

## **Empreendedorismo no campo da saúde no Brasil**

Evandro Rodrigues (Universidade de Mogi das Cruzes) [executivoemsaude@yahoo.com.br](mailto:executivoemsaude@yahoo.com.br)  
Robson Vieira Paz (Universidade Braz Cubas) [robsonp.vir@terra.com.br](mailto:robsonp.vir@terra.com.br)  
Andrea Bottoni (Universidade de Mogi das Cruzes) [andrea.bottoni@icloud.com](mailto:andrea.bottoni@icloud.com)

### **Resumo:**

Este artigo apresenta uma análise crítica a cerca do enfoque empreendedorismo no campo da saúde, no Brasil. Para tanto, utilizou-se de revisão bibliográfica e o método de pesquisa documental através da análise do IBGE, SERASA *Experian* e o GEM no período de 1997 a 2017. Conseqüentemente observou-se que as condições foram favoráveis ao empreendedorismo no país, aspectos denotados nos resultados apresentados neste estudo.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Saúde, Estratégia, Negócio, Mercado.

## **Entrepreneurship in the field of health in Brazil**

### **Abstract**

This article presents a critical analysis about the entrepreneurship approach in the field of health in Brazil. To do so, we used a bibliographic review and the documentary research method through the analysis of IBGE, SERASA *Experian* and GEM in the period from 1997 to 2017. Consequently it was observed that the conditions were favorable to entrepreneurship in the country, aspects denoted in the presented in this study.

**Key-words:** Entrepreneurship, Health, Strategy, Business, Marketplace.

### **1. Introdução**

O nascimento do termo empreendedorismo está conectado ao desenvolvimento da palavra francesa *entre-preneur*, que na Idade Média, em uma operação militar destinava-se à responsabilidade de coordenação para um soldado (VERIN, 1982 apud FILION, 1999). Reis (2012) adota a técnica do esquartejador de ir por partes para o desmembramento desta forte palavra em três componentes: *entre-pre-neur*. *Entre* significa entre; *pre*, primeiro e *neur*, centro nervoso.

Para Schumpeter (1997), o papel do empreendedor na economia é de extrema importância, devido à introdução de novas combinações no mercado e ao desenvolvimento econômico. Empreendedorismo é a busca de novas direções, buscando diferenciais competitivos e de novas oportunidades de negócios, relacionadas à inovação, no desejo de fundar empreendimentos, na euforia de criar, de fazer as coisas e de praticar a eficácia com criatividade.

---

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

Já Gimenez e Inácio Junior (2006) definem empreendedorismo como “o estudo da criação e da administração de negócios novos, pequenos e familiares”, ou seja, para esses autores o empreendedorismo é a busca de oportunidades e o domínio dos ativos tangíveis.

A população não pode mais esperar das grandes empresas a solução para o desemprego. O empreendedor, como gerador de novas empresas, passa a ser o eixo central da criação de novos postos de trabalho, intensificando transações econômicas e contribuindo para a competitividade de uma nação (PANTZIER, 2008).

Os empreendedores precisam aproveitar condições favoráveis ao seu desenvolvimento, através de sua liderança, capacidade e de seu perfil, para que iniciem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão, sobretudo, em valores culturais, na forma de ver o mundo. Diante de fatores de inovação tecnológica, o empreendedor cria e aloca valores para indivíduos e para a sociedade (DOLABELA, 1999).

Para Dornelas (2001), o empreendedorismo envolve, primeiramente, o processo de criação de algo novo, de valor; em segundo, requer a devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer; e por fim, o empreendedorismo requer ousadia, que se assumam riscos calculados, que se tomem decisões críticas e que não se desanime com as falhas e erros.

Leite (2000) afirma que empreender significa ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber as ideias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em uma oportunidade de negócio.

## **2. Material e Método**

A metodologia adotada neste artigo trata-se de uma revisão da literatura narrativa, a qual viabilizou a compreensão de estudos experimentais e não experimentais, com o objetivo de proporcionar uma análise de como se dá empreendedorismo no Brasil. As relações de dados da literatura, teórica e empírica, propiciaram a incorporação de um amplo leque de propósitos: definição de conceitos, revisão de teorias e evidências e análise de problemas metodológicos (CORDEIRO, 2007).

A revisão da literatura narrativa, comparada à revisão sistemática, expõe uma temática mais aberta, jamais exigindo um protocolo firme para sua elaboração. A busca das fontes não é pré-determinada e específica, e isso a torna constantemente menos abrangente. A seleção dos artigos é arbitrária, provendo o autor de informações sujeitas a viés de seleção (CORDEIRO, 2007).

### **2.1 Considerações éticas**

Por ser uma pesquisa que utiliza dados secundários, não foi necessária a apreciação de um Comitê de Ética em Pesquisa.

### **2.2 Estratégias de busca**

Foram utilizadas as bases *Scielo*, *Lilacs* e *Pubmed*.

- *SCIELO* – Scientific Electronic Library Online é um projeto consolidado de publicação eletrônica de periódicos científicos seguindo o padrão de Open Access, que concede de modo gratuito, na Internet, os textos completos dos artigos de mais

---

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

de 209 revistas científicas do Brasil, Chile, Cuba, Espanha, Venezuela e outros países da América Latina.

- *LILACS* que é uma base de dados cooperativa da Rede BVS que entende a literatura relativa às ciências da saúde, publicada nos países da América Latina e Caribe.

- *PUBMED* é uma ferramenta de busca de livre acesso á base de dados *MEDLINE* que é uma base de dados da literatura internacional da área médica e biomédica, produzida pela NLM (National Library of Medicine, USA) e que contém referências bibliográficas e resumos de mais de 5.000 títulos de revistas publicadas nos Estados Unidos e em outros 70 países.

O eixo inicial desta pesquisa foi selecionar artigos relacionados ao Empreendedorismo, Empreendedor por Necessidade e Empreendedor por Oportunidade nas áreas relacionada a saúde. Após a localização do material proposto, houve uma nova busca com intuito de obter material científico para elaboração do referencial teórico com definições, estratégias, ferramentas apropriadas ao tema Empreendedorismo.

Com o objetivo de comparar a evolução do empreendedorismo no Brasil entre os anos de 2002 a 2016, a pesquisa foi realizada com base em dados secundários originários de três fontes distintas, IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, SERASA *Experian* e o GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*.

O IBGE se estabelece como fornecedor de dados e informações do País, que respondem às necessidades dos mais variados segmentos da sociedade civil, bem como dos órgãos das esferas Governamentais Federal, Estadual e Municipal (IBGE, 2017).

A Serasa Experian é uma empresa brasileira de análises e informações para decisões de crédito e apoio a negócios. Faz parte do grupo Experian. A Serasa Experian age por meio de tratativas com empresas de informações de todos os continentes (SERASA, 2017).

O GEM é o maior projeto de pesquisa internacional que pretende medir e analisar a orientação dos indivíduos de um país para a atividade empresarial e que condições favorecem o aumento e desenvolvimento do Empreendedorismo. É o maior estudo anual sobre a dinâmica empresarial no mundo. O primeiro relatório foi produzido em 1999, com a análise de 10 países apenas. Desde então, quase cem países se associaram ao projeto, que constitui o maior estudo em andamento sobre o empreendedorismo no mundo. No Brasil a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e conta com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), um serviço social autônomo brasileiro, que objetiva auxiliar o desenvolvimento de micro e pequenas empresas, estimulando o empreendedorismo no país (Sebrae, 2017).

### **2.3 Descritores utilizados**

As pesquisas foram realizadas utilizando os seguintes descritores de forma cruzada como: *Entrepreneurship Brazil*, *Brazilian entrepreneur*, *Health entrepreneurship Brazil*, *Entrepreneurship necessity Brazil*, *Entrepreneurship opportunity Brazil*, *Crisis unemployment Brazil*.

---

## **2.4 Critérios de Elegibilidade**

Para atender a elegibilidade da pesquisa foram utilizados como critérios os seguintes itens: o ano de publicação (textos no período de março de 1997 a 2017), textos relacionados com o tema em estudo, textos selecionados de artigos científicos publicados na língua estrangeira, textos completos, textos que estavam disponíveis gratuitamente.

## **3. Resultados e Discussão**

No caso brasileiro, a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são, sem dúvida, motivos para a popularidade do termo empreendedorismo, que tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe. Após várias tentativas de estabilização da economia e da imposição advinda do fenômeno da globalização, empresas no Brasil tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado (DORNELAS, 2008).

O empreendedorismo é progressivamente uma opção para a nação brasileira em dois aspectos, colocar em prática a ideia visionária por conta própria ou para os afetados com a presente crise econômica.

A globalização, agindo como um processo econômico e social que institui a integração entre os países e as pessoas do mundo todo, viabilizou a geração de empresas capacitadas em vários seguimentos, fornecendo suporte para as de grande porte (LISBOA, 2012).

### **3.1 Empreendedorismo na área da saúde**

Para Becker (2004) não existe a visão de que esta empresa prestadora de serviços em saúde, que executa exames e procedimentos clínicos não tenha apenas dificuldades financeiras, também podem ser observadas deficiências no que tange a uma postura empreendedora e também a falta de planejamento estratégico.

Pode-se dizer, portanto, que a abertura de um consultório tem muito a ver com a visão de oportunidade para negócio. No caso de um novo médico, a oportunidade gira em torno de criar uma base de pacientes. Já um médico, que esteja estabelecido na profissão, tudo gira em torno de refinar sua proposta de valor ao longo do tempo, a qual implica em manter seus pacientes, valendo-se de sua crescente experiência, (HIDOCTOR, 2016).

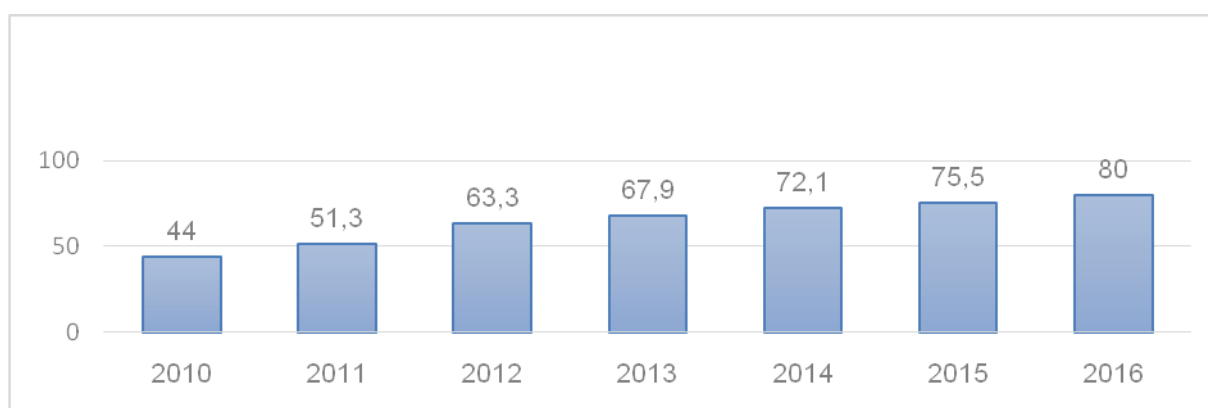
O gerenciamento de um consultório médico pode ser considerado como a gestão de uma empresa. Qualquer negócio, ou ramo de atividade, ou empresa, recebe um insumo ou uma informação, depois a analisa ou processa, e ao final fornece um produto ou um serviço, caracterizando assim, a participação de um fluxo de valor (MONT'ALVÃO, 2010).

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

### 3.2 Análise de dados

O gráfico 1 demonstra os dados estatísticos dos institutos IBGE e Serasa *Experian*, realizados nos períodos de 2010 a 2016. Apontam para um crescente aumento de Micro-empresendedores Individuais no Brasil, chegando a 80% no ano de 2016, aproximadamente o dobro, se comparado a 2010, que foi de 44%. Entre os períodos de 2012 a 2016, as pesquisas apresentam, com precisão, a grande procura de pessoas buscando alternativas para trabalhar como MEI.

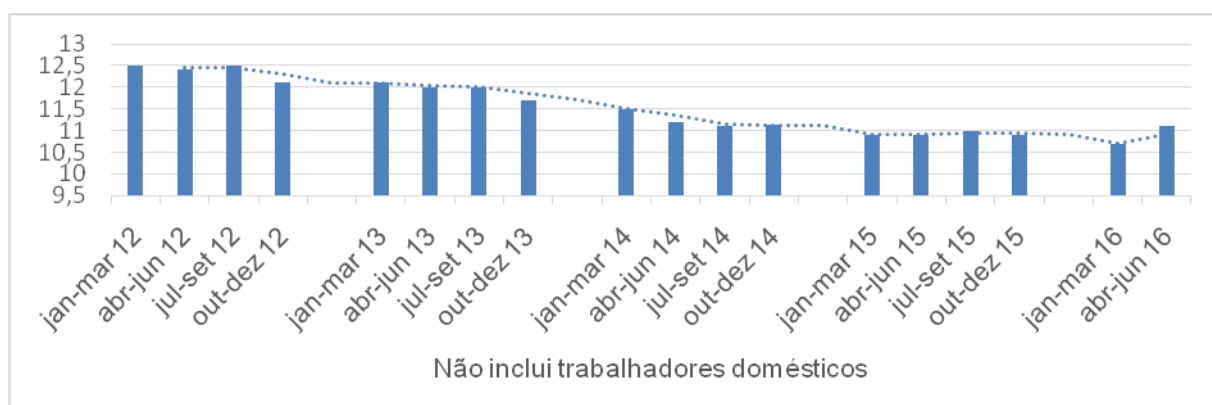
**Gráfico 1:** Porcentagem dos MEIs no total de janeiro a junho entre os anos de 2010 a 2016



Fonte: Adaptado de IBGE, Serasa (2016)

A crise financeira força indivíduos sem opção de emprego a partir para negócios próprios, o gráfico 2 demonstra a comparação entre o primeiro trimestre de 2016 com os primeiros trimestres anteriores até 2012. Houve um declínio de trabalhadores sem carteira assinada, ocorrendo um leve aumento para o segundo trimestre de 2016.

**Gráfico 2:** Posição na ocupação (como % do total de trabalhadores) – Empregado sem carteira assinada

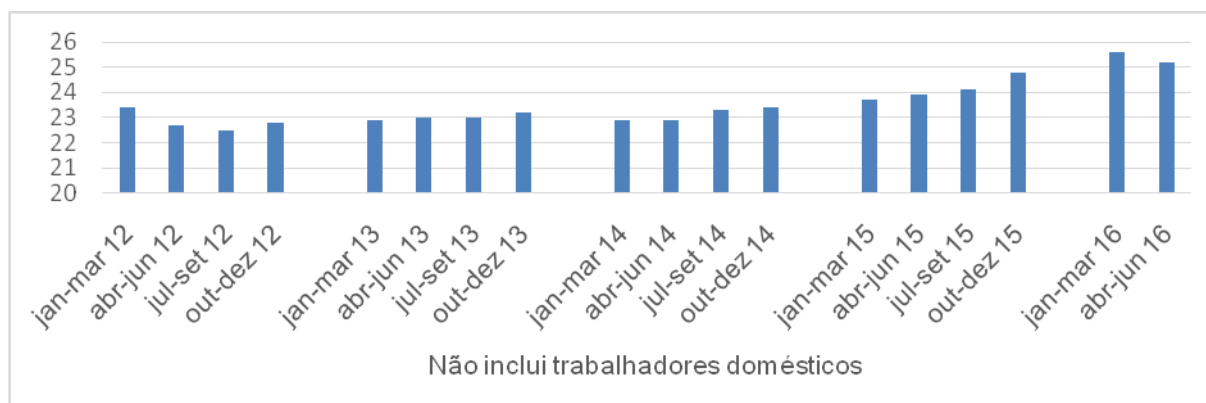


Fonte: Adaptado de IBGE, Serasa (2016)

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

Para a Serasa (2016), a porcentagem dos trabalhadores por conta própria, entre o primeiro semestre de 2016 aos primeiros e segundos semestres dos anos anteriores até 2012, aumentou em 25,6%, enquanto nos anos anteriores manteve-se em uma média de 23%, como mostra o gráfico 3.

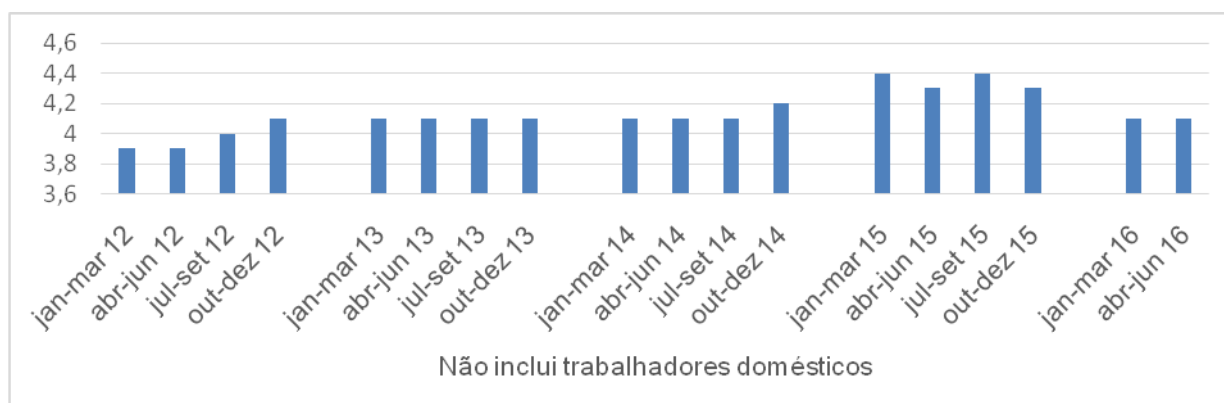
**Gráfico 3:** Posição na ocupação (como % do total de trabalhadores) – Conta própria



Fonte: Adaptado de IBGE, Serasa (2016)

De acordo com Afit (2016), do Sebrae, o gráfico 4 mostra o declínio de 4,4% do total da população ocupada no terceiro trimestre de 2015 para 4,1% entre abril e junho de 2016.

**Gráfico 4:** Posição na ocupação (como % do total de trabalhadores) – Empregador



Fonte: Adaptado de IBGE, Serasa (2016)

A pesquisa do GEM demonstrou que as taxas de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos no Brasil entre os anos de 2014 e 2015 aumentaram conforme apontados na tabela 1. Deste total, metade corresponde a empreendedores novos, ou seja, com menos de três anos e meio de atividade, e a outra metade aos donos de negócios estabelecidos há mais tempo, como mostra a tabela 1.

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

<b>Estagio</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Iniciantes	17,2	21
Nascentes	3,7	6,7
Novos	13,8	14,9
Estabelecidos	17,5	18,9
Total de Empreendedores	34,4	39,3

Fonte: GEM Brasil 2015, adaptado. (Percentual da população de 18 a 64 anos).

Tabela 1 – Taxas de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos no Brasil entre os anos de 2014 e 2015

De uma forma geral, é hora de começar a desenvolver, implantar e viabilizar o projeto de acordo com as necessidades específicas de cada cliente. No entanto, para que todos esses passos possam se efetivar com sucesso, a proposta é treinar o empreendedor a ter um pensamento fora da caixa, ou seja, quebrar paradigmas e sair do comodismo.

O empreendedor de sucesso precisa autoavaliar-se diariamente e diagnosticar corretamente sua empresa, com o objetivo de saber separar dentro do ambiente interno suas forças e fraquezas e acompanhar o ambiente externo nas oportunidades e ameaças.

No ambiente interno é necessário avaliar todos os departamentos da sua empresa, como por exemplo:

- Departamento de Recursos Humanos, cuja falha é enxergá-lo apenas como um departamento para Admissão e Demissão de funcionários. Para otimizar esse setor, é necessário desenvolver todas as ferramentas de gestão em RH, desde Recrutamento, Seleção, Treinamento e Desenvolvimento Corporativo, Gestão de Carreira, Qualidade de Vida no Trabalho, Remuneração, Benefícios e Saúde e Segurança do Trabalho.

- Departamento de Marketing, cujo ponto fraco consiste em vê-lo apenas para propaganda do negócio. Esse departamento tem como responsabilidade criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo, obtendo lucro para a empresa. Para que isso aconteça, esse setor deve identificar necessidades e desejos não realizados através de segmentação de mercado, adotando estratégia para venda do produto, estratégia do preço, estratégia da promoção, estratégia de distribuição (praça), pós-venda e como fidelizar o cliente.

- Departamento Financeiro é usado somente para alinhamento dos custos em razão dos lucros. Ele se tornaria eficiente se pudesse compreender e acompanhar toda análise do ponto de equilíbrio, trazendo estabilidade para saúde do negócio, além de trabalhar toda a lucratividade em oportunidade de investimentos e aplicação a longo prazo. Isso ajudaria na geração de maiores lucros no futuro.

- Departamento de Estoque, a missão deste setor é encontrar exatamente a quantidade necessária de produto ou matéria-prima a ser estocada. O excesso de estoque caracteriza custos operacionais e capital parado, em contrapartida, níveis

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

baixos de estoque podem originar perdas de economias e custos elevados devido à falta de produtos.

- Estrutura Organizacional, deve-se avaliar essa estrutura no todo, identificar se o espaço físico é agradável e aconchegante para o cliente. E não apenas os aspectos físicos, mas deve-se avaliar também se as tarefas e metas de desempenho estão claramente entendidas pelos colaboradores.

Salientamos que a preocupação com o ambiente interno, identificando as forças e as fraquezas, ainda não é o suficiente para o sucesso empreendedor, se faz necessário conhecer também o ambiente externo, verificar como este está se comportando, saber e identificar suas oportunidades e ameaças. Essa é uma estratégia de quem pensa e age “fora da caixa”. Vejamos alguns exemplos:

- Clientes: na área da saúde, muitas vezes o identificamos como a pacientes, mas, estrategicamente, devemos tratá-los como clientes e entender suas necessidades, desejos e demandas. Indispensável o paciente sentir-se acolhido a partir do primeiro contato, demonstrar que estão preocupados com ele e seu bem-estar.

- Fornecedores: o ideal é que se tenha mais de um fornecedor, pois dessa forma, o poder de negociação estará a favor do empreendedor, trazendo a oportunidade de comparar preços/qualidade, exigir descontos, prazos de pagamento/entrega. Deve-se construir um relacionamento do tipo “ganha-ganha”, isso significa que muitas vezes, o empreendedor poderá negociar a compra de uma grande quantidade de certo produto e o estoque fica na responsabilidade do fornecedor, que apenas entregará a quantidade que o empreendedor estiver necessitando.

- Concorrentes: deve-se pesquisar o concorrente, pois quanto mais informações se obter dele melhor será a tomada de decisão. Muitas vezes, o concorrente está cobrando menos porque compra mais barato, portanto, é necessário melhorar a vinculação com o fornecedor. Espontaneamente, eles entram como uma ameaça, o empreendedor deve estudar claramente as qualidades desse concorrente para transformá-las em oportunidades ao seu negócio. Outro fator importante é descobrir os pontos fracos deste concorrente e procurar fortalecer essas particularidades na própria organização.

- Economia: o empreendedor deve estar atento ao cenário atual da economia do país, tendo em vista que as informações obtidas são importantes para analisar as ameaças e oportunidades para a empresa, seja na utilização de créditos e altas taxas de juros, que arrastam as organizações no Brasil a realidades distintas, ou seja, as organizações que necessitam utilizar crédito nos bancos ou financiadoras e as que não precisam do crédito para seu capital de giro.

- Legislações: será necessário entender as legislações na qual a empresa se enquadra e ainda se atentar para as novas leis e normas que possam aparecer, para que o desconhecimento delas não ameacem o andamento da empresa. No ramo da saúde é essencial os prestadores de serviços médicos e hospitalares possuírem o registro no Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde (CNES), sem o mesmo não conseguem credenciamento médico em Operadoras de Planos de Saúde.

- Tecnologia: existe ou surgiu no mercado tecnologia que seja um processo inovador? Se a resposta for ‘sim’, a empresa precisa atentar se essa nova tecnologia

---



Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

de ponta atende sua real necessidade e ainda estudar relação custo/benefício. É necessário verificar se a evolução rápida da tecnologia pode estar afetando sua posição dentro do mercado.

Criar uma base de conhecimentos para um planejamento a curto, médio e longo prazo trará vantagens para o empreendedor classificar suas metas e estabelecer prazos, com o intuito de cumpri-las, controlando seu foco e acompanhando seus resultados.

#### **4. Conclusão**

O aumento do desemprego vem gerando um declínio nas vendas em diversos setores. Muitas organizações estão lucrando menos, outras têm conseguido se manter no mercado e até aumentar suas receitas.

Nestes casos de sucesso, ao empreendedor brasileiro são atribuídas características diferentes quanto ao seu perfil de lidar com os negócios e suas percepções. O empreendedorismo tem ganhado atenção como parâmetro para o surgimento de diversas empresas de ramos diferentes no Brasil, gerando renda, emprego e sendo um fator essencial para a economia do país.

O surgimento de pequenas empresas, seja por oportunidade ou por necessidade, exige que elas apresentem qualidade de seus produtos ou serviços, buscando atender a satisfação de seus clientes.

Fracassos ocorrem quando o prestador e sua equipe lançam no mercado serviços ou produtos, sem consultar o cliente. Isso acontece porque o prestador de serviço ou vendedor de produtos leva em consideração somente sua maneira de pensar e a opinião de sua equipe em relação ao negócio.

Para resolver essa demanda, o empreendimento de clínica médica é indispensável utilizar estratégias para efetuar uma pesquisa prévia com um grupo de pacientes, a fim de buscar informações sobre falhas casuais, sugestões e ainda se o cliente compraria e/ou indicaria esse serviço a outras pessoas.

#### **5. Referências**

**BECKER, A., A.** *Gestão do Laboratório de Análises Clínicas por meio de indicadores de desempenho através da utilização do Balanced Scorecard*. 2004. 121 f. Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre em Engenharia. Porto Alegre, 2004.

**CORDEIRO, A.M.** *Revisão sistemática: uma revisão narrativa*. Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões, v. 34, n. 6, p.79-83, 1994.

**DOLABELA, F.** *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura, 1999a.

**DORNELAS, J. C. A.** *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campos, 2001.

---

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

**DORNELAS, J. C. A.** *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2008.

**FILION, L.** *Do Empreendedorismo à Empreendedologia*. Montreal: Journal of Enterprising Culture, v.6, 1998. Tradução e adaptação Jovino Moreira da Silva, M. Sc. Vitória da Conquista.

**GIMENEZ, F.; INÁCIO JR., E.** *Validação do instrumento Team Factors Inventory em empresas brasileiras*. Revista de Administração Contemporânea, edição especial, p.10. 2006.

**HIDOCTOR.** *Como médicos podem ser empreendedores*. HiDoctor, São Paulo, 17/03/16. Artigo. Disponível em: <http://hidoctor.com.br/p/montar-consultorio-medico/822799/como+medicos+podem+ser+empreendedores.htm>. Acesso em: 18 mar. 2017.

**INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. O IBGE.** Rio de Janeiro, 2017.

**LEITE, E.** *O Fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas*. Recife: Bagaço, 2000.

**LISBOA, T. C.** *Administração Empreendedora*. São Paulo: Évora, 2015.

**MONT´ALVÃO, R. A.** *Planejamento e Gestão de Consultórios Médicos*. 2010. 79f.

**PANTZIER, R. D.** *Formação empreendedora no ensino de graduação em Administração: um estudo de caso*. Brusque: Fundação Educacional de Brusque, 2008.

**SCHUMPETER, J. A.** *Teoria do Desenvolvimento Econômico: Uma Investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e Ciclo Econômico*. Coleção Os Economistas. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

**SEBRAE.** *Pesquisa*. São Paulo, 2017. Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/pesquisa-gem-empreendedorismo-no-brasil-e-no-mundo](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-gem-empreendedorismo-no-brasil-e-no-mundo). Acesso em: 25. Jun. 2017, 19:45:00

**SEBRAE.** *Estudo de Mercado*. São Paulo, 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros>. Acesso em 14. Mar. 2017, 17:30:00

**SERASA EXPERIAN.** *Visão Geral*. São Paulo, 2017. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 25. Jun. 2017, 19:30:00

---