

# **ANALISE DA MATRIZ BCG EM UM CONSORCIO DE SAÚDE**

CANUTO, Leticia Elen; OSTI, Odair de; PEREIRA, José Alcione; RODRIGUES, Lucileide Jacinto.

**PALAVRAS CHAVES:** Estratégia de produtos, Consórcio de Saúde, Análise BCG.

## **INTRODUÇÃO**

O consórcio vem se destacando na área da saúde da rede pública na região do Vale do Ivaí, atendendo 18 municípios e região sendo eles: Arapongas, Apucarana, Bom Sucesso, Borrazópolis, Califórnia, Cambira, Faxinal, Grandes Rios, Jandaia do Sul, Kaloré, Marilândia do Sul, Marumbi, Mauá da Serra, Novo Itacolomi, Rio Bom, Sabáudia, São Pedro do Ivaí e Rosário do Ivaí. Além disso, o consórcio de saúde também toma conta do consórcio de saúde de Arapongas e dos Centros de Atenção Psicossocial (CAPS). Atualmente ele emprega cerca de 56 pessoas sendo elas concursadas ou comissionados, tendo atualmente cerca de 10 estagiários na área de Administração ou da saúde.

O consórcio de saúde foi criado em 1996 e atualmente tem mais de 3200 metros quadrados contando com seu novo bloco que será inaugurado em 2022, graças a essa nova ala integrado o Centro de Especialidades Odontológicas (CEO) que ficava localizado em outro prédio em Apucarana.

## **OBJETIVO**

Avaliar o desempenho dos produtos ou serviços do Consórcio e ajudar na tomada de decisões sobre a aplicação dos recursos por meio da Matriz BCG. Com essa ferramenta ainda é possível categorizar os produtos permitindo alinhar o planejamento estratégico com ações pontuais do Consórcio.

## MÉTODO

Os dados foram levantados por meio de reuniões com funcionários e gestores do Consórcio no período de 2022, demais Informações pertinentes a quais serviços tem demanda ou fila de espera, também foram apurados para que a Matriz fosse finalizada.

## DESENVOLVIMENTO

A matriz BCG é uma ferramenta de análise estratégica utilizada para avaliar o portfólio de produtos ou serviço de uma empresa com base em dois principais critérios: a taxa de crescimento do mercado e a participação de mercado relativa. Ela classifica os produtos ou serviços em uma das quatro categorias.

**Estrela:** produtos ou serviço com alta participação de mercado e alta taxa de crescimento no mercado. Eles geralmente requerem investimentos substanciais para sustentar o crescimento.

**Interrogação:** mostra que os produtos ou serviços com baixa participação de mercado, mas alta taxa de crescimento. Eles estão em estágio de crescimento incerto e exigem decisões estratégicas para determinar se devem ser desenvolvidos para se tornarem estrelas ou descontinuados.

**Vaca Leiteira:** pode observar se os produtos ou serviços com alta participação de mercado, mas baixa taxa de crescimento. Eles geralmente geram fluxo de caixa significativo e podem ser usados para financiar outros produtos em crescimento.

**Abacaxi:** aponta qual produtos ou serviços com baixa participação de mercado e baixa taxa de crescimento. Geralmente, eles não têm um desempenho forte e não contribuem significativamente para o resultado da empresa.

KOTLER, Philip. Keller, Kevin L. 2013 p.71 “Matriz BCG (Boston Consulting Group), utiliza a participação relativa de mercado e a taxa anual de crescimento de mercado como critérios para a tomada de decisões de investimento, classificando as UENs como dogs (produtos problemáticos), cash cows (produtos geradores de caixa), question marks (produtos que são dúvidas, incógnitas) e stars (produtos que são uma promessa)”.

Abaixo classificação da empresa pesquisada.

Quadro 1- BCG

 Eletrocardiograma Dermatologista	 Crio terapia Fisioterapia reabilitação para crianças
 Raio x Ultrassom	 Especialista de pé

FONTE: Autora do trabalho (2022)

## RESULTADO

A matriz BCG faz uma análise dos serviços que o Consórcio de saúde disponibiliza atualmente para a sociedade e, de acordo com ela observa-se que a matriz não sofreu muita mudança ao longo dos anos.

A estrela do consórcio de saúde eletrocardiograma e dermatologista, a vaca leite é o raio X e ultrassom, interrogação, crio terapia e fisioterapia reabilitação para crianças e o abacaxi é o especialista de pé.

## CONCLUSÃO

Observa-se que a matriz BCG é uma ferramenta valiosa para as empresas avaliarem o crescimento de seus produtos e serviços em um mercado. Ela auxilia na

tomada de decisões planejadas, permitindo que a empresa aloque recursos de forma estratégica com base no desempenho de seus produtos e serviços. Ao utilizar a matriz BCG, as empresas podem identificar oportunidades de crescimento, gerenciar produtos em diferentes estágios de seu ciclo de vida e otimizar sua estratégia de mercado. Em resumo, a matriz BCG é uma ferramenta essencial para orientar o planejamento estratégico e promover o sucesso sustentável das empresas.

Podemos analisar que o Consórcio de saúde possui um desenho estagnado pois já faz alguns anos que o seu serviço ou consulta não tem taxa de crescimento percebido.

## **REFERÊNCIAS**

KOTLER, Philip. Keller, Kevin L. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012. 71 p.