



UNIVERSIDADE AGOSTINHO NETO

INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO – ISCED/LUANDA
FACULDADE DE ENGENHARIA

PLANO DE NEGÓCIO

Nome: António dos Santos Diogo

Curso: Ensino de Electrónica e Telecomunicações

Luanda, 26 de Junho de 2023



UNIVERSIDADE AGOSTINHO NETO



INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO – ISCED/LUANDA
FACULDADE DE ENGENHARIA

PLANO DE NEGÓCIO

Nome: António dos Santos Diogo

Curso: Ensino de Electrónica e Telecomunicações

O Supervisor

Eng. Rildo

Luanda, 26 de Junho de 2023

PALAVRAS CHAVES

1. Venda de software
2. Hospital
3. Clínica
4. HealthSoft
5. Plano de negócio
6. Resumo executivo
7. Dados do empreendimento
8. Missão
9. Setores de atividade
10. Forma jurídica
11. Enquadramento tributário
12. Capital social
13. Fonte de recursos
14. Visão
15. Análise de mercado
16. Angola
17. Plano de marketing
18. Plano orçamental
19. Plano financeiro
20. Investimento inicial
21. Plano operacional
22. Estratégias
23. Matriz SWOT
24. Cliente
25. Interesses comportamentais
26. Motivação de compra
27. Localização dos clientes
28. Segmentos dos fornecedores
29. Análise do cenário
30. Cronograma de atividades
31. Cronograma de atividades de um ano
32. Marketing no futuro
33. Plano financeiro com investimento inicial
34. Orçamento
35. Plano de marketing com verbos no futuro
36. Plano orçamental com investimento inicial
37. Análise das estratégias
38. Matriz SWOT
39. Palavras-chave
40. Cenário futuro
41. Software médico
42. Tecnologia da saúde
43. Inovação
44. Automação

45. Eficiência
46. Qualidade
47. Experiência do cliente
48. Soluções tecnológicas
49. Plataforma digital
50. Transformação digital
51. Telemedicina
52. Integração de sistemas
53. Segurança de dados
54. Análise de dados
55. Inteligência artificial
56. Internet das Coisas (IoT)
57. Big Data
58. Treinamento e suporte
59. Serviços de consultoria
60. Parcerias estratégicas
61. Expansão de mercado
62. Sustentabilidade financeira
63. Retorno do investimento
64. Aquisição de clientes
65. Retenção de clientes
66. Crescimento de receita
67. Redução de custos
68. Planejamento estratégico
69. Gestão de projetos
70. Estratégias de marketing digital

AGRADECIMENTO

Gostaria de expressar minha sincera gratidão a todos que contribuíram para o desenvolvimento e elaboração deste plano de negócios. Seu apoio e dedicação foram fundamentais para alcançarmos um documento abrangente e estruturado.

Em especial quero agradecer ao professor Rildo por nos dar esse projeto de modo que agente consiga desenvolver mais as nossas habilidades

Mais uma vez, agradecemos a todos os envolvidos por sua contribuição e apoio. Estamos entusiasmados com o futuro da HealthSoft e ansiosos para embarcar nessa jornada de sucesso juntos.

Sumário

INTRODUÇÃO	10
RESUMO EXECUTIVO	11
Dados do empreendimento.....	11
Missão e Visão da empresa	11
Setores de atividade.....	11
Forma Jurídica.....	12
Enquadramento tributário.....	12
Capital Social	12
Fonte de recursos.....	12
ANÁLISE DO MERCADO	12
Ambiente de Saúde em Angola.....	12
Tendências do Mercado	13
Segmentação de Mercado.....	13
Análise dos Concorrência.....	13
Oportunidades de Mercado	14
Estratégias de Marketing.....	14
Características gerais do clientes.....	14
Interesses comportamentais dos clientes.....	14
Motivações de compra dos clientes.....	15
Localização dos clientes.....	15
Análise dos segmentos dos clientes	15
PLANO DE MARKETING	16
Objetivo de Marketing	16
Segmentação de Mercado.....	16
Estratégia de Posicionamento.....	16
Estratégias de Marketing.....	17
Métricas de Avaliação.....	18
Orçamento de Marketing.....	18
Cronograma de Atividades.....	18
PLANO FINANCEIRO	21
Estabelecimento do Orçamento.....	21
Controle Financeiro.....	21
Gestão do Fluxo de Caixa	21
Captação de Recursos.....	21
Planejamento Tributário.....	22
Análise de Viabilidade	22
Avaliação de Resultados	22

PLANO ORÇAMENTAL.....	22
Investimentos Iniciais.....	22
Receitas Esperadas.....	23
Custos Operacionais.....	23
Lucro Esperado	23
PLANO OPERACIONAL	24
Desenvolvimento de Produtos e Serviços	24
Parcerias Estratégicas.....	24
Canais de Distribuição	24
Atendimento ao Cliente.....	24
Recursos Humanos.....	25
Gestão da Cadeia de Suprimentos	25
ANÁLISE DO CENÁRIO	25
Ambiente Econômico.....	25
Ambiente Político e Legal.....	26
Ambiente Social e Cultural	26
Ambiente Tecnológico	26
Concorrência	26
Oportunidades	26
Desafios.....	26
Parcerias e Colaborações.....	27
ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS	27
Estratégia de Segmentação de Mercado.....	27
Estratégia de Diferenciação.....	27
Estratégia de Marketing Digital	27
Estratégia de Relacionamento com o Cliente.....	28
Estratégia de Parcerias Estratégicas	28
Estratégia de Expansão de Mercado.....	28
Estratégia de Satisfação do Cliente	28
ANÁLISE MATRIZ SWOT	29
MEDIDAS DE SEGURANÇA E HIGIENE	31
Distanciamento Social.....	31
Uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPI)	31
Higienização das Mãos e Superfícies.....	31
Comunicação e Conscientização	31
Teletrabalho e Reuniões Virtuais	31
Monitoramento de Sintomas	32

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Cronograma das atividades

Tabela 2: Matriz Swot

ABREVIATURAS

1. Kzs - Kwanzas (moeda de Angola)
2. CRM - Customer Relationship Management (Gestão de Relacionamento com o Cliente)
3. SEO - Search Engine Optimization (Otimização para Motores de Busca)
4. R&D - Research and Development (Pesquisa e Desenvolvimento)
5. ROI - Return on Investment (Retorno sobre o Investimento)
6. CEO - Chief Executive Officer (Diretor Executivo)
7. CFO - Chief Financial Officer (Diretor Financeiro)
8. KPI - Key Performance Indicator (Indicador-Chave de Desempenho)
9. SWOT - Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças)
10. CAGR - Compound Annual Growth Rate (Taxa de Crescimento Anual Composta)

INTRODUÇÃO

O presente relatório representa um proposta de um plano de negocio da empresa HealthSoft que é uma empresa que consiste na criação de softwere para hospitais e clinas visando assim a melhor a gestão dos sistemas de saúde. Venho com essa proposta porque acho que os sistemas de saúde precisam andar com o avanço da tecnologia não só a nivel de hardware mas tambem de software e como tenho muita experiência nesta area penso eu tenho muito para oferecer para ajudar a desenvolver os sistemas de a Saúde em Angola e poder salvar muitas a vidas pos a gestão é a base do desenvolvimento.

RESUMO EXECUTIVO

Resumo dos principais pontos do plano de negócio

O presente sumário executivo oferece uma visão geral do plano de negócio da HealthSoft, uma empresa de software especializada em soluções para o setor de saúde. O objetivo é fornecer tecnologia inovadora e personalizada para hospitais e clínicas, otimizando a eficiência operacional, melhorando o atendimento ao paciente e facilitando a tomada de decisões clínicas.

Dados do empreendimento

Nome da empresa: HealthSoft

Localização: Luanda, Cazenga

Data de início: Sem data

Proprietários: António Diogo / Paulo Fernando

Missão e Visão da empresa

A HealthSoft tem como missão ser líder no fornecimento de soluções de software para o setor de saúde, oferecendo produtos e serviços de alta qualidade que atendam às necessidades dos hospitais e clínicas. Nosso objetivo é promover a eficiência, a segurança e a excelência nos cuidados de saúde, contribuindo para o bem-estar dos pacientes e o sucesso das instituições de saúde.

Visão: A HealthSoft tem como visão ser reconhecida como a principal provedora de soluções de software inovadoras e personalizadas para o setor de saúde. Nosso objetivo é ser líder no mercado, promovendo a transformação digital nas instituições de saúde e impulsionando a excelência nos cuidados aos pacientes. Buscamos constantemente desenvolver tecnologias avançadas que proporcionem maior eficiência operacional, melhores resultados clínicos e uma experiência aprimorada para os profissionais de saúde e os pacientes.

Setores de atividade

A HealthSoft atua no setor de software para saúde, com foco em desenvolver soluções abrangentes e personalizadas para hospitais e clínicas. Nossos principais produtos incluem sistemas de gestão hospitalar, prontuários eletrônicos do paciente (PEP), agendamento de consultas, faturação e análise de dados clínicos.

Forma Jurídica

A HealthSoft é uma empresa que será constituída como Sociedade Limitada (Ltda.), oferecendo uma estrutura jurídica sólida para operar no mercado de software para saúde.

Enquadramento tributário

A empresa HealthSoft optará pelo enquadramento tributário do Simples Nacional, buscando simplificar as obrigações fiscais e ter um regime tributário mais vantajoso para o negócio.

Capital Social

O capital social inicial da HealthSoft é de 2.000.000 kzs que será dividido entre os sócios-proprietários, proporcionando recursos para investimentos em pesquisa, desenvolvimento, marketing e infraestrutura. Mas acreditamos que esse dinheiro não é suficiente para construir a empresa completa mas será o necessário para começar tendo em vista que nos mesmo como sócio seremos os trabalhadorss inicias isso vai ajudar a reduzir os gastos

Fonte de recursos

Os recursos para a constituição e o desenvolvimento inicial da HealthSoft serão provenientes dos sócios-proprietários, que investirão parte do capital necessário para impulsionar o negócio. Além disso, a empresa também busca parcerias estratégicas, possíveis linhas de crédito para financiar o crescimento e a expansão.

Este resumo executivo fornece uma visão geral dos principais pontos do plano de negócio da HealthSoft. A empresa tem como objetivo ser uma líder no mercado de software para saúde, fornecendo soluções inovadoras e personalizadas para hospitais e clínicas, com foco na eficiência operacional e na melhoria do atendimento ao paciente. A HealthSoft busca capitalizar as oportunidades no mercado e está comprometida em contribuir para o avanço dos cuidados de saúde através da tecnologia.

ANÁLISE DO MERCADO

Ambiente de Saúde em Angola

Sistema de Saúde em Desenvolvimento: O setor de saúde em Angola está em fase de desenvolvimento, com esforços contínuos para melhorar a infraestrutura hospitalar, os serviços de atendimento e a gestão de dados de pacientes.

Necessidade de Modernização: Há uma crescente necessidade de modernizar as operações e processos nas instituições de saúde, incluindo a adoção de soluções tecnológicas para melhorar a eficiência e a qualidade do atendimento.

Tendências do Mercado

Digitalização dos Registros de Saúde: Existe uma demanda por soluções de software que permitam a transição dos registros de saúde em papel para prontuários eletrônicos, garantindo o acesso rápido e seguro às informações do paciente.

Gestão de Recursos e Faturação: Hospitais e clínicas buscam soluções que otimizem a gestão de recursos, incluindo agendamento de consultas, gestão de leitos e faturação eficiente de serviços prestados.

Telemedicina: Com a extensão geográfica de Angola, a telemedicina surge como uma tendência promissora, permitindo a prestação de serviços médicos a distância e facilitando o acesso a especialistas.

Análise de dados clínicos: A capacidade de coletar e analisar grandes volumes de dados clínicos tornou-se essencial para melhorar a tomada de decisões e identificar padrões que levem a melhores resultados para os pacientes.

Segmentação de Mercado

O mercado de software para hospitais e clínicas pode ser segmentado da seguinte forma:

- **Hospitais:** Desde pequenos hospitais comunitários até grandes centros médicos, há uma demanda por soluções de software abrangentes que abordem os desafios operacionais e administrativos.
- **Clínicas:** Consultórios médicos e clínicas especializadas também buscam soluções que melhorem a eficiência e a qualidade do atendimento, como agendamento de consultas e gestão de prontuários.

Análise dos Concorrência

Concorrência Local e Internacional: O mercado de software para saúde em Angola apresenta tanto concorrentes locais quanto internacionais. Empresas locais podem ter um conhecimento mais aprofundado das necessidades e nuances do mercado angolano, enquanto empresas internacionais

podem trazer experiência e tecnologia avançada isso vai exigir um esforço e dedicação por parte da HealthSoft mas estamos preparados para enfrentar todos os desafios.

Oportunidades de Mercado

Parcerias Público-Privadas: Angola tem buscado parcerias entre o setor público e privado para melhorar a qualidade e o acesso aos serviços de saúde. A HealthSoft vai explorar essas oportunidades de parcerias com instituições governamentais e hospitais públicos.

Expansão Regional: Angola faz parte da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) e pode haver oportunidades de expansão para outros países da região.

Estratégias de Marketing

Adaptar-se às Necessidades Locais: A HealthSoft vai adaptar-se suas soluções às necessidades específicas do mercado angolano, levando em conta a infraestrutura, recursos disponíveis e desafios enfrentados pelas instituições de saúde locais.

Construir Relacionamentos Locais: Estabelecer parcerias com entidades e associações locais do setor de saúde pode ajudar a construir relacionamentos sólidos e aumentar a confiança dos clientes em potencial.

Características gerais do clientes

- Os clientes da HealthSoft são hospitais e clínicas em Angola.
- Eles variam em tamanho, desde pequenas clínicas até grandes hospitais, e podem atender a diferentes especialidades médicas.
- Os clientes estão em busca de soluções de software que possam melhorar a eficiência operacional, a gestão de pacientes, a segurança de dados e a qualidade do atendimento.

Interesses comportamentais dos clientes

- Os clientes valorizam soluções personalizadas que atendam às suas necessidades específicas e sejam fáceis de usar e integrar aos sistemas existentes.
- Eles buscam melhorar a produtividade, reduzir erros e otimizar os processos internos.
- A confiabilidade, segurança e suporte pós-venda são aspectos importantes para os clientes.

Motivações de compra dos clientes

- Os clientes são motivados a comprar as soluções da HealthSoft para melhorar a eficiência, reduzir custos operacionais e melhorar a qualidade do atendimento.
- Eles buscam soluções que possam automatizar tarefas, agilizar processos de agendamento, registro de pacientes, gestão de estoques e facilitar a geração de relatórios.
- A conformidade com regulamentações de saúde, a integração de sistemas e a capacidade de análise de dados também são fatores que influenciam a decisão de compra.

Localização dos clientes

- Os clientes da HealthSoft estão localizados em todas as províncias de Angola, incluindo áreas urbanas e rurais.
- Os hospitais e clínicas estão concentrados principalmente nos centros urbanos, mas também há uma demanda crescente por soluções de software em áreas remotas e regiões em desenvolvimento.

Análise dos segmentos dos clientes

- Os clientes podem ser segmentados com base em diferentes critérios, como o tamanho da instituição (pequenas clínicas, hospitais de médio porte, grandes hospitais), especialidade médica (hospitais especializados, clínicas de saúde geral) e localização geográfica (áreas urbanas, áreas rurais).
- Cada segmento tem necessidades específicas em termos de funcionalidades do software, integração de sistemas e requisitos regulatórios.
- A segmentação dos clientes vai ajudar a adaptar a oferta da HealthSoft para atender melhor às necessidades de cada grupo e direcionar as estratégias de marketing e vendas de forma mais eficaz.

	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços Aos clientes	Garantias oferecidas
HelthSoft	Boa	De 100.000kz –					

		5.000.000kz (Dependendo da necessidade do cliente e tendo em conta o segmento do cliente)	Total ou parcial (Tendo em conta o acordo estabelecido)	Sede Viana	Presencial (8:00-16:00) Online (24/24)		1 mês de garantia
Outros empresas	Boa	XXXXXXXXXX	Total ou parcial	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX		XXXXXX

Análise dos concorrentes

PLANO DE MARKETING

Objetivo de Marketing

- Nosso objetivo é estabelecer a marca HealthSoft como líder no mercado de soluções de software para hospitais e clínicas em Angola, alcançando uma participação de mercado de 30% até o final do ano.

Segmentação de Mercado

- Identificamos os seguintes segmentos de clientes:
 - Pequenas clínicas médicas: com até 10 médicos e focadas em atendimento geral.
 - Hospitais de médio porte: com até 100 leitos e oferecendo uma variedade de serviços médicos.
 - Grandes hospitais especializados: com mais de 100 leitos e focados em áreas médicas específicas, como cardiologia, oncologia, ortopedia, entre outras.

Estratégia de Posicionamento

- Nosso posicionamento será baseado nos seguintes pilares:
 - Inovação tecnológica: Ofereceremos soluções de software avançadas, incorporando tecnologias como inteligência artificial, análise de dados e telemedicina para melhorar a eficiência e a qualidade dos serviços de saúde.

- Personalização: Adaptaremos nossas soluções às necessidades específicas de cada cliente, oferecendo configurações personalizadas e suporte especializado.
- Confiabilidade e segurança: Garantiremos a confiabilidade e segurança dos dados do paciente, cumprindo as regulamentações e padrões de segurança vigentes.

Estratégias de Marketing

a) Marketing Digital:

- Desenvolveremos uma estratégia abrangente de marketing digital, incluindo o desenvolvimento de um website responsivo e otimizado para mecanismos de busca.
- Utilizaremos técnicas de SEO (Search Engine Optimization) para aumentar nossa visibilidade online e atrair tráfego qualificado.
- Implementaremos campanhas de marketing por e-mail direcionadas, oferecendo informações relevantes sobre nossas soluções e promovendo ofertas especiais para os clientes em potencial.

b) Relacionamento com Clientes:

- Criaremos um programa de fidelidade para incentivar a repetição de negócios e promover a satisfação do cliente.
- Estabeleceremos um sistema de suporte técnico dedicado, com atendimento rápido e eficiente para atender às necessidades dos clientes.
- Realizaremos eventos educacionais, como webinars e workshops, para compartilhar conhecimentos e estabelecer um relacionamento mais próximo com os clientes.

c) Parcerias Estratégicas:

- Buscaremos parcerias com associações médicas e organizações de saúde para ampliar nosso alcance e fortalecer nossa credibilidade no mercado.
- Estabeleceremos parcerias com empresas de tecnologia complementares, como provedores de infraestrutura de TI e empresas de segurança cibernética, para oferecer soluções integradas aos nossos clientes.

d) Participação em Eventos:

- Participaremos de feiras e conferências do setor de saúde em Angola, onde poderemos interagir diretamente com os clientes, demonstrar nossas soluções e estabelecer contatos comerciais.

Métricas de Avaliação

- Acompanharemos o número de leads gerados, a taxa de conversão de vendas, a satisfação do cliente por meio de pesquisas e avaliações, o alcance das metas de participação de mercado e o retorno sobre o investimento em marketing.

Orçamento de Marketing

- Alocaremos 15% do nosso faturamento anual para atividades de marketing, incluindo desenvolvimento de website, campanhas de publicidade online, participação em eventos e programas de fidelidade do cliente.

Cronograma de Atividades

Tabela 1: Cronograma das atividades

Janeiro:
<ul style="list-style-type: none">• Definiremos os objetivos de marketing para o ano e elaboraremos um plano de marketing detalhado.
<ul style="list-style-type: none">• Realizaremos pesquisas de mercado e análises da concorrência para identificar oportunidades.
<ul style="list-style-type: none">• Definiremos o orçamento de marketing para o ano.
Fevereiro:
<ul style="list-style-type: none">• Desenvolveremos um novo website otimizado para mecanismos de busca.
<ul style="list-style-type: none">• Criaremos conteúdo relevante para o website e blogs.
<ul style="list-style-type: none">• Iniciaremos campanhas de marketing digital para atrair e converter leads.
Março:
<ul style="list-style-type: none">• Lançaremos o novo website e monitoraremos os resultados.
<ul style="list-style-type: none">• Implementaremos estratégias de SEO (Search Engine Optimization) para melhorar a visibilidade online.
<ul style="list-style-type: none">• Realizaremos webinars e workshops online para educar os clientes sobre nossas soluções.

Abril:
<ul style="list-style-type: none"> • Participaremos de eventos virtuais do setor de saúde para aumentar a visibilidade da marca.
<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolveremos materiais promocionais impressos e digitais para divulgação.
<ul style="list-style-type: none"> • Iniciaremos campanhas de publicidade online e anúncios nas redes sociais para alcançar um público mais amplo.
Maio:
<ul style="list-style-type: none"> • Analisaremos os resultados das campanhas de marketing e faremos os ajustes necessários.
<ul style="list-style-type: none"> • Implementaremos programas de fidelidade e retenção de clientes para aumentar a satisfação e lealdade.
<ul style="list-style-type: none"> • Coletaremos feedback dos clientes para melhorar continuamente nossos produtos e serviços.
Junho:
<ul style="list-style-type: none"> • Revisaremos e atualizaremos o plano de marketing com base nas informações coletadas.
<ul style="list-style-type: none"> • Expandiremos nossas estratégias de marketing para atingir novos segmentos de clientes.
<ul style="list-style-type: none"> • Estabeleceremos parcerias estratégicas com hospitais e clínicas para ampliar nossa base de clientes.
Julho:
<ul style="list-style-type: none"> • Participaremos de feiras e conferências presenciais do setor de saúde para fortalecer relacionamentos e gerar leads.
<ul style="list-style-type: none"> • Aprofundaremos o relacionamento com os clientes por meio de suporte personalizado e atendimento de qualidade.
<ul style="list-style-type: none"> • Lançaremos novas funcionalidades e atualizações dos nossos softwares para atender às necessidades do mercado.
Agosto:
<ul style="list-style-type: none"> • Monitoraremos o desempenho das campanhas de marketing e ajustaremos as estratégias conforme necessário.
<ul style="list-style-type: none"> • Implementaremos estratégias de marketing de conteúdo, como a criação de e-books, vídeos e infográficos.

<ul style="list-style-type: none"> • Avaliaremos o retorno sobre o investimento em marketing e faremos revisões no orçamento.
Setembro:
<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleceremos nossa presença nas redes sociais e nos envolveremos com os seguidores.
<ul style="list-style-type: none"> • Analisaremos a concorrência e identificaremos oportunidades de diferenciação.
<ul style="list-style-type: none"> • Buscaremos parcerias com empresas de tecnologia complementares para ampliar nossa oferta de soluções.
Outubro:
<ul style="list-style-type: none"> • Avaliaremos os resultados obtidos até o momento e faremos ajustes no plano de marketing.
<ul style="list-style-type: none"> • Implementaremos estratégias de upselling e cross-selling para maximizar o valor dos clientes existentes.
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboraremos relatórios de desempenho e faremos apresentações para a equipe
<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolveremos campanhas de marketing sazonais e ofereceremos promoções especiais.
<ul style="list-style-type: none"> • Realizaremos treinamentos internos para a equipe de vendas e suporte, aprimorando suas habilidades.
<ul style="list-style-type: none"> • Analisaremos o desempenho das parcerias estratégicas e buscaremos novas oportunidades de colaboração.
Dezembro:
<ul style="list-style-type: none"> • Avaliaremos os resultados do ano e definiremos os objetivos de marketing para o próximo ano.
<ul style="list-style-type: none"> • Revisaremos e aprimoraremos o plano de marketing para impulsionar o crescimento.
<ul style="list-style-type: none"> • Faremos o planejamento financeiro considerando o investimento em marketing e outras necessidades da empresa.

PLANO FINANCEIRO

Estabelecimento do Orçamento

- Analisaremos o investimento inicial de 2.000.000 KZS e alocaremos os recursos de forma estratégica.
- Definiremos as despesas operacionais, levando em consideração os custos fixos e variáveis, salários, marketing, tecnologia e outros gastos necessários.
- Estabeleceremos metas financeiras realistas para garantir a sustentabilidade e o crescimento da empresa.

Controle Financeiro

- Implementaremos um sistema de controle financeiro eficiente para monitorar receitas, despesas e fluxo de caixa.
- Utilizaremos softwares de contabilidade e gestão financeira para registrar e acompanhar todas as transações financeiras.
- Realizaremos análises regulares para avaliar o desempenho financeiro e tomar decisões informadas.

Gestão do Fluxo de Caixa

- Faremos projeções mensais de fluxo de caixa para acompanhar a entrada e saída de recursos financeiros.
- Gerenciaremos de forma estratégica os pagamentos a fornecedores e as cobranças de clientes para otimizar o fluxo de caixa.
- Buscaremos soluções de financiamento e linhas de crédito adequadas à realidade de Angola, para auxiliar na gestão do fluxo de caixa.

Captação de Recursos

- Avaliaremos diferentes opções de captação de recursos adicionais, como empréstimos bancários ou investimentos de terceiros.
- Apresentaremos o potencial de crescimento da empresa a investidores e instituições financeiras em Angola.
- Negociaremos condições favoráveis para captação de recursos, considerando taxas de juros e prazos adequados à realidade do mercado local.

Planejamento Tributário

- Consultaremos especialistas em contabilidade e tributação para cumprir adequadamente as obrigações fiscais em Angola.
- Buscaremos otimizar o planejamento tributário, aproveitando incentivos e benefícios fiscais disponíveis para empresas do setor de tecnologia e saúde.
- Manteremos registros precisos e atualizados para garantir a conformidade fiscal e evitar penalidades.

Análise de Viabilidade

- Realizaremos análises financeiras e de viabilidade para novos projetos e expansões, considerando a realidade de Angola.
- Avaliaremos a rentabilidade dos produtos e serviços oferecidos, ajustando preços e custos conforme necessário.
- Identificaremos oportunidades de redução de custos e maximização da eficiência operacional, levando em conta os recursos e condições disponíveis no mercado angolano.

Avaliação de Resultados

- Elaboraremos relatórios financeiros e demonstrativos de resultados regularmente para acompanhar o desempenho da empresa.
- Compararemos os resultados alcançados com as metas estabelecidas e faremos ajustes conforme necessário.
- Realizaremos análises de sensibilidade e cenários para antecipar possíveis riscos e desenvolver estratégias de mitigação adequadas à realidade de Angola.

PLANO ORÇAMENTAL

Investimentos Iniciais

- Desenvolvimento do Website: 250.000 KZS
- Equipamentos de Escritório: 150.000 KZS
- Software e Licenças: 300.000 KZS
- Contratação de Equipe: 500.000 KZS
- Marketing e Publicidade: 200.000 KZS

- Reserva de Capital: 600.000 KZS

Total de Investimentos Iniciais: 2.000.000 KZS

Receitas Esperadas

- Vendas de Software: 5.000.000 KZS
- Serviços de Implementação e Suporte: 1.500.000 KZS
- Treinamentos e Consultorias: 500.000 KZS

Total de Receitas Esperadas: 7.000.000 KZS

Custos Operacionais

- Custos de Produção de Software: 1.000.000 KZS
- Salários e Encargos: 1.500.000 KZS
- Despesas de Marketing: 300.000 KZS
- Aluguel e Utilidades: 200.000 KZS
- Despesas Gerais e Administrativas: 300.000 KZS

Total de Custos Operacionais: 3.300.000 KZS

Lucro Esperado

Receitas Esperadas - Custos Operacionais = 7.000.000 KZS - 3.300.000 KZS = 3.700.000 KZS

2. Análise do Retorno sobre o Investimento (ROI):

$ROI = (\text{Lucro Esperado} / \text{Investimento Inicial}) \times 100$
 $ROI = (3.700.000 \text{ KZS} / 2.000.000 \text{ KZS}) \times 100 = 185\%$

3. Estratégias de Controle de Custos:

- Negociação com fornecedores para obter preços competitivos em equipamentos, licenças de software e outros insumos.
- Utilização eficiente dos recursos, garantindo a produtividade da equipe e minimizando desperdícios.
- Monitoramento regular dos custos operacionais e revisão periódica do orçamento para identificar possíveis áreas de redução de despesas.

PLANO OPERACIONAL

Desenvolvimento de Produtos e Serviços

- Realizaremos pesquisas de mercado para identificar as necessidades e demandas dos hospitais e clínicas em Angola.
- Utilizaremos essas informações para desenvolver novos produtos e serviços que atendam às necessidades identificadas.
- Estabeleceremos processos de controle de qualidade para garantir a excelência e eficiência dos nossos produtos e serviços.

Parcerias Estratégicas

- Identificaremos possíveis parcerias estratégicas com hospitais, clínicas e outras empresas do setor de saúde em Angola.
- Estabeleceremos acordos de colaboração para ampliar nossa rede de clientes e fortalecer nossa presença no mercado.
- Buscaremos parcerias com fornecedores de tecnologia e equipamentos médicos para oferecer soluções completas aos nossos clientes.

Canais de Distribuição

- Definiremos os canais de distribuição mais adequados para alcançar nossos clientes-alvo em Angola, como vendas diretas, parcerias ou distribuidores.
- Implementaremos estratégias de marketing e vendas para promover nossos produtos e serviços nos canais selecionados.
- Estabeleceremos relacionamentos sólidos com os canais de distribuição para garantir a disponibilidade e visibilidade dos nossos produtos.

Atendimento ao Cliente

- Desenvolveremos um serviço de atendimento ao cliente eficiente e personalizado, que atenda às necessidades específicas dos hospitais e clínicas.
- Capacitaremos nossa equipe para fornecer suporte técnico, solucionar dúvidas e fornecer orientações aos clientes.
- Realizaremos pesquisas de satisfação para obter feedback dos clientes e identificar oportunidades de melhoria.

5. Processos Operacionais

- Estabeleceremos processos operacionais eficientes para a produção, entrega e suporte dos nossos produtos e serviços.
- Automatizaremos tarefas repetitivas e adotaremos tecnologias que otimizem a eficiência dos nossos processos.
- Implementaremos sistemas de gestão integrados para monitorar e controlar as atividades operacionais.

Recursos Humanos

- Identificaremos as competências e habilidades necessárias para o sucesso das operações da HealthSoft.
- Contrataremos profissionais qualificados e capacitaremos nossa equipe para desempenhar suas funções de forma eficaz.
- Estabeleceremos programas de retenção e motivação para garantir a satisfação e o engajamento dos nossos colaboradores.

Gestão da Cadeia de Suprimentos

- Estabeleceremos parcerias com fornecedores confiáveis de software, equipamentos médicos e outros insumos necessários.
- Gerenciaremos cuidadosamente a cadeia de suprimentos para garantir a disponibilidade contínua dos produtos e serviços.
- Implementaremos sistemas de controle de estoque e logística eficientes para minimizar atrasos e garantir a entrega oportuna.

ANÁLISE DO CENÁRIO

Ambiente Econômico

- Angola possui uma economia em desenvolvimento, com um setor de saúde em expansão devido ao aumento da demanda por serviços médicos de qualidade.
- O país enfrenta desafios econômicos, como flutuações na taxa de câmbio e dependência da indústria petrolífera, o que pode impactar os investimentos no setor de saúde.

Ambiente Político e Legal

- Angola possui regulamentações específicas para o setor de saúde, que podem afetar o desenvolvimento e a comercialização de software para hospitais e clínicas. É necessário cumprir as normas e obter as licenças adequadas.

Ambiente Social e Cultural

- A população em Angola valoriza cada vez mais o acesso a serviços de saúde de qualidade e busca soluções tecnológicas que melhorem a eficiência e a segurança dos cuidados médicos.
- Existe uma demanda crescente por sistemas de informação e software especializado para melhorar a gestão hospitalar, o registro eletrônico de pacientes e a integração de dados.

Ambiente Tecnológico

- O uso de tecnologia na área da saúde está em expansão em Angola, com hospitais e clínicas adotando sistemas de informação para melhorar a eficiência e a qualidade dos serviços.
- A infraestrutura de tecnologia da informação ainda pode ser um desafio em algumas regiões do país, exigindo soluções adaptadas à realidade local.

Concorrência

- Existem empresas concorrentes no mercado de software para hospitais e clínicas em Angola. É importante analisar a concorrência existente, seus produtos e serviços oferecidos, bem como suas estratégias de marketing e preços.

Oportunidades

- A demanda por soluções de software especializadas em saúde em Angola está em crescimento, oferecendo oportunidades para a HealthSoft atender às necessidades do mercado.
- A crescente digitalização do setor de saúde e a busca por eficiência e qualidade nos serviços oferecem espaço para a introdução de novas soluções tecnológicas.

Desafios

- A adaptação do software aos requisitos regulatórios locais pode ser um desafio, exigindo um entendimento profundo das normas e regulamentações em vigor.

- A concorrência acirrada no mercado de software para saúde requer estratégias de diferenciação e marketing eficazes para posicionar a HealthSoft como uma opção preferencial.

Parcerias e Colaborações

- A colaboração com instituições de saúde, associações médicas e outros stakeholders do setor pode abrir portas para oportunidades de negócios e

ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS

Estratégia de Segmentação de Mercado

- Segmentaremos o mercado de hospitais e clínicas em Angola com base em critérios como tamanho, especialidade, localização e capacidade financeira.
- Adaptaremos nossos produtos e serviços para atender às necessidades específicas de cada segmento identificado.
- Desenvolveremos estratégias de marketing direcionadas a cada segmento, destacando os benefícios e soluções que oferecemos.

Estratégia de Diferenciação

- Buscaremos diferenciar nossa empresa, destacando os atributos únicos dos nossos produtos e serviços.
- Investiremos em pesquisa e desenvolvimento para inovar continuamente, oferecendo soluções tecnologicamente avançadas e de qualidade.
- Criaremos uma identidade de marca sólida, transmitindo confiança, expertise e comprometimento com a excelência.

Estratégia de Marketing Digital

- Implementaremos uma estratégia de marketing digital abrangente para aumentar a visibilidade da HealthSoft e atrair clientes online.
- Utilizaremos técnicas de SEO (otimização para motores de busca) para melhorar nosso posicionamento nos resultados de busca.
- Utilizaremos as redes sociais, o marketing de conteúdo e o email marketing para nos comunicarmos e nos envolvermos com nosso público-alvo.

Estratégia de Relacionamento com o Cliente

- Investiremos em um atendimento ao cliente excepcional, estabelecendo relacionamentos duradouros e fortalecendo a fidelidade dos clientes.
- Implementaremos um sistema de gestão de relacionamento com o cliente (CRM) para acompanhar interações, histórico e necessidades individuais.
- Desenvolveremos programas de fidelidade e incentivos para recompensar e incentivar a repetição de negócios e indicações.

Estratégia de Parcerias Estratégicas

- Buscaremos parcerias estratégicas com hospitais, clínicas e outras empresas do setor de saúde em Angola.
- Estabeleceremos acordos de colaboração para ampliar nossa base de clientes, compartilhar conhecimentos e recursos, e expandir nossa presença no mercado.
- Buscaremos alianças com fornecedores de tecnologia e equipamentos médicos para fortalecer nossa oferta de produtos e serviços.

Estratégia de Expansão de Mercado

- Avaliaremos oportunidades de expansão para outros mercados dentro de Angola, como cidades e regiões com demanda crescente.
- Realizaremos pesquisas de mercado nessas áreas para identificar necessidades específicas e adaptar nossa oferta.
- Desenvolveremos estratégias de entrada no mercado, levando em consideração a concorrência, as regulamentações locais e as características demográficas.

Estratégia de Satisfação do Cliente

- Priorizaremos a satisfação do cliente em todas as nossas operações e tomadas de decisão.
- Coletaremos feedback dos clientes por meio de pesquisas, análise de dados e interações diretas.
- Utilizaremos o feedback para aprimorar continuamente nossos produtos, serviços e processos, buscando sempre exceder as expectativas dos clientes.

ANALISE MATRIZ SWOT

Tabela 2:Matriz Swot

FORÇAS	FRAQUEZAS
Experiência em desenvolvimento de software: A HealthSoft possui uma equipe qualificada e experiente em desenvolvimento de software, permitindo a criação de soluções personalizadas e eficientes para hospitais e clínicas.	Reconhecimento de marca: A HealthSoft pode enfrentar um desafio em termos de reconhecimento de marca, especialmente se comparada a concorrentes estabelecidos. É necessário investir em estratégias de marketing para aumentar a visibilidade da empresa no mercado.
Conhecimento do setor de saúde: A empresa tem um bom entendimento das necessidades e desafios enfrentados pelo setor de saúde em Angola, o que possibilita o desenvolvimento de soluções relevantes e adaptadas ao mercado local.	Dependência da infraestrutura de TI: A eficiência e a funcionalidade dos produtos da HealthSoft dependem da infraestrutura de TI existente nos hospitais e clínicas. Se houver limitações tecnológicas em algumas regiões, pode ser necessário oferecer soluções alternativas ou buscar parcerias para superar essa fraqueza.
Qualidade e confiabilidade: Os produtos da HealthSoft são reconhecidos pela sua qualidade e confiabilidade, o que gera confiança nos clientes e fortalece a reputação da empresa no mercado.	Resistência à adoção de tecnologia: Alguns profissionais de saúde podem apresentar resistência à adoção de novas tecnologias. É necessário desenvolver estratégias de educação e conscientização para superar essa barreira e mostrar os benefícios do software da HealthSoft.
1. Parcerias estratégicas: A HealthSoft possui parcerias estratégicas com distribuidores locais, fornecedores de equipamentos médicos e instituições de ensino, o que amplia a rede de contatos e	

permite o acesso a novos clientes e mercados.	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Crescente demanda por soluções tecnológicas: O setor de saúde em Angola está experimentando um aumento na demanda por soluções tecnológicas que melhorem a eficiência operacional, a qualidade dos serviços e a segurança dos pacientes. A HealthSoft pode capitalizar essa oportunidade oferecendo produtos inovadores e adaptados às necessidades do mercado local.	Concorrência acirrada: O mercado de software para saúde em Angola é altamente competitivo, com a presença de concorrentes estabelecidos e novos entrantes. A HealthSoft precisa estar atenta às estratégias dos concorrentes e diferenciar-se por meio de produtos inovadores, qualidade superior e serviço ao cliente excepcional.
Expansão regional: Além de atender o mercado angolano, a HealthSoft pode explorar oportunidades de expansão para países vizinhos, onde a demanda por soluções de software para saúde também está em crescimento.	Instabilidade econômica: A economia angolana pode enfrentar desafios e incertezas que afetam os investimentos no setor de saúde. A HealthSoft deve monitorar de perto a situação econômica e adaptar suas estratégias conforme necessário.
Colaboração com instituições de saúde: A HealthSoft pode buscar parcerias estratégicas com hospitais, clínicas e instituições de ensino na área da saúde. Essas colaborações podem fornecer acesso a insights do setor, validação dos produtos e oportunidades de co-desenvolvimento.	Regulamentações específicas: O setor de saúde em Angola está sujeito a regulamentações específicas, o que pode exigir conformidade rigorosa por parte da HealthSoft. É necessário dedicar recursos para entender e cumprir essas regulamentações para evitar penalidades e garantir a aceitação dos produtos no mercado.

MEDIDAS DE SEGURANÇA E HIGIENE

Distanciamento Social

- Implementar protocolos para manter distância segura entre funcionários e clientes nas instalações da HealthSoft.
- Limitar o número de pessoas em salas de reuniões e espaços compartilhados para garantir o distanciamento adequado.

Uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPI)

- Fornecer EPI, como máscaras e luvas, para os funcionários da HealthSoft, especialmente aqueles que têm contato direto com clientes ou visitantes.
- Instruir os funcionários sobre o uso adequado dos EPIs e a necessidade de trocá-los regularmente.

Higienização das Mãos e Superfícies

- Disponibilizar estações de higienização das mãos em locais estratégicos, como entrada das instalações, salas de reuniões e áreas comuns.
- Reforçar a importância da higienização regular das mãos para os funcionários, incentivando a lavagem adequada com água e sabão ou o uso de desinfetante à base de álcool.
- Implementar rotinas de limpeza e desinfecção regular de superfícies de contato frequente, como mesas, teclados, telefones e equipamentos.

Comunicação e Conscientização

- Comunicar e reforçar regularmente as medidas de segurança e higiene aos funcionários da HealthSoft por meio de campanhas internas, treinamentos e comunicações escritas.
- Informar os clientes e visitantes sobre as medidas de segurança implementadas pela HealthSoft, por meio de sinalizações visíveis, e-mails ou informações nos sites e materiais de divulgação.

Teletrabalho e Reuniões Virtuais

- Incentivar o teletrabalho para funcionários que possam desempenhar suas funções remotamente.

- Promover o uso de plataformas de videoconferência para reuniões e colaboração virtual, reduzindo a necessidade de encontros presenciais.

Monitoramento de Sintomas

- Estabelecer protocolos para monitorar e relatar sintomas relacionados à saúde dos funcionários.
- Instruir os funcionários a relatar imediatamente qualquer sintoma suspeito e fornecer orientações claras sobre os procedimentos a serem seguidos.