

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DA PARANÁ - PUCPR
ESCOLA DE NEGÓCIOS
GESTÃO HOSPITALAR E SERVIÇOS DE SAÚDE**

**POLIANA FERREIRA HILLER VIEIRA
ZENAIR DA APARECIDA GARCIA FELISBERTO**

CLÍNICA POPULAR DE ASSISTÊNCIA MÉDICA À SAÚDE HUMANA

CURITIBA

2020

**POLIANA FERREIRA HILLER VIEIRA
ZENAIR DA APARECIDA GARCIA FELISBERTO**

CLÍNICA POPULAR DE ASSISTÊNCIA MÉDICA À SAÚDE HUMANA

Plano de Negócio para assistência médica à saúde humana voltada para avaliação primária e secundária em serviços de clínica popular.

**CURITIBA
2020**

**POLIANA FERREIRA HILLER VIEIRA
ZENAIR DA APARECIDA GARCIA FELISBERTO**

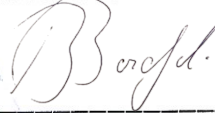
CLÍNICA POPULAR DE ASSISTÊNCIA MÉDICA À SAÚDE HUMANA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Gestão Hospitalar e Serviços de Saúde da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, como requisito parcial à obtenção do Título de Especialista em Gestão Hospitalar e Serviços de Saúde.

COMISSÃO EXAMINADORA



Professor Eduardo Damião
Pontifícia Universidade Católica do Paraná



Professor Renê Bergel
Pontifícia Universidade Católica do Paraná



Professor Nelton da Silva Lehnhard
Faculdade Municipal de Educação e Meio Ambiente - FAMA

Curitiba, 25 de julho de 2020.

RESUMO

De acordo com a Constituição, os serviços médicos são um dever do Estado, porém é um fato notório que existe uma incapacidade de atender a demanda, aliada ao índice de insatisfação por parte dos usuários, sendo observado a abertura de alternativas e oportunidades de mercado. Em Clevelândia, conforme pesquisa de campo, roteiro de entrevista, 56% dos entrevistados, usuários do SUS ou consideram o serviço ofertado pelo SUS como péssimo, ruim ou regular. O mercado local foi explorado pela aplicação da ferramenta de gestão análise das 5 forças competitivas de Michel Porter onde se constatou oportunidade de proposta do plano de negócio para consultas e exames de baixo custo rapidez no atendimento com qualidade e resolutividade. O objetivo geral do projeto foi amplamente analisado demonstrando nível de atratividade do setor média alta com posição competitiva. A clínica popular, visa contemplar de maneira inédita as necessidades da população ofertando assistência médica a custos compatíveis com o poder aquisitivo de famílias, com renda de salário mínimo, aposentados ou empregados de indústria e ou comércio.

Palavras chave: Oportunidades de mercado, nível de atratividade, clínica popular.

ABSTRACT

According to the Constitution, medical services are a duty of the State, but it is a well-known fact that there is an inability to meet demand, coupled with the level of dissatisfaction on the part of users, with the opening of alternatives and Market opportunities being observed. In Clevelândia, according to field research, interview script, 56% of respondents, users of SUS or consider the service offered by SUS as terrible, bad or regular. The local Market was explored by the application of the management tool analysis of the 5 competitive forces of Michel Porter, where there was an opportunity to propose the business plan for consultations and examinations of low cost, fast service with quality and resolution. The general objective of the Project was extensively analyzed, demonstrating the level of attractiveness of the upper middle sector with a competitive position. The popular clinic aims to meet the needs of the population in an unprecedented way by offering medical assistance at cost compatible with the purchasing power of families, with minimum wage income, retirees or employees of industry and commerce.

Keywords: Market opportunities, level of attractiveness, popular clinic.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

TABELAS

Tabela 1 – Laboratório de Análises	16
Tabela 2 – Serviço de Diagnóstico por Imagem	17
Tabela 3 – Serviços Especializados	17
Tabela 4 – Serviços Disponíveis na Rede Pública	18

GRÁFICOS

Gráfico 1 – Análise dos Recursos.....	15
Gráfico 2 – Faixa etária.....	20
Gráfico 3 – Gênero	22
Gráfico 4 – Grau de Escolaridade.....	22
Gráfico 5– Renda Familiar	23
Gráfico 6 – Número de Pessoas por Família	24
Gráfico 7 – Conhecimento Sobre a Clínica Popular	25
Gráfico 8 – Utilização de Plano de Atendimento em Saúde	26
Gráfico 9 – Situações que se Utiliza o SUS	26
Gráfico 10 – Nível de Satisfação com o SUS	27
Gráfico 11 – Nível de Satisfação do SUS	28
Gráfico 12 – Disposição em Valores para Pagar pelo Serviço de Saúde	29
Gráfico 13 – Maior Dificuldade no SUS	30
Gráfico 14 – Maior Dificuldade no SUS – Apenas Usuários do SUS.....	31
Gráfico 15 – Disposição para Pagamentos de Consultas e Exames.....	32
Gráfico 16 – Disposição por Pagar Consultas e Exames	33
Gráfico 17 – Maior Dificuldade com Plano de Saúde (SUS).....	34
Gráfico 18 – Localização	35

QUADROS

Quadro 1 – Composição de Recursos Humanos.....	39
Quadro 2– Cálculo da Margem de Contribuição (em percentual).....	48
Quadro 3 - Previsão do Fluxo de Caixa para 30 dias em R\$.....	49
Quadro 4 – Principais Investimentos (Anexo IV)	54
Quadro 5 – Custos para Constituição de uma Empresa Optante pelo Supersimples	54
Quadro 6 – Projeção de Custos Fixos Mensais.....	54
Quadro 7 – Demonstrativo do Ponto de Equilíbrio.....	63

LISTA DE ABREVIATURAS

ANS	Agência Nacional da Saúde Suplementar
CFM	Conselho Federal de Medicina
CFM	Conselho Federal de Medicina
CRM	Conselho Regional de Medicina
DRE	Demonstrativo do resultado do exercício
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INPI	Instituto nacional de propriedade industrial
INSS	Instituto nacional de previdência social
IPARDES	Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MEI	Microempreendedor individual
OPS	Operadoras de Planos de Saúde
PE	Ponto de Equilíbrio
PEA	População Economicamente Ativa
PSF	Programa de saúde da família
RT	Responsável Técnico
SUS	Sistema Único de Saúde
TIC	Tecnologia de Informação e comunicação
UBS	Unidade Básica da Saúde

SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO	10
2. DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO	11
3. ANÁLISE AMBIENTAL DO NEGÓCIO	14
3.1 AMBIENTE INTERNO	14
3.1.1 Pesquisa de Mercado.....	18
3.1.2 Instrumento de Coleta de Dados.....	19
3.1.3 Universo Populacional.....	19
3.1.4 Processo Amostral	19
3.2 AMBIENTE EXTERNO	37
3.2.1 Análise do Questionário Para Clínica Espelho – (Anexo III).....	37
4. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA CLÍNICA POPULAR	38
4.1 PLANEJAMENTO DE RECURSOS HUMANOS	38
4.1.1 profissionais médicos	38
4.1.2 Estrutura de Cargos	39
4.1.2.1 Descrição de cargos.....	39
4.1.2.1.1 Diretor administrativo – Nível estratégico.....	39
4.1.2.1.2 Gerente Administrativo – Nível Tático	40
4.1.2.1.3 - Médico Responsável Técnico	42
4.1.2.1.4 - Auxiliar Administrativo.....	43
4.1.2.1.5 - Auxiliar de Higienização	43
4.1.3 Organograma	44
4.2 PLANO FINANCEIRO.....	45
4.2.1 Apuração Mensal	46
4.2.1.1.1 Fundamentos para projeção do DRE	47
4.2.1.1.2 Fundamentos Para Projeção do Resultado Financeiro	48
4.2.1.1.2.1 Margem de Contribuição	48

4.2.1.1.2.4 Fluxo de Caixa	49
4.2.2 Orçamento de Recursos	54
4.3 PLANEJAMENTO DE MARKETING	55
4.3.1 Principais Metas e Recomendações	55
4.3.2 Resumo de Mercado:	56
4.3.3 Estratégia de Marketing.	57
4.3.4 Objetivos do Marketing.....	58
4.3.4.1 Objetivos Específicos	58
4.3.5 Objetivos Financeiros	59
4.3.6 Objetivo Social	59
4.3.7 Mercados-Alvo	59
4.3.8 Posicionamento.....	60
4.3.9 Mix de Marketing.....	60
4.3.10 Pesquisa de Marketing.....	61
4.3.11 Previsão de Vendas	61
4.3.12 Previsão de Despesas	62
4.3.13 Controles.....	62
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
5.1 Viabilidade Social.....	62
5.2 Viabilidade Econômica.....	63
5.3 Viabilidade Financeira.....	64
5.4 Viabilidade Ambiental	65
5.5 Viabilidade Política.....	65
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67
ANEXO I – ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADO AO MUNICÍPIO DE CLEVELÂNDIA	69
ANEXO II – QUESTIONÁRIO APLICADO A CLÍNICA ESPELHO.....	72

ANEXO III – QUADRO DE DEMANDA REPRIMIDA NO MUNICÍPIO DE CLEVELÂNDIA PARA CONSULTA MÉDICA E EXAMES ESPECIAIS.....	74
ANEXO IV – RESOLUÇÃO CFM Nº 2.170, DE 30.10.2017	76
ANEXO V – LISTA DE MOVEIS MATERIAIS E EQUIPAMENTOS	80
ANEXO VI – PROPOSTA DE PLANTA BAIXA PARA INSTALAÇÃO.....	82
ANEXO VII – CARTA DE AUTORIZAÇÃO PARA PESQUISA DE CAMPO .	83

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

De acordo com a Constituição, os serviços médicos são um dever do Estado, porém é um fato notório que existe uma incapacidade de atender a demanda, sendo observado a abertura de alternativas e oportunidades de mercado, para suprir a necessidade dos atendimentos. Conforme pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha a pedido do CFM, 93% dos usuários consideram o serviço de saúde do país, tanto público quanto privado, como péssimo, ruim ou regular. Os usuários do Sistema Único de Saúde (SUS) a taxa de insatisfação é de 87%. Em Clevelândia, conforme pesquisa de campo, roteiro de entrevista (Anexo I) 56% dos entrevistados, usuários do SUS ou consideram o serviço ofertado pelo SUS como péssimo, ruim ou regular. Dos entrevistados que se utilizam apenas do serviço do SUS 54% consideram o serviço ofertado pelo SUS como péssimo, ruim ou regular.

Tem-se observado opções das Operadoras de Planos de Saúde, porém, além de custos altos, se mostra a insatisfação dos clientes, o que acaba possibilitando a abertura de novas oportunidades de negócios. Citando a pesquisa de campo, para os usuários de planos de saúde em Clevelândia, 46% expressam insatisfação com o serviço ofertado sendo que 28% dizem que os valores de mensalidades são altos e 18% sobre o tempo de espera no atendimento de consultas e exames. Neste cenário, aparece o despontar para as clínicas populares, sendo utilizadas pelas classes da população C, D e uma parcela da E, as quais são usuários do Sistema Único de Saúde (SUS), porém, com condições de buscar atendimento alternativo com preços mais acessíveis. Uma comparação do atendimento de consulta, observa-se em várias cidades brasileiras, o tempo de espera de aproximadamente 60 dias para realizar uma consulta, enquanto em clínicas populares, no máximo em 48 horas. Conforme se pode constatar em entrevista aplicada (Anexo II) na clínica espelho, as consultas de rotina são disponibilizadas no mesmo dia. Outra questão a ser observada é a estagnação no mercado de clínicas médicas, a qual observa-se baixa remuneração pelos planos de saúde e convênios médicos, se tornando pouco atrativa e com pouca prospecção de mercado. Neste cenário, a remuneração em clínica popular se torna mais viável, visto que a maior parte das receitas financeiras, advêm de pagamentos diretos dos clientes, com dinheiro, cartão de crédito, débito e cheques especificamente, evitando riscos com atrasos e sobrecargas operacionais como glosas e outras situações que

podem trazer prejuízos financeiros. A atenção deve ser dada a atendimentos e consultas simples, para que tratamentos mais complexos possam ser encaminhados para os hospitais. Essa dinâmica permite um maior número de atendimentos, gerando um fluxo maior e positivo de caixa.

2. DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

A necessidade do plano de negócio surge quando um empreendedor tem uma ideia de inovação para atender uma demanda ou para readequação de um negócio já existente. Serve para se compreender a viabilidade, pois o projeto deve levar situações em consideração, inclusive financeiras, contribuindo para análises, afim de realizar escolhas mais assertivas no mercado.

Segundo Cecconellon (2008), pesquisas realizadas anualmente pelo Sebrae apontam que mais da metade das empresas não chegam ao terceiro ano de vida. Isto se torna imprescindível que antes de colocar uma ideia em prática, deve-se fazer um bom plano de negócio, entre outras habilidades e competências do empreendedor.

Os fatores determinantes para a sobrevivência ou mortalidade das empresas são resultado de um conjunto de situações, como o planejamento do negócio, gestão e capacitação dos proprietários (SEBRAE, 2016).

Com a crise econômica levando a evasão dos usuários de planos de saúde complementar, estimula-se, o crescimento da oferta dos serviços de assistência médica e exames especiais básicos, destinados a promoção da saúde e prevenção de enfermidades de menor complexidade. Beneficia-se de atendimento rápido, retornado o indivíduo para a produção de bens e serviços, e promovendo a expansão desta atividade, que requer inovação e atenção dos processos com um manejo adequado a fim de evitar reclamações.

Há tempos é acompanhada a diminuição do acesso à Saúde no Brasil pela população. Esse fato ocorre pela alta demanda de atendimentos, aliada ao fato de baixo investimento do governo no Sistema Único de Saúde. Outra situação é a saúde suplementar, onde valores veem aumentando, tanto de planos de saúde quanto particulares, em consequência da crise econômica. Esse cenário possibilita uma nova estratégia de atendimentos, que são as clínicas populares, onde a oferta de serviços

de assistência médica e multiprofissionais, contemplando exames de baixa complexidade e serviços de promoção à saúde e prevenção a doenças, se tornam realidade, por preços menores e tempo de atendimento agilizado.

As clínicas populares no Brasil surgiram a partir de 1996, tendo uma repercussão negativa inicialmente, sendo alegado baixa qualidade no atendimento. Porém, houve uma reação por parte das clínicas populares, sendo investido na qualificação dos serviços, diversidade nas especialidades, maior abrangência nas regiões e hoje se torna um mercado cada vez mais crescente no país.

De acordo com o artigo sobre franquias “a realidade brasileira, mais de 70% das pessoas não contam com um plano de saúde, e se motivar a melhorar a qualidade de vida da população em geral, também é uma característica que ajuda você a se tornar o investidor ideal em uma franquia de saúde” (Blog MEDPREV 2019). De acordo com a pesquisa de campo realizado em Clevelândia, 76% dos entrevistados utilizam o SUS e 22% os Planos de Saúde complementar e particular, sendo 41% para consultas e exames e 48% para emergências.

De acordo com o Anexo I, 47% dos entrevistados em Clevelândia, possuem renda de 1 a 2 salários mínimos, contribuindo com a hipótese de que o serviço de clínica popular irá contemplar o atendimento da população.

Com a legislação atual, as normas que regulam as clínicas populares, considera-se o código de ética médica, apoio dos representantes da classe médica, rentabilidade alinhada com a sustentabilidade e inovação por se tratar de uma estratégia para atender a contingência da população. Conforme dados estatísticos da Secretaria de Saúde de Clevelândia (Anexo III), há uma demanda reprimida de pacientes à espera por atendimento em consultas com especialistas. A demanda de assistência à saúde do Município de Clevelândia, apresenta um déficit de soluções, baseada nas políticas públicas locais, assistência privada, preços praticados e disponibilidade de profissionais especializados.

Por outro lado, para o profissional da área da saúde “a migração dos médicos para as clínicas populares” pode ser uma reação à precarização dos contratos de trabalho com os serviços públicos, à baixa remuneração oferecida em concursos e à ausência de uma carreira de Estado para o médico”, avalia Carlos Vital em entrevista para o portal do Conselho Federal de Medicina, sobre a Resolução que regulamenta as clínicas populares (abril de 2018).

Municípios com mesmo perfil demográfico de Clevelândia serão referências, como projeto a submeter na adaptação, conforme a realidade local. Citando a pesquisa ANEXO I, 51% da população estão na faixa etária de 20 a 39 anos de idade sendo 64% do sexo feminino. Observa-se a oportunidade de oferta a esta população inicialmente.

O Município de Clevelândia possui 17.240 habitantes, disponível assistência de Saúde Pública com 5 PSF, 1 UBS, Pronto Atendimento Municipal 24 horas e 1 Hospital Geral com capacidade de 50 leitos, com centro cirúrgico para realização de atendimentos de ginecologia e obstetrícia em pacientes habituais sem riscos e cirurgias eletivas, sendo atualmente referência para o Sudoeste. Casos intermediários e de alto risco são encaminhados para a rede da 7ª Regional de Saúde; oferecendo 01 médico ginecologista obstetra, 1 médico clínico geral e anestesiológico. Ainda há três clínicas particulares com disponibilidade dos seguintes profissionais: 01 médico clínico geral com especialização em dermatologia e 01 fisioterapeutas, com a clínica em funcionamento há 7 anos. A segunda clínica possui equipe multidisciplinar, clínica geral e especialista em medicina da família, nutricionista, farmacêutica, estética, especialista em estética facial, conforme ferramenta utilizada para avaliação de atratividade do setor e as 5 forças competitivas de Michael Porter.

No cenário atual a população encontra-se desguarnecida quanto ao atendimento materno infantil sendo que estes processos estão ocorrendo nos municípios de Pato Branco e Palmas no Estado do Paraná. Pelas seguintes razões: não há profissionais suficientes para a clínica ginecológica e obstetra, não há pediatra e a atividade de anestesia e realizada por médico não especialista.

A Clínica Popular de Assistência Médica à Saúde Humana, será a pioneira, na Cidade de Clevelândia, Sudoeste do Paraná, a qual tem como concorrentes diretos os atendimentos pelo Sistema Único de Saúde, não comportando a demanda dos atendimentos e as clínicas particulares, não sendo observado a disposição de muitas opções, que em muitos casos, são realizadas as procuras fora do município. A clínica popular irá permitir uma alternativa a população do Município oferecendo atendimentos de clínica médica e exames de rotinas por um preço abaixo do que um plano de saúde ou particular, levando em consideração a preocupação com a qualidade e saúde. Irá proporcionar agilidade nos atendimentos. As especialidades oferecidas, irão

contemplar exames de baixo custo e consultas com profissionais para atender clínica médica, medicina do trabalho, pediatria, psiquiatria, cardiologia, psicologia, dermatologia e neurologia. A estrutura dos atendimentos também será um diferencial, com espaços confortáveis, com ar condicionado, som ambiente, bebedouro, poltronas adequadas para obesos, acesso a deficientes e outros itens que possibilitam a satisfação aos clientes.

O negócio será gerido por administradores, com formação na área, em parceria com médicos e demais profissionais multidisciplinares.

O Projeto piloto vai utilizar o recurso da telemedicina e de profissionais especializados para o serviço que será disponibilizado.

A oferta de consulta médica será diária, com médico generalista atuante como responsável técnico com contrato mensal em horário comercial para a população a partir de 14 anos. As demais especialidades irão atuar de acordo com a demanda semanal em medicina do trabalho, psicologia e nutrição, dermatologia, cardiologia, neurologia, pediatria, psiquiatria e endocrinologia.

Os exames de baixo custo, como os de rotina e check-up, bem como de ultrassonografia ginecológica e geral, eletrocardiograma, serão propostos parcerias e convênios com laboratórios de análise clínica e radiologia local para acolhimento dos encaminhamentos dos atendimentos. Uso de tecnologia para o serviço de telemedicina será explorado.

3. ANÁLISE AMBIENTAL DO NEGÓCIO

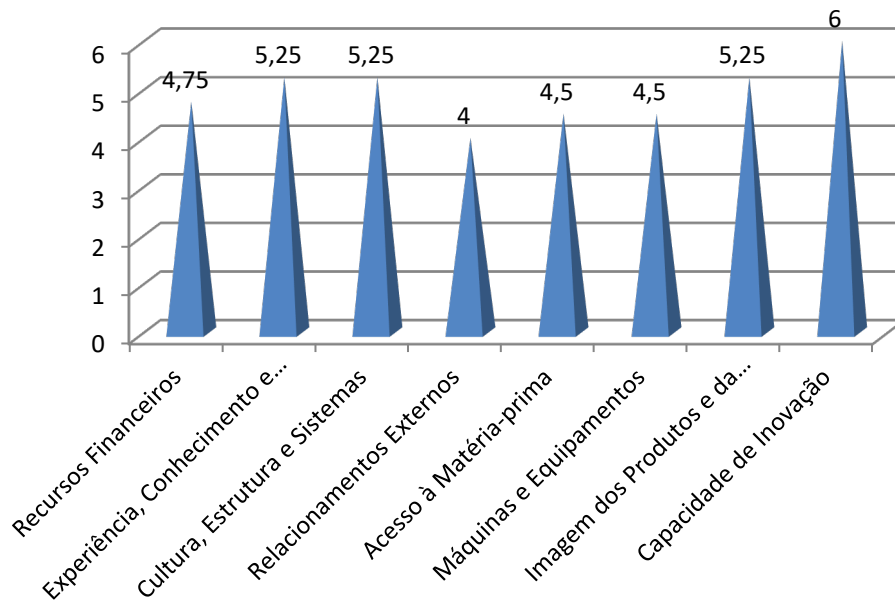
3.1 AMBIENTE INTERNO

A análise interna deve ajudar a identificar recursos e competências que lhe são exclusivos, diferenciando-a de seus concorrentes. O principal objetivo da análise interna é identificar as características da organização, que permitem oferecer valor agregado aos clientes, bem como as desvantagens perante seus concorrentes.

As características internas relativas a recursos ou capacidades em potencial para contribuir no alcance dos objetivos estratégicos, são denominados pontos fortes, ao mesmo tempo que as características internas que inibem ou restringem o desempenho da organização, são os pontos fracos.

Quanto a análise de recursos de resultados, temos o gráfico que mostra as fontes de vantagens a organização, capacidade de inovação, experiência, conhecimento, treinamento, cultura, estrutura, sistemas e imagens dos produtos da empresa. Já os recursos que a organização não tem domínio, são os relacionamentos externos, acesso a matéria prima, máquinas e equipamentos.

Gráfico 1 – Análise dos Recursos



Fonte: Ferramenta de Gestão de Negócio – Eduardo Damião

Segundo Sobral (2013) a análise ambiental interno e externo vai concentrar nas “capacidades da organização que determinam sua competitividade. Para isso os administradores buscam coletar informações sobre diversos fatores internos, como a situação financeira da empresa, qualidade dos produtos e serviços oferecidos, imagem da organização, qualidade e a competência dos administradores e trabalhadores, cultura organizacional, entre outros”.

Inicialmente a estratégia, foi analisar as principais tendências de seu ambiente externo, afim de conhecer a capacidade do negócio e implementar as medidas. O nível de atratividade do setor encontra-se sob a variação de 2.7, sendo considerada média de acordo com a ferramenta aplicada de Michael Porter. A matriz GE demonstrou a atratividade de setor de média a alta, com posição competitiva forte.

Em relação a negócio espelho, a mesma atingiu a nota 71, contrapondo os 68 pontos perspectivos do plano de negócio (Anexo II).

Utilizando a análise PESTEL e inserindo as informações junto aos órgãos oficiais de regulação do Ministério da Saúde, trabalho, renda local e tecnologia, observa-se os fatores de impacto relevantes, atual e posteriormente.

Podemos evidenciar através dos dados abaixo, a disposição dos serviços ofertados, evidenciados como concorrentes.

Tabela 1 – Laboratório de Análises

INSTALAÇÕES FÍSICAS PARA ASSISTÊNCIA	TURNO DE ASSISTÊNCIA
1.1 Posto de coleta Biocenter 1.2 Laboratório Milenium 1.3 Centro Municipal de Saúde Prefeito Antônio Celso Bortolini	Manhã e tarde

Fonte – MS/SAS – Secretaria de Atenção à Saúde

1.a - Relação dos Serviços prestados pelos laboratórios 1.1 e 1.2

Exames: Bioquímico, Hematológicos e hemostasia, sorológicos e imunológico, coprológicos, uroanálise, hormonais, toxicológico de monitoração, microbiológico, outros líquidos biológicos, genética, triagem neonatal, imunoematológicos.

1.b - Relações dos Serviços prestados pelo laboratório 1.3

Todos os elencados no item 1.a exceto: toxicológicos de monitoração, outros líquidos biológicos e genética.

Tabela 2 – Serviço de Diagnóstico por Imagem

PROCEDIMENTO	PÚBLICO UBS	PÚBLICO SERVIÇO TERCEIRIZADO	SERVMED
2.1 Ultrassonografia	0	1	1
2.2 Radiografia	1	1	1

Fonte – MS/SAS – Secretaria de Atenção à Saúde

Tabela 3 – Serviços Especializados

SERVIÇOS	UBS	UNICLÍNICAS	ASSOCIAÇÃO PRÓ-SAÚDE DE CLEVELÂNDIA
Serviço de atenção ao Pré-Natal	1	0	1
Serviço de Controle de Tabagismo	1	0	1
Serviço de Apoio à Saúde da Família	5	0	0
Fisioterapia Geral	1	1	1
Serviço de Fonoaudiologia	0	0	0
Serviço de Nutrição	1	1	0
Serviço de Psicologia	1	1	0

Fonte – MS/SAS – Secretaria de Atenção à Saúde

Tabela 4 – Serviços Disponíveis na Rede Pública

SERVIÇOS	LEITOS	QUANTIDADE	PRÓPRIO/TERCEIRIZADO
Repouso/observação	6	0	Próprio
Clínicas básicas	0	4	Próprio
Sala de atendimento ao paciente	0	5	Próprio
Ambulância	0	0	Próprio
Farmácia	0	0	Próprio
Serviço de prontuário de paciente	0	0	Próprio
Serviço de manutenção de equipamento	0	0	Terceirizado
Serviço social	0	0	Próprio
Polo de academia e Saúde/Fisioterapia	0	1	Próprio

Fonte – MS/SAS – Secretaria de Atenção à Saúde.

3.1.1 Pesquisa de Mercado

De acordo com censo de 2.010, o Município de Clevelândia, distribui a uma população de 17.232 habitantes, sendo 14.756 na zona urbana e 2.476 na zona rural. Os Municípios próximos são de Abelardo Luz, Mariópolis e São Domingos. Clevelândia se situa a 35 km a Sul-Leste de Pato Branco, a qual é a mais populosa nas proximidades.

Possui, segundo o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico.¹ e social, 17.240 habitantes, dos quais a População Economicamente Ativa representa 8.345 pessoas (PEA). População economicamente ativa é a população que está inserida no mercado de trabalho ou está buscando oportunidade de recolocação para exercer algum tipo de atividade remunerada.

3.1. 2 Instrumento de Coleta de Dados

Foi elaborado um Roteiro de entrevista (Anexo I), com 13 (treze) questões abertas e 01 (uma) fechada relacionadas ao perfil dos entrevistados e ao tema deste trabalho. Conforme trabalho apresentado III Conedu, O artigo intitulado propõe, questionário, formulário e a entrevista como instrumentos de coleta de dados. As vantagens e desvantagens do seu uso na pesquisa de campo em ciências humanas, é, “uma conversação efetuada face a face, de maneira metódica; proporciona ao entrevistado, verbalmente, a informação necessária. ” disponível em: http://www.editorarealize.com.br/revistas/conedu/trabalhos/TRABALHO_EV056_M1S_A13_ID8319_03082016000937.pdf e pesquisa de campo que de acordo com o mesmo artigo é

Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. (...) consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presume relevantes, para analisá-los. (LAKATOS, 2003, p. 186)

Foi realizada entre os dias 01 de novembro de 2019 a 10 de março de 2020.

3.1.3 Universo Populacional

População conforme o artigo linguagem metodológica “ é o conjunto de elementos sobre o que queremos obter informação; toda pesquisa define um universo aos quais os resultados do estudo deverão ser aplicados”. No âmbito desta pesquisa, o universo populacional corresponde à população economicamente ativa.

3.1.4 Processo Amostral

No cálculo do tamanho da amostra foi utilizado o cálculo a seguir, considerando 95% de grau de confiança desejado:

$$N0 = 1 / e^2$$

$$N = (N \times n0) / (N + n0)$$

Onde:

N_0 é a primeira aproximação para o tamanho da amostra

E é o erro amostral tolerável

N é o tamanho da amostra

N é o tamanho do universo populacional

Temos:

$$N_0 = 1 / 0,052$$

$$N_0 = 400$$

$$N = (8.345 + 400) / (8.345 + 400)$$

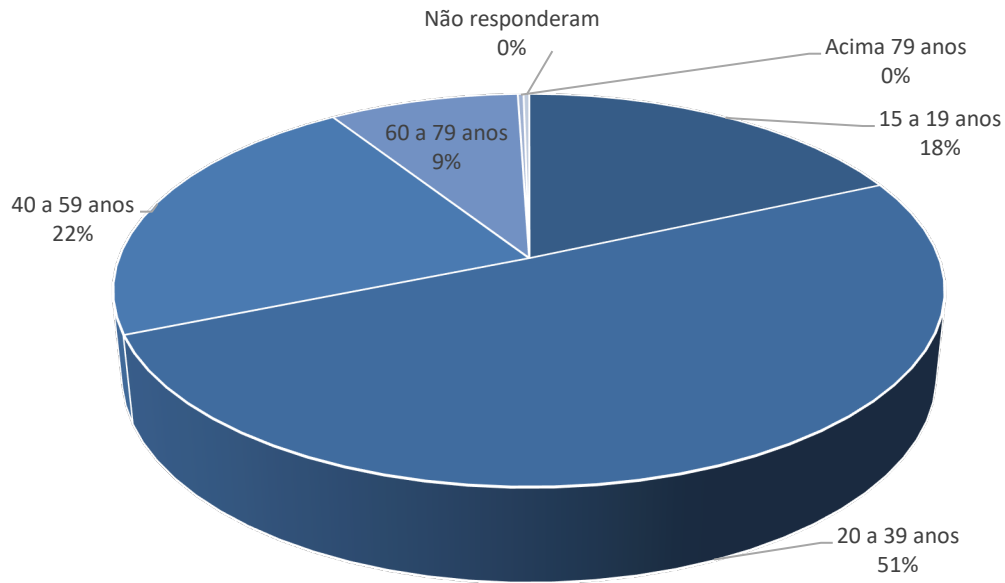
$$N = 381,703831$$

A amostra foi definida em 382 (trezentos e oitenta e duas) pessoas, estratificada por bairros e os roteiros de entrevista foram aplicados proporcionalmente de acordo com o número de habitantes destes. De acordo com o artigo linguagem metodológica, “randomização estratificada é usada para garantir que números iguais de participantes com uma característica que se acredite influencie no prognóstico ou na resposta à intervenção sejam alocados para cada grupo de comparação. ”

Foi realizada pesquisa com a população do Município de Clevelândia PR, em parceria com a Faculdade Municipal de Educação e Meio Ambiente – FAMA, de Clevelândia PR, no período de novembro de 2019 a março de 2020 com objetivo de avaliar a realidade dos habitantes quanto a necessidade do uso de serviços de saúde. Podemos observar os aspectos a seguir. (Anexo VII).

Gráfico 2 – Faixa etária

Faixa Etária	Quant.
15 a 19 anos	70
20 a 39 anos	193
40 a 59 anos	84
60 a 79 anos	33
Acima 79 anos	1
Não responderam	1
Total	382



Fonte – Pesquisa de Campo

A pesquisa foi realizada numa faixa etária acima de 15 anos. É observado na tabela 1, a população com faixa etária maior entrevistada, está entre 20 e 39 anos de idade, com 51%, ficando 9% para faixa etária entre 60 e 79 anos e nenhuma acima de 79 anos.

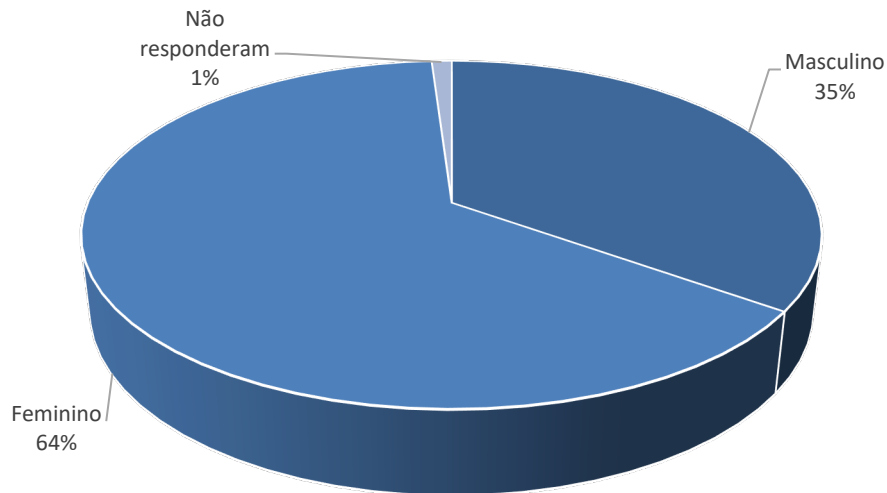
Esses dados podem ser comparados com o último Senso de Clevelândia, IBGE 2010, com 17.240 habitantes, o qual no universo de coleta de dados, acima de 15 anos, a faixa etária maior está entre 20 e 39 anos, com 2309 habitantes, seguidos de 40 a 59 anos com 2013 habitantes.

Em 2017, Revista de Saúde Pública, com objetivo de caracterizar os atendimentos da atenção primária, a maioria destaca-se com idade entre 18 a 39 anos.

De acordo com a faixa etária pesquisada, há de se considerar a relevância da análise do perfil para traçar estratégia de negócio de acordo com o resultado.

Gráfico 3 – Gênero

Gênero	Quant.
Masculino	133
Feminino	245
Não responderam	4
Total	382



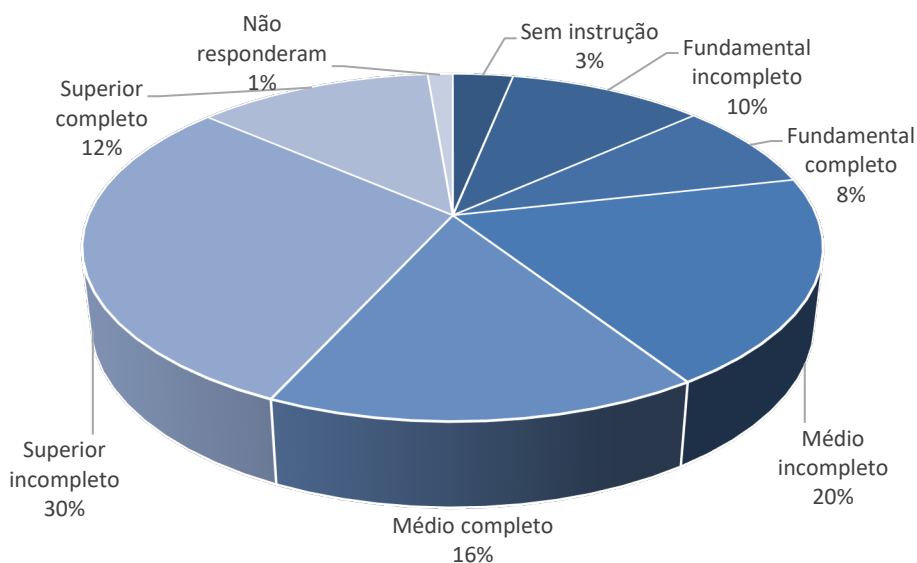
Fonte –Pesquisa de Campo

De acordo com o gráfico 3, observa-se um alcance nas pesquisas com o gênero feminino. Porém, de acordo com o Censo Demográfico IBGE em 2010, a população do tipo de domicílio Urbano apresenta um número de 7.142 para masculino e 7.516 para feminino e na Rural, 1.297 para masculino e 1.185 para feminino. Não é observado nenhuma diferença significativa de gêneros no Município de Clevelândia, neste caso, apenas para a pesquisa.

Gráfico 4 – Grau de Escolaridade

Grau de escolaridade	Quant.
Sem instrução	12
Fundamental incompleto	39
Fundamental completo	31
Médio incompleto	74

Médio completo	61
Superior incompleto	113
Superior completo	47
Não responderam	5
Total	382

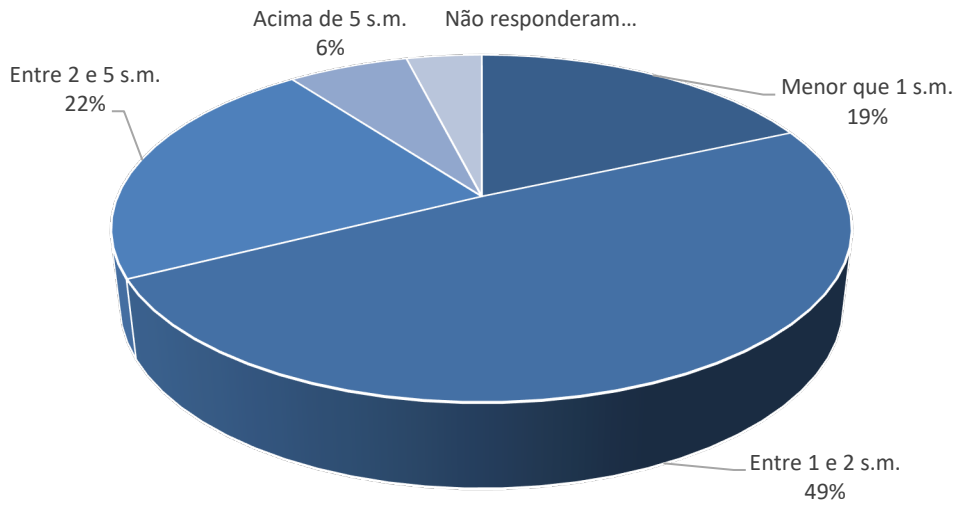


Fonte – Pesquisa de Campo

Pode-se observar no gráfico 4, o maior número de entrevistados com grau de escolaridade com superior incompleto. De acordo com as pesquisas do IBGE, num universo DE 17.232 habitantes em 2010, os quais 479 possuem superior incompleto. Neste censo, é observado um número maior de indivíduos de 2093 com Ensino Fundamental incompleto.

Gráfico 5– Renda Familiar

Renda Familiar	Quant.
Menor que 1 s.m.	70
Entre 1 e 2 s.m.	188
Entre 2 e 5 s.m.	85
Acima de 5 s.m.	24
Não responderam	15
Total	382



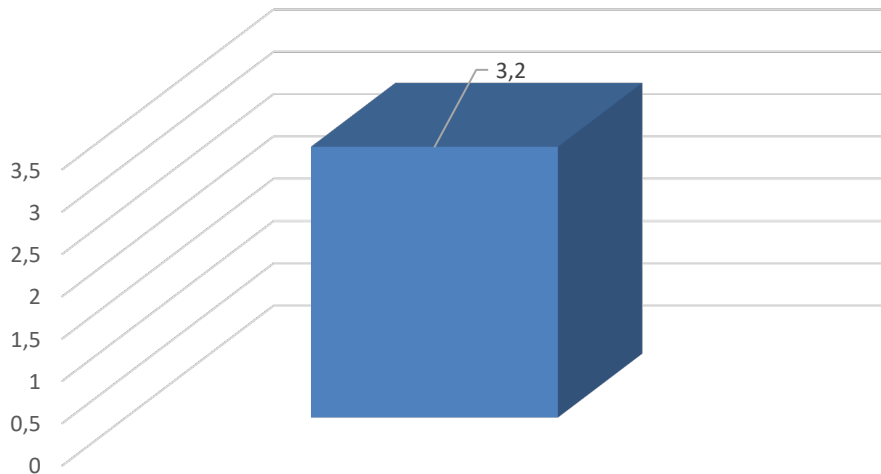
Fonte – Pesquisa de Campo

Conforme o gráfico 5, a renda familiar entre 1 e 2 salários mínimos se apresenta com 49%, de acordo com o Censo IBGE 2010, o qual o salário médio dos trabalhadores está em 2 salários mínimos.

Estes dados estão em acordo com o perfil dos usuários de clínicas populares, sendo observado em acordo com o projeto

Gráfico 6 – Número de Pessoas por Família

Nº médio de pessoas por família	3,2
---------------------------------	-----

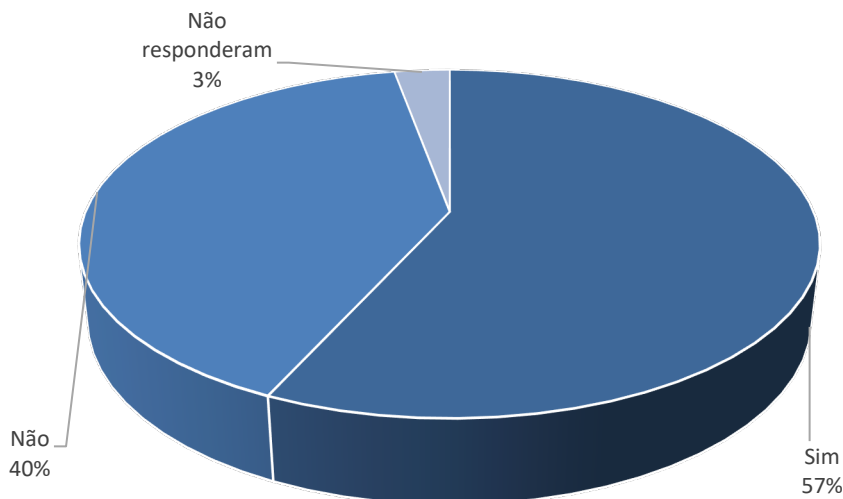


Fonte – Pesquisa de Campo

No gráfico 6, podemos observar o número médio de pessoas por família, em torno de 3,2. Nesta proporção de 3 pessoas por família, a relação com a renda, fica distribuída neste parâmetro de mínimo 1 adulto a cada 3 pessoas, conforme resposta do entrevistado.

Gráfico 7 – Conhecimento Sobre a Clínica Popular

Conhece Clínica Popular	Quant.
Sim	217
Não	154
Não responderam	11
Total	382

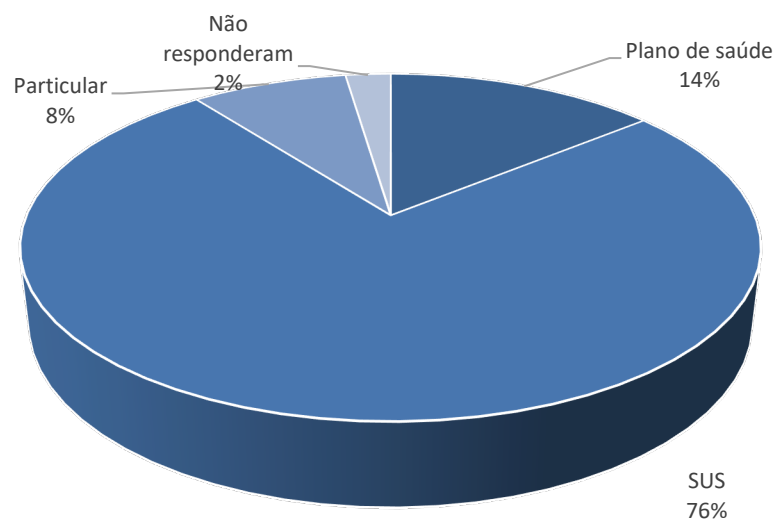


Fonte – Pesquisa de Campo

No gráfico 7, 57% das pessoas entrevistadas, conhecem a clínica popular, e 40% não conhecem. Esses dados podem trazer uma oportunidade, na implantação do negócio, por favorecer uma demanda de clientes que venham aderir à utilização na apresentação do serviço.

Gráfico 8 – Utilização de Plano de Atendimento em Saúde

Qual plano utiliza	Quant.
Plano de saúde	54
SUS	288
Particular	31
Não responderam	9
Total	382

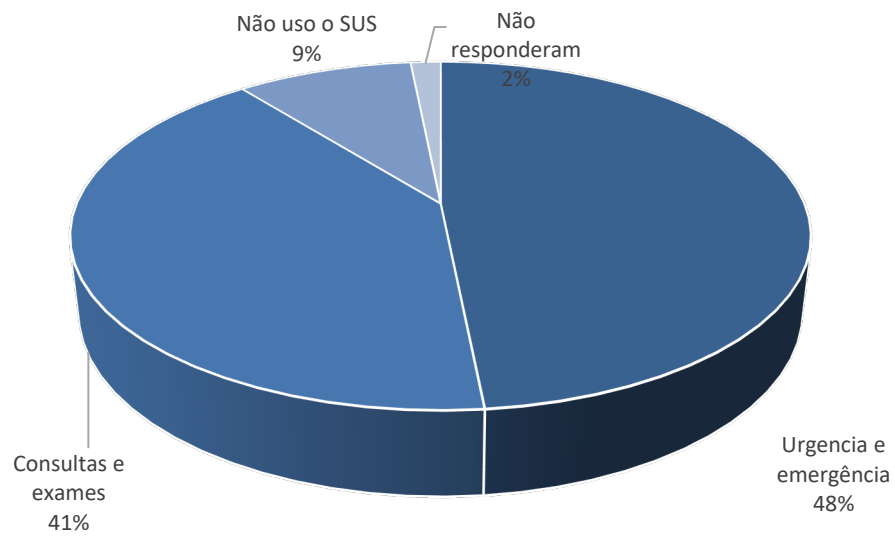


Fonte – Pesquisa de Campo

Conforme gráfico 8, se destaca 76% da população com utilização do SUS. É necessário considerar que conforme pesquisas citadas anteriormente, 87% dos usuários SUS, se sentem insatisfeitos com os serviços.

Gráfico 9 – Situações que se Utiliza o SUS

Situações que utiliza o SUS	Quant.
Urgência e emergência	185
Consultas e exames	156
Não uso o SUS	35
Não responderam	6
Total	382

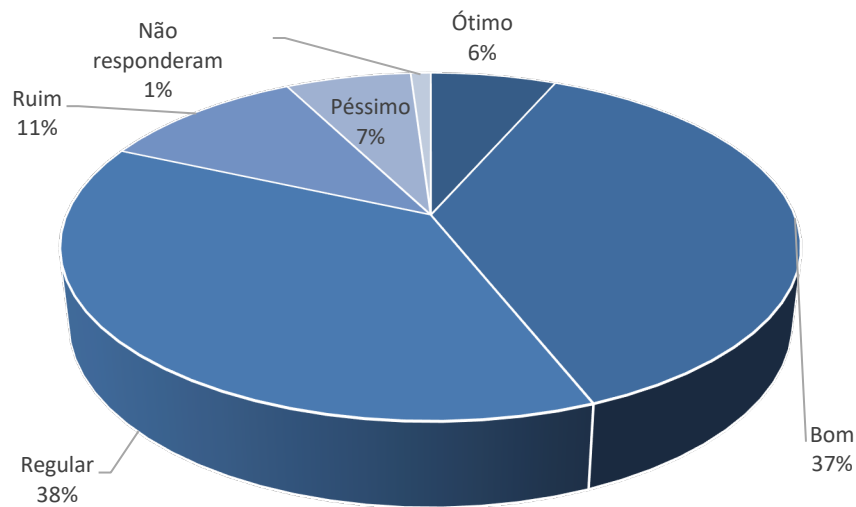


Fonte – Pesquisa de Campo

No gráfico 9, podemos observar a utilização do SUS, em proporção tanto para Urgência e Emergência, quanto para consultas e exames.

Gráfico 10 – Nível de Satisfação com o SUS

Nível de satisfação com o SUS	Quant.
Ótimo	25
Bom	143
Regular	144
Ruim	41
Péssimo	25
Não responderam	4
Total	382

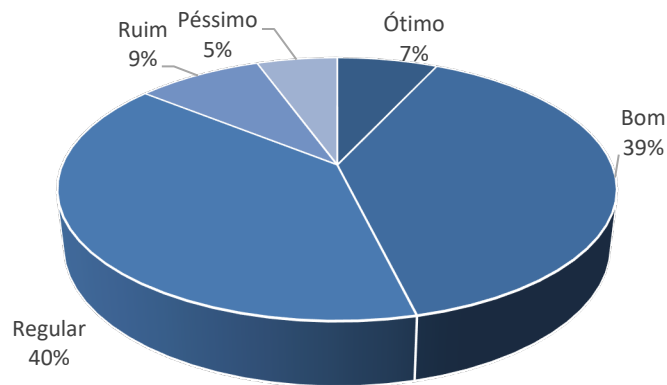


Fonte – Pesquisa de Campo

No gráfico 10, a satisfação dos entrevistados como regular é de 38% e 37% bom. Está sendo considerada nesta questão a avaliação de satisfação com todos os entrevistados, independentemente do tipo de uso do sistema de saúde, privada ou pública. Neste universo as tendências podem ser migradas para satisfação ou insatisfação, dependendo das ações de cada gestão de saúde.

Gráfico 11 – Nível de Satisfação do SUS

Apenas usuários do SUS	
Nível de satisfação com o SUS	Quant.
Ótimo	20
Bom	113
Regular	114
Ruim	25
Péssimo	16
Não responderam	
Total	288

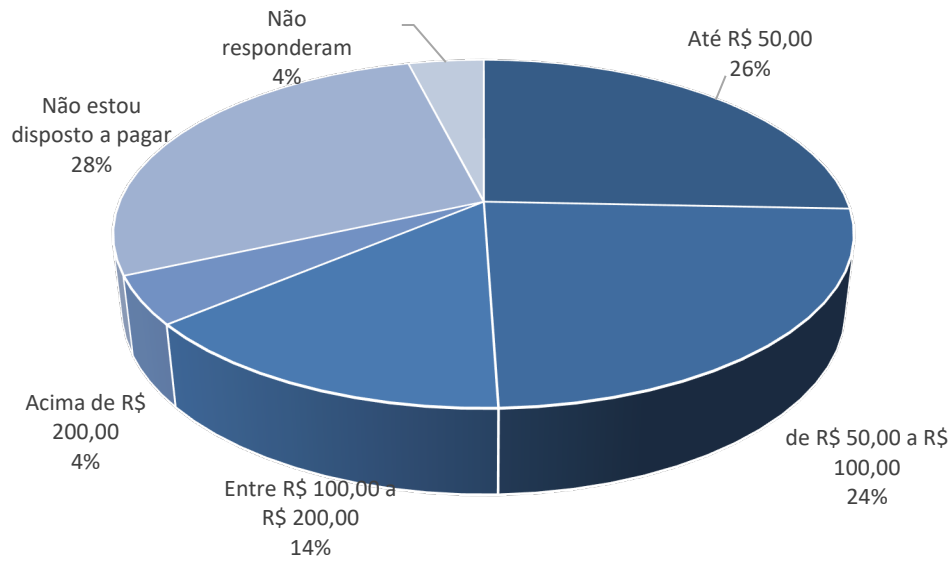


Fonte – Pesquisa de Campo

No gráfico 11, observa-se para aqueles que utilizam apenas o SUS, 40%, consideram o serviço como regular e 39% como bom. 14 % responderam que o serviço do SUS está ruim ou péssimo. E 7% respondem que o serviço é ótimo.

Gráfico 12 – Disposição em Valores para Pagar pelo Serviço de Saúde

Quanto está disposto pagar	Quant.
Até R\$ 50,00	98
de R\$ 50,00 a R\$ 100,00	91
Entre R\$ 100,00 a R\$ 200,00	55
Acima de R\$ 200,00	17
Não estou disposto a pagar	106
Não responderam	15
Total	382

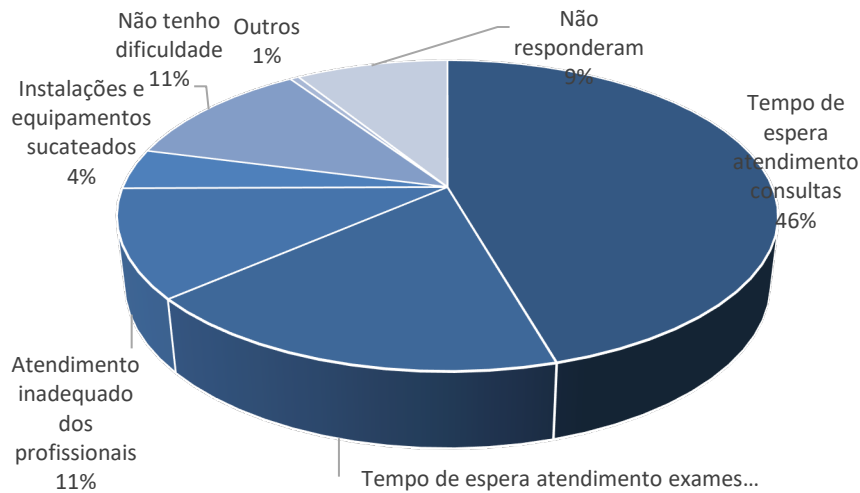


Fonte – Pesquisa de Campo

No gráfico 12, é possível observar que, 28% dos entrevistados não estão dispostos a pagar por serviços de saúde. Dentre os dispostos, 26% pagariam por uma consulta até R\$50,00, 24% entre R\$50,00 e R\$100,00 e 14% entre R\$100,00 e R\$200,00.

Gráfico 13 – Maior Dificuldade no SUS

Maior dificuldade no SUS	Quant.
Tempo de espera atendimento consultas	174
Tempo de espera atendimento exames	69
Atendimento inadequado dos profissionais	43
Instalações e equipamentos sucateados	16
Não tenho dificuldade	44
Outros	2
Não responderam	34
Total	382

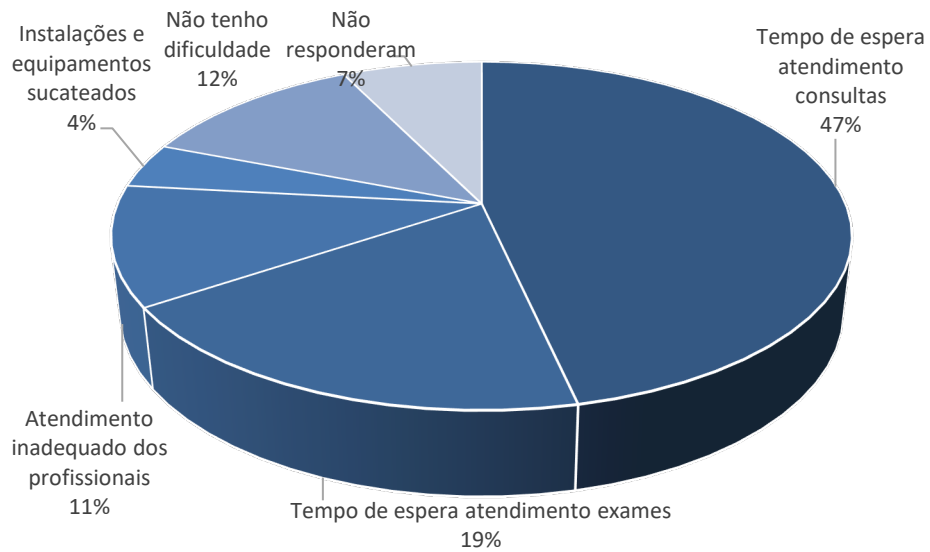


Fonte – Pesquisa de Campo

De acordo com o gráfico 13, a maior dificuldade na utilização do SUS está com a demora no tempo de atendimento das consultas, com 46% dos entrevistados. E 18% com tempo de espera dos atendimentos de exames. Neste item foram considerados usuários da rede pública e privada.

Gráfico 14 – Maior Dificuldade no SUS – Apenas Usuários do SUS

Maior dificuldade no SUS	Quant.
Tempo de espera atendimento consultas	134
Tempo de espera atendimento exames	55
Atendimento inadequado dos profissionais	32
Instalações e equipamentos sucateados	12
Não tenho dificuldade	34
Outros	
Não responderam	21
Total	288

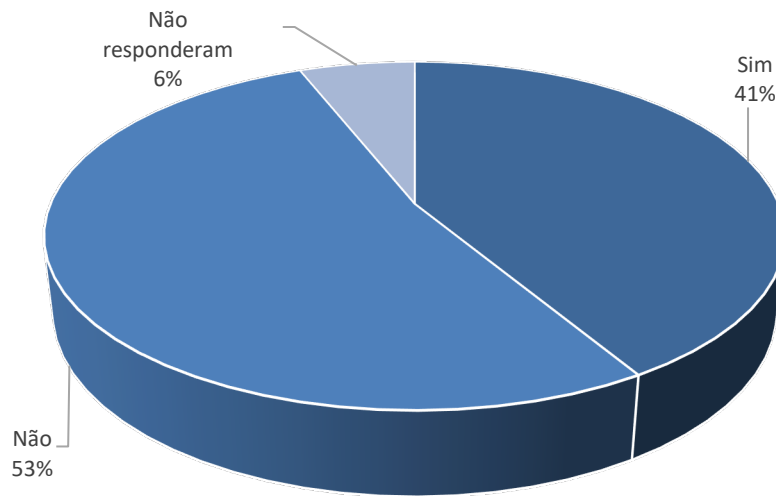


Fonte – Pesquisa de Campo

De acordo com o gráfico 14, a dificuldades encontrada no uso do SUS, especificamente com aqueles que apenas utilizam esse tipo de serviço, está a demora no tempo de espera do atendimento das consultas com 47%, seguido de 19% na demora de tempo de atendimento para exames.

Gráfico 15 – Disposição para Pagamentos de Consultas e Exames

Está disposto pagar por consultas e exames	Quant.
Sim	158
Não	201
Não responderam	23
Total	382



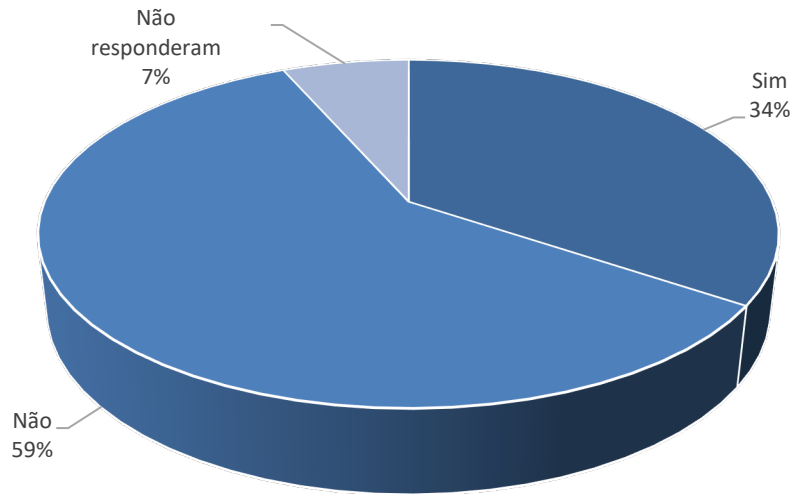
Fonte – Pesquisa de Campo

No gráfico 15, observa-se a disposição dos entrevistados pelo pagamento de consultas e exames, preponderando 53%, respondendo que não pagariam por esses serviços. Observa-se que 41% optariam pelo pagamento de consultas e exames. Destes entrevistados estão inclusos os exclusivos do SUS e os que possuem planos de saúde suplementar. Observa-se oportunidade de atingir esta população para uso dos serviços da clínica popular, absorvendo tanto da rede privada como da pública.

Gráfico 16 – Disposição por Pagar Consultas e Exames

Apenas Usuários do SUS

Está disposto pagar por consultas e exames	Quant.
Sim	99
Não	170
Não responderam	19
Total	288

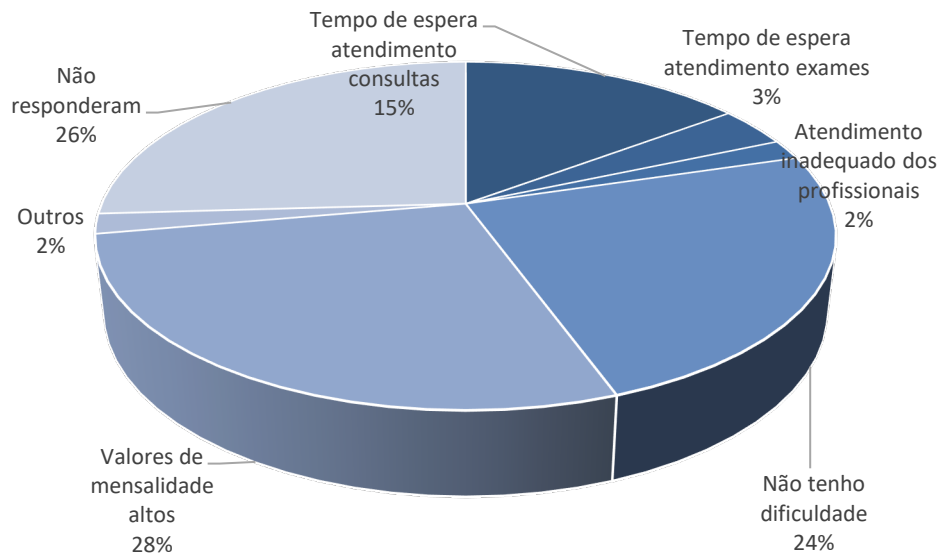


Fonte – Pesquisa de Campo

Na pesquisa realizada como usuários que utilizam especificamente o SUS, 59% não pagariam por consultas e exames e apenas 34% estariam dispostos a pagar pelo serviço.

Gráfico 17 – Maior Dificuldade com Plano de Saúde (SUS)

Apenas usuários plano de saúde	
Maior dificuldade plano	Quant.
Tempo de espera atendimento consultas	8
Tempo de espera atendimento exames	2
Atendimento inadequado dos profissionais	1
Instalações e equipamentos sucateados	
Não tenho dificuldade	13
Valores de mensalidade altos	15
Outros	1
Não responderam	14
Total	54



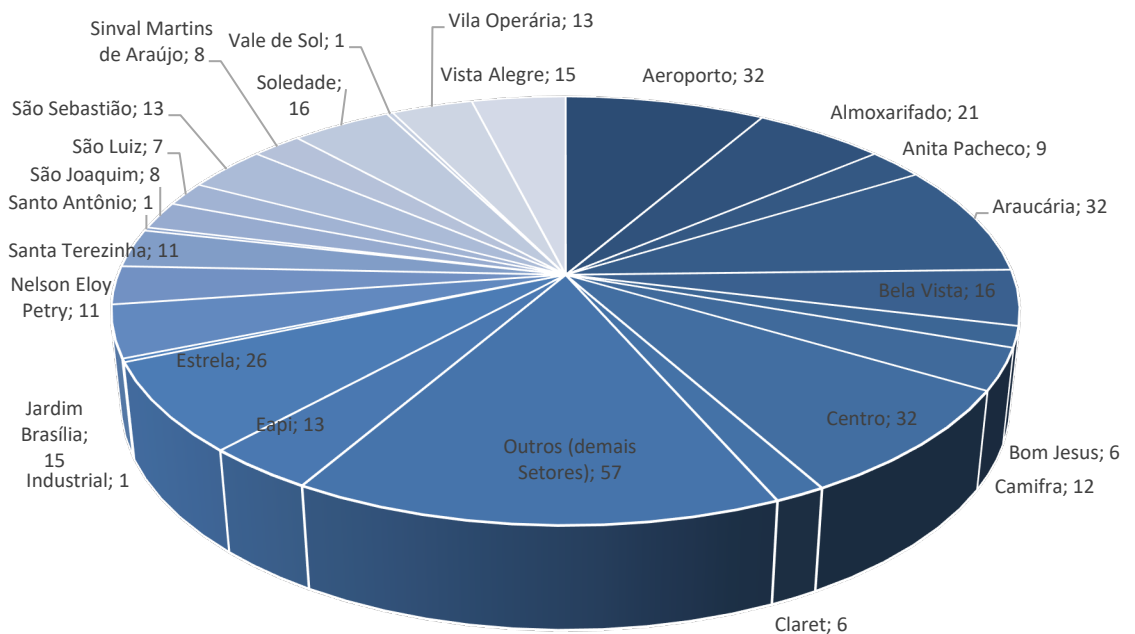
Fonte – Pesquisa de Campo

No gráfico 17, percebe-se que o maior índice de dificuldades com os planos de saúde, se dá 28% que relataram valores de mensalidades altos, seguidos de 26% que não responderam ao questionamento.

Gráfico 18 – Localização

Bairro	Quant.
Aeroporto	32
Almoxarifado	21
Anita Pacheco	9
Araucária	32
Bela Vista	16
Bom Jesus	6
Camifra	12
Centro	32
Claret	6
Outros (demais Setores)	57
Eapi	13
Estrela	26
Industrial	1
Jardim Brasília	15

Nelson Eloy Petry	11
Santa Terezinha	11
Santo Antônio	1
São Joaquim	8
São Luiz	7
São Sebastião	13
Sinval Martins de Araújo	8
Soledade	16
Vale de Sol	1
Vila Operária	13
Vista Alegre	15
Total	382



Fonte – Pesquisa de Campo

De acordo com o gráfico 17, o número de pessoas entrevistadas que pertencem aos bairros centrais e proximidades correspondem à metade da população e os demais são residentes na zona rural e periferia.

3.2 AMBIENTE EXTERNO

De acordo com SOBRAL (2013) A análise do ambiente externo da organização consiste na identificação dos fatores do ambiente externo que podem influenciar direta e indiretamente o desempenho da organização. Para tanto foi buscado junto a secretaria de saúde municipal quais e quantos serviços semelhantes há disponível à população.

Foi realizada pesquisa e análise externa, com determinada Clínica Popular do Município de Araucária. Segue abaixo avaliação realizada:

3.2.1 Analise do Questionário Para Clinica Espelho – (Anexo III)

Conforme pesquisa realizada, a clínica espelho, situada no Município de Araucária, estado do Paraná, com uma população estimada em 2019 segundo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, um total de 143.843 pessoas.

Com um volume de 5 mil atendimentos por mês, nos horários de funcionamento de segunda a sexta-feira das 08hs às 19hs e sábados das 08hs às 12hs. O tempo de espera dos pacientes de clínica médica é no mesmo dia ao solicitado, e demais especialidades na mesma semana. O valor da consulta está entre R\$50,00 e R\$150,00 para médico generalista à especialista.

O médico atuante como responsável técnico, realiza atendimento aos pacientes durante o horário de funcionamento da clínica. A remuneração do médico está em torno de R\$ 4.000,00 acrescidos de suas consultas diárias.

O investimento da clínica em marketing é baixo, e o plano realizado até o momento é correspondido pela população, por meios de campanhas de conscientização e meios de comunicação local.

Existe facilidade na contratação do profissional médico nas suas especialidades, pois o local se encontra nas proximidades de Curitiba, ressaltando como ponto positivo a forma de remuneração e pontualidade nos pagamentos de salários desses profissionais.

Quanto as dificuldades para iniciar as atividades da empresa, foi observado como principal a liberação da Vigilância Sanitária.

O investimento teve retorno num prazo de 5 anos e a clínica está no mercado a 10 anos. Atualmente a clínica dispõe de plano de gestão da qualidade, treinamentos e atualização dos funcionários, bem como plano de gestão de pessoas como seleção, capacitação e avaliação de desempenho, juntamente com o profissional psicólogo atuante no corpo de prestadores de serviço.

O motivo de procura pelos serviços privados, se dá devido às políticas públicas, acarretando demora no atendimento pelo SUS. Não foi observado nenhum programa de acompanhamento de satisfação ao cliente Pós-venda.

Atualmente não é realizada parceria com demais prestadores de serviços, não ofertando exames aos pacientes ficando a critério do cliente a busca por este serviço de apoio diagnóstico.

4. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA CLINICA POPULAR

4.1 PLANEJAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

4.1.1 profissionais médicos

- 1 médico Generalista
- 1 médico Medicina ocupacional
- 1 médico Clínico geral
- 1 médico Pediatra
- 1 médico Dermatologista
- 1 médico Cardiologista
- 1 médico Neurologista
- 1 médico Psiquiatria
- 1 médico Endocrinologista
- 1 Psicólogo
- 1 Nutricionista

Quadro 1 – Composição de Recursos Humanos

FUNÇÃO	QUANTIDADE	SALÁRIO BASE	TOTAL R\$
Assessorias	2	R\$ 1.045,00	R\$ 2.090,00
Gerente	1	R\$ 2.090,00	R\$ 2.090,00
Médico Responsável Técnico	1	R\$ 3.135,00	R\$ 3.135,00
Médico mensalista	1	R\$ 3.135,00	R\$ 3.135,00
Total	5	R\$ 9.405,00	R\$ 10.450,00

Fonte: Plano de negócio 2020

4.1.2 Estrutura de Cargos

A função que cada funcionário exercer depende do perfil do profissional e do desempenho esperado. Se atribui responsabilidade de acordo com o objetivo a ser alcançado. A estrutura da empresa define o que em nível estratégico, o porquê em nível tático e como em nível operacional.

4.1.2.1 Descrição de cargos

4.1.2.1.1 Diretor administrativo – Nível estratégico

FUNÇÃO:	Diretor Administrativo
Principais responsabilidades	Definir a estrutura organizacional da empresa;
	Organizar, gerir as atividades administrativas e burocráticas;
	Avaliar orçamentos;
	Elaborar planejamento orçamentário, estratégico e gerenciamento;
	Definir o número de médicos e demais profissionais de acordo com a demanda e orçamentos;

	Planejar, organizar e programar as atividades gerais da clínica;
	Planejar e avaliar as estratégias de marketing;
	Identificar as oportunidades de negócios e avaliar a viabilidade de parcerias, fusões, cisões, ampliações e continuidade de projetos e atividades;
	Manter organizado documentações legais dos profissionais e empresa;
	Definir e garantir a consolidação da missão, valores, metas e da cultura da organização.
Experiência	5 anos, exercendo a função de Gestão
Competências	Visão estratégica, habilidades analíticas, capacidade de liderar e inspirar pessoas, criatividade e comunicação, comprometimento, Foco no resultado, Relacionamento Interpessoal, dinâmica, Administração de Conflitos, Comunicação, Equilíbrio Emocional, Planejamento e Organização, Visão Sistêmica e Sustentabilidade, Autodesenvolvimento e compromisso social
Grau de Instrução	Especialização em Gestão em Serviços de Saúde
Conhecimentos específicos	Conhecimentos técnicos de Gestão. Pacote office

Fonte: Plano de negócio 2020

4.1.2.1.2 Gerente Administrativo – Nível Tático

FUNÇÃO:	Gerente administrativo
Principais responsabilidades	Garantir a disponibilidade dos serviços de especialistas prestados aos clientes, visando a qualidade do serviço;
	Elaborar a estrutura e organização de gestão de pessoas, políticas de recrutamento, seleção, treinamento, planos de cargos e salários, avaliação de desempenho e avaliações de clima organizacional;

	Dar suporte a gestão de informações (softwares, hardwares, redes, TI, internet);
	Controlar a manutenção preventiva e corretivas dos equipamentos e predial;
	Realizar planejamento e controle de destinação de Resíduos;
	Analisar os controles patrimoniais, resultados e indicadores de desempenho;
	Planejar, organizar e programar as atividades gerais da clínica;
	Manter em conformidade os itens de Vigilância Sanitária e demais legislações vigentes;
	Coordenar a execução dos planos de ação, facilitando e integrando o trabalho das equipes;
	Administrar compra e estoque de materiais, organizar a logística de entregas;
	Acompanhar os dados do Serviço de Atendimento ao cliente, propor melhorias baseadas nas críticas e reclamações dos pacientes;
	Garantir a consolidação da missão, valores, metas e da cultura da organização.
Experiência	2 anos, exercendo a função de Gestão
Competências	Comprometimento, Foco no resultado, Relacionamento Interpessoal, dinâmica, Administração de Conflitos, Comunicação, Equilíbrio Emocional, Planejamento e Organização, Visão Sistêmica e Sustentabilidade, Autodesenvolvimento
Grau de Instrução	Especialização em Gestão em Serviços de Saúde
Conhecimentos específicos	Testes de conhecimentos, Testes psicológicos, personalidade e exames ocupacionais. Conhecimentos técnicos e de Gestão. Pacote office

4.1.2.1.3 - Médico Responsável Técnico

FUNÇÃO:	Médico Responsável Técnico e Diretor Clínico
Principais responsabilidades	Garantir a disponibilidade dos serviços de especialistas prestados aos clientes, visando a qualidade do serviço;
	Zelar pelo cumprimento das disposições legais e regulamentadas em vigor;
	Assegurar condições dignas de trabalho, e meios indispensáveis a prática médica, visando o melhor desempenho do corpo clínico e demais profissionais de saúde em benefício da população usuária de saúde;
	Assegurar o funcionamento da Comissão de Ética médica;
	Dirigir e coordenar o corpo clínico da instituição;
	Supervisionar as atividades de assistência médica na instituição;
	Zelar pelo cumprimento do Regimento Interno do Corpo clínico
	Experiência
Competências	Comprometimento, Foco no resultado, Relacionamento Interpessoal, dinâmica, Comunicação, Equilíbrio Emocional, Planejamento e Organização
Grau de Instrução	Especialização nas áreas de gestão
Conhecimentos específicos	Conhecimentos técnicos de Gestão. Pacote office

Fonte: Plano de negócio 2020

4.1.2.1.4 - Auxiliar Administrativo

FUNÇÃO:	Auxiliar administrativo
Principais responsabilidades	Manter documentos e arquivos organizados;
	Realizar atendimento ao cliente;
	Esclarecer dúvidas dos clientes sobre processos e rotinas administrativas;
	Realizar organização das agendas de atendimento;
	Executar preenchimento de fichas, formulários e relatórios;
	Providenciar material expediente diário;
	Encaminhar a gerência, materiais e equipamentos quando necessidade de manutenção;
	Realizar atividades burocráticas, conforme solicitação do gestor;
Experiência	1 ano
Competências	Comprometimento, Relacionamento Interpessoal, dinâmica, Comunicação, Equilíbrio Emocional, Planejamento e Organização, Atendimento ao cliente
Grau de Instrução	Ensino médio
Conhecimentos específicos	Conhecimentos técnicos de Gestão. Pacote office

Fonte: Plano de negócio 2020

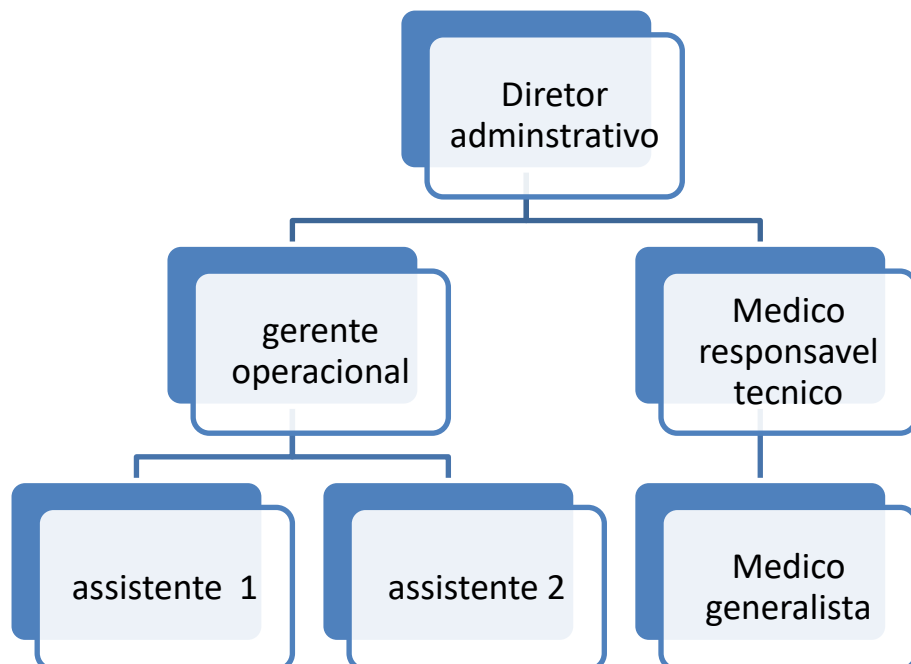
4.1.2.1.5 - Auxiliar de Higienização

FUNÇÃO:	Auxiliar de higienização
Principais responsabilidades	Realizar coleta dos resíduos sólidos, roupas sujas e manejar os hampers;
	Limpar os coletores de resíduos e diversas áreas;
	Realizar a desinfecção das superfícies e ambientes;
	Abastecer com papel higiênico, papel toalha, sabão e álcool gel, os dispensadores;

	Manter os ambientes limpos;
	Manter organização dos materiais e solicitar a aquisição quando necessário;
	Encaminhar a gerência, materiais e equipamentos de higienização quando necessidade de manutenção;
	Manter materiais de uso diário em bom estado de conservação;
Experiência	1 ano
Competências	Comprometimento, Relacionamento Interpessoal, dinâmica, Comunicação, Equilíbrio Emocional, Planejamento e Organização, disposição
Grau de Instrução	Ensino médio
Conhecimentos específicos	Noções básicas de limpeza e higienização hospitalar

Fonte – Plano de negócio 2020

4.1.3 Organograma



Fonte: Plano de negócio 2020

4.2 PLANO FINANCEIRO

Os dados originaram da pesquisa de campo que gerou os seguintes dados: O número médio de pessoas que dividem a renda familiar total é de 3 indivíduos. Dos entrevistados, 41% estão dispostos a pagar por consultas e exames em clínica popular. A partir destes foi gerado o plano estratégico.

A população economicamente ativa do município de Clevelândia, segundo IPARDES é de 8.345. Da população economicamente ativa que utilizam planos de saúde e que não estão dispostos a pagar pelo atendimento, representam 57% somando um total de 4756 pessoas, entre elas, as que continuarão a utilizar planos de saúde. Para aqueles, exclusivamente usuários do SUS 59%, que não estão dispostos a pagar pelo exame, são 4923 pessoas. Destes indivíduos estão as pessoas satisfeitas e insatisfeitas. Estes dados contribuem com o possível número de clientes em potencial, já que 41% destas, que correspondem a 3.421 pessoas, estão dispostas a pagar por consultas e exames. O planejamento está embasado no seguinte cálculo:

Os entrevistados dividem a renda em 3 pessoas. Isto significa que há em média 3 pessoas em cada família, então o número total seria de 3.421 a 3 totalizando uma possibilidade de atingir 10.263 consultas e exames ao ano.

Dividindo por 12 meses estaremos presumindo que cada indivíduo deve consultar pelo menos uma vez por ano. Deste cálculo, surge o número de 855 consultas ao mês em um cenário otimista. Sendo 5 dias por semana em 4 semana do mês gerando 20 dias de trabalho, 43 pacientes ao dia. Com 8 horas multiplicado por 60 minutos, somando 480 minutos dia, dividido por 43 pacientes serão 12 minutos por pacientes. Para melhor qualidade serão necessários mais que 1 profissional médico. O aumento do número de clientes está condicionado ao aumento do número de profissionais.

Repasse de 45% para os profissionais vinculados a clínica com especialização, conforme produção, sendo um médico responsável técnico com salário fixo, um médico generalista como responsável clínico, com 8 horas diárias de trabalho, com salario variável por produção e medicina ocupacional, psicólogo e o nutricionista. Atendimento diário, sendo o repasse de 30% com agenda em livre demanda e salário por produção.

Conforme resolução CFM Nº 2.170, DE 30.10.2017, considerando as Resoluções CFM nº 997, de 23 de maio de 1980, e nº 2.147, de 27 de outubro de 2016, que estabelecem normas sobre a responsabilidade, atribuições e direitos de diretores técnicos, diretores clínicos e chefias de serviço em ambientes médicos.

4.2.1 Apuração Mensal

Em um cenário otimista estima-se a venda de 855 consultas ao mês ao preço de R\$100,00 (cem reais) em média, sendo 427 (50%) em dinheiro, e no cartão de débito, 70% em dinheiro e 30% cartão de débito. 70% ao valor de R\$100,00 (cem reais) 20% ao valor de R\$50,00 (cinquenta reais) e 10% ao valor de R\$150,00 (cento e cinquenta reais). 427 (50%) no cartão de crédito e a prazo com nota promissória, (50% no cartão de crédito e 50% financiamento próprio) sendo 70%, ao valor de R\$100,00 (cem reais) 20% ao valor de R\$50,00 (cinquenta reais) e 10% ao valor de R\$150,00 (cento e cinquenta reais). Ao valor de R\$100,00 (cem reais) 20% ao valor de R\$50,00 (cinquenta reais) e 10% ao valor de R\$150,00 (cento e cinquenta reais). Ainda considerando que 427 consultas (50 %) não pagariam por se tratar de reconsulta.

Em um cenário pessimista teríamos 50% desta produtividade com a prospecção de crescimento, sendo de 25% no primeiro trimestre 25% no segundo trimestre, mantendo este crescimento teremos o cenário otimista em 6 meses, sendo que no segundo ano, com exploração do plano de marketing o número de consultas vai passar de 855 para 875 atendimentos pois segundo a pesquisa de campo os usuários do SUS, exclusivamente, que consideram a assistência regular, ruim e péssima, com renda de 1 a 5 salários, e que não estão dispostos a pagar, somam 19,80% e que diante de uma proposta atendimento diferenciado pode migrar para a clínica popular. Analisando os usuários do SUS que não estão dispostos a pagar por considerar o SUS bom e ótimo, mesmo com renda de 1 a 5 salários, exclui-se 16%. No segundo ano considerando explorar os usuários dos planos de saúde insatisfeitos devido ao valor das mensalidades, tempo de espera no atendimento de consultas e exames e por atendimento inadequado dos profissionais, o crescimento pode atingir mais 11,34%. O segundo ano sai de um número de 875 para 975 consultas. Com

33,33% dos entrevistados respondendo que não estão dispostos a pagar pelos atendimentos podemos então desconsiderar a inclusão deste contingente.

4.2.1.1.1 Fundamentos para projeção do DRE

No primeiro trimestre a receita operacional bruta tem a seguinte composição: crescimento 25% do primeiro para o segundo mês e 25% do segundo para o terceiro mês. Iniciando com um número de 427 atendimentos no primeiro mês, 50% da projeção inicial, mantendo por 60 dias em um cenário otimista.

Baseado na pesquisa sobre a renda, os pesquisados responderam que possuem uma renda de 1 e 2 salários mínimos 49%, 2 e 5 salários 22% acima de 5 salários 6% e abaixo de 1 salário 19%. Pressupõe que a população que utiliza dinheiro para aquisição dos serviços são os que possuem uma renda de até 1 e 2 salários. A soma dos que possuem renda de 2 a 5 ou mais de 5 salários utilizam de cartão de crédito e débito. E os que possuem renda inferior a 1 salário, 19%, são os que utilizam o financiamento direto ao consumidor.

Primeiro mês: 214 atendimentos, sendo 70% vendas à vista em dinheiro e 30 % a vista no cartão de débito. Totalizando 150 exames, destes 30% ao valor de R\$ 50,00 (cinquenta reais) 50% ao valor de R\$100,00 (cem reais) e 20% ao valor de R\$150,00 (cento e cinquenta reais). 30% de vendas a prazo totalizando um número de 64 atendimentos destes 30% ao valor de R\$ 50,00 (cinquenta reais) 50% ao valor de R\$100,00 (cem reais) e 20% ao valor de R\$150,00 (cento e cinquenta reais).

Segundo e terceiro mês: 427 atendimentos, sendo 70% vendas à vista em dinheiro e 30 % a vista no cartão de débito. Totalizando 298 atendimentos, destes 30% ao valor de R\$ 50,00 (cinquenta reais) 50% ao valor de R\$100,00 (cem reais) e 20% ao valor de R\$150,00 (cento e cinquenta reais). 30% de vendas a prazo totalizando um número de 128 atendimentos destes 30% ao valor de R\$ 50,00 (cinquenta reais) 50% ao valor de R\$100,00 (cem reais) e 20% ao valor de R\$150,00 (cento e cinquenta reais).

Ao profissional médico será repassado 45% aos especialistas e 30% aos demais médicos, psicólogo e nutricionista.

Primeiro mês – consultas de R\$50,00 (30%) totalizando o valor de R\$975,00 (novecentos e setenta e cinco reais); consultas de R\$100,00 (30%) totalizando o valor

de R\$2.397,00 (dois mil trezentos e noventa e sete reais) e consultas de R\$150,00 (45%) totalizando o valor de R\$1.912,50 (Hum mil novecentos e doze reais e cinquenta centavos).

Segundo mês um aumento de 25%, sendo consultas de R\$50,00, totalizando o valor de R\$1.218,75 (hum mil duzentos e dezoito reais e setenta e cinco centavos) consultas de R\$100,00 totalizando o valor de R\$2.926,95 (dois mil novecentos e vinte e seis reais e noventa e cinco centavos e consultas de R\$150,00 totalizando o valor de R\$2.390,62 (dois mil trezentos e noventa reais e sessenta e dois centavos).

Terceiro mês um aumento de 25% sendo consultas de R\$50,00, totalizando o valor de R\$1.523,43quinhetos e vinte e três reais e quarenta e três centavos, consultas de R\$100,00 totalizando o valor de R\$3.658,68 (três mil seiscentos e cinquenta e oito reais e sessenta e oito centavos) e consultas de R\$150,00 totalizando o valor de R\$2.988,27 (dois mil novecentos e oitenta e oito reais e vinte e sete centavos).

4.2.1.1.2 Fundamentos Para Projeção do Resultado Financeiro

Segundo Rich & Gumpert (1985) “os investidores calculam o valor potencial de uma empresa após 5 anos para determinar qual é a porcentagem que eles devem deter para alcançar esse retorno”.

4.2.1.1.2.1 Margem de Contribuição

Conceituando a margem de contribuição é a quantia em dinheiro que sobra da receita obtida através da venda de um serviço após retirar o valor dos custos e despesas variáveis.

Quadro 2– Cálculo da Margem de Contribuição (em percentual)

Receita	Despesa Variável	Margem de contribuição
R\$ 31.417,00	R\$ 33.487,07	R\$ -2.070,07
100	106,58	-6,6

Fonte – Plano de Negócio 2020

4.2.1.1.2.4 Fluxo de Caixa

O objetivo da organização com o fluxo de caixa e visualizar a liquidez do negócio em um determinado período. Por isso controla a movimentação de entradas e saídas sistematicamente.

Nesta ferramenta se registra as principais entradas em dinheiro, vendas a prazo, saques bancários e empréstimos realizados bem como pagamentos realizados a fornecedores, de empréstimos, de salários, impostos e compras à vista. Para isto o quadro a seguir ilustra as movimentações que devem ser registradas diariamente em relatório e repassadas para o relatório de previsão das necessidades e assim adaptar-se caso ocorra algum imprevisto.

Quadro 3 - Previsão do Fluxo de Caixa para 30 dias em R\$

3.1 – Primeira semana (31.77% arrecadação do mês)

Descrição	2 -feira	3 -feira	4 -feira	5 -feira	6 -feira	Sábado
1 saldo inicial	50.000,00	50.980,00	47.670,00	45.170,00	44.508,00	43.863,00
2 entradas						
Recebimentos de clientes						
Vendas à vista em dinheiro e cartão debito	750	970	700	800	1000	300
Vendas a prazo cartão credito e nota promissória	550	300	200	500	350	100
Empréstimos realizados, capital de giro	20.000,00					
Recebimentos de juros bancários					5	
Total das entradas	21.300,00	1.200,00	900	1.350,00	1.355,00	400
3 saídas						

Pagamento de impostos e encargos de abertura empresa	1.000,00					
Pagamento de fornecedores	- 18.000,00	-4500	-3.600,00	-2.000,00	-2.000,00	
Pagamento de salários e serviços profissionais contador	1.000,00					
Pagamento de empréstimos						
Compras à vista	300					
Tarifas bancárias	20	10		12	10	
Total das saídas	20.320,00	-4.510,00	-3.600,00	-2.012,00	-2.010,00	0
4 saldo final	980	-3.310,00	-2.500,00	-662	-645	400

Fonte – Plano de Negócio 2020

Com a projeção semanal se pressupõe que na segunda, terceira e quarta semana se mantem a projeção sendo que o cenário se altera na primeira semana do próximo mês em que serão realizados pagamentos de despesas com vencimento mensais.

Com o saldo de R\$43.863,00 reais (quarenta e três mil oitocentos e sessenta três reais) positivo as próximas semanas acrescenta-se 68.22 % às entradas ficando um saldo aproximado de R\$73.786,33 (setenta e três mil setecentos e oitenta e seis reais e trinta e três centavos) para as despesas do mês. 30% deste saldo de acordo com DRE será utilizado para o custeio mensal. Sendo que na primeira semana do segundo mês o fluxo de caixa inicia com um saldo aproximado de R\$51.650,43 (cinquenta e um mil seiscentos e cinquenta reais e quarenta e três centavos).

3.2 - Segunda semana (22% arrecadação do mês)

Descrição	2 -feira	3 -feira	4 -feira	5 -feira	6 -feira	Sábado
1 saldo inicial	43.863,00	42.413,00	43.913,00	45.013,00	46.563,00	48.113,00
2 entradas						
Recebimentos de clientes						
Vendas à vista em dinheiro e cartão debito	750,00 + 200,00	900,00 + 250,00	700,00 + 200,00	800,00 + 100,00	1000,00 + 100,00	300,00 + 150,00
Vendas a prazo cartão credito e nota promissória	550,00 +50,00	300,00 + 50,00	200,00 +	500,00 + 150,00	350,00 + 100,00	100,00 + 50,00
Empréstimos realizados, capital de giro						
Recebimentos de juros bancários						
Total das entradas	1.550,00	1.500,00	1.100,00	1.550,00	1.550,00	600
3 saídas						
Pagamento de impostos e encargos de abertura empresa						
Pagamento de fornecedores de software	-3.000,00					
Pagamento de salários e serviços profissionais contador						
Pagamento de empréstimos						
Folha de pagamento						
Encargos sobre folha de pagamento						
Compras à vista						

Tarifas bancárias						
Total das saídas	-3.000,00					
4 saldo final	-1.450,00	-3.310,00	-2.500,00	-662	-645	400

Fonte – Plano de Negócio 2020

3.3 Terceira semana – 23 % da arrecadação do mês

Descrição	2 -feira	3 -feira	4 -feira	5 -feira	6 -feira	Sábado
1 saldo inicial	48.513,00	48.413,00	48.713,00	46.513,00	48.413,00	50.263,00
2 entradas						
Recebimentos de clientes						
Vendas à vista em dinheiro e cartão debito	1.100,00					
150	1.400,00 +					
200	1.150,00 + 200,00	1.100,00				
100	1.150,00					
100	400					
Vendas a prazo cartão credito e nota promissória	650					
100	450,00 +					
100	350,00 +					
100	650,00 + 50,00	500,00 +100,00	100			
Recebimentos de juros bancários						
Total das entradas	1.650,00	2.150,00	1.700,00	1.900,00	1.850,00	500
3 saídas						
Pagamento de fornecedores de software						

Pagamento de empréstimos	2.000,00					
Compras à vista	2.000,00					
Tarifas bancárias					50	
Pagamento de luz, água, telefone e internet, mensalidade sistema operacional		970				
Aluguel			4.000,00			
Total das saídas	4.000,00	970	4.000,00		50	
4 saldo final	-2.150,00	880	-2.200,00	1.900,00	1.850,00	500

Fonte – Plano de negócio 2020

3.4 – Quarta semana – 23% da arrecadação do mês

Descrição	2 -feira	3 -feira	4 -feira	5 -feira	6 -feira	Sábado
1 saldo inicial	50.763,00	53.013,00	55.113,00	57.463,00	59.713,00	62.013,00
2 entradas						
Vendas à vista em dinheiro e cartão debito	1.600,00	1.500,00	1.600,00	1.750,00	1.600,00	500
Vendas a prazo cartão credito e nota promissória	650	600	750	500	700	300
Recebimentos de juros bancários						
Total das entradas	2.250,00	2.100,00	2.350,00	2.250,00	2.300,00	800
3 saídas						
Tarifas bancárias						
Aluguel						
Pagamento dos médicos						7;063,00

comissão de consultas						
Pagamento dos médicos responsáveis						6.270,00
Folha de pagamento						4.180,00
Provisão para férias e 13 salários						696
FGTS						334
Pro labore						1.045,00
Total saídas						19.923,46
4 saldo final	53.013,00	55.113,00	57.463,00	59.713,00	62.013,00	42.305,54

Fonte – Plano de Negócio 2020

4.2.2 Orçamento de Recursos

Quadro 4 – Principais Investimentos (Anexo IV)

Descrição	Investimentos (R\$)
Moveis e utensílios	R\$ 22.830,00
Materiais hospitalares	R\$ 44.895,00
Total	R\$ 67.725,00

Fonte: Plano de Negócio 2020

Quadro 5 – Custos para Constituição de uma Empresa Optante pelo Supersimples

SERVIÇO		TOTAL R\$
Honorários contábeis	Abertura	R\$ 1.045,00
Taxas Junta Comercial	Única	R\$ 180,00
Taxas Prefeitura	Única	R\$ 250,00
Taxas bombeiros	Única	R\$ 500,00
		R\$ 1.975,00

Fonte: Plano de Negócio 2020

Quadro 6 – Projeção de Custos Fixos Mensais

Descrição	Valores (R\$)	Frequência
Salários	10.450,00	mensal
Provisão 13º salário	870,83	mensal
Provisão Férias	1.158,21	mensal
FGTS	998,32	mensal
Material de Expediente	150,00	mensal
Energia Elétrica	250,00	mensal
Água	180,00	mensal
Telefone (fixo e móvel e internet)	400,00	mensal
Sistema operacional software gerencial	350,00	mensal
Anuidade conselhos e associações	200,00	mensal
Honorários contábeis	1.050,00	mensal
Aluguel	4.000,00	mensal
Marketing e decoração	1.000,00	mensal
Depreciação (móveis e equipamentos)	560,21	mensal

Fonte – Plano de Negócio 2020

4.3 PLANEJAMENTO DE MARKETING

4.3.1 Principais Metas e Recomendações

O plano de marketing proposto para a clínica popular Vida Plus, localizado em Clevelândia no Estado do Paraná, tem proposta para realização no ano de 2021. Possuirá profissionais das áreas multidisciplinares, desde a medicina generalista até especialistas nos 3 consultórios.

O ambiente proposto é confortável para oferecer qualidade de atendimento a enfermos, fornecedores e colaboradores. A Clínica de serviços ambulatoriais será privado, exceto SUS com convênio a empresas locais e sociedade em geral, com fornecedor de serviços auxiliares como laboratório de análises e radiologia. Os honorários médicos serão pagos diretamente à clínica e os demais procedimentos são negociados no setor comercial de cada entidade e no sistema financeiro. As consultas eletivas serão marcadas no setor de agendamento e o preço de acordo com a

especialidade e horário disponível de segunda a sexta feita horário comercial e sábado das 08:00 as 12:00 horas.

A clínica irá disponibilizar site para informações e links para todas as iniciativas da gestão com plataformas de interação com os processos usuais como agendamento, informações e ou intervenções dos clientes e dos profissionais. Será uma das estratégias de expansão para exploração da telemedicina em exames especiais no serviço de cardiologia.

Como forma de comunicação e marketing, estarão presentes também nas redes sociais e aplicativos de comunicação. Como programa de valorização do trabalho do médico, possuirá plano de carreira com carteira de cliente disponibilizado aos profissionais. Prestará atendimentos aos colaboradores da indústria e do comércio para medicina ocupacional.

Pela qualidade dos serviços e da tecnologia a empresa se apresentará com perfil de atendimento aos consumidores mais exigentes e com disponibilidade de recursos. Portanto é imprescindível que o Município usufrua deste patrimônio e diante da globalização é eminente a necessidade de expansão de metas atingindo o paciente de alta e média complexidade para tratamentos e diagnósticos clínicos.

Outro nicho importante a ser explorado, é o trabalhador do agronegócio, que, por residir em lugares de pouco acesso, faz-se importante o empenho da clínica para juntar-se a este grupo em ocasiões de reuniões, por exemplo assembleias de cooperativas agrícolas, expo rural dentre outros.

Será utilizado vídeo institucional para despertar o interesse dos clientes em procurar o serviço. O custo fixo dos equipamentos de alta tecnologia pode ser dissolvido com um termo de cooperação técnica com o Município, ofertando exames à rede pública para os serviços de alta e média complexidade, comercializando a estrutura física e especializada, a exemplo de consultas e exames com especialistas.

4.3.2 Resumo de Mercado:

Atualmente, existem 2 clínicas com atendimentos particulares, oferecendo atendimentos nas diversas área de saúde (Dermatologia, clínico geral, psiquiatria e ginecologia), Serviços da Rede Pública no Município para atenção básica com 01 UBS

e 5 ESF e Pronto Socorro Municipal. Serviços de média e alta complexidade encaminhada para outros centros especializados, inclusive gestação de risco.

O município possui um hospital privado de pequeno porte (até 50 leitos) com ofertas de consultas seguido de internação e serviço de radiologia. 2 laboratórios de análises clínicas.

Adaptação ao perfil do consumidor, focando em valores, redução de custos e inovação tecnológica.

Profissionais envolvidos nas políticas das instituições, bem como atuação de acordo com a visão, missão de valores.

1. Concorrência:

Principais concorrências

Hospital, clínicas privadas multiprofissionais, saúde pública municipal.

2. Produtos

A clínica prestará atendimento em 10 especialidades, que vão desde a medicina da família e do trabalho até alta complexidade, que são: dermatologia, cardiologia, clínica médica, pediatria, psicologia, psiquiatria, neurologia, endocrinologia, nutrição.

Um dos diferenciais da clínica é que oferece um atendimento ágil e integrado, com encaminhamento dos clientes para demais profissionais de acordo com a demanda do paciente. Ex: psicologia x psiquiatria, nutrição x endocrinologia, visto que possibilita o atendimento junto a recepção, serviço de agendamento para outro especialista. Sua estrutura se destacará pelo atendimento de qualidade, seguro, sua hospitalidade, onde o objetivo principal é atender as necessidades distintas dos pacientes, como por exemplo, o suporte de atendimento personalizado.

4.3.3 Estratégia de Marketing.

Missão

Cuidar integralmente dos clientes com exames de saúde mental e física através ao serviço e psicologia e psiquiatria bem como da família com prevenção de doenças e promoção da saúde a um custo acessível.

Visão

Ser reconhecida como Instituição ambulatorial de saúde privada que atende a padrões de qualidade na prestação de serviços diagnósticos e nos tratamentos clínicos de baixa, média e alta complexidade, no município de Clevelândia Estado do Paraná.

Valores

- Espiritualidade
- Espírito de Família
- Simplicidade
- Presença significativa
- Justiça
- Amor ao trabalho
- Compromissos
- Ética
- Humanização
- Excelência
- Resolutividade

4.3.4 Objetivos do Marketing

Desenvolver um plano de marketing interno a fim de fortalecer o plano de treinamentos aos colaboradores, bem como aumentar a visibilidade da clínica abrangendo o sudoeste do Paraná.

4.3.4.1 Objetivos Específicos

- Identificar oportunidades de divulgação da clínica popular nas cidades do interior do Paraná e Santa Catarina.
- Realizar promoção de treinamentos internos aos colaboradores

- Trazer conhecimento aos colaboradores internos a respeito da política e plano de treinamentos da instituição;
- Promover sistema de resposta das reclamações dos usuários coletadas em urnas no interior da clínica.
- Expandir os serviços direcionando para a telemedicina.

4.3.5 Objetivos Financeiros

- Aumentar a receita através do aumento de atendimentos advindos de pacientes do estado de Santa Catarina.
- Evitar custos com em processos que podem ser evitados através da implantação do sistema LEAN.
- Firmar parcerias com as indústrias de médio porte do município para a realização de exames periódicos de medicina do trabalho.
- Realizar termo de cooperação técnica com os laboratórios de análises clínicas e de radiologia do município para a realização de exames diagnósticos.

4.3.6 Objetivo Social

- Firmar termo de cooperação técnica entre o serviço de diagnóstico da clínica e o município de Clevelândia dos diversos segmentos.

4.3.7 Mercados-Alvo

- Indústrias que necessitam realizar encaminhamentos de seus colaboradores para atendimento dos exames exigidos na medicina do trabalho.
- Colaboradores dos diversos setores da clínica
- Clientes que registram reclamações em pesquisa junto aos clientes.

4.3.8 Posicionamento

- Parcerias entre empresários para que sejam realizados encaminhamentos conforme a necessidade da assistência;
- Marketing utilizando redes sociais, aplicativos radio difusão e visitas domiciliares referendando qualidade, custo benefício tendo a qualidade e custo benefício como referência no padrão de atendimento;
- Política de treinamento e periodicidade para todos os profissionais da clínica.
- Política de tratativa das reclamações registradas na clínica.

4.3.9 Mix de Marketing

Produto/Serviço:

- Referência como clinica popular que atende mais de 10 especialidades, bem como serviços de convenio com laboratórios de análises clinicas e serviços de radiologia e telemedicina com médicos especializados e equipamentos de alta tecnologia.
- Clinica popular que investe periodicamente em treinamentos a todos os colaboradores e divulga internamente sua política.
- Clinica popular que respeita a opinião dos seus clientes e busca tratativas imediatas.

Preço:

- Atendimentos particulares a preço popular.

Promoção:

- Divulgação através de programas de rádio, reportagem jornalística, mídias sociais, feiras de agronegócios, feira de comercio e indústria
- Divulgação dos treinamentos aos colaboradores através de murais na instituição, jornais, boletins eletrônicos e intranet.
- Demonstração de atendimentos as reclamações através folders e panfletagem

Praça:

- Localizado em Clevelândia, com foco no atendimento aos pacientes de sudoeste do Paraná e oeste de Santa Catarina. Bairro Centro.
- Os clientes que optarem pelo atendimento da clínica popular Vida Plus, vindos de outros municípios, para tratamentos de determinadas especialidades não disponíveis em seus Municípios, terão a vantagem de uma clínica que oferece várias especialidade, conforto e atendimentos de acordo com a necessidade do paciente.
- Redes sociais corporativa e dos colaboradores como digitais influenciadores
- Participação proativa junto ao terceiro setor em campanhas sociais e de prevenção a doenças e promoção da saúde comunitária.
- Inclusão social dos usuários do SUS não contemplados no sistema.

4.3.10 Pesquisa de Marketing

- Avaliação do número de atendimentos por região;
- Observação se há falta de conhecimento da existência da clínica a nível de comunidades do interior;
- Realização questionário buscando informações sobre políticas de treinamentos na instituição;
- Observadas reclamações de usuários sem evidência de tratativa ou retorno imediato;
- Segmentação da marca no mercado nacional com destaque para Expertise de profissionais no mercado dos serviços de saúde do Brasil;
- Construção de plataforma para contato com cliente
- Projeções financeiras

4.3.11 Previsão de Vendas

Com inserção em nichos ainda não explorados e inclusão de novas especialistas pode aumentar no mínimo 10% de entradas em consultório que para

cinco anos incrementa o setor de encaminhamentos de forma sistemática. Estrutura física a ser adquirida para investimento.

4.3.12 Previsão de Despesas

Com a utilização dos serviços prestados por especialistas a ser negociado com o município atendendo clientela que não possui renda maximiza os recursos e a tendência é diminuir o custo fixo, que se considerar aumento de despesas na mesma proporção do aumento de receitas, então ao final haverá um ganho de real.

4.3.13 Controles

- Indicadores de implantação
- Avaliar o número de atendimentos por região antes e após as estratégias de marketing;
- Após implantar as políticas de treinamento, realizar avaliação periodicamente;
- Avaliar as reclamações realizadas X reclamações atendidas, bem como o índice de satisfação do consumidor com relação a clínica popular.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 VIABILIDADE SOCIAL

O mercado local foi explorado pela aplicação da ferramenta de gestão análise das 5 forças competitivas de Michel Porter, onde se constatou a existência de empresas do mesmo ramo com outras características. Considerando a filosofia da proposta do plano de negócio, consultas e exames de baixo custo rapidez, no atendimento com qualidade e resolutividade não corrobora com as empresas existente pelo alto custo o que as torna inacessível a uma camada da população pelo poder aquisitivo da comunidade.

Conforme a pesquisa realizada pela faculdade municipal de meio ambiente com 382 pessoas, 86 pessoas utilizam o plano de saúde ou pagam particular, isto

corresponde a 22,51 % da população, ainda 9,42 % diz não usar o SUS e 75% que usam o SUS, sendo que 50,26% o usam para consultas e exames eletivos.

O diferencial da clínica popular, consiste em oferecer um serviço de qualidade com instalações confortáveis e seguras, seguindo o padrão de clínicas privadas com um valor compatível com o que a população está disposta a investir na saúde da família. Foi constatado na pesquisa de mercado entre os usuários de 15 a 79 anos de ambos os sexos, sendo 95% possuem nível de escolaridade fundamental a superior completo e renda de 1 a 5 salários mínimos sendo está 70,68% dos pesquisados.

5.2 VIABILIDADE ECONÔMICA

O objetivo geral do projeto foi amplamente analisado durante a pesquisa de campo e de mercado com uso de ferramentas de gestão, demonstrando nível de atratividade do setor média alta com posição competitiva forte e ainda comparando a empresas do mesmo ramo de negócio em outro município, a nota do projeto se assemelha a nota da empresa em funcionamento há mais de 5 anos.

Conforme o demonstrativo econômico após 3 meses de movimentação desconsiderando o investimento inicial as receitas do primeiro trimestre, suprem as despesas e custos fixos e variáveis com um índice de -6,6%.

Contando com o crescimento das receitas de forma estável, utilizando capital de giro mínimo de R\$20 000 00 (vinte mil reais) de acordo com fluxo de caixa, em um curto período de tempo será possível encontrar o ponto de equilíbrio conforme o cálculo a seguir:

Quadro 7 – Demonstrativo do Ponto de Equilíbrio

Custos e despesas fixas		R\$21.617,57
Custos e despesas variáveis		R\$11.869,50
Receita		R\$31.417,00
PE =	R\$21.617,57	
	<u>0,62219499</u>	
	0,37780501	
	PE	R\$34.744,05

Explorando a fórmula, podemos identificar os custos e as despesas variáveis dividido por 0,62219499 que originou da variável 1 subtraído do índice de 0,37, que originou da divisão do custo fixo dividido pela receita e por fim o custo e despesas variáveis dividido pelo índice que o antecedeu chegamos ao valor de R\$34.744,05 que será a receita a ser atingida para estar no ponto de equilíbrio.

Com isto, podemos afirmar que com 9% de crescimento nas receitas o negócio encontra o ponto de equilíbrio o que deve ser explorado o planejamento de marketing para isto.

5.3 VIABILIDADE FINANCEIRA

Conforme o quadro 8 o investimento em móveis, utensílios, equipamentos e adequações atingiu o valor de R\$67.725,00 (sessenta e sete mil setecentos e vinte e cinco reais) no mercado atual .

O ativo permanente foi devidamente depreciado em 10% ao ano nos cálculos de custo fixo, sendo que o ambiente confortável seguro e equipado com acessórios que garantem entregar o que está sendo proposto atendendo os objetivos específicos.

Da pesquisa se extrai que 40,31 % dos entrevistados, que não conhece clínica popular e que ao ser informado sobre a que se propõe a clínica popular , 40,31% pagariam pela consulta e 37,69 % respondem que pagariam até R\$ 200, 00 (duzentos reais).

Ao extrair os custos e despesas das entradas no decorrer de 3 meses, será necessário um incremento paralelo a fim de manter a possibilidade de reinvestir ao longo do primeiro.

Ao final do primeiro trimestre somando-se as receitas o valor de R\$50. 000, 00 (cinquenta mil reais) de saldo inicial investido e R\$20. 000, 00 (vinte mil reais) de capital de giro (conforme previsto no fluxo de caixa) , diminuindo as despesas fixas e variáveis e o pagamento dos fornecedores de móveis e equipamentos, conforme previsto no anexo V , o saldo será positivo em 90 dias, iniciando assim um ciclo de retorno do capital investido e amortização do capital de giro a fim de evitar despesas financeiras.

5.4 VIABILIDADE AMBIENTAL

O plano de negócio visa contemplar de maneira inédita as necessidades da população, ofertando um serviço essencial imediato com um custo benefício alto a partir das suas necessidades.

A localização é privilegiada por se encontrar geograficamente distante de grandes serviços do setor de saúde o que justifica assistência primária imediata.

O município é demograficamente pequeno e o a mobilidade urbana é favorecida, sendo muito simples o acesso por vários meios de transporte, promovendo a inclusão de pessoas com necessidades especiais.

O negócio a ser implantado corresponde ao perfil da pesquisa a qual os entrevistados pertencem aos bairros central e proximidades que caracteriza metade da população.

47 % dos entrevistados na pesquisa de mercado responderam que o tempo de espera pela consulta gera insatisfação de acordo com o gráfico 14, e tal dificuldades encontrada no uso do SUS, especificamente com aqueles que apenas utilizam esse tipo de serviço, neste contexto a clínica popular com atendimento diária poderá promover a assistência com maior brevidade diminuindo as morbidades e por consequência gerando menor consumo e investimento em terapias curativas o que promove a viabilidade ambiental .

Menor consumo, melhor uso de recursos maior produtividade a partir do homem saudável retornando as atividades mais maximização de bens e serviços e pôr fim a proteção do ambiente em que se está inserido.

5.5 VIABILIDADE POLITICA

A clínica popular foi regulamentada a partir da Resolução nº 2.170/2017, (Anexo IV), para que a população receba assistência médica a custos compatíveis com o poder aquisitivo de famílias onde o seu provedor possua renda de salário mínimo, aposentados ou empregados de indústria e ou comércio.

De acordo com anexo III há uma demanda reprimida de pacientes a ser atendido que se mantem oscilando, porém, a variação não consegue suprir a necessidade de oferta e procura.

Em julho de 2019 haviam 2146 pacientes a espera por atendimento em consultas especializadas e 840 exames de diagnósticos.

Clevelândia conta com serviços de consulta eletiva com 5 postos de serviços de apoio a família contando com equipe multidisciplinar.

O médico atende diuturnamente em meio período para consultas e no outro turno atende aos programas de prevenção a doenças.

Há um pronto atendimento 24 horas com medico no período de funcionamento

Conforme elencadas nas tabelas 1 a 4 há serviços na rede pública que dispõe de profissionais responsáveis nos horários comercial que atendem em sua máxima capacidade deixando um volume de usuários a espera pelo serviço conforme anexo III.

Considerando as políticas públicas instaladas pelo governo para o município, a população de baixa renda está sendo assistida e os que possuem renda entre 1 a 5 salários que não se utilizam apenas do SUS mostram insatisfeito com o serviço conforme gráfico.

Embora exista os serviços de consultas e exames conforme o gráfico 10, a pesquisa de satisfação demonstra pouca aprovação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Resolução CFM nº 2.170, de 30.10.2017. Editora Raroncati. Disponível em <https://www.editoraroncarati.com.br/v2/Diario-Oficial/Diario-Oficial/RESOLUCAO-CFM-N%C2%BA-2-170-DE-30-10-2017.html>. Acesso em: 26 de março de 2020.

Cidade Brasil. Municípios de Clevelândia. Disponível em <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-clevelandia.html>. Acesso em 26 de março de 2020.

Site oficial de Clevelândia. Disponível em <https://www.clevelandia.pr.gov.br/> acesso em 26 de março de 2020.

Lex Magister. Constituição da República Federal do Brasil. Disponível em http://www.lex.com.br/doc_82188_CONSTITUICAO_DA_REPUBLICA_FEDERATIVA_DO_BRASIL_DE_1988.aspx. Acesso em 11 de junho de 2020.

Clínicas populares, sucesso na área de saúde. Saudevianet. Disponível em - <https://saudevianet.com.br/clinicas-populares-sucesso-na-area-de-saude/> acesso em 20 de fevereiro de 2020.

Conselho Federal de Medicina. Entra em vigor Resolução CFM nº 2.170/17, que regulamenta funcionamento das chamadas clínicas populares. Disponível em https://portal.cfm.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=27594. Acesso em 25 de setembro de 2019.

CECCONELLO, Antônio Renato, AJZENTAL, Alberto. A Construção do Plano de Negócio. Editora Saraiva. 2008.

LEHNHARD, Nilton da Silva. Portal libre. Disponível em <https://portalibre.fgv.br>. Acesso em 12 de setembro de 2019.

Cidades e estados. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pr/araucaria.html>. Acesso em 29 de maio de 2020.

Editorarealize.Trabalhos. Disponível em
http://www.editorarealize.com.br/conedu/trabalhos/TRABALH_EV_MD1_SAD_ID8319_03082016000937.pdf. Acesso em 10 de janeiro de 2020.

MOREIRA, Cícero Nilton - III CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO
 Disponível em
http://www.editorarealize.com.br/revistas/conedu/trabalhos/TRABALHO_EV056_MD1_SA13_ID8319_03082016000937.pdf linguagem metodológica, artigo, disponível em
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-78522006000200012 Acta ortop. bras. vol.14 no.2 São Paulo 2006. Acesso em 10 de fevereiro de 2020.

Revista Saúde Pública. 2017;51 Supl. 2:17s. Disponível em
<http://www.rsp.fsp.usp.br/>. Acesso 25/03/2020 21:30hs.

SOBRAL, Filipe. Administração, teoria e prática no contexto brasileiro. 2ª Edição. Always learning – Pearson - 2013.

Health inova.hub. Qual é o potencial de mercado para clínicas no Brasil? Disponível em <https://startupsaude.com/qual-e-o-potencial-de-mercado-para-clinicas-no-brasil/> Acesso em 19 de setembro de 2019.

Como redigir um plano de negócios de sucesso

This document is authorized for educator review use only by Eduardo Damiao Da Silva, HE OTHER until March 2018. Copying or posting is an infringement of Copyright.

Maio e junho 1985

Permissions@hbsp.harvard.edu o 617.783.7860

Escrito por Stanley R. Rich e David E. Gumpert

Reimpressão 85314

Harvard Business Review Do Not Copy

**ANEXO I – ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADO AO MUNICÍPIO DE
CLEVELÂNDIA**

1. Faixa Etária
() 15 a 19 anos () 20 a 39 anos () 40 a 59 anos () 60 a 79 anos

2. Gênero
() Feminino () masculino

3. Grau de escolaridade
() Sem instrução () fundamental incompleto
() fundamental completo () médio incompleto
() médio completo () superior incompleto
() superior completo

4. Qual a sua renda familiar
() Menor que 1 salário mínimo
() Entre 1 e 2 salários mínimos
() Entre 2 e 5 salários mínimos
() Acima de 5 salários mínimos

5. Número de pessoas que dividem a renda declarada.....

6. Conhece o sistema de consulta e exames em clínica popular
() Sim () Não

7. Qual é o plano de assistência à saúde mais utilizado por você
() Plano de saúde
() SUS
() Particular

8. Em quais situações você utiliza o SUS?
() Urgência e Emergência

- Consultas e Exames eletivos
- Não uso o SUS

9. Nível de satisfação quanto ao atendimento pelo SUS

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

10. Se usar o serviço de consulta medica quanto esta disposto pagar

- Até R\$ 50,00 de R\$50,00 a R\$100,00
- Entre R\$100,00 a R\$200,00 Acima de R\$200,00
- Não estou disposto pagar

11. Qual a sua maior dificuldade no uso do SUS

- tempo de espera para atendimento de consultas
- tempo de espera para atendimento de exames
- Atendimento inadequado dos profissionais
- Instalações e equipamentos sucateados ou ruins
- não tenho dificuldades
- Outros: citar:.....

12. Você estaria disposto a pagar por consultas e exames, e não utilizar o SUS

- sim não

13. Caso seja usuário de plano de saúde, qual a sua maior dificuldade

- tempo de espera para atendimento de consultas
- tempo de espera para atendimento de exames
- Atendimento inadequado dos profissionais
- Instalações e equipamentos sucateados ou ruins

- não tenho dificuldades
- Valores de mensalidades altos
- Outros: citar:

14. Bairro a que pertence

- Aeroporto Almojarifado Anita Pacheco Araucária
- Bela vista Bom Jesus Camifra Centro Clarete
- Eapi Estrela Goitacaz Industrial Jardim Brasília
- Nelson Eloy Petry Rosa Branca Santa Terezinha Santo Antônio
- São Joaquim São Luiz São Sebastião Sinval Martins de Araújo
- Soledade Vale do Sol Vila operaria
- Vista alegre Zona rural
- outro: citar.....

ANEXO II – QUESTIONÁRIO APLICADO A CLÍNICA ESPELHO

O investimento em marketing

() alto (X) baixo () mínimo

O plano de marketing é correspondido

(X) Sim () Não

Caso não, especifique o motivo:

Qual o seu plano de marketing para captação dos clientes mais efetivo?

Campanhas de conscientização e meios de comunicação local

Existe facilidade na contratação do profissional médico nas especialidades?

(X) Sim () Não

Caso sim, especifique o motivo: proximidades com Curitiba, forma de remuneração e pontualidade nos pgtos.

5) Ao iniciar as atividades, quais foram as principais dificuldades relacionadas as questões documentais?

Liberação da VISA

6) Na sua experiência, o investimento teve retorno no prazo de 5 anos?

Sim

7) Quantos anos a clínica está no mercado?

10a

8) Existe um plano de treinamentos e atualização dos funcionários?

Sim

9) Existe um plano de gestão de pessoas? (Seleção, capacitação, avaliação de desempenho)

Sim, temos departamento de RH juntamente com Psicóloga

10) As políticas públicas impactam no negócio? Comente: A deficiência e demora no atendimento no SUS reflete em uma procura maior pelos serviços privados

11) Existe um programa de acompanhamento de satisfação ao cliente? (Pós-venda)

Não

12) Existe um plano de gestão da qualidade no serviço?

Sim

13) Como é realizado as parcerias com prestadores de serviço terceirizado (exames de diagnóstico)?

Não realizamos parceria com outros prestadores, o que não ofertamos de exames deixamos o paciente escolher por conta

14) Qual o volume de atendimentos mensal?

5 mil atendimentos

15) Dias e horários de funcionamento da clínica

De segunda a sexta das 08 às 19 e aos sábados das 08 às 12

16) Tempo de espera de agendamentos para consultas

Clinica Médica atendimento no dia, especialidades sempre tem para a semana

17) Valor da consulta por especialidade e exames mais comuns

As consultas estão entre 50,00 e 150,00

18) o medico RT faz deve ficar na clinica durante o tempo de expediente

Ele cumpre carga horária pré acordada

19) o medico RT tem piso salarial mínimo. Quanto?

A remuneração do RT é de 4.000,00 mais atendimentos em sua agenda

ANEXO III – QUADRO DE DEMANDA REPRIMIDA NO MUNICÍPIO DE CLEVELÂNDIA PARA CONSULTA MÉDICA E EXAMES ESPECIAIS

PREFEITURA MUNICIPAL DE CLEVELÂNDIA
ESTADO DO PARANÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE

Relatorio comparativo quantitativo de encaminhamentos para Consultas					
fev/19		jul/19			
	ESPECIALIDADES:	pacientes	ESPECIALIDADES:	pacientes	
1	Oftalmologia	455	1	Oftalmologia	556
2	Ortopedia	438	2	Ortopedia	349
3	Dermatologia	147	3	Dermatologia	202
4	Cardiologia	230	4	Cardiologia	185
5	Psiquiatria	130	5	Psiquiatria	128
6	Otorrinolaringologia	224	6	Otorrinolaringologia	94
7	Ginecologia	71	7	Ginecologia	85
8	Neurologia - Adulto	142	8	Neurologia - Adulto	109
9	Pediatria	107	9	Pediatria	81
10	Endocrinologia	71	10	Endocrinologia	71
11	Urologia	90	11	Urologia	56
12	Proctologia	50	12	Proctologia	44
13	Gastroenterologista	69	13	Gastroenterologista	41
14	Pneumologia	40	14	Pneumologia	41
15	Neurologia - Pediátrica	25	15	Neurologia - Pediátrica	36
16	Vascular	44	16	Vascular	37
17	Nefrologia	18	17	Nefrologia	26
18	Fonoaudiologia	10	18	Fonoaudiologia	3
19	Mastologia	8	19	Mastologia	2
20	Geriatria	4		Total	
	Total	2373		Total	2146

Elaborado por: En^{re} Luana A. Mendes Santos - Regulação de encaminhamentos da Atenção Básica para a Atenção Especializada

PREFEITURA MUNICIPAL DE CLEVELÂNDIA
ESTADO DO PARANÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE

Relatorio comparativo quantitativo de encaminhamentos de Exames							
		fev/19				jul/19	
	Exames:	pacientes aguardando		Exames:	pacientes aguardando		
1	Ultrassonografias	191		1	Ultrassonografias	443	
2	Ressonancia Magnética	12		2	Ressonancia Magnética	59	
3	Endoscopia	43		3	Endoscopia	66	
4	Tomografia	20		4	Tomografia	30	
5	Teste de esforço/ergometrico	24		5	Teste de esforço/ergometrico	37	
6	Colonoscopia	18		6	Colonoscopia	25	
7	Audiometria + Logo	27		7	Audiometria + Logo	14	
8	Cintilografia	5		8	Cintilografia	12	
9	Ecocardiograma Transtorácica	15		9	Ecocardiograma Transtorácica	35	
10	Espirometria	8		10	Espirometria	28	
11	Eletrocardiograma	24		11	Eletrocardiograma	0	
12	Eletroencefalograma adulto	11		12	Eletroencefalograma adulto	21	
13	Eletroencefalograma criança	27		13	Eletroencefalograma criança	13	
14	Desintometria ossea	20		14	Desintometria ossea	28	
15	Exames dos olhos	41		15	Exames dos olhos	25	
16	Videoscopia	3		16	Videoscopia	4	
	Total exames aguardando	489			Total exames aguardando	840	

Elaborado por: En^º Luana A. Mendes Santos - Regulação de encaminhamentos da Atenção Básica para a Atenção Especializada

ANEXO IV – RESOLUÇÃO CFM Nº 2.170, DE 30.10.2017

Define as clínicas médicas de atendimento ambulatorial, incluindo as denominadas clínicas populares, como empresas médicas e determina critérios para seu funcionamento e registro perante os Conselhos Regionais de Medicina.

O CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA, no uso das atribuições conferidas pela Lei nº 3.268, de 30 de setembro de 1957, alterada pela Lei nº 11.000, de 15 de dezembro de 2004, regulamentada pelo Decreto nº 44.045, de 19 de julho de 1958, alterado pelo Decreto nº 6.821, de 14 de abril de 2009, o Decreto-lei nº 4.113, de 14 de fevereiro de 1942, em seu artigo 1º § 2º; e pela Lei nº 12.842, de 10 de julho de 2013;

CONSIDERANDO a função fiscalizadora dos Conselhos Regionais de Medicina, conferida pela Lei Federal nº 3.268/1957 e pela Resolução CFM nº 2.056, de 12 de novembro de 2013, que disciplina os departamentos de Fiscalização nos Conselhos Regionais de Medicina, estabelecem critérios para a autorização de funcionamento dos serviços médicos de quaisquer naturezas, bem como estabelece critérios mínimos para seu funcionamento, vedando o funcionamento daqueles que não estejam de acordo com os mesmos;

CONSIDERANDO o teor do artigo 51 do Código de Ética Médica (Resolução CFM nº 1931, 24 de setembro de 2009), que rege: "É vedado ao médico: Praticar concorrência desleal com outro médico";

CONSIDERANDO o contido no artigo 58 do Código de Ética Médica que diz: "É vedado ao médico: O exercício mercantilista da Medicina";

CONSIDERANDO o artigo 67 do Código de Ética Médica, que preceitua: "É vedado ao médico: Deixar de manter a integralidade do pagamento e permitir descontos ou retenção de honorários, salvo os previstos em lei, quando em função de direção ou de chefia";

CONSIDERANDO o previsto no artigo 72 do Código de Ética Médica, que diz: "Capítulo VIII - REMUNERAÇÃO PROFISSIONAL - É vedado ao médico: Estabelecer vínculo de qualquer natureza com empresas que anunciam ou comercializam planos de financiamento, cartões de descontos ou consórcios para procedimentos médicos";

CONSIDERANDO a Resolução CFM nº 1.980, de 13 de dezembro de 2011, no seu artigo 3º: "As empresas, instituições, entidades ou estabelecimentos prestadores e/ou intermediadores de assistência à saúde com personalidade jurídica de direito privado devem registrar-se nos Conselhos Regionais de Medicina da jurisdição em que atuarem, nos termos das Leis nº 6.839/1980 e nº 9.656/1998";

CONSIDERANDO a Resolução CFM nº 2010, de 28 de junho de 2013, que dispõe sobre o Manual de Procedimentos Administrativos;

CONSIDERANDO as Resoluções CFM nº 997, de 23 de maio de 1980, e nº 2.147, de 27 de outubro de 2016, que estabelecem normas sobre a responsabilidade, atribuições e direitos de diretores técnicos, diretores clínicos e chefias de serviço em ambientes médicos;

CONSIDERANDO a Resolução CFM nº 1.649, de 6 de novembro de 2002, no seu artigo 1º: "Considerar antiética a participação de médicos como proprietários, sócios, dirigentes ou consultores dos chamados Cartões de Descontos";

CONSIDERANDO a Resolução CFM nº 1.836, de 14 de março de 2008, no seu artigo 1º: "É vedado ao médico vínculo de qualquer natureza com empresas que anunciem e/ou comercializem planos de financiamento ou consórcios para procedimentos médicos", bem como a Resolução CFM nº 1.974, de 19 de agosto de 2011, no seu artigo 3º: "É vedado ao médico: [] i) Oferecer seus serviços por meio de consórcio e similares"; e

CONSIDERANDO a necessidade de regulamentação do trabalho médico e dos atos e procedimentos oferecidos e realizados nos ambulatorios popularmente designados como clínicas médicas populares.

CONSIDERANDO, finalmente, o decidido na Sessão Plenária realizada em 26 de outubro de 2017, resolve:

Art. 1º As clínicas médicas de atendimento ambulatorial, incluindo as denominadas clínicas populares, são empresas médicas, conforme disposto no Manual de Procedimentos Administrativos, portanto são Pessoas Jurídicas de direito privado, que realizam consultas médicas, exames ou procedimentos médicos-cirúrgicos de curta permanência institucional, de forma particular ou por convênios privados.

Parágrafo único. A clínica médica de atendimento ambulatorial deve estar inscrita no Conselho Regional de Medicina da jurisdição onde atua e indicar no ato da inscrição o Diretor Técnico Médico, responsável pelo seu funcionamento.

Art. 2º A clínica médica de atendimento ambulatorial deverá ter seu Corpo Clínico composto por médicos com registro no Conselho Regional de Medicina da jurisdição onde for prestar seus serviços;

Parágrafo único. A prestação de serviços de assistência médica oferecida pela clínica médica popular deverá ser limitada a atos e procedimentos reconhecidos pelo Conselho Federal de Medicina, respeitando a Lei nº 12.842/2013.

Art. 3º É vedado também à clínica médica de atendimento ambulatorial se instalar, em contiguidade, com estabelecimentos que comercializem órteses, próteses, implantes de qualquer natureza, produtos e insumos médicos, bem como em óticas, farmácias, drogarias e comércio varejista de combustíveis, ou em interação com estabelecimentos comerciais de estética e beleza.

Parágrafo único. Os casos omissos devem ser regulados pelos Conselhos Regionais de Medicina, devendo obedecer ao disposto na Resolução CFM nº 2056/2013 quando se tratar da infraestrutura para segurança do ato médico.

Art. 4º A clínica médica de atendimento ambulatorial, a exemplo das empresas médicas em geral, está impedida de oferecer qualquer promoção relacionada ao fornecimento de cartões de descontos ou similares.

Art. 5º É permitida, nos termos da lei, a divulgação, de forma interna, dos valores de consultas, exames e procedimentos realizados.

Parágrafo único. Fica vedado praticar anúncios publicitários de qualquer natureza com indicação de preços de consultas, formas de pagamentos que caracterizem a prática da concorrência desleal, comércio e captação de clientela.

Art. 6º Esta resolução entrará em vigor 90 (noventa) dias após a data de sua publicação.

MAURO LUIZ DE BRITTO RIBEIRO

Presidente do Conselho

Em exercício

HENRIQUE BATISTA E SILVA

Secretário-Geral

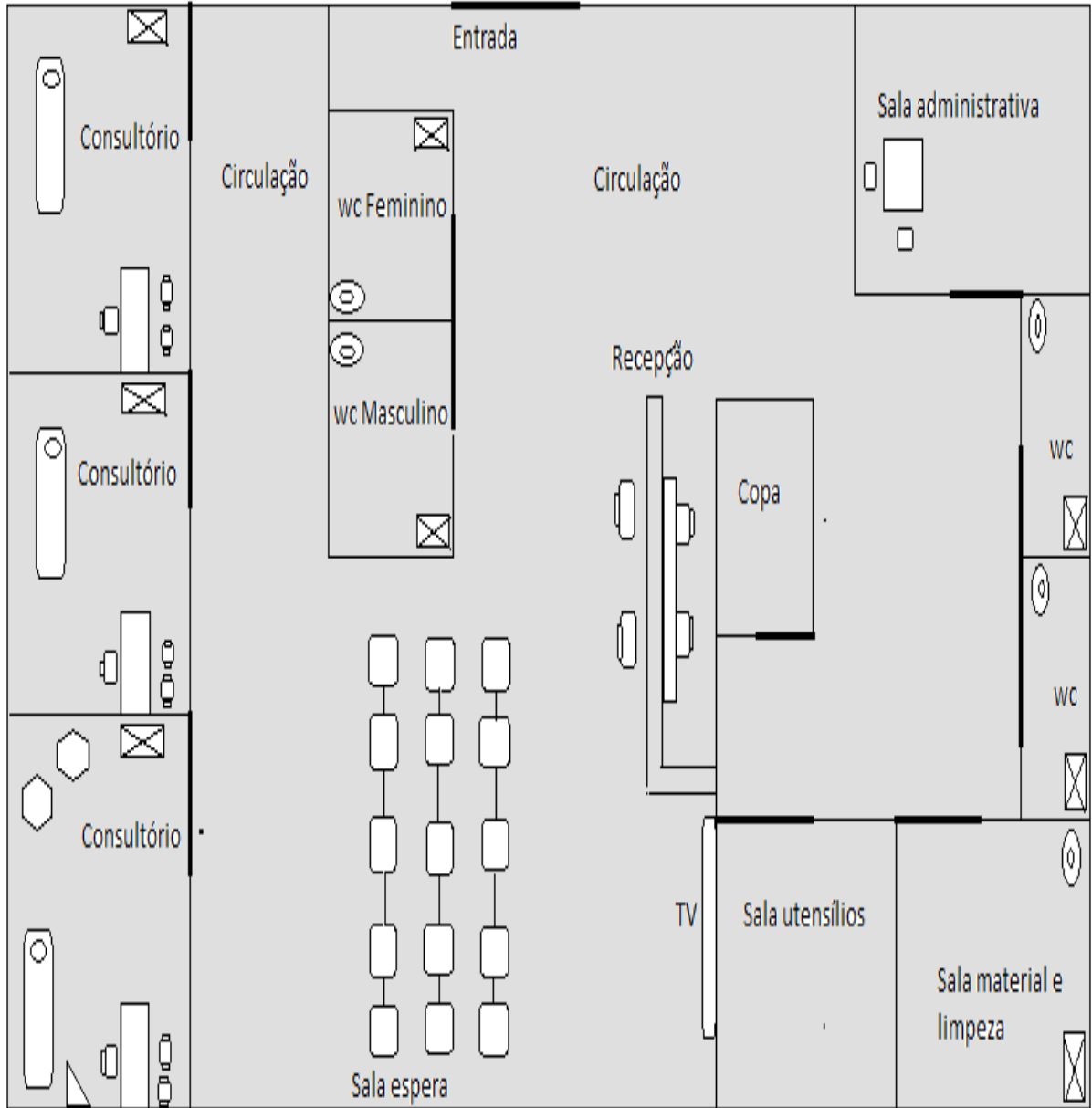
(DOU de 24.01.2018 – pág. 60 – Seção 1)

ANEXO V – LISTA DE MOVEIS MATERIAIS E EQUIPAMENTOS

MATERIAIS E EQUIPAMENTOS - CLINICA POPULAR : Dermatologia, Cardiologia, Medicina do Trabalho, Clínica Geral, Pediatria,															
Nº de consultórios:		3		Área total:		330m2		Fonte:		RDC 50 2002					
				7,6 m2 com dim. 2,2 m2		1 m2 por funcionários									
ITEM	RECEP.	SALA ADM	WC FEM.	WC MAS.	CONS.1	CONS.2	CONS.3	COPA	WC MAS.	WC FEM.	SALA DE DEPÓSITO EMATERIAIS E LIMPEZA	SALA UTIL.	ITENS	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Longarinas 5 lugares	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	R\$ 400,00	R\$ 1.200,00
Cadeiras pacientes	2	2	0	0	2	2	2	1	0	0	0	0	11	R\$ 70,00	R\$ 770,00
Cadeira giratória	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	5	R\$ 200,00	R\$ 1.000,00
Arquivo de prontuários	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Poltrona psicologia	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
Telefone	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	5	R\$ 100,00	R\$ 500,00
Computador	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	5	R\$ 2.000,00	R\$ 10.000,00
Balcão de atendimento	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Lixeira com pedal 25 litros	2	1	1	1	3	3	3	1	1	1	2	1	20	R\$ 150,00	R\$ 3.000,00
TV 50"	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Persianas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	11	R\$ 150,00	R\$ 1.650,00
Porta revistas	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Bebedouro	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00
Espelho	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4	R\$ 50,00	R\$ 200,00
Uniforme limpeza	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	R\$ 300,00	R\$ 900,00
Jalecos	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 50,00	R\$ 150,00
Luvas de borracha	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Mesa pequena de cozinha	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
Cafeteira	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00
Armário	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3	R\$ 200,00	R\$ 600,00
Armário de ferro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Maca fixa	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 350,00	R\$ 1.050,00
Porta papel toalha	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	R\$ 35,00	R\$ 315,00
Dispenser de sabão	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	R\$ 30,00	R\$ 270,00
Mopi para limpeza	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Grampeador	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	5	R\$ 15,00	R\$ 75,00
Dispenser de álcool	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	R\$ 35,00	R\$ 385,00
Impressora	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	5	R\$ 200,00	R\$ 1.000,00
Barra de apoio	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	R\$ 150,00	R\$ 300,00
Extintores	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00
Vaso sanitário	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	5	R\$ 200,00	R\$ 1.000,00
Ar condicionado	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	5	R\$ 2.000,00	R\$ 10.000,00
Pia para lavagem das mãos	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	6	R\$ 300,00	R\$ 1.800,00
Mesa administrativa	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	6	R\$ 350,00	R\$ 2.100,00
Negatoscópio	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 400,00	R\$ 1.200,00
Oftalmoscópio/Otoscópio	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 1.500,00	R\$ 4.500,00
Esfigmomanômetro/estetoscópio	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00
Mesa auxiliar mayo	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 250,00	R\$ 750,00
Escadinha paciente	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 150,00	R\$ 450,00
Balança antropométrica	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 1.500,00	R\$ 4.500,00
Foco auxiliar	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Termômetro digital	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00
Pinça kelly	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
Pinpa dente de rato	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
Cuba rim	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
Trocador de fralda	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Balcao para trocador fralda	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Balança infantil	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
Fita métrica/adipômetro	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 50,00	R\$ 150,00
Eletrocardiografo	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
Biombo	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 350,00	R\$ 1.050,00
Mesa apoio para ECG	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Kit Torpedo de O2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Lupa para dermatologist	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Cadeira de rodas	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Total												200	R\$ 26.505,00	R\$ 67.725,00	

Specialidades:	Dermatologia, Cardiologia, Medicina do Trabalho, Clínica Geral, Pediatria, Neurologia, Psicologia, Nutrição														
Nº de consultórios:	3				Área total: 330m2 7,6 m2 com dim. 2,2 m2				Fonte: RDC 50 2002 1 m2 por funcionário						
ITEM	RECEPÇÃO	SALA ADM	WC FEM.	WC MAS.	CONS.1	CONS.2	CONS.3	COPA	WC FEM.	WC MAS.	SALA DE DEPÓSITO E MATERIAIS E LIMPEZA	SALA DE UTILIDADES	ITENS	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Papel higiênico - pacote	0	0	4	4	0	0	0	0	4	4	0	0	16	R\$ 15,00	R\$ 240,00
Papel toalha	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	0	0	32	R\$ 3,50	R\$ 112,00
Álcool gel 70%	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	51	R\$ 20,00	R\$ 1.020,00
Álcool líquido 70%	0	0	0	0	5	5	5	0	0	0	0	0	15	R\$ 7,00	R\$ 105,00
Sabonete líquido	0	0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	45	R\$ 15,00	R\$ 675,00
Desodorizador de ambiente	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	8	R\$ 15,00	R\$ 120,00
Café	6	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	9	R\$ 9,00	R\$ 81,00
Filtro de café	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	R\$ 3,50	R\$ 7,00
Papel sulfite	5	5	0	0	3	3	3	0	0	0	0	0	19	R\$ 20,00	R\$ 380,00
Cartucho impressora	2	1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	9	R\$ 50,00	R\$ 450,00
Caneta azul	3	3	0	0	3	3	3	0	0	0	0	0	15	R\$ 0,50	R\$ 7,50
Grampo	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	5	R\$ 1,50	R\$ 7,50
Clips	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	5	R\$ 15,00	R\$ 75,00
Copo plástico - com 100 unidades	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	3	R\$ 12,00	R\$ 36,00
Copo cafezinho 50ml	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
Desinfetante hospitalar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	R\$ 40,00	R\$ 80,00
Produto limpeza vidros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	R\$ 3,00	R\$ 6,00
Flanelas hospitalares	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4	R\$ 3,00	R\$ 12,00
Luvas descartável	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 15,00	R\$ 45,00
Touca descartável	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
Máscara simples	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 50,00	R\$ 150,00
Máscara N95	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 15,00	R\$ 45,00
Avental de contato	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 5,00	R\$ 15,00
Algodão	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
Palito para exame	0	0	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	6	R\$ 20,00	R\$ 120,00
PVPI tópico	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 5,00	R\$ 15,00
Gazes	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
Esparadrapo	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
Micropore	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
Atadura	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 1,00	R\$ 3,00
Seringa 1ml	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
Seringa 3ml	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
Seringa 5ml	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
Seringa 10ml	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
Seringa 20ml	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
Agulha 25/70	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
Dersani	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 50,00	R\$ 150,00
Soro fisiológico 100ml	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 15,00	R\$ 45,00
Luva cirúrgica	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
Lençol descartável	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
Caixa pérfuro cortante	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 3,00	R\$ 9,00
Pilhas médias	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
														R\$ 652,00	R\$ 4.731,00

ANEXO VI – PROPOSTA DE PLANTA BAIXA PARA INSTALAÇÃO



ANEXO VII – CARTA DE AUTORIZAÇÃO PARA PESQUISA DE CAMPO



Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Escola de Negócios

SOLICITAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO PARA PESQUISA EM CAMPO - TCC

Curitiba, 11/10/2019

Eu, Renê Bergel, venho por meio desta solicitar o estabelecimento de um termo de cooperação técnica no nível da pesquisa de levantamento de dados para o TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, o qual pertence a Pós-graduação de Gestão Hospitalar e de Serviços de Saúde - Semipresencial da PUCPR, venho pela presente, solicitar autorização da Faculdade Municipal de Educação e Meio Ambiente, setor de Pesquisa e Extensão e relações com a Comunidade coordenado pela Dra. Maralice Maschio, para realização da coleta de dados, no período de outubro a dezembro para o trabalho de pesquisa sob o título Clínica Popular de Assistência Médica à Saúde Humana, objetivando elaborar um plano de negócio no setor de saúde, clínica popular de assistência a saúde humana. A necessidade do plano de negócio surge quando um empreendedor tem uma ideia nova para atender uma nova demanda ou para reengenharia de um negócio já existente. A viabilidade depende de informações críticas que serão obtidas no ambiente do negócio. A clínica popular foi regulamentada pelo conselho federal de medicina para que a população receba a assistência à saúde com um custo compatível com o seu poder aquisitivo. A pesquisa de campo irá levantar dados que serão analisados e objetivam o planejamento para a tomada de decisão estratégica. A base de dados conseguido na pesquisa de campo irá alimentar ferramentas que direcionam o processo de construção de um plano de negócio. Esta pesquisa está sendo orientada pelo Professor Eduardo Damião da Silva.

Contando com a autorização desta instituição, colocamo-nos à disposição para qualquer esclarecimento.

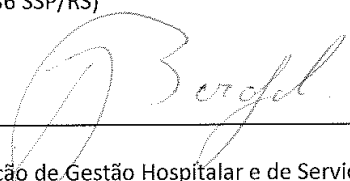
Zenair da Aparecida Garcia Felisberto RG 38507133SSP/PR

Poliana Ferreira Hiller Vieira RG 65753308 SSP/PR

Pesquisadores

Renê Bergel (RG – 7020785536 SSP/RS)





Coordenador da Pós-graduação de Gestão Hospitalar e de Serviços de Saúde – Semipresencial
Escola de Negócios - PUCPR