

Resumo Executivo

Este documento apresenta a visão para o desenvolvimento de um sistema de gerenciamento para clínicas médicas, chamado MarIA. O projeto visa otimizar o fluxo de atendimento e simplificar os processos realizados pelos médicos e pela equipe administrativa, promovendo eficiência, transparência e qualidade no atendimento ao paciente.

1. Proposta de Valor

O sistema será equipado com uma assistente baseada em Inteligência Artificial que, através de comandos de voz, auxiliará os médicos na geração e gerenciamento de documentos e registros de consulta, minimizando a necessidade de interação manual com o computador. Além disso, será desenvolvido um aplicativo para os pacientes, no qual poderão acessar e gerenciar seus documentos médicos, facilitando o acompanhamento pós-consulta.

1.1 A MarIA se diferencia ao oferecer:

- **Gestão Eficiente de Consultas e Pacientes:** Uma interface intuitiva para cadastro, agendamento e acompanhamento dos pacientes, promovendo mais organização e redução no tempo de espera.
- **Assistente Virtual com IA:** A assistente de voz realiza tarefas como anotações, geração de receitas e pedidos de exames, minimizando a interação manual dos médicos com o sistema.
- **Aplicativo para Pacientes:** Os pacientes têm acesso a um aplicativo onde podem consultar e gerenciar seus documentos médicos, facilitando o acompanhamento pós-consulta e promovendo uma experiência de atendimento mais acessível.

2. Mercado-Alvo

O MarIA é direcionado para clínicas e consultórios médicos de pequeno e médio porte, que buscam soluções modernas para melhorar sua eficiência operacional e oferecer um atendimento de maior qualidade. A solução tem um enfoque inicial no mercado brasileiro, com previsão de expansão gradual para outros países da América Latina a longo prazo.

3. Metas Financeiras

Nos primeiros cinco anos, o MarIA pretende atingir uma base sólida de clínicas parceiras no Brasil, gerando uma receita crescente a partir das assinaturas mensais e do fornecimento de serviços complementares. A projeção é alcançar rentabilidade e retorno sobre investimento a partir do terceiro ano, com expansão significativa para novos mercados a partir do quarto ano.

4. Estratégia Geral

O projeto terá entregas incrementais, começando com uma versão mínima viável que agregue valor imediato, com melhorias previstas a partir do feedback dos usuários. O objetivo a longo prazo é tornar o MarIA um sistema robusto e integrado, que melhore a experiência clínica e se torne uma referência de inovação tecnológica para clínicas médicas.

Descrição de Empresa

A MarIA surgiu para atender a uma demanda crescente no setor da saúde por soluções inovadoras e eficientes no atendimento em clínicas e consultórios médicos. Trata-se de

uma plataforma de Inteligência Artificial idealizada para auxiliar profissionais da saúde e suas equipes, unificando processos de atendimento e otimização de tarefas administrativas, com o objetivo de transformar a forma como clínicas lidam com processos e atividades diárias, promovendo mais qualidade e eficiência.

1. Missão

Oferecer uma solução de inteligência artificial que automatize tarefas rotineiras, simplifique o atendimento e melhore a experiência de pacientes e profissionais de saúde. A MarIA busca, assim, trazer para o setor de saúde as tecnologias mais recentes em IA permitindo um desenvolvimento contínuo e inovador no atendimento clínico.

2. Compromisso com a Segurança:

A MarIA trata os dados dos pacientes e das clínicas com sigilo e respeito, seguindo rigorosamente as normas de proteção e privacidade.

3. Equipe de Tecnologia e Desenvolvimento:

A equipe é composta por estudantes de engenharia de software, que serão responsáveis por criar e aprimorar a ideia do projeto. A equipe trabalha continuamente para garantir o sucesso a longo prazo e o bom desempenho do produto.

Atualmente, a MarIA está em estágio inicial de desenvolvimento e opera sem uma sede física oficial. A equipe de fundadores inclui profissionais e estudantes de universidades de renome, com membros qualificados como Antônio Marcos, Carlos Silva, Leandro Ribeiro, Marcos Santana e Lucas Barbosa, entre outros que estão no processo de desenvolvimento da plataforma.

A MarIA pertence a uma empresa em fase de crescimento e está em busca de investidores estratégicos para impulsionar ainda mais o projeto. A empresa trabalha em conjunto com profissionais da saúde, de forma colaborativa, para desenvolver uma solução que atenda às necessidades e expectativas de clínicas e consultórios médicos, criando um produto robusto e alinhado às demandas do setor.

Pesquisa de Mercado

A digitalização no setor de saúde tem acelerado a adoção de sistemas de gestão para clínicas médicas, que visam otimizar o atendimento ao paciente e a gestão administrativa das clínicas. Isso inclui funcionalidades como agendamento de consultas, controle de prontuários médicos, gestão financeira e comunicação eficiente com pacientes. Mercado de Software de Gestão de Clínicas: O mercado de softwares de gestão para clínicas médicas está em expansão devido à digitalização da saúde, que se reflete na necessidade de sistemas mais eficientes e seguros. Ferramentas baseadas na nuvem, com integração entre sistemas de prontuário eletrônico e outras plataformas, estão se tornando cada vez mais populares.

1. Público-Alvo:

O público-alvo desse mercado inclui gestores de clínicas, médicos, hospitais, e pacientes: Gestores de clínicas buscam soluções que melhorem a gestão de agendas, controle financeiro e a comunicação com os pacientes. Médicos buscam ferramentas para digitalizar prontuários, melhorar a gestão do atendimento e facilitar a comunicação com os pacientes. Pacientes buscam conveniência e acesso fácil para agendamento de consultas, recebimento de lembretes e acesso a informações de saúde.

2. Análise da Concorrência

O mercado de software de gestão para clínicas médicas é altamente competitivo. As principais empresas que oferecem soluções para clínicas incluem:

2.1 Principais Concorrências

- iClinic:
 - a) Produtos: Sistema completo de gestão de clínicas com funcionalidades como prontuário eletrônico, agendamento online, controle financeiro, comunicação com pacientes.
 - b) Diferenciais: Plataforma baseada em nuvem com fácil integração e suporte técnico eficiente.
 - c) Concorrência direta: GestMed, Prontuário Eletrônico Online.
- Memed:
 - a) Produtos: Sistema de prescrição eletrônica com funcionalidades para emissão de receitas digitais, integração com laboratórios e farmácias.
 - b) Diferenciais: Validade jurídica das prescrições e integração direta com farmácias.
 - c) Concorrência direta: Digital Doctor, ClinicSystem.
- Doctoralia:
 - a) Produtos: Agendamento online de consultas e plataforma de marketing digital para médicos.
 - b) Diferenciais: Conexão entre médicos e pacientes, além de ajudar na visibilidade online dos profissionais.
 - c) Concorrência direta: iClinic, Consultório Fácil, ClinicServer.
- ClinicSystem:
 - a) Produtos: Sistema de gestão com prontuário eletrônico, gestão de agenda, controle financeiro e outras ferramentas administrativas.
 - b) Diferenciais: Alta personalização, ideal para clínicas de diferentes especialidades.
 - c) Concorrência direta: GestMed, Prontuário Online.

3. Tendências e Oportunidades

As principais tendências incluem:

- Telemedicina: A demanda por consultas online continua a crescer, e os sistemas de gestão precisam se adaptar para integrar soluções de telemedicina.
- Inteligência Artificial (IA): IA está sendo integrada para melhorar a personalização do atendimento e prever a demanda de consultas.

O cumprimento da LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) é essencial para qualquer software de gestão de saúde.

4. Definição do Público-Alvo e Seus Comportamentos

A segmentação do público-alvo para os sistemas de gestão de clínicas médicas inclui três grupos principais:

- Gestores de Clínicas:
 - a) Comportamento: Buscam eficiência operacional, redução de custos e melhoria no atendimento ao paciente.
 - b) Interesses: Soluções que integram agendamento, controle financeiro e comunicação com pacientes.
 - c) Busca: Sistemas escaláveis e com suporte técnico confiável.
- Médicos e Profissionais de Saúde:
 - a) Comportamento: Procuram facilidade de uso para gestão de prontuários e integração com outros sistemas de saúde.
 - b) Interesses: Plataformas com segurança e acesso remoto.
 - c) Busca: Segurança no armazenamento de dados e otimização do tempo.
- Pacientes:
 - a) Comportamento: Buscam facilidade no agendamento de consultas, lembrança de consultas e acesso às informações de saúde.
 - b) Interesses: Soluções práticas e transparentes.
 - c) Busca: Conveniência e eficiência no processo de marcação de consultas e comunicação com médicos.

Estratégia de Crescimento da MarIA

Ao definir os objetivos de crescimento da MarIA, foi realizado um processo detalhado de análise das oportunidades e dos riscos associados ao negócio. Esse estudo incluiu a identificação dos principais fatores críticos de sucesso, fundamentais para o progresso da empresa. A partir dessa análise, foi desenvolvido um plano de ação abrangente, com um cronograma que orienta as atividades em diferentes níveis da organização. Esse plano visa estabelecer marcos de desempenho, que servirão como referência para avaliar o progresso das metas estabelecidas e apoiar as decisões estratégicas futuras.

1. Metas SMART

1.1 Objetivos de Longo Prazo da MarIA:

- a) Expandir a presença nacional e internacional – Tornar-se uma das plataformas líderes em soluções de saúde digital no Brasil, com uma presença sólida em toda a América Latina, atendendo milhares de clínicas e pacientes até 2036.
- b) Aprimorar a qualidade e inovação do serviço – Investir continuamente em melhorias tecnológicas e em funcionalidades inovadoras que aumentem a eficiência e a experiência dos usuários, mantendo a MarIA na vanguarda do setor de saúde digital.
- c) Promover acessibilidade e impacto social – Oferecer soluções que melhorem o acesso à saúde para pacientes em regiões menos

favorecidas, com o objetivo de atingir pelo menos 100.000 usuários em áreas de difícil acesso até 2030.

1.2 Meta de Expansão Regional (Brasil)

- a) Específica: Expandir a operação da MarIA para os 27 estados brasileiros.
- b) Mensurável: Estar presente em pelo menos 4 estados até o final de 2032, com um crescimento de 1 estados por ano a partir de 2028.
- c) Atingível: Com base na análise de demanda e nas parcerias em formação, a meta é escalável e viável.
- d) Relevante: Alinha-se com o objetivo de crescimento da MarIA e a necessidade de acessibilidade nacional.
- e) Temporal: Meta a ser atingida até dezembro de 2030.

1.3 Meta de Satisfação do Usuário

- a) Específica: Manter um índice de satisfação dos usuários superior a 85%.
- b) Mensurável: Acompanhar a satisfação dos clientes por meio de pesquisas trimestrais com feedback quantitativo e qualitativo.
- c) Atingível: Implementar mecanismos de melhoria contínua com base no feedback para atender essa meta.
- d) Relevante: O índice de satisfação elevado garante fidelização e crescimento sustentável.
- e) Temporal: Meta a ser mantida continuamente, com análises trimestrais e ajustes anuais.

1.4 Meta de Captação de Parceiros e Fornecedores

- a) Específica: Captar e manter 60 parceiros estratégicos (clínicas e fornecedores) até o final de 2028.
- b) Mensurável: Ampliar a base de parceiros em 10 novas clínicas e fornecedores a cada semestre a partir de 2026.
- c) Atingível: Com o plano de crescimento atual e os incentivos de adesão, essa meta é alcançável a longo prazo.
- d) Relevante: Essencial para a expansão dos serviços e o alcance de um público maior.
- e) Temporal: Atingir a meta de 60 parceiros até dezembro de 2028.

1.5 Meta de Expansão Internacional (América Latina)

- a) Específica: Estabelecer presença em pelo menos três países da América Latina até 2036.
- b) Mensurável: Iniciar operações em um novo país a cada dois anos, começando em 2030.

- c) Atingível: Com base na análise de viabilidade e expansão planejada, essa meta é possível a longo prazo.
- d) Relevante: Alinha-se ao objetivo de crescimento internacional e diversificação de mercado.
- e) Temporal: Meta a ser concluída até dezembro de 2036.

Esses objetivos e metas estruturam o crescimento da MarIA de forma alinhada com sua visão de mercado, gerando impacto positivo no setor de saúde e promovendo o desenvolvimento sustentável da empresa.

2. Cronograma de Ações da MarIA:

2.1 Primeiro Trimestre Fase Inicial:

- a) Lançamento da plataforma em Anápolis (GO) com clínicas parceiras.
- b) Realização de testes de usabilidade e coleta de feedback de usuários e clínicas.
- c) Formação de parcerias estratégicas com fornecedores e investidores locais.

2.2 Segundo Trimestre Expansão Local:

- a) Início das campanhas publicitárias segmentadas para aumentar a adesão de novos usuários.
- b) Análise do desempenho inicial do sistema e ajustes com base no feedback obtido.

2.3 Terceiro Trimestre Crescimento Regional

- a) Expansão gradual para cidades vizinhas de Goiás.
- b) Implementação de melhorias contínuas no produto com base nos dados de uso e pesquisas.
- c) Aumento da captação de fornecedores e otimização das parcerias estratégicas.

2.4 Quarto Trimestre Consolidação e Preparação para Expansão Internacional:

- a) Análise de viabilidade para inserção em outros mercados estaduais.
- b) Fortalecimento das ações de marketing e parcerias com grandes portais de saúde e empresas de telecomunicações.

O cronograma será acompanhado e ajustado conforme necessário, com a revisão periódica dos marcos e das metas estabelecidas para garantir que o crescimento da MarIA aconteça de forma sustentável e alinhada aos objetivos estratégicos da empresa.

3. Desenvolvimento Do Produto

O sistema MarIA tem o potencial de transformar gradualmente o cenário médico e clínico atual, com o objetivo de simplificar e otimizar processos em diversas áreas da saúde. A coleta e análise contínua de feedback serão fundamentais para guiar o desenvolvimento do produto, permitindo melhorias constantes e alinhadas às necessidades reais dos usuários. Por isso, a validação do sistema

pelo usuário será um aspecto central na evolução da plataforma. A MarIA buscará feedback mensalmente tanto das clínicas quanto dos pacientes, garantindo que as atualizações e aprimoramentos reflitam de forma precisa as expectativas e demandas de ambos os públicos.

Além disso, a expansão nacional do produto depende diretamente de parcerias estratégicas, consideradas fundamentais para o desenvolvimento e a adoção do sistema em larga escala. É essencial estabelecer alianças com grandes parceiros que reconheçam a importância de um sistema clínico de alta qualidade e que apoiem a visão e o planejamento da MarIA. Essas colaborações serão a base para viabilizar a aplicação do sistema de forma eficiente e para promover seu crescimento sustentável no mercado de saúde.

4. Plano de Contingência da MarIA

O Plano de Contingência da MarIA é projetado para minimizar riscos e assegurar a continuidade das operações diante de possíveis interrupções ou desafios. Ele foca nas áreas de tecnologia, parcerias, atendimento e comunicação, permitindo respostas rápidas e adequadas a eventuais crises.

4.1 Área de Tecnologia

Objetivo: Garantir a disponibilidade do sistema e proteger os dados dos usuários.

Risco: Falhas no sistema, perda de dados ou ataques cibernéticos.

Medidas de Contingência:

- a) Backups Diários: Implementação de backups automáticos e diários dos dados.
- b) Segurança Cibernética: Monitoramento constante de segurança com firewalls e softwares antivírus atualizados.
- c) Planos de Redundância de Servidores: Uso de servidores em nuvem redundantes para evitar interrupções.
- d) Equipe Técnica 24/7: Manter uma equipe de suporte técnico disponível para resolução rápida de incidentes.

4.2 Parcerias Estratégicas

Objetivo: Assegurar que a MarIA conte com o suporte de parceiros essenciais para sua operação.

Risco: Perda de parceiros estratégicos, como clínicas ou fornecedores.

Medidas de Contingência:

- a) Diversificação de Parceiros: Estabelecer parcerias com múltiplas clínicas e fornecedores para reduzir a dependência de um único parceiro.
- b) Acordos Flexíveis: Criar acordos contratuais que incluam cláusulas de proteção e continuidade em caso de término da parceria.
- c) Monitoramento de Satisfação: Reuniões regulares com parceiros para identificar e resolver possíveis problemas.

4.3 Atendimento ao Cliente

Objetivo: Manter um nível elevado de atendimento ao cliente, mesmo em situações de crise.

Risco: Sobrecarga no atendimento devido a falhas ou crescimento inesperado de usuários.

Medidas de Contingência:

- a) Escalabilidade da Equipe: Treinar uma equipe extra que possa ser ativada em momentos de maior demanda.
- b) Central de Autoatendimento: Desenvolver uma central de atendimento automatizada com respostas a perguntas frequentes para reduzir a carga de solicitações.
- c) Monitoramento de Feedback: Coletar feedback dos usuários para identificar e solucionar problemas rapidamente, evitando insatisfações.

4.4 Comunicação e Reputação

Objetivo: Proteger a imagem da MarIA e garantir uma comunicação clara com os usuários.

Risco: Impacto negativo na reputação devido a problemas no serviço ou nas parcerias.

Medidas de Contingência:

- a) Plano de Comunicação de Crise: Estabelecer um plano de resposta rápida para informar de forma transparente qualquer problema e as ações tomadas.
- b) Porta voz Designado: Nomear um representante que seja responsável pela comunicação oficial em situações críticas.
- c) Atualização Constante nas Redes Sociais e Site: Informar os usuários por meio das redes sociais e do site da MarIA sobre qualquer ocorrência relevante.

4.5 Financeiro

Objetivo: Assegurar a sustentabilidade financeira da MarIA, mesmo em condições adversas.

Risco: Redução de receita ou aumento inesperado de despesas.

Medidas de Contingência:

- a) Reserva de Emergência: Manter uma reserva financeira para enfrentar períodos de instabilidade.
- b) Monitoramento Contínuo de Gastos: Analisar e ajustar periodicamente os custos operacionais.
- c) Flexibilidade nos Modelos de Preço: Adotar políticas de preços adaptáveis, permitindo ajustes temporários que possam atrair novos clientes ou aumentar a retenção de clientes em períodos de baixa receita.

4.6 Monitoramento e Revisão Contínua

Objetivo: Adaptar o plano de contingência conforme mudanças no ambiente interno ou externo.

Medidas de Contingência:

- a) **Revisões Semestrais:** Revisar o plano de contingência a cada seis meses, incluindo atualizações conforme novas necessidades ou desafios emergentes.
- b) **Testes Regulares de Contingência:** Realizar simulações de crise para assegurar que todos os envolvidos saibam como agir em diferentes cenários.

Plano Operacional

1. Descrição dos Processos Operacionais da MarIA:

A MarIA é um sistema inovador voltado para otimizar o fluxo de atendimentos em clínicas e consultórios médicos, com foco em simplificar e agilizar o trabalho do médico. Seu principal objetivo é facilitar o atendimento ao paciente e reduzir o tempo e esforço gastos com tarefas administrativas, permitindo que os profissionais de saúde concentrem-se no cuidado direto ao paciente.

A assistente de Inteligência Artificial (IA) da MarIA é projetada para ser intuitiva e responsiva, possibilitando que médicos executem ações vitais da consulta por meio de comandos de voz. A assistente é capaz de registrar informações ditadas pelo médico, gerar e imprimir documentos, como receitas e pedidos de exames, e manter registros detalhados dos atendimentos sem a necessidade de interação manual com o computador. Essa abordagem torna o atendimento mais eficiente e melhora a experiência tanto para os profissionais quanto para os pacientes.

2. Recursos Necessários:

2.1 Desenvolvimento e Manutenção de Software:

- a) Equipe de desenvolvedores especializados em Python, IA e machine learning.
- b) Especialistas em interface do usuário (UI) e experiência do usuário (UX) para garantir um sistema intuitivo e eficiente.
- c) Equipe de segurança de dados para garantir que as informações dos pacientes e dos médicos sejam tratadas com sigilo e segurança, conforme as regulamentações de proteção de dados.

2.2 Infraestrutura Tecnológica:

- a) Servidores de alta performance para o processamento de dados e armazenamento seguro das informações de pacientes.
- b) Cloud computing (computação em nuvem) para escalabilidade e confiabilidade do sistema.
- c) Aplicativos móveis para pacientes, oferecendo acesso rápido e fácil a documentos médicos, histórico de consultas e outras funcionalidades.

2.3 Inteligência Artificial e Machine Learning:

- a) Ferramentas e frameworks de desenvolvimento de IA, como TensorFlow e PyTorch.
- b) Bibliotecas de processamento de linguagem natural para entender e interpretar comandos de voz do médico.
- c) Algoritmos de machine learning para otimizar e personalizar a interação entre o sistema e o profissional de saúde.

3. Fornecedores, Cadeia de Suprimentos e Logística:

3.1 Fornecedores de Hardware e Software:

- a) Parceiros de tecnologia para fornecimento de equipamentos como servidores e dispositivos de armazenamento.
- b) Provedores de serviços de computação em nuvem, como AWS ou Google Cloud, que oferecem infraestrutura escalável para processamento de dados.
- c) Fornecedores de ferramentas de desenvolvimento e licenças de software para frameworks de IA e machine learning.

3.2 Parcerias com Clínicas e Consultórios:

- a) Parcerias estratégicas com clínicas e consultórios para testes iniciais do sistema e para coleta de feedback contínuo.
- b) Alianças com universidades e centros de pesquisa para desenvolvimento de novas funcionalidades e avanços na aplicação de IA no setor de saúde.

3.3 Cadeia de Suprimentos e Logística:

- a) A MarIA será distribuída digitalmente, reduzindo a necessidade de um processo logístico físico complexo.
- b) Todo o sistema e aplicativos serão disponibilizados de forma online, o que permite uma implementação prática e rápida, sem a necessidade de instalações físicas de equipamentos nos locais de atendimento.

4. Infraestrutura Física e Tecnológica Exigida:

4.1 Infraestrutura Física:

- a) Escritório com espaço para a equipe de desenvolvimento e suporte técnico.
- b) Ambiente de trabalho seguro e equipado com computadores de alta performance e equipamentos adequados para o desenvolvimento e testes do software.

4.2 Infraestrutura Tecnológica:

- a) Infraestrutura de servidores para armazenamento seguro e acessível das informações dos pacientes.
- b) Ferramentas de segurança cibernética para garantir a privacidade e a

proteção dos dados sensíveis dos usuários.

- c) Ferramentas de análise e monitoramento para acompanhamento da usabilidade e coleta de feedback dos usuários, que permitirão aprimorar o sistema continuamente.

Plano Financeiro

1. Projeções Financeiras

1.1 Demonstrativo de Resultados

O Demonstrativo de Resultados para os primeiros cinco anos do projeto prevê receitas, custos e despesas de operação, além de projeções de lucro líquido.

Receitas: As receitas serão derivadas das assinaturas mensais de clínicas parceiras, publicidade, e de serviços adicionais e de principalmente adequação de renda provinda de projetos que visam investir em pequenas empresas.

Crescimento de Receitas:

- Ano 1: R\$ 300 mil (foco em Anápolis, com expansão inicial para cidades próximas).
- Ano 2: R\$ 600 mil (aumento da base de clínicas parceiras e do número de pacientes).
- Ano 3: R\$ 1,2 milhões (cobertura regional, aumento significativo de parceiros e diversificação de receitas).
- Ano 45: R\$ 1,5 milhões a R\$ 2 milhões (consolidação estadual e início da operação em estados vizinhos).

Custos Operacionais:

- Tecnologia e Infraestrutura: Custo com servidores, segurança, licenciamento de software e atualizações.
- Marketing e Vendas: Inclui campanhas publicitárias, equipe de marketing e comissões de vendas.
- Atendimento ao Cliente: Custo com equipe de suporte e atendimento técnico.

Despesas Fixas e Variáveis: Salários, impostos, despesas administrativas e custos variáveis relacionados à operação da plataforma.

1.2 Balanço Patrimonial

Para monitorar a saúde financeira do projeto, o balanço patrimonial incluirá os ativos, passivos e o patrimônio líquido, refletindo a situação da MarIA nos primeiros cinco anos.

Ativos:

- Ativos de Curto Prazo: Caixa, contas a receber e estoques (serviços de suporte e recursos materiais).

- Ativos de Longo Prazo: Equipamentos, software, propriedade intelectual e infraestrutura de servidores.

Passivos:

- Passivos de Curto Prazo: Fornecedores, contas a pagar e salários.
- Passivos de Longo Prazo: Financiamentos, linhas de crédito e eventuais dívidas para expansão.

Patrimônio Líquido:

- Inicialmente composto por aportes de investidores e projetos governamentais como o BrazilLAB.
- Lucros reinvestidos na empresa, visando o crescimento sustentável da operação.

1.3 Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa será cuidadosamente monitorado para garantir liquidez e eficiência financeira.

- Ano 1-2: Investimentos iniciais elevados devido à expansão geográfica e marketing. Espera-se uma entrada de caixa moderada, com geração de receitas começando a aumentar a partir do segundo semestre.
- Ano 3-5: Com uma base sólida de clientes, espera-se um fluxo de caixa positivo e estável, sustentando o crescimento e abrindo margem para novos investimentos, como a expansão para outros estados do Brasil.

2. Investimentos Iniciais e Necessidades de Capital

- Investimento Inicial Estimado: R\$ 300 mil, distribuídos da seguinte forma:
 - a) Desenvolvimento de Tecnologia: R\$ 90 mil para servidores, desenvolvimento e manutenção da plataforma.
 - b) Marketing e Aquisição de Clientes/Investidores: R\$ 60 mil para campanhas publicitárias, contratação de equipe de vendas e parcerias de marketing.
 - c) Operações e Suporte: R\$ 40 mil para estabelecer uma equipe de atendimento ao cliente e suporte técnico.
 - d) Despesas Administrativas: R\$ 50 mil para despesas de escritório, contratações, treinamento e licenças.
 - e) Reserva de Emergência: R\$ 60 mil para enfrentar possíveis períodos de instabilidade ou situações diversificadas.
- Fontes de Financiamento:
 - a) Investidores Anjo e Capital de Risco: Apoio financeiro de investidores anjo e fundos de venture capital interessados no setor de saúde digital.
 - b) Linhas de Crédito e Financiamento Bancário: Empréstimos com condições favoráveis, visando complementar o capital necessário.

- c) **Receitas Operacionais:** A partir do terceiro ano, parte dos custos será coberta por receitas provenientes de assinaturas e serviços da MarIA.
- d) **Projetos governamentais** que visam investir em pequenas empresas: Adequação de renda provinda de propostas de investimento governamental.

3. Análise de Viabilidade Econômico-Financeira

A análise de viabilidade do projeto é baseada na taxa de crescimento, retorno sobre investimento (ROI) e payback, considerando o potencial de expansão nacional e internacional.

3.1 Indicadores-Chave de Viabilidade

- **Retorno sobre Investimento (ROI):** O ROI é estimado em 42,8% ao final do quinto ano, considerando o aumento da base de usuários e o potencial de retenção.
- **Taxa Interna de Retorno (TIR):** Prevê-se uma TIR de aproximadamente 30%, que indica que o investimento é financeiramente atrativo.
- **Payback:** A expectativa é de recuperar o investimento inicial até o final do quarto ano, com base no crescimento das receitas e na expansão geográfica.

3.2 Cenários de Viabilidade

- **Cenário Otimista:** Expansão acelerada, parcerias consolidadas e crescimento significativo da base de usuários, permitindo retorno antecipado do investimento.
- **Cenário Base:** Expansão gradual conforme planejado, com crescimento consistente e ROI em linha com o esperado.
- **Cenário Conservador:** Expansão mais lenta, desafios na conquista de parcerias ou no desenvolvimento de funcionalidades adicionais, exigindo ajustes no orçamento e extensão do payback.

3.3 Mitigação de Riscos Financeiros

Para garantir a viabilidade financeira, medidas de mitigação de riscos foram definidas:

- **Controle de Custos:** Monitoramento rigoroso de custos operacionais e administrativos, garantindo que o projeto permaneça dentro do orçamento.
- **Adaptação às Condições de Mercado:** Flexibilidade nas estratégias de preços e parcerias, adaptando-se às necessidades do mercado.
- **Reserva de Capital:** Manutenção de uma reserva financeira para suportar períodos de instabilidade ou imprevistos.

Marketing e Vendas

A estratégia de marketing da MarIA visa conquistar o mercado de forma sustentável e

gradual, com foco inicial no estado de Goiás, especialmente na cidade de Anápolis e região. Posteriormente, a expansão alcançará outros estados brasileiros, com o objetivo de atingir, a longo prazo, países da América Latina. O plano de marketing foi desenvolvido considerando os principais fundamentos estratégicos e visa atrair tanto consumidores quanto fornecedores para aderirem ao sistema através da percepção de uso gradualmente aprimorada pelo sistema. As projeções indicam um crescimento expressivo já no primeiro ano, beneficiando mais de 10.000 pacientes ao longo desse período com o uso do produto e promovendo melhorias significativas nos resultados para todos os envolvidos.

As clínicas já associadas à produção do produto tendem a maximizar os benefícios proporcionados pela MarIA, criando uma conexão direta com o cliente final. Os resultados dessa parceria serão acompanhados continuamente, com base em critérios de usabilidade, pesquisas de satisfação e avaliação da praticidade no uso do produto. Esse monitoramento permitirá ajustes e melhorias ao longo do tempo, assegurando que o produto atenda às necessidades dos pacientes e promova uma experiência positiva para todos os envolvidos.

1. Produto

Inicialmente, o produto será disponibilizado para clínicas apoiadoras, com o objetivo de realizar uma fase de testes de usabilidade e promover melhorias contínuas ao longo do tempo. Outros apoiadores interessados poderão adquirir o produto em modelo de teste, por meio de parcerias que contribuam para o aperfeiçoamento do sistema

1.1 Adesão do produto em fase inicial

Algumas considerações:

- a. Serão enviadas propostas de adesão de serviço para até 5 clínicas por mês;
- b. Todas as clínicas terão igualdade de oportunidades para firmar parceria;
- c. Definiu-se como índice de satisfação da clínica o recebimento
- d. mínimo de 20 (vinte) usos mensais do produto. O não atendimento do índice
- e. implica a diminuição da retenção dos clientes;
- f. A clínica só paga pelo produto se o índice de satisfação for considerado alto.

1.2 Publicidade no Site

Considerações:

- a) Cada página do site exibirá um único full banner, assegurando a visibilidade e os melhores resultados para os anunciantes, em linha com o compromisso da MarIA em oferecer valor aos seus parceiros;

- b) No lançamento do site, os banners serão vendidos com segmentação por categorias e subcategorias, para atingir públicos específicos de forma eficaz;
- c) Com base nos resultados iniciais, será avaliada a possibilidade de comercializar anúncios com segmentação adicional por palavra-chave e região, aprimorando o alcance e a relevância para os públicos-alvo das clínicas e fornecedores parceiros.

2. Preço

A estratégia de expansão da MarIA adota uma política de preços acessíveis, direcionada às clínicas de pequeno e médio porte. Com base na experiência da equipe MarIA e na análise das demandas do mercado, foi definido um plano de assinatura mensal para o software, que cobre manutenção, usabilidade e atualizações contínuas, garantindo o suporte necessário para otimizar a experiência dos usuários e a funcionalidade do sistema. Variando a tabela de preço de acordo com a estrutura a ser implementada.

3. Praça

A estratégia de expansão da MarIA, fundamentada na análise de mercado, começará com foco no estado de Goiás, particularmente em Anápolis e regiões próximas. À medida que o sistema se consolida, a expansão para outros estados brasileiros será gradual, com planos para, no futuro, atingir mercados em países da América Latina.

4. Promoção

A MarIA utilizará uma variedade de canais publicitários para promover sua plataforma, direcionando esforços tanto para os usuários finais (pacientes) quanto para os fornecedores de produtos e serviços. Serão desenvolvidas estratégias de publicidade e promoções personalizadas para cada clínica, com o objetivo de aumentar a adesão e o engajamento, garantindo benefícios mútuos para todos os participantes do sistema.

4.1 Usuário (Consumidor)

- a) Publicidade inicial: 120 dias
- b) Público alvo: Clínicas
- c) Ações:
 - Propostas de adesão de serviço

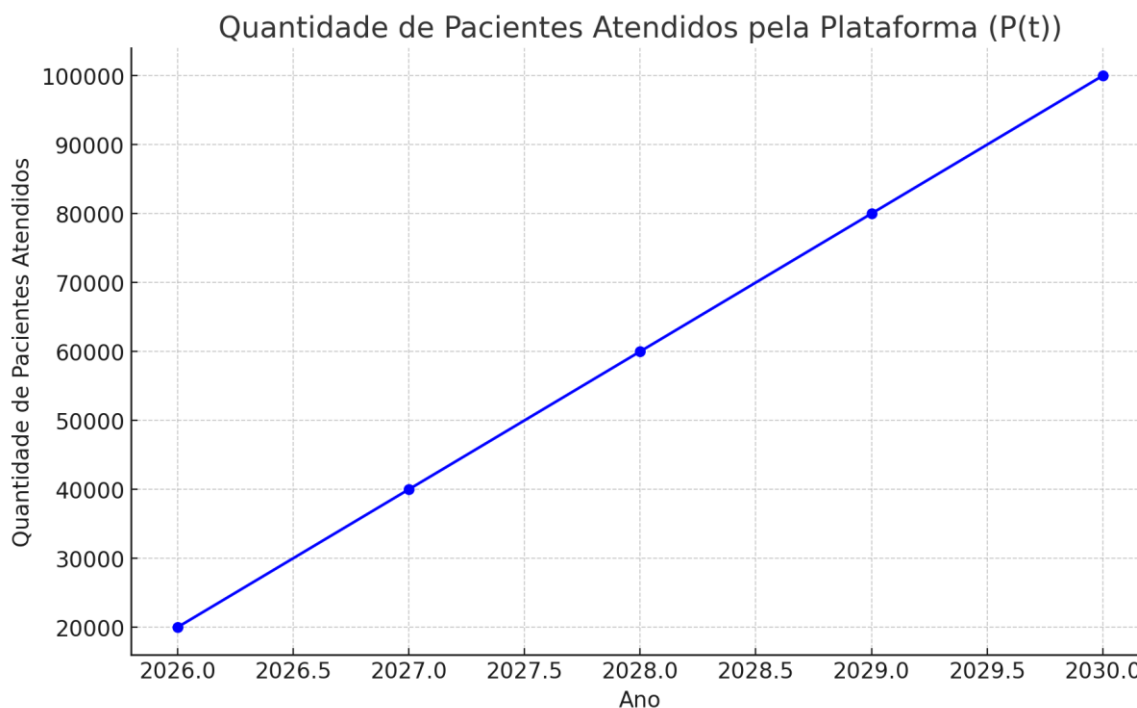
4.2 Manutenção Mensal

- a) Ações
 - Atualizações de visualização do sistema
 - Propostas de adesão de serviço

- 5. A presença online torna ainda mais essencial a construção de parcerias estratégicas para garantir a liderança da MarIA no mercado. Existem três principais objetivos ao buscar essas colaborações:

- 1) Redução dos custos com marketing
- 2) Expansão da rede de usuários ativos.
- 3) Potencialização do capital e dos recursos da empresa

Consideram-se potenciais parceiros estratégicos para a MarIA: investidores, grandes portais de saúde, plataformas de leilão de serviços médicos e empresas de telecomunicações.



Plano de Vendas

O plano de vendas do sistema MarIA foi estruturado para garantir uma implementação bem-sucedida e sustentável nas clínicas médicas, com um foco estratégico em parcerias, relacionamento direto com médicos, fidelização e expansão de mercado.

1. Estratégias de Vendas e Canais de Distribuição

A MarIA será introduzido ao mercado por meio de uma abordagem focada em parcerias estratégicas com médicos, que atuarão como principais embaixadores do sistema. Esses médicos parceiros terão um papel fundamental na fase inicial de testes, permitindo que o MarIA seja ajustado e aprimorado com base em suas experiências e feedback direto. Através dessas parcerias, buscamos:

- a) **Validação e Confiança:** Médicos renomados e pioneiros na utilização do MarIA agregarão valor ao produto, atuando como referências de credibilidade e eficiência no mercado.
- b) **Adaptação às Necessidades:** O envolvimento direto dos médicos durante a fase piloto permitirá adaptações específicas, ajustando o sistema para atender precisamente às demandas reais do consultório, aumentando a aceitação entre novos usuários.
- c) **Canais de Distribuição Estratégicos:** Além do marketing boca a boca,

focaremos em plataformas digitais, como sites e redes sociais especializadas na área médica, e em eventos de saúde. Isso possibilitará um alcance segmentado, atingindo diretamente o público-alvo do sistema.

Com uma equipe de vendas treinada e um posicionamento consultivo, o MarIA será demonstrado aos médicos de forma personalizada, mostrando como as funcionalidades podem solucionar desafios do dia a dia e melhorar a experiência no consultório. Essa equipe também terá o apoio de ferramentas de CRM e acompanhamento contínuo para maximizar o sucesso e o engajamento do cliente desde o primeiro contato até o pós-venda.

2. Metas de Vendas e Previsões de Demanda

O plano de metas de vendas do MarIA foi desenhado para uma expansão gradual e sustentada, baseada em fases progressivas:

- a) Fase Piloto (0-6 Meses): Nesta fase inicial, pretendemos estabelecer parcerias com médicos selecionados, que utilizarão o MarIA em seus consultórios, ajudando a refinar o sistema. A meta é firmar parcerias com um número de clínicas que permita o acompanhamento detalhado, garantindo um feedback rico e a identificação de áreas de melhoria. Nessa fase, buscamos conquistar aproximadamente 2 a 6 parceiros estratégicos.
- b) Expansão Regional (12-24 Meses): Após o período piloto e o aprimoramento das funcionalidades com base no feedback, o sistema será ampliado para mais clínicas dentro da mesma região. Estima-se um crescimento gradual da base de clientes, com a meta de atingir de 8 a 15 novos contratos até o final do segundo ano.
- c) Escala Estadual (24-48 Meses): Após a validação e consolidação regional, iniciaremos a expansão estadual, entrando em contato com clínicas em outras regiões. Nessa etapa, o objetivo é atingir de 20 a 50 novos contratos, apoiados por um marketing fortalecido e pela reputação construída ao longo da fase inicial.

Para sustentar essas metas, a equipe de vendas contará com ferramentas de análise de desempenho e previsões de demanda, monitorando constantemente o crescimento e ajustando as ações conforme a aceitação do mercado.

3. Estratégias de Relacionamento com Clientes e Fidelização

A fidelização dos médicos parceiros e de seus pacientes é fundamental para o sucesso do sistema MarIA. Com isso em mente, desenvolvemos uma estratégia robusta de relacionamento, com foco em oferecer uma experiência superior que incentive a continuidade do uso do sistema e a recomendação para outros profissionais. As principais ações incluem:

- a) Parceria Direta com Médicos: Os médicos parceiros serão envolvidos ativamente em cada etapa de desenvolvimento e aprimoramento do sistema, valorizando suas contribuições e promovendo um senso de propriedade no uso do MarIA. Essa proximidade contribui para um feedback contínuo e

genuíno, além de promover o engajamento e a fidelidade.

- b) **Suporte Técnico de Alta Qualidade:** Será oferecido suporte técnico especializado, com atendimento disponível em horários estratégicos para atender aos médicos no momento em que mais precisam. A equipe de suporte será treinada para responder prontamente, resolver problemas e promover um uso eficiente do sistema.
- c) **Treinamento e Atualizações Constantes:** Realizaremos treinamentos periódicos para manter os usuários atualizados sobre as novas funcionalidades e boas práticas de uso do sistema. Esses treinamentos serão realizados online e em eventos presenciais, oferecendo uma experiência interativa e personalizada para os médicos.
- d) **Comunicação e Relacionamento:** Através de canais diretos, como newsletters e comunicações personalizadas, manteremos os médicos informados sobre atualizações do sistema, novidades no setor e melhores práticas. Esse contato constante fortalece o relacionamento e mantém o médico sempre envolvido e informado sobre o MarIA.

Além disso, ao facilitar o acesso dos pacientes às informações e documentos gerados no consultório por meio do aplicativo MarIA, aumentamos o valor percebido pelo paciente, que terá mais autonomia e segurança com relação a seus dados de saúde. Isso também reforça a fidelização, pois o paciente perceberá o diferencial que a clínica oferece com o uso de um sistema tecnológico, prático e de fácil acesso.

Plano de Crescimento da MarIA

O Plano de Crescimento da MarIA visa consolidar a empresa como uma plataforma de referência no setor de saúde digital, promovendo soluções inovadoras e acessíveis para clínicas e pacientes. O objetivo é fortalecer sua presença nacional, explorar novos mercados internacionais e expandir a oferta de funcionalidades e serviços para atender às necessidades emergentes do setor.

1. Estratégias para Expansão Futura

1.1 Expansão Geográfica

A expansão inicial da MarIA concentra-se em Goiás, com foco em Anápolis e regiões próximas. No médio prazo, o objetivo é estender a operação para outros estados brasileiros e, a longo prazo, atingir mercados na América Latina.

a) Expansão Nacional:

- **Ano 5-6:** Consolidação no estado de Goiás e expansão para estados próximos, como Minas Gerais, São Paulo e Distrito Federal, com foco em parcerias estratégicas locais.
- **Ano 6-10:** Cobertura em estados chave para o setor de saúde no Brasil, com estratégias de marketing adaptadas às demandas e culturas regionais.
- **Ano 10 e além:** Operação nacional consolidada, com um aumento significativo na rede de clínicas parceiras e maior reconhecimento da marca MarIA.

b) Expansão Internacional:

- Ano 6-10: Entrada no mercado latino-americano, com prioridade para países com alto potencial de crescimento no setor de saúde digital, como Argentina, Chile e Colômbia.
- Ano 10 e além: Estabelecimento da MarIA como uma plataforma regional para saúde digital na América Latina, com adaptação do sistema a necessidades locais e possíveis parcerias internacionais.

1.2 Ampliação de Funcionalidades e Linhas de Produtos

Para atender às necessidades em constante evolução do setor de saúde, a MarIA buscará expandir seu portfólio de funcionalidades e serviços.

- a) Serviços Personalizados para Clínicas: Oferecer opções personalizáveis e pacotes especializados, como módulos específicos para gestão de agenda, atendimento telemedicina, e armazenamento seguro de prontuários eletrônicos.
- b) Funcionalidades para Pacientes: Expandir a experiência do paciente, incluindo funcionalidades como agendamento online, consulta por vídeo e acesso aos próprios dados de saúde.
- c) Integração com Dispositivos de Saúde: Desenvolver funcionalidades que integrem dados de dispositivos vestíveis e equipamentos médicos, permitindo que clínicas e pacientes acompanhem a saúde de forma mais precisa e contínua.
- d) Relatórios e Análises Avançadas: Fornecer às clínicas relatórios detalhados e insights baseados em inteligência artificial para melhorar a tomada de decisões e a eficiência do atendimento.

1.3 Parcerias Estratégicas e Rede de Fornecedores

- a) Parcerias com Empresas de Tecnologia: Firmar alianças com provedores de tecnologia, como empresas de segurança cibernética e inteligência artificial, para garantir uma plataforma robusta e inovadora.
- b) Rede de Fornecedores Médicos: Expandir a rede de fornecedores, incluindo laboratórios, distribuidores de equipamentos médicos e farmácias parceiras, para criar um ecossistema que atenda plenamente as clínicas e pacientes.

1.4 Expansão para Segmentos Adjacentes

No médio e longo prazo, a MarIA planeja expandir para novos segmentos dentro do setor de saúde:

- Saúde Corporativa: Oferecer serviços para clínicas e programas de saúde ocupacional em empresas, ajudando-as a monitorar a saúde de seus colaboradores.
- Educação e Capacitação em Saúde: Criar módulos de capacitação online para profissionais de saúde, promovendo desenvolvimento contínuo e atualização sobre as melhores práticas clínicas.

2. Investimentos Necessários para o Crescimento

Para alcançar esses objetivos ambiciosos, serão necessários investimentos estratégicos em várias áreas críticas.

2.1 Infraestrutura Tecnológica e Desenvolvimento

- a) Servidores e Hospedagem: Investimentos em infraestrutura em nuvem para garantir escalabilidade e estabilidade da plataforma em períodos de crescimento de usuários.
- b) Segurança de Dados: Recursos destinados à segurança cibernética, com tecnologia avançada para proteção de dados, monitoramento e criptografia.
- c) Inteligência Artificial e Big Data: Investimentos em ferramentas de inteligência artificial para análise de dados e personalização de serviços, incluindo previsões de saúde e análises de eficiência operacional para as clínicas.

2.2 Marketing e Expansão de Marca

- a) Campanhas de Lançamento e Expansão Regional: Recursos direcionados para campanhas de marketing nos estados prioritários e, futuramente, em países latino-americanos.
- b) Programa de Parcerias e Afiliados: Investimento em programas de incentivo para ampliar a rede de clínicas e fornecedores parceiros, com campanhas e bonificações que fortaleçam o relacionamento com a MarIA.
- c) Marca e Reconhecimento: Fortalecer a imagem e a confiança na MarIA por meio de campanhas de publicidade e eventos de saúde, e estabelecer a marca como uma referência no setor.

2.3 Expansão da Equipe e Capacitação

- Equipe Técnica: Expansão da equipe de desenvolvimento, incluindo engenheiros de software e especialistas em UX/UI para garantir uma plataforma intuitiva e robusta.
- Atendimento ao Cliente e Suporte: Aumentar a equipe de suporte técnico e atendimento ao cliente para atender à demanda crescente e garantir a satisfação dos usuários.
- Capacitação e Treinamento: Investir em treinamentos para equipes internas e para os profissionais de saúde parceiros, promovendo o uso pleno da plataforma e a atualização constante em práticas de saúde digital.

2.4 Pesquisa e Desenvolvimento (P&D)

- Testes e Validação de Funcionalidades: Recursos para pesquisas contínuas e testes de novas funcionalidades, garantindo que o produto atenda às expectativas dos usuários e se mantenha alinhado com as tendências do setor.
- Inovação e Feedback dos Usuários: Investir em processos para coletar e analisar o feedback dos usuários, permitindo ajustes e inovações com

base nas necessidades reais de clínicas e pacientes.

3. Resultados Esperados e Prazos de Execução

- Aumento da Base de Clientes: Esperase triplicar o número de clínicas parceiras e expandir significativamente a base de pacientes nos primeiros cinco anos de operação.
- Reconhecimento Nacional e Regional: Até o quinto ano, a MarIA deve alcançar forte reconhecimento de marca em várias regiões do Brasil e nos principais mercados da América Latina.
- Retorno sobre Investimento (ROI): A previsão é que os investimentos estratégicos resultem em um aumento significativo de receita, com retorno positivo após o segundo ano de expansão internacional.

Anexos

A seguir estão anexados documentos e informações adicionais que complementam o plano de desenvolvimento do sistema MarIA. Esses anexos fornecem detalhes relevantes para a compreensão completa do projeto e suas bases, reforçando o embasamento estratégico do projeto:

1. Fontes relacionadas a pesquisa de mercado:

[Pwc – Industria de Saude](#)

[IBGE – Estatísticas Sociais de Saude](#)

[IClinic](#)

[Deloitte – Insights Saude Digital](#)

[Startup Health](#)

[BVSMS – Tendencias Tecnologicas na gestão de saude](#)

2. Metodologia Ágil (SCRUM):

Equipe do Projeto MarIA

- Dono do Produto: Antonio Marcos de Sousa Oliveira
Responsável por ser a voz do cliente, identificar as necessidades e garantir que seja entregue o maior valor possível, baseado nas expectativas e demandas do cliente.
- Scrum Master: Marcos Henrique Fernandes Santana
Responsável por guiar o Time Scrum, assegurar que as práticas Scrum sejam seguidas e orientar o time sempre que necessário.
- Time Scrum:
 - Carlos Daniel Campos Silva – Responsável pela parte de desenvolvimento do software.
 - Lucas de Souza Barbosa – Responsável pela parte de

desenvolvimento do software.

- Pedro Igor Bernardes Marinho – Responsável pela parte de desenvolvimento do software.
- Leandro Luiz Camargo Ribeiro – Responsável pela parte de desenvolvimento do software.
- Kariny Alves Godoi – Responsável pela parte de desenvolvimento do software.
- Thiago Oliveira Duarte – Responsável pela parte de desenvolvimento do software.
- Leonardo Lopes da Cruz – Responsável pela parte de desenvolvimento do software.

3. Contratos e Parcerias Estratégicas:

Duas clínicas de pequeno porte estão ajudando no processo de pesquisa, desenvolvimento de campo, teste de usabilidade e feedback relacionado ao produto.

4. Plataforma de desenvolvimento colaborativo:

[Link para o GitHub](#)

5. Plataforma de prototipagem de design:

[Link para o Figma](#)

6. Normas de Segurança e Privacidade:

[LGPD](#)

[BVSMS – Política Nacional de Gestão de Tecnologia na Saude](#)