos em uma única guia, reduzindo o esforço operacional no controle de pagamento destes tributos e mitigando a chance de cometimento de erros.

## 1.8 Capital social

O capital social corresponde a todos os recursos, dinheiro, equipamentos, infraestrutura, ferramentas etc. Colocados à disposição pelo proprietário ou sócios para a montagem do negócio. O valor total do capital social será integralizado pelo único sócio da empresa no valor abaixo, considerando as estimativas de valores para implantação do negócio.

| Nº           | Nome do Sócio           | Valor (R\$)          | % da Participação |
|--------------|-------------------------|----------------------|-------------------|
| 1            | Naelson da Costa Simões | R\$ 91.810,49        | 100%              |
| <b>Total</b> |                         | <b>R\$ 91.810,49</b> | <b>100%</b>       |

Tabela 1 - Capital Social (2026).

## 1.9 Fonte de recursos

A captação de recursos dar-se-á da seguinte forma:

- **R\$65.000,00** será proveniente da contratação de um crédito junto ao programa do Governo do Estado da Paraíba - “Empreender PB”, que fornece empréstimos à juro abaixo da média do mercado tradicional para empreendedores locais. O programa permite a liberação no valor máximo de cem mil reais, a uma taxa de juros de **0,64% a.m.** em um prazo máximo de 36 meses. Oferece também 06 meses de carência, o que dará ao empreendimento uma oportunidade de fazer a aplicação desse recurso e ter um tempo para que ele comece a dar retorno de modo a quando chegar o fim do prazo de carência, a empresa tenha folga financeira suficiente para arcar com o valor das prestações contratadas.
- **R\$26.810,49** será proveniente de recursos próprios do empreendedor.

## 2 ANÁLISE DE MERCADO

### 2.1 – Estudo dos clientes

**2.1.1 - Perfil:** O público-alvo da farmácia será composto por homens e mulheres em iguais proporções, porém em sua maioria, adultos entre 25 e 50 anos de idade, sendo grande parte pais e mães de família de em média 2 filhos por casal. A área também conta com um número significativo de idosos que são potenciais consumidores de medicamentos devido as enfermidades que surgem com a idade. A população da área é composta por pessoas que atuam em diversas áreas de atuação profissional, trabalhadores em regime de CLT, aposentados, servidores públicos, autônomos, pequenos empresários, comerciantes e pessoas dependentes de benefícios sociais. A maioria não possui ensino superior, sendo majoritariamente pessoas com somente o diploma de ensino médio.

**2.1.2 - Comportamento dos Clientes:** Por se tratar de produtos de primeira necessidade, o consumo de medicamentos do público-alvo varia entre alta e média frequência em compras de pequena quantidade que variam geralmente entre 2 a 3 itens a cada viagem a farmácia, sendo esse número maior para o público mais idoso. Costumam comprar em farmácias no município vizinho de Bayeux, via delivery ou através da pequena farmácia que há na USF do bairro. Considerando o perfil da área, o fator determinante de compra seria o preço alinhando aos meios de pagamento a prazo como cartões de crédito.

**2.1.3 - Área de Abrangência dos Clientes:** o tamanho da área de atuação é de médio porte. Corresponderá a todo o bairro da Ilha do Bispo, podendo também angariar clientes do bairro próximo de Jaguaribe onde também há escassez de estabelecimentos do tipo. A partir da localização estratégica próximo ao centro comunitário do bairro, poderemos captar igualmente o alto fluxo de pessoas que atravessam diariamente o bairro em direção ao Acesso Oeste da cidade, além das pessoas que utilizam a mesma via ao voltarem no sentido centro ou Bayeux.

## **2.2 Estudo dos concorrentes**

O principal concorrente da Farmácia no bairro da Ilha do Bispo, atualmente é a drogaria mais próxima no bairro do São Bento/Bayeux, que fica a aproximadamente 3,0 km de distância. Localizada na principal avenida da cidade de Bayeux. Trata-se da Farmácia 100% Sua, nela constatamos um ambiente de aproximadamente 40 m<sup>2</sup> com um expositor central de medicamentos originais e de maior apelo comercial, a esquerda conta com duas prateleiras para materiais infantis como fraudas e derivados e a esquerda temos o balcão central com uma grande gama de medicamentos originais, genéricos e similares, o caixa e o atendente. É um lugar climatizado com uma agradável exposição das mercadorias, e de fácil acesso pelo cliente. Verifica que o estabelecimento possui um bom diferencial de oferecer medicamentos controlados, porém vê-se que não conta com um profissional farmacêutico especializado.

Os preços são condizentes com a média praticada pelo mercado, possui as formas de pagamento via Pix, cartão de crédito e débito além do tradicional papel moeda. Funciona até as 23:00 horas, de domingo a domingo e oferece a opção de delivery através de telefone acompanhado de uma taxa de entrega.

## 2.3 Estudo dos fornecedores

Na capital e região metropolitana, verifica-se que há um considerável *mix* de fornecedores. Segue abaixo um mapa com a distribuição geográfica:



**Figura 2** - Fornecedores na Região Metropolitana de João Pessoa (2026).

Principais a serem contatadas:

| NOME                                           | ENDEREÇO                                                                                               | CONTATO               |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Distribuidora de Medicamentos Brasil e Farmaum | Avenida Parque, 240 - Distrito Industrial, João Pessoa - PB, 58082-030                                 | <u>(83) 4009-2200</u> |
| Express Distribuidora de Medicamentos          | Rua Y Dois nº 355, galpão 01, Bairro das Indústrias - Distrito Industrial, João Pessoa - PB, 58082-025 | <u>(83) 3233-9798</u> |
| Central Distribuidora de Medicamentos LTDA. JP | R. Dep. José Mariz, 1110 - Miramar, João Pessoa - PB, 58042-020                                        | <u>(83) 3513-2555</u> |
| CIMED Remédios                                 | R. José Ferreira de Lima, 177 - Jardim Veneza, João Pessoa - PB, 58084-102                             | Não Encontrado        |
| Dismed Distribuidora                           | R. Corinta Rosas, 112 - Torre, João Pessoa - PB, 58040-190                                             | <u>(83) 3566-2209</u> |

**Tabela 2** - Lista de fornecedores locais, 920260.

## 2.4 Análise da matriz F.O.F.A ou SWOT

| Análise SWOT                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| STRENGTHS/<br>FORÇAS                                                                                                                                                                                                                                 | WEAKNESSES/<br>FRAQUEZAS                                                                                                                                         | OPPORTUNITIES/<br>OPORTUNIDADES                                                                                                                                                                   | THREATS/<br>AMEAÇAS                                                                                                                                                 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Foco no atendimento ao cliente</li> <li>• Único estabelecimento do tipo na região</li> <li>• Comércio de produtos de primeira necessidade</li> <li>• Fácil acesso</li> <li>• Atendimento digital</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto investimento inicial</li> <li>• Pouco poder de barganha junto aos fornecedores</li> <li>• Pouco pessoal</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poucos concorrentes próximos</li> <li>• Mercado farmacêutico está aquecido e em expansão</li> <li>• Alta demanda pelos produtos na localidade</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oscilações do mercado interno e externo</li> <li>• Concorrentes mais estabelecidos com preços mais competitivos</li> </ul> |

Figura 3 - Análise SWOT, (2026).

## 3 PLANO DE MARKETING

### 3.1 Definição da marca

**Nome comercial:** FarmaCerta

**Slogan:** Saúde com economia!

#### Logomarca



Figura 4 – Logomarca, (2026).

### 3.2 Definição do Público-alvo

O público-alvo da farmácia será composto por homens e mulheres, em iguais proporções; porém em sua maioria, adultos entre 25 e 50 anos de idade, sendo grande parte pais e mães de família, em média 2 filhos por casal. A área também conta com um número significativo de idosos que são potenciais consumidores de medicamentos devido as enfermidades que surgem com a idade. A população da área é composta por pessoas que atuam em diversas áreas de atuação profissional, trabalhadores em regime de CLT, aposentados, servidores públicos, autônomos, pequenos empresários, comerciantes e pessoas dependentes de benefícios sociais. A maioria não possui ensino superior, sendo majoritariamente pessoas com somente o diploma de ensino médio.

Foi realizada uma pesquisa de opinião junto aos moradores do bairro da Ilha do Bispo, área onde será instalado o negócio, a respeito das suas expectativas sobre a implementação de uma farmácia junto ao bairro. O objetivo da pesquisa foi de primeiramente, verificar se há de fato, a necessidade e demanda para a proposta do negócio, além de se obter uma melhor prévia sobre o nível de aceitação do empreendimento junto ao mercado consumidor.

A pesquisa foi composta de 05 (cinco) perguntas feitas a 11 pessoas entrevistadas até o momento, como mostra a tabela abaixo:

| <b>Nome do Entrevistado</b> | <b>De 0 a 10, quanto você gostaria de uma farmácia na Ilha do Bispo?</b> | <b>Com que frequência você vai a farmácia?</b> | <b>Onde você compra medicamentos atualmente?</b> | <b>Qual sua opinião a respeito da localização?</b> |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Jailson Fernandes           | 10                                                                       | 4x / mês                                       | Alto do Mateus                                   | Ótima                                              |
| Marco Antônio               | 10                                                                       | 5x / mês                                       | Bayeux                                           | Ótima                                              |
| Edson da Costa              | 10                                                                       | 2x / mês                                       | Bayeux                                           | Ótima                                              |
| Naldo Amaro                 | 10                                                                       | 8x / mês                                       | Bayeux                                           | Ótima                                              |
| José Galdino Souza          | 10                                                                       | 3x / mês                                       | Centro                                           | Ótima                                              |
| Ellen Cristina Félix        | 10                                                                       | 5x / mês                                       | Alto do Mateus                                   | Boa                                                |
| Jailton Araújo              | 10                                                                       | 3x / mês                                       | Centro                                           | Ótima                                              |
| Adriano Idalino             | 10                                                                       | 2x / mês                                       | Centro                                           | Ótima                                              |
| Vânia Barreto               | 10                                                                       | 4x / mês                                       | Bayeux                                           | Ótima                                              |
| Francisca Neves             | 10                                                                       | 5x / mês                                       | Centro                                           | Ótima                                              |
| Misslene Oliveira           | 10                                                                       | 3x / mês                                       | Bayeux                                           | Ótima                                              |

**Tabela 3** - Pesquisa de mercado, (2026).

Abaixo, registros fotográficos da realização da pesquisa:



**Figura 5** - Realização da pesquisa de mercado, (2026).

### 3.3 Descrição dos Preços

Os preços do nosso negócio serão definidos através da utilização da estratégia de “*Mark-Up*” que em outras palavras, trata-se de um índice multiplicador que é aplicado sobre o custo de um produto ou de um serviço para que se forme o preço de venda, baseado na ideia de **preço margem** – adicionando ao custo unitário do bem uma margem de lucro.

A utilização desse índice será um fator fundamental para garantir a saúde financeira do empreendimento, tendo em vista que na sua fórmula estão incluídos todos os custos operacionais fixos e variáveis da empresa além do percentual de lucro desejado, evitando assim, a precificação equivocada que tantos estabelecimentos utilizam e que por isso acabam sendo malsucedidos no longo prazo. A seguir constará uma planilha com um maior detalhamento dos valores de referência utilizados para chegarmos ao nosso índice de *Mark Up* ideal. Como iremos comercializar uma gama variada de produtos, iremos utilizar o exemplo de apenas do medicamento Ibuprofeno:

| CUSTOS FIXOS                          |                     |
|---------------------------------------|---------------------|
| Faturamento Médio Mensal              | R\$ 30.000,00       |
| Aluguel                               | R\$ 850,00          |
| Energia                               | R\$ 400,00          |
| Água                                  | R\$ 70,00           |
| Internet                              | R\$ 100,00          |
| Pessoal (2 Funcionários)              | R\$ 6.150,00        |
| <b>Total Gasto Fixo</b>               | <b>R\$ 7.570,00</b> |
| <b>Relação Gasto Fixo/Faturamento</b> | <b>25,23%</b>       |

| CUSTOS VARIÁVEIS                 |          |            |                  |
|----------------------------------|----------|------------|------------------|
| Tributos - Simples Nacional      |          |            | 10,00%           |
| Taxa de Cartão                   |          |            | 4,00%            |
| <b>Total de Custos variáveis</b> |          |            | <b>14,00%</b>    |
| CUSTOS DIRETOS                   |          |            |                  |
| 1cx de Ibuprofeno Comp. 600mg    | R\$ Und. | Quantidade | Total            |
| Custo unitário                   | R\$ 5,00 | 12         | R\$ 60,00        |
| <b>Total</b>                     |          |            | <b>R\$ 60,00</b> |

| MARKUP                |                   |
|-----------------------|-------------------|
| Lucratividade         | 15,00%            |
| Lucro R\$             | R\$ 19,66         |
| Markup                | 2,18              |
| <b>Preço de Venda</b> | <b>R\$ 131,10</b> |

Tabela 4 - Índice de Markup, (2026).

### 3.4 Estratégias Promocionais

De início, iremos optar por estratégias promocionais mais simples de menor custo e que gerem uma taxa de retorno satisfatória. A longo prazo pretende-se aumentar o investimento em marketing, mas no curto prazo iremos adotar algumas estratégias como:

- Divulgação através de plataformas digitais como o Instagram, promovendo um engajamento com o nosso público-alvo e nos colocarmos como a solução de suas necessidades;
- Imãs de geladeira que serão entregues nas compras via delivery. Apesar de simples é uma estratégia altamente eficaz por ficar no campo de visão de um eletrodoméstico fixo na casa das pessoas e que é usado diversas vezes ao dia;
- Entrega de brindes nos primeiros meses de funcionamento afim de gerar um sentimento de “recompensa” no cliente por comprar em nosso estabelecimento.
- Contratação de um carro de som para divulgação local nas primeiras semanas após inauguração da loja.

### 3.5 Estrutura de Comercialização

Pelo fato do nosso estabelecimento se tratar de um canal indireto, ou seja, como varejistas sermos o intermediário entre o distribuidor e o cliente final, a nossa estrutura de comercialização dar-se-á majoritariamente das compras no próprio estabelecimento físico, nas compras através dos canais digitais como *WhatsApp* e sua entrega sendo realizada através de *delivery*.

### 3.6 Localização do Negócio

A localização ideal para a instalação do empreendimento foi constatada na Av. Liberdade nº 147 no bairro da Ilha do Bispo. Trata-se de um imóvel de terceiro localizado na principal avenida do bairro, e que por se tratar de uma localização estratégica, ficará em evidência para todas as pessoas que entrarem e saírem do bairro, além do fluxo de veículos que vai em direção a Via Oeste da cidade e do fluxo de veículos que está voltando dessa mesma Via em direção ao centro da cidade. É um ponto comercial que gerará um volume razoável de vendas, ainda conta como benefício de estar próximo na praça Índio Piragibe e bem em frente do mercadinho Kipreço. Segue abaixo os registros fotográficos do local.

Por se tratar de uma residência, foi firmado um acordo entre o locatário (Nelson Simões) e o locador (Júlia Maria, dona do imóvel) para que fosse realizado obras de adaptação para suprir as necessidades do negócio. Nele está previsto todo o retrabalho da fachada, uma expansão da área frontal onde há o espaço de uma garagem e um pequeno terraço. Além da área da farmácia, estimada em aproximadamente 40m<sup>2</sup>, ainda haverá adentro a área habitável dos moradores da residência, o que foi firmado entre as partes que não será prejudicado. O valor mensal do aluguel foi fixado em R\$850,00 (oitocentos e cinquenta reais).



**Figura 6** - Vista de frente do imóvel, (2026).

A localização conta com rede de energia elétrica, água e esgoto devidamente instaladas, além de diversos provedores de internet fibra ótica de alta velocidade. A avenida em frente é asfaltada e ampla, possui um fácil acesso para os caminhões dos fornecedores descarregarem as mercadorias. Por ficar as margens da rodovia General Aurélio de Lyra Tavares (Via Oeste) possui uma proximidade confortável de diversos fornecedores o que irá influenciar em menores prazos de entrega e custos de frete, com essas economias podendo ser repassadas aos clientes finais. Configura-se assim que o local possui toda a infraestrutura necessária para o bom funcionamento do negócio.



**Figura 7** – Logradouro, (2026).

Aqui verifica-se o fluxo de veículos em quatro direções: Bayeux/Via Oeste, Bayeux/Ilha do Bispo, Via Oeste/Centro e Via Oeste/Ilha do Bispo, caracterizando, portanto, uma boa movimentação e que diariamente todas essas pessoas terão contato visual direto com a farmácia que com uma fachada estrategicamente elaborada será capaz de captar a atenção dos mesmos.

O local conta também com um posto de Polícia Militar, bem ao lado da praça Índio Piragibe, que trará a maior sensação de segurança aos clientes e para o estabelecimento em si.



**Figura 8** - Comércios locais, (2026).

A localização também é favorecida por ser próxima a outro estabelecimento já bem movimentado que é o mercado Kipreço, o maior do tipo no bairro. A localização também trará o benefício de estar logo na entrada do bairro, portanto, todas as pessoas que entrarem mais adentro irão obrigatoriamente passar pela farmácia, o que será benéfico pois o estabelecimento ficará em evidência para todos os moradores do bairro, independente de morarem mais longe ou perto dela.

## **4 PLANO OPERACIONAL**

### **4.1 – Layout e arranjo físico**

Nosso layout foi pensado para um melhor atendimento aos nossos clientes, o balcão e o caixa ficam nas extremidades do local onde os atendentes terão uma visão de toda a farmácia, podendo identificar clientes que podem estar à procura de certo medicamento e não estejam encontrando, também será possível visualizar a organização de todo o espaço e identificar produtos que precisam ser repostos.

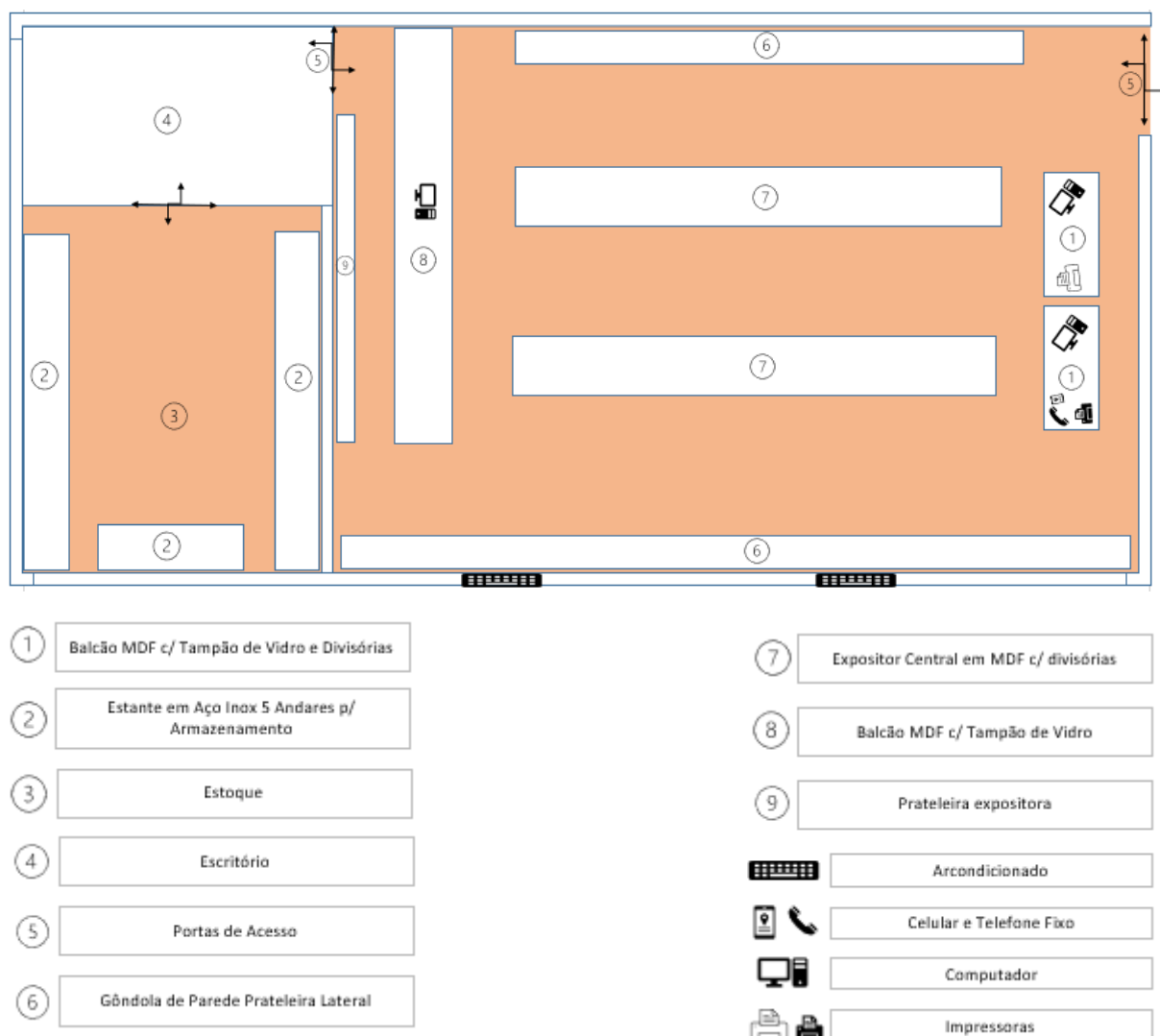


**Figura 9** – Layout, (2026).

## 4.2 – Capacidade produtiva, comercial e prestação de serviços

Levando em consideração nossas instalações, prevemos um bom atendimento simultâneo de 5 a 7 clientes dentro do salão do estabelecimento, entre atendimento no balcão e caixa, pode variar dependendo do horário, onde pode ultrapassar essa estimativa. Um possível gargalo seria que em dias de alta demanda, pode-se haver fila no caixa. De início planejamos deixar um apenas um funcionário nesta função, apesar de no layout da loja já haver espaço para um segundo equipamento de caixa. No desenvolver das atividades dos negócios, assim que dispusemos de saúde financeira suficiente será contratado mais um funcionário para auxiliar nesta função.

### 4.3 – Processos operacionais

Controle de entradas e saídas de estoque: que irá se iniciar pela compra das mercadorias junto aos fornecedores, recebimento dos produtos, registro no sistema de inventário, armazenamento no estoque, reposição das prateleiras e pôr fim a saída no caixa.

Atendimento ao cliente: ao entrar na loja, terá duas opções principais; ele poderá escolher os produtos diversos que ficarão dispostos nos expositores centrais e nas gôndolas laterais. Já os medicamentos mais específicos e os que necessitam de receita médica ele terá que se direcionar até o balcão principal que fica na parte final da loja, onde um atendente farmacêutico irá buscar seu pedido e direcionar o cliente ao caixa porém o atendente irá deixar a compra no caixa, para que o cliente possa voltar transitando pelo estabelecimento sem distrações, para que possa em sua ida ao caixa ir visualizando os produtos expostos pela farmácia, e talvez acrescentar mais algum item a sua lista de compras.

Inventário diário: onde será contado todo o estoque físico e confrontado com o estoque virtual, para verificação de divergências, extravios, produtos danificados dentre outras ocorrências que possam acontecer. Para tal fim, nosso estoque físico terá os produtos organizados de forma padronizada para viabilizar a contagem manual dos itens.

Para realização do controle virtual de todo o processo, será contratado um software de gestão empresarial da empresa Chianca Software, situada na cidade de João Pessoa, aproximadamente à 5 quilômetros de distância da nossa empresa, o que será benéfico para o relacionamento das duas empresas, onde os softwares serão desenvolvidos de forma personalizada para atender as nossas necessidades. Inicialmente iremos contratar dois softwares, o primeiro sendo responsável pela computação de todas as vendas, recebimentos, integração com API bancária e cálculo de tributos, e o segundo responsável pela gestão do estoque.

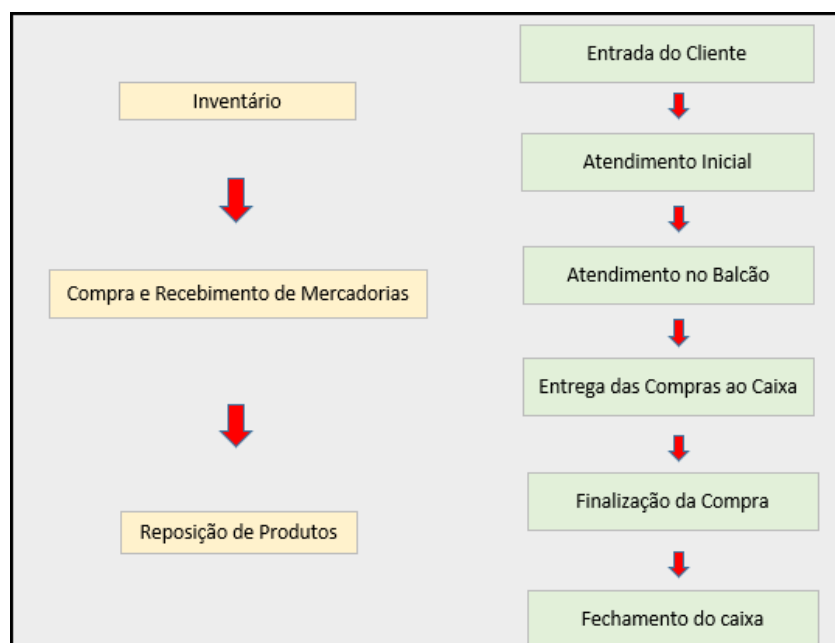


**Figura 10** – Processos operacionais, (2026).

#### 4.4 - Necessidade de pessoal

O plano de recursos humanos trata-se de um dos fatores chaves no sucesso de qualquer organização, tendo em vista que, muito mais que máquinas e equipamentos, uma empresa é formada por pessoas, e a correta seleção delas é mais do que essencial para o sucesso ou fracasso de qualquer empreendimento, principalmente em suas fases iniciais. De início, para suprir a capacidade comercial do estabelecimento em lotação máxima, consideramos necessária a contratação de 4 colaboradores, tendo eles as seguintes atribuições listadas abaixo:

| Seq. | Cargo               | Atribuições                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Qualificações                                                                                           |
|------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | Gerente de Loja     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gerir as rotinas administrativas e financeiras da empresa.</li> <li>● Negociação com fornecedores.</li> <li>● Gestão de pessoal;</li> <li>● Realizar diariamente o fechamento do caixa;</li> <li>● Inventário diário;</li> <li>● Tomar decisões estratégicas e garantir a expansão do negócio.</li> </ul> | <p>Nível superior completo</p> <p>Perfil Analítico</p> <p>Liderança</p>                                 |
| 2    | Atendente 1         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Responsável pela venda de medicamentos gerais e controlados com prescrição médica.</li> <li>● Fazer o levantamento das necessidades do estoque</li> <li>● Realizar o controle e dar baixas nas receitas retidas de medicamentos controlados.</li> </ul>                                                   | <p>Nível Superior Completo<br/>(Farmácia)</p> <p>Experiência anterior na função</p> <p>Proatividade</p> |
| 3    | Atendente 2 / Caixa | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Responsável pela venda de medicamentos gerais e itens de perfumaria.</li> <li>● Responsável pelo caixa da loja</li> <li>● Responsável pelos pedidos via WhatsApp</li> <li>● Reposição dos itens nas prateleiras.</li> </ul>                                                                               | <p>Ensino Médio Completo.</p> <p>Experiência anterior na função</p> <p>Foco e desenvoltura</p>          |
| 4    | Entregador          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Responsável pelas entregas das compras efetuadas pelo telefone</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Ensino Fundamental Completo</p>                                                                      |

|  |  |                                                   |                                  |
|--|--|---------------------------------------------------|----------------------------------|
|  |  | e plataformas digitais de forma ágil e eficiente. | Motocicleta própria<br>Agilidade |
|--|--|---------------------------------------------------|----------------------------------|

**Tabela 5** - Necessidade de pessoal, (2026).

## 5 PLANO FINANCEIRO

No Brasil, MEI's e Empresas de Pequeno Porte correspondem a grande maioria dos empreendimentos empregadores. Segundos dados do IBGE, em 2021, nosso país possuía cerca de 13,2 milhões de microempreendedores individuais, o que correspondia 69,7% do total de empresas em território nacional. Embora a expectativa é que a nossa empresa se enquadre no porte de Microempresa, estes dados acerca do grande número de MEI's, demonstra o quanto os pequenos negócios representam a maior parte da força motriz da nossa economia.

O ambiente empreendedor do Brasil traz ainda, um outro cenário preocupante. De acordo com um estudo conduzido pelo SEBRAE, a taxa de sobrevivência de novos negócios diminui consideravelmente após os primeiros cinco anos de operação, para cerca de 53,1%. Uma realidade alarmante onde quase metade dos novos empreendimentos não sobrevivem após o quinto ano de funcionamento. Isso nos leva a darmos especial atenção à este tópico do nosso plano de negócios. Para AFFONSO, RUWER e GIACOMELLI (2019) o planejamento financeiro é uma prática de fundamental importância para a sobrevivência e sustentabilidade de um negócio. É aqui onde metas e objetivos são definidos, a fim de garantir a melhor alocação dos recursos de capital que serão levantados para início do empreendimento.

### 5.1 – Investimentos Fixos

Investimento fixo é o levantamento dos materiais, equipamentos e recursos necessários para o início das atividades operacionais da empresa. A seguir, será elaborada uma planilha com o levantamento da estrutura necessária bem como a respectiva estimativa de valores com base em pesquisas de mercado realizadas em junho de 2026.

| Seq. | ITEM                                      | Qtde. | Valor (R\$) | Total (R\$) |
|------|-------------------------------------------|-------|-------------|-------------|
| 1    | Expositor Central em MDF c/<br>divisórias | 2     | 3.550,00    | 7.100,00    |

|                                     |                                                   |   |          |                      |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------|---|----------|----------------------|
| 2                                   | Balcão MDF c/ Tampão de Vidro e Divisórias        | 3 | 4.000,00 | 12.000,00            |
| 3                                   | Gôndola de Parede Prateleira Lateral              | 1 | 2.045,60 | 2.045,60             |
| 4                                   | Estante em Aço Inox 5 Andares p/ Armazenamento    | 3 | 460,00   | 1.380,00             |
| 5                                   | Porta p/ Entrada em Vidro 2,10 x 1,50             | 1 | 1.400,00 | 1.400,00             |
| 6                                   | Porta de Madeira 2,10 x 1,50 p/ Estoque           | 1 | 360,00   | 360,00               |
| 7                                   | Aparelho de Ar-Condicionado 12.000 BTU's          | 2 | 1.900,00 | 3.800,00             |
| 8                                   | Microcomputador completo c/ monitor e periféricos | 2 | 2.300,00 | 4.600,00             |
| 9                                   | Impressora Multifuncional                         | 1 | 800,00   | 800,00               |
| 10                                  | Impressora Térmica p/ Notas Fiscais               | 1 | 500,00   | 500,00               |
| 11                                  | Aparelho Smartphone para/ Atendimento Digital     | 1 | 800,00   | 800,00               |
| 12                                  | Aparelho de Telefone s/ Fio                       | 1 | 200,00   | 200,00               |
| 13                                  | Máquina de Cartão de Crédito/Débito               | 1 | 300,00   | 300,00               |
| <b>TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS</b> |                                                   |   |          | <b>R\$ 35.285,60</b> |

Tabela 6 - Investimento total, (2026).

## 5.2 – Capital de Giro

Os recursos que a empresa necessita para financiar suas operações durante todo o ciclo compreendido desde a aquisição da matéria prima/estoque até o recebimento pela venda do produto finalizado, chama-se capital de giro. Trata-se de recursos de curto prazo geralmente classificados como caixa ou conversíveis em caixa no prazo máximo de um ano (NETO E SILVA, 2011). O cálculo do valor necessário para capital de giro é uma etapa de vital importância para o plano de negócios de um novo empreendimento, fator chave no sucesso e rentabilidade do negócio.

### 5.2.1 – Estimativa de estoque inicial

Para este tópico do plano de negócios, considerando que farmácias possuem uma ampla lista de medicamentos vendidos visando atender as mais variadas gamas das enfermidades humanas, iremos, na Tabela a seguir, elaborar uma estimativa com os 10 medicamentos mais vendidos no Brasil no ano de 2025, e abaixo do último item, será incluído mais uma linha nomeada “demais produtos” que será referente ao somatório total dos demais itens que será incorporado ao estoque inicial do empreendimento, de modo a não fugirmos da proposta inicial do plano de negócios.

| SEQ                            | PRODUTO             | QTDE. (CAIXA) | VALOR (R\$) | TOTAL                |
|--------------------------------|---------------------|---------------|-------------|----------------------|
| 1                              | Losartana Potássica | 12            | R\$ 23,50   | R\$ 282,00           |
| 2                              | Dipirona Sódica     | 15            | R\$ 30,00   | R\$ 450,00           |
| 3                              | Hidroclorotiazida   | 15            | R\$ 17,99   | R\$ 269,85           |
| 4                              | Nimesulida          | 10            | R\$ 35,80   | R\$ 358,00           |
| 5                              | Tadalafila          | 20            | R\$ 55,20   | R\$ 1.104,00         |
| 6                              | Simeticona          | 12            | R\$ 35,99   | R\$ 431,88           |
| 7                              | Enalapril           | 30            | R\$ 15,00   | R\$ 450,00           |
| 8                              | Sinvastatina        | 30            | R\$ 20,00   | R\$ 600,00           |
| 9                              | Atenolol            | 15            | R\$ 28,50   | R\$ 427,50           |
| 10                             | Sildenafil          | 10            | R\$ 27,00   | R\$ 270,00           |
| 11                             | Demais Itens        | 150           | -           | R\$ 20.000,00        |
| <b>TOTAL - ESTOQUE INICIAL</b> |                     |               |             | <b>R\$ 24.643,23</b> |

**Tabela 7** - Total do estoque inicial, (2026).

5.2.2 – Caixa mínimo - Para chegarmos ao valor final do caixa mínimo, precisamos primeiro determinar os seguintes itens:

a) Prazo médio de vendas

Trata-se do prazo médio do tempo de recebimento dos clientes para as compras realizadas a prazo.

| Prazo médio de vendas    | %   | Dias | Dias - média ponderada |
|--------------------------|-----|------|------------------------|
| À vista                  | 55% | 0    | 0                      |
| À prazo (1)              | 25% | 30   | 7,5                    |
| À prazo (2)              | 15% | 60   | 9                      |
| À prazo (3)              | 5%  | 90   | 4,5                    |
| <b>PRAZO MÉDIO TOTAL</b> |     |      | <b>21</b>              |

**Tabela 8** - Prazo médio de vendas, (2026).

## b) Prazo médio de pagamento à fornecedores

| Prazo médio de pagamento | %   | Dias | Dias - média ponderada |
|--------------------------|-----|------|------------------------|
| À vista                  | 50% | 0    | 0                      |
| À prazo (1)              | 35% | 30   | 10,5                   |
| À prazo (2)              | 15% | 60   | 9                      |
| <b>PRAZO MÉDIO TOTAL</b> |     |      | <b>19,5</b>            |

Tabela 9 - Pagamento à fornecedores, (2026).

## c) Necessidade média de estoque

|                                              |               |
|----------------------------------------------|---------------|
| <b>Tempo médio de permanência em estoque</b> | <b>5 dias</b> |
|----------------------------------------------|---------------|

## d) Necessidade líquida de capital de giro em dias

|                                                   |           |
|---------------------------------------------------|-----------|
| 1. Prazo médio de vendas                          | 21        |
| 2. Tempo médio de estoque                         | 5         |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>26</b> |
|                                                   |           |
| 3. Prazo médio de pag. à fornecedores             | 19,5      |
|                                                   |           |
| 4. Necessidade líquida de capital de giro em dias | 45,5      |

Tabela 10 - Necessidade de capital de giro (dias), (2026).

a) Cálculo final – o caixa mínimo representa o valor necessário para a empresa financiar os primeiros dias da sua atividade. Chegamos neste valor multiplicando a necessidade líquida de capital de giro em dias (item D) pelo custo total diário da empresa:

|                                                    |            |                  |
|----------------------------------------------------|------------|------------------|
| 1 - Custo fixo mensal                              | R\$        | 15.302,77        |
| 2 - Custo variável mensal                          | R\$        | 11.323,72        |
| <b>3 - Custo total da empresa (Item 1 + 2)</b>     | <b>R\$</b> | <b>26.626,49</b> |
|                                                    |            |                  |
| 4 - Custo total diário (Item 3 / 30)               | R\$        | 887,55           |
|                                                    |            |                  |
| 5 - Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias |            | 26               |
|                                                    |            |                  |
| Caixa mínimo (Item 4 x 5)                          | R\$        | 23.076,29        |

Tabela 11 - Cálculo do caixa mínimo, (2026).

O caixa mínimo necessário para a cobertura dos custos da empresa para um período de 26 dias é de **R\$ 23.076,29**.

#### CAPITAL DE GIRO – RESUMO

|                                              |            |                  |
|----------------------------------------------|------------|------------------|
| A - Estoque inicial                          | R\$        | 24.643,23        |
| B - Caixa mínimo                             | R\$        | 23.076,29        |
|                                              |            |                  |
| <b>Total do capital de giro (Item A + B)</b> | <b>R\$</b> | <b>47.719,52</b> |

**Tabela 12** - Total do capital de giro, (2026).

#### 5.3 - Investimentos pré-operacionais

|                                                   |            |                 |
|---------------------------------------------------|------------|-----------------|
| 1 - Assessoria para elaboração do contrato social | R\$        | 250,00          |
| 2 - Registro na Junta Comercial da Paraíba        | R\$        | 113,87          |
| 3 - Escritório contábil                           | R\$        | 600,00          |
| 4 - Alvará de Funcionamento dos bombeiros         | R\$        | 441,50          |
| 5 - Caução do contrato de aluguel do imóvel       | R\$        | 2.400,00        |
| 6 - Reformas e adaptações na estrutura            | R\$        | 5.000,00        |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>R\$</b> | <b>8.805,37</b> |

**Tabela 13** - Investimentos pré-operacionais, (2026).

#### 5.4 – Investimento total

Uma vez estimado os investimentos necessários por segmentos específicos para início do negócio, é hora de conhecermos o investimento total:

| <b>Investimento Total</b>             |                      |               |
|---------------------------------------|----------------------|---------------|
| Descrição do investimento             | Valor                | %             |
| <i>Investimentos fixos</i>            | R\$ 35.285,60        | 38,43         |
| <i>Capital de giro</i>                | R\$ 47.719,52        | 51,98         |
| <i>Investimentos pré-operacionais</i> | R\$ 8.805,37         | 9,59          |
| <b>Total</b>                          | <b>R\$ 91.810,49</b> | <b>100,00</b> |

**Tabela 14** - Investimento total, (2026)

#### 5.5 – Estimativa de faturamento mensal da empresa

Para estimativa do nosso faturamento mensal, embora nossa estratégia de precificação será a do índice de “markup” conforme detalhado no tópico 1.1, como ainda

não temos definido informações fundamentais como preços dos produtos junto aos fornecedores, e números reais de custos fixos e variáveis, iremos utilizar o preço máximo ao consumidor (PMC) definido mensalmente pela CMED (Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos) através de uma tabela disponibilizada no site da ANVISA.

| Seq.         | Produto                | Estimativa de Vendas | Preço Unitário | Faturamento          |
|--------------|------------------------|----------------------|----------------|----------------------|
| 1            | Losartana 20ng         | 10                   | R\$ 37,37      | R\$ 373,70           |
| 2            | Dipirona 1g            | 10                   | R\$ 23,84      | R\$ 238,40           |
| 3            | Hidroclorotiazida 30mg | 25                   | R\$ 5,63       | R\$ 140,75           |
| 4            | Nimesulida 100mg       | 30                   | R\$ 23,41      | R\$ 702,30           |
| 5            | Tadalafila 20mg        | 10                   | R\$ 83,72      | R\$ 837,20           |
| 6            | Simeticona 75mg        | 20                   | R\$ 17,30      | R\$ 346,00           |
| 7            | Enalapril 20mg         | 15                   | R\$ 33,18      | R\$ 497,70           |
| 8            | Sinvastatina 20mg      | 20                   | R\$ 30,30      | R\$ 606,00           |
| 9            | Atenolol 50mg          | 10                   | R\$ 31,70      | R\$ 317,01           |
| 10           | Sildenafil 20mg        | 5                    | R\$ 84,39      | R\$ 421,95           |
| 11           | Demais itens           | 150                  | R\$ 255,00     | R\$ 38.250,00        |
| <b>TOTAL</b> |                        |                      |                | <b>R\$ 42.731,01</b> |

**Tabela 15** - Estimativa de faturamento mensal, (2026).

## 5.6 - Estimativa dos custos de comercialização

Trata-se dos custos variáveis incorporados ao valor da mercadoria vendida como impostos e comissões.

| <b>1 - Impostos</b>               | <b>%</b> | <b>Faturamento estimado</b> | <b>Custo total</b>   |
|-----------------------------------|----------|-----------------------------|----------------------|
| Federais - Simples                | 4        | R\$ 42.731,01               | R\$ 1.709,24         |
| Estaduais - ICMS                  | 20       | R\$ 42.731,01               | R\$ 8.546,20         |
| <b>Subtotal - Impostos</b>        |          |                             | <b>R\$ 10.255,44</b> |
|                                   |          |                             |                      |
| <b>2 - Gastos com vendas</b>      | <b>%</b> | <b>Faturamento estimado</b> | <b>Custo total</b>   |
| Taxa da maquineta                 | 2,5      | R\$ 42.731,01               | R\$ 1.068,28         |
| <b>Subtotal - Custos de venda</b> |          |                             | <b>R\$ 1.068,28</b>  |
|                                   |          |                             |                      |
| <b>TOTAL</b>                      |          |                             | <b>R\$ 11.323,72</b> |

**Tabela 16** - Custos de comercialização, (2026)

A alíquota do simples nacional foi selecionada utilizando a faixa 1 do programa que considera um faturamento bruto de até R\$180.000,00.

### 5.7 - Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

| Seq.         | Produto                | Estimativa de Vendas | Custo unitário de aquisição | CMV                  |
|--------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
| 1            | Losartana 20ng         | 10                   | R\$ 20,00                   | R\$ 200,00           |
| 2            | Dipirona 1g            | 10                   | R\$ 8,00                    | R\$ 80,00            |
| 3            | Hidroclorotiazida 30mg | 25                   | R\$ 2,50                    | R\$ 62,50            |
| 4            | Nimesulida 100mg       | 30                   | R\$ 10,00                   | R\$ 300,00           |
| 5            | Tadalafila 20mg        | 10                   | R\$ 45,00                   | R\$ 450,00           |
| 6            | Simeticona 75mg        | 20                   | R\$ 9,00                    | R\$ 180,00           |
| 7            | Enalapril 20mg         | 15                   | R\$ 15,00                   | R\$ 225,00           |
| 8            | Sinvastatina 20mg      | 20                   | R\$ 17,00                   | R\$ 340,00           |
| 9            | Atenolol 50mg          | 10                   | R\$ 15,00                   | R\$ 150,00           |
| 10           | Sildenafil 20mg        | 5                    | R\$ 50,00                   | R\$ 250,00           |
| 11           | Demais itens           | 150                  | R\$ 60,00                   | R\$ 9.000,00         |
| <b>TOTAL</b> |                        |                      |                             | <b>R\$ 11.237,50</b> |

Tabela 17 – CMV, (2026).

### 5.8 - Estimativa dos custos com mão de obra

Conforme relatado no tópico de plano de recursos humanos, nosso negócio contará inicialmente com 3 funcionários registrados, sendo o gerente o sócio principal, e dois atendentes com revezamento de turnos. A seguir, será demonstrado os custos estimados de cada funcionário com todos os encargos trabalhistas e sociais:

a) Gerente da loja – Salário bruto: R\$ 4.000,00

| Descrição                                       | Valor               |
|-------------------------------------------------|---------------------|
| Salário bruto                                   | R\$ 3.000,00        |
| Vale transporte                                 | R\$ 0,00            |
| Desconto de vale transporte                     | R\$ 0,00            |
| Vale refeição                                   | R\$ 0,00            |
| Plano de saúde                                  | R\$ 0,00            |
| Outros benefícios                               | R\$ 0,00            |
| Provisão de 13º                                 | R\$ 250,00          |
| Provisão de 1/3 férias                          | R\$ 83,33           |
| FGTS                                            | R\$ 240,00          |
| Provisão de FGTS sobre décimo terceiro e férias | R\$ 26,67           |
| INSS ①                                          | R\$ 600,00          |
| Provisão de INSS sobre décimo terceiro e férias | R\$ 66,67           |
| <b>Custo total do funcionário</b>               | <b>R\$ 4.266,67</b> |

Tabela 18 - Salário e Encargos – Gerente, (2026).

## b) Atendente 1 – Salário bruto: R\$3.917,40

| <b>Descrição</b>                                | <b>Valor</b>        |
|-------------------------------------------------|---------------------|
| Salário bruto                                   | R\$ 3.917,45        |
| Vale transporte                                 | R\$ 300,00          |
| Desconto de vale transporte                     | -R\$ 235,05         |
| Vale refeição                                   | R\$ 450,00          |
| Plano de saúde                                  | R\$ 0,00            |
| Outros benefícios                               | R\$ 0,00            |
| Provisão de 13º                                 | R\$ 326,45          |
| Provisão de 1/3 férias                          | R\$ 108,82          |
| FGTS                                            | R\$ 313,40          |
| Provisão de FGTS sobre décimo terceiro e férias | R\$ 34,82           |
| INSS ①                                          | R\$ 783,49          |
| Provisão de INSS sobre décimo terceiro e férias | R\$ 87,05           |
| <b>Custo total do funcionário</b>               | <b>R\$ 6.321,48</b> |

Tabela 19 - Salário e encargos - Atendente 1, (2026).

## c) Atendente 2 – Salário bruto: R\$ 2.000,00

| <b>Descrição</b>                                | <b>Valor</b>        |
|-------------------------------------------------|---------------------|
| Salário bruto                                   | R\$ 2.000,00        |
| Vale transporte                                 | R\$ 300,00          |
| Desconto de vale transporte                     | -R\$ 120,00         |
| Vale refeição                                   | R\$ 450,00          |
| Plano de saúde                                  | R\$ 0,00            |
| Outros benefícios                               | R\$ 0,00            |
| Provisão de 13º                                 | R\$ 166,67          |
| Provisão de 1/3 férias                          | R\$ 55,56           |
| FGTS                                            | R\$ 160,00          |
| Provisão de FGTS sobre décimo terceiro e férias | R\$ 17,78           |
| INSS ①                                          | R\$ 400,00          |
| Provisão de INSS sobre décimo terceiro e férias | R\$ 44,44           |
| <b>Custo total do funcionário</b>               | <b>R\$ 3.594,44</b> |

Tabela 20 - Salário e Encargos - Atendente 2, (2026).

Custo total mensal para três funcionários: **R\$ 12.877,77**

### 5.9 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

| <b>Descrição</b>    | <b>Custo total mensal (R\$)</b> |
|---------------------|---------------------------------|
| Salários e encargos | R\$ 14.182,59                   |
| Aluguel             | R\$ 850,00                      |
| Contador            | R\$ 550,00                      |
| Energia elétrica    | R\$ 375,00                      |
| Internet            | R\$ 100,00                      |
| Materiais diversos  | R\$ 250,00                      |
| Material de limpeza | R\$ 300,00                      |
| <b>Total</b>        | <b>R\$ 16.607,59</b>            |

Tabela 11 - Custos fixos operacionais mensais, (2026).

### 5.10 – Demonstrativo de resultados

|                                |                      |
|--------------------------------|----------------------|
| <b>RECEITA TOTAL DE VENDAS</b> | <b>R\$ 42.731,01</b> |
| (-) CMV                        | R\$ 11.237,50        |
|                                |                      |
| <b>LUCRO BRUTO</b>             | <b>R\$ 31.493,51</b> |
| (-) Custos variáveis totais    | R\$ 11.323,72        |
|                                |                      |
| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>  | <b>R\$ 20.169,79</b> |
| (Custos fixos totais)          | R\$ 16.607,59        |
|                                |                      |
| <b>RESULTADO DO PERÍODO</b>    | <b>R\$ 3.562,20</b>  |

Tabela 22 - Demonstrativo de resultados, (2026).

Após levantamento dos dados acima, foi possível apurar que considerando a estimativa de faturamento levantada, a empresa irá operar com aproximadamente **R\$ 3.562,20** de lucro líquido mensalmente.

## 5.11 - Indicadores de viabilidade

### 5.11.1 – Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio diz respeito quanto a empresa irá precisar faturar para cobrir todos os seus custos em determinado período. Pode ser calculado em unidades vendidas e em faturamento, no nosso caso, pelo fato do nosso negócio ter uma variedade grande de produtos, iremos calcular o PE através do faturamento.

Antes de calcular-se o ponto de equilíbrio, é necessário descobrir o índice de margem de contribuição.

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{\text{Margem de Contribuição}}{\text{Receita Total}} = \frac{(\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total})}{\text{Receita Total}}$$

**Figura 11** - Índice de margem de contribuição, (2026).

Conhecendo o índice de margem de contribuição é possível calcular o ponto de equilíbrio:

| Índice da Margem de Contribuição            |               |
|---------------------------------------------|---------------|
| 1. Receita total                            | R\$ 42.731,01 |
| 2. (-) Custo variável total                 | R\$ 11.323,72 |
| 3. Subtotal (Item 1 - 2)                    | R\$ 31.407,29 |
|                                             |               |
| 4. Margem de contribuição (Item 3 ÷ Item 1) | 0,73          |

**Tabela 23** - Índice de margem de contribuição, (2026).

Isso quer dizer que a empresa precisa de um faturamento mensal de **R\$20.962,70 (R\$ 251.552,38 anual)** para cobrir todos os seus custos.

### 5.11.2 – Lucratividade

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100$$

**Figura 12** - Fórmula – lucratividade, (2026).

| Ponto de Equilíbrio                                        |               |
|------------------------------------------------------------|---------------|
| 1. Lucro líquido                                           | R\$ 3.562,20  |
| 2. Receita total                                           | R\$ 42.731,01 |
|                                                            |               |
| <b>Lucratividade (%)</b><br><b>(Item 1 ÷ Item 2 * 100)</b> | <b>8,34</b>   |

Tabela 24 – Lucratividade, (2026).

O resultado aponta que a lucratividade mensal do nosso negócio será de **8,34%**.

### 5.11.3 – Rentabilidade

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100$$

Figura 13 - Fórmula da rentabilidade, (2026).

A rentabilidade serve para calcular o percentual de retorno em relação ao investimento total realizado pelos sócios. Para tal precisamos utilizar a seguinte fórmula:

| Rentabilidade                                              |               |
|------------------------------------------------------------|---------------|
| 1. Lucro líquido                                           | R\$ 3.562,20  |
| 2. Investimento total                                      | R\$ 91.810,49 |
|                                                            |               |
| <b>Rentabilidade (%)</b><br><b>(Item 1 ÷ Item 2 * 100)</b> | <b>3,88</b>   |

Tabela 25 – Rentabilidade, (2026).

Haverá, portanto, uma rentabilidade mensal de **3,88%** em cima do total investindo no negócio.

### 5.11.4 – Prazo de retorno do investimento

Indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu em seu negócio.

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

Figura 14 - Fórmula do prazo de retorno de investimento, (2026).

| Retorno do Investimento                                  |               |
|----------------------------------------------------------|---------------|
| 1. Investimento total                                    | R\$ 91.810,49 |
| 2. Lucro líquido (anual)                                 | R\$ 42.746,40 |
|                                                          |               |
| <b>Prazo de Retorno</b><br><b>(Item 1 ÷ Item 2 * 12)</b> | <b>2,5</b>    |

Tabela 26 - Prazo de retorno do investimento, (2026).

O cálculo demonstra que levará dois anos e meio para que se obtenha o retorno de todo o capital investido no empreendimento, podendo este tempo diminuir ou aumentar a depender do lucro líquido efetivo dos exercícios em questão.

## 6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

### 6.1 Cenário Otimista

|                                |                      |
|--------------------------------|----------------------|
| <b>RECEITA TOTAL DE VENDAS</b> | <b>R\$ 43.000,00</b> |
| (-) CMV                        | R\$ 10.500,00        |
|                                |                      |
| <b>LUCRO BRUTO</b>             | <b>R\$ 32.500,00</b> |
| (-) Custos variáveis totais    | R\$ 11.323,72        |
|                                |                      |
| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>  | <b>R\$ 21.176,28</b> |
| (Custos fixos totais)          | R\$ 16.607,59        |
|                                |                      |
| <b>RESULTADO DO PERÍODO</b>    | <b>R\$ 4.568,69</b>  |

Tabela 27 - Cenário otimista, (2026).

No Cenário Otimista, acredita-se conseguir negociar com os fornecedores um desconto maior do que o esperado, pelo início do relacionamento, e como forma de fidelização da nossa empresa como parceiros de longo prazo. Assim, obtém-se a redução do nosso CMV e, aliado com um faturamento levemente maior do que o esperado, ter-se-á um aumento de 28,26% em nossa lucratividade no período.

## 6.2 Cenário Pessimista

|                                |                      |
|--------------------------------|----------------------|
| <b>RECEITA TOTAL DE VENDAS</b> | <b>R\$ 40.000,00</b> |
| (-) CMV                        | R\$ 11.237,50        |
| <b>LUCRO BRUTO</b>             | <b>R\$ 28.762,50</b> |
| (-) Custos variáveis totais    | R\$ 11.323,72        |
| <b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>  | <b>R\$ 17.438,78</b> |
| (Custos fixos totais)          | R\$ 16.907,59        |
| <b>RESULTADO DO PERÍODO</b>    | <b>R\$ 531,19</b>    |

**Tabela 28** - Cenário pessimista, (2026).

No Cenário Pessimista, o faturamento inicial seria menor que o estimado, havendo aumento nos custos fixos totais em virtude do aumento da bandeira tarifária de energia elétrica. Resultando em uma lucratividade 88,37% menor que a esperada.

## 7 DECISÃO GERENCIAL

Após a apresentação de todos os dados neste Plano de Negócio, chega-se à conclusão de que seu início se torna viável do ponto de vista operacional e comercial, especialmente em virtude de que no local onde será inserido, há uma clara demanda reprimida para este tipo de comércio pois não há nenhum outro empreendimento do tipo na localidade. Embora a maioria dos moradores da região sejam de baixa renda, a compra de medicamentos é de suma importância para a manutenção da saúde e bem-estar de qualquer cidadão e de qualquer classe social. Sendo um ramo de negócios onde a sazonalidade não gera um impacto tão significativo como em outras áreas.

No Plano Financeiro, vê-se que com estimativas realistas de faturamento e custos, o negócio tem grande potencial de operar com lucratividade mensal, após cobrir todos os seus custos fixos e variáveis, além da própria remuneração dos sócios que já foi incluída nos custos fixos do plano de recursos humanos. A inclusão do pró-labore dentro dos custos da empresa, faz com que os lucros auferidos nos exercícios sejam alocados de forma mais estratégica em novos investimentos visando a expansão do próprio negócio, desta forma, pavimentando o caminho para uma evolução saudável e sustentável no longo prazo.

## 8 REFERÊNCIAS

AFFONSO, Ligia M F.; RUWER, Léia M E.; GIACOMELLI, Giancarlo. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: SAGAH, 2019.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo corporativo**. São Paulo: Empreende, 2020.

NETO, Alexandre A.; SILVA, César Augusto T. **Administração do capital de giro**, 4ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Em 2021, Brasil tinha 13,2 milhões de microempreendedores individuais (MEIs)**. Agência de Notícias IBGE, 5 out. 2023. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38044-em-2021-brasil-tinha-13-2-milhoes-de-microempreendedores-individuais-meis>. Acesso em: 1 jul. 2026.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). **Preços de medicamentos**. Brasília, DF: Anvisa. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/medicamentos/cmed/precos>. Acesso em: 8 jul. 2026.

## 9 APÊNDICE

| Nome do Entrevistado | De 0 a 10, quanto você gostaria de uma farmácia na Ilha do Bispo? | Com que frequência você vai a farmácia? | Onde você compra medicamentos atualmente? | Qual sua opinião a respeito da localização? |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------|
| JAILSON FERNANDES    | 10                                                                | 4x / mês                                | Ilha do Bispo                             | Bom                                         |
| MARCE ANDRÉ          | 10                                                                | 3x / mês                                | Bela Vista                                | Bom                                         |
| EDSON DA COSTA       | 10                                                                | 2x / mês                                | Bela Vista                                | Bom                                         |
| VALDE AMARO          | 10                                                                | 2x / mês                                | Bela Vista                                | Bom                                         |
| JOSE GALDINO S.      | 10                                                                | 3x / mês                                | Centro                                    | Bom                                         |
| ELLEN CRISTINA F.    | 10                                                                | 5x / mês                                | Ilha do Bispo                             | Bom                                         |
| EDILTON ANDRÉ        | 10                                                                | 3x / mês                                | Centro                                    | Bom                                         |
| ADRIANO IBRAHIM      | 10                                                                | 2x / mês                                | Centro                                    | Bom                                         |
| VÂNIA S. BARRETO     | 10                                                                | 4x / mês                                | Bela Vista                                | Bom                                         |
| FRANCISCA ALVES      | 10                                                                | 5x / mês                                | Centro                                    | Bom                                         |
| MICHELLE OLIVEIRA    | 10                                                                | 3x / mês                                | Bela Vista                                | Bom                                         |

Tabela 29 - Formulário da realização da pesquisa de mercado realizada localmente