

Resumo Executivo Gubolin Odontologia

Jeane Martins De Oliveira - jeajeane@hotmail.com

FAGEN/Universidade Federal de Uberlândia

Letícia Araújo Rosa - leticia.araujo.rosa.2002@gmail.com

FAGEN/Universidade Federal de Uberlândia

Nathália Cristine Schiavinati - nathalia.cristine@ufu.br

FAGEN/Universidade Federal de Uberlândia

Kárem Cristina de Sousa Ribeiro - kribeiro@ufu.br

FAGEN/Universidade Federal de Uberlândia

Resumo Expandido

1 Contexto

Atividades de planejamento fazem parte do cotidiano, seja no âmbito pessoal, nas relações sociais, no ambiente profissional e governamental (SILVA, 2012). De acordo com Drucker (1995), o planejamento pode ser entendido como um instrumento utilizado para refletir sobre as ações e trabalhos que devem ser cumpridas no momento visando melhorias no futuro.

Em relação ao mercado de clínicas odontológicas, Costa *et al.* (2015) afirmam que o constante aumento do número de cirurgiões-dentistas no mercado gera aumento da concorrência entre estes profissionais, fazendo com que os diferenciais competitivos, como habilidades de gestão empresarial e capacidades administrativas para gerir uma clínica, sejam imprescindíveis para alcançar sucesso na profissão.

Nesse sentido, as atividades de planejamento e gestão são necessárias para o sucesso de qualquer negócio, incluindo as clínicas e consultórios odontológicos. De acordo com Junqueira (2006), o planejamento estratégico é uma ferramenta necessária para um bom desempenho financeiro e operacional de um empreendimento e, tratando-se do setor de serviços profissionais, como clínicas odontológicas, é necessário que os gestores implementem estratégias para o crescimento do negócio.

O controle do planejamento estratégico é um método essencial para auxiliar nos processos de avaliação e organização da empresa. As medidas de controle são os valores utilizados para mensurar e acompanhar o desempenho do planejamento estratégico adotado, com isso, se obtém uma ideia mais próxima a realidade sobre o rumo das ações tomadas (LIMA; IMONIAMA, 2008).

Além disso, é importante ressaltar a necessidade de um planejamento orçamentário, um importante componente no processo de definição das projeções a serem realizadas e da maneira como estas projeções serão atingidas (SILVA, 2012). Assim, o planejamento orçamentário envolve a projeção dos possíveis cenários futuros e o desenvolvimento de um plano de ação condizente com as metas e expectativas da empresa (BENTO *et al.*, 2017).

Para a elaboração deste resumo executivo, a empresa Gubolin Odontologia servirá como o objeto de análise deste estudo. Fundada no ano de 2000, a Gubolin Odontologia foi criada pela

dra. Angelita na cidade de Ferraz de Vasconcelos, localizada na região metropolitana da cidade de São Paulo. A clínica expandiu-se no ano de 2021 e a sobrinha da fundadora, a dra. Maria Luisa, é quem comanda a nova unidade. Atualmente, a clínica oferece os serviços de Odontologia Estética, Ortomolecular, Integrativa, Preenchimento Facial, Endodontia, Ortodontia e Implantes.

Com a recente expansão da clínica, surgiram as necessidades de melhorias de controle do desempenho financeiro da empresa e aperfeiçoamento das estratégias de marketing. Neste sentido, este resumo executivo tem como principal objetivo a apresentação do planejamento estratégico, com ênfase em marketing, e do planejamento orçamentário, bem como as medidas de controle definidas para a empresa.

2 Solução Proposta

A partir da estruturação do planejamento estratégico, foi desenvolvida a seguinte solução a empresa: **Elaborar um plano estratégico para melhorar o desempenho da empresa com foco na área de marketing.**

Para que esta solução seja implementada, serão necessárias as seguintes ações:

- **Ação 1: Contratar uma empresa para realizar as estratégias de marketing** - A partir de uma pesquisa sobre as empresas de marketing, contratar a que melhor atenda a clínica. Após a contratação, executar o projeto de metas de marketing aliado ao objetivo da empresa;
- **Ação 2: Treinar a equipe para a utilização do software Controleodonto®** - Organizar um treinamento com a equipe do consultório em conjunto com os assistentes da Controleodonto® a fim de garantir o total entendimento para utilização do *software*;
- **Ação 3: Melhorar o relacionamento da empresa com fornecedores de produtos e técnicos prestadores de serviço** - Criar uma relação de parceria com os fornecedores, focando nos que oferecem melhor qualidade de produtos e serviços. Negociar melhores condições no que tange prazo, pagamento e preço;
- **Ação 4: Venda de cursos teórico e práticos para dentistas** - Oferecer cursos especializados em parceria com outros dentistas. Alugar uma sala ou consultório equipado para receber os alunos da melhor maneira.

As ações foram escolhidas com os objetivos de aumentar o número de clientes e fidelizar os que já frequentam a clínica oferecendo um melhor atendimento, além de organizar os controles da empresa a fim de expandir a receita e aumentar o networking com demais profissionais.

Em relação aos prazos para implementação das soluções, o cronograma abaixo:

AÇÃO	ATIVIDADE	Mês						Trimestre		Ano			
		1	2	3	4	5	6	1	2	1	2	3	
1	Pesquisar empresa	■											
	Contratar empresa		■										
	Criar estratégia			■	■								
	Executar as tarefas					■							
2	Contato com a Controleodonto	■											
	Agendar treinamento	■											
	Realizar treinamento		■										
	Executar o que foi aprendido			■									
3	Fazer lista de fornecedores e técnicos			■							■	■	■
	Contatar cada um deles				■						■	■	■
	Envio de brindes do consultório + carta de agradecimento				■						■	■	■
4	Montar apostila do curso				■						■	■	■
	Contratar sala e insumos necessários					■					■	■	■
	Divulgar o curso						■			■	■	■	■
	Realizar o curso							■		■	■	■	■

FIGURA 1: Cronograma de Ações da Gubolin Odontologia. Fonte: elaborado pelas autoras.

Para a gestão das estratégias de marketing, a Gubolin Odontologia contará com o apoio da empresa de marketing contratada, porém em relação as ações 2, 3 e 4, as proprietárias e equipe serão as responsáveis pela implementação destas ações.

O aporte financeiro para a implementação total desta solução é em torno de R\$ 3.300,00. Os valores para de cada uma das ações estão descritos abaixo:

- Contratação de um profissional/empresa especialista em marketing - R\$1.500,00, valor referente ao plano de marketing, gerenciamento de redes sociais, propagandas e layout;
- Treinamento Controleodonto® - R\$ 300,00;
- Ação que visa o bom relacionamento com fornecedores e técnicos - R\$ 500,00, para o envio de cartas e brindes;
- Cursos para dentistas - R\$ 1.000,00, para aluguel da sala e *coffee break* para 6 participantes.

3 Metas

Através da contratação da empresa de marketing, será criado um projeto para atender as necessidades de propaganda e marketing da clínica, tendo como foco principal no aumento de receita a partir do aumento de clientes. No âmbito financeiro é estimado um aumento de receita de até 30% ao ano, com uma tendência de aumento nos anos seguintes.

As medidas de controle e planejamento utilizando as ferramentas do *software* da Controleodonto® farão com que a empresa consiga aumentar a frequência dos seus atuais clientes em torno de 15% a cada ano.

Ao praticar e aplicar as melhores técnicas de relacionamento no âmbito empresarial com os fornecedores e prestadores de serviço, cria-se uma parceria duradoura, uma melhor negociação de preço, prazo de pagamento, abastecimento dos insumos no prazo correto e outros. A partir destas práticas, é possível a maior satisfação do cliente, em vista que não haverá atrasos em realizações de procedimentos devido à falta de equipamentos e insumos.

Em relação aos cursos oferecidos aos dentistas, em conjunto com a estratégia de marketing os cursos serão divulgados em diversas plataformas. Espera-se o aumento de cerca de 15% do faturamento dos cursos no primeiro ano e uma média de crescimento de 50% no faturamento dos cursos no período de 3 anos.

4 Fundamentação

Em relação aos conteúdos estudados no MBA em Finanças e Estratégias Empresariais que foram necessários para a realização deste Resumo Executivo, ressaltam-se os conteúdos aprendidos nas disciplinas de Estratégias Empresarias, Gestão Estratégica de Custos, e Planejamento e Controle Financeiro.

4.1 Estratégias Empresariais

Traçar uma estratégia é a principal ferramenta para a estruturação de uma empresa e o módulo de Estratégias Empresariais ofereceu o embasamento para esse alicerce.

Em relação às necessidades da Gubolin Odontologia, através da matriz SWOT, em que foram identificadas as oportunidades, ameaças, forças e fraquezas do negócio, percebe-se que as principais estratégias a serem implementadas são os planejamentos estratégico e de marketing, sendo que todas as ações propostas foram a base para as estratégias de aumento do número de clientes e fidelização dos atuais e, em consequência, base para estratégias de aumento receita e do lucro do negócio.

4.2 Gestão Estratégica de Custos

Com base na gestão estratégica de custos aplicada na clínica, será possível a melhor gestão dos gastos, o que permitirá a melhor formação de preço de venda, garantindo assim a lucratividade em decorrência dos procedimentos que trazem maior retorno financeiro, o que proporcionará um crescimento sustentável da organização.

4.3 Planejamento e Controle Financeiro

A disciplina de Planejamento e Controle Financeiro auxiliou na execução deste trabalho devido as questões teóricas e práticas trabalhadas, possibilitando a análise interna e externa da organização, bem como o estabelecimento de metas específicas alinhadas ao objetivo da organização. Tais metas foram estritamente planejadas com o intuito de proporcionar retornos reais de acordo com a realidade do negócio.

5 Referências

BENTO, Francine Marcondes da Silva et al. Orçamento empresarial: um estudo de caso em uma empresa de laticínios no Vale do Paraíba-SP. **Revista H-TEC Humanidades e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 115-132, 2017.

COSTA, R.M.; et al. Odontoclínica: simulação de gestão em clínica odontológica em um curso de Graduação em Odontologia. **Revista da Abeno**, v. 15, n. 1, p. 77-85, 2015.

DRUCKER, Peter F. **Administrando em tempo de grandes mudanças**. São Paulo: Pioneira, 1995.

JUNQUEIRA, Cristina Helena Zingaretti. **Proposta de modelo de planejamento estratégico para serviços profissionais-um estudo de caso em serviços odontológicos**. 2006. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

LIMA, Amadeu Nascimento; IMONIANA, Joshua Onome. Um estudo sobre a importância do uso das ferramentas de controle gerencial nas micro, pequenas e médias empresas industriais no município de São Caetano do Sul. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 2, n. 1, p. 28-48, 2008.

SILVA, Patrícia Maria et al. Planejamento orçamentário: as práticas da Universidade Federal de Lavras. **Revista Gestão Universitária na América Latina-GUAL**, v. 5, n. 4, p. 209-227, 2012