

Montando um plano de negócios para o consultório

Planejar é sempre um primeiro passo para muitas coisas que desejamos fazer. Desde um planejamento semanal organizando as atividades e compromissos, até o planejamento de uma viagem de férias ou de um casamento, o plano definido será seu guia para chegar no objetivo desejado tentando diminuir ao máximo o número de imprevistos e dificuldades no caminho.

Um plano de negócios é um documento que especifica, em linguagem escrita, um empreendimento que se deseja iniciar, ou mesmo que já está iniciado. Este documento serve como um mapa com direções e ações planejadas para que se chegue a um objetivo, analisando os passos que seriam necessários e a viabilidade dos mesmos.

“ O plano de negócios é uma obra de planejamento dinâmico que descreve um empreendimento, projeta estratégias operacionais e de inserção no mercado e prevê os resultados financeiros. - Éder Bolson”

Se você está montando seu consultório, ou deseja reformulá-lo, buscando alcançar novas metas e maiores resultados, o planejamento é o ponto-chave para começar. Abaixo explicamos todas as partes que um plano de negócios deve ter, para ajudá-lo a criar o seu. Boa sorte!



Sumário executivo

O sumário executivo é uma apresentação de seu empreendimento e deve conter todas as informações básicas do que pretende fazer. Apesar de vir primeiro no documento pronto, deve ser feito por último, reunindo informações de todas as outras análises que serão feitas no planejamento. Algumas informações do sumário executivo podem precisar de conhecimentos específicos, sendo interessante consultar e pesquisar com contabilistas, órgãos governamentais, etc. Confira o que deve constar:

- **Resumo dos principais pontos do plano de negócio**

O que é o negócio, principais produtos e serviços, quem serão os clientes, localização da empresa, montante de capital a ser investido, faturamento mensal esperado, lucro que espera obter, tempo esperado para retorno do capital investido.

- **Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições**

Se o consultório é particular, cabe aqui apenas seus dados. Se mais pessoas estarão envolvidas, como sócios, coloque os dados de todos, incluindo conhecimentos, habilidades e experiências anteriores.

- **Dados do empreendimento**

Nome e CNPJ da empresa, ou seu CPF caso não possua registro ainda.

- **Missão da empresa**

O papel de sua empresa na área em que atua. Qual valor busca levar aos seus clientes e o que é importante para os envolvidos no empreendimento.

- **Setores de atividades**

Neste caso, um consultório se enquadra no setor de prestação de serviços.

- **Forma jurídica**

Apesar do trabalho como médico autônomo ser possível, você também pode optar por abrir formalmente uma empresa. E dependendo dos planos que tem para o empreendimento, esta formalização pode ser necessária, e não apenas uma escolha. Existem diferentes formas jurídicas. Saiba mais no nosso artigo sobre [como registrar o CNPJ do consultório](#).

- **Enquadramento tributário**

Médicos se qualificam para o Simples Nacional, se beneficiando da redução e simplificação dos tributos, além de recolhimento de imposto único. Os impostos e tributações devidos dependerão da forma jurídica e receita bruta do empreendimento.

- **Capital social**

Representa todos os recursos (dinheiro, equipamentos, ferramentas) colocados pelo proprietário para a montagem do negócio. Ao fazer o plano financeiro você poderá identificar o total do capital social a ser aplicado.

- **Fonte de recursos**

Você deve determinar de que forma os recursos necessários para a montagem de seu negócio serão obtidos.

Análise de mercado

Os três pontos principais da análise de mercado são estudo dos clientes, estudo dos concorrentes e estudo dos fornecedores. Deve-se pesquisar procurando o máximo de informações sobre estes três pontos: qual será seu público-alvo, quais as características deste público, como tem sido a procura pelo tipo de serviço que irá prestar, quais são seus concorrentes atuais e potenciais, quais os pontos fortes e fracos deles, se já existe uma oferta grande dos mesmos serviços, quais serão seus fornecedores, etc.

É essencial fazer esta análise para considerar a localização do seu consultório. Neste ramo da saúde, em que o cliente vai até você, ele sempre buscará a comodidade de médicos próximos a ele. Dessa forma, considere se o local que pensou para o consultório possui demanda de sua especialidade e se já não existem muitos concorrentes na mesma área. Abrir um consultório em uma área bem localizada para os clientes, mas rodeada de outros consultórios da mesma especialidade pode tornar as coisas mais difíceis. Mas um consultório muito afastado também não é a melhor opção. Faça uma boa pesquisa para achar um meio termo que seja vantajoso.

Plano de marketing

Nesta parte você define como será sua estratégia para divulgação do consultório e construção de sua marca. Pense na imagem que deseja passar do consultório para seus pacientes e quais estratégias deverá adotar para tanto. Considere aqui os meios de divulgação que irá utilizar, pesquisas com pacientes para recolher sugestões, etc. Você irá criar um site? Utilizar redes sociais? Fazer flyers para distribuição? A internet pode ser uma grande aliada e uma excelente opção com custos baixos de investimento.

É especialmente importante ter em mente as [regras do CFM para publicidade médica](#) quando planejando sua estratégia de marketing.

Plano operacional

O plano operacional vai desde o arranjo físico do espaço do consultório até serviços que serão realizados, equipe necessária e ferramentas que serão utilizadas para execução das tarefas. Em resumo, tudo que será preciso para colocar o consultório funcionando.

É importante pensar o layout e decoração do espaço de modo que seja funcional e agradável tanto para quem trabalha quanto para os pacientes. Defina os serviços que serão oferecidos pela clínica. Algumas especialidades podem realizar procedimentos e exames no consultório, de modo que será necessário considerar equipamentos e materiais. Pense ainda em quantas pessoas precisará contratar, desde secretária, técnicos e contador, até serviço de limpeza, etc.

Por fim, pense como será o fluxo de trabalho no consultório. Como serão os agendamentos, registro de informações dos pacientes, faturamento, entre outras funções. Informatizar seu consultório é essencial para garantir eficiência e praticidade na sua rotina, contando com um bom [software médico](#) que centralize todos os processos.

Plano financeiro

Esta parte deve apresentar em números todas as ações planejadas para o empreendimento. Considere tudo que foi planejado nas seções anteriores, desde o local do consultório, marketing, montagem do espaço físico, equipamentos, materiais, gastos operacionais, até os valores gastos com [legalização do consultório](#), previsão de impostos, etc. Isto lhe permitirá saber qual deverá ser o investimento inicial, bem como prever os ganhos que terá. É importante aqui que você defina valores que serão cobrados por seus serviços, de modo que eles possam cobrir seus gastos e trazer o retorno financeiro esperado.

Uma boa forma de organizar este plano financeiro é dividindo-o em três partes: gastos fixos, capital de giro e investimento pré-operacional. Dessa forma você saberá quanto dinheiro precisará ter inicialmente apenas para [montar o consultório](#), legalizando-o, reformando o local, etc.; quanto irá precisar para aquisição de bens, equipamentos e utensílios para montagem do espaço; e quanto será necessário ter disponível para manter o bom funcionamento do consultório com um fluxo de caixa adequado. Aqui você deve considerar a estimativa de ganho mensal, estimativa de custo com funcionários, materiais, despesas fixas, marketing e gastos com depreciação e imprevistos.

Tendo este plano montado, pense em fontes de financiamento que poderá buscar para viabilizar o consultório e analise se será possível alcançar a rentabilidade esperada. Se os gastos estiverem muito altos para o retorno inicial esperado, reveja alguns pontos que possam ser modificados.

Você pode buscar a ajuda de um profissional da área financeira para esta parte do planejamento. Ele poderá auxiliar melhor nas contas e previsões de gastos, lucratividade, prazo de retorno do investimento, etc.

Construção de cenários

Estar preparado é a melhor forma de solucionar problemas com maior facilidade quando eles aparecerem. Para tanto, é útil fazer um exercício de construção de cenários, imaginando situações que podem ocorrer, como elas afetariam seu negócio e o que você poderia fazer nestas situações. Prepare tanto cenários onde o consultório obtém resultados pessimistas (como menos pacientes que o esperado, ou aumento nos custos), quanto cenários otimistas (grande número de pacientes, aumentando o faturamento).

Tendo estes cenários em mente, pense ações que poderiam ser tomadas para evitar as adversidades e ações que poderiam potencializar e propiciar situações favoráveis. Exemplos de situações a imaginar são: número pequeno de pacientes nos primeiros meses, atraso no início das atividades do consultório, estratégias de marketing não surtirem efeito esperado, necessidade de obter mais recursos financeiros, possíveis reações de concorrentes, etc.

Avaliação estratégica

Por fim, em seu plano de negócios, faça uma avaliação estratégica considerando todas as informações que compilou. Esta análise visa detectar seus pontos fortes e fracos, a fim de tornar o consultório mais eficiente e mantê-lo sempre em desenvolvimento. Conhecida amplamente como **análise SWOT**, além da força e das fraquezas, ela observa também as oportunidades e as ameaças (*SWOT* = *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Monte uma tabela para listar estas características:

	FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
FATORES INTERNOS	S Strengths (FORÇAS)	W Weaknesses (FRAQUEZAS)
FATORES EXTERNOS	O Opportunities (OPORTUNIDADES)	T Threats (AMEAÇAS)

SWOT

Strengths: liste os pontos fortes de seu consultório, as características internas que representam vantagens competitivas sobre os concorrentes. Busque sempre fazer uso e explorar ao máximo estes pontos.

Weaknesses: liste os pontos fracos, os fatores internos que colocam seu consultório em desvantagem quanto aos concorrentes. Pense formas de eliminar estas fraquezas.

Opportunities: liste as oportunidades, as situações positivas do ambiente externo que podem ajudar para que você alcance seus objetivos. Explore todas as oportunidades possíveis.

Threats: liste as ameaças, as situações externas sobre as quais você tem pouco controle e que podem dificultar o sucesso e crescimento do consultório. Fique atento e procure evitar as ameaças.

Você pode [baixar nossa planilha interativa](#) para ajudá-lo a montar sua análise SWOT.



Além de ser essencial para o momento inicial de montagem do consultório, o plano de negócios pode e deve ser sempre atualizado conforme seu negócio evolui, focando em novas metas que visem o crescimento e constante melhoria do consultório. Quando pronto, adote o plano como seu mapa de percurso, consultando-o constantemente e reavaliando as informações.

Montar seu consultório médico pode não ser uma tarefa simples, mas o retorno que terá vai muito além do financeiro, lhe trazendo realização profissional e pessoal. Empreender é sempre um risco, mas com o devido planejamento muitos erros podem ser evitados e será mais fácil tomar decisões acertadas e manter o foco nos objetivos.



Ebook gratuito
Como montar um consultório médico

Baixe agora

Centralx®

Artigo original disponível em:

"Montando um plano de negócios para o consultório " - **HiDoctor® Blog**