Plano de negócios: Vida Segura – Saúde e Segurança Ocupacional (Parte 1 - página 1 a 76)

Anderson Monteiro Dela Culeta Santoro[1]; Lucas Caitano Medeiros[1]; Natalia Dias Lemes[1]; Nilton Rogério Marcondes[2], Eliana Josefa da Silva[2]; Norberto Luiz de França Paul[2]

Resumo

O presente Trabalho de Conclusão de Curso delineia um paradigma na prestação de serviços de Saúde e Segurança do Trabalho, propondo uma abordagem inovadora ao migrar dos tradicionais atendimentos em clínicas físicas para um modelo estratégico que incorpora a mobilidade da unidade móvel e a flexibilidade do atendimento *In Company*. A concepção do projeto emergiu de discussões, resultando na conclusão de que essa abordagem, especialmente direcionada a empresas de pequeno e médio porte situadas em locais apropriados, permitiria uma oferta de serviços mais eficaz. O uso de profissionais altamente capacitados e palestrantes, são recursos valiosos ao abordar temas como a Prevenção de Acidentes no Ambiente de Trabalho, treinamentos especializados no correto uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) e a promoção do bem-estar dos colaboradores, destacando o *Screening* de Saúde. O embasamento da proposta foi solidificado mediante o uso da pesquisa qualitativa, que explorou não apenas a viabilidade, mas também a estruturação e manutenção do projeto. A Vida Segura apresenta uma oferta que se destaca por sua facilidade, inovação e atendimento personalizado, visando a necessidade de cada cliente.

Palavras-chave: Unidade móvel. *In Company*. *Screening* de Saúde. Saúde e Segurança do Trabalho.

Abstract

This graduation project represents a broken paradigm in the provision of Occupational Health and Safety services, proposing an innovative approach by switching from traditional services in physical clinics to a flexible and strategic model that incorporates commodity through a mobile service, innovating our In Company services. The ideia of the project emerged after our brainstorming about how we will improve the traditional occupational health and safety services resulting in the conclusion that this approach, there segment will be at small and medium-sized companies situated in appropriate locations, allowing for a more effective offer of services. The basis of the proposal was solidified through qualitative research, which explored not only the viability, but also the structuring and maintenance of the project. Vida Segura has an offer that distinguishes itself from others by offering facilities, innovation, and personalized service, focused on the necessity of each client.

Keywords: *Mobile unit. In Company. Innovation. Occupational Health and Safety.*

---

[1] Acadêmicos formandos do Curso de Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC – Praia Grande

[2] Professores Mestres Orientadores Faculdade de Tecnologia de Praia Grande FATEC – Praia Grande

"O que conta não é o negócio que você consegue,
mas sim o negócio que você consegue manter."

(Crowell, 2008, p. 334)

Sumário executivo

A seguir será feito um detalhamento do plano de negócios da empresa Vida Segura, descrevendo seus empreendedores e suas atividades.

1. Descrição do Negócio - O projeto "Vida Segura" é uma iniciativa focada em fornecer serviços de Saúde e Segurança Ocupacional para empresas de pequeno e médio porte na Baixada Santista. Nosso diferencial reside em uma unidade móvel equipada com médicos especializados e laboratório de análises, oferecendo atendimento *In loco* e *In Company*.

2. Fundadores - O projeto foi idealizado e é liderado por três sócios: Anderson Monteiro Dela Culeta Santoro, Lucas Caitano Medeiros e Natalia Dias Lemes. Cada um traz consigo a experiência de como gerir um negócio, garantindo uma abordagem abrangente e eficaz para as necessidades de Saúde e Segurança Ocupacional.

3. Diferenciais Competitivos - A unidade móvel é o nosso principal diferencial, permitindo-nos atender as empresas diretamente em sua sede. Além disso, contamos com uma equipe preparada para oferecer soluções completas aos nossos clientes.

4. Mercado Alvo - Nosso foco está em empresas de pequeno e médio porte na Baixada Santista. Acreditamos que essas empresas se beneficiarão significativamente de nossos serviços, proporcionando-lhes acesso fácil a cuidados de qualidade.

5. Concorrência - Identificamos a empresa *Doctor's* como um concorrente significativo na região, com muitos anos de experiência e uma base estabelecida de clientes. No entanto, nosso objetivo é nos diferenciar por meio de uma abordagem inovadora e personalizada, concentrando-nos na comodidade para os clientes.

6. Objetivo Estratégico - Nosso principal objetivo é tornarmos referência em serviços de Saúde e Segurança Ocupacional na Baixada Santista. Pretendemos alcançar isso oferecendo facilidade para os nossos clientes, destacando-nos como uma escolha preferencial na região.

7. Estratégias de Crescimento - Planejamos alcançar o crescimento por meio da expansão da base de clientes, parcerias estratégicas e uma abordagem proativa de *marketing*. A satisfação do cliente será central em todas as nossas estratégias.

8. Finanças e Investimentos – Detalhamos as projeções financeiras, investimentos necessários e estratégias de captação de recursos para garantir o desenvolvimento sustentável do projeto Vida Segura.

9. Conclusão – A Vida Segura visa revolucionar a prestação de serviços de Saúde e Segurança Ocupacional na Baixada Santista. Com uma abordagem inovadora e dedicada, com excelência no atendimento alcançaremos nosso objetivo de ser referência na região.

1 Introdução

Empreender é uma atividade que visa algo novo ou inovador no mercado, que realiza ações, decisões e execuções de um plano de negócio com o surgimento de soluções, oportunidades e/ou necessidades. Segundo Wildauer (2011) empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa possui de formular uma ideia sobre um determinado produto ou serviço em um mercado, seja essa ideia nova ou não.

Empreendedorismo é seguido de desafios, planejamento, pesquisa de mercado dentre outras ferramentas que compõe a importância de um plano de negócio, afinal o risco para alcançar o objetivo final se torna alto ou baixo, mas traz a estratégia para minimizar estes impactos e até mesmo o insucesso.

O plano de negócio auxilia na tomada de decisão, ou seja, um guia para que seja aplicado as ferramentas e métricas apropriadas para assim ser analisadas as condições, sendo elas a viabilidade deste novo plano, considerando se é rentável ou não, como também, a importância da concorrência e a análise de suas fraquezas, forças, ameaças e oportunidades seja interna ou externa.

Será possível a identificação e redução de erros que possam ocorrer durante o processo do planejamento, ao invés de cometê-los no mercado, serve também como um instrumento para o planejamento, conseguir investidores, saber o capital que será necessário investir, para retratar melhor o mercado em que está se inserindo. Ele também pode ser utilizado para auxiliar no crescimento ou inovação de um negócio já constituído, ou de uma empresa que busca inovação.

Existem quatro diagnósticos para uma análise da concorrência (Porter, 2004), sendo elas metas futuras, estratégia em curso, hipóteses e capacidades. A compreensão desses quatro componentes permitirá uma análise do perfil considerando as respostas sobre os concorrentes.

Consolidar a excelência operacional e tecnologia através da estabilidade da produção reduzindo a variabilidade dos processos e assegurando a incorporação de valores como “Segurança e Saúde dos empregados Próprios e de Empresas parceiras”, pela eliminação ou minimização dos riscos de segurança e saúde e dos impactos ambientais das operações, satisfazendo a qualidade dos produtos e serviços requeridos pelos clientes internos, com a segmentação do modelo de gestão de rotina (Batista, 2017).

A busca de melhoria contínua da Gestão de Segurança e Saúde, tanto no aspecto ocupacional quanto na qualidade de vida, com educação, capacitação e comprometimento dos empregados, envolvendo também as empresas parceiras, fornecedores e demais partes interessadas. Atender aos requisitos da legislação vigente de segurança e saúde aplicáveis é de responsabilidade da companhia além de outros requisitos desta natureza por ela subscritos.

Nos padrões operacionais devem estar contidos os fundamentos de segurança e saúde das pessoas, regulamentando, assim, as condições de produção, a identificação dos riscos à segurança e saúde de cada atividade e seus respectivos controles, além dos equipamentos de proteção individual aplicáveis que possam a ser obrigatórios e/ou recomendados.

1.1 Justificativa

As ações de Saúde e Segurança do Trabalho se criam através do bem-estar, um ambiente seguro e saudável aos colaboradores, além de oferecer condições melhores ao que contribui no aumento da produtividade e a prosperidade de uma empresa.

Os programas de segurança são desenvolvidos através do ambiente em que o colaborador está exposto. O surgimento da necessidade começou em 1919, quando a Lei nº 3724 (Tornou compulsório o seguro contra acidentes do trabalho em certas atividades), sendo a primeira regulamentação sobre o tema de acidentes de trabalho.

Em 1943, o presidente Getúlio Vargas, iniciou o processo de direitos trabalhistas com a criação da CLT, a partir desse momento a segurança no ambiente de trabalho evolui gradativamente no Brasil com as leis trabalhistas. As primeiras NR’s, foram criadas em 1977 pela Lei nº 6.514, com o intuito de regulamentar e a obrigatoriedade da saúde e segurança do trabalhador.

Com essas implantações houve mudanças para essas regulamentações até os dias atuais, hoje possuem 38 NR's (Sendo 36 em vigor e 2 revogadas), algumas dessas segmentadas para cada tipo de mercado, contendo toda as normativas e observâncias para a aplicabilidade dentro do ambiente do trabalho.

Devido à escassez de empresas especializadas em SST na região sul da baixada e Cubatão, o projeto mostra a importância e necessidade dessas obrigações que envolve os empreendedores, com o objetivo de oferecer a regulamentação e qualidade das normativas impostas, realizando atendimentos para essas empresas afastadas.

Após pesquisas de empresas abertas nas regiões demonstradas neste plano de negócio, oferece um grande potencial de crescimento e estabilidade temporária (Conforme análise VRIO e Radar da Inovação), além da necessidade de atendimento crescente e toda obrigatoriedade que necessitam (Lei que regulamenta as atividades da Segurança do Trabalho é a Portaria GM nº 3.214, de 08 de junho de 1978, do Ministério do Trabalho).

1.2 Estrutura do trabalho

Inicialmente surgiu o projeto com atendimentos em uma clínica física para suprir as necessidades dos potenciais clientes. Após discussões entre os membros chegou à conclusão que a viabilidade de atendimento na modalidade móvel e *In Company* atenderia com maior qualidade e eficiência as grandes empresas que estão geograficamente afastadas dos centros ou próximos a um local apropriado, junto de parceiros para a realização dos procedimentos.

Com o objetivo de atender as empresas sem a necessidade do deslocamento dos colaboradores até um espaço físico e muitas vezes distantes de seus postos de trabalho, é oferecido a facilidade e a comodidade de ir até o local com a unidade móvel (será verificado a viabilidade do espaço físico) *In Company* e/ou com a modalidade *In Loco*, levando toda a estrutura portátil e profissionais altamente capacitados (será verificado a viabilidade do espaço disponível para os procedimentos a serem realizados, sendo adequado ou não para esta modalidade), na sede da empresa para realização dos exames necessários conforme o desenvolvimento dos programas de SST.

Além desse serviço, profissionais altamente capacitados e palestrantes que serão disponibilizados e oferecidos aos clientes como temas sobre as Prevenções de

Acidentes no Ambiente de Trabalho, treinamentos para o uso adequado de EPI's e Saúde e bem-estar dos colaboradores de forma mais atrativa, como o *Screening* de Saúde, que será nosso projeto social e desenvolvido pela Vida Segura.

A partir dos dados pesquisados, foi apurado a viabilidade e a forma de estruturação e manutenção do projeto, visando a forma de abordagem para este tipo de segmento, a oferta para mostrar a atratividade e suas peculiaridades que serão abordadas na contratação dos serviços garantidos pela Vida Segura.

2 Fundamentação teórica

A saúde e segurança do trabalho (SST) têm sido uma área de preocupação crescente em ambientes industriais e empresariais Curia (2015, p. 20) é enfático ao afirmar "[...] a empresa é obrigada a fornecer aos empregados, gratuitamente, equipamentos de proteção individual adequado ao risco e em perfeito estado de conservação e funcionamento.". Além das regulamentações e medidas técnicas, a cultura de segurança é um elemento fundamental para a conscientização dos trabalhadores, o treinamento em segurança, a liderança comprometida e a promoção de uma mentalidade de segurança que contribuem para a prevenção de acidentes.

A legislação tem como objetivo garantir que as organizações adotem práticas de segurança do trabalho eficazes para proteger a saúde e a integridade dos trabalhadores. Um dos exemplos incluem as Normas Regulamentadoras (NRs) no Brasil, que por meio dela, permite que representantes dos trabalhadores acompanhem a fiscalização dos preceitos legais sob a Lei nº 5.452 (Planalto Federal, 1943), garantindo obrigações, direitos e deveres a serem cumpridos por empregadores.

A mobilidade na saúde e segurança do trabalho é uma área de pesquisa e prática em constante evolução, impulsionada pelas mudanças nos locais de trabalho e nas tecnologias disponíveis. Desempenhando um papel fundamental na melhoria da mobilidade da SST, a introdução de equipamentos móveis, sistemas e aplicativos de segurança permite uma gestão mais eficaz dos riscos e uma resposta mais rápida a incidentes.

Este trabalho de conclusão de curso visa explorar e analisar os desafios e as oportunidades associadas à implementação eficaz de práticas de segurança móvel. Pois, segundo Chan e Mauborgne (2015) o oceano azul é definido em espaços inexplorados os quais geram demanda e lucro para as organizações. Na maioria das vezes, esses setores se desenvolvem a partir de uma cadeia de valor de uma fatia de mercado a qual pratica o oceano vermelho.

3 Modelo de negócio

Um modelo de negócios descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização (Osterwalder; Pigneur, 2011).

Assim sendo, a importância do modelo de negócios subsidia o agrupamento das ideias as quais permitiram a melhor visualização do empreendimento como um todo. Segundo o SEBRAE (2022) o modelo tem o objetivo de descrever todos os elementos e fases que compõem um empreendimento, proporcionando a integração da organização.

3.1. Proposta de negócio e sua viabilidade

A Vida Segura é uma empresa em saúde e segurança ocupacional, dedicada a fornecer serviços de gerenciamento de riscos sob medida para empresas. Especializados no atendimento a empresas de pequeno e médio porte, aplicando os serviços a partir de um funcionário ativo no CNPJ.

Com uma equipe de especialistas altamente qualificados, nossos serviços abrangem exames periódicos, admissionais, demissionais e muito mais. Diferente do mercado atual, é a nossa abordagem proativa para a saúde e segurança ocupacional, permitindo oferecer os serviços diretamente nas instalações das empresas. Isso não apenas simplifica o acesso dos funcionários, economizando tempo, mas também elimina a necessidade de deslocamentos até uma unidade de atendimento externa.

Para a comodidade do setor empresarial, é disponibilizado uma moderna unidade móvel que permite realizar exames diretamente nas empresas, tornando o processo mais eficiente e conveniente. Além disso, serviços abrangentes, como a elaboração de laudos, adequações necessárias para cumprimento das obrigações regulatórias, enquadramento em Saúde e Segurança do Trabalho (SST) e conformidade com o e-Social.

Alguns dos serviços são: Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR); Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO); Análise Ergonômica do Trabalho (AET) e Perfil Profissiográfico Previdenciário (PPP), dentre outros Laudos conforme a necessidade e obrigatoriedade de cada cliente/segmento, convocação de exames, ficha e entrega de EPI's, ou seja, protocolo personalizado de entrega de equipamentos (incluindo a venda deles conforme necessidade), além de treinamentos

da importância do uso, palestras de conscientização como prevenção de doenças ou de acidentes no ambiente de trabalhando e SIPAT.

Com objetivo e compromisso de garantir que as empresas atendam a todas as normas regulamentadoras, evitando assim possíveis sanções e contribuindo para um ambiente de trabalho mais seguro e saudável, promovendo melhores condições de trabalho para as empresas e seus colaboradores, priorizando a saúde, bem-estar e segurança de todos.

3.2. Business Model CANVAS

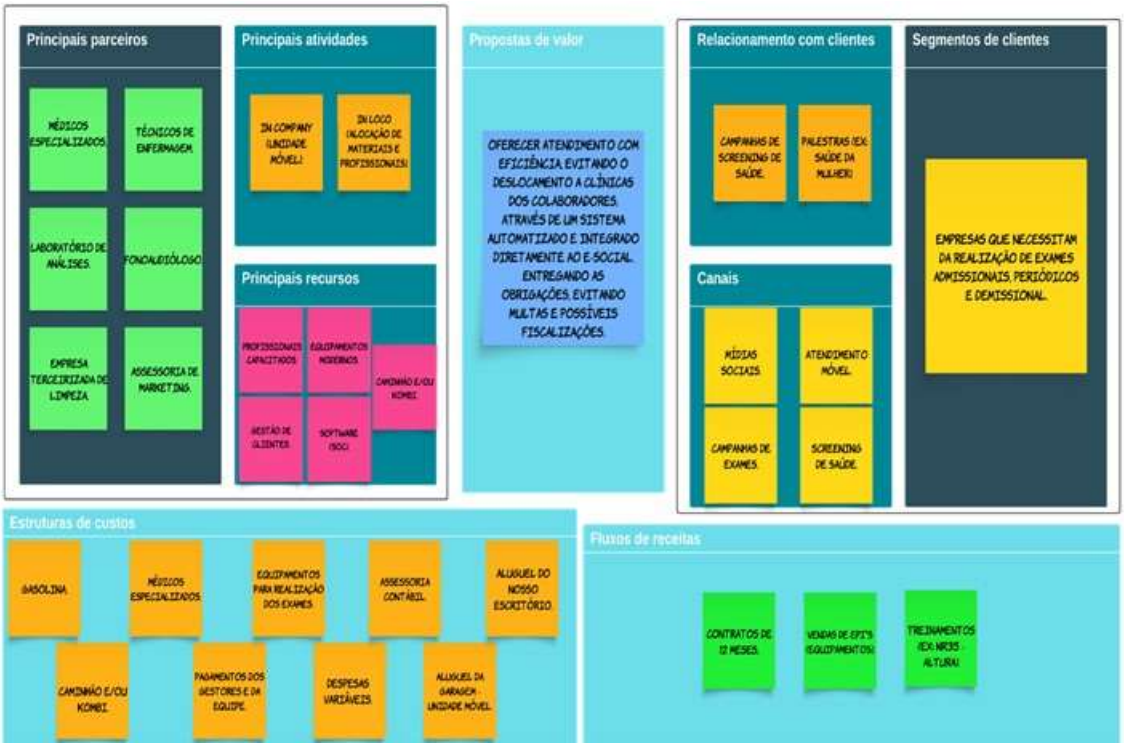
O *Project Model Canvas* é uma metodologia de planejamento de projeto inspirada em conceitos de neurociência, *Desing Thinking* e na experiência do professor Jose Finocchio em consultoria e aulas de gerenciamento de projetos.

O PM *Canvas* propõe uma maneira mais simples e amigável de elaborar um plano de projetos. Ele ajuda a desenhar o modelo mental que temos do plano e permite visualizar suas ligações e dependências em uma única página. Para colocar a metodologia em prática é preciso uma folha em formato grande (A1) e alguns bloquinhos de *post-it*. A ideia é que o gerente de projetos coordene um *brainstorm* com os membros de sua equipe e com o cliente para que todos construam o plano juntos, tendo, ao mesmo tempo, uma visão conjunta sobre seus objetivos, fases, custos e benefícios (Finocchio, 2013).

Á medida que você responde cada uma das perguntas, fica mais fácil responder à seguinte. Por exemplo: para saber quais atividades fazem parte do seu projeto, é importante entender qual (ou quais) produto (s) você está desenvolvendo. Por sua vez, para saber a importância dos produtos, é fundamental ter a consciência dos benefícios que o seu projeto pretende gerar (Finocchio, 2013).

A Figura 1 apresenta o Canvas do plano de negócio da empresa Vida Segura e em seguida a especificação de cada bloco.

Figura 1: BMC – Vida Segura.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

3.2.1 Proposta de valor

Segundo Osterwalder e Pigncur (2011) a proposta de valor é o motivo pelo qual os clientes escolhem uma empresa ou outra, nesse sentido, a proposta de valor é uma agregação ou conjunto de benefícios que uma empresa oferece aos clientes.

Com o objetivo de revolucionar na área da gestão de SST, nós da Vida Segura levamos a uma unidade móvel até a empresa. Por meio desta, com um sistema automatizado e integrado diretamente ao e-Social, buscando oferecer essa novidade no mercado litorâneo. Rompendo com os métodos tradicionais, é proporcionado uma abordagem inovadora que coloca a saúde ocupacional ao alcance de todos, eliminando a necessidade de deslocamento às unidades externas.

Tornando a SST acessível as empresas que possuem a partir de 25 (vinte e cinco) funcionários ativos que irão se enquadrar no nosso atendimento *In Company* Móvel. Assim, esses serviços são projetados para caber na necessidade da empresa, ajudando os clientes a economizarem recursos valiosos como produtividade e sanções, por exemplo.

Levando comodidade as empresas, suas respectivas equipes não precisarão mais perder horas preciosas em deslocamentos para consultas médicas. Através de

um atendimento direto, quando e onde for conveniente para firma, garantindo a continuidade das operações.

Reconhecemos que cada empreendimento é único, assim todos serviços e contratos (Exceto o que é exigido pela NR e seu grau de risco), são altamente customizáveis para atender as necessidades específicas de cada empresa, proporcionando uma solução sob medida para suas obrigações de saúde ocupacional.

3.2.2 Segmento de clientes

Segundo Osterwalder e Pigncur (2011) o segmento de clientes é definido por diferentes grupos de pessoas ou organizações que uma empresa busca alcançar e servir. Neste sentido, sem clientes a empresa não sobrevive, por isso, é de suma importância que a empresa defina por meio do modelo de negócio os segmentos, sendo quais irão servir e quais ignorar.

A segmentação deste plano de negócio é representada por empresas que necessitam da realização dos exames admissionais, periódicos, demissionais e de retorno ao trabalho. Desta forma, qualquer empresa que contemplam a partir de 1 (um) funcionário registrado, por lei, deve fazer esse controle laboral.

Desse modo, incluem no segmento as empresas de pequeno, médio e grande porte. A obrigatoriedade em adquirir os programas de SST, laudos e envio das informações ao e-Social é para todas que possuem ao menos 1 (um) colaborador ativo em sua carteira.

Após a composição de todos os programas e laudos, cabe a empresa realizar periodicamente os exames dos colaboradores, seja ela semestral, anual ou bianual de acordo com o programa desenvolvido e atestado por um médico responsável por este.

Alguns setores específicos como a construção civil, a indústria química e a mineração, pois exigem exames médicos mais rigorosos devido aos riscos de insalubridade e periculosidade, por exemplo, entre outros ocupacionais associados a essas atividades.

As empresas de recursos humanos e consultoria as quais fornecem serviços de recrutamento e consultoria de RH para outras empresas também estão inclusas a coordenação dos exames médicos, demissionais e admissionais, por exemplo.

Porventura, outro potencial cliente seriam as empresas em crescimento e startups, pois apesar de nova empresa, ainda sim é necessário estar em conformidade

com exames médicos, à medida que expandem sua força de trabalho podem precisar implementar mais procedimentos.

3.2.3 Canais de distribuição

Um canal de distribuição, segundo Coughlan et al. (2002, p. 20), "[...] representa um conjunto de organizações interdependentes envolvidas no processo de disponibilizar um produto ou serviço para uso ou consumo."

Assim sendo, será contemplado os seguintes canais de distribuição, primeiro canal seria as equipes de venda diretas, para atingir empresas de grande porte, como grandes indústrias, fazendo abordagens personalizadas. De modo, que a equipe interna, poderá entrar em contato com os departamentos de RH ou segurança do trabalho dessas empresas para apresentar os serviços e agendar reuniões.

Em segundo as parcerias estratégicas, podendo estabelecer parcerias estratégicas com empresas de recursos humanos e consultorias de RH, por exemplo, que já atendem a diversos clientes. Eles, por sua vez, podem incluir nossos serviços como parte de seus pacotes de consultoria.

Outro canal a ser utilizado seriam os canais *marketing online* e presença na *web*, por meio das mídias sociais focalizando nas *startups* e empresas em crescimento, a fim de criar um vínculo com esses potenciais clientes. Porém, além dessa fidelização buscamos pelo fortalecimento na *web*, através de presença ativa em nossas redes sociais e campanhas de anúncios direcionados a esse público.

Em quarto temos a unidade móvel de atendimento que conforme a proposta de valor envolve, é entregue a facilidade dos serviços de saúde ocupacional de modo direto nas empresas. Portanto, é necessário o investimento no setor logístico referente ao uso do caminhão.

A logística empresarial tem como objetivo prover o cliente com os níveis de serviço desejado, segundo Ballou (2007). A meta de nível de serviço logístico é providenciar bens ou serviços corretos, no lugar certo, no tempo exato e na condição desejada ao menor custo possível.

Seguindo o pensamento de Ballou pode considerar que a logística tem como objetivo diminuir o *lead time* dos clientes atendendo suas demandas, e assim, tenham os serviços desejados na condição desejada.

Outro canal de distribuição seria através de palestras, pois além de vender diretamente os serviços é oferecer palestras para os departamentos de RH e

segurança do trabalho das empresas, na tentativa de ensinar a importância do cumprimento das obrigações de saúde ocupacional.

Em sexto temos a customização de contratos, pois cada empresa é única a partir de sua necessidade. Assim, visando atender as dores específicas de cada empresa, destacamos a capacidade de flexibilizar alguns serviços, como agendamento estratégico e cronogramas de realização de campanhas além do contrato, como precificação e prazos por exemplo.

Satisfação é a sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação entre o desempenho (ou resultado) percebido de um produto e as expectativas do comprador (Kotler; Keller, 2006).

Tabela 1: Segmento da Vida Segura.

Canal de Aquisição	Atratividade	Alcance Esperado	Cliente	Relacionamento	Viabilidade	Média Geral
Networking	9	10	9	8	8	9
Plataformas Existentes	8	10	10	7	7	8
Publicidade em Redes Sociais	8	8	8	5	6	7
Eventos	8	7	7	4	7	7
E-mail Marketing	9	7	7	7	7	7
Palestras e Apresentações	7	6	5	5	7	6

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Desse modo as ferramentas de mensuração da qualidade, por exemplo o uso das NPS, nos certifica que a melhor sensação de atendimento do cliente é buscar e resolver quaisquer dúvidas ou problemas que as empresas/clientes possam ter, assim, construindo relacionamentos duradouros e a mantendo a satisfação do cliente.

3.2.4 Relacionamento com clientes

O método usado é o *up-selling*, logo, permite que em meses com menor demanda, é realizado campanhas de *screnning* de saúde por preços mais acessíveis, assim, despertando o interesse em nossos outros serviços.

Além desse *screnning* periódico, as palestras de SST, é outro estreitamento com o cliente, por exemplo, palestras voltadas com assuntos como perigos e porquês das ormativas regulamentadoras e seus objetivos, mostrando a experiência na área e uso dos respectivos equipamentos, os quais também será abordado a utilização correta dos EPI's (Ofertado ao cliente em caso da necessidade), através de parcerias-chave, de modo a usar a estratégia de *cross-selling*, com a venda daquelas respectivas atividades. Através das necessidades baseadas em dados e laudos.

Por fim, levando comodidade as empresas com a nossa unidade móvel, facilitando o deslocamento e produtividade das empresas, especialmente as localizadas em Cubatão.

3.2.5 Fluxo de receitas

Um dos modelos de negócio é o *free-for-service*. Assim, por meio desse modelo, as prestações de serviços médicos, como exames admissionais, periódicos, demissionais e de retorno ao trabalho. Esses serviços serão cobrados por meio de consultas ou por pacote de serviços.

No mais outra fonte de receita extra é o treinamento em saúde ocupacional, como cursos e treinamentos relacionados à saúde e segurança no trabalho. Esses eventuais cursos serão pagos pelos nossos clientes que desejam capacitar seus funcionários.

É utilizado também a estratégia do *cross-selling* para venda de combos de treinamentos, por exemplo, seria o combo básico. Contendo os fundamentos da saúde ocupacional, por exemplo, um curso de introdução à saúde ocupacional, curso de ergonomia no ambiente de trabalho, palestra sobre prevenção de lesões musculoesqueléticas, e por fim, um terceiro curso sobre gestão de riscos ocupacionais, finalizando com uma consultoria em saúde ocupacional.

Além dessas fontes de receita, a venda de equipamentos de segurança, conhecidos por EPI's, que como exemplo são: luvas, capacetes, óculos de proteção, cintos e outros. Por meio de fornecedores associados a parceria, gerenciando a necessidade de acordo com a demanda estabelecida.

Entretanto este tipo de venda não será realizado e/ou oferecido durante as palestras e cursos, somente será realizada a venda para a empresa a partir da necessidade e no ato da contratação, cujo fora analisado em seus respectivos laudos, e assim, será optante do cliente adquirir conosco ou não.

3.2.6 Recursos Chave

Há quatro tipos de recursos chave para desenvolver, entre eles estão os conhecidos: recursos humanos, físicos, intelectuais e financeiros.

Referente aos recursos humanos, a Vida Segura busca por profissionais especializados e capacitados para a realização de nossos serviços, pois a interação com o cliente tem cunho primordial no funcionamento da empresa.

Desrespeito aos recursos físicos, a Vida Segura busca por equipamentos mais modernos e mais bem avaliados do mercado como, por exemplo, máquinas, equipamentos de laboratório portátil, computadores, equipamentos médicos básicos e, nosso principal recurso, a unidade móvel. Estes fazem parte dos ativos físicos necessários para a entrega eficaz de nossos serviços.

Os recursos intelectuais estão presentes nas estratégias a serem desenvolvidas a fim de construir e manter relacionamentos com os clientes, o que é fundamental para o sucesso do negócio.

Um dos pontos a serem abordados é que a empresa não tenha nenhum tipo de problema governamental e processos trabalhistas, assim zelando e protegendo a organização, ou seja, o objetivo de cumprir as obrigações e assessorar o cliente da melhor forma para que ele seja atendido corretamente sem ser prejudicado e ficar dentro das normas conforme seu ramo, segmento e grau de risco ocupacional aos seus colaboradores.

Desta maneira, uma forma de mensurar a qualidade nos serviços é através da metodologia NPS, uma ferramenta que permite os clientes avaliarem os desempenhos do serviço oferecido, tornando mais fácil a percepção de serviço atrelado com sua respectiva evolução, pois “a qualidade é a conformidade com os requisitos” (B. Crosby, 1988, p.31).

O recurso tecnológico mais conhecido e utilizado por muitas empresas no Brasil atualmente, é o *software* SOC (*Security Operations Center*), uma combinação de recursos tecnológicos e de conhecimento, que tem como finalidade monitorar, detectar e responder as ameaças de segurança cibernética, além de permitir melhor

gestão dos processos, laudos médicos, de gerenciamento de riscos, inserção dos programas, agendamento e o mais importante a comunicação dos “eventos” para ser transmitido ao órgão governamental ligado diretamente a plataforma e-Social, logo, permanecendo estes regulares com o governo e sem a preocupação de sanções, como multas e/ou fiscalização em sua organização.

3.2.7 Atividades chave

As atividades-chave da Vida Segura são fundamentais e se concentram em dois objetivos principais que desempenham um papel crucial em nossa operação:

Primeiramente através de um atendimento *In Company* buscando pela logística eficiente, o principal foco é o fornecimento eficaz de soluções sob medida, assim, uma equipe altamente treinada e bem avaliada, que por meio da terceirização, é oferecido o melhor dos serviços às instalações de nossos clientes. Além disso, uma logística eficiente a fim de garantir que os equipamentos cheguem a tempo e em perfeitas condições. Esta abordagem personalizada não é apenas econômica para o contratante, mas também garante que eles tenham acesso rápido aos recursos necessários para manter um ambiente seguro e produtivo.

Outra atividade chave contempla a unidade móvel, um dos principais pilares da inovação no setor, através de um caminhão equipado e com um *layout* dinâmico. Essa unidade móvel não apenas representa a dedicação à inovação, mas também oferece uma solução prática e conveniente para empresas que buscam acesso fácil a serviços de SST. A mobilidade dessa unidade, permite atender às demandas em locais variados, garantindo que os contratantes tenham a segurança necessária onde e quando precisarem.

Em suma, as atividades-chave da Vida Segura estão centradas na busca pela entrega eficiente de serviços de SST por meio de atendimentos *In Company* e na inovação do setor por meio da unidade móvel, proporcionando comodidade e soluções personalizadas às empresas. Deste modo, essas atividades são essenciais para nossa missão de manter ambientes de trabalho seguros e produtivos.

3.2.8 Parcerias chave

A Vida Segura trabalha com mão de obra terceirizada, assim, todos os serviços são realizados por especialistas que serão frequentemente avaliados através do NPS

entre outras ferramentas de controle e monitoramento da qualidade, assim sendo, os principais parceiros do negócio, sendo eles: médicos(as) generalistas e com especialidades, fonoaudiólogas(os), psiquiatras(os), técnicas(os) de enfermagem, laboratórios de análises, fornecedores de EPI's e equipes de limpeza.

Os médicos(as) com ou sem especialidade, desempenham um papel crucial na prestação de serviços de saúde ocupacional, pois são aqueles a realizar os exames médicos e avaliar a saúde dos funcionários da contratante e liberando o funcionário ou não para aptidão para a função em que está sendo alocado. Esses profissionais garantem o bem-estar e segurança ocupacional deste colaborador.

Os técnicos de enfermagem buscar por auxiliar na realização de exames médicos, coleta de amostras, administração de documentos e cuidados de enfermagem em geral durante as visitas *In Company*, garantindo de maneira eficiente o suporte clínico das operações, tornando um recurso essencial para a administração do atendimento.

Os laboratórios de análises são primordiais para realização de exames laboratoriais e na obtenção de resultados. Pois garante a eficácia nos serviços para os contratantes que não obter um quantitativo necessário para o deslocamento da unidade móvel, será indicado os credenciados e parceiros, garantindo o atendimento e a continuidade do processo, uma vez que, contam com equipamentos modernos e conhecimento técnico necessários para as respectivas análises.

Os fornecedores de EPI's é uma das parcerias estratégicas, pois é uma das fontes de receita secundária, que são as vendas desses EPI's, logo são vendidos a partir das necessidades resultantes dos laudos, vistorias e fiscalizações. Portanto é de extrema importância garantir o fornecimento desses EPI's, assim, exigiria que nós da Vida Segura tenhamos no mínimo dois fornecedores credenciados, pois dependendo da demanda e do tempo de entrega, nos fornecem os respectivos equipamentos para a revenda.

A limpeza da unidade móvel é essencial a fim de garantir um ambiente higiênico e seguro durante as realizações dos exames, além de cuidar do descarte correto dos materiais que as vezes muitas empresas acabam por ignorar esse processo, garantindo as condições adequadas para o fornecimento de nossos serviços.

Conclui-se que todas essas equipes terceirizadas são imprescindíveis contribuindo diretamente para a eficiência operacional, qualidade dos serviços e satisfação do cliente, permitindo cumprir e honrar a missão de manter ambientes de trabalho seguros e produtivos para os contratantes dos serviços.

3.2.9 Estrutura de custos

Os custos pertinentes a gasolina é flexível, pois há diversos fornecedores de gasolina fazendo com que há diversas escolhas sobre qual posto utilizar buscando pela gasolina e com melhor qualidade, optando pelo abastecimento. Além de que a falta dela devido ao aumento abrupto do preço, por exemplo, acaba por não ser um recurso chave. Pois a falta deste recurso não impede o funcionamento da empresa, já que também utilizamos o sistema *In Company*, que como dito anteriormente, levamos a equipe com seus respectivos equipamentos até a empresa.

Segundo Cury, o *layout* tem como objetivo a melhor adaptação do funcionário com o ambiente de trabalho, aproveitando o máximo de espaço possível, agilizando processos e proporcionando melhores condições de trabalho. (Cury, 2009)

Desse modo, o principal investimento do caminhão tem como foco o setor de design e logístico, pois também faz parte do objetivo a busca pela melhor gestão dos recursos e qualificação dos processos. Em segundo plano, além da gasolina, é considerado o investimento na manutenção periódica do caminhão e no seguro desse bem.

Já o investimento na equipe da sede conta com até 6 funcionários alocados na sede da empresa, sendo Natalia com o cargo de diretora de *marketing*, o Lucas como diretor administrativo e o Anderson de diretor financeiro, além de nós teremos mais 1 funcionário, onde dois estarão alocados no setor administrativo, apoiando na organização e operação da Vida Segura.

Segundo Katzenbach (2000), podemos concluir que não há necessidade de estabelecer uma grande equipe com alto volume de funcionários. Pois, desta forma, minimiza riscos e problemas de ruído na comunicação durante os processos, uma equipe verdadeira representa uma unidade de desempenho poderosa e flexível, mas não é uma unidade complexa.

Equipes credenciadas, médicos especializados, equipe de limpeza eficaz e enfermeiros qualificados que realizam seus respectivos serviços prezando pela qualidade, que através de rotatividade sazonais, busca-se as equipes e/ou profissional bem avaliados e experientes no mercado e que prezam pela qualidade de serviço.

Além das equipes, também as parcerias, como clínicas credenciadas e fornecedores de segurança, as clínicas serviriam de *background* nos casos em que a demanda de serviço não atinja a quantidade mínima de funcionários (25). Já os

fornecedores de segurança, seriam aqueles contratados para que possam revender os produtos para os clientes de acordo com suas necessidades legislativas, como dito anteriormente.

Investimento em tecnologia, à medida do crescimento, a utilização de sistemas de gestão é imprescindível, pois ajuda na otimização da eficiência operacional e na redução de custos administrativos. Atualmente o maior investimento é na funcionalidade do *software* SOC, esse sistema de gestão é para garantir a segurança da empresa e a agilidade nos processos e banco de dados.

4 Plano de negócios

O propósito de um plano de negócios é descrever e comunicar um projeto com ou sem fins lucrativos e como pode ser implementado, seja dentro ou fora de uma organização. A motivação de um plano de negócios pode ser "vender" um projeto, seja para potenciais investidores ou para investidores internos.

Um plano de negócios também pode servir como um guia de implementação. De fato, o trabalho quando é projetado e pensado no próprio Modelo de Negócios, é a base perfeita para escrever um robusto plano, com uma estrutura de seis seções: Equipe, Modelo de Negócios, Análise Financeira, Ambiente Externo, Plano de Implementação e Análise de Risco (Osterwalder; Pigneur, 2011).

Ainda de acordo com o relato de Singh (2010, p. 58):

Eu utilizei o quadro com meu cofundador para projetar um plano de negócios em uma competição nacional organizada pelo The Economic Times, na Índia. O quadro nos permitiu pensar em todos os aspectos e formar um planejamento que os VCs considerassem bem pensado e atraente.

4.1 Dados do empreendimento

VIDA SEGURA – SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL

Quadro 1: Dados do Empreendimento.

Razão Social: ANC SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL LTDA.		
Nome fantasia: Vida Segura		
Sócios	**CPF**	**RG**
Anderson Monteiro Dela Culeta Santoro	4**.***.**8-00	47.***.***-5
Lucas Caitano Medeiros	4**.***.**8-40	58.***.***-X
Natalia Dias Lemes	5**.***.**8-56	50.***.***-0

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

4.1.1 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

O empreendedor é responsável por identificar oportunidades e introduzir inovações no mercado, prevalecendo a sua importância de e verdadeiro papel nas mudanças. Segundo pensamento de Folle (2011) argumenta que à medida que o ser humano vai crescendo, vai perdendo um pouco do lado do empreendedor:

As crianças são moldadas a fazer as coisas de acordo com os princípios dos outros; começam a perder sua criatividade, aprendem a ter medo e a ficar restritas ao mundo tecnicista dos adultos, que lhes cortam a capacidade de criar, inovar e de ter iniciativa, de buscar autonomia, de desenvolver sua independência e autoconfiança. Substituem a iniciativa e a coragem que têm até esta idade pelo medo de errar, de fracassar de reprovar, de perder e desenvolvem, no lugar destas características o pavor por não conseguir resolver todos os problemas que lhes são impostos (Folle, 2011, p.14).

Muitos pensam que as empresas existem sem os empreendedores, os que as criam. Educar na área de empreendedorismo ou disseminar uma cultura empreendedora significa preparar pessoas capazes de criar empresas. Por que tal distinção? Porque empreender significa identificar oportunidades permanentemente, inovar e mudar sempre. A visão mecânica do mundo empresarial nos quer dizer, equivocadamente, que uma empresa, depois de lançada, caminhará com as próprias

pernas. Sabemos que empreender significa identificar oportunidades e inovar permanentemente. Para permanecerem, as empresas precisam se transformar (Dolabela, 2008).

Quadro 2: Dados dos Empreendedores.

1	**Nome:**	Anderson Monteiro Dela Culeta Santoro
	Cursando:	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG
	Idade:	32
	Naturalidade:	Brasileira
	Residência atual:	Praia Grande
2	**Nome:**	Lucas Caitano Medeiros
	Formação:	Tecnólogo em Gastronomia – SÃO JUDAS TADEU
	Cursando:	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG
	Idade:	21
	Naturalidade:	Brasileira
	Residência atual:	São Vicente
3	**Nome:**	Natalia Dias Lemes
	Formação:	Técnico em Administração – ETEC ADOLPHO BEREZIN
	Cursando:	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG
	Idade:	20
	Naturalidade:	Brasileira
	Residência atual:	Mongaguá

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

4.1.2 Organograma da empresa

VIDA SEGURA – SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL

Figura 2: Organograma Vida Segura – Saúde e Segurança Ocupacional.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Organograma é conceituado como representação gráfica e abreviada da estrutura da organização. Existem vários tipos de organogramas, algumas simples, outra sofisticados e até complexos. Para este foi utilizado somente o método simples, que é o clássico e/ou tradicional, de grande objetividade, atendendo plenamente ao fim a que se propõe. Tem por finalidade a representação dos órgãos componentes da empresa.

4.1.3 Descrição das funções exercidas pelos sócios

Quadro 3: Funções e descrição dos CBOs.

Diretor(a) Executivo	
CBO	1210-10
Descrição da função	Os diretores gerais, no mais alto nível da empresa, asseguram cumprimento da missão na empresa; estabelecem estratégias operacionais; determinam política de recursos humanos, coordenam diretorias e supervisionam negócios da empresa. Negociam transferência de tecnologia; representam e preservam a imagem da empresa; comunicam-se por meio de reuniões com os demais diretores.
Condições Gerais de Exercício	Exercem suas funções em empresas (industriais, comerciais ou de serviços, inclusive bancos), organizações e instituições. Atuam em equipe, com supervisão ocasional.

Diretor(a) Financeiro	
CBO	1231-15
Descrição da função	Dirigem o fluxo financeiro da empresa; implementam o orçamento empresarial. Controlam patrimônio, suprimentos e logística e supervisionam serviços complementares, coordenam serviços de contabilidade e controladoria e elaboram planejamento da empresa.
Condições Gerais de Exercício	Exercem funções de direção administrativo-financeira em empresas, geralmente de médio e grande porte, exceto as de intermediação financeira. Atuam em conjunto com gerências, não compreende1227 - diretores de operações de serviços em instituição de intermediação financeira1417 - gerentes de operações de serviços em instituição de intermediação financeira.

Diretor(a) Administrativo	
CBO	1231-05
Descrição da função	Dirigem o fluxo financeiro da empresa; implementam o orçamento empresarial e administram recursos humanos, controlam suprimentos e logística e supervisionam serviços complementares e elaboram planejamento da empresa.

Condições Gerais de Exercício	Essas ocupações são exercidas por pessoas com escolaridade de ensino superior, sendo desejável cursos de especialização em finanças, o desempenho pleno das funções ocorre após o período de cinco anos de experiência profissional. A(s) ocupação(ões)elencada(s) nesta família ocupacional demanda formação profissional para efeitos do cálculo do número de aprendizes a serem contratados pelos estabelecimentos, nos termos do artigo 429 da consolidação das leis do trabalho - CLT, exceto os casos previstos no art. 10 do decreto 5.598/2005.

Diretor(a) de Marketing	
CBO	1233-10
Descrição da função	Atuam na definição do planejamento estratégico da empresa; definem e executam plano de marketing e vendas; gerem a qualidade da venda, participam da definição de políticas de recursos humanos, comunicam-se primordialmente para disseminar informações ao público de interesse da empresa.
Condições Gerais de Exercício	Exercem funções de direção comercial e de marketing em empresas das mais diversas atividades econômicas, geralmente de médio e grande porte, esta família não compreende1224 - diretores de operações em empresa do comércio.

Auxiliar Administrativo	
CBO	4110-05
Descrição da função	Executam serviços de apoio nas áreas de recursos humanos, administração, finanças e logística; atendem fornecedores e clientes, fornecendo e recebendo informações sobre produtos e serviços; tratam de documentos variados, cumprindo todo o procedimento necessário referente aos mesmos.
Condições Gerais de Exercício	Trabalham nos mais variados ramos de atividades públicas ou privadas. são emprega dos com carteira e se organizam em equipe, tendo supervisão ocasional. o ambiente de trabalho é fechado e o horário é diurno. A categoria de "auxiliares" foi extinta nos órgãos públicos e suas funções são realizadas pelos assistentes administrativos. já no caso da área privada, a categoria de "auxiliares e ajudantes" parece estar em processo de extinção e suas funções sendo incorporadas pelos assistentes ou pelos estagiários.

Fonte: mtecbo.gov.br, 2023.

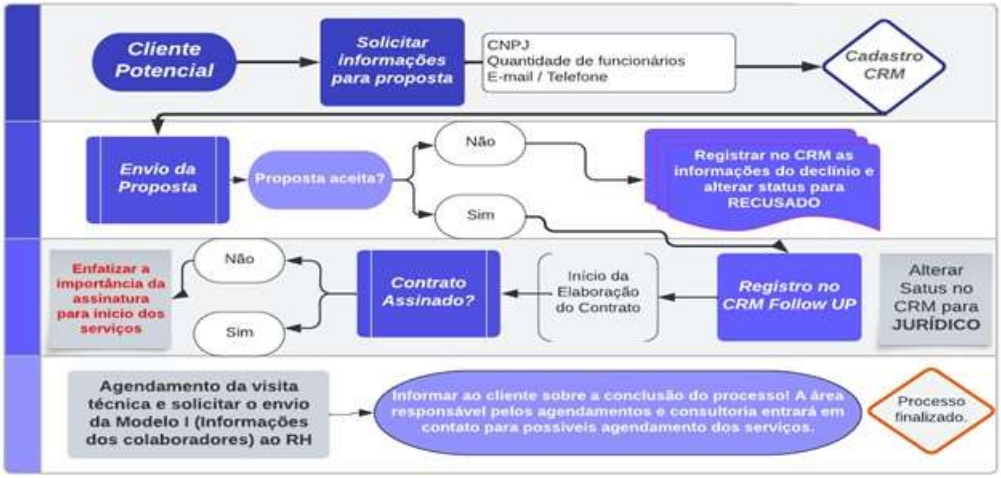
4.1.4 Fluxograma das principais atividades do negócio

Um fluxograma é um diagrama que descreve processos ou fluxos de materiais e operações com a finalidade de fornecer uma representação lógica. É importante enfatizar que, diferentemente de um organograma, um organograma concentra-se na estrutura funcional de uma organização, enquanto um fluxograma é particularmente adequado para ilustrar elementos dinâmicos.

Os fluxogramas sempre têm um ponto inicial, uma ou mais direções e um ponto final. Ao criar um fluxograma, a clareza é muito importante para que você possa identificar facilmente as ações e alternativas de processo a serem executadas, dependendo do tipo de fluxograma e de sua finalidade específica.

Processo significa posicionar atividades de trabalho individuais – rotineiras ou criativas – no contexto mais amplo das demais atividades com as quais ele se associa para gerar resultados. Tanto os processos transacionais quanto os de desenvolvimento são conhecidos por processos centrais – processos que criam valor para os clientes externos e, portanto, são essenciais ao negócio. Qualquer processo é melhor que nenhum processo. Na falta de um desenho de processo bem definido, o caos reina. Atos heroicos individuais, caprichos e improvisações ditam a norma – e os resultados são inconsistentes e insustentáveis. Um processo bem definido produzirá ao menos resultados previsíveis e passíveis de repetição e poderá funcionar como uma plataforma de preparação para a melhoria (Hammer, 1994, p. 11).

Figura 3: Fluxograma Vida Segura - Comercial.

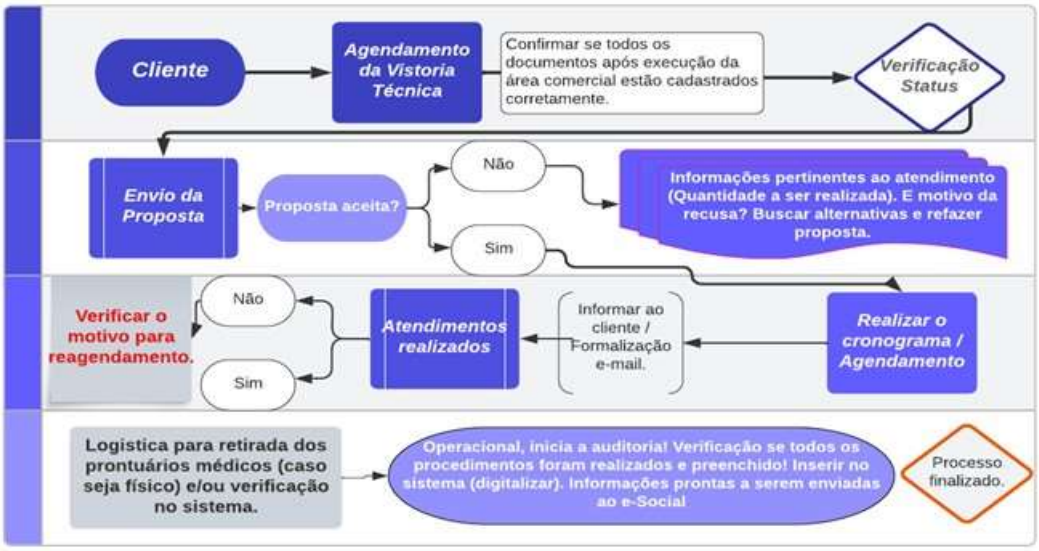


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Conforme demonstrado na Figura 3, apresenta o fluxograma da área comercial. Iniciando com a prospecção do potencial cliente até a efetividade do contrato fechado, onde todo esse processo deverá ser seguido e acompanhado pelo comercial que

realizou o fechamento do contrato, desde o acompanhamento das visitas técnicas necessárias até o cadastramento das informações pertinente a este potencial cliente.

Figura 4: Fluxograma Vida Segura - Operacional.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Na Figura 4, descreve o processo e das atividades do setor administrativo/operacional, a execução e contato com o cliente para agendamento e realização de exames/campanhas. Após a realização é a etapa operacional que realiza a inclusão dos prontuários médicos em sistema e envio para o e-Social.

4.2 Inovação

A inovação é uma combinação de recursos, resultando em algo diferente ou em um modo de fazer diferente (Schumpeter, 1985).

Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD) inovação é um produto ou processo novo ou melhorado (ou uma combinação destes) que difere significativamente dos produtos ou processos anteriores da unidade e que foi disponibilizado a usuários potenciais (produto) ou trazido para uso pela unidade (processo) (OECD, 2018, p.20). O conceito de unidade é utilizado como um termo genérico para descrever o ator responsável pela inovação, podendo ser um indivíduo isolado ou um conjunto destes (OECD, 2018).

Desta forma, destaca-se a necessidade de distinguir uma inovação de uma invenção. Para Matin (1994) uma invenção é uma ideia ou conceito gerado por meio de pesquisa e desenvolvimento, porém só se tornará uma inovação quando está se

tornar um produto socialmente utilizável. Às vezes o espaço de tempo entre a invenção e a inovação pode ser bem próximo, em outros casos pode levar décadas até que a inovação possa se tonar utilizável e possua algum valor, pois para que isto ocorra é necessário a combinação de diferentes conhecimentos, capacidades, habilidades e recursos (Fagerberg, 2009).

De maneira geral, pode-se dizer que a inovação é algo novo ou significativamente melhorado e que gere valor. Segundo Abdala (2017). O objetivo central de qualquer inovação é a criação de valor. O valor não necessariamente precisa ser econômico. Johannessen (2013) considera as chamadas inovações institucionais que compreendem inovações políticas, culturais e sociais.

As inovações podem ser categorizadas de acordo com a sua tipologia, impacto, vertente, difusão ou modelo. Quanto à tipologia a inovação não inclui apenas o desenvolvimento de novos produtos, também é a melhoria de produtos existentes, processos, *marketing* (Garcia; Calantone, 2002), organizacional e de modelo de negócio (Chesbrough, 2010).

4.2.1 Radar de inovação

A prática de inovar não está necessariamente atrelada a uma grande descoberta, segundo Silveira (2013). A inovação, como diferencial competitivo, também pode ser encontrada em práticas de melhoria de processos e serviços, novas práticas de gestão, na busca por novos mercados, no fornecimento de produtos e serviços que os clientes valorizem, na solução de problemas dos clientes, na busca por novos segmentos de clientes, na busca por novas fontes de renda, no desenvolvimento de novos sistemas de preço, na interação com clientes e parceiros, na colaboração e no aperfeiçoamento do fluxo de informações na cadeia de suprimentos, e também na criação de mecanismos como programas de sugestões, que incentivem os colaboradores a apresentar ideias.

Oliveira (2007) argumenta que a inovação é um investimento de longo prazo, já que num primeiro momento, inovação e mudança provavelmente aumentarão os riscos e incertezas, reduzindo assim a eficiência e produtividade da empresa, mas, caso seja bem-sucedida, pode trazer benefícios e vantagens competitivas no futuro.

Para Darcoso e Yu (2000 apud Silveira, 2013), o tipo mais comum nas MPEs é a incremental, que se desenvolve através da solução de problemas do dia a dia. Neste

tipo de inovação não se percebe uma clara intenção de inovar, mas a nítida intenção de resolver um problema.

Desenvolvido por Sawhney, Wolcott e Arroniz (2006), o Radar da Inovação consiste em quatro dimensões-chave que servem de apoio para os negócios:

1) as ofertas que uma empresa cria;

2) os clientes que serve;

3) os processos que emprega;

4) os pontos de presença que ela usa para colocar suas ofertas no mercado.

Foram incorporadas mais oito dimensões (plataforma, marca, soluções, relacionamento, agregação de valor, organização, cadeia de fornecimento e rede) no sistema de negócios que podem servir como orientação.

A ferramenta foi contemplada por Bachmann e Destefani (2008) com a dimensão ambiência inovadora, por entender que o clima organizacional tem que ser propício à inovação. Para que haja uma formação facilitadora do processo de incorporação e implementação da cultura de inovação na pequena empresa (Britto; Stallivieri, 2010).

Essa ferramenta foi adaptada pelo SEBRAE para ser utilizada no Projeto Agentes Locais de Inovação. De acordo com o SEBRAE (2010), a metodologia admite que a inovação não é um caso ou evento isolado, mas um processo de gestão.

Onde a preocupação não está em apenas avaliar o resultado (n° de inovações), mas a evolução do processo de inovação das empresas. A metodologia Radar da Inovação contempla as dimensões e seus conceitos, conforme demonstrado na Tabela 2 a seguir:

Tabela 2: Conceitos do Radar da Inovação para cada dimensão.

Nº	Dimensões	Conceito
1	Oferta	Refere-se aos produtos oferecidos pela empresa ao mercado
2	Plataforma	Refere-se ao conjunto de componentes comuns, métodos de montagem ou tecnologias utilizados, analisando o modo de fazer e de prestar serviços
3	Marca	Refere-se à forma como a empresa transmite sua imagem ao cliente
4	Clientes	Refere-se às pessoas ou organizações que usam serviços ou consomem produtos, satisfazendo às suas necessidades
5	Soluções	Refere-se à combinação customizada de bens, serviços e informações capazes de solucionar o problema do cliente
6	Relacionamento	Refere-se à experiência do cliente, representando tudo que o consumidor vê, ouve, sente ou experimenta quando interage com a empresa
7	Agregação de valor	Refere-se à forma pela qual a empresa percebe novas formas de captar e transferir valor ao cliente
8	Processos	Refere-se às configurações das atividades usadas na condução das operações internas da empresa, a fim de produzir um produto ou prestar um serviço
9	Organização	Refere-se ao modo como a empresa está estruturada, relacionando as parcerias estabelecidas com o papel e a responsabilidade dos colaboradores
10	Cadeia de fornecimento	Refere-se à sequência de atividades que movem produtos, serviços e informações da origem à entrega, abrangendo os aspectos relacionados com a logística do negócio
11	Presença	Refere-se aos canais de distribuição que a empresa utiliza para colocar seus produtos no mercado, além dos locais onde esses itens podem ser adquiridos
12	Rede	Refere-se aos aspectos relacionados com a rede que conecta a empresa e seus produtos aos clientes, fazendo com que os recursos utilizados tragam uma comunicação ágil e eficaz entre empresa e clientes
13	Ambiência inovadora	Refere-se ao conjunto de ferramentas, processos e atitudes que promovem ou motivam os empregados a criar algo novo ou melhorias

Fonte: Agentes Locais de Inovação: Um caminho para inovação empresarial (vol.1).

A metodologia do Diagnóstico do Grau de Inovação desenvolvido pelo SEBRAE baseada no modelo de Sawhney, Wolcott e Arroniz (2006) e complementada por Bachmann e Destefani (2008) considera que a empresa inovadora não pode ter valores abaixo de 3 nas treze dimensões analisadas.

As empresas que estão em processo de inovação são consideradas aquelas que inovaram nos últimos três anos, porém não possuem uma forma sistemática de buscar inovação e seus resultados ficam entre 2 e 3 nas treze dimensões. A empresa que adquirir o score 1 em todas as dimensões é classificada como uma empresa que não possui qualquer preocupação com a inovação (SEBRAE, 2010).

Com base no modelo proposto pelo SEBRAE, é possível classificar as empresas em três tipos, de acordo com o valor do grau de inovação da empresa. As empresas que obtiveram a pontuação entre 4 e 5 são definidas como inovadoras sistêmicas, pois praticam sistematicamente a gestão da inovação. As empresas com a pontuação igual ou superior a 3 e inferior a 4 são definidas como inovadoras ocasionais, ou seja, que inovaram nos últimos três anos, porém sem um processo sistemático. As empresas com pontuação igual ou superior a 1 e inferior a 3 são definidas como pouco ou nada inovadoras, classificadas como empresas que inovam pouco ou não inovam (Néto; Teixeira, 2012).

Em base das pesquisas, foi identificado as devidas pontuações. abaixo, a identificação das pontuações em relevância as dimensões na aplicabilidade do radar:

Quadro 4: Dimensões do Radar da Vida Segura.

Radar inovação	
Oferta	**2**
	A solução é a unidade móvel. Pontuação dois devido algumas dificuldades podem ser enfrentadas na oferta, como deslocamento, a estrutura para receber nossa unidade móvel, o aumento do combustível fatores climáticos que possam impactar no atendimento e deslocamento.
Plataforma	**3**
	Possuímos uma plataforma desenvolvida para Gestão de Medicina Ocupacional, além de oferecer o gerenciamento de toda as obrigações em SST, ela é capaz de transmitir as informações diretamente para os órgãos competentes, como o e-Social.
Marca	**2**
	Ainda desconhecida, estamos em busca de melhorias de marketing e divulgação da marca.
Clientes	**4**
	As necessidades e as dores dos clientes é nosso grande forte! Identificamos as dores e as obrigações de cada cliente de acordo com a quantidade de funcionário ativos em seu estabelecimento será aplicado uma negociação e programas coerentes a suas especificidades.
Soluções	**3**
	Conseguimos oferecer um atendimento especializado de acordo com cada necessidade de cliente.
Relacionamento	**1**
	Pouco difundida, nosso canal de atendimento ainda é apenas nos canais telefônicos e e-mail, por ser tratar de uma comunicação mais formal e legislativa, nós tratamos nossos clientes mais formal.

Agregação de Valor	**2**
	Contamos com parceiros e credenciados que podemos expandir nossos atendimentos, além de oferecermos outros tipos de serviços.
Processos	**2**
	Buscamos melhorias e tecnologia para aperfeiçoamento dos atendimentos, aplicação da qualidade de gestão de processos internos e externos.
Organização	**3**
	A organização para nosso segmento é de extrema importância, estamos buscando melhorias e forma de aplicação para sermos organizados e enfáticos com os processos.
Cadeia de Fornecimento	**1**
	Não conseguimos ainda mensurar, devido à baixa demanda de adesão dos serviços a serem ofertados, porém nossa cadeia de fornecimento e logístico será alto após a implementação dos serviços *In Company*.
Presença	**2**
	Nosso foco será no litoral paulista, precisamente no litoral Sul, devido à escassez de empresas especializadas no segmento.
Rede	**3**
	Nosso meio de comunicação é fraco, por se tratar de um segmento restrito a pequenas e grandes empresas, será ofertado os serviços apenas aqueles que possuem CNPJ ativo e no mínimo um funcionário registrado conforme as normas da CLT.
Ambiência Inovadora	2
	A cada atendimento, conseguimos identificar e aperfeiçoar nossa demanda e forma de atendimento a ser oferecido e ofertado ao cliente, parceiro ou credenciado.

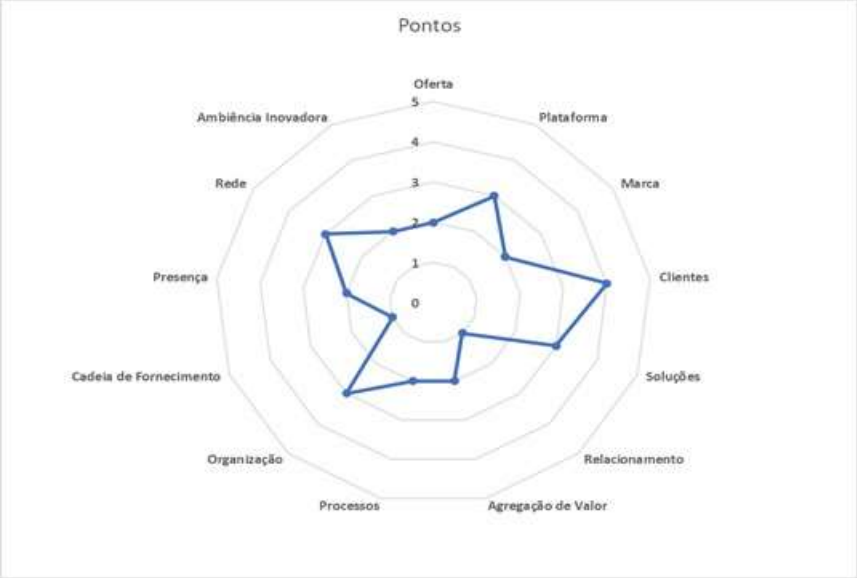
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

O radar de inovação, também conhecido como radar tecnológico ou radar de tendências, é uma ferramenta estratégica que as empresas utilizam para monitorar e avaliar as tendências tecnológicas em seu setor. Fornecendo informações sobre novas tecnologias, identificando oportunidades, orientando em decisões de investimento, pesquisa, desenvolvimento e apoiar estratégias de inovação.

O radar classifica tecnologias, avalia seu impacto e é atualizado regularmente para apoiar a tomada de decisões estratégicas e os métodos de comunicação interna e externa. Em resumo, é uma ferramenta valiosa para as empresas que procuram manter-se informadas e atualizadas impulsionando o crescimento e a competitividade dos players.

Dessa forma, a ferramenta radar de inovação em suas variáveis de processos, permite medir o grau de inovação específico do setor, nas micro e pequenas empresas e proporciona o conhecimento dos aspectos que podem ser trabalhados para se inovar em processos, promovendo cada vez mais a competitividade das empresas (SEBRAE, 2015).

Gráfico 1: Radar da Inovação.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Não houve evolução das pontuações analisadas em comparação do primeiro semestre de 2023 com o segundo semestre de 2023, devido a não ter iniciado as atividades das operações, não sendo possível realizar uma mensuração destas análises.

4.2.2 Análise VRIO

O termo VRIO é um acrônimo das iniciais de *Value, Rareness, Imitability* e *Organization*. Na tradução para o português: Valor, Raridade, Imitabilidade e Organização.

O modelo VRIO, por sua vez, é uma técnica analítica para avaliar recursos valiosos de uma empresa, como recursos humanos, físicos, financeiros e

organizacionais. Para que se tornem competitivos, cada tipo de recurso precisa das quatro características da ferramenta VRIO, já mencionadas acima.

A partir de uma análise interna, que identifique esses pontos, é possível determinar o que a empresa tem que a faz competitiva em relação às outras. A análise VRIO é uma ferramenta que permite que você conheça seus recursos e entenda melhor suas fraquezas ou vantagens competitivas. A avaliação, além de ser utilizada para o planejamento estratégico de desenvolvimento em diversas áreas, também influencia diretamente na tomada de decisão, seja ao que diz respeito à vantagem de um processo externo ou interno.

Algumas perguntas podem te ajudar a entender o que é modelo VRIO e seus 4 parâmetros para analisar os recursos disponíveis.

1- Valor;

Qual é o valor de determinado recurso e como ele pode ser obtido no mercado?

Os recursos valiosos geralmente são os que auxiliam a empresa a reduzir custos ou aumentar a receita. Uma equipe produtiva ou um design de produto inovador podem se encaixar nessa categoria.

O valor também pode ser entendido como a capacidade da empresa em explorar alguma oportunidade.

2- Raridade;

Quão raro ou limitado é o recurso? Caso poucos concorrentes tenham acesso, quer dizer que a exclusividade é uma de suas características.

O que pode ser desde um profissional muito experiente até um produto ou marca exclusiva.

3- Imitabilidade;

Quão difícil é imitar aquele recurso? Além de raro, aqui, o recurso não pode nem mesmo ser imitado ou copiado, pelo menos não de uma forma simples. Mesmo que haja concorrência, será mais difícil encontrar algo que o substitua. Acaba tornando-se mais uma vantagem competitiva.

Ainda assim, atualmente, é mais difícil tornar um produto “inimitável”, uma vez que, quando uma boa ideia é lançada, outros pesquisadores e desenvolvedores no mercado focam em aprimorá-la para oferecer algo competitivo.

Por outro lado, uma patente ou um direito autoral podem se encaixar também nessa categoria.

4- Organização;

A organização é capaz de usar o recurso adequadamente? Aquele, que é valioso, raro e inimitável?

Esse parâmetro da organização diz respeito à estrutura da empresa e se ela tem a capacidade desejada para explorar seus recursos da melhor maneira.

Geralmente, isso depende muito de sistemas e recursos internos de gerenciamento de processos e equipes, que devem estar alinhados e organizados para explorar os recursos ao máximo.

Quadro 5: Dimensões da Análise VRIO da Vida Segura.

Empresa:			
É valioso?	**É raro**	**É difícil de imitar?**	**A empresa está organizada para explorar?**
✓	✓	✓	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

O fornecimento dos serviços é valioso e raro na região proposta, ou seja, não possui o serviço diferencial que proposto neste plano de negócio.

Conforme Quadro 5, a Vida Segura possui uma estabilidade temporária, sendo imitável a médio/longo prazo pelos concorrentes diretos ou indiretos.

4.3 Estrutura do Negócio

Ao elaborar um plano de negócios, os autores conseguem se aprofundar no contexto da empresa. Portanto, estudam minuciosamente o mercado em que atuam, seus clientes, fornecedores e concorrentes. Além disso, clarificam o quadro regulamentar aplicável e garantem, assim, que não existem obstáculos jurídicos à sua implementação. Deve-se considerar as estratégias de marketing mais eficazes para levar o seu produto ou serviço ao mercado (Wright *et al.*, 2007).

De acordo com Kotler & Keller (2006, p. 57) “[...] a estratégia é apenas um dos sete elementos, dos 7Ss, de uma gestão bem-sucedida [...]”. Existem várias formas de estruturar um negócio, e a escolha da estrutura certa depende do tipo de negócio, do tamanho da empresa, dos objetivos e da cultura organizacional. É importante ressaltar que não existe uma lógica única na estruturação e organização do conteúdo de um plano de negócios. Em alguns casos, a estrutura e a ordem devem seguir um

padrão específico. Outra característica importante de um plano de negócios é a necessidade de ser um “documento vivo” para ser verdadeiramente útil aos usuários. “Viver” porque deve ser constantemente atualizado de acordo com as mudanças nos cenários internos e externos (Kotler; Keller, 2006).

4.3.1 Missão, Visão e Valores da empresa

- *MISSÃO*: Oferecer atendimento móvel para gerenciar os riscos ocupacionais em saúde e segurança, a fim de promover melhores condições de trabalho e facilidade para seu negócio.

- *VISÃO*: Ser referência e nos tornarmos líderes de mercado na Baixada Santista, oferecendo unidades de atendimento móvel que atendam as necessidades e obrigatoriedades legais.

- *VALORES*:
  - Atendimento Humanizados;
  - Sustentabilidade;
  - Compromisso e pontualidade;
  - Eficiência;
  - Saúde e bem-estar;
  - Transparência.

4.3.2 Setores de atividades

- Atividades de apoio à gestão de saúde (CNAE – 86.60-7-00);
- Serviços de Perícia técnica relacionada à Segurança do trabalho (CNAE – 71.19-7-04;
- Atividade médica ambulatorial com recursos para realização de exames complementares (CNAE – 86.30-5-02);
- Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial (CNAE – 85.99-6-04);
- Laboratórios clínicos (CANE – 86.40-2-02);
- Serviços de diagnóstico por registro gráfico – ECG, EEG e outros exames analógicos (CANE – 86.40-2-08);

- Atividades de psicologia e psicanálise (CNAE – 86.50-0-03);
- Atividades de fonoaudiologia (CANE – 86.50-0-06).

4.3.3 Forma jurídica

A forma jurídica é um método de classificação que define a estrutura de uma empresa, permitindo a identificação da sua constituição legal, como o número de sócios, as obrigações, o capital social, entre outros quesitos.

Ela não é uma classificação fixa, ou seja, é possível mudar quando necessário, por exemplo, caso a empresa cresça.

A Comissão Nacional de Classificação (CONCLA), vinculada ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e é responsável por determinar as formas jurídicas das empresas no Brasil, diz que a forma jurídica "tem por objetivo a identificação da constituição jurídico-institucional das entidades públicas e privadas nos cadastros da administração pública do país".

A sociedade limitada (Ltda.) é o tipo de sociedade empresarial mais adotada no Brasil. Ela tem regras mais simples e proteção ao patrimônio pessoal dos sócios, que é utilizada pela Vida Segura.

Nesse caso, há a atuação em sociedade, com dois ou mais sócios, tem responsabilidade limitada (separação patrimonial entre pessoa física e pessoa jurídica), não exige capital social mínimo (com poucas exceções), com exercício de atividade econômica organizada: indústria, comércio, serviços (exceto serviços intelectuais, de natureza científica, literária ou artística).

4.3.4 Enquadramento Tributário

Enquadramento tributário ou regime tributário é o conjunto de regras que estabelecem a forma como uma empresa recolherá seus impostos.

Além disso, estes sistemas determinam obrigações e declarações que devem ser entregues aos órgãos fiscalizadores como Receita Federal, Receita Estadual, Prefeitura e Previdência.

Definir o enquadramento tributário correto é uma das etapas mais importantes no processo de abertura de um CNPJ, pois além de impactar diretamente no retorno financeiro dos sócios, a opção é irretratável por todo o ano corrente.

São 3 (três) tipos de enquadramento tributário, sendo o Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real são as opções de enquadramento tributário disponíveis no Brasil, e escolher qual deles é o melhor para sua empresa envolve analisar diversos fatores como o faturamento esperado, a localização, área de atuação, quantidade de funcionários, margem de lucro e custos operacionais, por exemplo.

O Simples Nacional é o regime tributário mais popular no país, abrangendo cerca de 99% de todas as empresas, neste momento a Vida Segura será optante do Simples Nacional.

4.3.5 Capital Social

Capital social é o investimento bruto inicial que uma empresa precisa para começar a funcionar e se manter até gerar lucro. São os valores ou bens disponibilizados pelos sócios e investidores para as primeiras despesas, como compra de mobiliário, locação de espaço, contratação de serviços terceirizados, equipamentos e registro de CNPJ.

Ele serve, basicamente, para abrir a sua empresa e mantê-la funcionando até que gere rendimento suficiente para fazer isso ‘por conta própria’.

Na Sociedade Limitada, ou seja, empresas que carregam em sua razão social a sigla LTDA, devem ser empresas formadas por dois sócios ou mais, não exigindo que esses exerçam atividades semelhantes ou da mesma natureza.

O Capital Social desse modelo jurídico não conta com valor mínimo e é definido de acordo com a investido por cada um. Esse aporte, pode ser tanto em dinheiro quanto em ativos, jamais em serviços prestados, e é também o montante que define a cota participativa de cada sócio. Para o capital social neste plano de negócio e investimentos, estima-se que é o valor de R$ 363.861,74 (Trezentos e sessenta e três mil, oitocentos e sessenta e um reais e setenta e quatro centavos).

4.3.6 Fontes de Recursos

Todo o empresário precisa de recursos financeiros para gerir seu negócio. A gestão desses recursos fará com que os empreendimentos obtenham sucesso.

Há várias formas de captação de recursos e muitas vezes a contratação de uma ou outra depende desde cenários macroeconômicos, passando pela atividade fim da empresa, até o nível de score ou garantias do cliente.

Para este plano a captação dos recursos se estendem a: contribuição dos sócios que subscrevem a sociedade, investidores anjos, empréstimo e financiamento bancário.

4.4 Análise de Mercado

O mercado organizacional é formado por todas as organizações que produzem bens e serviços utilizados na produção de outros produtos ou serviços que são vendidos, alugados ou fornecidos a terceiros (Kotler; Keller, 2006).

A análise de mercado fornece às empresas uma base sólida para a tomada de decisões estratégicas. Ela ajuda a identificar oportunidades de crescimento, a compreender as demandas dos clientes e a antecipar desafios potenciais. Além disso, é uma ferramenta valiosa para adaptar as estratégias de *marketing*, desenvolver produtos que atendam às necessidades do mercado e manter uma vantagem competitiva.

Conforme a tabela 3, temos uma visão abrangente do segmento da Vida Segura, destacando variáveis cruciais que desempenham um papel fundamental na implementação eficaz do negócio. Esta análise estratégica visa fornecer uma compreensão mais profunda dos fatores que moldam o cenário operacional e as oportunidades de crescimento para a empresa.

Tabela 3: Segmento e variáveis da Vida Segura.

Segmentação B2B	
Variável 1	**Variável 2**
Espaço para unidade móvel	De 25 até 100 funcionários ou mais
Sem espaço para unidade móvel	No máximo 25 funcionários

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

4.4.1 Pesquisa de mercado

Uma pesquisa de mercado é um processo organizado de coleta, análise e interpretação de informações relevantes sobre um mercado específico, incluindo dados sobre consumidores, concorrentes, produtos e tendências. Essas informações ajudam as empresas a entenderem melhor o ambiente em que atuam e a tomar

decisões mais informadas sobre estratégias de *marketing*, desenvolvimento de produtos, posicionamento no mercado e outros aspectos relacionados aos negócios (Kotler; Keller, 2006).

Através da pesquisa qualitativa realizada com a modelagem de percepção pela empresa, foi possível entender que o mercado quer economia de tempo e agilidade de desempenho. Então através de uma das perguntas fomentadas para compreender a visão de quem já trabalha na área e pode nos proporcionar, segundo Marcelo de Lucas Silvestre (2023), podemos entender que:

> Se eu pego empresas, um pouco menores de até 800, 900 funcionários... Isso vale a pena demais, porque eu contrato essa unidade móvel, ela vem ali pra dentro da minha empresa, resolve todos esses problemas de exames, essas análises, e eu não preciso ter todo o setor envolvido com isso [...].

Durante a entrevista, podemos não apenas identificar lacunas no mercado, mas também compreender as nuances que muitas vezes escapam às análises puramente qualitativas. As interações diretas proporcionaram uma visão mais holística das preferências dos consumidores, suas preocupações e as tendências emergentes que moldarão nosso setor. O *feedback* positivo e a identificação de pontos de diferenciação nos posicionaram de maneira mais competitiva no cenário de negócios.

Tabela 4: Perguntas direcionadas ao entrevistado.

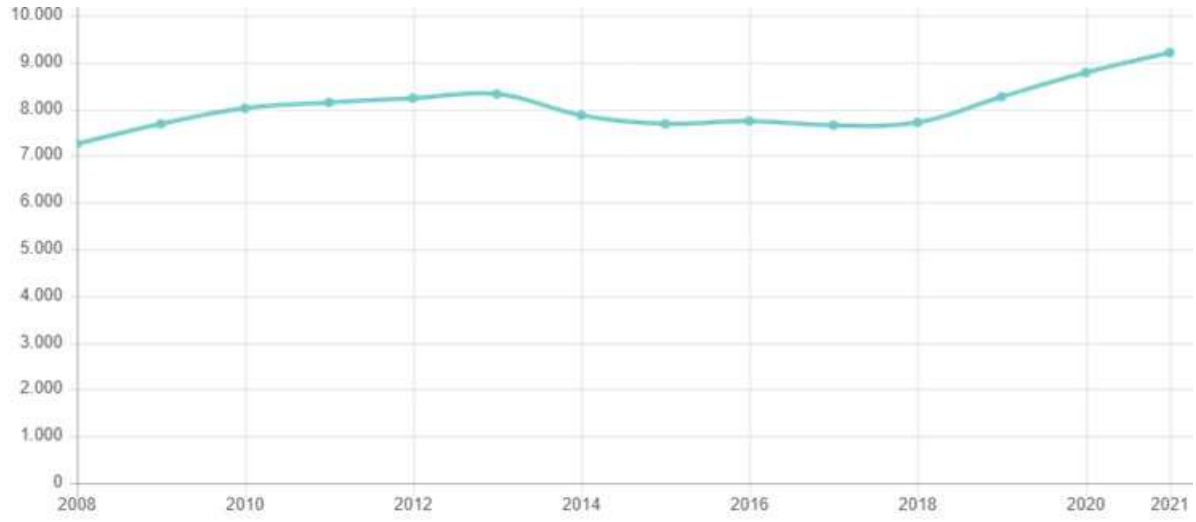
MÓDULO	Nº	PERGUNTA
Rapport (Aquecimento)	1	Para fins de registro, poderia nos informar seu nome e qual cargo ocupa atualmente?
	2	Poderia nos contar um pouco sobre a empresa e qual ramo atua?
Segmento (Warm up)	3	Como você descreveria a cultura de segurança no seu local de trabalho?
	4	Possui especialização em Segurança do trabalho?
	5	Sabe nos informar os riscos a que os seus funcionários estão expostos no ambiente de trabalho? E quais
Conhecimento Técnico (Core)	6	Qual a quantidade de funcionários, sabe nos informar?
	7	O que ouve dos funcionários relacionado ao ambiente de trabalho? É bom ou ruim e quais melhorias? Se houver alguma, poderia nos apontar?
	8	Sabe nos informar qual a cidade onde é realizado os exames admissionais, demissionais e periódicos?
	9	Há utilização de EPI's? Poderia nos citar alguns desses?
	10	Quais são os maiores desafios que a instituição enfrenta no que diz respeito à saúde e segurança no trabalho?
	11	Quais os pontos chaves na promoção a saúde no ambiente de trabalho aplicados pela instituição?
	12	Caso ocorra um incidente de algum colaborador no ambiente laboral, sabe nos informar se é realizado a abertura de CAT? É informado ao RH para registro e se tem conhecimentos do e-social?
Contratos (Core)	13	A forma de contratação sabe nos informar se é temporária ou celetista (CLT)?
	14	Sabe nos informar se atualmente possuem uma empresa contratada de saúde e segurança ou SESMET interno?
Feedback (Encerramento)	15	Como você avalia o treinamento em segurança oferecido pela empresa?
	16	Há alguma medida especifica de segurançaque compreende reduzir possiveis acidentres no ambiente de trabalho?
	17	Seria um conforto aos colaboradores, se esses atendimentos ocorressem dentro da empresa através de uma unidade móvel?
	18	Existe alguma medida que compreenda que possa ser melhoradas ou implentada para trazer mais segurança no ambiente de trabalho?

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Após uma análise minuciosa de pesquisas secundárias fornecidas pelos sites do IBGE, Novo CAGED e Data MPE Brasil, podemos observar a dinâmica empresarial nas cidades de Praia Grande, São Vicente, Cubatão e Mongaguá. O entendimento das tendências de crescimento ao longo dos últimos 10 anos fornece dados valiosos para a Vida Segura na formulação de estratégias de entrada e posicionamento no mercado local, podendo aproveitar as oportunidades identificadas para atender às necessidades crescentes de Saúde e Segurança Ocupacional nessas comunidades em desenvolvimento.

Praia Grande - Com base nas pesquisas secundárias do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para Praia Grande, observamos uma tendência de crescimento notável no número de empresas nos últimos 10 anos. O Gráfico 2 disponível no site do IBGE revela um aumento constante, indicando um ambiente propício para atividades empresariais na região. Esse cenário pode ser um indicativo positivo para a expansão de serviços como o oferecido pela Vida Segura.

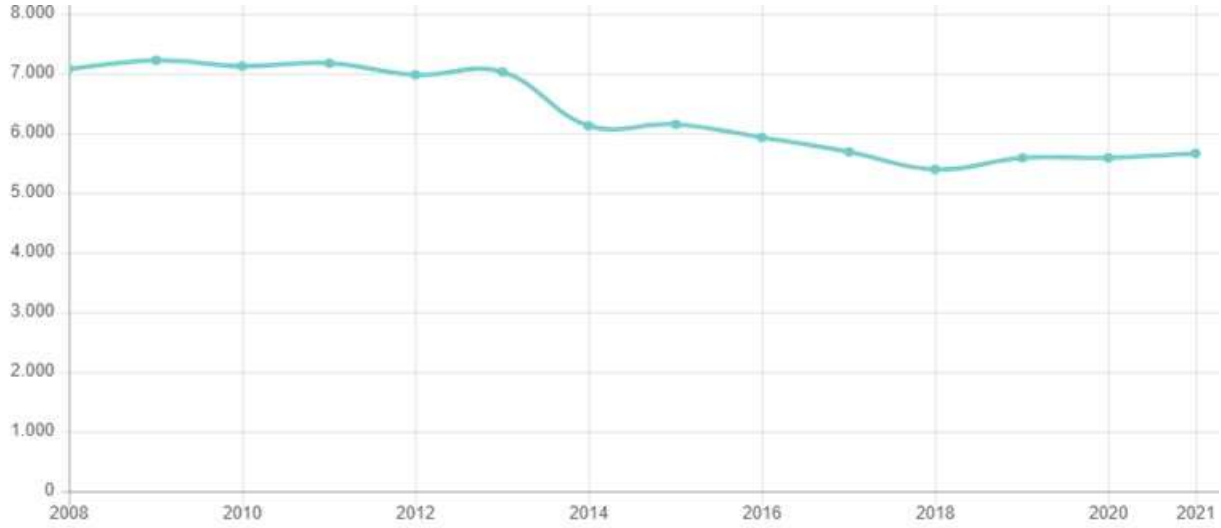
Gráfico 2: Número de empresas abertas em Praia Grande.



Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2021. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

São Vicente - A análise das pesquisas secundárias do IBGE para São Vicente também aponta para um cenário favorável. O Gráfico 3 de quantidade de empresas na cidade mostra um aumento significativo ao longo da última década. Esse crescimento sustentado pode ser um indicador relevante para a entrada e consolidação de empresas no mercado local.

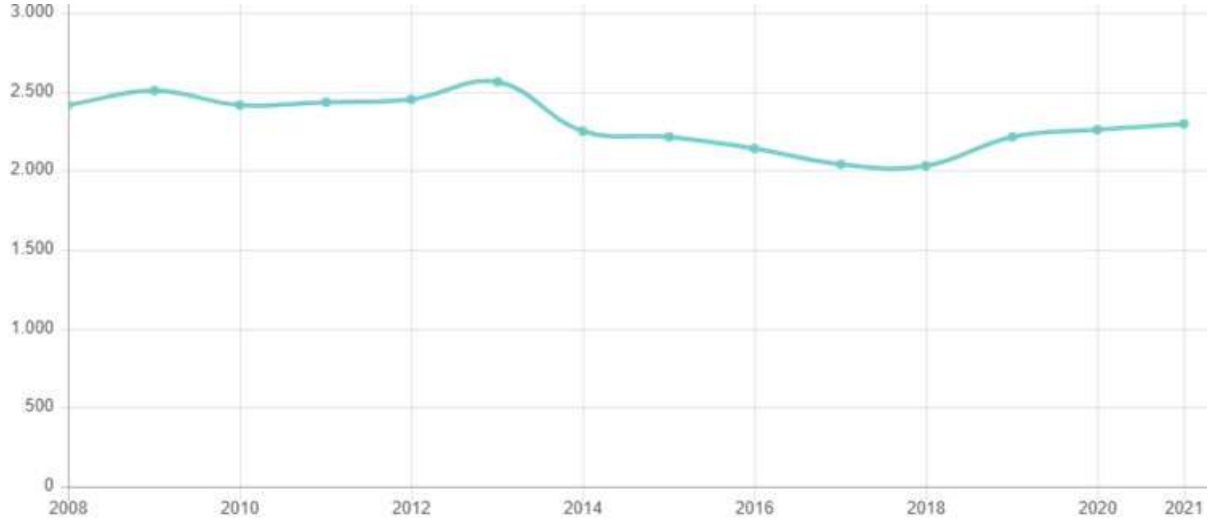
Gráfico 3: Número de empresas abertas em São Vicente.



Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2021. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

Cubatão - Cubatão, conhecida por seu parque industrial expressivo, apresenta um panorama intrigante nas pesquisas do IBGE. O Gráfico 4 revela uma dinâmica peculiar de altos e baixos nos últimos 10 anos, possivelmente influenciada por fatores específicos da indústria local. Essa variabilidade exige uma análise mais aprofundada para compreender melhor o contexto e as oportunidades para empresas do setor de SST como a Vida Segura.

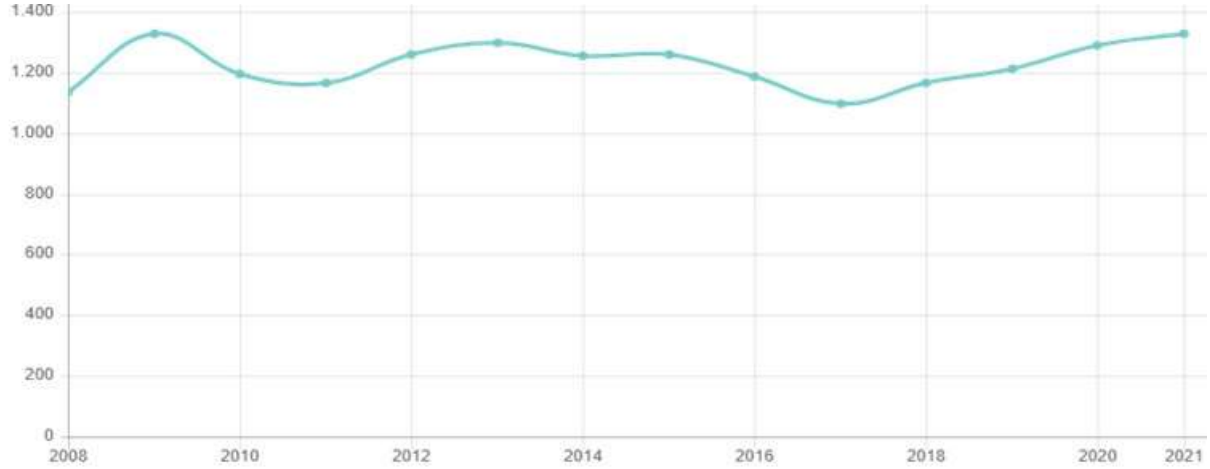
Gráfico 4: Número de empresas abertas em Cubatão.



Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2021. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

Mongaguá - Mongaguá, embora seja uma cidade menor em comparação com as anteriores, demonstra um crescimento constante no número de empresas nos últimos anos, conforme evidenciado pelos dados do IBGE. A estabilidade desse aumento pode ser interpretada como um sinal positivo para a penetração de nossos serviços na região. A demanda crescente por serviços empresariais sugere um ambiente propício para expansão e atuação no mercado local.

Gráfico 5: Número de empresas abertas em Mongaguá.



Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2021. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

Com base nas pesquisas do Data MPE Brasil, é evidente que a Baixada Santista está experimentando um período de constante evolução e aprimoramento em seus setores econômicos. Essa dinâmica se traduz em um ambiente propício para a abertura de novos negócios, gerando impactos significativos no desenvolvimento econômico regional.

Gráfico 6: Empregados por setor econômico na Baixada Santista.



Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), 2021.

A abertura de novos negócios na Baixada Santista não apenas reflete a vitalidade econômica, mas também impulsiona o ciclo de crescimento. Empresas que buscam se estabelecer na região podem se beneficiar do ambiente favorável, aproveitando as oportunidades de mercado e contribuindo para a expansão econômica local.

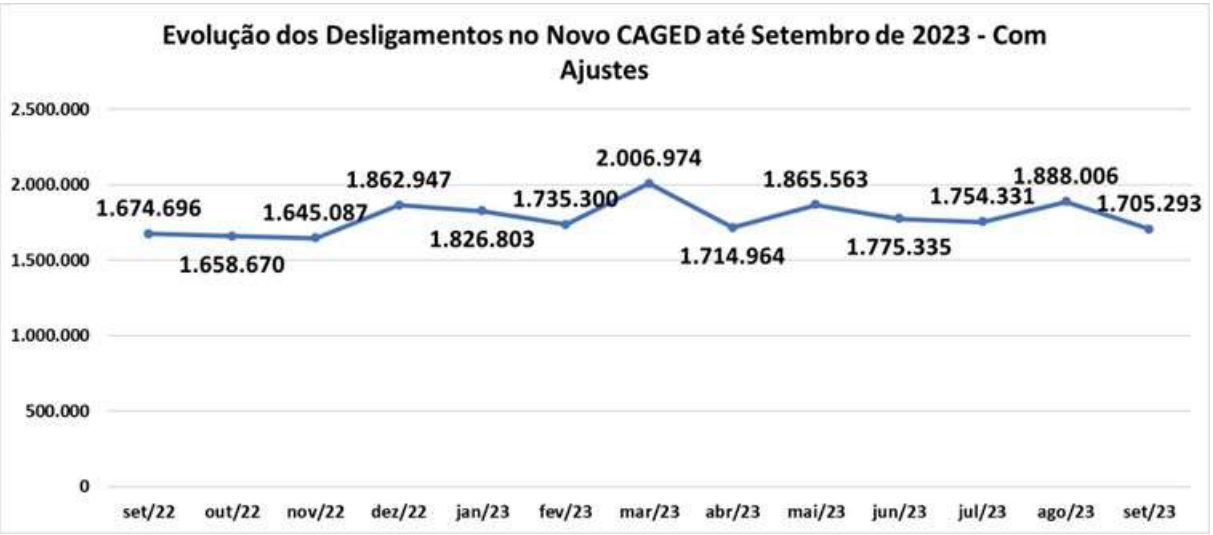
Gráfico 7: Admissões no Estado de São Paulo.



Fonte: Novo CAGED, 2023.

Apesar do panorama promissor, é importante reconhecer e enfrentar os desafios que acompanham o crescimento econômico. Questões como infraestrutura, capacidade de absorção do mercado de trabalho e sustentabilidade devem ser abordadas para garantir um desenvolvimento equilibrado e sustentável na região.

Gráfico 8: Demissões no Estado de São Paulo.



Fonte: Novo CAGED, 2023.

A Baixada Santista, com suas cidades em constante evolução, emerge como um ambiente dinâmico e propício para novos negócios. O aumento nas taxas de admissões e demissões sinaliza a vitalidade econômica, oferecendo oportunidades significativas para empresas que buscam contribuir para o desenvolvimento regional. A compreensão dessas tendências é fundamental para qualquer empresa, incluindo a Vida Segura, ao planejar estratégias de crescimento e expansão na região.

4.4.2 Estudo dos clientes

O estudo dos clientes, muitas vezes referido como pesquisa de clientes ou análise de clientes, é uma prática que as empresas realizam para entender melhor as necessidades, comportamentos, preferências e características demográficas de seus clientes. Esse tipo de estudo é crucial para o desenvolvimento de estratégias de marketing, melhoria de produtos ou serviços e aprimoramento da experiência do cliente (Kotler; Keller, 2006).

Através do estudo feito com duas personas distintas, temos: Rodolfo, 52 anos, empresário de obras (persona 1) e Cassandra, 38 anos, gerente de Recursos Humanos (persona 2). Através dos resultados, destacamos como a Vida Segura atende a essas diversas necessidades, proporcionando valor único a cada indivíduo.

Tabela 5: Valores percebidos pela Persona 1.

Valor	Formas entrega
Economia de tempo	Cronograma que atenda sua necessidade
Qualidade	Prestar um bom atendimento
Redução de esforço	Agendamento com facilidade e ser atendido com agilidade
Redução de riscos e perdas	Evitar as Sanções Legislativas
Preço razoável	Contra proposta
Disponibilidade e acesso	Canais de Atendimento

Valor	Formas entrega
Conexão	Relacionamento próximo com o cliente.
Ética	Informar as necessidades e as Normas exigidas.
Exclusividade e personalização	Atendimento Personalizado
Bem-estar	Confiança nos serviços
Comodidade	Atendimento da Unidade móvel e ou In Loco

Entregas Essenciais
Cronograma que atenda sua necessidade, Informar as necessidades e as Normas exigidas. e Atendimento da Unidade móvel e ou In Loco.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Destacamos ainda como a Vida Segura atende às necessidades exclusivas da Persona 2, oferecendo um valor significativo para ela.

Tabela 6: Valores percebidos pela Persona 2.

Valor	Formas entrega
Disponibilidade e acesso	Comodidade as empresas com atendimento In Loco ou In Company
Economia de tempo	Redução do tempo de atendimento e agilidade de processos.
Qualidade	Planejamento logístico no atendimento.
Redução de custos	Minimização de custos logísticos com o funcionário.
Redução de esforço	Resolução minimizar a perda de tempo com exames.
Simplifica	Simplificar processos
Redução de riscos e perdas	Proteger as empresas de possíveis riscos internos e externos
Ética	Manter as empresas em segurança e seus respectivos operários
Conexão	Conexão ética e moral com a empresa cliente.
Bem-estar	Saúde e Segurança para a empresa
Crescimento e Desenvolvimento	Desenvolvimento do bem-estar da empresa.
Entregas Essenciais	
Comodidade as empresas com atendimento In Loco ou In Company, Proteger as empresas de possíveis riscos internos e externos, Manter as empresas em segurança e seus respectivos operários e Saúde e Segurança para a empresa.	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A Vida Segura é mais do que um serviço; é um investimento que se adapta às diferentes fases e preferências de cada cliente. Estamos comprometidos em proporcionar segurança e tranquilidade, independentemente do estilo de vida único de cada cliente.

4.4.2.1 Mapa de empatia

O conceito do mapa de empatia serve como ferramenta de *design thinking* que ajuda você a entender melhor as necessidades e perspectivas de um determinado grupo de pessoas, geralmente clientes ou usuários. Através do brainstorm, é possível criar uma persona e traçar o ponto de vista do cliente, alimentando o Modelo de Negócios para checar se o objetivo, as dores e as necessidades do cliente estão alinhados com o perfil do seu público-alvo.

A existência desse método é o que pode levar a descobertas de possibilidades completamente novas. Isso não significa que o pensamento do cliente é o único ponto de partida para a iniciativa inovadora, porém, precisamos de incluir a sua perspectiva quando avaliar o modelo de negócios: “Inovações bem-sucedidas exigem uma compreensão profunda dos clientes, incluindo seu ambiente, seu dia a dia, suas preocupações e inspirações.” (Osterwalder; Pigncur, 2011, p. 128).

O mapa está dividido em quatro quadrantes, cada um representando uma janela para o universo emocional e comportamental das pessoas que estudamos. Neste texto, exploraremos os quatro pontos: sua descrição geral e como eles podem ajudar a revelar os segredos por trás das decisões, desejos e sentimentos das pessoas (Osterwalder; Pigncur, 2011).

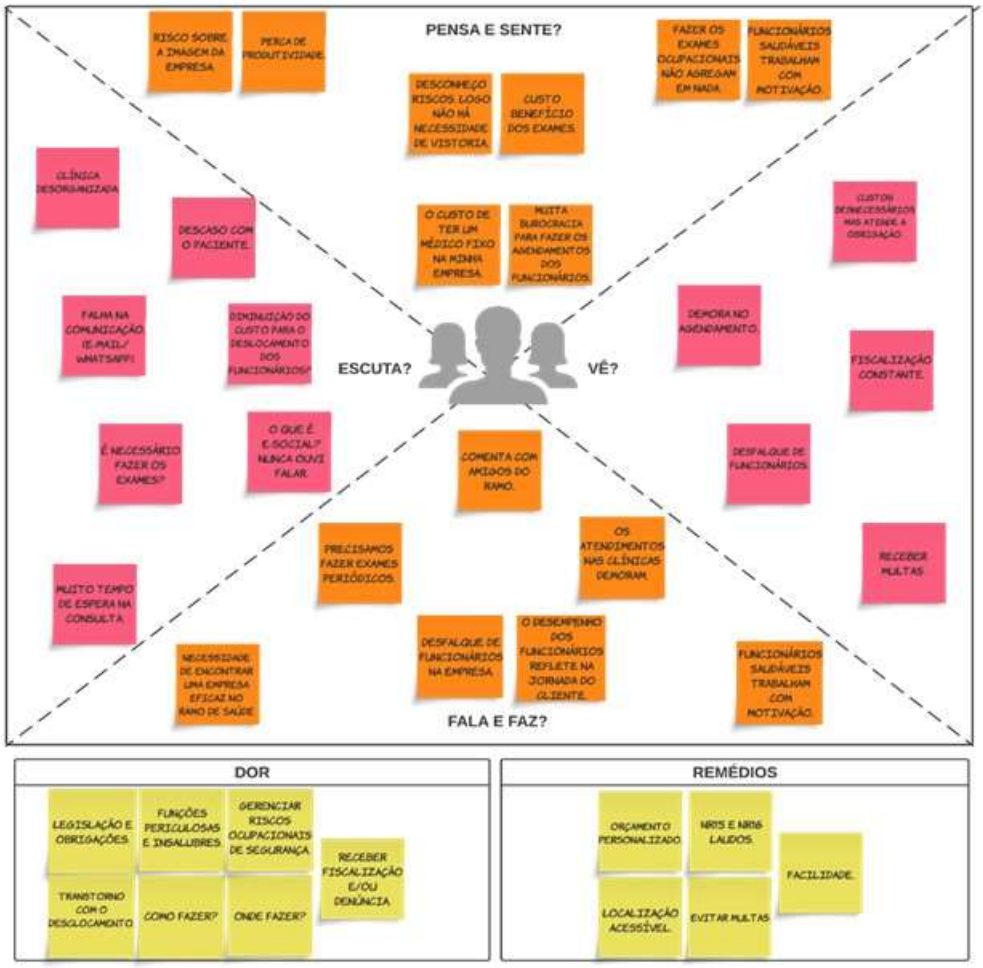
- O que ele vê? (descreva o que o cliente vê em seu ambiente);
- O que ele escuta? (descreva como o ambiente influencia o cliente);
- O que ele realmente pensa e sente? (tente desenhar o que acontece na mente do cliente);
- O que ele diz e faz? (imagine o que o cliente pode dizer ou como se comporta em público);
- Qual é a sua dor? (qual a necessidade que precisa ser suprida);
- O que ganha o cliente? (benefícios e vantagens que a empresa proporciona).

Em suma, o mapa de empatia é uma ferramenta que coloca as pessoas no centro de qualquer processo de design, desenvolvimento de produtos ou estratégia

de negócios. Ao mesmo tempo, ele ajuda as empresas a satisfazerem as necessidades e expectativas dos clientes de forma mais eficaz, o que por sua vez conduz ao sucesso e crescimento sustentável (Osterwalder; Pigncur, 2011).

A Figura 5, é a representação do mapa de empatia da Vida Segura. Nesse contexto, verifica-se o que o cliente pensa, sente, o que houve, o que vê, o que fala, o que faz, suas dores e necessidades. Ao compreender profundamente as perspectivas e necessidades dos funcionários e clientes, a empresa pode tomar medidas proativas para promover a saúde e a segurança, ao mesmo tempo em que fortalece sua reputação e relacionamentos comerciais.

Figura 5: Mapa de empatia Vida Segura.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Essa percepção auxilia na elaboração de uma proposta de valor que faça sentido para o cliente, garantindo melhor aceitação dos consumidores que buscam por qualidade. O objetivo da Vida Segura é promover melhores condições de trabalho

para as empresas e seus colaboradores, visando a saúde, bem-estar e segurança de todos.

4.4.3 Estudo dos concorrentes

O estudo dos concorrentes, também conhecido como análise competitiva, é uma prática realizada por empresas para entender o ambiente competitivo em que estão inseridas. Esse tipo de estudo visa coletar informações sobre os concorrentes diretos e indiretos, analisar suas estratégias, pontos fortes e fracos, e identificar oportunidades e ameaças no mercado (Kotler; Keller, 2006).

A pesquisa de mercado realizada nas cidades da Baixada Santista revelou a presença de seis concorrentes diretos da Vida Segura, atuando no mesmo segmento.

A seguir, apresentamos uma análise dessas empresas com base nos atributos e avaliações coletados durante a pesquisa.

Tabela 7: Análise de Concorrência.

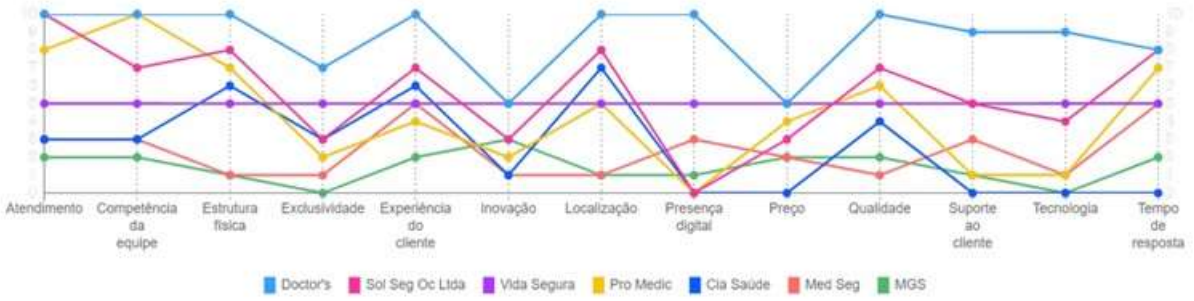
Atributos Avaliados	Vida Segura	Doctor's	Sol Seg Oc Ltda	Pro Medic	Cia Saúde	Med Seg	MGS
Atendimento	5	10	10	8	3	3	2
Competência da equipe	5	10	7	10	3	3	2
Estrutura física	5	10	8	7	6	1	1
Exclusividade	5	7	3	2	3	1	0
Experiência do cliente	5	10	7	4	6	5	2
Inovação	5	5	3	2	1	1	3
Localização	5	10	8	5	7	1	1
Preço	5	5	3	4	0	2	2
Presença digital	5	10	0	0	0	3	1
Qualidade	5	10	7	6	4	1	2
Suporte ao cliente	5	9	5	1	0	3	1
Tecnologia	5	9	4	1	0	1	0
Tempo de resposta	5	8	8	7	0	5	2
Média Geral	**5**	**9**	**6**	**4**	**3**	**2**	**1**

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Essa análise proporciona uma visão abrangente do cenário competitivo na região, permitindo à Vida Segura identificar oportunidades de melhoria e fortalecer

suas estratégias para manter ou expandir sua participação de mercado na Baixada Santista.

Gráfico 9: Avaliação das pontuações.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

4.4.4 As 5 forças de Porter

As Cinco Forças de Porter é um modelo de análise competitiva desenvolvido pelo renomado professor de economia e gestão Michael Porter. Esta estrutura é amplamente utilizada para avaliar o ambiente competitivo de uma determinada indústria ou mercado. O nível de concorrência numa indústria será determinado pela soma de todas as forças que influenciam o sucesso e o potencial de lucro de uma empresa. Quanto mais fraca for a força coletiva, maiores serão as chances de alcançar bons resultados (Porter, 2004).

Muitas empresas só se preocupam com os concorrentes diretos, mas a competitividade no mercado vai além disso, como afirma Porter (2004, p. 5):

A concorrência em uma indústria age continuamente no sentido de diminuir a taxa de retorno sobre o capital investido na direção da taxa competitiva básica de retorno, ou o retorno que poderia ser obtido pela indústria definida pelos economistas como em concorrência perfeita [...].

Através dessa colocação do autor, pode-se dizer que a análise das 5 forças de Porter demonstra a posição da empresa no mercado e mostra seus aspectos positivos e negativos. Esta análise é relevante para qualquer negócio, independentemente do seu tamanho e nicho. Nas palavras de José Saramago (1998) “[...] para ver a ilha é preciso sair da ilha. Não nos vemos se não saímos de nós.”

A partir do mapeamento dessas forças, a visão agrega as ideias de negócio e pode aumentar as chances do seu sucesso. Muitas empresas só se preocupam com os seus concorrentes diretos, mas a competitividade no mercado vai além disso. A diferença na análise de Porter é justamente que ela considera e avalia forças que vão além da concorrência direta num mesmo setor. Muitos especialistas utilizam-na como impulsionadores do sucesso no planejamento estratégico de uma organização (Kotler; Keller, 2006).

1. **Rivalidade entre os concorrentes:** Neste momento é a existência de longa data da maior Medicina Ocupacional do Litoral Paulista (*Doctor's*). Hoje, grande parte das empresas que necessitam de medicina ocupacional, está credenciado a ela. O diferencial deles é a clínica física e própria que possuem, sendo uma vantagem competitiva em relação aos nossos serviços. Nosso foco é oferecer o melhor atendimento, agilizando e mantendo a qualidade em sua comodidade, sem a necessidade do deslocamento dos colaboradores até uma clínica.
2. **Ameaça de produtos substitutos:** Não há grandes ameaças, pois, se trata de um segmento bem restrito, apenas para aqueles que realmente já estão no mercado e no ramo e sabem das necessidades, obrigatoriedades e a organização de fornecer este tipo de serviço. Apesar de ser um segmento pouco conhecido, estamos sujeitos a ter concorrentes em curta duração, ou seja, vantagem competitiva temporária, sendo possível ser imitado e aplicando novas tecnologias e procedimentos que não atuamos atualmente, como Raio-X *In Company*.
3. **Poder de barganha dos fornecedores:** Nossos fornecedores são as clínicas especializadas em realização de coleta de sangue, laboratórios especializados, este tipo de segmento. Não possuímos laboratórios, portanto toda coleta a ser realizada, necessariamente precisamos enviar essas amostras para as análises e serem laudadas para a finalização deste atendimento caso seja necessário.
4. **Ameaça de novos entrantes:** Hoje no Litoral, existe um nível baixo de concorrência, portanto, a negociação de preços, serviços e formas de execução com os clientes direto é mais eficiente e eficaz. Uma das vantagens que a Vida Segura possui é a Unidade Móvel, trazendo facilidade e segurança para todos os negócios.

5. **Poder de barganha dos Clientes:** O atendimento móvel é o nosso diferencial por ser o único da Baixada Santista, ainda que o atendimento *In Company* já seja utilizado por um de nossos concorrentes. As análises das pesquisas secundárias apontam como uma boa vantagem competitiva.

4.4.5 Análise PESTEL

A análise PESTEL consiste em um mapeamento do atual movimento macro ambiental no qual possibilita a compreensão do cenário a ser inserido, fomentando a percepção da análise *SWOT*.

Segundo Gerry Johnson et al, o significado da análise *PESTEL* é concebida como um acrônimo que engloba um conjunto de influências macro ambientais que fornecem informações que podem impactar positiva ou negativamente uma organização empresarial. Essa estrutura consiste em seis categorias diferentes: política, econômica, social, tecnológica, ambiental e jurídica. (Johnson *et al.*, 2011)

De acordo com a análise proposta por Álvaro Camargo (2017), a aplicação da abordagem *PESTEL* não só contribui para o desenvolvimento de estratégias mais eficazes face às incertezas decorrentes do macroambiente, como também reduz os riscos potenciais dos *stakeholders* relacionados.

Na análise *PESTEL* da empresa é possível encontrar:

- Novas políticas monetárias de importação;
- Queda da taxa de inflação;
- Aumento do número de empresas;
- Atendimentos Humanizados;
- Consciência e demanda por responsabilidade social;
- SOC (*Security Operations Center*);
- Controle Estatístico de Processos;
- Uso do *Net Promoter Score*;
- Uso de gasolina para o deslocamento;
- Uso de *softwares* de gestão e análise;
- Lei de proteção ao consumidor;
- E-Social;
- LGPD;

- Normas regulamentadores;
- Atualização de normas perante a exames de PCMSO, PGR, laudos de insalubridade e periculosidade.

4.4.5.1 Fatores Políticos

Os fatores políticos são todos os dados que quando agrupados fornecem informações políticas do macro ambiente.

Assim sendo, as forças políticas constituem a postura básica do governo em relação as empresas dos resultados das legislações as decisões de vastas comissões (Wright *et al.*, 2007).

São estes os fatores os quais geram a informação necessária para tomada de decisão deve ser seguida para o crescimento da empresa, podendo influenciar e limitar as organizações (Kotler; Keller, 2006).

Dentre os fatores políticos da empresa estão as regulamentações de saúde e segurança ocupacional, onde incluem as mudanças nas regulamentações governamentais, podendo afetar diretamente os serviços oferecidos pela Vida Segura. Isso inclui, por exemplo, atualizações nas normas regulamentadoras, requisitos de exames médicos e documentações necessárias para conformidade com as leis trabalhistas.

Outro fator são os investimentos a políticas governamentais relacionadas à saúde pública, como programas de vacinação, medidas de prevenção de doenças. políticas de apoio a pequenas e médias empresas. Atualmente foi aberto um novo ministério voltado a micro e pequenas empresas, cujo atual ministro de empreendedorismo foi o antigo prefeito de São Vicente e governador do Estado, isso pode gerar o crescimento de pequenas e médias empresas na Baixada Santista.

Esse novo ministério pode trazer consequências benéficas para a região, como a abertura de novos setores e empresas na Baixada, incentivos fiscais ou programas de subsídios. De modo a influenciar na viabilidade financeira e o crescimento da Vida Segura, especialmente considerando o foco de segmento.

Políticas de prevenção de acidentes de trabalho, tomadas de decisões governamentais destinadas a prevenção de acidentes de trabalho e a promoção de ambientes de trabalho seguros podem afetar positivamente a demanda por serviços de Segurança Ocupacional da Vida Segura.

4.4.5.2 Fatores Econômicos

Os fatores econômicos são bem similares aos fatores políticos, o que difere são nas posturas do governo as quais refletem no poder de compra das pessoas. Sendo necessário as adaptações estratégias a serem aplicadas conforme as ameaças ou oportunidades.

Para que existam mercados, se faz necessário a existência de compras e seus respectivos poderes de compra. Os poderes de compra em uma economia dependem da renda, dos preços, da poupança, do endividamento e da disponibilidade de crédito (Kotler; Keller, 2006).

Segundo Wright et al. (2007) as forças econômicas também têm impactos significativos, como os fatores políticos-legais, representando tanto ameaças quanto oportunidades. Consideram os principais exemplos como o impacto de aumento ou diminuição do PIB, elevações e quedas das taxas de juros, da inflação e do valor do dólar.

Flutuações na economia, como recessões ou períodos de crescimento econômico, podem influenciar a demanda por serviços de saúde e segurança ocupacional. Durante uma recessão, as empresas podem reduzir seus gastos com serviços não essenciais, enquanto em tempos de crescimento, podem estar mais dispostas a investir em segurança e saúde no trabalho.

A saúde econômica das empresas clientes da Vida Segura é crucial. Se as empresas estiverem enfrentando dificuldades financeiras, podem reduzir seus gastos com serviços do mesmo segmento. Por outro lado, empresas prósperas podem estar dispostas a investir mais em Segurança e Saúde no Trabalho.

Mudanças nas taxas de juros, por exemplo, atualmente a taxa de juros no Brasil encontra-se em queda, o que é benéfico na compra dos equipamentos, mão de obra especializada, escritório e outros recursos adquiridos.

Em suma, a queda nas taxas de juros pode criar oportunidades para diversas empresas através dos custos de financiamento reduzidos, aumento da demanda por seus serviços e expansão do mercado. No entanto, também pode intensificar a concorrência, exigindo uma gestão estratégica cuidadosa para aproveitar ao máximo as condições econômicas favoráveis.

A inflação impacta diretamente nos custos operacionais das empresas, passando a enfrentar pressões para aumentar os serviços devido ao aumento dos custos de insumos, como equipamentos de segurança e mão de obra especializada.

As taxas de desemprego afetam diretamente o mercado de trabalho, pois quando elevadas podem levar a uma redução na demanda por serviços de saúde ocupacional, pois menos pessoas estarão empregadas. E consequentemente nossos serviços seriam reduzidos.

A variação cambial, em casos de flutuações significativas nas taxas de câmbio a empresa é afetada diretamente em relação aos custos de importação de equipamentos e suprimentos relacionados à segurança ocupacional.

A demanda por treinamentos em saúde e segurança ocupacional pode ser influenciada pelo ciclo econômico. Durante períodos de crescimento, as empresas podem estar mais dispostas a investir em treinamentos para seus funcionários.

4.4.5.3 Fatores Sociais

As forças sociais incluem tradições, valores, tendências sociais e expectativas que uma sociedade tem em relação às empresas (Wright *et al.*, 2007).

As pessoas definem a compra de bens e serviços em virtude de crenças, valores e normas que as moldam (Kotler; Keller, 2006).

A empresa visa por buscar mudanças nas atitudes e conscientização da sociedade em relação à saúde e segurança no trabalho, pois ao realizar um atendimento mais humanista, consequentemente acarretará um aumento na preocupação com o bem-estar dos trabalhadores resultando em maior procura por serviços de segurança ocupacional.

Se houver uma queda na composição demográfica da força de trabalho, como uma maior diversidade étnica ou cultural da força de trabalho na região da baixada santista, pode criar demanda por serviços de exames demissionais, por exemplo. E o contrário também é válido, pois se há um aumento da força de trabalho principalmente no crescimento dos polos industriais, pode trazer um aumento nos exames admissionais, periculosos e insalubres, no caso de indústrias.

Algumas empresas podem dar prioridade à segurança ocupacional e valorizar a prevenção de acidentes, enquanto outras podem não ser tão proativas. De modo geral, sabemos que um dos maiores desafios está voltado para os funcionários os quais não acreditam na eficácia dessa prevenção.

A Vida Segura está ciente de que essa cultura de ineficácia do EPI's juntos ao desempenho realizado pelo trabalhador está extremamente enraizada no mercado de trabalho brasileiro, principalmente nos setores de obras e portuário, seja por falta de

conhecimento ou ignorância. Através de uma das pesquisas realizadas pela empresa, foi obtido a confirmação de que uma das maiores dificuldades de empresas que oferecem palestras, cursos e campanhas de conscientização sobre o uso correto dos equipamentos de proteção, consiste na compreensão do trabalhador.

A ética empresarial e a responsabilidade social corporativa, atualmente são fatores importantes para a reputação das empresas. Assim sendo, a Vida Segura pode destacar seu compromisso com a segurança dos funcionários como parte de sua responsabilidade social.

A promoção da saúde no ambiente de trabalho está se tornando mais comum, buscando por alcançar a prevenção de trabalhadores, a fim de minimizar riscos aos trabalhadores e suas respectivas condições de trabalho. A Vida Segura busca por oferecer campanhas de *Screnning* com o objetivo de realizar triagens para identificar futuras doenças que o trabalhador possa a vir sentir no cenário atual de trabalho. Essas campanhas também servem como uma amostra de nossos serviços relacionados à prevenção de doenças ocupacionais e promoção da saúde.

Impacto da Pandemia: Eventos globais, como a pandemia de COVID-19, podem alterar as normas e expectativas sociais em relação à saúde ocupacional. O foco na prevenção de doenças infecciosas pode se tornar mais proeminente.

A ênfase na diversidade e inclusão no local de trabalho está aumentando, a Vida Segura pode oferecer serviços relacionados à saúde e segurança que levem em consideração as necessidades específicas de grupos diversos de funcionários.

As expectativas dos consumidores em relação à segurança e responsabilidade social das empresas afetam diretamente a reputação e a demanda por serviços da Vida Segura. Pois ao construir uma relação de confiança com os clientes, garantimos a melhor forma de propaganda de nossos serviços, promovendo nossos serviços de cliente para cliente.

Os clientes de hoje são mais difíceis de agradar. Mais inteligentes, conscientes em relação aos preços e exigentes, eles perdoam menos e são abordados por mais concorrentes com ofertas iguais ou superiores. O desafio, segundo Jeffrey Gitomer, não é deixá-los satisfeitos. O desafio é conquistar clientes fiéis. [...] Para gerar indicações, a empresa desenvolve peças publicitárias e as veicula em meios de comunicação que alcançaram novos clientes (Kotler; Keller, 2006).

Avanço de normas culturais em relação à saúde e segurança no trabalho podem evoluir com o tempo, permitindo maiores investimentos no setor ligado as políticas e práticas das empresas.

4.4.5.4 Fatores Tecnológicos

Os fatores tecnológicos são todos aqueles conhecimentos que contribuem para a sociedade seja bom ou ruim, por exemplo, a criação da bomba atômica ou a descoberta da vacina contra COVID-19.

De modo resumido, segundo Wright et al. (2007) as forças tecnológicas incluem melhorias e inovações científicas, oferecendo oportunidade ou ameaças.

Já em um contexto mais amplo, as forças tecnológicas podem oferecer riscos ou oportunidades, pois são conhecidas por ser uma foça de “destruição-criativa” devido a sua rápida mudança e seu respectivo uso criativo. Os fatores tecnológicos não são apenas a tecnologia, literalmente descrita, mas sim o conjunto de conhecimentos que avançam a sociedade (Kotler; Keller, 2006).

Novas tecnologias médicas e de saúde, como dispositivos de monitoramento remoto, softwares de análise de dados de saúde e avanços em telemedicina, podem criar oportunidades para a Vida Segura expandir seus serviços e oferecer soluções mais avançadas aos clientes.

O uso de sistemas avançados de gerenciamento de dados e análise pode ajudar a Vida Segura a coletar, analisar e relatar informações de segurança ocupacional com mais eficiência. Isso pode melhorar a qualidade dos serviços prestados e fornecer insights valiosos aos clientes.

Atualmente a Vida Segura utiliza do *software* SOC, mas como dito anteriormente, futuramente buscamos investir na aquisição de ERP’s a fim de melhor gerenciar nossas operações. Assim, buscamos a automação de processos de negócios e a integração de sistemas visando melhorar a eficiência das operações da Vida Segura, desde a marcação de exames até a geração de relatórios de conformidade.

Avanços em equipamentos de segurança, como equipamentos de proteção individual (EPI) mais avançados e tecnologias de monitoramento de segurança, podem influenciar a oferta de produtos e serviços da Vida Segura.

A evolução das tecnologias de comunicação, como aplicativos móveis e sistemas de mensagens, pode melhorar a comunicação entre a Vida Segura, as

empresas clientes e os funcionários, tornando mais fácil agendar exames, fornecer informações e conscientizar sobre questões de saúde ocupacional.

Políticas de emissão de laudos e documentação obrigatória, oferecendo mudanças nas políticas relacionadas à emissão de laudos e documentação necessária para conformidade com as obrigações regulatórias, como o e-Social, podem impactar diretamente a oferta de serviços da Vida Segura.

Com a crescente dependência de tecnologia, a segurança de dados e a proteção contra ameaças cibernéticas se tornam essenciais. A Vida Segura deve investir em medidas de segurança cibernética para proteger informações confidenciais dos clientes. Atualmente o *software* SOC, também conta com essa função através de uma criptografia cibernética e extremamente segura.

O uso de IA e análise de big data pode ajudar a identificar tendências e insights valiosos em saúde ocupacional, permitindo a oferta de serviços mais personalizados e eficazes.

4.4.5.5 Fatores Ambientais

Os fatores ambientais são aqueles que devem ser frequentemente analisados, pois atualmente vivemos em um cenário em que empresas que não se preocupam com o meio ambiente são fortemente criticadas e acabam perdendo investidores.

Além disso, é importante entender os fatores que danificam o meio ambiente, pois a depender do grau de insalubridade do local, novas oportunidades podem ser abertas.

Os consumidores parecem contraditórios quanto a preservação do ambiente. Um estudo mostrou que, embora 80 por cento dos consumidores norte-americanos tenham declarado que o fato de um produto ser ou não seguro para o meio ambiente influencia sua decisão de compra, apenas pouco mais da metade afirmou que compra produtos recicláveis ou biodegradáveis (Kotler; Keller, 2006).

Regulamentações ambientais, mudanças nas regulamentações ambientais podem impor novas obrigações e requisitos que a unidade móvel da Vida Segura deve cumprir, por exemplo, um dos principais recursos da unidade é o uso da combustão. Assim, sendo sanções que possam regulamentar a quantidade de poluentes emitidos, podem gerar maiores custos para a empresa.

Nos dias de hoje as empresas estão cada vez mais sendo responsabilizadas por danos ambientais, muitas vezes a decisão de compra do consumidor tem base se a empresa apresenta ou não atitudes sustentáveis.

A ideia do consumo consciente não é nova, mas o entendimento da sua importância tem tomado mais força nos últimos anos. Não é à toa que o estudo Estilos de Vida da Nielsen, em 2019, descobriu que 42% dos consumidores brasileiros estão mudando seus hábitos de consumo para reduzir seu impacto no meio ambiente. [...] Mas o consumo consciente precisa ser entendido como prática dos brasileiros. No estudo da Nielsen mencionado no início desta reportagem, além dos 42%, existem outras estatísticas para se destacar: 30% dos entrevistados estão atentos aos ingredientes que compõem os produtos; 58% não compram produtos de empresas que realizam testes em animais; 65% não compram de empresas associadas ao trabalho escravo. Uma pesquisa de comportamento do consumidor da Deloitte, em 2021, revelou também, como tendência global, que os consumidores estão cada vez mais tomando decisões conscientes com a sustentabilidade e o meio ambiente em mente (CNN, 2023).

Há uma preocupação crescente com o meio ambiente que pode levar as empresas a considerarem a saúde ocupacional em relação a questões ambientais de seus trabalhadores, como exposição a substâncias tóxicas, impactando em mais oportunidades de serviços da Vida Segura.

4.4.5.6 Fatores Legais

No ambiente legal é necessário para os empreendedores trabalharem em harmonia com as leis que regulamentam as práticas do negócio (Kotler; Keller, 2006).

- Regulamentações de Saúde e Segurança (PCMSO, PGR, Laudo de Insalubridade e Periculosidade);
- Lei de Proteção ao Consumidor;
- Normas Regulamentadoras (NRs);
- e-Social (Decreto nº 8373/2014);
- Lei n° 13.709/2018 (LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados).

Essas regulamentações são essenciais para a saúde e segurança ocupacional, estabelecendo requisitos e diretrizes para a avaliação de riscos, programas de

prevenção e monitoramento de saúde dos trabalhadores. O PCMSO (Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional), o PGR (Programa de Gerenciamento de Riscos) são instrumentos que visam garantir a saúde dos trabalhadores e a prevenção de acidentes. O Laudo de Insalubridade e Periculosidade determina se os funcionários têm direito a benefícios adicionais devido a condições de trabalho insalubres ou perigosas.

Objetivo proteger os consumidores de produtos e serviços, incluindo os serviços prestados pela Vida Segura. Ela garante que os clientes tenham acesso a serviços efetivos, seguros e adequados, bem como o direito de controle e monitoramento das práticas da empresa.

A conformidade com as leis de proteção ao consumidor é crucial para manter a confiança dos clientes e evitar pendências legais. A Vida Segura garante que serviços atendam aos padrões de qualidade e segurança exigidos pela lei.

As Normas Regulamentadoras (NRs) são regulamentos estabelecidos pelo governo para garantir a segurança e a medicina do trabalho. Elas abrangem uma ampla gama de questões relacionadas à saúde e segurança ocupacional, desde equipamentos de proteção individual até a prevenção de acidentes e doenças ocupacionais.

O cumprimento das NRs é fundamental para garantir a segurança dos trabalhadores e evitar penalidades legais. A Vida Segura deve estar ciente das NRs relevantes e suas respectivas atualizações para os serviços oferecidos e garantindo as conformidades legais das empresas atendidas.

O e-Social é um sistema eletrônico que reúne informações trabalhistas, fiscais e previdenciárias das empresas. Ele visa simplificar a prestação de informações pelo empregador e melhorar a fiscalização das obrigações trabalhistas.

A LGPD é uma lei que regula a coleta, o armazenamento e o tratamento de dados pessoais. Ela se aplica a todas as empresas que lidam com dados pessoais de cidadãos brasileiros. Assim, a empresa deve cumprir rigorosamente a LGPD ao lidar com dados pessoais de clientes e funcionários. Isso inclui medidas de segurança de dados e obtenção de consentimento para o uso de informações pessoais.

4.4.6 Análise SWOT

Segundo Kotler e Keller (2006) a análise *SWOT* é uma avaliação global das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Assim, análise *SWOT* ou FOFA envolve o monitoramento dos ambientes externos e internos.

O objetivo da análise *SWOT* consiste em entender os riscos do cenário a ser explorado. De modo a garantir um posicionamento das empresas, minimizando as ameaças e fraquezas ambientais e identificando as oportunidades e forças dentre os concorrentes (Wright et al., 2007).

A análise *SWOT* da empresa apresenta fatores internos e externos, no ambiente interno nossas forças são uma proposta inovadora na região, experiência de mercado na área de SST, *networking* ou rede de contatos presente, domínio no uso das redes sociais para aplicação do *marketing* da empresa. Já as fraquezas são compostas por uma proposta imitável, baixo reconhecimento na região por ser uma empresa iniciante no litoral e a demanda de profissionais especializados que atuam na região.

Da perspectiva do ambiente externo, nossas oportunidades se concentram na comodidade no atendimento, aberturas de novas empresas como apresenta na perspectiva do IBGE, nas mudanças positivas da legislação, parcerias com sindicatos ou os setores de recursos humanos das empresas e credenciamento com os concorrentes.

Com base na análise *SWOT* permitiu uma análise cruzada entre os fatores permitindo a adoção de um plano de ação estratégico para cada cenário. A primeira é a estratégia ofensiva, visando a criação de estratégias que utiliza das forças para obter vantagem sobre as oportunidades externas. A seguir os planos de ação:

Primeiro plano são preços acessíveis para clientes, de modo a ocorrer durante a renovação anual do contrato para clientes que tenham mais de 200 funcionários visando a fidelização da empresa, sendo a responsável imediata a Natalia que através de um alinhamento com os outros sócios desenvolverá um plano com preços mais acessíveis para clientes fiéis.

Segundo plano são os *workshops* que serão realizadas apresentações em vídeos e/ou slides semestralmente através de reuniões, videoconferências ou eventos com intuito de conquistar novos clientes com um gasto de até R$1.200,00 (mil e duzentos reais) sendo a Natalia a responsável imediata.

Terceiro plano consiste em atualizar os clientes sobre novas legislações, estimulando a prevenção de multas. Assim, a responsável imediata Natalia, realizará duas publicações semanais nos perfis da nossa empresa através de textos, *stories*,

enquetes as quais contemplem as novas atualizações e informando aos clientes de forma dinâmica e gratuita.

O quarto plano busca a parceria com pessoas da área, o responsável imediato será o Anderson que com sua experiência no mercado de SST construiu uma rede de contatos que proporcionará a capacidade de realizar reuniões de negócios, que ocorreram mensalmente e sem custos que ocasionaram novas oportunidade de negócio.

A segunda estratégia é a confrontativa, visando a criação de estratégias que utiliza das forças para minimizar os riscos e evitar as ameaças externas. A seguir os planos de ação:

O quinto plano consiste na utilização do *feedback* dos nossos clientes que após o primeiro contrato, a responsável imediata Natalia, utilizará das redes sociais com o objetivo de sustentar a proposta do nosso negócio com um gasto de até R$ 800,00 (oitocentos reais) através do uso de SEO e anúncios patrocinados nas redes sociais

O sexto plano trabalha uma análise crítica do contrato que consiste no estudo operacional referente ao planejamento necessário para a realização dos atendimentos *In Company* os responsável imediato é o Lucas e autorizado financeiramente pelo Anderson, pois os custos desse planejamento são flexíveis devido a necessidade de cada empresa cliente. Desse modo, em casos que não haja espaço na empresa cliente para receber nossa unidade móvel levaremos os especialistas até um espaço reservado na própria empresa trabalhando o atendimento *In Loco*.

O sétimo plano é o emergencial que após o *scanning* ambiental começar a sinalizar perigo o departamento financeiro irá desenvolver um outro plano de ação para elaborar o percentual da receita para um fundo de reserva equivalentes a 6 (seis) meses a 1 (um) ano, trazendo maior segurança sobre uma possível crise. O Scanning Ambiental, segundo Peter et. el. (2011) significa a coleta e análise de informações sobre tendências ambientais atuais e futuras relevantes.

A terceira estratégia é a de reforço. Oportunidades identificadas para corrigir as fragilidades da empresa e superar determinadas limitações.

Assim sendo, o oitavo plano conta com a implementação da unidade móvel através do pré agendamento, focado na realização dos atendimentos periódicos, demissionais e admissionais através da alocação da unidade móvel com a equipe especialista para a realização do atendimento *In Loco* ou *In Company*. Consequentemente o orçamento será calculado com base na operação da demanda existente, sendo o responsável imediato para esse orçamento e cronograma o Lucas.

O nono plano visa buscar a fidelização dos clientes através da preparação de apresentações dinâmicas e oferecendo brindes aos participantes nos finais dos encontros, com um gasto de até R$ 2000 (entretanto uma margem de R$ 500 pode ser considerada). Assim, garantindo o viés cognitivo, e consequentemente, incentivando a busca por nossos serviços em novas empresas através desses encontros em auditórios e/ou eventos sendo os mesmos organizados pela Natalia semestralmente.

O décimo plano é a divulgação de novas e/ou atualizações das normas regulamentadoras presentes na legislação, porque essas respectivas mudanças contribuem em curto, médio e longo prazo com os possíveis novos serviços prestados pela Vida Segura. Desta forma, visamos oferecer serviços novos com base nessas atualizações e a criação desses novos serviços serão administradas através da análise crítica realizada pelo Lucas.

O décimo primeiro é a busca por parcerias entre sindicatos e outras empresas de saúde e segurança do trabalho, com o objetivo de criar relacionamentos com o maior número de futuras empresas possíveis da região. Assim sendo, a responsável por alcançar esse objetivo seria a Natalia.

O décimo segundo plano seria baseado na construção do credenciamento com clínicas externas que atendam empresas clientes e não tenham espaço para nossa unidade móvel, nem um espaço dentro da própria empresa para atendimento In Loco e com menos de 25 funcionários. Isso resultaria em um custo elevado tanto para Vida Segura quanto para empresa cliente.

A quarta estratégia é a defensiva, consiste em planos de ação que protegem a vulnerabilidade da empresa.

O décimo terceiro plano visa a contratação dos novos profissionais de preferência pessoas jurídicas, porque irá baratear o custo da mão de obra chegando até R$ 5.000,00 (cinco mil reais) na contratação, sendo o responsável pela contratação o diretor financeiro Anderson.

O décimo quarto plano consiste na busca pela diversificação planejada geograficamente que se completa com o sétimo plano, pois após estabelecer recursos reservas ponderados do percentual da receita, com objetivo de reduzir dependências buscando por um plano de expansão em Itanhaém, Peruíbe, Mongaguá com um custo de até R$ 7500,00 (sete mil e quinhentos reais) analisado pelo Anderson que consequentemente trará a viabilidade do plano.

O décimo quinto plano é a aplicação do *Marketing* Digital ou parte dele, a Natalia ficará responsável por elaborar postagens nas nossas redes sociais atualizando nossos seguidores e mostrando o conhecimento da empresa referente as novas atualizações legislativas que impactam nas empresas clientes, e assim buscando por ganhar visibilidade na região por meio da mídia.

4.5 Plano de Marketing

O plano de *marketing* é um documento estratégico que descreve as metas, objetivos, estratégias e táticas que uma empresa ou organização planeja usar para promover seus produtos ou serviços, atingir seu público-alvo e atingir suas metas de negócios. É um guia completo para todo o *marketing* da sua empresa durante um período, que costuma durar um ano.

Segundo Kotler e Keller (2006, p. 24) “O processo de planejamento de *marketing* consiste em analisar oportunidades de *marketing*, selecionar mercados-alvo, projetar estratégia de *marketing*, desenvolver programas de *marketing* e gerenciar o esforço de *marketing*”.

Um plano de *marketing* bem elaborado é essencial para direcionar os esforços de *marketing* de uma empresa para aderir aos objetivos de negócio e atingir efetivamente o público-alvo. Também fornece uma referência para medir o sucesso e fazer ajustes estratégicos à medida que as condições do mercado mudam (Porter, 2004).

Como uma ferramenta da gestão de *marketing*, o plano também está vinculado à gestão do negócio. Ele é parte do planejamento tático da empresa, que conecta o planejamento estratégico (mais amplo, de longo prazo) às definições operacionais de cada área (mais específicas, de curto prazo), (Porter, 2004).

Mas não existem regras sobre o prazo ou o conteúdo e profundidade do plano de *marketing*. O mais importante é que este documento se adapte à realidade de cada empresa e não esqueça a caixinha para atingir os objetivos de *marketing* (Porter, 2004).

4.5.1 Descrição dos principais produtos e serviços

Um serviço é tudo aquilo que é oferecido a outra que não resulta na mudança da propriedade, e assim, a realização do serviço pode estar ligada ou não a um produto.

Uma empresa de serviços deve diferenciar sua marca por meio de recursos primários e secundários do serviço, além de desenvolver estratégias de marca apropriada. Programas eficazes de diferenciação de marca de serviços costumam empregar vários elementos de marca. Eles também desenvolvem hierarquias e portfólio de marca e estabelecem dimensões de imagem para reforçar ou completar as ofertas de serviço (Kotler; Keller, 2006).

Segundo Kloter e Armstrong (1998, p. 190), “Produto é qualquer coisa que possa ser oferecida a um mercado para atenção, aquisição, uso ou consumo, e que possa satisfazer um desejo ou necessidade”, para Leduc (1973, p. 31) “Do ponto de vista comercial, produto é tudo aquilo que o consumidor recebe quando faz uma compra”.

Por sua vez, McCrathy e Perreault Jr. (1997, p. 148) afirmam que “produto significa a oferta de uma empresa que satisfaz a uma necessidade”.

Os serviços disponibilizados e essenciais para os contratantes inicialmente é os programas e laudos necessários assim como descritos abaixo:

- PGR (Programa de Gerenciamento de Riscos) que é a materialização do processo de Gerenciamento de Riscos Ocupacionais (por meio de documentos físicos ou por sistema eletrônico), visando à melhoria contínua das condições da exposição dos trabalhadores por meio de ações multidisciplinares e sistematizadas;
- PCMSO (Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional), com o objetivo de proteger e preservar a saúde de seus empregados em relação aos riscos ocupacionais, conforme avaliação de riscos do Programa de Gerenciamento de Risco - PGR da organização;
- AET (Análise Ergonômica do Trabalho), é um processo exigido pela NR 17 que tem como objetivo analisar as condições de trabalho dentro de uma organização e, a partir disso, identificar problemas ou riscos para os trabalhadores;
- Treinamentos: Conforme a necessidade dos contratantes ou até mesmo empresas que não fazem parte do portfólio podendo contratar este tipo de serviço, são treinamentos conforme dispostos nas NR’s;

NR 6 – Treinamento para o uso de Equipamentos Individuais de Segurança (EPI);

NR 10 – Treinamento para Segurança em Instalações e Serviços Elétricos;

NR 11 – Treinamento para Transporte, Movimentação, Armazenagem e Manuseio de Materiais;

NR 12 – Treinamento de Segurança no Trabalho em Máquinas e Equipamentos;

NR 13 – Treinamento para Caldeira, Vasos de Pressão e Tubulação;

NR 18 – Treinamento para Condições e Meio Ambiente de Trabalho na Indústria da Construção;

NR 20 – Treinamento para Segurança e Saúde no Trabalho com Inflamáveis e Combustíveis;

NR 23 – Treinamento para Proteção Contra Incêndios;

NR 33 – Treinamento para Segurança e Saúde nos Trabalhos em Espaços Confinados;

NR 35 – Treinamento para Trabalhos em Altura;

NR 36 – Treinamento para Segurança e Saúde no Trabalho em Empresas de Abate e Processamento de Carnes e Derivados.

- Palestras: Palestrantes e especialistas de determinada especialidade, fornecendo uma palestra dinâmica, não existe temas pré-estabelecidos para serem pautados na SIPAT de maneira obrigatória, no entanto, existem alguns assuntos que são abordados de forma indispensável para algumas empresas, como: Alcoolismo, Tabagismo e Drogas; IST's; AIDS e Segurança do trabalho;
- Exames Médicos: Realização de exames como admissionais, demissionais, periódicos e retorno ao trabalho. Exames sem grande complexibilidade apenas com o médico generalista para aptidão ou não da função em que o funcionário irá exercer na empresa;
- Exames Complementares: Exames com especialistas e laboratoriais, sendo coletas de sangue e laudos, exames de acuidade visual, exames de raio-X, exames de audiometria, dentre outros tipos de exames conforme a necessidade e programa desenvolvido para cada cliente;
- Venda de equipamentos de proteção individual ou coletivo: Venda de equipamentos conforme a necessidade para cada cliente, ou seja,

óculos de proteção, luvas, gel e sabonetes específicos dentre outros tipos de produtos que se faz necessário na aquisição e proteção dos colaboradores.

4.5.2 Preço e precificação

Com base no estudo de mercado e pela experiencia de um dos membros deste projeto, inserimos a precificação de acordo com a demanda, claramente observamos o mercado da região pautando no preço médio cobrado nas regiões de atuação. A precificação também foi baseada de acordo com os custos operacionais, por exemplo, um técnico de segurança do trabalho, após a verificação do preço médio deste profissional, abordamos uma média de 40% a mais no valor de venda, obtendo assim uma rentabilidade sobre o custo deste, assim realizamos com cada serviço/produto a ser fornecido ao cliente final, cobrindo assim todos os custos operacionais e a obtenção de lucratividade positiva para manter as atividades.

Após este indicador inserido em nossa precificação identificamos que seria uma forma rentável e competitiva dentro do mercado, sem muito ultrapassar a concorrência e não obter muitos prejuízos e sem lucratividade.

Neste plano de negócio apresentaremos o plano financeiro, contendo toda a estrutura de precificação, custos, investimentos necessários sejam eles fixos e pré-operacionais, mostrando a sua rentabilidade, lucratividade e o retorno de investimento.

4.5.3 Estratégias Promocionais

Estratégias promocionais são táticas de *marketing* utilizadas para promover produtos ou serviços, atrair clientes e aumentar as vendas. Essas estratégias visam criar um senso de urgência ou valor percebido que motive os consumidores a realizarem determinadas ações, como comprar. De acordo com Porter “[...] pode ser difícil posicionar uma marca como “barata” e, simultaneamente, afirmar que ela é da mais alta qualidade [...]”.

Algumas estratégias utilizadas pela Vida Segura:

- Participar de eventos de negócios: as feiras, exposições e outros eventos de negócios com a possibilidade de conectar com potenciais clientes e parceiros comerciais;
- Juntar-se a associações comerciais: as associações comerciais e de setor são ótimas oportunidades de se conectar com outros negócios e obter informações valiosas sobre tendências e oportunidades de mercado;
- Utilização das redes sociais: as redes sociais, como *Facebook*, *LinkedIn* e *Twitter*, são ferramentas poderosas para se relacionarem com potenciais clientes e parceiros comerciais e, ainda, compartilhar informações sobre seus produtos e serviços;
- Fazer parcerias: as parcerias com outras empresas, expandindo a base de clientes e aumentar a sua visibilidade no mercado;
- Screening de Saúde: essa iniciativa é uma ótima maneira de chamar a atenção dos potenciais clientes, valores mais atrativos para seus colaboradores a realizarem exames básicos como um *checkup*;
- Fazer *networking on-line* e presencial, divulgando o negócio e o fornecimento dos serviços e a forma diferencial no mercado litorâneo;
- Oferecer treinamentos e *workshops*: uma maneira de compartilhar a experiência e conhecimento junto a outros negócios e potenciais clientes.

4.5.4 Estrutura de Comercialização e Logística de distribuição

A logística de mercado envolve o planejamento, a implementação e o controle das operações dos serviços prestados, com o objetivo de atingir as exigências e expectativas dos clientes e consequentemente gerando lucro (Kotler; Keller).

Assim, o objetivo da logística não representa a redução de custos, pois com o aumento do investimento logístico e maior eficiência de distribuição (Kotler; Keller, 2006).

O cronograma e o fluxograma de atendimento estão de acordo com as demandas e as solicitações de cada cliente. A logística de atendimento envolve desde o agendamento dos atendimentos (exames), nas clínicas parceiras e no atendimento

In Company diretamente entre a Vida Segura e o potencial cliente. A logística neste caso não se trata de mercadorias e produtos, mas sim de serviços como mencionado.

O cronograma será determinado conforme os profissionais disponíveis e de acordo com a quantidade de colaboradores a serem atendidos, direcionando a unidade móvel conforme a estrutura necessária que o contratante tem em seu local.

Caso não tenha estrutura para recebimento da unidade móvel, será disponibilizado o atendimento *In Company*, ou seja, os equipamentos como maca móvel, balança entre outros equipamentos e os profissionais diretamente na sede da empresa para o atendimento, sendo apenas a utilização de uma sala adequada e comportar o atendimento, neste caso, será enviado via transportadora ou até mesmo o profissional que realizará os atendimentos os equipamentos necessários para tal realização.

Para os equipamentos de proteção individual ou coletivo, o próprio fornecedor que será realizado a parceria, deverá se encarregar do envio destes, logo, o valor será embutido nos custos, fazendo com que está logística seja mais eficiente e confortável para o cliente.

4.6 Plano operacional

Um plano operacional é um documento estratégico essencial para a gestão eficaz de uma organização, seja ela uma empresa, uma instituição sem fins lucrativos ou uma unidade governamental. Ele representa uma parte vital de um plano de negócios ou estratégico, abordando os detalhes práticos e a execução das estratégias estabelecidas em níveis mais altos de governança. Em essência, o plano operacional é o guia que descreve como uma organização planeja alcançar seus objetivos de curto prazo, normalmente em um horizonte de tempo que abrange um a três anos (Lacombe; Heilborn 2012).

Segundo Kwasnicka (1981, p. 157) “O planejamento a curto prazo tem características em que a incerteza é menor nas decisões e, portanto, essas decisões são de mais fácil reversão”. Nota-se que é mais difícil avaliar um planejamento estratégico do que um operacional visto que o fator influenciador é o tempo.

Já Lacombe e Heilborn (2012) enfatizam que nem sempre é possível priorizar o longo prazo, pois se não for superado as dificuldades de curto prazo, não poderá, portanto, existir o longo prazo. O planejamento operacional é tão importante quanto o estratégico e não deve ser menosprezado (Lacombe; Heilborn, 2012), uma vez que

ele tende a ser mais preciso do que o de longo prazo, ou seja, o trabalho do dia a dia da organização tem como propósito executar os planos em processo e deve sempre estar em paralelo com os demais níveis de planejamento.

Logo, as decisões operacionais são as que estabelecem um vínculo entre decisões táticas e estratégicas e seu impacto se dá no curto prazo, afetando apenas áreas específicas. Portanto uma ideia tem pouco valor se a empresa não tiver a capacidade de executá-la (Araujo, 2012).

4.6.1 Localização do negócio

Segundo Kotler e Keller (2018): o resultado do serviço e a fidelidade do cliente são influenciados por uma série de variáveis, em um estudo foram identificados mais de 800 comportamentos cruciais que levam os clientes a trocarem de prestador de serviço. Esses comportamentos recaem em 8 categorias sendo uma delas a inconveniência causada pela má localização do negócio.

A localização de um negócio desempenha um papel fundamental no sucesso da empresa, afetando fatores diretos como o acesso aos clientes, visibilidade da marca e a conveniência oferecida. Além disso, a proximidade a estabelecimentos complementares e a concentração de empresas pode criar facilidade da propagação da marca entre as empresas clientes. Ao completar, a satisfação do cliente também é influenciada pela acessibilidade, pois uma localização conveniente melhora a experiência do cliente. Portanto, a localização adequada é essencial para o crescimento e a lucratividade de um negócio (SEBRAE, 2022).

Nosso plano operacional consiste primeiramente em alugar um escritório na Praia Grande com o objetivo de realizar reuniões com os possíveis clientes e exercer nossas atividades administrativas como indica na Quadro 3 citada no começo do trabalho. Assim sendo, o objetivo reflete pela melhor acessibilidade e menor custo de uma sala comercial. Atualmente está sendo planejada a locação da sala comercial localizada na Avenida São Paulo, 774, Boqueirão, Praia Grande.

Localizado acerca da Avenida Presidente Costa e Silva, o bairro encontra-se no centro da cidade próximo ao Litoral Plaza, além de contar com um fácil acesso à rodoviária Tude Bastos e ao kartódromo da cidade.

A unidade móvel está planejada para ficar localizada no estacionamento no centro da cidade de São Vicente contando com segurança e acessibilidade. Levando em média 15 minutos do escritório até o estacionamento, contrataremos um motorista

para levar a unidade do estacionamento até as empresas clientes e ao contrário também das empresas clientes até rua Visconde de Tamandaré, 472 Centro, São Vicente, onde está localizado o estacionamento com um custo de R$ 800 a mensalidade do local.

4.6.2 Layout ou arranjo físico

Segundo Cury (2009): conclui-se que o layout corresponde ao arranjo dos departamentos trabalhando em harmonia e organização com móveis, máquinas e equipamentos com o objetivo de desempenhar melhor efetividade de serviço prestado.

Os objetivos do *layout* segundo Cury (2009) são:

- Otimizar as condições de trabalho pessoal nas diversas unidades organizacionais;
- Racionalizar os fluxos de fabricação ou tramitação de processos;
- Racionalizar a disposição física dos postos de trabalho, aproveitando todo o espaço útil disponível;
- Minimizar a movimentação de pessoas, produtos, materiais e documentos dentro da ambiência organizacional.

Já segundo Lerner (1996) o arranjo físico deve ser estabelecido a partir do planejamento para que possa influir na motivação, gerando maior ou menor eficiência no trabalho conforme o posicionamento dos móveis, máquinas e pessoas.

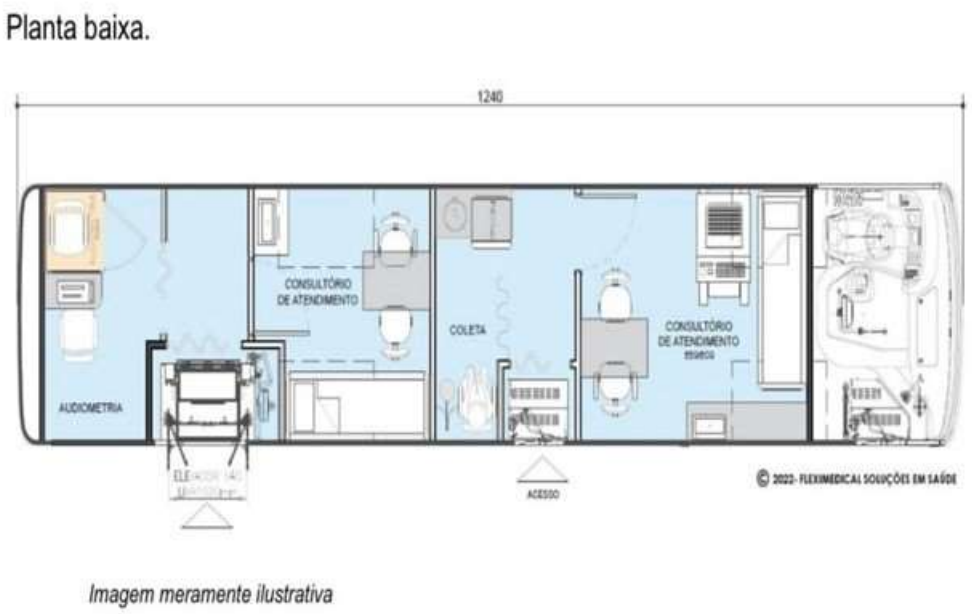
Figura 6: Escritório físico Vida Segura.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

O *layout* da sala comercial, é composto por uma sala de reuniões, fazendo contato com os empresários das empresas clientes, um escritório com três computadores, um banheiro, uma copa e uma recepção onde ficará o auxiliar de escritório.

Figura 7: Espaço de atendimento da Unidade Móvel.



Fonte: Elaborado por Flexmedical, 2023.

Já o *layout* da unidade móvel, é composto por uma sala de audiometria, uma sala de coleta e dois consultórios de atendimento. Além de uma entrada acessível para cadeirante e uma entrada comum.

4.6.3 Capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços

A capacidade produtiva de uma empresa é um indicador fundamental para analisar o fluxo operacional de qualquer empresa, assim como a área comercial que necessita saber o volume adequado para a captação de novos clientes para ser prestado um atendimento da melhor qualidade sem sobrecarregar e deixar a qualidade cair para os já cliente e novos entrantes.

Existem diferentes formas de classificar e analisar a capacidade produtiva de uma empresa. As principais são:

- Instalada: Corresponde a capacidade produtiva total que a empresa tem, de acordo com sua infraestrutura. A capacidade instalada considera o

potencial produtivo máximo da empresa, onde todos os fatores de produção (máquinas, insumos, matéria-prima, funcionários) estariam funcionando de forma plena – sem a ocorrência de interrupções, perdas, faltas, ou demais imprevistos. É um indicador hipotético, que serve de referencial para a tomada de decisões estratégicas;

- Disponível: Informa qual é a capacidade produtiva disponível para a empresa em um exato momento, ou seja, o cálculo leva em conta apenas os ativos e insumos que podem entrar em funcionamento efetivamente naquele instante, após o *ramp-up*, ou rampa de produção. A capacidade disponível também não considerada as perdas, faltas ou paradas por qualquer motivo;
- Efetiva: Representa o nível de produção que a empresa efetivamente consegue ter. É baseada em cima da capacidade disponível, mas com uma provisão de perdas, faltas, paradas por manutenção e demais interrupções planejadas durante a produção. Por serem fatores previsíveis e controlados, é possível inclui-los cálculo de capacidade efetiva;
- Realizada: Corresponde à capacidade efetiva, mas considerando também as perdas e paradas que não são planejadas. Entram nesse cálculo eventos como como interrupção de energia, falta de matérias primas, ausência de funcionários, danos na infraestrutura, entre outros. Como são fatores imprevisíveis, a capacidade realizada é calculada por uma estimativa – que leva em conta a probabilidade desses eventos acontecerem e o histórico da empresa.

A Vida Segura utilizará neste primeiro momento a estratégia de produção descriminada acima como disponível, adotando assim, as modalidades ofertadas ao cliente para os devidos atendimentos e procedimentos. Possuímos três fontes de realização de atendimentos, sendo elas a nossa unidade móvel, que será disponibilizado através de um cronograma e agendamento, a rede credenciada, que serão oferecidos ao cliente a melhor localização próximo a sua empresa e a modalidade de *In Loco*, oferecendo ainda assim a comodidade do atendimento.

Além disso, possuímos parceiros, fornecedores e profissionais que poderão atender a demanda necessária e suprir a nossa capacidade de atendimento.

Contamos inicialmente a capacidade de gerir até 1.000 vidas ativas e até 3.000 horas mensais de atendimentos médicos.

4.6.4 Processos operacionais

Os processos operacionais são definidos como um conjunto de atividades desenvolvidas pelos colaboradores de uma empresa com o objetivo de transformar entradas em saídas de dados e informações pertinentes e necessárias para uma boa operação da instituição.

Já a gestão operacional, é a maneira que as operações são conduzidas, ou seja, trata-se de ações que são tomadas na intenção de manter os processos otimizados, organizados para um bom funcionamento.

A operação da Vida Segura se baseia na estratégia e a interação de todos os setores e etapas para oferecer o melhor atendimento e a agilidade com muita funcionalidade a todos que atua dentro da instituição.

Há um sistema totalmente interligado que assim que alimentada corretamente pelo administrativo que realizará tal procedimento, será possível ser visualizado a área de interesse e responsável, fazendo com que toda a etapa seja feita corretamente e sem erros operacionais.

A primeira etapa, que se trata da área comercial, tem a sua interface completamente conectada a área de *marketing*, que logo, através das publicações, eventos e possíveis prospects a área comercial conseguirá filtrar esses possíveis clientes e assim realizará contatos para a captação e oferecimentos dos serviços disponíveis pela Vida Segura.

Após esta etapa, será direcionada para área jurídica, que logo será responsável pela elaboração do contrato entre a contratante e contratada.

Após esta finalização, será direcionado para a área técnica, sendo ela a responsável pela visitação e elaboração dos laudos necessários para assim seguir com os demais procedimentos e obrigações.

Concluindo esta etapa, a contratante terá seu cadastro concluído dentro do sistema, fazendo com que toda a sua documentação e movimentação seja alimentada pela operação responsável, sendo a etapa de envios das obrigações ao e-Social e a parte financeira, faturamento e nota fiscal.

Com a necessidade de todas as etapas e informações registradas corretamente, conseguiremos realizar uma tomada de decisão mais eficiente e eficaz,

garantindo o cumprimento dos prazos de entrega de valor oferecidos ao nosso cliente, identificação de falhas e processos e /ou aprimoramento, controle da qualidade além de um controle geral de toda a operação e seu funcionamento como um todo.

4.6.5 Necessidades de pessoal

No contexto do desenvolvimento de negócios, a gestão eficaz de recursos humanos desempenha um papel fundamental na determinação do sucesso de uma empresa. De acordo com Chiavenato (2014, p. 512) o capital humano passou a ser tão importante quanto o próprio negócio da empresa, pois é o elemento essencial para sua preservação, consolidação, competitividade e sustentabilidade. Através disso, utilizamos uma abordagem específica adotada pela Vida Segura para atender às suas necessidades de pessoal, que difere das práticas convencionais de contratação.

Nossa empresa optou por uma estratégia que consiste em utilizar os sócios como funcionários internos, combinando suas habilidades e experiências. Além disso, contaremos com um motorista de empresa terceirizada sendo habilitado na categoria D, para que seja possível a locomoção da nossa unidade de forma segura, profissionais terceirizados conforme a demanda e um auxiliar experiente, que é uma ligação fundamental entre a empresa e os clientes, garantindo agendamentos bem-organizados e uma comunicação fluida.

Cada sócio desempenhará um papel fundamental na operação da empresa. Anderson, por exemplo, assumirá a gestão financeira e executiva, enquanto a Natalia concentrará seus esforços em estratégias de *marketing* e vendas. Já o Lucas, por sua vez, supervisionará a parte administrativa e a gestão de recursos.

A abordagem de utilizar os sócios como funcionários oferece benefícios significativos, como maior envolvimento dos colaboradores na gestão e tomada de decisões e uma visão holística das operações da empresa. No entanto, também reconhecemos os desafios, como a necessidade de equilibrar as responsabilidades dos sócios e a falta de experiência em áreas específicas, que podem ser abordados por meio de estratégias de treinamento e colaboração.

Em suma, a decisão da Vida Segura representa uma estratégia que busca manter o controle interno e promover um ambiente de empreendedorismo e inovação. Esta abordagem é implementada com um foco claro na capacitação dos sócios e na colaboração eficaz do auxiliar administrativo para garantir o sucesso da empresa.

Quadro 6: Segmentos de Necessidade de Pessoal da Vida Segura.

Cargo	Função	Qualificações Necessárias
Auxiliar de escritório	Realiza o atendimento com o cliente e faz o agendamento de horários.	• Ensino médio completo; • Experiência em atendimento.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

O quadro 7 representa uma janela para a dinâmica dos profissionais terceirizados que a Vida Segura incorporará em seus serviços de acordo com a demanda. Este espaço é destinado à exibição dos especialistas contratados, flexivelmente selecionados para atender às necessidades da empresa. Com a finalidade de assegurar a excelência e a adaptabilidade dos serviços oferecidos, este quadro reflete a abordagem estratégica da Vida Segura na composição de sua força de trabalho terceirizada, pronta para responder às exigências do mercado e às solicitações dos clientes.

Quadro 7: Profissionais terceirizados - Vida Segura.

Cargo	Função	Qualificações Necessárias
Motorista	Responsável pelo deslocamento da unidade móvel.	• Ensino médio completo; • Habilitação na categoria D; • Experiência com transportes.
Médicos	Realização de exames admissionais, periódicos, demissionais e de retorno ao trabalho para avaliar a saúde dos funcionários; identificar possíveis riscos ocupacionais e garantir que estão aptos.	• Graduação em Medicina e especialização em Medicina do Trabalho ou Saúde Ocupacional.
Técnico de enfermagem	Auxiliar o médico na realização de exames; manter registros precisos dos procedimentos realizados dos atendimentos prestados e das medicações administradas.	• Curso técnico em enfermagem e registro no Conselho Regional de Enfermagem (COREN)

Segurança do trabalho	Identificar e avaliar os riscos presentes no ambiente de trabalho, realizando inspeções e análises para prevenir acidentes e doenças ocupacionais.	• Graduação em Segurança do Trabalho, com registro no Ministério do Trabalho (quando aplicável); • Domínio das legislações pertinentes à saúde e segurança ocupacional e normas regulamentadoras (NRs).
Fonoaudióloga	Realizar avaliações para identificar possíveis problemas vocais entre os trabalhadores; oferecer orientações e treinamentos sobre técnicas vocais saudáveis.	• Graduação em Fonoaudiologia, com registro no conselho profissional; • Conhecimento em distúrbios da voz e técnicas de avaliação vocal.
Engenheiro do trabalho	Realizar avaliações e análises de riscos ocupacionais nos diferentes ambientes de trabalho; desenvolver projetos e recomendações técnicas para a melhoria das condições de trabalho, visando à segurança.	• Graduação em Engenharia com especialização em Engenharia de Segurança do Trabalho, com registro no conselho profissional (CREA).
Serviço de limpeza	Realizar a limpeza e desinfecção adequada de todos os espaços da unidade móvel, incluindo salas de atendimento, banheiros, entre outros.	• Ensino médio completo; • Compreensão dos produtos de limpeza adequados para diferentes superfícies e métodos de higienização.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.