**ATIVIDADE CONTEXTUALIZADA DE PROMOÇÃO DE ABERTURA DE NEGÓCIO (EMPREENDEDORISMO**)

Data: maio de 2020 Local: Santarém - Pará

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Grupo:** | Aluno 1 (Proponente): | Elizete da Silva Brito |
| Aluno 2 (Integrante): | Jamily dos Santos Coelho |
| Aluno 3 (Integrante): | Estephanie Mayara Costa Mendes |
| Aluno 4 (Integrante): | Ângela Maria Freire da Silva |

**DEFINIÇÃO DO PROBLEMA:**

**1 - Por que o problema existe?**

Devido a inexistência de um ***serviço de atendimento e acompanhamento domiciliar direcionados a pacientes acamados no espaço familiar*** para serviços de higiene, troca de vestuários e equipamentos críticos, curativos, medicações possíveis recomendadas e orientações diversas, onde o paciente/cliente deve ser atendido no próprio ambiente de residência ou morada.

O problema é presente em decorrência não existir um serviço social de atendimento e acompanhamento domiciliar feito por profissionais da saúde às pessoas idosas ou àquelas da terceira idade ou mesmo um projeto de política pública assistencialista que atenda de forma contínua, eficiente e apropriado às patologias desenvolvidas por inúmeros fatores e razões nos idosos; o que provoca seu “acamamento” no próprio ambiente de morada, e, consequentemente o agravamento na sintomatologia ou quadro clínico, relacionado a falta de movimento corporais, a inertibilidade dos membros ou ainda provocado do próprio sedentarismo ocasionado pelos problemas paralelos a patologia.

2 - **Quem sofre com tal problema?**

São pessoas que já estiveram em ambientes hospitalares para o atendimento médico de alguma patologia, mas que receberam alta e estão nos seus ambientes domiciliares para completar a fase de tratamento; assim como aqueles idosos que desenvolveram problemas na saúde, e, que devido à falta de movimento físico ou por estarem acamados devido ao surgimento de problemas de saúde paralelos à patologia desenvolveram outras complicações que necessitam de cuidados de pessoal especializado e que façam o acompanhamento desta clientela no que diz respeito à “evolução do quadro clínico do paciente”.

3 - **Quando esse problema se faz presente?**

Se faz presente quando, na maioria das vezes os pacientes, que recebem alta do tratamento clínico/hospitalar são encaminhados para seus ambientes domiciliares, mas que ainda apresentam um quadro frágil, porém com uma necessidade enorme de que haja o acompanhamento dos cuidados de pessoal especializado em saúde; são idosos que devido a sua reducionalidade física e motora ou ainda mesmo inexistente, necessitam de cuidados especiais e acompanhamento de profissionais especializados da saúde; ou ainda está presente nas pessoas que tem o quadro grave de AVC; em pacientes que em decorrência de algum tipo de acidente grave, tornaram-se paraplégicos e tetraplégicos.

Ressaltando que, este problema se faz presente pela falta de um conceito mais abrangente e dinâmico, e ainda flexível ao atendimento externo aos ambientes clínicos-hospitalares, dentro de uma concepção de que a recuperação dos casos em domicílios se faz necessário além do convívio das relações pessoais e emocionais dentro do ambiente familiar, precisa-se da intervenção de pessoal especializado na área da saúde que faça este atendimento e acompanhamento ao doente; pois os familiares pouco ou nada sabem lidar com seus próprios entes quando se trata de cuidados e orientações, manutenção de equipamentos-instrumentos ou da própria higiene do paciente.

**ANÁLISE DO MERCADO:**

4 - **Qual o tamanho do mercado?**

O tamanho do mercado é bastante abrangente e promissor quando se analisa o quantitativo de possíveis clientes a esta atividade que abrange não só os cuidados do paciente, mas de acompanhamento sobre a evolução clínica, orientações sobre alimentação, manuseio de equipamentos críticos e afins.

Pois, sendo este espaço social bastante expressivo no que diz respeito ao tamanho da população ou número de habitantes, tudo indica que há sim número de clientes necessários para o bom andamento do negócio e sua operação dentro dos parâmetros legais e fundamentais à área da saúde e do atendimento no ambiente familiar, executado por equipe de profissionais formados na área da saúde.

5 - **Qual o tamanho do mercado possível de atingir nos primeiros 6 meses de operação?**

Poderá atingir até 70% dos possíveis clientes, pois com o uso da mídia e informatização na divulgação, identificação e acompanhamento do cliente/paciente, tendo a internet como ferramenta de suporte ao negócio em questão que é: ***serviço de atendimento e acompanhamento domiciliar direcionados a pacientes acamados no espaço familiar.***

Esta divulgação engloba a produção e distribuição de planfetos, criação de site na web e criação de um canal direto com o cliente/paciente; neste último caso, quando já estiver em plena operacionalidade o negócio.

6 - **Existem cases de mercado concorrendo com sua ideia? Quais?**

É possível que haja, mas de forma desorganizada e desestruturada, onde os profissionais, acreditamos, agem por si sós, sem possuir uma equipe de profissionais com esta dinâmica de atendimento, o que às vezes permite que se tenha um número reduzidos de clientes, ocasionado por dois motivos principais: falta de divulgação do negócio ou a incapacidade de identificação e procura pelos potenciais clientes; assim como a não informatização (uso da internet) e organização de equipes para a efetiva execução do empreendimento, baseado no contato direto e afetividade com o cliente/paciente.

**MODELO DE NEGÓCIO**

7 - **Qual a proposição de valor entregue ao mercado?**

A proposição de valor ao mercado será a experiência dos integrantes da equipe, pois as habilidades e competências dos profissionais da equipe somadas ao recurso digital e ou suas ferramentas, possibilitarão atender consideravelmente o nível de exigência e de atenção do consumidor em relação ao negócio apresentado ao mercado. Tendo em vista que, os componentes –membros da equipe de atendimento domiciliar será composta por pessoal especializado na área da saúde, e consequentemente formados na mesma área.

Desta forma, integrada por profissionais como enfermeiros, técnicos em enfermagem, auxiliares, profissionais de Educação Física, e outros que darão suporte nas diversas atividades relacionadas aos cuidados, tratamento e acompanhamento domiciliar.

8 - **Qual o principal segmento de clientes atingido com o negócio?**

Os clientes irão ser definidos tendo como base principal suas necessidades, perfil social e demográfico, objetivos comuns, entre outras especificidades que vá ao encontro de seus interesses pessoais e resoluções de problemas. Neste sentido, o empreendimento/negócio pode optar por segmentar um grupo de indivíduos que apresentem o que anteriormente já se descreveu, como: idosos em idade avançada e acamados, pessoas com pouca ou reduzida mobilidade física advinda de patologias e também de pacientes paraplégicos e tetraplégicos que precisam de cuidados e acompanhamento de profissionais de saúde no próprio domicilio.

9 – **Qual a estratégia pensada para gerar de receita?**

Apresentar um atendimento de qualidade com serviços que agreguem valor. Assim, apresentando boa diversidade de serviços com preço acessível ao cliente, considerando o custo-benefício do serviço prestado aos mesmos.

10 - **Quais os canais para alcançar o mercado alvo?**

Por haver, a maioria dos clientes dos serviços oferecidos pelo empreendimento ou negócio, um indivíduo intermediário, como um filho, neto, irmão ou mesmo os pais, o que varia entre a faixa etária destes entre 20 a 55 anos, então se buscará um canal onde este “intermediário” esteja vinculado, e, por conseguinte acessar o serviço. Assim, as redes sociais seriam os canais mais adequado para a divulgação e propagação do negócio, visto que a faixa etária correspondente representa as gerações Z, Y e X, as quais de uso de smartphone e computadores estão blugados nas melhores e mais viáveis apresentações do comércio e do serviço atual.

Com isto irá garantir um elo de confiança entre o serviço oferecido e o consumidor/cliente; assim como aprimorar o relacionamento entre empresa e consumidor; ajudar a conquistar mais clientes no mercado; como aumentar a oferta/venda do serviço de uma maneira eficiente e contínua.

**FUNCIONAMENTO DA SOLUÇÃO**

11 - **O que é a solução e quais as principais funcionalidades entregues?**

Aqui a ideia principal é que, procura-se não vender o serviço, porém a solução para o problema; logo entendemos que o marketing da empresa não deve focar no serviço oferecido, porém as possibilidades de solução dos problemas existentes nos ambientes familiares relacionados às pessoas acamadas ou mobilidade física limitada ou restringida, independente da faixa etária deste cliente/paciente.

Assim a solução é, um serviço de atendimento de qualidade e eficiente por uma equipe formados por profisionais na área da saúde que irão atender no ambiente domiciliar os clientes/pacientes, e que visam acima de tudo qualidade do seviço, resultados positivos aos paciente e retorno na aceitação do negócio no mercado

12 - **Como, de fato, ela resolve o problema, como o valor é percebido pelo mercado?**

As pessoas com familiares acamados ou com mobilidade reduzida, ou ainda por algum outro motivo relacionado a alguma patologia como AVC ou ainda por paraplegias e tetraplegias, e por estes familiares não terem ou possuírem nenhuma habilidade com várias atividades relacionadas aos problemas vigentes de saúde apresentados, procuram no mercado pessoas especializadas na área da saúde e com conhecimentos específicos que ofereçam serviços de atendimento, acompanhamento e cuidados no ambiente familiar.

13 - **Quais os diferenciais competitivos da sua solução frente à concorrência?**

Os grandes diferenciais serão a motivação da equipe;

Formação do profissional na área que o negócio exige (saúde, cuidados, tratamentos, recuperação);

Valor do serviço acessível ao cliente/paciente.

Divulgação pelas redes sociais dos serviços que serão prestados;

Capacidade de domínio e habilidades no tratamento com os idosos;

Habilidades na conduta e relacionamento com os familiares do paciente.

E principalmente, a experiência do pessoal selecionado para tratar de cada caso específico.

Pois, neste sentido, se fala em experiência pelo fato de que os componentes engajados nas tarefas, na sua seleção será necessário a comprovação de formação na área da saúde e sua experiência no mercado, ou seja, que já tenha atuado em clínicas, hospitais e outros espaços de recuperação de pacientes.

E por final, o grande diferencial será a qualidade do atendimento, onde o paciente será considerado tratado com paciência, humanização respeito, sensibilidade, zelo, carinho, dedicação e afetividade.

**PROJEÇÃO DE DESENVOLVIMENTO:**

14 - **Qual a meta de crescimento para o negócio nos próximos 6 meses?**

A meta de crescimento ou a possibilidade de avançar no negócio, que se iniciará com a divulgação, identificação da clientela, e início da execução dos atendimentos nos ambientes familiares poderá girar em torno de 30 a 45% nos primeiros 6 meses após início da atividade ou negócio, visto que, embasado em números preliminares nos PSF, UPA, e no próprio hospital e clínicas, existe um mercado bastante expressivo, constituído de pessoas ou indivíduos que apresentam esta necessidade de ser atendido no ambiente familiar.

15 - **Quais os principais desafios para atingir esse resultado?**

Os desafios preliminares estão relacionados ao processo de divulgação dos serviços de atendimento em domicílio a doentes acamados, indivíduos com movimentos físicos reduzidos ou as pessoas que estão de alta do atendimento clínico hospitalar, mas depende de cuidados especializados da saúde. Entendendo que, os integrantes da equipe de atendimento, já estará formada; aquisição de equipamentos de suporte necessários existe uma facilidade de compra; e o local para atendimento seria o menos oneroso, visto que o serviço executado ou prestado será na residência do cliente/paciente.

Ou seja, para se alcançar o resultado esperado, o desafio principal será alcançar o quantitativo de clientes pacientes será feito em três frentes de identificação: divulgação nas redes sociais, busca nos prontos-socorros e outros ambientes clínicos-hospitalares e divulgação nos espaços de concentração de pessoas: faculdades, hospitais, escolas, igrejas, academias e outros.

16 - **Qual a justificativa da sua meta? Por que ela faz sentido?**

Sendo ela em torno de um atendimento que irá variar de 30 a 45% do mercado que acreditamos de sua existência e necessidade aos interessados dos serviços de atendimento em domicílio por profissionais especializados da saúde e cuidados, a capacidade de avanço do negócio será a partir do início das atividades a serem executadas nos ambientes domiciliares.

Ela faz sentido porque, existe uma necessidade da atividade dentro do espaço onde se procura implementa-la, pois é um espaço geográfico expressivo do ponto de vista de tamanho e densidade demográfica acentuada, onde a presença de idosos e com o quadro clínico comprometido é uma situação constante.

Portanto, a atividade/negócio, não só contribuirá com a diminuição do sofrimento causados por números fatores clínicos, como também possibilitará a familiar do paciente contar com uma equipe de pessoas especializadas no conhecimento clínico/hospitalar, cuidados preventivos, orientações diversas (alimentação, postura física, manuseio de equipamentos críticos e outros), assim como irá tirar a pressão dos ambientes clínicos/hospitalares no atendimento destas pequenas e médias intervenções na quadro clínico do paciente.