



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CEEI – CICLO DE EDUCAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO
MBA- GESTÃO EMPREENDEDORA E INOVAÇÃO

MÁRIO CÉSAR FURTADO DA COSTA

Clínica Multidisciplinar:
OROFACE - Centro de Especialidades

CAMPINA GRANDE
MARÇO DE 2017

REALIZAÇÃO



PARCERIA



APOIO



MÁRIO CÉSAR FURTADO DA COSTA

Clínica Multidisciplinar:

OROFACE - Centro de Especialidades

Trabalho de Conclusão de curso de Master of Business Administration (MBA) em Gestão Empreendedora e Inovação apresentado como requisito para aprovação no CEEI-Ciclo de Educação em Empreendedorismo e Inovação desenvolvidos pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e Fundação Parque Tecnológico da Paraíba (PAQTECPB).

Orientador: Prof. M.e Roberto Ranieri Guimarães Rocha

**CAMPINA GRANDE
MARÇO DE 2017**

REALIZAÇÃO



PARCERIA



APOIO



É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

C837c Costa, Mário César Furtado da
Clínica multidisciplinar [manuscrito] : Oroface - Centro de
Especialidades / Mario César Furtado da Costa. - 2017.
66 p.

Digitado.

Monografia (Especialização MBA - Gestão Empreendedora e
Inovação) - Universidade Estadual da Paraíba, Pró-Reitoria de
Ensino Médio, Técnico e Educação à Distância, 2017.

"Orientação: Prof. Me. Roberto Ranieri Guimarães Rocha,
Departamento de Ciências Sociais Aplicadas".

1. Plano de negócios. . 2. Empreendimento. 3.
Especialidades. 4. Gestão empresarial. I. Título.

21. ed. CDD 658

MÁRIO CÉSAR FURTADO DA COSTA

**Clínica Multidisciplinar:
OROFACE - Centro de Especialidades**

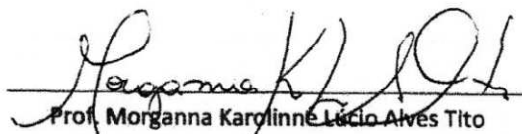
Trabalho de Conclusão de curso de Master of Business Administration (MBA) em Gestão Empreendedora e Inovação apresentado como requisito para aprovação no CEEI- Ciclo de Educação em Empreendedorismo e Inovação desenvolvidos pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e Fundação Parque Tecnológico da Paraíba (PAQTECPB).

Aprovada em: 23/03/2017.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Me. Roberto Ranieri Guimarães Rocha (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Morganna Karolinné Lúcio Alves Tito
Faculdade Maurício de Nassau (FMN)



Prof. Paoline Levy Pereira Almeida
Faculdade Maurício de Nassau (FMN)

**CAMPINA GRANDE
2017**

REALIZAÇÃO

PARCERIA

APOIO



RESUMO

O presente Plano de Negócios, tem como objetivo demonstrar a viabilidade do empreendimento e o planejamento de uma clínica de múltiplas especialidades. A OROFACE – Centro de Especialidades, foi o nome proposto para a empresa, que terá como foco o atendimento clínico, terapêutico e cirúrgico, com especialistas em horários diferenciados, com o objetivo de atender ao público que não tem um horário flexível, ou que não tenha disponibilidade de marcar consultas com especialistas em horário comercial. Oferecendo à população tratamentos para distúrbios relacionados à Dor orofacial, praticando preços acessíveis e primando pela qualidade dos serviços prestados. Nossa principal missão é prover a saúde de maneira inovadora com foco no serviço humanizado, reconhecida pelo comprometimento com a responsabilidade social. Os clientes potenciais da OROFACE- Centro de Especialidades, serão pessoas das classes média e média alta, com interesse em serviço diferenciado nos cuidados da saúde, com um foco principal na Dor Orofacial. O valor do investimento inicial será próprio, onde cada sócio-proprietário arcará com percentual de participação. Vale ressaltar que o empreendimento é viável e lucrativo, desde que sejam utilizados os procedimentos apresentados neste Plano de Negócios. A metodologia empregada neste trabalho foi a pesquisa qualitativa, com abordagem de estudo de caso. As técnicas de pesquisa de campo utilizadas foram: a observação participante, a análise de documentos e pesquisa em campo. Os resultados do trabalho são um conjunto de ações a serem empreendidas — classificadas como prioritárias — e seus respectivos planos de ação, prazos de implementação, e executores responsáveis.

ABSTRACT

The purpose of this Business Plan is to demonstrate the feasibility of the project and the planning of a multi-specialty clinic. OROFACE - Center of Expertise, was the name proposed for the company, which will focus on clinical, therapeutical and surgical care, with specialists at different times, with the objective of serving the public who do not have a flexible schedule, or who do not Be available to make appointments with specialists during business hours. Offering to the population treatments for disorders related to Orofacial Pain, practicing affordable prices and praising the quality of the services provided. Our main mission is to provide health in an innovative way with a focus on humanized service, recognized for its commitment to social responsibility. Potential clients of OROFACE - Center of Expertise will be middle- and upper-middle class individuals with an interest in differentiated health care services, with a primary focus on Orofacial Pain. The value of the initial investment will be own, where each owner-owner will bear the percentage of participation. It is worth mentioning that the venture is viable and profitable, provided that the procedures presented in this Business Plan are used. The methodology used in this study was the qualitative research, with a case study approach. The field research techniques used were: participant observation, document analysis and field research. The results of the work are a set of actions to be undertaken - classified as priorities - and their respective action plans, implementation deadlines, and responsible executors.

LISTA DE SIGLAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas

NBR - Norma Brasileira Registrada

SiBI - Sistema de Bibliotecas e Informação

UFCG - Universidade Federal de Campina Grande

UEPB - Universidade Estadual da Paraíba

PaqTcPB - Fundação Parque Tecnológico da Paraíba

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa

http - Hiper Text Transfer Protocol

www - World Wide Web

LISTA DE TABELAS E QUADROS

Tabela 01: Classes sociais brasileiras

Tabela 02: Quando de sócios

Tabela 03: Visão no nosso cliente

Tabela 04: Cronograma

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01: Distribuição da população por sexo, segundo os grupos de idade da Região Nordeste

SUMÁRIO

1 - Resumo Executivo	07
2 - O Negócio	07
2.1 - Histórico e Motivação	08
2.2 - Modelo de Negócio	09
3 - Produtos e Serviços	10
3.1 - Características e Benefícios	11
3.2 - Estágio de Desenvolvimento	12
4 - O Ambiente de Negócio	13
4.1 - Análise do Setor	13
4.2 - O Mercado Potencial	14
4.3 - Análise da Concorrência	16
5 - Estratégias de Marketing	18
5.1 – Posicionamento	19
5.2 - Foco e Segmentação	19
5.3 - Plano de Penetração no Mercado	19
5.4 - Distribuição e Comercialização	19
6 - Administração e Gestão	20
6.1 - Produção, Localização e Instalações	20
6.2 - Descrição Legal e Estrutura Societária	21
6.3 – Equipe	25
6.5 - Alianças e Parcerias	27
6.6 - Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação	27
6.7 - Gestão da Qualidade	29
7 - Plano de Implantação	29
7.1 - Análise de Riscos	30
7.2 - Fatores Críticos de Sucesso	32
7.3 – Cronograma	33
7.4 - Alternativas Estratégicas	34
8 - Plano Financeiro	34
9 - Considerações finais	36
10- Referência Bibliográficas	37
ANEXO I - Projeções Financeiras	38

1 - Resumo Executivo

O presente Plano de Negócios, tem como objetivo demonstrar a viabilidade do empreendimento e o planejamento de uma clínica de múltiplas especialidades.

A OROFACE – Centro de Especialidades, foi o nome proposto para a empresa, que terá como foco o atendimento clínico, terapêutico e cirúrgico, com especialistas em horários diferenciados, com o objetivo de atender ao público que não tem um horário flexível, ou que não tenha disponibilidade de marcar consultas com especialistas em horário comercial. Oferecendo à população tratamentos para distúrbios relacionados à Dor orofacial, praticando preços acessíveis e primando pela qualidade dos serviços prestados. Nossa principal missão é prover a saúde de maneira inovadora com foco no serviço humanizado, reconhecida pelo comprometimento com a responsabilidade social.

Os clientes potenciais da OROFACE- Centro de Especialidades, serão pessoas das classes média e média alta, com interesse em serviço diferenciado nos cuidados da saúde, com um foco principal na Dor Orofacial. O valor do investimento inicial será próprio, onde cada sócio-proprietário arcará com percentual de participação. Vale ressaltar que o empreendimento é viável e lucrativo, desde que sejam utilizados os procedimentos apresentados neste Plano de Negócios. A metodologia empregada neste trabalho foi a pesquisa qualitativa, com abordagem de estudo de caso.

As técnicas de pesquisa de campo utilizadas foram: a observação participante, a análise de documentos e pesquisa em campo. Os resultados do trabalho são um conjunto de ações a serem empreendidas — classificadas como prioritárias — e seus respectivos planos de ação, prazos de implementação, e executores responsáveis.

2 - O Negócio

O desenvolvimento de novas tecnologias, estão cada vez mais acelerados, fazendo que empresas tenham de se adaptar a novos panoramas com a mesma velocidade. Por este motivo, investimentos nessas tecnologias são

essenciais, principalmente na área da saúde, cujo objetivo é tratar a Dor Orofacial através de novos processos e tecnologias existentes.

Com um pequeno histórico, descobrimos que ao longo dos tempos diversas civilizações antigas buscavam alternativas possíveis para alívio da Dor. Egípcios, Chineses e Gregos, sempre procuravam ministrar terapias com esse objetivo. Sendo a Dor Orofacial, uma das grandes preocupações da humanidade, conforme sugerem alguns registros gráficos da pré-história e os vários documentos escritos, procurou-se esclarecer as razões que justificassem a ocorrência de dor e os procedimentos destinados a seu controle.

Esse fenômeno da dor, crônica ou aguda, tem recebido a atenção dos vários profissionais de saúde e principalmente pelas indústrias farmacêuticas e de indústrias de tecnologias, levando ao avanço significativo de métodos terapêuticos.

Atualmente boa parte dos diagnósticos precoces e tratamentos em ritmo mais acelerado, passam por equipes multidisciplinares, que contemplam cirurgiões-dentistas, médicos, fisioterapeutas, fonoaudiólogos, psicólogos, entre outros. Todos reunidos em um trabalho conjunto, permite o atendimento global de acordo com as necessidades de cada paciente, com o objetivo de acelerar o tratamento e o retorno às atividades normais, melhorando a qualidade de vida.

Tendo o tratamento da Dor Orofacial, como uma oportunidade de negócio, este projeto visa criar uma empresa prestadora de serviços na área da saúde, na qual atuará com uma equipe multidisciplinar e com uso de novos métodos terapêuticos, possibilitando potencializar o tratamento dos pacientes que apresentam algum tipo de Dor Orofacial, através da integração entre os profissionais da saúde através de atendimentos diferenciados e horários flexíveis.

Por tanto, esta é a nossa proposta de inovação, a criação de uma Clínica de atuação multidisciplinar, especializada em tratamento relacionados a Dor Orofacial, com um diferencial de funcionar em horários especiais, buscando atender ao público que não tem um horário flexível ou que não tenha disponibilidade de marcar consultas com especialistas em horário comercial.

2.1 - Histórico e Motivação

A OROFACE- Centro de Especialidades, é uma empresa nascente, que surge da ideia de dois profissionais da área da saúde, um odontólogo e uma

fonoaudióloga, especializados em tratamentos dos distúrbios relacionados a Dor Orofacial, com objetivo em atender uma parcela da população que necessita de tratamentos, nos quais muitos dos indivíduos não tem muito tempo disponível em horário comercial para cuidar de sua saúde. Tanto para o trabalhador assalariado, que incomoda seus gestores solicitando saída para ir tratar da saúde, quanto para gerentes e empresários com reuniões importantes que não podem ser desmarcadas. Pensando nisso, propomos uma clínica de atendimento diferenciado, que atenderá das 08:00 as 22:00h de segunda à sábado, se ajustando ao horário que o paciente possa com tranquilidade cuidar de sua saúde.

Observando o aumento de expectativa de vida da população, influenciada pelo crescimento econômico do país, tem contribuído para o aumento de doenças e traumas, bem como, de sequelas dolorosas, cujo tratamento é ainda de grande precariedade nos serviços de saúde destinados ao tratamento da dor. Pode-se dizer que o aumento da sobrevida, as pessoas estão cada vez mais apresentando aumento de condições dolorosas, por ficarem cada vez mais expostas a condições potencialmente dolorosas.

Para suprir essa deficiência, surgiu a idéia de reunir um grupo de profissionais das mais diversas áreas da saúde, para a criação de uma empresa com o objetivo de oferecer um novo modelo de serviço direcionado, para o tratamento da Dor Orofacial. A OROFACE- Centro de Especialidades, assume esse compromisso, de levar a sociedade, o alicerce científico fundamental para o desenvolvimento de novas terapias, de modo que o paciente tenha o suporte de uma forma mais completa possível, dados aos múltiplos componentes da expressão dolorosa.

Portanto, propomos a implementação de um atendimento multidisciplinar para o tratamento de Dor Orofacial, dispondo de um serviço que funcionará em horários especiais.

2.2 - Modelo de Negócio

A OROFACE- Centro de Especialidades, será uma empresa de marca própria voltada para prestação de serviço na área da saúde, através de uma equipe multidisciplinar, composta por médicos, cirurgiões-dentistas, fisioterapeutas, fonoaudiólogos, psicólogos, nutricionistas, dentre outros integrantes, que atuam em

áreas da saúde em diferentes campos do conhecimento, mas que se completam para oferecer um atendimento integral, individualizado, personalizado, especializado de alta qualidade científica e de excelência em resultados positivos.

A Empresa funcionará das 08:00 as 22:00h de segunda à sábado e terá como principal fonte de renda a cobrança de honorários no fornecimento de serviços de consultas, terapias e cirurgias, para indivíduos que são acometidos com algum tipo de dor orofacial, sendo ela aguda ou crônica.

Nossa presença online através de redes sociais e softwares, terá como objetivo promover uma melhor interação e diminuir a distância entre o profissional e o paciente.

3 - Produtos e Serviços

A OROFACE CENTRO DE ESPECIALIDADES vem trazer um serviço de consultas, terapias e cirurgias na área da saúde, através de uma equipe multidisciplinar, atuando principalmente em distúrbios relacionados a Dor Orofacial.

Serão oferecidos serviços nas seguintes áreas da saúde:

- **Fisioterapia:** serviços de Hemiplegia, hemiparesia, processos distróficos, síndromes, miopatias e parkinson; Distúrbios funcionais de origem reumática ou ortopédica (degenerativa ou inflamatória); recuperação funcional pós-operatório ou pós-imobilização, com ou sem comprometimento neurológico; reeducação postural global; Acupuntura;Drenagem Linfática Manual/mecânica Facial/corporal.
- **Fonoaudiologia:** Motricidade Orofacial, Pre e pós operatório de cirurgias ortognática, traumas de face; tratamento da dor ou incômodo na articulação temporomandibular (ATM).
- **Medicina:** serviços de consultas e procedimentos clínicos e cirúrgicos nas áreas de: Anestesiologia, Clínica Médica, Neurologia, Ortopedia e Traumatologia e Reumatologia.
- **Nutrição:** serviços de reeducação alimentar e nutrição preventiva; programas nutricionais associados à fitoterapia e fonoaudiologia.

- **Odontologia:** serviços de consultas e procedimentos clínicos e cirúrgicos nas áreas de: Dentística Restauradora, Endodontia, Periodontia, Prótese Dentária, Ortodontia e Ortopedia Facial, Implantodontia, Cirurgia e Traumatologia Bucomaxilofacial e Odontogeriatrics.
- **Psicologia:** serviços de psicoterapia individual, psicomotricidade, avaliação psicológica, controle de estresse excessivo.

3.1 - Características e Benefícios

A OROFACE - Centro de Especialidades, surge com a experiência de profissionais com mais de 15 anos no mercado, com o trabalho pautado por valores éticos e morais. Sempre buscando realizar os melhores tratamentos aos nossos clientes, de maneira que possamos deixá-los cada vez mais saudáveis, fortes e felizes.

Estaremos oferecendo aos nossos clientes, um serviço de necessidade básica e especializada, com qualidade e preço justo, com um atendimento em horários diferenciados, resolvendo um problema que é a assistência a saúde voltado para o tratamento da Dor Orofacial. Ao segui-los com afinco, por meio de trabalho árduo e muita aprendizagem, nos tornaremos referência de um serviço de combate à Dor Orofacial, com resultados e atendimento de excelência.

A credibilidade de nossos serviços serão alcançados por meio de uma equipe multiprofissional, altamente qualificados e com uma vasta experiência e comprometida com o que faz, baseada na confiança, eficácia, eficiência e transparência. É sempre dessa forma que continuaremos caminhando.

NOSSOS VALORES

- **HONESTIDADE** – ser verdadeiro, não mentir, não enganar, não dissimular.
- **PERFECCIONISMO** – busca pela extrema qualidade, excelência, atenção aos detalhes em todos os trabalhos que executar.
- **COMPROMETIMENTO** – sempre fazer o que foi combinado, ir além do esperado; buscar ajuda, quando necessário, e ajudar quando perceber que alguém precisa de você.

- **OUSADIA** – inovar, pensar diferente, com o objetivo de atingir excelência nos resultados.
- **ZELO** – ter consideração por pessoas e cuidado com instrumentais, materiais e equipamentos usados nos procedimentos.
- **RESPEITO** – em toda e qualquer situação, sempre tratar as pessoas com cordialidade e educação.
- **CONFIANÇA** – acreditar que todos da equipe estarão engajados e cumprindo as funções que lhes forem designadas.

3.2 - Estágio de Desenvolvimento

A OROFACE – Centro de Especialidades, encontra-se hoje em seu estágio inicial (Start up), no qual neste momento temos como foco principal a sobrevivência. Neste estágio inicial as decisões estão concentradas em três pessoas, sendo elas o sócio fundador e dois sócios responsáveis pela Diretoria Técnica e o outro a Diretoria contábil, cada um desempenhando tarefas nesta fase inicial. Com o objetivo de alcançar metas em curto prazo, delegamos tarefas a cada um dos sócios. A figura da Diretoria Técnica ficou responsável em atrair possíveis parceiros e a Diretoria contábil está principalmente focada no atendimento das obrigações fiscais. O fundador, representado neste plano de negócio pela figura de Diretor Geral, está responsável pela aquisição de fontes de financiamentos.

Os serviços propostos pela nossa empresa estão prontos a serem comercializados, uma vez que cada membro da empresa, seja ele membro fundador ou membro colaborador, já exercem as suas “atividades foco” da empresa de forma isolada.

Segundo a BAIN & COMPANY BRASIL (Abril 20, 2016) os sistemas globais de saúde enfrentarão transformações importantes até o final da década e o cenário no Brasil não será diferente. A busca por eficiência operacional; consolidações no mercado e uma crescente pressão pela gestão de custos ao longo da cadeia, são os principais desafios para a área da saúde. A adoção de protocolos de atendimento, a melhora na gestão da informação e a introdução de métodos de pagamento mais alinhados entre as partes, são algumas das sugestões propostas para o fortalecimento de empresas já consolidadas ou empresas em estágios iniciais.

O nosso foco principal neste momento é encontrar clientes suficientes para que a empresa seja viável. Ela precisará de recursos suficientes para atender às consideráveis demandas de nossos clientes. Todos os sócios estarão muito envolvidos e supervisionando tudo que acontece nesta fase. Em nossa gênese, funcionaremos com sistemas mínimos e com uma quantidade de funcionários reduzida. Nossa principal preocupação é com os serviços que vamos oferecer e como vendê-los.

4 - O Ambiente de Negócio

A criação de uma nova empresa no ramo da saúde com um conceito pouco explorado, como o tratamento da dor e da reabilitação orofacial, faz com que a OROFACE - Centro de Especialidades se posicione no mercado como uma clínica pioneira na região. Sendo observado no mercado que poucas empresas na região trabalham com um público alvo tão específico. Por esse motivo acreditamos que há espaço na região para implementarmos um serviço especializado no tratamento da Dor Orofacial com a utilização de novas técnicas terapêuticas e novas tecnologias e horários mais acessíveis.

4.1 - Análise do Setor

O mercado de assistência à saúde no Brasil, é marcado por um grande número de particularidades e por ser muito complexo. Entretanto, o setor tem passado por mudanças profundas e adotou um novo paradigma de negócios, o que o torna um dos mais promissores e atraentes do mundo.

O mercado privado é distribuído entre agentes individuais. Nesse caso, os usuários dos serviços pagam individualmente ou coletivamente, por meio de grupos ou planos de seguro-saúde, administrados por empresas privadas, cooperativas e organizações médicas de autogestão. Do outro lado, há prestadores de serviço, como hospitais, clínicas, laboratórios, indústria farmacêutica, entre outros.

Segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, o setor privado de assistência à saúde, contribuiu no ano de 2015, com aproximadamente R\$ 91 bilhões.

O país tem fatores de crescimento demográfico determinantes na área de

assistência à saúde, com forte crescimento projetado do PIB per capita e envelhecimento da população, que levarão ao aumento no consumo de produtos e serviços e à criação de empregos formais no setor.

O mercado doméstico continuará a experimentar uma tendência importante de consolidação na área de assistência à saúde, produtos farmacêuticos e ciências biológicas.

Entre as principais tendências identificadas, estão:

- Aumento significativo nas receitas dos planos odontológicos e serviços de home care;
- Redução de custos, atendimento às exigências regulatórias, tecnologia e inovação, que são áreas de prioridade máxima para os futuros líderes de mercado;
- Forte atividade em fusões e aquisições, com um papel importante de investidores estratégicos e financeiros em um movimento de consolidação, impulsionado pela fragmentação do setor e o ambiente regulatório;
- Aumento na produção local de medicamentos, impulsionado por planos governamentais.

4.2 - O Mercado Potencial

Uma vez estabelecido os serviços prestados pela OROFACE - Centro de Especialidades, estarão focados essencialmente no tratamento da dor orofacial.

Definiu-se que os clientes potenciais da empresa serão indivíduos com problemas agudos e/ou crônicos de dor, que os impeçam de ter uma boa qualidade de vida, e que estejam buscando soluções novas para tais problemas.

A empresa não efetuará tratamentos através de convênios, dessa forma, pode-se concluir que a grande maioria de seus clientes será oriunda das classes A e B.

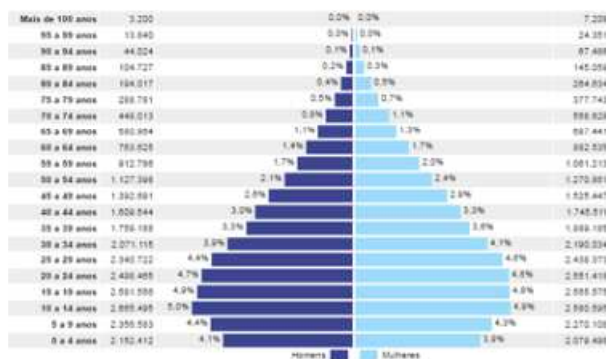
Pesquisa realizada pela ABEP – Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa, definiu as novas classes sociais brasileiras, levando em consideração tanto renda familiar quanto posse de bens

Estrato Sócio Econômico	Renda média Domiciliar
A	R\$ 20.272,56
B1	R\$ 8.695,88
B2	R\$ 4.427,36
C1	R\$ 2.409,01
C2	R\$ 1.446,24
D-E	R\$ 639,78

Fonte: ABEP - Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa – 2014 – www.abep.org – abep@abep.org

Adicionalmente, indivíduos da terceira idade, os quais não constituem um público-alvo específico da clínica, embora façam parte dele sob o enfoque da dor orofacial, representarão, sem dúvida nenhuma, uma parcela importante de nossos clientes, ao longo do tempo, pelo aumento da expectativa de vida da população, com o conseqüente incremento das possibilidades de apresentarem condições dolorosas características dessa faixa etária, além de enfrentarem maior exposição a outras condições potencialmente dolorosas (doenças, traumas etc.), conforme já mencionado anteriormente.

Distribuição da população por sexo, segundo os grupos de idade da Região Nordeste



Fonte: IBGE 2010

Concluindo, acreditamos que os tratamentos modernos para o tratamento da dor orofacial, continuarão conquistando um espaço cada vez mais importante

junto aos profissionais da saúde e da população.

Dessa forma, ao direcionarmos a nossa clínica para o público-alvo mencionado acima e nos posicionarmos junto aos clientes diretos e indiretos (aqueles que nos indicam e recomendam), como uma empresa séria, capacitada e focada em tratamento especializados da dor e reabilitação física, conquistaremos uma fatia do mercado de saúde ainda pouco explorado pelo seu tamanho, alavancando nossa chance de sucesso.

4.3 - Análise da Concorrência

A análise SWOT em nosso plano de negócios nos permitiu evidenciar se a nossa operação está adequada para responder alguns dos problemas e/ou necessidades do segmento, realçando a natureza e a dimensão dos problemas, apresentando as respostas à totalidade existentes.

Nossa clínica será localizada em um Centro Médico, com várias unidades médicas em seu entorno, o que facilita a realização de exames, não sendo necessário grande deslocamento. Teremos disponível uma agenda para consultas 24 horas. O paciente terá uma vasta opção de horário, optando por qual se encaixa melhor em seu planejamento diário. Haverá uma interação entre todo o corpo clínico, facilitando o diagnóstico, dispensando a realização de exames desnecessários e redundantes.

Forças (Strengths)

- Agenda com bastante horários para atendimentos
- Ambiente de trabalho
- Atende todas as especialidades
- Amplo horário de atendimento
- Atendimento diferenciado
- Excelente localização da clínica
- Informatização do setor administrativo
- Infra estrutura adequada
- Integração entre várias áreas da saúde

- Preços atrativos e competitivos com o Mercado

Fraquezas (Weaknesses)

- Alta rotatividade de funcionários
- Atraso de profissionais
- Baixa aderência dos clientes a venda casadas de serviços
- Baixa flexibilidade de modelo de contratação
- Comunicação com os pacientes é falha
- Equipe pouco comprometida
- Falta de tecnologia de ponta
- Poucas ações de marketing
- Pouco conhecimento por parte dos donos na parte de gestão
- Sem estratégia de pós-venda

Oportunidades (Opportunities)

- Aumento da possibilidade de financiamento
- Aumento de relacionamento com convênios
- Busca da sociedade por uma melhor qualidade de vida
- Ciclo positivo da economia na área da saúde
- Crescimento da parcela da população com acesso a serviços de saúde
- Foco nos titulares de seus planos de convênios corporativos
- Grande número de profissionais da saúde disponíveis no mercado de trabalho;
- Localizada no bairro onde a população é muito grande
- Uma publicidade mais abrangente aumentaria o conhecimento e aproximaria os pacientes.

Ameaças (Threats)

- Baixos investimentos em melhorias

- Baixos salários
- Infra estrutura pequena e não adequada ao volume de atendimento
- Pouco empenho dos sócios da empresa em alterar o atendimento

5 - Estratégias de Marketing

A OROFACE - Centro de Especialidades tem como objetivo ser a primeira opção de tratamento de indivíduos que apresentam Dor Orofacial de origem crônica aguda, por sermos uma empresa que se compromete a buscar novas tecnologias, técnicas e serviços, e aprimorar constantemente seus tratamentos a fim de oferecer o máximo de bem estar e qualidade de vida a cada indivíduo, tratando-o de forma única.

Buscamos ser referência no tratamento da Dor Orofacial, para isso pretendemos oferecer uma grande variedade de serviços, aliada a profissionais altamente qualificados e com experiência comprovada no ramo, ambiente agradável e equipamentos de última geração, fazendo com que todos os clientes se sintam especiais e garantindo assim sua fidelização e um relacionamento de longo prazo com nossa empresa.

A opção selecionada pelos sócios por proporcionar novos e mais eficientes tratamentos para a dor e da reabilitação orofacial, consolida-se em uma estratégia mercadológica importante, uma vez que a procura por tais tratamentos vem crescendo continuamente, atingindo assim tempo em que a empresa pretende conquistar a parte escolhida do mercado.

5.1 - Posicionamento

Nosso posicionamento no qual procuraremos nos distinguir da concorrência é promover um serviço eficiente para o alívio da dor orofacial e conseqüentemente melhorar o bem estar físico, mental e social de nossos clientes, através da prestação de serviços especializados e de alto padrão no tratamento da dor e na reabilitação física, visando aumentar a capacidade de cada indivíduo de viver com longevidade e plenitude.

Nosso compromisso é a Valorização, Respeito, Responsabilidade, Ética, Honestidade, sempre buscando a excelência, proporcionando os melhores serviços

através de uma equipe multidisciplinar de especialistas na área da saúde, sendo esta a imagem que buscamos transmitir aos nossos clientes

5.2 - Foco e Segmentação

São considerados público-alvo da nossa empresa:

- Indivíduos que acreditam em novos modelos de terapias para solução dos seus problemas de dor orofacial;
- Indivíduos com dores e restrições físicas, tensões, acidentes, traumas, envelhecimento, desgastes, degenerações, disfunções físicas, alterações genéticas, doenças adquiridas, cirurgias, etc.
- Indivíduos com encaminhamento médico, inclusive pré e pós cirúrgicos.

5.3 - Plano de Penetração no Mercado

Como parte de sua estratégia de negócios, a empresa pretende utilizar-se do marketing de relacionamento para construir pró-ativamente relacionamentos duradouros com seus clientes. Através da coleta e análise de informações sobre o cliente, e consequente identificação de suas necessidades e desejos, a empresa idealizará e implementará ações inovadoras, objetivando assegurar que eles se tornem cada vez mais próximos, reconheçam o valor e o esforço da empresa em oferecer serviços que excedam as suas expectativas, e passem, dessa forma, a naturalmente recomendá-la para outras pessoas. Com isso, a clínica pretende adquirir vantagem competitiva, o que contribuirá para a melhora de seu desempenho e para a obtenção de resultados sustentáveis.

5.4 - Distribuição e Comercialização

Paralelamente, o estabelecimento de parcerias é essencial para alavancar o negócio e serão prioritárias para a divulgação e crescimento da empresa. O fato da clínica já possuir uma parceria “fechada” verbalmente com algumas clínicas do município, na qual proporciona uma vantagem inicial e futura significativa.

Após a consolidação da marca e de sua posição no mercado, a estratégia de expansão da empresa contempla:

- A ampliação de seu espaço atual para atendimento de um maior volume de clientes;
- A ampliação de seu escopo para tratamentos preventivos e estéticos, além de curativos;
- A inauguração de novas unidades, de propriedade dos atuais sócios ou através de franquias; A abertura de micro-unidades dentro em outros municípios.

6 - Administração e Gestão

A empresa está segmentando seus serviços na área da saúde. Será constituída como uma Sociedade Simples Limitada (artigo 982 e 1050 do Código Civil).

6.1 - Produção, Localização e Instalações

A localização escolhida para a instalação da clínica também é um fator que contribui para o seu sucesso, uma vez que a empresa encontra-se próxima a grandes hospitais, centros de diagnósticos por imagens, laboratórios de análises, em bairro com alto poder aquisitivo, com a vantagem adicional de não haver outra clínica de mesmo nicho de atuação na região que ofereça os mesmos tratamentos.

A clínica será instalada no empreendimento WMCE – World Medical Center, localizada na Rua Duque de Caxias - 380, em imóvel com 200m², de propriedade de um de seus sócios, locado pela empresa, contando com uma excelente estrutura predial, que contempla:

- Edifício de 32 andares
- 256 Salas
- 10 elevadores com capacidade para 20 pessoas cada e velocidade de 3m/s
- Recepção integrada ao sistema de segurança

- Área Externa com lojas de apoio ao Centro Médico
- Centro Cultural
- Estacionamento para 600 veículos
- Gerador de última geração
- Banheiros e depósitos em todos os andares

6.2 - Descrição Legal e Estrutura Societária

Um dos mais importantes cuidados ao se abrir uma clínica diz respeito à documentação para que o consultório esteja totalmente dentro da lei. Como primeira exigência é que a clínica deverá ser devidamente registrado nos Conselho Regional de Odontologia (CRO), Conselho Regional de Fonoaudiologia (CRFa), Conselho Regional de Medicina (CRM), pois isso atesta aos pacientes segurança e qualidade no atendimento.

Também é necessário que o consultório seja enquadrado como pessoa jurídica, o que significa que é preciso realizar uma abertura de empresa. Realizar a inscrição estadual e municipal como prestador de serviço, ter CNPJ e acertar no regime de tributação, estão entre as principais necessidades.

Para que tudo possa correr conforme a lei, ainda são exigidos os alvarás adequados. Dentre os principais documentos específicos para a atividade, estão o Alvará da Vigilância Sanitária, o Cadastro Nacional de Estabelecimento de Saúde, o Laudo de Aprovação dos Bombeiros e o documento referente à coleta de lixo hospitalar. Com todos os documentos certos, acontece a liberação do alvará de Funcionamento por parte da Prefeitura.

Estrutura Societária

Sociedade Limitada: sociedade composta por, no mínimo, dois sócios, pessoas físicas ou jurídicas. A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

Sócios	Quotas	%	Valor (R\$)
Mário César Furtado da Costa	100.000	33,34	R\$ 100.020,00
Ana Cláudia Martins Brito	100.000	33,33	R\$ 99.990,00
Sebastião Correia da Costa	100.000	33,33	R\$ 99.990,00

A sociedade gira sob a denominação OROFACE- Centro de Especialidades

Conforme decisão de todos os sócios, as retiradas de rendas a título de Pró-Labore serão efetuadas somente a partir do quinto mês, sendo que estes valores deverão estar em conformidade com o limite estipulado em Lei; parte dos lucros auferidos serão destinados a re-investimentos na própria unidade e/ou na expansão do negócio, por um período de dois anos e os prejuízos que porventura ocorrerem serão absorvidos pelos lucros acumulados, não havendo saldo suficiente serão distribuídos ou suportados pelos sócios na proporção de suas respectivas quotas de capital. A sociedade será administrada isoladamente e individualmente por todos os sócios, e a eles caberá a responsabilidade ou representação ativa e passiva da sociedade, judicialmente e extrajudicialmente, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto social sempre no interesse da clínica, ficando vedado o uso da denominação social em negócios estranhos aos fins sociais ou assumir obrigações, seja em favor de quaisquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade. Pelos excessos ou atos onerosos, os sócios responderão individualmente.

Quando um dos sócios deseja deixar a sociedade

Mesmo que seja vontade de só um dos sócios realizar a dissolução parcial de sociedade, será preciso avisar aos demais sócios, com 60 dias de antecedência da retirada, a fim de que sejam providenciadas as alterações no contrato social da empresa. Nesse caso, o sócio recebe os valores correspondentes à sua participação e deixa de fazer parte da empresa.

Quando os demais sócios desejam excluir um sócio

Quando um dos sócios não cumprir com a integralização de capital acordada em contrato ou se alguma de suas obrigações contratuais for violada, ele pode, sim, ser excluído da sociedade pelos demais membros. E essa é mais uma possibilidade para que se faça a dissolução parcial da sociedade.

Quando algum dos sócios morre

A morte de um dos sócios pode levar à dissolução parcial de sociedade, caso os herdeiros dele não tenham interesse em assumir sua cota de participação na empresa. Nesse caso, será realizada a dissolução de sociedade empresarial de modo parcial, sendo que os valores correspondentes à participação do falecido são partilhados entre seus herdeiros diretos.

Quando a dissolução ocorre por vontade dos sócios

Sendo vontade de todos os sócios, será possível proceder a dissolução de sociedade limitada e, assim, encerrar as atividades da empresa. Como esta sociedade é por prazo indeterminado, a vontade da maioria detentora do capital social é que prevalece, sendo exigido mais de 50% do capital social para que se conceda a desejada liquidação.

Quando há inexecutabilidade do objeto social

Caso não seja possível dar continuidade ao objeto - ou fim principal - da empresa, será realizada a dissolução de sociedade limitada pela simples falta de capacidade de sua operação.

Quando a dissolução de sociedade se dá por falência

Decretar falência não significa apenas fechar as portas do estabelecimento. Esse processo, que é exclusivamente jurídico, requer o cumprimento de uma série de etapas para que haja a dissolução de sociedade empresarial de fato. Lembrando que a justiça pode, ainda, nomear um administrador judicial para recuperar a massa falida, evitando, assim, que a empresa encerre suas atividades por má administração.

Registro da Sociedade

- Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas.
- Receita Federal (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ).
- Prefeitura Municipal de Campina Grande- PB.
- Conselho Regional de Odontologia da Paraíba.
- Conselho Regional de Medicina do Estado da Paraíba.
- Vistoria do Imóvel no Corpo de Bombeiros.

Âmbito Federal

- Regime de Tributação: Lucro Presumido IRPJ - Imposto de Renda da Pessoa Jurídica - 4,80%; CSL - Contribuição Social sobre o Lucro - 1,08%; PIS - Programa de Integração Social - 0,65%
- COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - 3%

Âmbito Municipal

- ISS - Imposto sobre Serviços - 2% e 5% TFE - Taxa de Fiscalização de Estabelecimento
- Âmbito Previdenciário
- INSS - Previdência Social FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço
- Sindicato das Categorias
- Contribuição Sindical Patronal Contribuição Sindical dos Empregados

6.3 - Equipe

Mário César Furtado da Costa (*Diretor geral*)

Possui graduação em Odontologia pela (UEPB), e Desenho Industrial pela (UFCG). Na área odontológica, atua em Saúde Coletiva e Epidemiologia, Cirurgia e traumatologia buco-maxilo-facial. Como desenhista Industrial, desenvolve pesquisas para a criação de produtos cirúrgicos odontológicos. É especialista em Cirurgia e traumatologia buco-maxilo-facial (UEPB) e Implantodontia (IOP). Atualmente é pós-graduando no Programa de Mestrado Profissional em Ciência e Tecnologia em Saúde da (UEPB).

Ana Cláudia Martins Brito (*Diretora Técnica*)

Graduada em Fonoaudiologia pelo Centro Universitário de João Pessoa (2007). Pós Graduada em Motricidade Orofacial com Ênfase Fonoaudiologia Hospitalar e Disfagia pelo Instituto de Desenvolvimento Educacional-IDE (2016). Atua na área da linguagem, autismo, motricidade orofacial, estética facial, dor orofacial e disfagia.

Sebastião Correia da Costa (*Diretor contábil*)

Graduado em Letras pela UEPB e Técnico em contabilidade, trabalhou no Banco do Nordeste do Brasil por 30 anos, onde fez cursos de Caixa Executivo, Capacitação para o Setor de Serviços, Administradores de Agência, Contabilidade Bancária, Infraestrutura, Crédito Industrial, Matemática Financeira, Análise de Balanço e Direito Aplicado a Atividade Bancária.

6.4 - Terceirização e Equipe de Apoio Externo

A nossa busca pela terceirização de atividades não esta ligada diretamente a nossa atividade principal, por isso buscaremos a terceirização em limpeza, manutenção, laboratoriais, imaginológicos entre outros. Entretanto deslumbramos vantagens competitivas terceirizando outras funções em nossa

empresa que possuam ligação com nossa atividade principal, a fim de serem desempenhadas por outras empresas de maneira mais otimizada reduzindo inclusive os custos incorridos no processo. Esta estratégia permite que nossa empresa possa concentrar nossos esforços nas suas principais competências.

VANTAGENS NA TERCEIRIZAÇÃO

- Focalização dos negócios da empresa na sua área de atuação;
- Diminuição dos desperdícios, redução das atividades – meio, aumento da qualidade, ganhos de flexibilidade, aumento da especialização do serviço, aprimoramento do sistema de custeio, maior esforço de treinamento e desenvolvimento profissional;
- Maior agilidade nas decisões, menor custo, maior lucratividade e crescimento, favorecimento da economia de mercado, otimização dos serviços, redução dos níveis hierárquicos, aumento da produtividade e competitividade, redução do quadro direto de empregados;
- Diminuição da ociosidade das salas de atendimento, maior poder de negociação, ampliação do mercado, possibilidade de crescimento sem grandes investimentos, economia de escala, diminuição do risco de obsolescência dos equipamentos.

DESVANTAGENS NA TERCEIRIZAÇÃO

- Risco de desemprego e não absorção da mão-de-obra na mesma proporção;
- Resistência e conservadorismo;
- Risco de coordenação dos contratos;
- Falta de parâmetros de custos internos;
- Dificuldade de encontrar a parceria ideal;
- Falta de cuidado na escolha dos fornecedores;
- Aumento do risco a ser administrado;
- Conflito com os sindicatos;
- Aumento da dependência de terceiros;
- Perca do vínculo para com o empregado;

- Desconhecimento da Legislação trabalhista;
- Dificuldade de aproveitamento dos empregados já treinados;
- Perda da identidade cultural da empresa, a longo prazo, por parte dos funcionários.

6.5 - Alianças e Parcerias

A formação de parcerias e/ou alianças tem representado papel muito importante no crescimento das organizações. No caso da OROFACE - Centro de Especialidades, elas são fundamentais para a concretização de seus objetivos, pois será principalmente através delas que atingiremos nosso público-alvo, formando e ampliando nossa clientela.

A OROFACE - Centro de Especialidades, já tem negociada parceria com profissionais autônomos de Educação física, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição e Psicologia.

Essa parceira funcionará da seguinte forma: A clínica fornecerá estrutura física, logística e tecnologia para que o profissional colaborador possa desempenhar sua atividade profissional e de contra partida o mesmo pagará uma porcentagem de 30% para a clínica. As vantagens para o profissional nesta modalidade é que ele não irá se preocupar com questões como aluguel, pagamento de funcionário, etc.

6.6 - Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação

O mercado de serviços em saúde vive um bom momento e ainda tem potencial para crescer mais, basta que este espaço de crescimento seja responsável por um aumento produtivo e competitivo dos serviços para saúde.

O mercado dos serviços em saúde, é um dos que mais crescem. Outra boa notícia é que o Brasil é um dos mercados mais expressivos quando o assunto é serviços de saúde para tratamento de dores orofaciais.

A dor orofacial é um problema de saúde que afeta larga faixa da população, apresenta gastos elevados despendidos para seu tratamento e controle. Desta forma, pretendemos investir uma porcentagem de nossos lucros em Pesquisa & Desenvolvimento (P&D), a fim de buscar novas tecnologias, técnicas e serviços, e aprimorar constantemente nossos tratamentos, oferecendo o máximo de

bem estar e qualidade de vida aos pacientes.

O nosso tipo de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) que iremos implantar em nossa empresa não requer recursos em escala comparável àquela necessária para o desenvolvimento de novos medicamentos. Ela requer, no entanto, capacidade de pesquisa quantitativa e qualitativa para engajar-se em uma variedade de métodos de pesquisas, incluindo pesquisas que investiguem a natureza e a extensão dos problemas de saúde subjacentes e suas causas etiológicas (inclusive determinantes existentes dentro e fora do setor de saúde); examinar a relevância e a capacidade de transferência do conhecimento e das ferramentas desenvolvidas em qualquer lugar; realizar experimentos com adaptações às condições e contextos locais; explorar a dimensão de escala e a sustentabilidade das intervenções; monitorar e avaliar a efetividade das intervenções e o seu grau de sucesso; medir a eficiência e o custo-efetividade de todos os elementos no processo; e explorar os obstáculos sociais, econômicos, ao fechamento do espaço entre “o saber e o fazer” e tentar encontrar soluções.

Inovação Tecnológica

- Video Waiting Room: às vezes não é fácil, nem seguro ou até mesmo necessário que um paciente vá até o profissional de saúde para uma consulta. E é nesse momento que o Video Waiting Room pode ajudar. Apresentado no Connected Health Symposim, da Partners Healthcare, realizado em Boston em outubro de 2011, o Video Call Center da clínica permite que os profissionais de saúde trilhem chamadas de pacientes ou colegas. Durante o encontro em vídeo, o profissional de saúde pode determinar se o tratamento está funcionando ou se o paciente deve se dirigir ao consultório para um exame. O sistema ajuda a avaliar o cuidado dos pacientes que receberam alta recentemente, pessoas sob tratamento terapêutico, pacientes sofrendo de condições crônicas de dor e pacientes psiquiátricos. O profissional e o paciente precisam de um PC, Mac, iPad, iPhone, smartphone ou tablet para executar o software de vídeo, que é gratuito e pode ser baixado.
- Compartilhamento de Imagem Médica LifeIMAGE: também apresentado no

Connected Health Symposim, da Partners Healthcare, realizado em Boston em outubro de 2011, trata-se de um sistema de compartilhamento de imagens médicas que permite aos profissionais e pacientes o envio, recebimento e compartilhamento de imagens, incluindo raio-x, tomografias e ressonâncias magnéticas. Projetado para minimizar os problemas associados ao compartilhamento e colaboração de imagens, a LifeIMAGE exige apenas uma conexão de internet para funcionar. Além disso, permite que profissionais colaborem com imagens em tempo real, permitindo, atualização e interação. O recurso pode ajudar a eliminar testes redundantes e desnecessários em pacientes, sendo menos custoso e evitando exposição à radiação desnecessária.

Internet

Usaremos a internet para marcar consultas e através de uma conta de usuário, o paciente pode ter acesso às consultas já realizadas, resultado de exames anteriores, e todo um histórico detalhado de atendimentos. Usaremos o Google Agenda como controle de consultas e o Google Docs para pesquisas de satisfação e pesquisas para aprimorar nosso serviço, por serem gratuitos e funcionais.

6.7 - Gestão da Qualidade

Iremos implementar em nossa clínica o Centralx® Clinic, que trata-se de um software para clínicas que possui recursos completos para agendamento, atendimento clínico, estoque e sistema integrado e completo de faturamento. Além disso, o software possibilita gestão de resultados através de relatórios e gráficos de produtividade.

A gestão de resultados no Centralx® Clinic é possibilitada por uma série de indicadores. Os relatórios e gráficos estatísticos medem desde a produtividade de sua equipe médica até o controle de glosas feitas pelos convênios. Abaixo estão alguns exemplos:

- Relatório de procedimentos realizados;
- Relatório de faturamento por convênio;
- Gráfico de evolução mensal do número de procedimentos realizados;

- Relatório de procedimentos por prestador de serviços e posição;
- Relatório de faturamento por especialidade;
- Gráfico de procedimentos mais realizados.

Após a fixação de nossa empresa no mercado, e com a nossa prática de procedimentos padronizado, pretendemos implementar o Sistema de Gestão da Qualidade ISO9001, que trata-se de um componente estratégico de uma organização que define requisitos para o sistema de gestão da qualidade e a forma como uma empresa deve ser gerenciada, tendo o objetivo de identificar e atender às necessidades dos clientes.

Visão no nosso cliente quanto a nossa empresa:

Atendimento

- Profissional
- Rápido
- Correta orientação

Tratamento

- Profissional
- Rápido
- Atencioso

Resultado

- Prazo estabelecido
- Trabalho de qualidade

Acesso a Clínica

- Localização fácil
- Estacionamento
- Disponível

7 - Plano de Implantação

Apesar das estratégias mencionadas acima, o maior desafio para as novas empresas é de conseguir se manter no mercado, superando, principalmente, os primeiros anos. A OROFACE - Centro de Especialidades, visa quebrar essa barreira, associando e divulgando fortemente a imagem da clínica à inovação, pioneirismo e qualidade, a fim de desmistificar e esclarecer eventuais preconceitos por parte de profissionais da área da saúde, academias ou até dos próprios clientes potenciais relacionados à inexperiência da empresa.

7.1 - Análise de Riscos

Um dos pontos fundamentais do processo de planejamento é desenvolver frequentemente uma comparação entre as forças e deficiências, que são aspectos internos das empresas, bem como entre as ameaças e oportunidades, que refletem a conjuntura externa, objetivando disponibilizar aos próprios administradores uma ferramenta de análise contínua de sua performance e desenvolvimento de estratégias na busca de crescimento, permanência no mercado e diferencial competitivo.

Em uma análise no mercado, identificamos as possíveis ameaças para nossa empresa o nosso baixo investimento em publicidade, no qual no começo de nossa empresa, em virtude de altos custos para este tipo de atividade, não serão implementados de forma inicial.

Por não trabalharmos com convênios ou planos de saúde, teremos inicialmente uma procura bastante aquém do que almejamos para os primeiros meses, podendo trazer uma receita negativa no início de implementação da empresa.

OPORTUNIDADES

- Crescimento na quantidade de indivíduos que necessitam acompanhamento/tratamento multidisciplinar.
- Tendência de aumento dos consumidores preocupados com qualidade de vida.
- Aumento na proporção de gastos dos consumidores com saúde e bem-estar
- Carência no município de Campina Grande-PB de profissionais especializados em tratamentos das dores orofaciais.
- Inexistência de concorrente direto no bairro de localização da OROFACE CENTRO DE ESPECIALIDADES.
- Ações de valorização dos profissionais pelo seus respectivos conselhos
- Intensificação da fiscalização das clínicas pelos Conselhos de Classes competentes.
- Existência no mercado de software especializado em gestão clínicas.

- Município de Campina Grande-PB tem situação econômica relativamente estável.

AMEAÇAS

- Concorrente Odonto Estética tem investido na divulgação pela mídia digital
- Concorrente CEID-Centro Especializado em Implante Dentário tem investido na pesquisa e satisfação dos clientes.
- Concorrente Top Physio Clínica de Otorrino e Fonaudiologia Santa Maria tem feito convênios com empresas e lojas.
- Concorrentes Advance Odontológica dispõem de maiores salas e mais aparelhos.
- Concorrente Centro Médico Dr Gilvan Barbosa tem convênios com planos de saúde.
- Concorrente A SUPREME – Clínica de Odontologia especializada investiu na melhoria da fachada e visual externo da clínica.
- Concorrente Anesthesyum oferece novo serviço (Laser terapia).

7.2 - Fatores Críticos de Sucesso

Para que o nosso negócio se torne viável será necessário que nossa empresa tenha uma filosofia inovadora, no que diz respeito a tratamentos personalizados a Dor Orofacial através de profissionais de excelente qualidade, com formação em diversas áreas e amplo leque de serviços para o tratamento da dor e recuperação do indivíduo, excelente localização e visibilidade, facilidade de acesso, preço competitivo com o mercado, ambiente agradável, equipamentos de última geração que otimizam o tempo do tratamento, tornando-o mais eficiente, recursos financeiros próprios, sem necessidade de endividamento.

Planejamento efetuado com base em pesquisas e estimativas de mercado; ausência de dados reais Empresa/marca desconhecida Inexperiência dos sócios na gestão de uma clínica multidisciplinar podem ser fatores considerados críticos para o sucesso de nosso empreendimento, assim como a possibilidade de falhas no processo por ser uma empresa ainda sem histórico.

Custo fixo elevado devido à obrigatoriedade de contratação de cirurgiões-dentistas e fonoaudiólogos (CLT), uma vez que a clínica, por lei, não pode possuir em seus quadros profissionais terceirizados(as), por ser de foco principal nestas duas áreas de atividades.

A existência de poucas clínicas especializadas em tratamentos da Dor Orofacial e crescimento do número de profissionais adeptos à aplicação de tratamentos modernos embasados em artigos científicos que comprovam a sua eficácia e resultados. Busca crescente pela qualidade de vida por parte da sociedade, amplamente divulgada pela mídia.

Possibilidade da crise econômica global impactar negativamente o crescimento do número de clientes e share-of-pockets estimados.

Aumento da concorrência na região, desvio de clientes, por parte de profissionais associados e desconfiança dos clientes por sermos uma empresa nova e desconhecida.

7.3 - Cronograma

	jan/17	fev/17	mar/17	abr/17	mai/17	jun/17
Criação do modelo de negócios	x	x	x	x	x	x
Criação do plano de negócios	x	x	x	x	x	x
	jul/17	ago/17	set/17	out/17	nov/17	dez/17
Criação do planejamento estratégico	x	x	x			
Criação do plano de marketing				x	x	x
	jan/18	fev/18	mar/18	abr/18	mai/18	jun/18
Registro da marca	x					
Entrega da estrutura física					x	
Registro da empresa					x	
Contratação de funcionários						x
Operacionalização						x

7.4 - Alternativas Estratégicas

Um dos piores cenários que a empresa poderá passar será a falta de clientes em tratamento. Sendo simpatizante ou não da atual gestão no Governo

Federal, de alguma forma ou de outra, todos já perceberam que 2017 e 2018 serão anos atípicos. Mas não entrando no mérito de discutir os motivos e personagens que nos trouxeram para a tal crise econômica, que já acordou o tão famoso dragão da inflação e o temido monstro das demissões.

Sobreviver é por tanto se reinventar em um cenário com crédito mais caro, escassez de investimentos e com os consumidores segurando capital.

Por isso procuraremos investir na divulgação e melhoria dos processos no desenvolvimento de nossos serviços dos quais temos mais experiência além de investir em nosso core business, com atuação nas áreas de odontologia fonoaudiologia especificamente, nas quais os sócios fundadores já atuam.

Buscaremos reduzir os custos e aperfeiçoar a parte financeira da empresa, tendo em mente as consequências que o corte pode gerar, pois um corte num setor ou ação essencial no workflow(fluxo de trabalho) da empresa pode retirar do tabuleiro uma peça que não poderia faltar.

Por fim, a menos que tenhamos uma oportunidade ímpar de um negócio e precisar comprar equipamentos ou contratar novos membros para a equipe sabendo que teremos uma receita próspera em curto ou médio prazo, não procuraremos em nenhuma hipótese empréstimos bancários, pois as taxas de juros são altas, os bancos são os piores locais para se buscar capital em um momento de crise. Dependendo do capital necessário, muitas vezes pode ser mais indicado vender parte da empresa a um investidor do que buscar recursos em um banco.

Entretanto buscaremos gerar novos negócios, fazer parcerias para a abertura de novos canais de negócios, além de melhorar nossa imagem através da publicidade e melhorar nossos preços e qualidade de nossos serviços prestados.

8 - Plano Financeiro

O tipo de sociedade que será implementado na empresa será Capital inicial será Sociedade Limitada, sociedade composta por três sócios, pessoas físicas. A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. O capital inicial investido será de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), totalmente integralizado, dividido em 100.000 (cem mil) quotas no valor nominal de R\$ 1.000,00 (hum mil reais) cada, assim distribuídos entre os sócios:

Estrutura Societária

Sócios	Quotas	%	Valor (R\$)
Mário César Furtado da Costa	33,34	33,34	R\$ 33.400,00
Ana Cláudia Martins Brito	33,33	33,33	R\$ 33.300,00
Sebastião Correia da Costa	33,33	33,33	R\$ 33.300,00

Para fins de previsão para o planejamento financeiro, será aplicado alíquota máxima de incidência do ISS fixada em 5% pelo artigo 8º, II, da Lei Complementar 116/2003, referente á Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza, de competência dos Municípios e do Distrito Federal, tem como fato gerador a prestação de serviços constantes da lista anexa à Lei Complementar 116/2003, ainda que esses não se constituam como atividade preponderante do prestador.

9 - Considerações finais

Trazendo como uma síntese dos resultados encontrados considerando os seguintes aspectos: visão, negócio, missão, pontos fortes e pontos fracos, oportunidades . Observamos fatores que influenciam a percepção dos nossos clientes quanto à qualidade dos serviços, em relação a concorrência.

Conforme visto no decorrer de nosso projeto, ser um Centro de Referência em tratamento da Dor Orofacial, através de diagnósticos precisos fundamentados em pesquisa e em tecnologias avançadas. A missão da OROFACE – Centro de Especialidades é proporcionar rapidez e precisão nos diagnósticos dos transtornos relacionados à Dor Orofacial, através do uso de tecnologias em saúde avançadas e de recursos humanos qualificados, visando o bem estar e a melhoria da qualidade de vida dos seus clientes. Dentre os pontos fortes identificados na análise organizacional está a qualificação técnica do corpo clínico que alia competência profissional e habilidade de relacionamento.

Conforme apresentado, a OROFACE – Centro de Especialidades apresenta diversas características positivas relacionadas com as oportunidades encontradas no cenário da prestação de serviços de saúde. Entretanto varias ações são consideradas prioritárias para que a empresa profissionalize sua administração e trilhe os caminhos estratégicos para o alcance missão. Recomenda-se para trabalhos futuros Pesquisas de Satisfação junto aos pacientes, pois a expressão dos clientes quanto aos fatores geradores de satisfação e insatisfação podem apresentar a seus gestores pontos críticos que precisam ser melhorados, assim como pode apontar para novas oportunidades ainda não percebidas.

10- Referência Bibliográficas

- ASSADA, Ricardo M. **Qualidade em Serviços Aplicado à Odontologia**. 2001. Disponível em: <http://www.jornaldosite.com.br> Acesso 31 de outubro 2016.
- CFO, Conselho Federal de Odontologia. **Código Odontológico**. Disponível em: <http://www.crosp.org.br/etica/etica.pdf> Acesso em 16 de dezembro de 2016.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE 2010. Disponível em: < <http://censo2010.ibge.gov.br/resultados>> Acesso 16 de dezembro de 2016.
- JOHNSTON, Robert. **Administração de Operações de Serviço**. ed.São Paulo: Atlas, 2009.
- MANOEL, S.T. C. L. **Marketing e Comunicação na Odontologia**. Jornal de Assessoria e Prestação de Serviços ao Odontologista, Curitiba, 1997.
- TULESKI, Yumi Mori. **Análise SWOT**. Disponível em: < <http://www.ced>

1 - Resumo Executivo

O presente Plano de Negócios, tem como objetivo demonstrar a viabilidade do empreendimento e o planejamento de uma clínica de múltiplas especialidades.

A OROFACE – Centro de Especialidades, foi o nome proposto para a empresa, que terá como foco o atendimento clínico, terapêutico e cirúrgico, com especialistas em horários diferenciados, com o objetivo de atender ao público que não tem um horário flexível, ou que não tenha disponibilidade de marcar consultas com especialistas em horário comercial. Oferecendo à população tratamentos para distúrbios relacionados à Dor orofacial, praticando preços acessíveis e primando pela qualidade dos serviços prestados. Nossa principal missão é prover a saúde de maneira inovadora com foco no serviço humanizado, reconhecida pelo comprometimento com a responsabilidade social.

Os clientes potenciais da OROFACE- Centro de Especialidades, serão pessoas das classes média e média alta, com interesse em serviço diferenciado nos cuidados da saúde, com um foco principal na Dor Orofacial. O valor do investimento inicial será próprio, onde cada sócio-proprietário arcará com percentual de participação. Vale ressaltar que o empreendimento é viável e lucrativo, desde que sejam utilizados os procedimentos apresentados neste Plano de Negócios. A metodologia empregada neste trabalho foi a pesquisa qualitativa, com abordagem de estudo de caso.

As técnicas de pesquisa de campo utilizadas foram: a observação participante, a análise de documentos e pesquisa em campo. Os resultados do trabalho são um conjunto de ações a serem empreendidas — classificadas como prioritárias — e seus respectivos planos de ação, prazos de implementação, e executores responsáveis.

2 - O Negócio

O desenvolvimento de novas tecnologias, estão cada vez mais acelerados, fazendo que empresas tenham de se adaptar a novos panoramas com a mesma velocidade. Por este motivo, investimentos nessas tecnologias são

essenciais, principalmente na área da saúde, cujo objetivo é tratar a Dor Orofacial através de novos processos e tecnologias existentes.

Com um pequeno histórico, descobrimos que ao longo dos tempos diversas civilizações antigas buscavam alternativas possíveis para alívio da Dor. Egípcios, Chineses e Gregos, sempre procuravam ministrar terapias com esse objetivo. Sendo a Dor Orofacial, uma das grandes preocupações da humanidade, conforme sugerem alguns registros gráficos da pré-história e os vários documentos escritos, procurou-se esclarecer as razões que justificassem a ocorrência de dor e os procedimentos destinados a seu controle.

Esse fenômeno da dor, crônica ou aguda, tem recebido a atenção dos vários profissionais de saúde e principalmente pelas indústrias farmacêuticas e de indústrias de tecnologias, levando ao avanço significativo de métodos terapêuticos.

Atualmente boa parte dos diagnósticos precoces e tratamentos em ritmo mais acelerado, passam por equipes multidisciplinares, que contemplam cirurgiões-dentistas, médicos, fisioterapeutas, fonoaudiólogos, psicólogos, entre outros. Todos reunidos em um trabalho conjunto, permite o atendimento global de acordo com as necessidades de cada paciente, com o objetivo de acelerar o tratamento e o retorno às atividades normais, melhorando a qualidade de vida.

Tendo o tratamento da Dor Orofacial, como uma oportunidade de negócio, este projeto visa criar uma empresa prestadora de serviços na área da saúde, na qual atuará com uma equipe multidisciplinar e com uso de novos métodos terapêuticos, possibilitando potencializar o tratamento dos pacientes que apresentam algum tipo de Dor Orofacial, através da integração entre os profissionais da saúde através de atendimentos diferenciados e horários flexíveis.

Por tanto, esta é a nossa proposta de inovação, a criação de uma Clínica de atuação multidisciplinar, especializada em tratamento relacionados a Dor Orofacial, com um diferencial de funcionar em horários especiais, buscando atender ao público que não tem um horário flexível ou que não tenha disponibilidade de marcar consultas com especialistas em horário comercial.

2.1 - Histórico e Motivação

A OROFACE- Centro de Especialidades, é uma empresa nascente, que surge da ideia de dois profissionais da área da saúde, um odontólogo e uma

fonoaudióloga, especializados em tratamentos dos distúrbios relacionados a Dor Orofacial, com objetivo em atender uma parcela da população que necessita de tratamentos, nos quais muitos dos indivíduos não tem muito tempo disponível em horário comercial para cuidar de sua saúde. Tanto para o trabalhador assalariado, que incomoda seus gestores solicitando saída para ir tratar da saúde, quanto para gerentes e empresários com reuniões importantes que não podem ser desmarcadas. Pensando nisso, propomos uma clínica de atendimento diferenciado, que atenderá das 08:00 as 22:00h de segunda à sábado, se ajustando ao horário que o paciente possa com tranquilidade cuidar de sua saúde.

Observando o aumento de expectativa de vida da população, influenciada pelo crescimento econômico do país, tem contribuído para o aumento de doenças e traumas, bem como, de sequelas dolorosas, cujo tratamento é ainda de grande precariedade nos serviços de saúde destinados ao tratamento da dor. Pode-se dizer que o aumento da sobrevida, as pessoas estão cada vez mais apresentando aumento de condições dolorosas, por ficarem cada vez mais expostas a condições potencialmente dolorosas.

Para suprir essa deficiência, surgiu a idéia de reunir um grupo de profissionais das mais diversas áreas da saúde, para a criação de uma empresa com o objetivo de oferecer um novo modelo de serviço direcionado, para o tratamento da Dor Orofacial. A OROFACE- Centro de Especialidades, assume esse compromisso, de levar a sociedade, o alicerce científico fundamental para o desenvolvimento de novas terapias, de modo que o paciente tenha o suporte de uma forma mais completa possível, dados aos múltiplos componentes da expressão dolorosa.

Portanto, propomos a implementação de um atendimento multidisciplinar para o tratamento de Dor Orofacial, dispondo de um serviço que funcionará em horários especiais.

2.2 - Modelo de Negócio

A OROFACE- Centro de Especialidades, será uma empresa de marca própria voltada para prestação de serviço na área da saúde, através de uma equipe multidisciplinar, composta por médicos, cirurgiões-dentistas, fisioterapeutas, fonoaudiólogos, psicólogos, nutricionistas, dentre outros integrantes, que atuam em

áreas da saúde em diferentes campos do conhecimento, mas que se completam para oferecer um atendimento integral, individualizado, personalizado, especializado de alta qualidade científica e de excelência em resultados positivos.

A Empresa funcionará das 08:00 as 22:00h de segunda à sábado e terá como principal fonte de renda a cobrança de honorários no fornecimento de serviços de consultas, terapias e cirurgias, para indivíduos que são acometidos com algum tipo de dor orofacial, sendo ela aguda ou crônica.

Nossa presença online através de redes sociais e softwares, terá como objetivo promover uma melhor interação e diminuir a distância entre o profissional e o paciente.

3 - Produtos e Serviços

A OROFACE CENTRO DE ESPECIALIDADES vem trazer um serviço de consultas, terapias e cirurgias na área da saúde, através de uma equipe multidisciplinar, atuando principalmente em distúrbios relacionados a Dor Orofacial.

Serão oferecidos serviços nas seguintes áreas da saúde:

- **Fisioterapia:** serviços de Hemiplegia, hemiparesia, processos distróficos, síndromes, miopatias e parkinson; Distúrbios funcionais de origem reumática ou ortopédica (degenerativa ou inflamatória); recuperação funcional pós-operatório ou pós-imobilização, com ou sem comprometimento neurológico; reeducação postural global; Acupuntura;Drenagem Linfática Manual/mecânica Facial/corporal.
- **Fonoaudiologia:** Motricidade Orofacial, Pre e pós operatório de cirurgias ortognática, traumas de face; tratamento da dor ou incômodo na articulação temporomandibular (ATM).
- **Medicina:** serviços de consultas e procedimentos clínicos e cirúrgicos nas áreas de: Anestesiologia, Clínica Médica, Neurologia, Ortopedia e Traumatologia e Reumatologia.
- **Nutrição:** serviços de reeducação alimentar e nutrição preventiva; programas nutricionais associados à fitoterapia e fonoaudiologia.

- **Odontologia:** serviços de consultas e procedimentos clínicos e cirúrgicos nas áreas de: Dentística Restauradora, Endodontia, Periodontia, Prótese Dentária, Ortodontia e Ortopedia Facial, Implantodontia, Cirurgia e Traumatologia Bucomaxilofacial e Odontogeriatrics.
- **Psicologia:** serviços de psicoterapia individual, psicomotricidade, avaliação psicológica, controle de estresse excessivo.

3.1 - Características e Benefícios

A OROFACE - Centro de Especialidades, surge com a experiência de profissionais com mais de 15 anos no mercado, com o trabalho pautado por valores éticos e morais. Sempre buscando realizar os melhores tratamentos aos nossos clientes, de maneira que possamos deixá-los cada vez mais saudáveis, fortes e felizes.

Estaremos oferecendo aos nossos clientes, um serviço de necessidade básica e especializada, com qualidade e preço justo, com um atendimento em horários diferenciados, resolvendo um problema que é a assistência a saúde voltado para o tratamento da Dor Orofacial. Ao segui-los com afinco, por meio de trabalho árduo e muita aprendizagem, nos tornaremos referência de um serviço de combate à Dor Orofacial, com resultados e atendimento de excelência.

A credibilidade de nossos serviços serão alcançados por meio de uma equipe multiprofissional, altamente qualificados e com uma vasta experiência e comprometida com o que faz, baseada na confiança, eficácia, eficiência e transparência. É sempre dessa forma que continuaremos caminhando.

NOSSOS VALORES

- **HONESTIDADE** – ser verdadeiro, não mentir, não enganar, não dissimular.
- **PERFECCIONISMO** – busca pela extrema qualidade, excelência, atenção aos detalhes em todos os trabalhos que executar.
- **COMPROMETIMENTO** – sempre fazer o que foi combinado, ir além do esperado; buscar ajuda, quando necessário, e ajudar quando perceber que alguém precisa de você.

- **OUSADIA** – inovar, pensar diferente, com o objetivo de atingir excelência nos resultados.
- **ZELO** – ter consideração por pessoas e cuidado com instrumentais, materiais e equipamentos usados nos procedimentos.
- **RESPEITO** – em toda e qualquer situação, sempre tratar as pessoas com cordialidade e educação.
- **CONFIANÇA** – acreditar que todos da equipe estarão engajados e cumprindo as funções que lhes forem designadas.

3.2 - Estágio de Desenvolvimento

A OROFACE – Centro de Especialidades, encontra-se hoje em seu estágio inicial (Start up), no qual neste momento temos como foco principal a sobrevivência. Neste estágio inicial as decisões estão concentradas em três pessoas, sendo elas o sócio fundador e dois sócios responsáveis pela Diretoria Técnica e o outro a Diretoria contábil, cada um desempenhando tarefas nesta fase inicial. Com o objetivo de alcançar metas em curto prazo, delegamos tarefas a cada um dos sócios. A figura da Diretoria Técnica ficou responsável em atrair possíveis parceiros e a Diretoria contábil está principalmente focada no atendimento das obrigações fiscais. O fundador, representado neste plano de negócio pela figura de Diretor Geral, está responsável pela aquisição de fontes de financiamentos.

Os serviços propostos pela nossa empresa estão prontos a serem comercializados, uma vez que cada membro da empresa, seja ele membro fundador ou membro colaborador, já exercem as suas “atividades foco” da empresa de forma isolada.

Segundo a BAIN & COMPANY BRASIL (Abril 20, 2016) os sistemas globais de saúde enfrentarão transformações importantes até o final da década e o cenário no Brasil não será diferente. A busca por eficiência operacional; consolidações no mercado e uma crescente pressão pela gestão de custos ao longo da cadeia, são os principais desafios para a área da saúde. A adoção de protocolos de atendimento, a melhora na gestão da informação e a introdução de métodos de pagamento mais alinhados entre as partes, são algumas das sugestões propostas para o fortalecimento de empresas já consolidadas ou empresas em estágios iniciais.

O nosso foco principal neste momento é encontrar clientes suficientes para que a empresa seja viável. Ela precisará de recursos suficientes para atender às consideráveis demandas de nossos clientes. Todos os sócios estarão muito envolvidos e supervisionando tudo que acontece nesta fase. Em nossa gênese, funcionaremos com sistemas mínimos e com uma quantidade de funcionários reduzida. Nossa principal preocupação é com os serviços que vamos oferecer e como vendê-los.

4 - O Ambiente de Negócio

A criação de uma nova empresa no ramo da saúde com um conceito pouco explorado, como o tratamento da dor e da reabilitação orofacial, faz com que a OROFACE - Centro de Especialidades se posicione no mercado como uma clínica pioneira na região. Sendo observado no mercado que poucas empresas na região trabalham com um público alvo tão específico. Por esse motivo acreditamos que há espaço na região para implementarmos um serviço especializado no tratamento da Dor Orofacial com a utilização de novas técnicas terapêuticas e novas tecnologias e horários mais acessíveis.

4.1 - Análise do Setor

O mercado de assistência à saúde no Brasil, é marcado por um grande número de particularidades e por ser muito complexo. Entretanto, o setor tem passado por mudanças profundas e adotou um novo paradigma de negócios, o que o torna um dos mais promissores e atraentes do mundo.

O mercado privado é distribuído entre agentes individuais. Nesse caso, os usuários dos serviços pagam individualmente ou coletivamente, por meio de grupos ou planos de seguro-saúde, administrados por empresas privadas, cooperativas e organizações médicas de autogestão. Do outro lado, há prestadores de serviço, como hospitais, clínicas, laboratórios, indústria farmacêutica, entre outros.

Segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, o setor privado de assistência à saúde, contribuiu no ano de 2015, com aproximadamente R\$ 91 bilhões.

O país tem fatores de crescimento demográfico determinantes na área de

assistência à saúde, com forte crescimento projetado do PIB per capita e envelhecimento da população, que levarão ao aumento no consumo de produtos e serviços e à criação de empregos formais no setor.

O mercado doméstico continuará a experimentar uma tendência importante de consolidação na área de assistência à saúde, produtos farmacêuticos e ciências biológicas.

Entre as principais tendências identificadas, estão:

- Aumento significativo nas receitas dos planos odontológicos e serviços de home care;
- Redução de custos, atendimento às exigências regulatórias, tecnologia e inovação, que são áreas de prioridade máxima para os futuros líderes de mercado;
- Forte atividade em fusões e aquisições, com um papel importante de investidores estratégicos e financeiros em um movimento de consolidação, impulsionado pela fragmentação do setor e o ambiente regulatório;
- Aumento na produção local de medicamentos, impulsionado por planos governamentais.

4.2 - O Mercado Potencial

Uma vez estabelecido os serviços prestados pela OROFACE - Centro de Especialidades, estarão focados essencialmente no tratamento da dor orofacial.

Definiu-se que os clientes potenciais da empresa serão indivíduos com problemas agudos e/ou crônicos de dor, que os impeçam de ter uma boa qualidade de vida, e que estejam buscando soluções novas para tais problemas.

A empresa não efetuará tratamentos através de convênios, dessa forma, pode-se concluir que a grande maioria de seus clientes será oriunda das classes A e B.

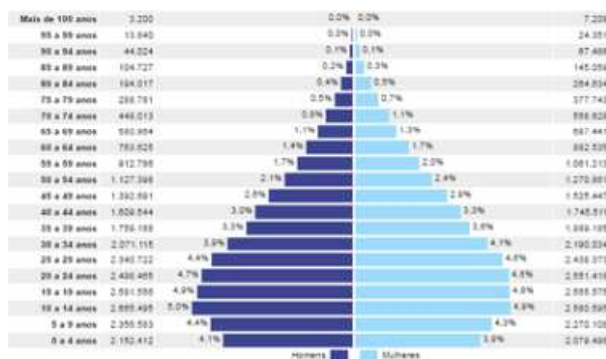
Pesquisa realizada pela ABEP – Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa, definiu as novas classes sociais brasileiras, levando em consideração tanto renda familiar quanto posse de bens

Estrato Sócio Econômico	Renda média Domiciliar
A	R\$ 20.272,56
B1	R\$ 8.695,88
B2	R\$ 4.427,36
C1	R\$ 2.409,01
C2	R\$ 1.446,24
D-E	R\$ 639,78

Fonte: ABEP - Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa – 2014 – www.abep.org – abep@abep.org

Adicionalmente, indivíduos da terceira idade, os quais não constituem um público-alvo específico da clínica, embora façam parte dele sob o enfoque da dor orofacial, representarão, sem dúvida nenhuma, uma parcela importante de nossos clientes, ao longo do tempo, pelo aumento da expectativa de vida da população, com o conseqüente incremento das possibilidades de apresentarem condições dolorosas características dessa faixa etária, além de enfrentarem maior exposição a outras condições potencialmente dolorosas (doenças, traumas etc.), conforme já mencionado anteriormente.

Distribuição da população por sexo, segundo os grupos de idade da Região Nordeste



Fonte: IBGE 2010

Concluindo, acreditamos que os tratamentos modernos para o tratamento da dor orofacial, continuarão conquistando um espaço cada vez mais importante

junto aos profissionais da saúde e da população.

Dessa forma, ao direcionarmos a nossa clínica para o público-alvo mencionado acima e nos posicionarmos junto aos clientes diretos e indiretos (aqueles que nos indicam e recomendam), como uma empresa séria, capacitada e focada em tratamento especializados da dor e reabilitação física, conquistaremos uma fatia do mercado de saúde ainda pouco explorado pelo seu tamanho, alavancando nossa chance de sucesso.

4.3 - Análise da Concorrência

A análise SWOT em nosso plano de negócios nos permitiu evidenciar se a nossa operação está adequada para responder alguns dos problemas e/ou necessidades do segmento, realçando a natureza e a dimensão dos problemas, apresentando as respostas à totalidade existentes.

Nossa clínica será localizada em um Centro Médico, com várias unidades médicas em seu entorno, o que facilita a realização de exames, não sendo necessário grande deslocamento. Teremos disponível uma agenda para consultas 24 horas. O paciente terá uma vasta opção de horário, optando por qual se encaixa melhor em seu planejamento diário. Haverá uma interação entre todo o corpo clínico, facilitando o diagnóstico, dispensando a realização de exames desnecessários e redundantes.

Forças (Strengths)

- Agenda com bastante horários para atendimentos
- Ambiente de trabalho
- Atende todas as especialidades
- Amplo horário de atendimento
- Atendimento diferenciado
- Excelente localização da clínica
- Informatização do setor administrativo
- Infra estrutura adequada
- Integração entre várias áreas da saúde

- Preços atrativos e competitivos com o Mercado

Fraquezas (Weaknesses)

- Alta rotatividade de funcionários
- Atraso de profissionais
- Baixa aderência dos clientes a venda casadas de serviços
- Baixa flexibilidade de modelo de contratação
- Comunicação com os pacientes é falha
- Equipe pouco comprometida
- Falta de tecnologia de ponta
- Poucas ações de marketing
- Pouco conhecimento por parte dos donos na parte de gestão
- Sem estratégia de pós-venda

Oportunidades (Opportunities)

- Aumento da possibilidade de financiamento
- Aumento de relacionamento com convênios
- Busca da sociedade por uma melhor qualidade de vida
- Ciclo positivo da economia na área da saúde
- Crescimento da parcela da população com acesso a serviços de saúde
- Foco nos titulares de seus planos de convênios corporativos
- Grande número de profissionais da saúde disponíveis no mercado de trabalho;
- Localizada no bairro onde a população é muito grande
- Uma publicidade mais abrangente aumentaria o conhecimento e aproximaria os pacientes.

Ameaças (Threats)

- Baixos investimentos em melhorias

- Baixos salários
- Infra estrutura pequena e não adequada ao volume de atendimento
- Pouco empenho dos sócios da empresa em alterar o atendimento

5 - Estratégias de Marketing

A OROFACE - Centro de Especialidades tem como objetivo ser a primeira opção de tratamento de indivíduos que apresentam Dor Orofacial de origem crônica aguda, por sermos uma empresa que se compromete a buscar novas tecnologias, técnicas e serviços, e aprimorar constantemente seus tratamentos a fim de oferecer o máximo de bem estar e qualidade de vida a cada indivíduo, tratando-o de forma única.

Buscamos ser referência no tratamento da Dor Orofacial, para isso pretendemos oferecer uma grande variedade de serviços, aliada a profissionais altamente qualificados e com experiência comprovada no ramo, ambiente agradável e equipamentos de última geração, fazendo com que todos os clientes se sintam especiais e garantindo assim sua fidelização e um relacionamento de longo prazo com nossa empresa.

A opção selecionada pelos sócios por proporcionar novos e mais eficientes tratamentos para a dor e da reabilitação orofacial, consolida-se em uma estratégia mercadológica importante, uma vez que a procura por tais tratamentos vem crescendo continuamente, atingindo assim tempo em que a empresa pretende conquistar a parte escolhida do mercado.

5.1 - Posicionamento

Nosso posicionamento no qual procuraremos nos distinguir da concorrência é promover um serviço eficiente para o alívio da dor orofacial e conseqüentemente melhorar o bem estar físico, mental e social de nossos clientes, através da prestação de serviços especializados e de alto padrão no tratamento da dor e na reabilitação física, visando aumentar a capacidade de cada indivíduo de viver com longevidade e plenitude.

Nosso compromisso é a Valorização, Respeito, Responsabilidade, Ética, Honestidade, sempre buscando a excelência, proporcionando os melhores serviços

através de uma equipe multidisciplinar de especialistas na área da saúde, sendo esta a imagem que buscamos transmitir aos nossos clientes

5.2 - Foco e Segmentação

São considerados público-alvo da nossa empresa:

- Indivíduos que acreditam em novos modelos de terapias para solução dos seus problemas de dor orofacial;
- Indivíduos com dores e restrições físicas, tensões, acidentes, traumas, envelhecimento, desgastes, degenerações, disfunções físicas, alterações genéticas, doenças adquiridas, cirurgias, etc.
- Indivíduos com encaminhamento médico, inclusive pré e pós cirúrgicos.

5.3 - Plano de Penetração no Mercado

Como parte de sua estratégia de negócios, a empresa pretende utilizar-se do marketing de relacionamento para construir pró-ativamente relacionamentos duradouros com seus clientes. Através da coleta e análise de informações sobre o cliente, e consequente identificação de suas necessidades e desejos, a empresa idealizará e implementará ações inovadoras, objetivando assegurar que eles se tornem cada vez mais próximos, reconheçam o valor e o esforço da empresa em oferecer serviços que excedam as suas expectativas, e passem, dessa forma, a naturalmente recomendá-la para outras pessoas. Com isso, a clínica pretende adquirir vantagem competitiva, o que contribuirá para a melhora de seu desempenho e para a obtenção de resultados sustentáveis.

5.4 - Distribuição e Comercialização

Paralelamente, o estabelecimento de parcerias é essencial para alavancar o negócio e serão prioritárias para a divulgação e crescimento da empresa. O fato da clínica já possuir uma parceria “fechada” verbalmente com algumas clínicas do município, na qual proporciona uma vantagem inicial e futura significativa.

Após a consolidação da marca e de sua posição no mercado, a estratégia de expansão da empresa contempla:

- A ampliação de seu espaço atual para atendimento de um maior volume de clientes;
- A ampliação de seu escopo para tratamentos preventivos e estéticos, além de curativos;
- A inauguração de novas unidades, de propriedade dos atuais sócios ou através de franquias; A abertura de micro-unidades dentro em outros municípios.

6 - Administração e Gestão

A empresa está segmentando seus serviços na área da saúde. Será constituída como uma Sociedade Simples Limitada (artigo 982 e 1050 do Código Civil).

6.1 - Produção, Localização e Instalações

A localização escolhida para a instalação da clínica também é um fator que contribui para o seu sucesso, uma vez que a empresa encontra-se próxima a grandes hospitais, centros de diagnósticos por imagens, laboratórios de análises, em bairro com alto poder aquisitivo, com a vantagem adicional de não haver outra clínica de mesmo nicho de atuação na região que ofereça os mesmos tratamentos.

A clínica será instalada no empreendimento WMCE – World Medical Center, localizada na Rua Duque de Caxias - 380, em imóvel com 200m², de propriedade de um de seus sócios, locado pela empresa, contando com uma excelente estrutura predial, que contempla:

- Edifício de 32 andares
- 256 Salas
- 10 elevadores com capacidade para 20 pessoas cada e velocidade de 3m/s
- Recepção integrada ao sistema de segurança

- Área Externa com lojas de apoio ao Centro Médico
- Centro Cultural
- Estacionamento para 600 veículos
- Gerador de última geração
- Banheiros e depósitos em todos os andares

6.2 - Descrição Legal e Estrutura Societária

Um dos mais importantes cuidados ao se abrir uma clínica diz respeito à documentação para que o consultório esteja totalmente dentro da lei. Como primeira exigência é que a clínica deverá ser devidamente registrado nos Conselho Regional de Odontologia (CRO), Conselho Regional de Fonoaudiologia (CRFa), Conselho Regional de Medicina (CRM), pois isso atesta aos pacientes segurança e qualidade no atendimento.

Também é necessário que o consultório seja enquadrado como pessoa jurídica, o que significa que é preciso realizar uma abertura de empresa. Realizar a inscrição estadual e municipal como prestador de serviço, ter CNPJ e acertar no regime de tributação, estão entre as principais necessidades.

Para que tudo possa correr conforme a lei, ainda são exigidos os alvarás adequados. Dentre os principais documentos específicos para a atividade, estão o Alvará da Vigilância Sanitária, o Cadastro Nacional de Estabelecimento de Saúde, o Laudo de Aprovação dos Bombeiros e o documento referente à coleta de lixo hospitalar. Com todos os documentos certos, acontece a liberação do alvará de Funcionamento por parte da Prefeitura.

Estrutura Societária

Sociedade Limitada: sociedade composta por, no mínimo, dois sócios, pessoas físicas ou jurídicas. A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

Sócios	Quotas	%	Valor (R\$)
Mário César Furtado da Costa	100.000	33,34	R\$ 100.020,00
Ana Cláudia Martins Brito	100.000	33,33	R\$ 99.990,00
Sebastião Correia da Costa	100.000	33,33	R\$ 99.990,00

A sociedade gira sob a denominação OROFACE- Centro de Especialidades

Conforme decisão de todos os sócios, as retiradas de rendas a título de Pró-Labore serão efetuadas somente a partir do quinto mês, sendo que estes valores deverão estar em conformidade com o limite estipulado em Lei; parte dos lucros auferidos serão destinados a re-investimentos na própria unidade e/ou na expansão do negócio, por um período de dois anos e os prejuízos que porventura ocorrerem serão absorvidos pelos lucros acumulados, não havendo saldo suficiente serão distribuídos ou suportados pelos sócios na proporção de suas respectivas quotas de capital. A sociedade será administrada isoladamente e individualmente por todos os sócios, e a eles caberá a responsabilidade ou representação ativa e passiva da sociedade, judicialmente e extrajudicialmente, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto social sempre no interesse da clínica, ficando vedado o uso da denominação social em negócios estranhos aos fins sociais ou assumir obrigações, seja em favor de quaisquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade. Pelos excessos ou atos onerosos, os sócios responderão individualmente.

Quando um dos sócios deseja deixar a sociedade

Mesmo que seja vontade de só um dos sócios realizar a dissolução parcial de sociedade, será preciso avisar aos demais sócios, com 60 dias de antecedência da retirada, a fim de que sejam providenciadas as alterações no contrato social da empresa. Nesse caso, o sócio recebe os valores correspondentes à sua participação e deixa de fazer parte da empresa.

Quando os demais sócios desejam excluir um sócio

Quando um dos sócios não cumprir com a integralização de capital acordada em contrato ou se alguma de suas obrigações contratuais for violada, ele pode, sim, ser excluído da sociedade pelos demais membros. E essa é mais uma possibilidade para que se faça a dissolução parcial da sociedade.

Quando algum dos sócios morre

A morte de um dos sócios pode levar à dissolução parcial de sociedade, caso os herdeiros dele não tenham interesse em assumir sua cota de participação na empresa. Nesse caso, será realizada a dissolução de sociedade empresarial de modo parcial, sendo que os valores correspondentes à participação do falecido são partilhados entre seus herdeiros diretos.

Quando a dissolução ocorre por vontade dos sócios

Sendo vontade de todos os sócios, será possível proceder a dissolução de sociedade limitada e, assim, encerrar as atividades da empresa. Como esta sociedade é por prazo indeterminado, a vontade da maioria detentora do capital social é que prevalece, sendo exigido mais de 50% do capital social para que se conceda a desejada liquidação.

Quando há inexecutabilidade do objeto social

Caso não seja possível dar continuidade ao objeto - ou fim principal - da empresa, será realizada a dissolução de sociedade limitada pela simples falta de capacidade de sua operação.

Quando a dissolução de sociedade se dá por falência

Decretar falência não significa apenas fechar as portas do estabelecimento. Esse processo, que é exclusivamente jurídico, requer o cumprimento de uma série de etapas para que haja a dissolução de sociedade empresarial de fato. Lembrando que a justiça pode, ainda, nomear um administrador judicial para recuperar a massa falida, evitando, assim, que a empresa encerre suas atividades por má administração.

Registro da Sociedade

- Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas.
- Receita Federal (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ).
- Prefeitura Municipal de Campina Grande- PB.
- Conselho Regional de Odontologia da Paraíba.
- Conselho Regional de Medicina do Estado da Paraíba.
- Vistoria do Imóvel no Corpo de Bombeiros.

Âmbito Federal

- Regime de Tributação: Lucro Presumido IRPJ - Imposto de Renda da Pessoa Jurídica - 4,80%; CSL - Contribuição Social sobre o Lucro - 1,08%; PIS - Programa de Integração Social - 0,65%
- COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - 3%

Âmbito Municipal

- ISS - Imposto sobre Serviços - 2% e 5% TFE - Taxa de Fiscalização de Estabelecimento
- Âmbito Previdenciário
- INSS - Previdência Social FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço
- Sindicato das Categorias
- Contribuição Sindical Patronal Contribuição Sindical dos Empregados

6.3 - Equipe

Mário César Furtado da Costa (*Diretor geral*)

Possui graduação em Odontologia pela (UEPB), e Desenho Industrial pela (UFCG). Na área odontológica, atua em Saúde Coletiva e Epidemiologia, Cirurgia e traumatologia buco-maxilo-facial. Como desenhista Industrial, desenvolve pesquisas para a criação de produtos cirúrgicos odontológicos. É especialista em Cirurgia e traumatologia buco-maxilo-facial (UEPB) e Implantodontia (IOP). Atualmente é pós-graduando no Programa de Mestrado Profissional em Ciência e Tecnologia em Saúde da (UEPB).

Ana Cláudia Martins Brito (*Diretora Técnica*)

Graduada em Fonoaudiologia pelo Centro Universitário de João Pessoa (2007). Pós Graduada em Motricidade Orofacial com Ênfase Fonoaudiologia Hospitalar e Disfagia pelo Instituto de Desenvolvimento Educacional-IDE (2016). Atua na área da linguagem, autismo, motricidade orofacial, estética facial, dor orofacial e disfagia.

Sebastião Correia da Costa (*Diretor contábil*)

Graduado em Letras pela UEPB e Técnico em contabilidade, trabalhou no Banco do Nordeste do Brasil por 30 anos, onde fez cursos de Caixa Executivo, Capacitação para o Setor de Serviços, Administradores de Agência, Contabilidade Bancária, Infraestrutura, Crédito Industrial, Matemática Financeira, Análise de Balanço e Direito Aplicado a Atividade Bancária.

6.4 - Terceirização e Equipe de Apoio Externo

A nossa busca pela terceirização de atividades não esta ligada diretamente a nossa atividade principal, por isso buscaremos a terceirização em limpeza, manutenção, laboratoriais, imaginológicos entre outros. Entretanto deslumbramos vantagens competitivas terceirizando outras funções em nossa

empresa que possuam ligação com nossa atividade principal, a fim de serem desempenhadas por outras empresas de maneira mais otimizada reduzindo inclusive os custos incorridos no processo. Esta estratégia permite que nossa empresa possa concentrar nossos esforços nas suas principais competências.

VANTAGENS NA TERCEIRIZAÇÃO

- Focalização dos negócios da empresa na sua área de atuação;
- Diminuição dos desperdícios, redução das atividades – meio, aumento da qualidade, ganhos de flexibilidade, aumento da especialização do serviço, aprimoramento do sistema de custeio, maior esforço de treinamento e desenvolvimento profissional;
- Maior agilidade nas decisões, menor custo, maior lucratividade e crescimento, favorecimento da economia de mercado, otimização dos serviços, redução dos níveis hierárquicos, aumento da produtividade e competitividade, redução do quadro direto de empregados;
- Diminuição da ociosidade das salas de atendimento, maior poder de negociação, ampliação do mercado, possibilidade de crescimento sem grandes investimentos, economia de escala, diminuição do risco de obsolescência dos equipamentos.

DESVANTAGENS NA TERCEIRIZAÇÃO

- Risco de desemprego e não absorção da mão-de-obra na mesma proporção;
- Resistência e conservadorismo;
- Risco de coordenação dos contratos;
- Falta de parâmetros de custos internos;
- Dificuldade de encontrar a parceria ideal;
- Falta de cuidado na escolha dos fornecedores;
- Aumento do risco a ser administrado;
- Conflito com os sindicatos;
- Aumento da dependência de terceiros;
- Perca do vínculo para com o empregado;

- Desconhecimento da Legislação trabalhista;
- Dificuldade de aproveitamento dos empregados já treinados;
- Perda da identidade cultural da empresa, a longo prazo, por parte dos funcionários.

6.5 - Alianças e Parcerias

A formação de parcerias e/ou alianças tem representado papel muito importante no crescimento das organizações. No caso da OROFACE - Centro de Especialidades, elas são fundamentais para a concretização de seus objetivos, pois será principalmente através delas que atingiremos nosso público-alvo, formando e ampliando nossa clientela.

A OROFACE - Centro de Especialidades, já tem negociada parceria com profissionais autônomos de Educação física, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição e Psicologia.

Essa parceira funcionará da seguinte forma: A clínica fornecerá estrutura física, logística e tecnologia para que o profissional colaborador possa desempenhar sua atividade profissional e de contra partida o mesmo pagará uma porcentagem de 30% para a clínica. As vantagens para o profissional nesta modalidade é que ele não irá se preocupar com questões como aluguel, pagamento de funcionário, etc.

6.6 - Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação

O mercado de serviços em saúde vive um bom momento e ainda tem potencial para crescer mais, basta que este espaço de crescimento seja responsável por um aumento produtivo e competitivo dos serviços para saúde.

O mercado dos serviços em saúde, é um dos que mais crescem. Outra boa notícia é que o Brasil é um dos mercados mais expressivos quando o assunto é serviços de saúde para tratamento de dores orofaciais.

A dor orofacial é um problema de saúde que afeta larga faixa da população, apresenta gastos elevados despendidos para seu tratamento e controle. Desta forma, pretendemos investir uma porcentagem de nossos lucros em Pesquisa & Desenvolvimento (P&D), a fim de buscar novas tecnologias, técnicas e serviços, e aprimorar constantemente nossos tratamentos, oferecendo o máximo de

bem estar e qualidade de vida aos pacientes.

O nosso tipo de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) que iremos implantar em nossa empresa não requer recursos em escala comparável àquela necessária para o desenvolvimento de novos medicamentos. Ela requer, no entanto, capacidade de pesquisa quantitativa e qualitativa para engajar-se em uma variedade de métodos de pesquisas, incluindo pesquisas que investiguem a natureza e a extensão dos problemas de saúde subjacentes e suas causas etiológicas (inclusive determinantes existentes dentro e fora do setor de saúde); examinar a relevância e a capacidade de transferência do conhecimento e das ferramentas desenvolvidas em qualquer lugar; realizar experimentos com adaptações às condições e contextos locais; explorar a dimensão de escala e a sustentabilidade das intervenções; monitorar e avaliar a efetividade das intervenções e o seu grau de sucesso; medir a eficiência e o custo-efetividade de todos os elementos no processo; e explorar os obstáculos sociais, econômicos, ao fechamento do espaço entre “o saber e o fazer” e tentar encontrar soluções.

Inovação Tecnológica

- Video Waiting Room: às vezes não é fácil, nem seguro ou até mesmo necessário que um paciente vá até o profissional de saúde para uma consulta. E é nesse momento que o Video Waiting Room pode ajudar. Apresentado no Connected Health Symposim, da Partners Healthcare, realizado em Boston em outubro de 2011, o Video Call Center da clínica permite que os profissionais de saúde trilhem chamadas de pacientes ou colegas. Durante o encontro em vídeo, o profissional de saúde pode determinar se o tratamento está funcionando ou se o paciente deve se dirigir ao consultório para um exame. O sistema ajuda a avaliar o cuidado dos pacientes que receberam alta recentemente, pessoas sob tratamento terapêutico, pacientes sofrendo de condições crônicas de dor e pacientes psiquiátricos. O profissional e o paciente precisam de um PC, Mac, iPad, iPhone, smartphone ou tablet para executar o software de vídeo, que é gratuito e pode ser baixado.
- Compartilhamento de Imagem Médica LifeIMAGE: também apresentado no

Connected Health Symposim, da Partners Healthcare, realizado em Boston em outubro de 2011, trata-se de um sistema de compartilhamento de imagens médicas que permite aos profissionais e pacientes o envio, recebimento e compartilhamento de imagens, incluindo raio-x, tomografias e ressonâncias magnéticas. Projetado para minimizar os problemas associados ao compartilhamento e colaboração de imagens, a LifeIMAGE exige apenas uma conexão de internet para funcionar. Além disso, permite que profissionais colaborem com imagens em tempo real, permitindo, atualização e interação. O recurso pode ajudar a eliminar testes redundantes e desnecessários em pacientes, sendo menos custoso e evitando exposição à radiação desnecessária.

Internet

Usaremos a internet para marcar consultas e através de uma conta de usuário, o paciente pode ter acesso às consultas já realizadas, resultado de exames anteriores, e todo um histórico detalhado de atendimentos. Usaremos o Google Agenda como controle de consultas e o Google Docs para pesquisas de satisfação e pesquisas para aprimorar nosso serviço, por serem gratuitos e funcionais.

6.7 - Gestão da Qualidade

Iremos implementar em nossa clínica o Centralx® Clinic, que trata-se de um software para clínicas que possui recursos completos para agendamento, atendimento clínico, estoque e sistema integrado e completo de faturamento. Além disso, o software possibilita gestão de resultados através de relatórios e gráficos de produtividade.

A gestão de resultados no Centralx® Clinic é possibilitada por uma série de indicadores. Os relatórios e gráficos estatísticos medem desde a produtividade de sua equipe médica até o controle de glosas feitas pelos convênios. Abaixo estão alguns exemplos:

- Relatório de procedimentos realizados;
- Relatório de faturamento por convênio;
- Gráfico de evolução mensal do número de procedimentos realizados;

- Relatório de procedimentos por prestador de serviços e posição;
- Relatório de faturamento por especialidade;
- Gráfico de procedimentos mais realizados.

Após a fixação de nossa empresa no mercado, e com a nossa prática de procedimentos padronizado, pretendemos implementar o Sistema de Gestão da Qualidade ISO9001, que trata-se de um componente estratégico de uma organização que define requisitos para o sistema de gestão da qualidade e a forma como uma empresa deve ser gerenciada, tendo o objetivo de identificar e atender às necessidades dos clientes.

Visão no nosso cliente quanto a nossa empresa:

Atendimento

- Profissional
- Rápido
- Correta orientação

Tratamento

- Profissional
- Rápido
- Atencioso

Resultado

- Prazo estabelecido
- Trabalho de qualidade

Acesso a Clínica

- Localização fácil
- Estacionamento
- Disponível

7 - Plano de Implantação

Apesar das estratégias mencionadas acima, o maior desafio para as novas empresas é de conseguir se manter no mercado, superando, principalmente, os primeiros anos. A OROFACE - Centro de Especialidades, visa quebrar essa barreira, associando e divulgando fortemente a imagem da clínica à inovação, pioneirismo e qualidade, a fim de desmistificar e esclarecer eventuais preconceitos por parte de profissionais da área da saúde, academias ou até dos próprios clientes potenciais relacionados à inexperiência da empresa.

7.1 - Análise de Riscos

Um dos pontos fundamentais do processo de planejamento é desenvolver frequentemente uma comparação entre as forças e deficiências, que são aspectos internos das empresas, bem como entre as ameaças e oportunidades, que refletem a conjuntura externa, objetivando disponibilizar aos próprios administradores uma ferramenta de análise contínua de sua performance e desenvolvimento de estratégias na busca de crescimento, permanência no mercado e diferencial competitivo.

Em uma análise no mercado, identificamos as possíveis ameaças para nossa empresa o nosso baixo investimento em publicidade, no qual no começo de nossa empresa, em virtude de altos custos para este tipo de atividade, não serão implementados de forma inicial.

Por não trabalharmos com convênios ou planos de saúde, teremos inicialmente uma procura bastante aquém do que almejamos para os primeiros meses, podendo trazer uma receita negativa no início de implementação da empresa.

OPORTUNIDADES

- Crescimento na quantidade de indivíduos que necessitam acompanhamento/tratamento multidisciplinar.
- Tendência de aumento dos consumidores preocupados com qualidade de vida.
- Aumento na proporção de gastos dos consumidores com saúde e bem-estar
- Carência no município de Campina Grande-PB de profissionais especializados em tratamentos das dores orofaciais.
- Inexistência de concorrente direto no bairro de localização da OROFACE CENTRO DE ESPECIALIDADES.
- Ações de valorização dos profissionais pelo seus respectivos conselhos
- Intensificação da fiscalização das clínicas pelos Conselhos de Classes competentes.
- Existência no mercado de software especializado em gestão clínicas.

- Município de Campina Grande-PB tem situação econômica relativamente estável.

AMEAÇAS

- Concorrente Odonto Estética tem investido na divulgação pela mídia digital
- Concorrente CEID-Centro Especializado em Implante Dentário tem investido na pesquisa e satisfação dos clientes.
- Concorrente Top Physio Clínica de Otorrino e Fonaudiologia Santa Maria tem feito convênios com empresas e lojas.
- Concorrentes Advance Odontológica dispõem de maiores salas e mais aparelhos.
- Concorrente Centro Médico Dr Gilvan Barbosa tem convênios com planos de saúde.
- Concorrente A SUPREME – Clínica de Odontologia especializada investiu na melhoria da fachada e visual externo da clínica.
- Concorrente Anesthesyum oferece novo serviço (Laser terapia).

7.2 - Fatores Críticos de Sucesso

Para que o nosso negócio se torne viável será necessário que nossa empresa tenha uma filosofia inovadora, no que diz respeito a tratamentos personalizados a Dor Orofacial através de profissionais de excelente qualidade, com formação em diversas áreas e amplo leque de serviços para o tratamento da dor e recuperação do indivíduo, excelente localização e visibilidade, facilidade de acesso, preço competitivo com o mercado, ambiente agradável, equipamentos de última geração que otimizam o tempo do tratamento, tornando-o mais eficiente, recursos financeiros próprios, sem necessidade de endividamento.

Planejamento efetuado com base em pesquisas e estimativas de mercado; ausência de dados reais Empresa/marca desconhecida Inexperiência dos sócios na gestão de uma clínica multidisciplinar podem ser fatores considerados críticos para o sucesso de nosso empreendimento, assim como a possibilidade de falhas no processo por ser uma empresa ainda sem histórico.

Custo fixo elevado devido à obrigatoriedade de contratação de cirurgiões-dentistas e fonoaudiólogos (CLT), uma vez que a clínica, por lei, não pode possuir em seus quadros profissionais terceirizados(as), por ser de foco principal nestas duas áreas de atividades.

A existência de poucas clínicas especializadas em tratamentos da Dor Orofacial e crescimento do número de profissionais adeptos à aplicação de tratamentos modernos embasados em artigos científicos que comprovam a sua eficácia e resultados. Busca crescente pela qualidade de vida por parte da sociedade, amplamente divulgada pela mídia.

Possibilidade da crise econômica global impactar negativamente o crescimento do número de clientes e share-of-pockets estimados.

Aumento da concorrência na região, desvio de clientes, por parte de profissionais associados e desconfiança dos clientes por sermos uma empresa nova e desconhecida.

7.3 - Cronograma

	jan/17	fev/17	mar/17	abr/17	mai/17	jun/17
Criação do modelo de negócios	x	x	x	x	x	x
Criação do plano de negócios	x	x	x	x	x	x
	jul/17	ago/17	set/17	out/17	nov/17	dez/17
Criação do planejamento estratégico	x	x	x			
Criação do plano de marketing				x	x	x
	jan/18	fev/18	mar/18	abr/18	mai/18	jun/18
Registro da marca	x					
Entrega da estrutura física					x	
Registro da empresa					x	
Contratação de funcionários						x
Operacionalização						x

7.4 - Alternativas Estratégicas

Um dos piores cenários que a empresa poderá passar será a falta de clientes em tratamento. Sendo simpatizante ou não da atual gestão no Governo

Federal, de alguma forma ou de outra, todos já perceberam que 2017 e 2018 serão anos atípicos. Mas não entrando no mérito de discutir os motivos e personagens que nos trouxeram para a tal crise econômica, que já acordou o tão famoso dragão da inflação e o temido monstro das demissões.

Sobreviver é por tanto se reinventar em um cenário com crédito mais caro, escassez de investimentos e com os consumidores segurando capital.

Por isso procuraremos investir na divulgação e melhoria dos processos no desenvolvimento de nossos serviços dos quais temos mais experiência além de investir em nosso core business, com atuação nas áreas de odontologia fonoaudiologia especificamente, nas quais os sócios fundadores já atuam.

Buscaremos reduzir os custos e aperfeiçoar a parte financeira da empresa, tendo em mente as consequências que o corte pode gerar, pois um corte num setor ou ação essencial no workflow(fluxo de trabalho) da empresa pode retirar do tabuleiro uma peça que não poderia faltar.

Por fim, a menos que tenhamos uma oportunidade ímpar de um negócio e precisar comprar equipamentos ou contratar novos membros para a equipe sabendo que teremos uma receita próspera em curto ou médio prazo, não procuraremos em nenhuma hipótese empréstimos bancários, pois as taxas de juros são altas, os bancos são os piores locais para se buscar capital em um momento de crise. Dependendo do capital necessário, muitas vezes pode ser mais indicado vender parte da empresa a um investidor do que buscar recursos em um banco.

Entretanto buscaremos gerar novos negócios, fazer parcerias para a abertura de novos canais de negócios, além de melhorar nossa imagem através da publicidade e melhorar nossos preços e qualidade de nossos serviços prestados.

8 - Plano Financeiro

O tipo de sociedade que será implementado na empresa será Capital inicial será Sociedade Limitada, sociedade composta por três sócios, pessoas físicas. A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. O capital inicial investido será de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), totalmente integralizado, dividido em 100.000 (cem mil) quotas no valor nominal de R\$ 1.000,00 (hum mil reais) cada, assim distribuídos entre os sócios:

Estrutura Societária

Sócios	Quotas	%	Valor (R\$)
Mário César Furtado da Costa	33,34	33,34	R\$ 33.400,00
Ana Cláudia Martins Brito	33,33	33,33	R\$ 33.300,00
Sebastião Correia da Costa	33,33	33,33	R\$ 33.300,00

Para fins de previsão para o planejamento financeiro, será aplicado alíquota máxima de incidência do ISS fixada em 5% pelo artigo 8º, II, da Lei Complementar 116/2003, referente á Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza, de competência dos Municípios e do Distrito Federal, tem como fato gerador a prestação de serviços constantes da lista anexa à Lei Complementar 116/2003, ainda que esses não se constituam como atividade preponderante do prestador.

9 - Considerações finais

Trazendo como uma síntese dos resultados encontrados considerando os seguintes aspectos: visão, negócio, missão, pontos fortes e pontos fracos, oportunidades . Observamos fatores que influenciam a percepção dos nossos clientes quanto à qualidade dos serviços, em relação a concorrência.

Conforme visto no decorrer de nosso projeto, ser um Centro de Referência em tratamento da Dor Orofacial, através de diagnósticos precisos fundamentados em pesquisa e em tecnologias avançadas. A missão da OROFACE – Centro de Especialidades é proporcionar rapidez e precisão nos diagnósticos dos transtornos relacionados à Dor Orofacial, através do uso de tecnologias em saúde avançadas e de recursos humanos qualificados, visando o bem estar e a melhoria da qualidade de vida dos seus clientes. Dentre os pontos fortes identificados na análise organizacional está a qualificação técnica do corpo clínico que alia competência profissional e habilidade de relacionamento.

Conforme apresentado, a OROFACE – Centro de Especialidades apresenta diversas características positivas relacionadas com as oportunidades encontradas no cenário da prestação de serviços de saúde. Entretanto varias ações são consideradas prioritárias para que a empresa profissionalize sua administração e trilhe os caminhos estratégicos para o alcance missão. Recomenda-se para trabalhos futuros Pesquisas de Satisfação junto aos pacientes, pois a expressão dos clientes quanto aos fatores geradores de satisfação e insatisfação podem apresentar a seus gestores pontos críticos que precisam ser melhorados, assim como pode apontar para novas oportunidades ainda não percebidas.

10- Referência Bibliográficas

- ASSADA, Ricardo M. **Qualidade em Serviços Aplicado à Odontologia**. 2001. Disponível em: <http://www.jornaldosite.com.br> Acesso 31 de outubro 2016.
- CFO, Conselho Federal de Odontologia. **Código Odontológico**. Disponível em: <http://www.crosp.org.br/etica/etica.pdf> Acesso em 16 de dezembro de 2016.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE 2010. Disponível em: < <http://censo2010.ibge.gov.br/resultados>> Acesso 16 de dezembro de 2016.
- JOHNSTON, Robert. **Administração de Operações de Serviço**. ed.São Paulo: Atlas, 2009.
- MANOEL, S.T. C. L. **Marketing e Comunicação na Odontologia**. Jornal de Assessoria e Prestação de Serviços ao Odontologista, Curitiba, 1997.
- TULESKI, Yumi Mori. **Análise SWOT**. Disponível em: < <http://www.ced>