



ideias de
negócios

Distribuidora de medicamentos



EMPREENDEDORISMO

Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Unidade de Gestão de Soluções

Eduardo Curado Matta

Coordenação

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

Sumário

Apresentação de Negócio	1
Mercado	1
Localização	4
Exigências Legais e Específicas	5
Estrutura	6
Pessoal	7
Equipamentos	9
Matéria Prima/Mercadoria	9
Organização do Processo Produtivo	10
Automação	12
Canais de Distribuição	13
Investimentos	13
Capital de Giro	14
Custos	15
Diversificação/Agregação de Valor	16
Divulgação	17
Informações Fiscais e Tributárias	17
Eventos	20
Entidades em Geral	21
Normas Técnicas	22
Glossário	24
Dicas de Negócio	28
Características Específicas do Empreendedor	29
Bibliografia Complementar	29
Fonte de Recurso	30
Planejamento Financeiro	30
Produtos e Serviços - Sebrae	30
Sites Úteis	31

1. Apresentação de Negócio

Segundo a Agência de Vigilância Sanitária - Anvisa, a atividade de distribuição por atacado de produtos farmacêuticos (Distribuidora de Medicamentos) tem o caráter de relevância pública, atribuindo responsabilidade aos distribuidores pelo fornecimento destes produtos em uma área geográfica determinada e pelo seu recolhimento, quando determinado pela autoridade sanitária. Ou seja, é obrigação dos distribuidores, em acordo com os fabricantes, estar em condições de fornecer rapidamente aos estabelecimentos licenciados e a dispensar produtos farmacêuticos ao público.

Como se trata de um produto de primeira necessidade, as vendas são relativamente estáveis ao longo do ano, com baixa sazonalidade e pouco afetadas por crises econômicas. Porém, embora pareça um negócio sem risco, as barreiras de entrada para novos empreendedores no mercado são elevadas e a concorrência é implacável.

Pode-se dizer que o Brasil é uma potência mundial quando se fala do mercado farmacêutico, pois ocupamos a sexta posição entre os maiores mercados consumidores de medicamentos. Mesmo em tempos de crise econômica, a expectativa, segundo projeções do IMS Health, é de que, até 2018, o país alcance a quarta posição, atrás apenas de Estados Unidos, China e Japão.

Um dos fatores que vem impulsionando esse mercado é o envelhecimento da população brasileira, que está crescendo ano a ano. Segundo estimativas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população acima dos 60 anos de idade deve passar de 14,9 milhões (7,4% do total), em 2013, para 58,4 milhões (26,7% do total) até 2060, devido ao contínuo aumento da expectativa de vida. Por isso, quanto maior o número de idosos significa crescimento no consumo de medicamentos, já que doenças crônicas, como hipertensão e diabetes, tendem a surgir com o avanço da idade, logo, não há crise capaz de frear o crescimento desse mercado, que é impulsionado por uma demanda que cresce naturalmente.

Além de mostrar a força do setor, a grande quantidade de farmácias no país também oferece excelentes oportunidades de negócios para empresas que trabalham no atacado. Uma Distribuidora de Medicamentos faz a ponte entre os laboratórios farmacêuticos e grandes compradores como farmácias, drogarias, hospitais, clínicas, consultórios e órgãos públicos.

2. Mercado

Tendências de mercado

O segmento farmacêutico no Brasil movimentou, em 2016, 69 bilhões de reais. Temos 74.500 estabelecimentos de farmácias e drogarias. Posicionando o país como o quarto

mercado mundial de medicamentos. A tendência é de que o setor ainda continue crescendo, tendo em vista o envelhecimento da população brasileira previsto por órgão como o IBGE.

No entanto, ainda que o setor como um todo se encontre em solo fértil para crescimento, nem todos os setores do mercado de medicamentos crescerão na mesma proporção. Atualmente, o Brasil possui em torno de 70,4 mil farmácias, das quais 72% são representadas pelas independentes e 14% são ocupadas pelas grandes redes - conglomerados de lojas com expansão agressiva e alto poder de investimento.

O processo de formação de grandes redes de drogarias, que compram diretamente dos laboratórios; a venda direta de medicamentos por indústrias farmacêuticas a supermercados, planos de saúde e internet; a rígida regulação dos órgãos públicos e a verticalização da cadeia produtiva representam ameaças relevantes ao desenvolvimento do negócio.

Mercado consumidor

A sobrevivência nesse setor depende da parceria das empresas com os laboratórios. As distribuidoras atuam, basicamente, na representação de medicamentos junto à rede médica e na logística de entrega de produtos. O faturamento pode ser expandido com serviços de entrega por telefone e ações de promoção e propaganda. Medicamentos de alto custo, próteses, órteses e materiais cirúrgicos proporcionam uma margem bruta maior do que medicamentos genéricos e similares.

Outra importante fonte de receita são as compras dos órgãos públicos, através das secretarias de saúde estaduais e municipais. As aquisições de grandes volumes são realizadas por meio de licitação ou pregão eletrônico, mas as distribuidoras podem atender diretamente as compras emergenciais de hospitais públicos.

As distribuidoras de medicamentos atuam no atacado para suprir esta demanda. Devido ao risco intrínseco ao negócio, recomenda-se a realização de ações de pesquisa de mercado para avaliar a demanda e a concorrência.

O empreendedor deverá pesquisar os indicadores econômicos e sociais da região em que pretende atuar. É essencial que se analisem alguns índices como: tamanho da população, população economicamente ativa, índice de potencial do consumo, índice de desenvolvimento humano, etc.

Sugere-se que essas informações sejam pesquisadas periodicamente nos sites do IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada -; do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística -; do PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento -; da Fundação Getúlio Vargas e Prefeituras.

O estudo dos clientes é uma das etapas mais importantes na estruturação do empreendimento. O empreendedor deverá identificar e conhecer melhor seu cliente. Por isso, de uma maneira simples, o empreendedor necessita saber:

- As características gerais dos clientes: pequeno porte, médio porte, farmácias, drogarias, órgãos públicos, etc.
- Quais são os interesses e o comportamento da clientela: a quantidade produtos que compram e com que frequência o fazem, que preço pagam ou estão dispostos a pagar pelos produtos;
- O que motiva as compras dos clientes: o preço, a qualidade, a marca, as formas de pagamento, o atendimento;
- Onde estão os clientes: o tamanho do mercado em que irá atuar - será apenas na cidade, no estado inteiro? Os clientes encontrarão a distribuidora com facilidade?

Mercado concorrente

Para conhecer o concorrente, é necessário identificar as empresas que trabalham com os mesmos produtos ou semelhantes no raio de atuação onde atuará a nova empresa. A partir daí, realizam-se visitas e examinam-se os pontos fortes e fracos dessas em relação a:

- Qualidade dos produtos comercializadas;
- Quais produtos e de que marca comercializam;
- Preço praticado;
- Localização;
- Condições de pagamento: prazos, descontos, etc.;
- Qualidade do atendimento prestado;
- Serviços adicionais: entregas, garantias oferecidas, horários de funcionamento, etc.

Após essa análise, devem-se realizar comparações e visualizar se a nova empresa poderá competir com as analisadas, se há espaço para mais um empreendimento do mesmo ramo, e o que a nova empresa terá de diferencial para que os clientes deixem de ir comprar no concorrente, etc.

O investidor não pode deixar de levar em consideração os *sites* que comercializam os mesmos produtos pela internet. Esses também são considerados concorrentes para a empresa física.

Mercado fornecedor

O mercado fornecedor concentra-se basicamente nas grandes indústrias

farmacêuticas e laboratórios.

O empreendedor deverá avaliar:

- Qualidade dos produtos;
- Tipos de medicamentos comercializados;
- Preço;
- Condições de pagamento;
- Prazos para entrega.

Por todo o país é riquíssima a quantidade e diversidade de fornecedores de medicamentos. Caberá ao investidor definir o *mix* de produtos que deseja representar e buscar aqueles fornecedores que mais contribuirão para o desenvolvimento da empresa.

3. Localização

A localização do ponto comercial é uma das decisões mais relevantes para uma Distribuidora de Medicamentos. Por ser um entreposto para a recepção e entrega de produtos, os aspectos mais importantes para a escolha do ponto são o acesso e a logística de transporte.

O local também deve obedecer às Boas Práticas de Distribuição de Produtos Farmacêuticos, determinadas pela Portaria 802 de 08/10/88, republicada em 04/02/99 e suas alterações.

Alguns detalhes devem ser observados na escolha do imóvel:

- O imóvel atende às necessidades operacionais referentes à localização, capacidade de instalação do negócio, possibilidade de expansão, características da vizinhança e disponibilidade dos serviços de água, luz, esgoto, telefone e internet;
- O ponto é de fácil acesso, possui estacionamento para veículos, local para carga e descarga de mercadorias e conta com serviços de transporte coletivo nas redondezas;
- O local está sujeito a inundações ou próximo a zonas de risco;
- O imóvel está legalizado e regularizado junto aos órgãos públicos municipais; - A planta do imóvel está aprovada pela Prefeitura;
- Houve alguma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área primitiva;
- As atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento ou o Plano Diretor do Município;

- Os pagamentos do IPTU, referente ao imóvel, encontram-se em dia;
- A legislação local permite o licenciamento de placas de sinalização.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo 'Informações Fiscais e Tributárias'.

O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na Fazenda Estadual;
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema "Conectividade Social – INSS/FGTS";
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o "Habite -se" pela prefeitura.
- Contribuição Sindical - A Lei 13.467, de 13 de julho de 2017, denominada Reforma Trabalhista, altera o art. 579 da CLT – Consolidação das Leis do Trabalho – e a contribuição sindical passa a ser facultativa a partir de janeiro de 2018. Isso vale tanto para sindicatos patronais quanto para os trabalhadores (funcionários).

Importante:

- Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.
- É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).

A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações

estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.

- Obtenção do alvará de licença sanitária – adequar às instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas). Em âmbito federal a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, estadual e municipal fica a cargo das Secretarias Estadual e Municipal de Saúde (quando for o caso). O empreendedor ou o contador deverá preparar e enviar o requerimento ao Chefe do DFA/SIV do seu Estado, solicitando a vistoria das instalações e equipamentos.

- Além do registro comercial, o empreendedor precisa cumprir as exigências legais presentes nas resoluções da Agência de Vigilância Sanitária – Anvisa, com destaque à Portaria 802, de 08/10/88, republicada em 04/02/99, e suas atualizações, que institui o Sistema de Controle e Fiscalização em toda a cadeia dos produtos farmacêuticos, juntamente com as Boas Práticas de Distribuição de Produtos Farmacêuticos

- Resolução ANVISA RDC nº 204, de 14 de novembro de 2006 - Determina a todos os estabelecimentos que exerçam as atividades de importar, exportar, distribuir, expedir, armazenar, fracionar e embalar insumos farmacêuticos o cumprimento das diretrizes estabelecidas no Regulamento Técnico de Boas Práticas de Distribuição e Fracionamento de Insumos Farmacêuticos. D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 16 de novembro de 2006.

RESOLUÇÃO DE DIRETORIA COLEGIADA - RDC Nº 39, DE 14 de agosto de 2013. Dispõe sobre os procedimentos administrativos para concessão da Certificação de Boas Práticas de Fabricação e da Certificação de Boas Práticas de Distribuição e/ou Armazenagem.

5. Estrutura

Para uma estrutura mínima com um ponto comercial, estima-se ser necessária uma área de 200m², com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio. Os ambientes podem ser divididos em área de recepção, área de armazenamento (com câmaras frias), escritório e sanitários.

As Boas Práticas de Distribuição de Produtos Farmacêuticos exigem instalações e área física adequadas, em quantidade suficiente para o desenvolvimento das atividades de armazenamento e distribuição de produtos farmacêuticos, bem como a segurança dos produtos quanto a sinistros ou desvios.

Segundo a Agência de Vigilância Sanitária – Anvisa, os distribuidores devem possuir áreas de recepção localizadas de forma a proteger as remessas de produtos de qualquer risco, no momento do recebimento dos produtos farmacêuticos. A área de recepção deve ser separada da área de armazenamento.

A área de armazenamento deve ter capacidade suficiente para assegurar a estocagem ordenada das diversas categorias de produtos. Quando são exigidas condições especiais de armazenamento quanto à temperatura, tal condição deverá ser providenciada e monitorada sistematicamente, mantendo-se os devidos registros.

A distribuidora deve dispor de armário resistente e, ou, sala própria fechada com chave para o armazenamento dos medicamentos sujeitos a um regime especial de controle. O estabelecimento também deve ter local ou sistema de segregação devidamente identificado, fora da área de dispensação, para a guarda dos produtos que apresentem comprovadamente irregularidades ou com prazo de validade vencido.

O escritório destina-se ao atendimento a clientes especiais, fornecedores e parceiros comerciais, além de funcionar como local de trabalho do proprietário. Deve ser composto por uma mesa de trabalho, cadeiras e microcomputador.

As paredes podem ser pintadas com tinta acrílica. Tons claros são adequados para ambientes pequenos, pois proporcionam a sensação de amplitude. Texturas e tintas especiais na fachada externa personalizam e valorizam o ponto.

Sempre que possível, deve-se aproveitar a luz natural. No final do mês, a economia da conta de luz compensa o investimento. Quanto às artificiais, a preferência é pelas lâmpadas fluorescentes.

Profissionais qualificados (arquitetos, engenheiros, decoradores) poderão ajudar a definir as alterações a serem feitas no imóvel escolhido para funcionamento da distribuidora, orientando em questões sobre ergometria, fluxo de operação, *design* dos móveis, iluminação, ventilação, etc.

6. Pessoal

O fator humano é fundamental para o sucesso de uma Distribuidora de Medicamentos. Contar com profissionais qualificados e comprometidos deve estar no topo da lista de prioridades do empreendedor.

É obrigatória a presença de um farmacêutico responsável, com registro no Conselho Regional de Farmácia. Este farmacêutico, caso não seja o proprietário do estabelecimento, necessita receber de seus superiores todo o apoio necessário para um trabalho eficiente, como exigem as boas práticas de dispensação de medicamentos.

Segundo o Código de Ética do Conselho Federal de Farmácia, os principais deveres do farmacêutico, dentre outros, são:

- Comunicar às autoridades sanitárias e profissionais, com discrição e fundamento,

fatos que caracterizem infringência às normas que regulam o exercício das atividades farmacêuticas.

- Colocar seus serviços profissionais à disposição das autoridades constituídas, se solicitado, em caso de conflito social interno, catástrofe ou epidemia, independentemente de haver remuneração ou vantagem pessoal.
- Adotar postura científica perante as práticas terapêuticas alternativas de modo que o usuário fique bem informado e possa melhor decidir sobre a sua saúde e bem-estar.
- Contribuir para a promoção da saúde individual e coletiva, principalmente no campo da prevenção.

O número de funcionários do distribuidor vai variar de acordo com seu tamanho. Além do farmacêutico, uma distribuidora pode contar com as seguintes funções:

- Gerente: responsável pelas atividades administrativas, financeiras, de controle de estoque e da comercialização. Deve ter conhecimento da gestão do negócio, do processo produtivo e do mercado. Precisa manter contato com os laboratórios e com os principais clientes, além de acompanhar as últimas tendências do setor;
- Representante: responsável pelo atendimento aos clientes e venda dos produtos. Suas principais qualidades devem ser: conhecer em profundidade os produtos oferecidos; entender as necessidades dos clientes; conhecer a cultura e o funcionamento da empresa; conhecer as tendências do mercado; desenvolver relacionamentos duradouros com os clientes; transmitir confiabilidade e carisma; atualizar-se sobre as novidades do segmento; zelar pelo bom atendimento após a compra.
- Auxiliar: profissionais responsáveis pelas atividades administrativas da empresa, tais como faturamento, registro de produtos, recebimento de encomendas, logística, recursos humanos, contabilidade, etc.

A Resolução RDC nº 328/01 estabelece que a admissão de funcionários deva ser precedida de exames médicos. Em caso de suspeita ou confirmação de enfermidade, o funcionário deve ser afastado de suas atividades, obedecendo à legislação específica. Todos os empregados devem ser orientados quanto às práticas de higiene pessoal. Os uniformes de trabalho devem estar limpos e em boas condições de uso.

O atendimento é um item que merece uma atenção especial do empresário, visto que, nesse segmento de negócio, os clientes satisfeitos tendem a construir relacionamento de longo prazo com os distribuidores.

A qualificação de profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora a performance do negócio e diminui os custos trabalhistas com a rotatividade de pessoal. O treinamento dos colaboradores deve desenvolver as seguintes competências:

- Capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes;

- Agilidade e presteza no atendimento;
- Capacidade de apresentar e vender os produtos farmacêuticos;
- Motivação para crescer juntamente com o negócio.

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis.

O empreendedor pode participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor. O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

7. Equipamentos

Os principais equipamentos de uma distribuidora de medicamentos são:

- Estantes, armários, arquivos, prateleiras e gavetas;
- Câmaras frias;
- Móveis e materiais de escritório;
- Equipamentos de controle e registro de temperatura ou umidade, ou qualquer outro dispositivo necessário à boa conservação dos produtos, devidamente calibrados;
- Rede de microcomputadores.

Ao fazer o layout do estabelecimento, o empreendedor deve levar em consideração a ambientação, decoração, circulação, ventilação e iluminação. Na área externa, deve-se atentar para a fachada, letreiros, entradas, saídas e estacionamento.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente verificado por meio indicadores de desempenho. Entre vários indicadores chamamos atenção especial para os três seguintes:

1 - Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.

Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

2 - Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

3 - Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a compra; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

O estoque de medicamentos é muito importante para o sucesso de uma Distribuidora de Medicamentos. O empreendedor deve conhecer o perfil de sua clientela e adquirir os produtos adequados.

O consumo de medicamentos varia de acordo com a região do país. Segundo a Federação Brasileira da Indústria Farmacêutica – Febrafarma -, os remédios mais vendidos no Brasil são: Cataflam (anti-inflamatório); Neosaldina (analgésico); Tylenol (analgésico); Redoxon (vitamina C); Buscopan (analgésico); Lexotan (ansiolítico); Sorine (descongestionante nasal); Hipoglos (pomada dermatológica); Luftal (cólica para bebês); Microvlar (anticoncepcional); Rivotril (tranquilizante); Puran T4 (hormônio tireoidiano); Salonpas (analgésico); Vick Vaporub (unguento descongestionante).

O distribuidor pode expandir o seu portfólio de produtos, ofertando produtos hospitalares, medicamentos de alto custo, próteses e materiais cirúrgicos.

9. Organização do Processo Produtivo

As distribuidoras de medicamentos devem criar procedimentos para atender às seguintes exigências legais:

- Somente distribuir produtos farmacêuticos legalmente registrados no país;
- Abastecer-se exclusivamente em empresas titulares do registro dos produtos;
- Fornecer produtos farmacêuticos apenas a empresas autorizadas/licenciadas a dispensar estes produtos no país;
- Manter manual de Boas Práticas de Distribuição e Armazenagem de produtos e os respectivos procedimentos operacionais adotados pela empresa à disposição das autoridades sanitárias para efeitos de inspeção;
- Garantir a todo tempo aos agentes responsáveis pelas inspeções o acesso aos

documentos, locais, instalações e equipamentos;

- Manter a qualidade dos produtos que distribui durante todas as fases da distribuição, sendo responsável por quaisquer problemas consequentes ao desenvolvimento de suas atividades;
- Notificar à autoridade sanitária competente, em caráter de urgência, quaisquer suspeitas de alteração, adulteração, fraude ou falsificação dos produtos que distribui, com a indicação do número do lote para averiguação da denúncia, sob pena de responsabilização nos termos da legislação penal, civil e sanitária;
- Identificar e devolver, ao titular do registro, os produtos com prazo de validade vencido, mediante operação com nota fiscal, ou, na impossibilidade desta devolução, solicitar orientação à autoridade sanitária competente da sua região;
- Utilizar serviços de transporte legalmente autorizados pela autoridade sanitária;
- Somente efetuar as transações comerciais através de nota fiscal que conterà obrigatoriamente o número dos lotes dos produtos farmacêuticos;
- Dispor de meios e recursos para manter toda a documentação à disposição das autoridades competentes para efeitos de inspeção, durante um período de cinco anos;
- Manter um cadastro atualizado dos estabelecimentos farmacêuticos e dos serviços de saúde com que transaciona, especificando os lotes e respectivos quantitativos a eles correspondentes, a fim de permitir um adequado controle e a pronta localização dos produtos identificados como impróprios ou nocivos à saúde;
- Dispor de plano de emergência que permita a execução efetiva de uma ação de retirada do mercado ordenada pelas autoridades competentes ou definida em cooperação com o fabricante do produto em questão, ou com o importador titular de registro do produto no país. O empreendedor deve estabelecer procedimentos operacionais escritos para todas as operações suscetíveis de afetar a qualidade dos produtos ou da atividade de distribuição.

Estes procedimentos devem ser aprovados, assinados e datados pelo responsável técnico. A documentação deve ser de amplo conhecimento e fácil acesso a todos os funcionários envolvidos em cada tipo de operação e disponível, a qualquer momento, às autoridades sanitárias.

As principais operações são:

- Recepção e inspeção das remessas;
- Armazenamento;
- Limpeza e manutenção das instalações incluindo sistema de controle de insetos e roedores;
- Registro das condições de armazenamento;
- Segurança dos produtos estocados e instruções para seu transporte;
- Movimentação dos estoques para venda;
- Controle dos pedidos dos clientes;
- Produtos devolvidos e planos de recolhimento;
- Segurança patrimonial e incêndio.

Quanto à recepção de produtos, as remessas devem ser examinadas no recebimento para verificar se as embalagens estão danificadas e se corresponde exatamente ao lote encomendado. Os medicamentos com embalagem violada, suspeitos de qualquer contaminação, adulterados, falsificados ou com suspeita de falsificação devem ser

retirados dos estoques comercializáveis, identificados e segregados em área totalmente separada, de forma a não serem vendidos por engano, nem contaminarem outras mercadorias. A sua identificação deve indicar claramente que não se destinam à comercialização. Caso ocorram reclamações ou observações de reações adversas, os distribuidores devem separar o lote e comunicar imediatamente, por escrito, ao titular do registro e à autoridade sanitária. Deve-se, ainda, registrar as informações obtidas de farmácias, hospitais e consumidores, e as providências adotadas.

Produtos sujeitos a controle especial, substâncias entorpecentes ou psicotrópicas, hemodrivados, imunobiológicos e radiofármacos possuem regras especiais para a sua dispensação no atacado e armazenagem.

Antes de proceder ao fornecimento dos produtos farmacêuticos, os distribuidores devem:

- Certificar a identidade do produto;
- Identificar o número de registro do produto, o número do lote, sua data de vencimento e data de fabricação;
- Transportar o material de forma adequada, evitando comprometer a embalagem e sem retirar a sua proteção externa;
- Criar um registro de distribuição por lote e área geográfica de abrangência.

Os produtos interditados, devolvidos ou recolhidos devem ser identificados e separados dos estoques comercializáveis para evitar a redistribuição, até que seja adotada uma decisão quanto ao seu destino. Os produtos que tenham sido devolvidos ao distribuidor apenas poderão regressar aos estoques comercializáveis se:

- Os medicamentos estiverem nas respectivas embalagens originais e estas não tiverem sido abertas e se encontrarem em boas condições;
- Os medicamentos estiveram armazenados ou se foram manuseados de modo adequado, conforme suas especificações;
- O período remanescente até o fim do prazo de validade for aceitável para que o produto percorra as outras etapas da cadeia, até o consumo, mantida a sua validade;
- Os produtos forem examinados pelo farmacêutico responsável com avaliação que atenda à natureza do produto, às eventuais condições de armazenamento que necessita e ao tempo decorrido desde que foi enviado.

10. Automação

A automação nesse ramo é fundamental. O empreendedor deverá buscar no mercado *softwares* especialmente desenvolvidos para o ramo.

Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo

fornecedor, verificando ainda se o aplicativo possui funcionalidades, tais como:

- Controle de mercadorias;
- Controle de taxa de serviço;
- Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente);
- Emissão de pedidos;
- Lista de espera;
- Organização de compras e contas a pagar;
- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento da empresa.

Além disso, segundo determinação da Anvisa, os recursos informatizados devem conservar a documentação, sob a forma de fatura de compra e venda, relacionada a qualquer transação de entrada e saída, que contenha, no mínimo, as seguintes informações:

- Designação da nota fiscal;
- Data;
- Designação dos produtos farmacêuticos;
- Número do lote;
- Quantidade recebida ou fornecida;
- Nome e endereço do fornecedor ou do destinatário, conforme o caso;
- Número da autorização de funcionamento e da licença estadual ou municipal, atualizada;
- Número da licença estadual/municipal, atualizada, do comprador.

11. Canais de Distribuição

As farmácias e drogarias são os principais canais de distribuição de medicamentos.

Faz parte do serviço prestado pela distribuidora a entrega de produtos no local do cliente. Para isso, a distribuidora pode utilizar frota própria de veículos e motos ou terceirizar o serviço. Também pode ampliar os canais de venda por meio de internet e por telefone.

12. Investimentos

O investimento variará muito de acordo com o porte do empreendimento. Uma distribuidora, estabelecida em uma área de 200m², exige um investimento inicial estimado em R\$ 80.000,00, a ser alocado majoritariamente nos seguintes itens:

- Reforma do local
- Estantes, armários, arquivos, prateleiras e gavetas: R\$ 20.000,00.
- Câmaras frias: R\$ 15.000,00.
- Móveis e materiais de escritório: R\$ 10.000,00.
- Rede de microcomputadores: R\$ 15.000,00.
- Softwares e licenças : R\$ 8.000,00
- Capital de giro: R\$ 10.000,00.

Antes de montar a empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

Os valores acima relacionados são apenas uma referência para constituição de um empreendimento dessa natureza. Além disso, eles irão variar conforme a região geográfica que a empresa irá se instalar, da necessidade de reforma do imóvel, do tipo de mobiliário escolhido, da diversidade de produtos que serão produzidos, etc.

Por meio da internet o empreendedor poderá adquirir e cotar os preços de quase todos os equipamentos e móveis necessários. Contudo, a depender do volume de compras, o futuro empresário poderá, de posse dessas cotações, ir conversar diretamente com algum fornecedor de sua região, a fim de analisar a realidade de valores do mercado.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as

variações nas vendas de eventos e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

Geralmente, a necessidade de capital de giro corresponde a 10% do volume total de investimento para a operação de uma Distribuidora de Medicamentos. O empreendedor não necessita ter muito dinheiro em caixa, apenas o necessário para pequenas compras eventuais.

O desafio da gestão do capital de giro deve-se, principalmente, à ocorrência dos fatores a seguir: variação dos diversos custos absorvidos pela empresa; aumento de despesas financeiras, em decorrência das instabilidades desse mercado; baixo volume de vendas; aumento dos índices de inadimplência; altos níveis de estoques.

14. Custos

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa.

Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

Custos variáveis

São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.

Custos fixos

São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e/ou vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Esses custos são todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de venda / distribuição.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Os custos para abrir uma Distribuidora de Medicamentos, podem ser estimados levando em consideração os seguintes gastos:

- Salários, comissões e encargos;
- Tributos, impostos, contribuições e taxas;
- Aluguel, taxa de condomínio, segurança;
- Água, luz, telefone e acesso à internet;
- Produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários
- Recursos para manutenções corretivas de equipamentos;
- Assessoria contábil;
- Propaganda e publicidade da empresa;
- Aquisição de matéria-prima e insumos;
- Despesas com vendas;
- Despesas com armazenamento e transporte.

Seguem algumas dicas para manter os custos controlados:

- Comprar pelo menor preço;
- Negociar prazos mais extensos para pagamento de fornecedores;
- Evitar gastos e despesas desnecessárias;
- Manter equipe de pessoal enxuta.

15. Diversificação/Agregação de Valor

Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta possuir algo que concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado.

As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de uma Distribuidora de Medicamentos, existem várias oportunidades de diferenciação, tais como:

- Criação de programas de fidelidade para os clientes mais assíduos;
- Ampliação das linhas de produtos, como próteses, órteses, produtos hospitalares, medicamentos de alto custo e materiais cirúrgicos.
- Venda de produtos por telefone e internet;
- Prestação de serviços de logística para laboratórios;
- Parceria para a representação exclusiva e promoção de produtos.

16. Divulgação

A divulgação é um componente fundamental para o sucesso de uma distribuidora de medicamentos. As campanhas publicitárias devem ser adequadas ao orçamento da empresa, à sua região de abrangência e às peculiaridades do local. Abaixo, sugerem-se algumas ações mercadológicas acessíveis e eficientes:

- Oferecer descontos e pacotes promocionais para produtos combinados;
- Montar um *website* com a oferta de produtos para alavancar as vendas;
- Participar de feiras e eventos sobre medicamentos.

O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando possível, superar as expectativas do cliente. Ao final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de Distribuidora de medicamentos, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas), sob o número 4644-3/01, como a atividade de exploração de comércio atacadista de medicamentos de origem química e natural, para uso humano, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, e alterada pela Lei Complementar 155, de 2016. Iniciando a vigência a partir de janeiro de 2018 - desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais) para microempresa e R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços);

- ISSQN (imposto sobre serviços de qualquer natureza);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, alterada pela LC 155, de 2016, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4% a 19,5%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Importante consultar a Resolução CGSN nº 133/2017 (foi publicada no Diário Oficial da União (DOU) de 16/06/2017), alterando e revogando diversos dispositivos da Resolução CGSN nº 94/2011, que dispõe sobre o Simples Nacional.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI - Microempreendedor Individual. Para se enquadrar no MEI o CNAE da atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 – Alterada pela Resolução CGSN Nº 135, DE 22 de agosto de 2017. Para mais informações sobre essa modalidade consulte o *site* do portal do empreendedor: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>.

Outros regimes de tributação

Para os empreendedores que preferem não optar pelo Simples Nacional, há os regimes de tributação abaixo:

Lucro Presumido: É o lucro que se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo dos tributos das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. Nesse regime, a apuração dos impostos é feita trimestralmente.

A base de cálculo para determinação do valor presumido varia de acordo com a atividade da empresa. Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x % (percentual da atividade), aplica-se as alíquotas de:

- **IRPJ - 15%.** Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;
- **CSLL - 9%.** Não há adicional de imposto.
- **PIS - 1,65%** - sobre a receita bruta total, compensável;

- **COFINS - 7,65%** - sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta os impostos estaduais e municipais:

- **ICMS** - Em regra geral, as alíquotas variam conforme o estado, entre 17 e 19%. Alguns produtos ou serviços possuem alíquotas reduzidas ou diferenciadas.

- **ISS** – Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município onde a empresa estiver sediada, entre 2 e 5%.

Além dos impostos citados acima, sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais (tanto para o lucro real quanto para o lucro presumido):

- **INSS - Valor devido pela Empresa** - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;

- **INSS - Autônomos** - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).

- **FGTS** – Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

Lucro Real: É o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação tributária. Este sistema é o mais complexo, que deverá ser bem avaliado por um contador. As alíquotas para este tipo de tributação são:

- **IRPJ - 15%** sobre a base de cálculo (lucro líquido). Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, multiplicado pelo número de meses do período. O imposto poderá ser determinado trimestralmente ou anualmente;

- **CSLL - 9%**, determinada nas mesmas condições do IRPJ;

- **PIS - 1,65%** - sobre a receita bruta total, compensável;

- **COFINS - 7,65%** - sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta os impostos estaduais e municipais:

- **ICMS** - Em regra geral, as alíquotas variam conforme o estado, entre 17 e 19%. Alguns produtos ou serviços possuem alíquotas reduzidas ou diferenciadas.

- **ISS** – Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município onde a empresa estiver sediada, entre 2 e 5%.

Além dos impostos citados acima, sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais (tanto para o lucro real quanto para o lucro presumido):

- **INSS - Valor devido pela Empresa** - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;

- **INSS - Autônomos** - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).

- **FGTS** – Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

Recomendamos que o empreendedor consulte sempre um contador, para que ele o oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

18. Eventos

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações da área para obter informações sobre os eventos que irão ocorrer. Eventos como feiras, rodada de negócios, congressos, etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.

Onde procurar: www.ubrafe.org.br; www.expofeiras.gov.br e ainda no Catálogo Brasileiro de Exposições e Feiras, disponível na internet.

Alguns eventos importantes:

CEMAT SOUTH AMERICA

Feira Internacional de Movimentação de Materiais e Logística Linhas de Produtos e/ou Serviços: movimentação de materiais, logística, separação de pedidos e embalagem, sistemas de armazenagem, sistemas e softwares para movimentação de carga e logística.

<http://www.cemat-southamerica.com.br>

HOSPITALAR

Linhas de Produtos e/ou Serviços: equipamentos, consumíveis, centros cirúrgicos,

medicamentos, farmácia hospitalar, enfermagem, monitoração, home care, tecnologia, projetos, instalações, construções, hotelaria, mobiliário, ortopedia, fisioterapia e reabilitação.

<http://hospitalar.com> Contato: visitantes@hospitalar.com.br

NATURALTECH

Feira de Alimentação Saudável, Suplementos, Produtos Naturais e Saúde Linhas de Produtos e/ou Serviços: alimentos funcionais, probióticos e integrais, alimentos vegetarianos, produtos veganos, fitoterápicos, suplementos, linhas diet e light, mel e derivados, cosméticos naturais, óleos essenciais e velas, nutrição esportiva e estética.

<http://www.naturaltech.com.br>

EXPO PHARMA

Linhas de Produtos e/ou Serviços: medicamentos, hpc, cosméticos, fitoterápicos e suplementos.

<http://expopharma.com.br>

19. Entidades em Geral

Aqui estão listadas algumas instituições as quais o empreendedor necessitará se relacionar em algum momento da execução da sua atividade.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Para descobrir a unidade do SEBRAE mais próxima acesse:

<http://www.sebrae.com.br/> ou Tel.: 0800 570 0800

RECEITA FEDERAL

<http://idg.receita.fazenda.gov.br/>

ANVISA - AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA

<http://www.portal.anvisa.gov.br>

SNDC - Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

<http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/a-defesa-do-consumidor-no->

brasil/anexos/sistema-nacional-de-defesa-do-consumidor-sndc

ABCFarma - Associação Brasileira do Comércio Farmacêutico

<http://www.abcfarma.org.br>

Abrafarma - Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias

<http://www.abrafarma.com.br>

Conselho Federal de Farmácia

<http://www.cff.org.br>

Febrafarma

<http://www.febrafarma.org.br>

Ministério da Saúde

<http://www.saude.gov.br>

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para uma Distribuidora de Medicamentos:

Não existem normas específicas para este negócio.

2. Normas aplicáveis na execução de uma Distribuidora de Medicamentos:

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2013 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR 5410:2004 Versão Corrigida: 2008 - Instalações elétricas de baixa tensão.

Esta Norma estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.

ABNT NBR ISO IEC 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior.

Esta Norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR 5419-1:2015 - Proteção contra descargas atmosféricas -Parte 1: Princípios gerais.

Esta Parte da ABNT NBR 5419 estabelece os requisitos para a determinação de proteção contra descargas atmosféricas.

ABNT NBR 5419-2:2015 - Proteção contra descargas atmosféricas - Parte 2: Gerenciamento de risco.

Esta Parte da ABNT NBR 5419 estabelece os requisitos para análise de risco em uma estrutura devido às descargas atmosféricas para a terra.

ABNT NBR 5419-3:2015 - Proteção contra descargas atmosféricas - Parte 3: Danos físicos a estruturas e perigos à vida.

Esta Parte da ABNT NBR 5419 estabelece os requisitos para proteção de uma estrutura contra danos físicos por meio de um SPDA - Sistema de Proteção contra Descargas Atmosféricas - e para proteção de seres vivos contra lesões causadas pelas tensões de toque e passo nas vizinhanças de um SPDA.

ABNT NBR 5419-4:2015 - Proteção contra descargas atmosféricas - Parte 4: Sistemas elétricos e eletrônicos internos na estrutura.

Esta Parte da ABNT NBR 5419 fornece informações para o projeto, instalação, inspeção, manutenção e ensaio de sistemas de proteção elétricos e eletrônicos

(Medidas de Proteção contra Surtos - MPS) para reduzir o risco de danos permanentes internos à estrutura devido aos impulsos eletromagnéticos de descargas atmosféricas (LEMP).

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

ABNT NBR 5626:1998 - Instalação predial de água fria.

Esta Norma estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria. As exigências e recomendações aqui estabelecidas emanam fundamentalmente do respeito aos princípios de bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.

ABNT NBR ISO 20345:2015 - Equipamento de proteção individual - Calçado de segurança.

Esta Norma especifica requisitos básicos e adicionais (opcionais) para calçado de segurança utilizado para propósitos gerais. Inclui, por exemplo, riscos mecânicos, resistência ao escorregamento, riscos térmicos e comportamento ergonômico.

21. Glossário

Seguem alguns termos técnicos referentes a termos técnicos, extraídos do website <http://www.anvisa.gov.br/medicamentos/dcb/glossario.pdf>.

ADJUVANTE: substância adicionada ao medicamento com a finalidade de prevenir alterações, corrigir e, ou, melhorar as características organolépticas, biofarmacotécnicas e tecnológicas do medicamento. (Resolução – RDC nº 17/00).

BOAS PRÁTICAS DE FABRICAÇÃO (BPF): parte da Garantia da Qualidade que assegura que os produtos são consistentemente produzidos e controlados, com padrões de qualidade apropriados para o uso pretendido e requerido pelo registro. O cumprimento das BPF esta dirigido primeiramente para a diminuição dos riscos inerentes a qualquer produção farmacêutica, os quais não podem ser detectados através da realização de ensaios nos produtos acabados. Os riscos são constituídos essencialmente por: contaminação-cruzada, contaminação por partículas e troca ou mistura de produto. (Resolução – RDC nº 134/01)

COMPONENTE: qualquer substância ou material a ser utilizado na fabricação de um produto farmacêutico. (Resolução – RDC n° 134/01)

CONCENTRAÇÃO: quantidade de substância (s) ativa(s) ou inativa (s) em determinada unidade de massa ou volume do produto. (Resolução n° 134/01).

CORANTES: substâncias adicionais aos medicamentos, produtos dietéticos, cosméticos, perfumes, produtos de higiene e similares, saneantes domissanitários e similares, com o efeito de lhes conferir cor e, em determinados tipos de cosméticos, transferi-la para a superfície cutânea e anexos da pele. (Lei n.º 6.360/76).

DENOMINAÇÃO COMUM BRASILEIRA (DCB): denominação do fármaco ou princípio farmacologicamente ativo aprovada pelo órgão federal responsável pela vigilância sanitária. (Lei n.º 9.787/99; Decreto n.º 3.961/01; Resolução – RDC n.º 84/02).

DENOMINAÇÃO COMUM INTERNACIONAL (DCI): denominação do fármaco ou princípio farmacologicamente ativo recomendada pela Organização Mundial da Saúde. (Lei n.º 9.787/99; Decreto n.º 3.961/01; Resolução – RDC n.º 84/02). Nome recomendado pela OMS para cada medicamento. Cada denominação apresenta-se em latim, espanhol, francês, inglês e russo. A finalidade da Denominação Comum Internacional é conseguir uma boa identificação de cada fármaco no âmbito internacional. A Denominação Comum Internacional não tem caráter oficial, a menos que, a autoridade sanitária de um determinado país a aceite assim. Esse país pode aceitá-la na sua totalidade ou com certas variações. Assim, as denominações oficiais nos Estados Unidos, no Reino Unido, no Japão e nos outros países que reconhecem a Farmacopéia Européia, recebem o nome de USAN, BAN, JAN e Farmacopéia Européia, respectivamente. (Glosario de Medicamentos: Desarrollo, Evaluación y Uso).

DENOMINAÇÃO GENÉRICA: denominação de um princípio ativo ou fármaco, adotada pelo Ministério da Saúde, ou, em sua ausência, a Denominação Comum Internacional (DCI), recomendada pela Organização Mundial de Saúde. (Decreto n.º 793/93).

DROGA: substância ou matéria-prima que tenha finalidade medicamentosa ou sanitária. Quando citado em inglês a palavra drug, esta deve ser traduzida, preferencialmente, como fármaco e não como droga. (Lei n.º 5.991/73; Decreto n.º 79.094/77; Portaria n.º 344/98).

EXCIPIENTES: os excipientes são substâncias que, em concentrações presentes em algumas formas farmacêuticas, não apresentam atividade farmacológica. Contudo, isso não exclui a possibilidade de que determinados excipientes possam causar reações alérgicas ou efeitos indesejáveis. Os excipientes são empregados para dotar as formas farmacêuticas de características que assegurem a estabilidade, biodisponibilidade, aceitabilidade e facilidade de administração de um ou mais princípios ativos. Na medida em que os excipientes afetam a liberação do princípio ativo, eles podem modificar a magnitude (efetividade/potência) e o perfil temporal (farmacocinética) das ações farmacológicas dos produtos farmacêuticos através de modificações na sua estabilidade. Os excipientes servem, além disso, para dar uma forma ou consistência adequada a uma preparação. Certas farmacopéias não aceitam

o uso de excipientes que possam interferir nas provas e avaliações farmacopeicas descritas nelas, tal como acontece com a Farmacopéia Britânica. Os termos “ingrediente inativo” e “substância agregada” são geralmente empregados nas farmacopéias, tanto que os outros sinônimos se empregam com preferência na terminologia da tecnologia farmacêutica. Exemplos de excipientes: desintegrantes, emulsificantes (emulsionantes), corantes, flavorizantes, aglutinantes, conservantes, espesantes, etc. (Glosario de Medicamentos: Desarrollo, Evaluación y Uso).

FÁRMACO: substância química que é o princípio ativo do medicamento. (Portaria n.º 3.916/98; Resolução do CFF n.º 357/01).

FARMACOPÉIA BRASILEIRA: conjunto de normas e monografias de farmoquímicos, estabelecido por e para um país. (Portaria n.º 3916/98).

FARMOQUÍMICOS: todas as substâncias ativas ou inativas que são empregadas na fabricação de produtos farmacêuticos. (Portaria n.º 3916/98).

HARMONIZAÇÃO: ação ou efeito de harmonizar-se, por em harmonia; estar em harmonia, estar de acordo; tornar harmônico, concernente a, ou em que há harmonia, regular, coerente. (Resolução – RDC n.º 276/02).

MATÉRIAS-PRIMAS: Substâncias ativas ou inativas que se empregam para a fabricação de medicamentos e demais produtos abrangidos por este Regulamento, mesmo que permaneçam inalteradas, experimentem modificações ou sejam eliminadas durante o processo de fabricação. (Decreto n.º 3.961/01; Arias TD, Glosario de Medicamentos: Desarrollo, Evaluación y Uso, Organización Panamericana de la Salud, Washington, D,C, 1999).

MEDICAMENTO: produto farmacêutico, tecnicamente obtido ou elaborado, com finalidade profilática, curativa, paliativa ou para fins de diagnóstico. É uma forma farmacêutica terminada que contém o fármaco, geralmente em associação com adjuvantes farmacotécnicos. (Resolução RDC - n.º 84/02).

MEDICAMENTOS BIOTECNOLÓGICOS: medicamento biológico, tecnicamente obtido ou elaborado por procedimentos biotecnológicos, com finalidade profilática, curativa, paliativa ou para fins de diagnóstico. (Resolução RDC – n.º 80/02).

NOMENCLATURA: nomes científicos, de acordo com as regras dos códigos internacionais de nomenclatura botânica, zoológica, biológica, química e farmacêutica, assim como nomes homeopáticos consagrados pelo uso e os existentes em Farmacopéias, Códices, matérias médicas e obras científicas reconhecidas, para designação das preparações homeopáticas. (Resolução – RDC n.º 33).

NOME ADOTADO NOS ESTADOS UNIDOS (USAN): nome genérico ou comum reconhecido pelo Conselho de Nomes Adotados pelos Estados Unidos, o qual pode ser, também, uma Denominação Comum Internacional, se este nome for recomendado pela OMS. O Nome Adotado nos Estados Unidos se converte no nome “oficial” desse país ao introduzir o medicamento na USP, no Formulário Nacional ou na Farmacopéia

Homeopática desse país. (Glosario de Medicamentos:Desarrollo, Evaluación y Uso).

NOMES APROVADOS NO REINO UNIDO (BAN): os nomes aprovados no Reino Unido são formados ou selecionados pela Comissão da Farmacopéia Britânica e publicados pelo Ministério da Saúde.

NOME COMERCIAL: designação do produto, para distingui-lo de outros, ainda que do mesmo fabricante ou da mesma espécie, qualidade ou natureza. (Decreto n.º 79.094/77; Decreto n.º 3.961/01).

NOME DERIVADO: caracteriza o sal ou o éster de um fármaco (ou princípio ativo), e que contem, ou não, a mesma atividade farmacológica que este último.

NOME SINÔNIMO: são nomes dados por fabricantes ao mesmo fármaco e/ou os antigos nomes oficiais. Assim como, nomes oficiais adotados em outros países. (Parte 1: Noções Básicas – IV. Nomenclatura de Fármacos. Em: Korolkovas A, Burckhalter JH. Química farmacêutica. Rio de Janeiro (RJ): Guanabara Koogan; 1988).

NOME QUÍMICO: é o único que descreve a estrutura química do fármaco. É dado de acordo com as regras de nomenclatura dos compostos químicos, como por exemplo a IUPAC.(Parte 1: Noções Básicas – IV. Nomenclatura de Fármacos. Em: Korolkovas A, Burckhalter JH.Química farmacêutica. Rio de Janeiro (RJ): Guanabara Koogan; 1988).

NÚMERO CAS: número de registro no Chemical Abstract Service: CAS é um identificador numérico que contem, no máximo, 9 dígitos, divididos em 3 partes. Cada número de registro no CAS é único, designa apenas uma substância, não tem significado químico e é uma ligação para uma rica fonte de informações sobre uma específica substância química. (<http://www.cas.org>).

ORIGEM DO NOME: presença do nome do fármaco em inglês em alguma das seguintes referências: 1) International Nonproprietary Names (INN) for Pharmaceutical Substances; 2) USP Dictionary of USAN and International Drug Names; 3) The Merck Index; 4) Martindale: the complete drug reference; 5) Index Nominum: International Drug Directory; 6) Chemical Abstracts Service Database.

PRINCÍPIO ATIVO: substância ou grupo delas, quimicamente caracterizada, cuja ação farmacológica é conhecida e responsável, total ou parcialmente, pelos efeitos terapêuticos do medicamento fitoterápico. (Resolução - RDC n.º 17/00).

PRODUÇÃO: todas as operações envolvidas no preparo de determinado produto farmacêutico, desde o recebimento dos materiais, passando pelo processamento e embalagem. (Resolução – RDC n.º 134/01).

REGISTRO DE MEDICAMENTO: instrumento por meio do qual o Ministério da Saúde, no uso de sua atribuição específica, determina a inscrição prévia no órgão ou na entidade competente, pela avaliação do cumprimento de caráter jurídico-administrativo e técnico-científico relacionada com a eficácia, segurança e qualidade destes produtos, para sua introdução no mercado e sua comercialização ou consumo. (Decreto n.º

3.961/01).

REMÉDIO: palavra usada pelo leigo como sinônimo de medicamento e especialidade farmacêutica; na realidade, remédio é qualquer dispositivo, inclusive, o medicamento, que sirva para tratar o doente: massagem, clima, sugestão, etc. (Silva P. Definições Básicas. Em: Silva P. Farmacologia. Sexta Edição. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara Koogan, 2002).

RÓTULO: identificação impressa, litografada, pintada, gravada a fogo, a pressão ou auto-adesiva, aplicada diretamente sobre recipientes, embalagens, invólucros ou qualquer protetor de embalagem externo ou interno; não podendo ser removida ou alterada durante o uso do produto e durante o seu transporte ou armazenamento. (Decreto n.º 3.961/01).

SIGLA: formada geralmente com as iniciais do laboratório ou do pesquisador ou do grupo de pesquisas que preparou ou ensaiou o fármaco pela primeira vez, seguida de um número. Não identifica a estrutura química do fármaco. Deixa de ser usada logo que for escolhido um nome adequado. (Parte 1: Noções Básicas – IV. Nomenclatura de Fármacos. Em: Korolkovas A, Burckhalter JH. Química farmacêutica. Rio de Janeiro (RJ): Guanabara Koogan; 1988).

SUBSTÂNCIA ATIVA: qualquer substância que apresente atividade farmacológica ou outro efeito direto no diagnóstico, cura, alívio, tratamento ou prevenção de doenças, ou afete qualquer função do organismo humano. (Resolução – RDC n.º 134/01).

22. Dicas de Negócio

- É fundamental investir na qualidade global do atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais.

- Criar / adquirir sistema informatizado interligado diretamente com os dos clientes, assim quando o cliente der baixa (saída) de medicamento o sistema avisa ao distribuidor. Esse por sua vez saberá o momento de repor o estoque de medicamento no cliente, antecipando-se o atendimento.

Outras dicas importantes:

- Criar a fidelidade dos clientes: Pode ser feito através da criação de uma carta fidelidade que poderá ser revertida em reduções e descontos depois de utilizada um certo número de vezes.

Também poderão ser realizadas algumas ações de pós-venda, como: comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados, contato telefônico lembrando eventos e promoções, etc.

23. Características Específicas do Empreendedor

Neste segmento, o empreendedor precisa, fundamentalmente, ter tino comercial.

Também precisa estar atento às tendências do setor e hábitos dos clientes.

É recomendável que o empreendedor ou seu gerente seja da área da saúde.

Outras características importantes, relacionadas ao negócio, podem ajudar no sucesso do empreendimento:

- Busca constante de informações e oportunidades;
- Iniciativa e persistência;
- Comprometimento;
- Qualidade e eficiência;
- Capacidade de estabelecer metas e assumir riscos;
- Planejamento e monitoramento sistemáticos;
- Independência e autoconfiança;
- Senso de oportunidade;
- Conhecimento do ramo;
- Liderança.

24. Bibliografia Complementar

Farmácias de elite. Disponível em: <<http://www.cff.org.br/noticia.php?id=3879>>. Acesso em 13 novembro 2017.

BRITO, Vanessa. Anvisa coloca em questão a vocação de farmácias e drogarias. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/integra_noticia?noticia=8824160>. Acesso em: 26 ago. 2009.

MAIS franquias para uma vida saudável. Pequenas Empresas Grandes Negócios. Disponível em: <<http://empresas.globo.com/Empresasenegocios/0,,ERA631545-2560,00.html>>. Acesso em: 19 junho de 2009.

SEBRAE. Como montar drogarias de pequeno porte. Sebrae/NA: Brasília, 19--.

CHAGAS, Fernando Celso Dolabela. O segredo de Luísa - uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce um empreendedor e se cria uma empresa. 14 ed. São Paulo: Ed. Cultura Editores e Associados, 1999.

Farmácias ganham com conveniência. Disponível em: <http://www.portalabcfarma.com.br/noticiasDetalhes.asp?cod=149>. Acesso em 26 out 2011.

ZATTI, Ricardo Antônio; FRANCO, Adriane Jane. *Como montar e administrar farmácias e drogarias*. Viçosa, CPT, 2015. 290p.

SEBRAE. *Como elaborar um plano de negócios*. Brasília, 2013. 159p.

SEBRAE/SP. *Como abrir e fazer a gestão de farmácias e drogarias*. São Paulo, s.d. (Comece certo).

Sites consultados:

Receita Federal - <http://idg.receita.fazenda.gov.br/>. Acesso em 20 outubro 2017.

<https://meucontadoronline.com.br/novas-alteracoes-simples-nacional-2018/>. Acesso em: 22 outubro 2017.

COMITÊ Gestor aprova a Resolução 135 e a Recomendação 7. Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/Noticias/NoticiaCompleta.aspx?id=415ad600-7d43-4e55-971b-55df99e95ef3>>. Acesso em 22 outubro 2017.

25. Fonte de Recurso

26. Planejamento Financeiro

27. Produtos e Serviços - Sebrae

28. Sites Úteis