



**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

# **CASE**

# **OPERAÇÕES E PROCESSOS**

## Diagnóstico da Empresa

### Um pouco da história da empresa:

Desde que foi fundada em 1994, a Via Oral Saúde tem sido sinônimo de competência e modelo para o mercado de Brasília, em sua missão de aproximar a sociedade da odontologia. Sua marca é de prestígio. Seus valores, sua cultura e a profunda relação mantida com seus clientes foram construídos com muita dedicação e trabalho, que sustentam e consagram o sistema Via Oral Saúde. Integridade e confiança foram sempre a base sólida para os seus projetos de ontem, hoje e continuarão sendo para os do amanhã.

Nenhuma outra empresa do setor foi capaz de se transformar tão dinamicamente face à nova ordem e à competitividade crescente do mercado. A Via Oral Saúde é uma organização de encontro e transformação constantes. É pioneira em ideias, fatos e métodos. A empresa foi a primeira a adotar a transparência total com seus clientes e fornecedores. Criou o primeiro e o mais consciente programa de fidelização de dentistas. Focando sempre a liderança na tecnologia.

**Nome da Empresa:** Via Oral Saúde

**MVV:** Missão, Visão e Valores.

- **Missão:** Tornar-se um referencial em atendimento médico e odontológico a preços acessíveis.
- **Visão:** Ser o maior grupo de Medicina e Odontologia do Distrito Federal
- **Valores:** Transparência, ética e pessoas (força de trabalho).

**Porte da Empresa:** Pequeno porte. Atuação no ramo de planos de saúde. Seu dono trabalha na condução e direção das equipes de vendas e credenciamento dos profissionais.

**Tempo de Mercado:** 23 anos. Atua no mercado desde 1994.

**Segmento:** Planos de Saúde (odontológicos e médicos)



## PROJETOS

Consultoria Integrada

### Análise SWOT

ANÁLISE SWOT	
Empresa:	VIA ORAL SAÚDE
Forças (Strengths): vantagens competitivas da empresa/ pontos positivos do processo interno	
Pontos Fortes	
1	Criou o primeiro programa de fidelização de dentistas
2	Percentual de 70% de descontos em tratamento odontológicos e Médicos
3	Plano odonto e médico sem carência, sem pagamento de mensalidades
Fraquezas (Weakness): vulnerabilidades da empresa/ pontos a melhorar no processo interno	
Pontos Fracos	
1	Facilidade para novos entrantes (concorrência)
2	Conflitos constantes com CRO e CRM (Conselhos de Classe), devido a prática de preços abaixo da tabela com credenciados parceiros
3	Baixo grau de renovação dos contratos, devidos a criação de laços entre clientes e dentistas parceiros
Oportunidades (Opportunities): forças externas que são favoráveis	
Oportunidades	
1	Processos favoráveis para criação de novos produtos
2	Baixa oferta de serviços semelhantes pelo mercado
3	Renovação do perfil e ou carteira de clientes constantemente (cada 05 anos)
Ameaças (Threats): obstáculos externos	
Ameaças	
1	Ação judicial movida por CRO e CRM - fator impeditivo para continuação de atividades
2	Preços de convênio iguais aos cobrados pelos dentistas, sem necessidade de se fazer plano

## **Ações Estratégicas:**

### **Planejamento Estratégico: Via Oral Saúde**

#### **Onde a empresa se encontra?**

Atualmente a empresa possui 20.000 associados em todo o Distrito Federal – Plano semi-integral

#### **Para onde a empresa deve ir?**

A Via Oral Saúde deverá atender o percentual do mercado que não possui planos de saúde mudando seu Plano Semi-integral para um Plano Integral que atenda 2.000 novos associados ao ano.

#### **Como chegar lá?**

Preços competitivos, uma ampla rede de atendimento, redução de carências e abrangência para pessoas idosas.

### **Análise interna: Via Oral Saúde**

#### **Estrutura organizacional**

Um sócio proprietário e Setor Administrativo e Comercial (com secretariado e vendedores).

#### **Valores**

Ética, transparência e valorização das pessoas.

#### **A principal meta**

A meta da empresa é associar dois mil novos clientes a cada ano.



**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

### **Serviços apresentados pela Via Oral Saúde**

Plano para atendimento médico e odontológico a preços reduzidos.

### **Os pontos fortes que devem ser mantidos pela empresa**

Tabela de tratamento, isenção de carências e pagamento de mensalidades.

### **Os Pontos fracos que devem ser melhorados pela empresa**

Intensificar a relação Empresa x Cliente, para aumentar o grau de renovação de contratos;

Melhorar a relação com os Conselhos de Classes (CRO e CRM).

### **Financeiros**

Boa capacidade em honrar compromissos financeiros, seu fluxo de caixa encontra-se saudável.

### **Infraestrutura física**

Sala comercial no shopping Conjunto Nacional. Ambiente adequado e completo, com duas salas, sendo uma exclusiva aos vendedores da empresa.

### **Recursos humanos**

Descentralizar atividades gerenciais do comando do proprietário.

### **Análise externa: Via Oral Saúde**

#### **Ameaças**

Novas empresas com propostas parecidas;  
Suspensão das atividades pelos Conselhos de Classes;  
Ação judicial movida por CRO e CRM (fator impeditivo para continuação de atividades;  
Preços de convênio iguais aos cobrados pelos dentistas, sem necessidade de se fazer plano.

#### **Oportunidades**

Mercado em ampla fase de crescimento;  
Processos favoráveis para criação de novos produtos;  
Baixa oferta de serviços semelhantes pelo mercado;  
Renovação do perfil ou carteira de clientes constantemente (a cada cinco anos).

#### **Fatores econômicos**

Serviços de baixo custo, acessível a todas as classes sociais.

#### **Sociais**

Acesso às classes menos favorecidas para atendimento odontológico e médico.

#### **Serviços apresentados pela Via Oral Saúde**

Planos de saúde odontológicos e médico.

### **Objetivos da empresa: Onde a Via Oral está e para onde quer ir?**

#### **Objetivo financeiro da empresa**

Faturamento bruto anual R\$ 600.000,00

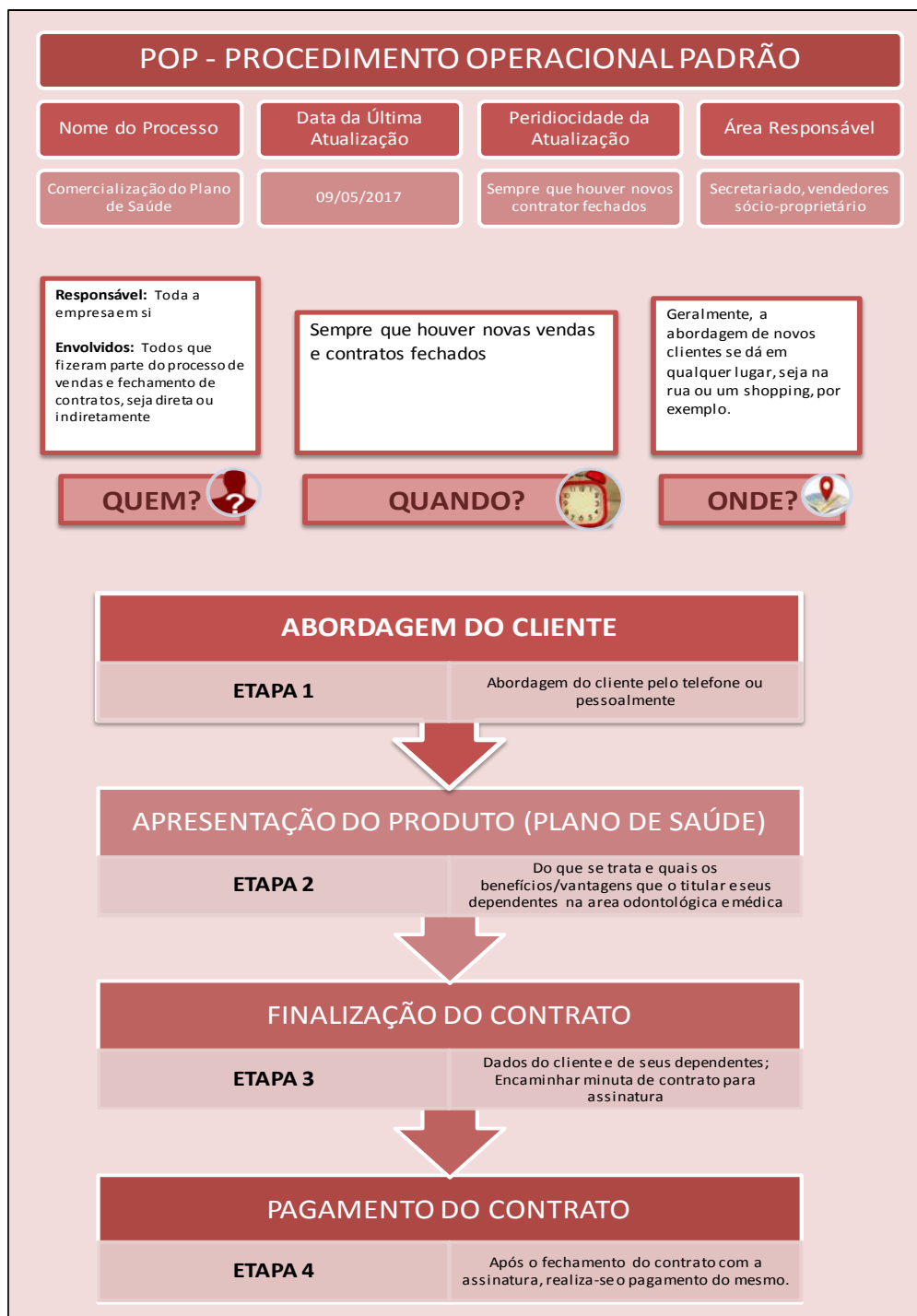
#### **Faturamento, rentabilidade, quantidade de filiais, posicionamento no mercado**

R\$ 400.000,00/ano



**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

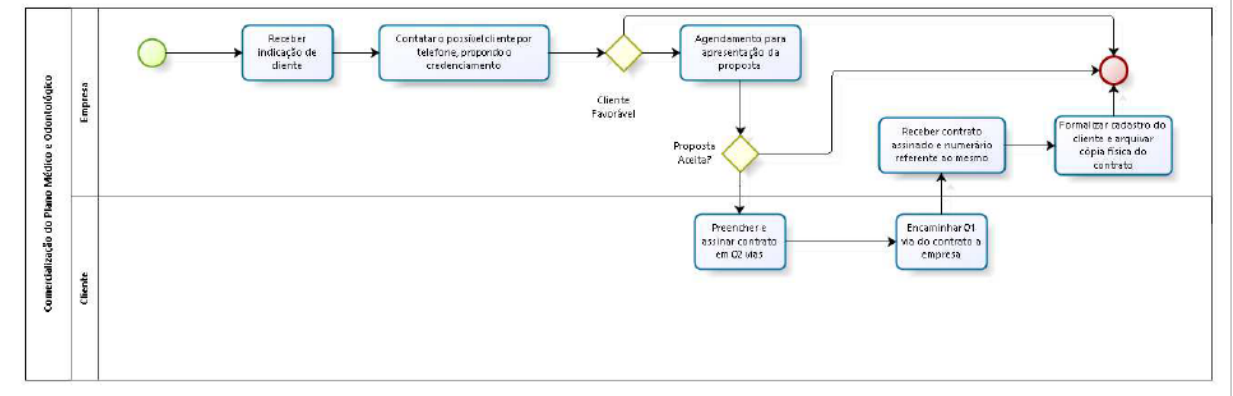
## Procedimento Operacional Padrão – Comercialização do Plano de Saúde





**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

## Fluxograma - Comercialização do Plano de Saúde







**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

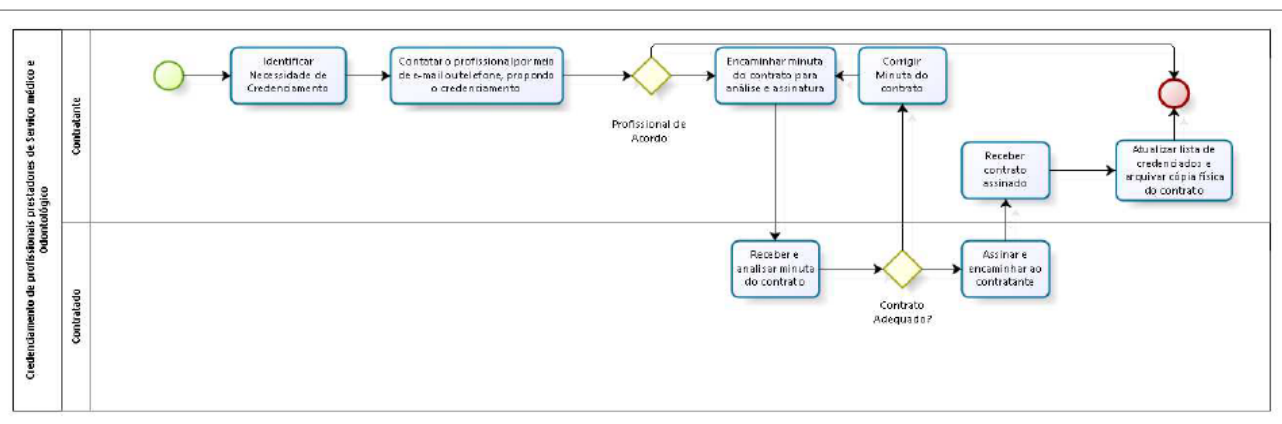
## Procedimento Operacional Padrão – Credenciamento de profissionais prestadores de Serviço Médico e Odontológico





**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

## Fluxograma - Credenciamento de profissionais prestadores de Serviço Médico e Odontológico





**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

## DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS

Como a Via Oral alcançará suas metas?

### Cenário

- **Pontos Fortes:** Criou o primeiro programa de fidelização de dentistas e médicos; Percentual de 70% de desconto em tratamentos médicos e odontológicos; Plano de Saúde sem carência, sem pagamento de mensalidades.
- **Limitações:** Facilidade para novos entrantes (concorrência); Conflitos constantes com CRO e CRM, devido à prática de preços abaixo da tabela com credenciados parceiros; Baixo grau de renovação dos contratos, devido a criação de laços entre clientes e dentistas parceiros.
- **Ameaças:** Ação judicial movida por CRO e CRM – fator impeditivo para continuação de atividades; Preços de convênios iguais as cobrados pelos dentistas, sem necessidade se fazer plano.
- **Oportunidades:** Processos favoráveis para criação de novos produtos; Baixa oferta de serviços semelhantes pelo mercado; Renovação do perfil e ou carteira de clientes constantemente (cada 05 anos)

**Objetivo:** Aumentar em 50% seu faturamento bruto anual (4% ao mês).

**Estratégias e proposta final:** Plano de marketing agressivo (rádio, tv, redes sociais como Facebook e Instagram, website);  
Produto de qualidade, onde as pessoas lembrem quem é a Via Oral Saúde;  
Uma equipe de vendas treinada e um pessoal interno capacitado para atender ligações e fechar novos contratos;  
Investimento de 15% da sua receita bruta mensalmente em vias mais acessíveis na área da publicidade, como rádio.

Referências: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/como-elaborar-um-planejamento-estrategico,854836627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>