



**CENTRO UNIVERSITÁRIO CHRISTUS**

**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**LEONARDO UMBELINO FURTADO**

**EMPREENDEDORISMO EM SAÚDE: ESTUDO DE CASO DE UMA CLÍNICA  
MÉDICA NO MUNICÍPIO DE MARANGUAPE/CE**

**FORTALEZA**

**2021**

**LEONARDO UMBELINO FURTADO**

**EMPREENDEDORISMO EM SAÚDE: MODELO DE UMA CLÍNICA MÉDICA NO  
MUNICÍPIO DE MARANGUAPE/CE**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao curso de Administração do Centro Universitário Christus, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. Ma. Lise Alcântara Castelo

**FORTALEZA**

**2021**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Centro Universitário Christus - Unichristus  
Gerada automaticamente pelo Sistema de Elaboração de Ficha Catalográfica do  
Centro Universitário Christus - Unichristus, com dados fornecidos pelo(a) autor(a)

F992e Furtado, Leonardo Umbelino.  
EMPREENDEDORISMO EM SAÚDE: MODELO DE UMA  
CLÍNICA MÉDICA NO MUNICÍPIO DE MARANGUAPE/CE /  
Leonardo Umbelino Furtado. - 2021.  
56 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro  
Universitário Christus - Unichristus, Curso de Administração,  
Fortaleza, 2021.

Orientação: Profa. Ma. Lise Alcântara Castelo.

1. Empreendedorismo. 2. Setor de saúde. 3. Clínicas de saúde.  
I. Título.

CDD 658

**LEONARDO UMBELINO FURTADO**

**EMPREENDEDORISMO EM SAÚDE: MODELO DE UMA CLÍNICA MÉDICA NO  
MUNICÍPIO DE MARANGUAPE/CE**

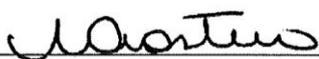
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de Administração de Empresas do Centro  
Universitário Unichristus como requisito avaliativo  
para Conclusão de Curso sob a orientação da Prof.<sup>a</sup>.  
M.<sup>a</sup>. Lise Alcântara Castelo.

Aprovado em 06/28/2021.

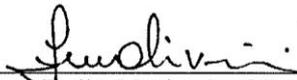
**BANCA EXAMINADORA**

8,5

Média Final



Ma. Lise Alcântara Castelo  
Orientador(a)



Dra. Zaila Maria de Oliveira  
Examinador(a)



Dra. Larisse Oliveira Costa  
Examinadora(a)

**Ser um empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas, mesmo não tendo forças. É caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitudes que ninguém tomou. É ter consciência de que quem vence sem obstáculos triunfa sem glória. É não esperar uma herança, mas construir uma história...**

**Quantos projetos você deixou para trás? Quantas vezes seus temores bloquearam seus sonhos? Ser um empreendedor não é esperar a felicidade acontecer, mas conquistá-la.**

**AUGUSTO CURY**

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer em primeiro lugar, a Deus, por estar sempre guiando meus passos, me abençoando e me dando saúde que é a maior riqueza de todas.

É de total importância deixar registrado a minha gratidão a minha orientadora Lise Alcântara Castelo pelo total suporte ofertado a mim na execução do trabalho, a todo o momento compartilhando seu conhecimento, sua experiência, para que tudo fosse feito da melhor forma. Pela paciência em conduzir o desenvolvimento do projeto no meu tempo, e principalmente por ter acreditado em mim por vários momentos em que talvez até eu mesmo não acreditasse.

Agradecer ao corpo docente e todos os funcionários da Unichristus, pelo acolhimento durante todos esses anos que foram fundamentais para minha formação pessoal e profissional. Aos amigos que fiz durante esses anos, onde alguns se tornaram amigos para a vida, outros viraram parceiros em projetos profissionais.

E agradecer a minha família por sempre me proporcionar o melhor, tudo o que tenho e que sou hoje devo aos meus pais, Ana Lúcia e Paulo Furtado, e a minha avó, Mirian Ferreira Umbelino, o combustível diário para correr atrás dos meus objetivos é reconhecer tudo que sempre fizeram por mim e continuar lhes proporcionando o que estiver ao meu alcance para quem sabe um dia eu consiga ter retribuído um terço do que fizeram por mim.

## RESUMO

A desigualdade de renda na região Nordeste, assim como a crescente demanda por serviços de saúde ocasionada pelo aumento da expectativa de vida dos brasileiros, oferecem cada vez mais oportunidades de negócios na área da saúde, uma vez que o Sistema Único de Saúde (SUS) não consegue atender todos aqueles que precisam de algum tipo de assistência à saúde. Surgem, portanto os empreendimentos voltados à área com vistas a suprir as dificuldades. As clínicas médicas populares tornaram-se uma alternativa relevante para ajudar pessoas com dificuldades de acesso ao SUS e que não possuem planos de saúde. Desta forma, esse estudo possui como objetivo geral identificar os desafios enfrentados por um empreendimento no setor de saúde localizado no Município de Maranguape/CE. Trata-se de um estudo qualitativo que utiliza uma entrevista estruturada aberta como técnica de coleta de dados. Através de seu resultado pode-se perceber, segundo os sócios, que muita coisa mudou no setor de saúde nos últimos anos, as dificuldades são muitas, porém gratificantes. As novas regras que aumentaram o custo dos planos de saúde são alguns dos desafios enfrentados e a administração pública não deu grandes avanços nem melhorou os sistemas de saúde individuais.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Setor de saúde. Clínicas de saúde.

## **ABSTRACT**

Income inequality in the Northeast region, as well as the growing demand for health services caused by the increase in life expectancy of Brazilians, offer more and more business opportunities in the health area, since the Unified Health System (SUS) cannot meet all those who need some kind of health care. Therefore, there are projects aimed at the area with a view to overcoming the difficulties. Popular medical clinics have become a relevant alternative to help people with difficulties in accessing the SUS and who do not have health plans. Thus, this study aims to identify the challenges faced by an enterprise in the health sector located in the city of Maranguape/CE. This is a qualitative study that uses an open structured interview as a data collection technique. Through its results it can be seen, according to the partners, that a lot has changed in the health sector in recent years, the difficulties are many, but gratifying. The new rules that increased the cost of health plans are some of the challenges faced and the public administration has not made great strides or improved individual health systems.

**Keywords:** Entrepreneurship. Health. Health clinics.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Convergência de fatores que compõem uma oportunidade de negócio atrativa.....	26
---	----

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Atividades em expansão 2019.....	16
Quadro 2 - Exemplos de atividades com potencial de expansão 2020.....	17
Quadro 3 – ME e EPP exemplos com potencial expansão em 2020.....	17
Quadro 4 – Principais inovações no ano de 2020 .....	19
Quadro 5 – Características dos empreendedores .....	22
Quadro 6 - Perfil empreendedor.....	36
Quadro 7 - Características empreendedoras.....	37
Quadro 8 - Ideia do negócio.....	38
Quadro 9 - Processo de implantação da ideia.....	39
Quadro 10 - Maiores ameaças para implementar a ideia.....	40
Quadro 11 - Ameaças enfrentadas.....	41
Quadro 12 - Oportunidades do negócio.....	42
Quadro 13 - Desafios enfrentados.....	43
Quadro 14 - Desafios de empreendimento.....	44

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Evolução dos setores no período 2014 / 2018.....	15
Tabela 2 - Dados dos sujeitos da pesquisa.....	35

## SUMÁRIO

<b>LISTA DE FIGURAS.....</b>	<b>8</b>
<b>LISTA DE QUADROS .....</b>	<b>8</b>
<b>LISTA DE TABELAS.....</b>	<b>8</b>
<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Empreendedorismo.....</b>	<b>13</b>
2.1.1 Empreendimentos promissores em 2019 .....	14
2.1.2 Negócios promissores em 2020 .....	16
<b>2.2 O Empreendedor: conceitos e importância .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3 Empreendedorismo em saúde.....</b>	<b>23</b>
2.3.1 Oportunidade de empreendedorismo em saúde .....	25
2.3.2 Características dos empreendedores da saúde .....	27
<b>2.4 Clínicas Médicas Populares .....</b>	<b>29</b>
<b>3. METODOLOGIA DA PESQUISA.....</b>	<b>32</b>
<b>3.1 Ambientes da pesquisa .....</b>	<b>32</b>
<b>3.2 Natureza da pesquisa .....</b>	<b>33</b>
<b>3.3 Tipologias da pesquisa.....</b>	<b>33</b>
<b>3.4 Instrumento e coleta de dados .....</b>	<b>34</b>
<b>4. ANÁLISE DOS RESULTADOS .....</b>	<b>35</b>
<b>5. CONCLUSÃO.....</b>	<b>47</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>48</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>55</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo em si pode ser descrito como a capacidade de saber enxergar oportunidades e agregar valor a elas transformando em um negócio lucrativo, é ter a disposição para idealizar, coordenar e realizar um projeto. Esse é um tema estudado pelos mais variados cursos de graduação, não somente das Instituições de Ensino Superior Públicas como as de iniciativa privada, tendo uma maior aderência ao curso de administração de empresas.

Nesse sentido os ensinamentos do curso vêm permitindo ao aluno uma outra, ou uma nova, oportunidade de ganhar dinheiro, seja durante ou após o término dele. A explicação pode ser percebida pelo fato de existir disciplinas que os estimulam a criar seus próprios negócios, podendo ser iniciadas ainda no ambiente universitário ou após sua conclusão.

A busca do brasileiro por uma oportunidade de colocar seu próprio negócio está cada vez mais visível. É o que revela a pesquisa realizada pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2017), do Sebrae/IBQP, ao apontar que, a participação de pessoas entre 18 e 34 anos no total de empreendedores em fase inicial cresceu de 50% para 57%. Significando que 15,7 milhões de jovens estão à procura de informações para abrir um negócio ou com uma empresa em atividade no período de até 3 anos e meio.

O setor de atividade é outro item que deve ser ressaltado, pois a pesquisa apresenta um percentual de 72% dos empreendedores em estágio inicial que atuam no setor de serviços, mais especificamente, aproximadamente 67% deles no setor de serviços orientados ao consumidor final. Os empreendedores estabelecidos que atuam no setor de serviços correspondem a 55,8%, aproximadamente 49% focam suas atividades no consumidor final (GEM, 2017).

Empreender na área da saúde é uma atividade promissora para aqueles que desejam ajudar pessoas e ter um negócio rentável. Cultivar esse espírito gera transformações pessoais e atitudes que impactam profundamente no mercado e na sociedade, gerando uma forma de reconhecimento e identificação do consumidor com a empresa pelo trabalho desenvolvido.

Atualmente as pessoas estão valorizando as questões relacionadas à saúde e bem-estar, isso se reflete no crescimento da procura por serviços voltados a cuidados pessoais, exercícios físicos, nutrição e tratamentos diferenciados. Diante

desse cenário, é possível enxergar uma boa oportunidade de explorar atividades na área da saúde frente a esse *mindset*<sup>1</sup>, moldando um empreendimento com um bom plano de negócio visando se destacar no mercado cuja competitividade é a palavra-chave.

Vislumbrando exatamente o setor em saúde, essa pesquisa realizada em uma clínica médica localizada no município de Maranguape, estado do Ceará; que entrou no mercado em dezembro de 2019 e atua com 16 especialidades médicas, um ponto de coleta de um laboratório renomado da capital, odontologia e ortodontia, além de uma franquia na parte de fisioterapia e pilates.

Como a situação da saúde pública que é insuficiente no município, o empreendimento inicia suas atividades buscando realizar a construção e reconhecimento da marca dentro do mercado que está inserido, oferecendo diferenciação na estrutura e com foco na qualidade do serviço prestado.

A pesquisa se caracterizará do estudo do empreendimento como todo, analisando fatores internos e externos que de fato diferenciam organizações da área da saúde de outros setores de atuação. Além disso, apresentar medidas a serem tomadas pela organização no seu dia a dia que impactam direta e indiretamente no poder de decisão do consumidor no momento da escolha da empresa em que usufruirá do serviço desejado. Buscando atribuir valor agregado não só para a empresa estudada, mas estabelecendo base para estudos futuros na área.

Dessa forma, a problemática deste estudo se baseia na seguinte pergunta: Quais os desafios enfrentados por um empreendimento do setor de saúde localizado no município de Maranguape-CE?

Baseado no exposto, o presente trabalho é justificado pela crescente demanda do mercado na área da saúde privada, principalmente nas regiões metropolitanas, onde carece da prestação desse tipo serviço. Demanda que vem chamando atenção não só dos investidores que estão apostando nessa área de atuação, como os próprios consumidores dessas regiões que procuram solucionar seus problemas com profissionais de qualidade, e com bom atendimento, sem

---

1 *Mindset* – popular no mundo do empreendedorismo, utilizado para descrever as diferentes mentalidades de um indivíduo e como elas influenciam nas escolhas pessoais e profissionais de cada um. Em tradução livre do inglês, a palavra significa “configuração da mente” (Disponível em <https://fia.com.br>. Acesso em 15 ago. 2020)

precisar ter o custo do seu tempo e deslocamento até a capital do Estado para obter o serviço esperado.

Assim, o empreendimento necessita apresentar ao mercado um trabalho com foco na qualidade do nível de serviço prestado desde o acolhimento do paciente, serviço prestado pelas especialidades médicas, até o pós-venda do serviço, mostrando diferenciação de mercado, agregando valor ao empreendimento. Conseguir montar um corpo médico de alto nível, mantendo preços competitivos ao mercado que o empreendimento está inserido. Com isso, quebrar o paradigma de consumidores que possuem a concepção de que só obterão serviços de qualidade na capital do Estado.

Como objetivo geral destaca-se: Identificar os desafios enfrentados por um empreendimento no setor de saúde localizado no Município de Maranguape/CE. E como objetivos específicos têm-se:

- Apresentar as principais características empreendedoras dos gestores da clínica;
- Analisar as principais dificuldades enfrentadas no setor do empreendimento;
- Relacionar os desafios dos gestores e os desafios enfrentados pela empresa pesquisada.

A pesquisa está estruturada da seguinte maneira: o capítulo inicial é a Introdução composta pela contextualização, justificativa, problemática, objetivos geral e específicos; o segundo capítulo contém a fundamentação teórica da pesquisa nos quais itens voltados ao empreendedorismo foram descritos; o terceiro capítulo destaca a metodologia com o ambiente onde foi realizado o estudo, a natureza, tipologia, universo e amostra, e instrumento e coleta de dados; a análise dos resultados acostada no quarto capítulo e finalmente o quinto, com as conclusões do estudo.

As Referências, compostas por obras fundamentais a construção do estudo e os Apêndices, encontram-se nas páginas derradeiras.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção tem por objetivo fundamentar a pesquisa tomando-se para tais conceitos e descrições de autores que publicaram artigos, livros e demais estudos sobre o tema em pauta.

### 2.1 Empreendedorismo

Pesquisar sobre o tema em foco não é novidade na academia. Muitos são os artigos e publicações a respeito. Entretanto, segundo os autores Brito, Pereira e Linard (2013, p. 17) existem dúvidas quanto à origem do termo ao destacarem que:

A origem do termo empreendedorismo não é precisa, no entanto, constata-se que desde os primórdios da humanidade existem pessoas que se destacam, inovando suas atividades ou produtos. A essas práticas inovadoras dá-se o nome de empreendedorismo.

Para Hisrich e Peters (2004) apesar de ser um assunto badalado nos dias de hoje, sua origem é na idade média, onde empreendedor era o participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala. Já no século XVII o empreendedor passou a ser diferenciado entre a pessoa que assume riscos daquela que fornece capital.

Dolabela (2008) expressa opinião semelhante ao destacar que o empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

Quanto a sua hermenêutica, Patrício e Candido (2016), descrevem que o termo 'empreendedor' vem da palavra francesa '*Entrepreneur*' e pode ser entendido como 'empreiteiro', uma pessoa que assume risco e começa algo novo. O uso deste termo deu origem à palavra inglesa *Entrepreneurship*, ou seja, empreendedorismo, referindo-se a todos aqueles que tenham em si os hábitos, costumes, disciplina, e comportamentos do empreendedorismo.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2019) define-se empreendedorismo como a capacidade de uma pessoa

de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade.

Corroborando com a citação, os autores Kumar e Ali (2010) descrevem que o empreendedorismo pode ser entendido como a descoberta de oportunidades lucrativas e a tomada de decisão em estudá-las, ter visão em uma oportunidade onde os outros percebem somente as contradições, caos e confusão.

Carvalho (2013) complementa o pensamento ao expor que o empreendedorismo é fundamental para a economia de um país, pois a criação ou desenvolvimento de novas organizações gera mais empregos, aumento da renda e crescimento na economia de um país. Opinião reforçada por Schaefer e Minello (2017, p. 517) “O empreendedorismo tem sido investigado e descrito não mais como uma forma de saber, mas sim como uma forma de ser”.

Finalmente, Dornelas (2016), ao explicar sobre o termo ‘empreendedorismo’ define-o como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. A perfeita implementação dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

### *2.1.1 Empreendimentos promissores em 2019*

De acordo com o Relatório Especial elaborado pelo SEBRAE (2019, p. 13), intitulado de “Negócios Promissores de 2019”, no âmbito dos Pequenos Negócios, o segmento dos Microempreendedores Individuais (MEI) é o que observou maior destaque. Ao longo dos últimos anos, este segmento apresentou uma expansão média anual de 1 milhão de novos empreendimentos.

O interessante é que tais empreendimentos são mais visíveis donas de casa e em estudantes, onde o sonho por ter seu próprio negócio passa ser uma real oportunidade. De acordo com o estudo:

No início de seu lançamento, a criação de empreendimentos do tipo MEI esteve associada ao processo de formalização de empreendimentos informais. Atualmente, além desse tipo de empreendedor, também aparece com expressão pessoas que antes eram empregados, donas de casa e estudantes que passaram a ver no MEI a chance de se arriscarem criando o empreendimento dos sonhos, dada a maior facilidade de constituição (baixa burocracia) e/ou ao baixo custo de manutenção deste tipo de empreendimento (quando comparado à opção de abrir uma microempresa tradicional (SEBRAE – RELATÓRIO ESPECIAL, 2019, p. 13)

No grupo dos MEI, dentre os setores de serviço, comércio, indústria e construção, o que apresenta maior destaque é o setor de serviços, com 3,4 milhões, e aumenta sua participação relativa a cada ano e, em 2018, já representou 45% do total de empreendimentos desta categoria (do total de 7,7 milhões de MEI no país).

Conforme a Tabela 1 adiante, entre os anos de 2014 e 2018, a taxa média de crescimento do número MEI, no setor de serviços, foi de 18% a.a., e apenas em 2018, o número de MEI do setor de serviços cresceu 13%.

Tabela 1 - Evolução dos setores no período (2014-2018).

Setores	Número de MEI		Varição média (%aa)	Varição (%aa)
	2014	2018	2014 / 2018	2014 / 2018
Serviços	1.775.814	3.390.130	18% a.a.	13% a.a.
Comércio	1.649.305	2.461.360	11% a.a.	1% a.a.
Indústria	630.315	1.023.931	13% a.a.	11% a.a.
Construção	409.999	731.947	16% a.a.	4% a.a.
<b>TOTAL</b>	<b>4.465.433</b>	<b>7.607.368</b>	<b>14% a.a.</b>	<b>8% a.a.</b>

Fonte: Receita Federal do Brasil (novembro de 2018)

Segundo Pantzler (2008), 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.

Percebe-se que os dados parecem indicar que o setor de serviços tende a continuar puxando o crescimento do número de MEI, o que está em sintonia com a tendência verificada na evolução das principais economias do globo, ao puxar o crescimento da renda e do emprego. Em seguida observam-se os setores de comércio, indústria e construção.

Em se tratando do ano de 2019, o estudo citado anteriormente destaca como atividades mais exploradas pelas MEI as categorias expostas no Quadro 1 a seguir:

Quadro 1 - Atividades em expansão para 2019.

<b>Segmentos</b>	<b>Exemplos de atividades</b>
Serviços pessoais	Assistência a paciente no domicílio, restaurantes e similares, cabeleireiros, manicure e pedicure, instalação e manutenção elétrica, fotografia, lavagem/lubrificação/polimento de veículos
Serviços prestados às empresas	Serviço de apoio administrativo, serviço de entregas, marketing direto, promoção de vendas, organização de feiras, congressos e festas
Serviços de transporte, saúde e educação	Treinamento/desenvolvimento profissional, transporte escolar, transporte de carga, serviço de taxi, atendimento domiciliar e pessoal, ensino de arte e outras atividades de ensino
Bens que atendem as necessidades básicas da população	Produtos de padarias/confeitarias, material de construção, alimentos preparados, comércio de hortifrutigranjeiros, comércio de alimentos em geral, comércio de bebidas, comércio de vestuário, calçados e pequenas obras/construções (obras de alvenaria, instalação e manutenção elétrica).

Fonte: Relatório Especial (SEBRAE, 2019)

Conforme observado pelo estudo realizado pelo SEBRAE (2019), as atividades do setor de serviço foram mais exploradas e as relacionadas a empreendimentos na área de saúde foram consideradas como promissoras.

### 2.1.2 Negócios promissores em 2020

Segundo dados obtidos no estudo do SEBRAE (2019, p. 6), quando tomadas as 30 maiores economias mundiais, se destacam os seguintes países, em termos de expectativas de crescimento: China (6,0% a.a.), Índia (5,8% a.a.) e Indonésia (5,1% a.a.). Assim, as 3 economias com maior taxa de crescimento em 2020 devem estar no leste asiático. Logo, as maiores chances de crescimento potencial para as exportações globais estão na direção daquela região.

Ainda de acordo com referida pesquisa, levando-se em consideração os microempreendedores individuais, pode-se destacar:

No âmbito dos Pequenos Negócios, o segmento dos Microempreendedores Individuais (MEI) deve continuar se destacando. Ao longo dos últimos anos, este segmento tem apresentado uma expansão expressiva de novos empreendimentos, com a criação próxima a 1,0 milhão de novos registros, até 2017. Em 2018, o acréscimo líquido de MEI foi próximo de zero, por conta da exclusão de registros de MEI inativos, realizada pela RFB. Por sua vez, em 2019, foram criados mais de 1,7 milhão de novos registros de MEI, o maior número já registrado na série histórica (SEBRAE, 2019, p. 16).

Dentre os setores mais procurados para iniciar um negócio como MEI destacam-se: serviços pessoais, serviços prestados às empresas, serviços nas

áreas de saúde, educação e transporte e atividades que atendem as necessidades básicas da população, em especial de alimentação e manutenção/reparação de moradia, conforme Quadro 2 a seguir.

Quadro 2- Exemplos de atividades com potencial de expansão de MEI em 2020.

<b>SEGMENTOS</b>	<b>EXEMPLOS DE ATIVIDADES</b>
Serviços pessoais	Cabeleireiros, manicure e pedicure, estética e cuidados com a beleza.
Serviços prestados às empresas	Serviço de apoio administrativo, promoção de vendas, organização de feiras, congressos e festas.
Serviços nas áreas de saúde, educação e transporte	Assistência a paciente no domicílio (cuidadores), treinamento/desenvolvimento profissional, transporte de passageiro, transporte de carga, serviço de táxi, transporte escolar.
Bens e serviços que atendem necessidades básicas da população (alimentação e manutenção/reparação de moradia)	Restaurantes e similares, alimentos preparados para consumo domiciliar, produtos de padarias/confeitarias, pequenas obras/construções (obras de alvenaria, instalação e manutenção de ar condicionado, serralheria, pintura em geral), serviço ambulante de alimentação, comércio de material de construção, comércio de alimentos em geral, comércio de bebidas, comércio de hortifrutigranjeiros e lanchonetes.
Outros serviços	Manutenção e reparação de veículos, instalação e manutenção elétrica, lavagem/lubrificação/polimento de veículos, lanternagem/pintura de veículos e produção de fotográfica, serviço de entregas rápidas.

Fonte: SEBRAE (2019)

Observa-se que o dinamismo dessas atividades pode estar indicando uma tendência de mercado efetiva, em função de uma maior demanda da sociedade pelos bens e serviços produzidos por esses negócios. Como possíveis fatores que ajudam a explicar este movimento, estão: a recuperação da renda e/ou mudança no padrão de consumo, haja vista o número de pessoas que resolvem empreender após a saída de um emprego.

A pesquisa realizada pelo órgão destacado também apresentou as tendências de longo prazo específicas para Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP), conforme destacado no Quadro 3.

Quadro 3 - ME e EPP - Exemplos de atividades com potencial de expansão em 2020.

<b>SEGMENTOS</b>	<b>EXEMPLOS DE ATIVIDADES</b>
Serviços prestados às empresas	Serviços de escritório e apoio administrativo, atividades jurídicas, atividades de publicidade.
Serviços nas áreas de saúde e educação	Atividades veterinárias, educação superior (graduação e pós-graduação), assistência a idosos e convalescentes (cuidadores), clínicas médicas odontológicas, clínicas diversas, testes e análises técnicas
Serviços de informática e comunicação	Serviços de telecomunicações (com ou sem fio), portais e provedores de conteúdo, serviços de internet, desenvolvimento/licenciamento de programas de computador customizáveis e reparação de equipamentos de comunicação
Alimentação	Fabricação de alimentos e pratos prontos, representantes comerciais de alimentos, comércio atacadista de alimentos.
Outros serviços	Serviços de apoio a edifícios, reparação de equipamentos de comunicação e reparação de motocicletas

Fonte: SEBRAE (2019)

Entretanto, convém ressaltar que o estudo destacado foi realizado sem levar em consideração a pandemia mundial causada pelo coronavírus, COVID 19, que simplesmente fez ruir todas as projeções realizadas para o ano de 2020, trazendo impacto profundo para a sociedade brasileira, e, conseqüentemente, para a economia. Negócios fecharam, houve queda da circulação de renda e os padrões de consumo da população mudaram.

De acordo com Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2020), o número de desempregados no Brasil, entre índices oficiais e não oficiais, ultrapassou a casa de 20 milhões de pessoas. Cerca de 40% das pequenas e médias empresas pararam. Além disso, a produção industrial brasileira (PIM-PF) registrou em março de 2020 queda de 3,8% em relação ao mesmo mês de 2019. Na série com ajuste sazonal, a indústria recuou 9,1% na margem, acumulando, assim, retração de 1,7% nos três primeiros meses ano.

Entretanto, apesar dos dados alarmantes apresentados pelo IBGE, uma reportagem na Revista Forbes (2020) indica uma nova realidade:

Apesar das tendências negativas e impactantes, o brasileiro tem levado ao pé da letra a ideia de que crise gera oportunidade. Entre 7 de março e 4 de julho deste ano, o Portal do Empreendedor registrou 551.153 novos microempreendedores no país, 16.788 a mais do que no mesmo período de 2019. [...] Em tempos de Covid-19 e isolamento social, quem deseja empreender precisa estar atento à comunicação e relacionamento com o cliente. Diante de um negócio e público desconhecidos é preciso estabelecer uma relação de confiança e fidelidade para manter um empreendimento consistente em condições adversas e saudável o bastante para continuar no longo prazo. (REVISTA FORBES, 2020, s.p).

Não se pode negar que a pandemia de Covid-19 mudou os hábitos e comportamentos das pessoas em todo o mundo. De acordo com Rohit Bhargava, Curador de Tendências e fundador da *Non-Obvious Agency*, em seu depoimento no Portal SEBRAE (2020), em tempo de distanciamento social e relacionamentos mediados pela tecnologia, mais do que nunca foi preciso humanizar as ações. Um exemplo no empreendedorismo foram os negócios que passaram a oferecer serviços especiais aos idosos para protegê-los do coronavírus; Capacitações e cursos à distância que já eram uma realidade, mas aumentaram significativamente a oferta de conteúdo online oferecendo conhecimentos instantâneos.

Dados obtidos através da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2020) indicam que a vocação empreendedora do brasileiro nunca esteve tão em alta e, nos momentos de crise, torna-se ainda mais evidente.

A revista norte-americana *Times* publica anualmente uma lista com as principais inovações do ano. São inventos que “fazem o mundo melhor, mais inteligente e até mais divertido”, segundo define a publicação (REVISTA TIMES, 2020).

Desta forma, para chegar à lista de 2020, a revista contou com contribuições de seus editores e correspondentes ao redor do mundo e abriu um processo de inscrição on-line. A revista analisou, então, alguns fatores-chave, como originalidade, criatividade, eficiência, ambição e impacto. O Quadro 4 descreve alguns dos negócios inovadores e mais promissores de 2020.

Quadro 4 - Principais inovações do ano 2020.

SEGMENTOS	EXEMPLOS DE ATIVIDADES
Solução auditiva de contato	O Earlens, assim chamado, é um microfone alojado no processador auricular do dispositivo que capta sons, é um algoritmo converte em vibrações que são transmitidas ao tímpano e anula totalmente o amplificador, na verdade recria o efeito das ondas sonoras.
Casa de Abelha inteligente	Beewise, é uma colmeia movida a inteligência artificial. Usando robótica de precisão, visão computacional e IA, a casa de pode hospedar 2 milhões de abelhas e monitora os insetos 24 horas por dia.
Visão de Raio X para médicos	o Xvision (ou visão-x), um fone de ouvido que usa a realidade aumentada para transformar a tomografia computadorizada de um paciente em uma visualização 3-D e ajuda a guiar um cirurgião de coluna através de operações nas quais cada milímetro conta.
Hidratante para tipos climáticos	Pour Moi, baseia suas fórmulas no clima. Os usuários respondem a um questionário sobre o clima no site da empresa, que os ajuda a encontrar os produtos certos e ajustados para levar em conta fatores como umidade, temperatura e altitude.
Tênis de corrida mais verde	Tree Dasher, feito quase inteiramente de materiais naturais, com uma pegada de carbono estimada em quase um terço menor do que a de um tênis comum. Mesmo usando eucalipto, lã merino, óleo de mamona e cana-de-açúcar, o tênis melhora o desempenho do atleta: as fibras de eucalipto esfriam, a lã regula a temperatura e a sola intermediária da cana-de-açúcar oferece amortecimento de desempenho.

Fonte: Adaptado do site *Whow.com.br* (2020)

Dentre os diversos negócios inovadores, ressalta-se que o setor de saúde foi um dos mais acionados, desde equipamentos, máquinas e aparelhos como produtos e roupas visando o bem-estar do indivíduo e proteção à saúde.

## 2.2 O Empreendedor: conceitos e importância

O perfil de uma pessoa empreendedora pode ser definido, segundo Nair e Pandey (2006) como indivíduo que demonstra o caráter com características como: decisão, liderança industrial, pessoa que assume riscos em condições de incerteza, inovador, entre outros.

As mudanças no ambiente acontecem de forma dinâmica, gerando incertezas sobre a origem e suas consequências, o que torna desafiadora e relevante a tarefa do indivíduo em reconhecer a oportunidade (GRÉGOIRE, BARR, SHEPHERD, 2015).

Nesse sentido ser um empreendedor significa agir diante de uma oportunidade que vale a pena ser trabalhada. Dessa maneira envolve o pensamento empreendedor, que segundo Hirsch, Peters e Shepherd (2014) abarca os processos mentais com que o indivíduo supera a ignorância para decidir se um sinal representa uma oportunidade para alguém e/ou reduz dúvidas quanto a essa oportunidade.

Uma pessoa empreendedora apresenta características traçadas, que segundo Loiola (2016) exibem comportamentos e modo de agir denominados desse perfil, que o definem como tal, como o desejo de inovação, melhorias e conhecimento constante a procura de aprendizado.

Nas palavras de Pedroso et. al (2009) o empreendedor é aquele indivíduo portador de criatividade, com capacidade de identificar oportunidades de negócios, pessoa com espírito de liderança que toma decisões de riscos e tem visão de crescimento. Neste contexto, esse profissional é considerado um inovador, pois utiliza de seus recursos de modo original e criativo. No que se refere à inovação, entende-se que para o empreendedor e para as organizações, inovar é uma ferramenta específica que proporciona transformações em um empreendimento.

Para Loiola (2016) dentre as características do perfil empreendedor, as que mais se destacam para o ambiente organizacional são: necessidade de realização pessoal e profissional, necessidade de explorar e aplicar sua criatividade, autoconfiança, dedicação, busca de conhecimento, iniciativa, independência, responsabilidade e coragem de assumir riscos.

Apesar de estabelecidas algumas características específicas deste perfil não existem confirmações de que um indivíduo que possua tal perfil terá êxito como empreendedor, é possível dizer que, se um determinado indivíduo apresenta tais

características e aptidões geralmente identificadas em empreendedores, mais chance terá de ser bem-sucedido (MOLIN, 2009).

Para Dornelas (2018), não existe um perfil considerado padrão de empreendedor, existem diversidades de tipos de empreendedores, que podem ser denominados como empreendedor nato, empreendedor que aprende, empreendedor serial, empreendedor corporativo, empreendedor social.

Para o autor supracitado, o empreendedor nato possui como características o otimismo e a visão de negócio apurada que tomam por referências de parentes próximos que obtiveram sucesso em seus empreendimentos no passado. Iniciam suas carreiras na juventude e desenvolvem desde cedo habilidades que o tornam grandes empreendedores.

O empreendedor que aprende, utiliza a oportunidade surgida, para empreender, e por desconhecer o gosto pelo risco, demora a decidir-se a abraçar a oportunidade, aprendendo com o tempo a adaptar-se à nova realidade (DORNELAS, 2014).

Seguindo a linha de pensamento do mesmo autor, o empreendedor serial, tem como principal característica o dinamismo e a paixão pelo ato de empreender, por esses motivos estão sempre de olho na possibilidade de construir algo novo ou modificar o já existente.

O empreendedor corporativo refere-se aos executivos que possuem conhecimento aprofundado e experiência na área gerencial e por esse motivo são muito disputados pelas grandes organizações (DORNELAS, 2014).

O empreendedor social caracteriza-se pela solidariedade àqueles que não possuem oportunidades para melhorarem por si só as suas vidas. Engajam-se em causas humanitárias e tem o desejo de mudar ou na sua versão mais reduzida, de melhorar o mundo (DORNELAS, 2014).

Leite e Oliveira (2010) classificam em dois tipos de Empreendedor: o Empreendedor por Necessidade (criam-se negócios por não haver outra alternativa) e o Empreendedor por Oportunidade (descoberta de uma oportunidade de negócio lucrativa). A classificação serve para fins didáticos cuja finalidade é demonstrar que os tipos de empreendedores e as motivações são diversificados, porém todos esses desenvolvem, quando não nascem com elas, as características necessárias para ser um empreendedor (SEBRAE, 2012).

De acordo com pesquisas desenvolvidas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2017), algumas características são decisivas para quem pretende se aventurar pelo mundo dos negócios, conforme dispostas do Quadro 5:

Quadro 5 - Características dos empreendedores

CARACTERÍSTICAS	DESCRIÇÃO
Competência de assumir riscos	Apresentar ânimo para encarar desafios, tentar novo empreendimento; de procurar as melhores direções. A ação de iniciar um negócio não é uma simples aventura, deve ser uma aventura bem delineada;
Aproveitar as oportunidades	Essa característica é básica na individualidade de um empreendedor, pois reúne a percepção da chance para um novo negócio e o senso prático do primeiro passo e da força de vontade, no sentido de concretizar uma ideia;
Conhecimento do campo empresarial	Estudar exaustivamente o campo do negócio que objetiva explorar, melhor será sua possibilidade de sucesso;
Organização	De forma simples e eficaz o empresário deve se organizar e preparar as atividades, organizando por etapas e determinando os prazos para seu cumprimento;
Postura empreendedora	Um empresário com êxito sabe como vivenciar um obstáculo com bons resultados, podendo até modificar usando de estratégias para o enfrentamento do desafio e alcançar os objetivos, tomando a responsabilidade pessoal pelo desempenho;
Independência pessoal	Consiste em expressar confiança na própria capacidade de realizar as tarefas propostas, seja qual for o nível de dificuldade.

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2017)

Diante do exposto, entende-se que o empreendedorismo é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, do seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.

O processo de empreender, de acordo com Molin (2009) envolve várias atividades e ações a serem realizadas nas empresas, uma vez que está diretamente ligado a algo novo ou ao aperfeiçoamento de algo já existente, necessitando de comprometimento e tempo para que sejam desenvolvidas estratégias que minimizem os riscos inerentes ao negócio investido.

### 2.3 Empreendedorismo em saúde

Durante muito tempo, havia quem dissesse não ser viável colocar negócios na área de saúde, pois a formação dos profissionais da área foi sempre muito voltada para o aspecto assistencial, de tratamento e de pesquisa científica (CMTECNOLOGIA, 2020).

Ainda citando as palavras do referido site, de uns tempos para cá, principalmente depois do surgimento e do crescimento das mídias sociais, já parece impossível falar do setor sem mencionar fenômenos como o *boom* das *health techs*, as melhorias da telemedicina e um novo perfil de paciente ávido por facilidades. O que eles têm em comum? O fato de que dizem respeito a um contexto de desenvolvimentos hospitalares e profissionais dispostos a inovar (CMTECNOLOGIA, 2020).

Desta forma, os problemas na saúde abrem espaço para novas oportunidades de negócios. De acordo com o Relatório Saúde do SEBRAE-RS (2018), não existe setor mais fértil e amplo para se empreender do que este setor, com lacunas nos serviços público e privado. Um exemplo a ser destacado são as clínicas populares, alternativas aos pacientes que necessitam de atendimento médico. Serviço que traz ao paciente sem plano de saúde uma alternativa de realizar consultas e pequenos procedimentos a um custo muito mais acessível.

Os empreendedorismos em matéria de saúde, embora exista o estabelecimento do Sistema Nacional de Saúde, apesar das suas dificuldades estruturais, abriu espaço para as prestadoras de serviços de saúde no país, contribuindo para a economia, principalmente desenvolvendo o setor de empresas que fornecem equipamentos, de assistência técnica, materiais clínicos, consumíveis, entre outros (CARNEIRO, 2012).

Segundo a opinião do presidente da Direção do *Health Cluster Portugal* (HCP):

[...] a saúde deve ser olhada como uma oportunidade para potenciar mais desenvolvimento econômico e social, mais exportações, mais emprego qualificado e, naturalmente, mais e melhores cuidados para os cidadãos” (PORTELA, 2010 *apud* CARNEIRO, 2012, p.10).

Ainda de acordo com o autor anteriormente citado, dentro da seara do empreendimento no campo da saúde engloba-se os hospitais, empresas

farmacêuticas, centros tecnológicos e de investigação, incubadoras de empresas, parques tecnológicos, bancos, institutos tecnológicos, laboratórios, universidades, clínicas, entre outras empresas industriais, comerciais e de serviços.

De acordo com a Junta da Galiza, a falta do empreendimento inovador na área da saúde provocava distorções nas balanças comerciais dos países devido à necessidade de importação, no caso dos equipamentos e insumos. O empreendedorismo em saúde abrange a produção científica, tecnológica e inovação em saúde coletiva, onde a saúde coletiva ainda é afetada pelas soluções de prestação de serviços pelo favorecimento do bem-estar das populações (CARNEIRO, 2012).

Assim, a questão da gestão em saúde, segundo Terrim, Melo e Jácomo (2015), envolve também os cursos de medicina, onde, no Brasil, há pouco interesse dos acadêmicos pelo tema, levando não somente à poucas inovações empreendedoras na área de saúde como até mesmo o mau gerenciamento de recursos públicos e privados, como em clínicas e hospitais. Os autores apontam como causa desses poucos empreendimentos e má gerência dos existentes a falta de conhecimento técnico gerencial.

Dessa forma, evidencia-se a necessidade do ensino de gestão no decorrer do curso de medicina, conforme o estabelecido pelas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Medicina, que enumeram como objetivos da formação médica a Atenção à Saúde, Educação em Saúde/Educação Continuada e Gestão em Saúde (TERRIM, MELO e JÁCOMO, 2015).

Ainda de acordo com os autores Terrim, Melo e Jácomo (2015) a Gestão em Saúde define-se como o aprendizado necessário em gerenciamento e administração para melhoria da articulação Inter profissional e aprimoramento da prática médica, sendo para tal, necessárias as capacidades de gestão do cuidado, valorização da vida, tomada de decisões, comunicação e liderança.

Todavia, ao cogitar um empreendimento na área da saúde Morsch (2019) acrescenta que é necessário levar em conta além da análise de mercado as particularidades legislativas do país. No caso do Brasil, o setor possui uma alta regulamentação e fiscalização, além do Código de Ética e restrições até mesmo com o marketing médico.

### *2.3.1 Oportunidades de empreendedorismo em saúde*

O empreendedorismo na área de saúde é um campo promissor para aqueles que buscam ajudar as pessoas a mudar a sociedade e administrar um negócio lucrativo. Com base em objetivos, conhecimento e inovação, os profissionais estão revolucionando o setor ao agregar qualidade e tecnologia aos seus serviços. Foram esses esforços que melhoraram o acesso público ao diagnóstico e tratamento.

No entanto, o empreendedorismo no setor da saúde no Brasil não se trata apenas de quebrar barreiras comportamentais, mas também éticas e legais.

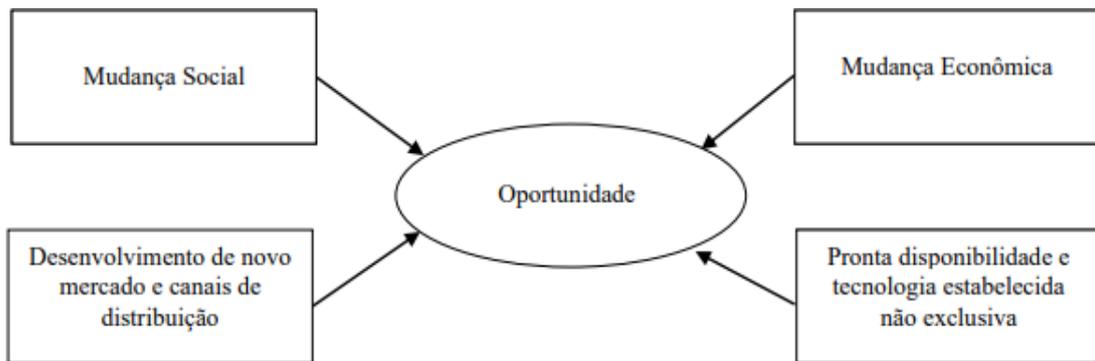
Uma oportunidade de negócio surge de uma situação gratificante que permite criar algo que pode ser benéfico e ajudar a melhorar a situação do indivíduo dentro de um determinado prazo. Esta é uma variável significativa que explica a formação de novas empresas (ASSUNÇÃO; QUEIROZ; COSTA, 2017). São situações em que novos produtos ou serviços podem ser introduzidos e vendidos a um preço superior ao seu custo.

Segundo Dornelas (2012) as fontes de oportunidades podem ser provenientes de ideias do empreendedor, de sua observação e atenção ao que está ocorrendo ao redor, de sua curiosidade e mente aberta a coisas novas.

Portanto, o empreendedorismo começa quando surge uma oportunidade que tem a capacidade de gerar lucros e é desejável para a empresa em que atua.

Na Figura 2, posta a seguir, Baron e Shane (2007) mostram a convergência de fatores que compõem uma oportunidade de negócio atrativa. As oportunidades surgem do complexo processo de mudança do conhecimento, da tecnologia ou das condições econômicas, sociais e políticas.

Figura 1- Convergência de fatores que compõem uma oportunidade de negócio atrativa



Fonte: autores, adaptado de Baron e Shane (2007).

O empreendedorismo em saúde é um conjunto de comportamentos e ideias que levam à inovação na criação ou melhoria de produtos e serviços para o setor.

O cultivo do espírito empreendedor leva a mudanças e atitudes pessoais que afetam profundamente o mercado e a sociedade. Não precisa iniciar um negócio de saúde – pode inovar sistemas, aplicativos, dispositivos e até mesmo melhorar processos.

O mercado de saúde no país engloba uma grande variedade de soluções, desde as mais básicas, como hospitais e clínicas, até combinações de saúde e bem-estar, com ênfase na melhoria da qualidade de vida das pessoas (GODOY, 2019).

Para se ter uma ideia, são mais de 6.000 hospitais espalhados pelo Brasil. Dados do IBGE mostram que existiam mais de 200 milhões de pessoas vivendo em 2018, colocando o mercado brasileiro em oitavo lugar no mundo. O país também é conhecido por oferecer uma ampla gama de proteção no sistema único de saúde.

No entanto, o SUS não tem se mostrado eficaz o suficiente para atender às necessidades da população, levando 20% a optar pelo seguro privado. Pacientes e familiares cobrem mais de 50% dos gastos nesta área.

Em outras palavras, os valores investidos em serviços privados são elevados, pois o custo da saúde é de 8,5% do PIB brasileiro, ou US \$ 1.109 per capita. Empreendedorismo em saúde: as particularidades do setor saúdem no Brasil.

As instituições de saúde no Brasil devem aderir a uma série de regras para permanecerem legais. Antes de abrir um consultório médico, clínica ou hospital, é necessário obter alvará de funcionamento do município, agentes de limpeza municipais, fiscalização sanitária e bombeiros (GODOY, 2019).

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), em cooperação com o Ministério da Saúde, também regulamenta as exigências para produtos médicos que devem ser cumpridas desde a compra até o descarte. A atuação dos profissionais de saúde é regida por resoluções e outros documentos expedidos por seus conselhos, como o Conselho Federal de Medicina (CFM) e o Conselho Federal de Enfermagem (COFEN).

Além disso, existem disposições para proteger os trabalhadores durante o horário de trabalho, como a 32 norma regulamentadora do Ministério do Trabalho.

De acordo com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, saúde e cuidados médicos são elementos essenciais para uma vida digna. Para garantir esses serviços, os profissionais que atuam neste segmento estão sujeitos aos direitos e obrigações decorrentes dos códigos de ética pertinentes. Por exemplo, os médicos não podem participar de experimentos ou pesquisas com humanos para fins militares, políticos, étnicos ou eugênicos (ASSUNÇÃO; QUEIROZ; COSTA, 2017).

O manual de publicidade médica publicado pelo CFM é baseado em seu código de ética. Ambos os documentos afirmam que o marketing médico deve ser realizado apenas com fins educacionais, proibindo qualquer forma de sensação, autopromoção ou informações falsas.

Em outras palavras, os médicos não devem associar seus nomes à distribuição de produtos relacionados a medicamentos, publicidade enganosa ou a especialidades e tratamentos não qualificados. É proibida a utilização de fotos de pacientes, mesmo com seu consentimento. Apesar de gerar inovação, o empreendedorismo não consiste apenas em criar algo do zero.

As ideias para o sucesso geralmente surgem da resposta a velhos problemas ou mesmo de uma nova abordagem a uma velha questão. Portanto, vale a pena focar em conhecer seu público e suas limitações, desejos e interesses.

### *2.3.2 Características dos empreendedores da saúde*

Em respeito às características do empreendedor, Vale, Wilkison e Amâncio (2008) destacam que é um profissional multifacetado além de ser uma pessoa que assume riscos em condições de incertezas, fornecedor de capital financeiro, líder industrial, gestor ou executivo, dono de empresa, contratante, árbitro no mercado,

entre outros. Nesse contexto, o perfil de um empreendedor pode partir de várias atividades como sociologia, administração, economia e outras.

Opinião corroborada por Dornelas (2014) quando acrescenta que um empreendedor deve manter um alto nível de tolerância à incerteza, criando um método próprio de aprendizagem, tecendo relações moderadas de modo a alcançar seus objetivos.

Em se tratando dos empreendedores da área de saúde, Dr. Mauro Figueiredo, médico que está à frente do laboratório Fleury e do Grupo Bradesco Seguros e Bradesco Saúde, destaca o seguinte:

Para que um empreendedor se destaque no mercado, é necessário que ele seja, acima de tudo, inovador. Isso exige muita dedicação, comprometimento e estudo, mas principalmente gostar do que está fazendo e saber para onde ir. Um empreendedor que surja com algum ideal já saturado pode até fazer sucesso, mas não se destaca no meio de um mercado tão competitivo como o atual. Pensando nisso, é preciso sair da zona de conforto e fazer o que nunca foi feito. Primeiramente, qualquer empreendedor deve ter ciência de que o próprio negócio é um risco e ter iniciativa para assumi-lo. Mesmo com um plano de negócios muito detalhado, precisa ter seus objetivos e metas, que necessitarão de avaliações constantes para fazer as alterações necessárias e seguir no caminho certo (CMTECNOLOGIA, 2020, s.p.).

Complementando as palavras, Figueiredo (2020) ainda acrescenta alguns comportamentos que o empreendedor deve ter para se destacar:

Possuir comprometimento com sua própria causa; Ser correto na tomada de decisões; Explorar oportunidades; Ser visionário, determinado, dedicado e dinâmico; Ser organizado, otimista e motivado; Possuir espírito de liderança; Ser bem relacionado e ter facilidade para se conectar com pessoas (networking); assumir riscos; estabelecer metas (CMTECNOLOGIA, 2020, s.p.).

Além disso, o empreendedor precisa saber a importância do dinheiro. E isso se aplica tanto para economizar quanto para investir e testar, sempre buscando melhorias.

## 2.4 Clínicas Médicas Populares

As clínicas populares surgiram atendendo a um nicho de mercado que luta para acessar a rede pública e não tem recursos para usar uma rede privada. O Conselho Federal de Medicina (2017, s.p) define as clínicas médicas, inclusive as populares, como "sociedades médicas [...] que realizam consultas médicas, exames ou intervenções médicas e cirúrgicas em curto prazo, seja em particular ou com base em contratos privados".

O surgimento de clínicas médicas populares está relacionado à demanda por serviços de saúde não atendidos pela rede pública e contribui para a demanda reprimida por esse tipo de atendimento (GODOY, 2019).

Além disso, o atendimento e a prestação de serviços de saúde nessa área é um dos problemas atuais, principalmente devido ao envelhecimento da população (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014). A relação entre baixo investimento, alta lucratividade, demanda crescente e o uso de dispositivos médicos de baixo custo permite a expansão de clínicas médicas populares no país (GODOY, 2019).

Ainda de acordo com as palavras do supracitado autor, as despesas médicas cobradas pela clínica, distantes dos preços dos serviços, têm levado a esse tipo de atividade ser rotulada como "preços populares".

Dependendo da empresa ou da inovação, barreiras éticas e legais podem dificultar ou mesmo limitar o desempenho de algumas empresas. Para fugir da ilegalidade e da má reputação, é recomendável a acompanhar os órgãos reguladores e o compromisso ético dos profissionais.

Os principais desafios estão relacionados às missões intrinsecamente ligadas a serviços, prestação de contas e regulação. Devido à natureza dos serviços prestados, pode ser difícil considerar as consultas, exames e tratamentos médicos uma atividade empresarial.

Porém, com exceção das unidades do SUS, as empresas dessa área são privadas. Isso significa que eles devem não apenas cobrir as despesas, mas também gerar o retorno financeiro necessário para apoiar os associados, pagar os funcionários e reembolsar os investidores. Um gerente que ignora isso pode se perder no meio do caminho, negligenciar seus cuidados financeiros e afetar seriamente a continuidade de seus negócios. Embora se trate de negócios, os

centros de saúde se preocupam com uma área extremamente sensível para seus clientes (ASSUNÇÃO; QUEIROZ; COSTA, 2017).

Cada procedimento deve ser realizado com o máximo cuidado e dedicação, pois afeta a saúde do paciente. Daí a importância de abraçar a empatia e lutar por um atendimento mais humanizado que leve em conta os efeitos do aconselhamento e do tratamento nas diferentes áreas da vida das pessoas. Vencer esse desafio exige treinamento técnico, orientação e compromisso com o atendimento ao paciente. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa, o Conselho Federal de Medicina – CFM e o Ministério do Trabalho estão entre os reguladores do setor.

Schmidt et al. (2009) descrevem que ao combinar diferentes tipos de riscos – de saúde, químicos, físicos, biológicos, ergonômicos – o campo da saúde está sempre à vista dos auditores públicos. Os gerentes devem prestar atenção às atualizações do setor, ao treinamento de funcionários e à manutenção dos documentos necessários na unidade de saúde.

No caso de visitas de representantes do público, devem ser apresentadas licenças e outras autorizações. Um setor pode ser específico e exigir conhecimentos técnicos, mas, por outro lado, trata de serviços básicos para pessoas. Ou seja, a probabilidade de os pacientes não se beneficiarem dos serviços de saúde é baixa, mesmo em situações extremas.

Para Assunção; Queiroz e Costa (2017) o empreendedorismo na área da saúde também traz grande satisfação pessoal e profissional aos envolvidos, uma vez que seu trabalho muitas vezes afeta a vida do paciente. Influência da prevenção, diagnóstico precoce e tratamento adequado de doenças na qualidade de vida. Por exemplo, os fabricantes do braço mecânico sensível dão maior autonomia e aumentam a confiança de quem já sofreu a perda de um membro.

As oportunidades estão nas áreas de diagnóstico, tratamento, equipamentos médicos e saúde digital, que utilizam as tecnologias de informação e comunicação (TIC) para fins terapêuticos, de pesquisa, treinamento ou vigilância.

O modelo de negócio, atendimento e flexibilidade são alguns dos pontos onde inovações podem ser feitas em uma clínica médica. Esses tipos de instalações podem oferecer consultas, testes e tratamentos, mesmo que pequenos procedimentos sejam necessários. Instalações menores dedicadas a uma única especialidade médica podem ser uma boa opção para os recém-chegados (SCHMIDT et al. 2009).

Novas tecnologias como softwares clínicos e clínicos e telemedicina são opções para otimizar as atividades operacionais de rotina e produzir relatórios médicos, aumentando a boa vontade e garantindo a satisfação do paciente.

O campo dos dispositivos médicos é um dos mais promissores graças ao avanço da tecnologia. Recentemente, tem havido uma demanda crescente por dispositivos digitais, como os usados para exames de imagem.

Este setor da indústria está cada vez mais focado em fornecer soluções sem fio e sem fio para conexão a um computador via Bluetooth e sem fio. Usando o exemplo dos maiores representantes da inovação - as start-ups - vemos que a tecnologia é necessária para ter sucesso no empreendedorismo. Isso ocorre porque ele automatiza tarefas de rotina, aumenta a velocidade e reduz o risco de erro humano típico de tarefas repetitivas (PATRÍCIO, 2016).

Por exemplo, unidades de saúde que realizam testes de diagnóstico podem terceirizar serviços de telemedicina para reduzir o tempo de espera pelos resultados. Empresas como a *Telemedicine Morsch* permitem que gere relatórios médicos em minutos e os pedidos urgentes ficam prontos em tempo real (SCHMIDT et al. 2009).

O processo é simples e acessível a qualquer instalação com dispositivos digitais. Basta treinar radiologistas e técnicos de enfermagem para realizar os exames mais simples e compartilhar os resultados por meio de uma plataforma de telemedicina (PATRÍCIO, 2016).

Especialistas fazem login no portal com login e senha, avaliam os dados e registram suas impressões em laudo médico assinado digitalmente. Portanto, o documento está disponível na mesma plataforma. Graças ao leasing, Morsch também permite que pequenas clínicas e escritórios acessem o serviço de relatório remoto. A compra do pacote dá a essas unidades o direito de utilizar equipamentos modernos.

Portanto, não é necessário investir grandes somas na compra de aparelhos digitais. A necessidade de se diferenciar em um mercado altamente competitivo é evidente e a tecnologia é uma das grandes aliadas nesse cenário. Graças à telemedicina, as unidades de saúde no Brasil podem melhorar a notificação remota e, assim, economizar na contratação de especialistas (PATRÍCIO, 2016)

### **3. METODOLOGIA DA PESQUISA**

A metodologia adotada nesta pesquisa foi desenvolvida com o intuito de atingir os objetivos propostos e encontra-se estruturada da seguinte forma: tipo de pesquisa, ambiente de pesquisa, universo de estudo e amostra, procedimento de pesquisa e coleta de dados. A seguir, são demonstrados os procedimentos utilizados nas etapas supracitadas.

Nas palavras de Santos (2016) a pesquisa se utiliza de métodos para alcançar afirmações que possam ser apresentadas como válidas e segundo Vergara (2016) a pesquisa está relacionada a caminhos, formas, maneiras, procedimentos, modelos para atingir determinado fim.

Desta maneira, a exploração do tema é solicitada quando existem informações suficientes para a solução do problema, ou quando a informação está disponível, mas encontra-se em desordem e necessita que seja relacionada de maneira correta.

### 3.1 Ambiente da pesquisa

Uma clínica médica é o ambiente da pesquisa no qual foi aplicado à coleta e análise dos dados para a execução do trabalho desenvolvido no semestre de 2020.2. A empresa é uma nova entrante no mercado de saúde no município de Maranguape, fundada em dezembro de 2019, e que hoje atende em média 400 pessoas mensalmente, e mesmo com as dificuldades da pandemia a empresa vem ganhando relevância significativa no mercado inserido nesse primeiro ano de atividades.

A clínica é uma empresa familiar constituída por 5 sócios que atuam na área da saúde, sendo um médico, uma fisioterapeuta, uma ortodontista, um cirurgião dentista e um administrador. A partir disso surgiu a ideia da criação de um complexo de saúde onde fosse ofertado ao público serviços na área da saúde, com qualidade e preço acessível.

Após um ano de maturação da ideia e reforma do prédio onde a clínica está localizada atualmente, foi dado início as atividades disponibilizando ao público serviços de fisioterapia e pilates que são franquias renomadas no cenário nacional, odontologia e 16 especialidades médicas, com ponto de coleta de um dos melhores laboratórios do Estado.

### 3.2 Natureza da pesquisa

No trabalho foi abordada a estratégia de pesquisa qualitativa. Segundo Mathias (2016) essa estratégia de pesquisa tem como foco, entender o comportamento, em vez de mensurá-lo. Por isso, esse método de pesquisa não apresenta resultados em números exatos, e sua coleta de dados consiste em várias maneiras, como por meio de entrevistas qualitativas, e grupos de discussão, com intuito de observar e analisar comportamentos.

A metodologia foi executada através de uma pesquisa de campo, sendo por uma entrevista com os gestores e um questionário com os colaboradores do empreendimento, com intuito de analisar os cenários de ambas as partes.

### 3.3 Tipologias da pesquisa

Relacionado a tipologia da pesquisa foi desenvolvido no trabalho quanto ao meio a levantamento bibliográfica, na qual é elaborada a partir de materiais já publicados. Corroborando com o assunto, Santos (2016) assegura que a pesquisa bibliográfica é feita com base em documentos já elaborados, tais como livros, dicionários, enciclopédias, periódicos, jornais, revistas, artigos científicos, resenha e ensaios críticos.

O estudo de caso pareceu ser aqui, o mais adequado para o tipo de pesquisa proposta. Em geral, o estudo de caso é apropriado à fase exploratória, pois normalmente refere-se a situações empíricas que investigam um fenômeno dentro de um contexto real e contemporâneo (YIN, 2016).

Quanto aos fins a pesquisa tem características exploratórias, pela busca da familiarização com os conflitos na organização, e envolvimento bibliográfico relacionado aos dados extraídos das pessoas que possuem a vivência do ambiente no qual estão inseridos. Além da tipologia de pesquisa descritiva, tendo em vista a busca pela relação entre as variáveis que foram apresentadas.

### 3.4 Instrumento e coleta de dados

O instrumento escolhido para coletar dos dados dos sujeitos foi a entrevista, que segundo Gaskel (2014); e Minayo (2011) é utilizada com mais frequência na pesquisa qualitativa, reconhecida como uma técnica de qualidade para a coleta de dados. Nas ciências sociais a entrevista qualitativa é uma metodologia de coleta de dados amplamente empregada. Isso se deve ao fato de que a inter-relação, as experiências cotidianas e a linguagem do senso comum no momento da entrevista é condição indispensável para o êxito da pesquisa qualitativa.

Dessa forma, ao discorrer sobre a entrevista na pesquisa se faz necessário abordar sobre as características, definições e delineamento do método qualitativo

Assim, foi aplicada uma entrevista estruturada, com 14 perguntas visando atingir o objetivo proposto no estudo, no mês de abril de 2021, a cada um dos gestores, buscando identificar desde o surgimento da ideia de negócio, o tipo de empreendedor que eles se identificam, os principais gargalos, pontos positivos, ameaças, oportunidades e barreiras na execução do empreendimento.

#### **4. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

As análises dos dados expostos adiante são em conformidade com o conteúdo do instrumento de pesquisa, composto por 14 questões, com vistas a atingir o objetivo geral mencionado anteriormente. Os sujeitos da pesquisa entrevistados foram os 05 (cinco) sócios e gestores que juntas compõem a clínica, cada um em suas determinadas funções.

Desta forma, as questões de números 01 a 05 foram elaboradas com o intuito de esclarecer dados pessoais dos entrevistados: como gênero, idade, escolaridade, formação acadêmica e composição no empreendimento, conforme a Tabela 2.

Tabela 2 - Dados dos sujeitos da pesquisa

<b>ENTREVISTADOS</b>				
A	B	C	D	E
<b>GÊNERO</b>				
Masculino	Masculino	Feminino	Feminino	Masculino
<b>IDADE</b>				
31 anos	26 anos	31 anos	41 anos	38 anos
<b>ESCOLARIDADE</b>				
Superior completo	Superior em andamento	Superior completo	Superior completo	Superior completo
<b>FORMAÇÃO</b>				
Medicina	Administração	Fisioterapia	Odontologista	Ortodontista
<b>COMPOSIÇÃO NO EMPREENDIMENTO</b>				
43% - Consultórios Médicos	21% - Fisioterapia e pilates / gerente do empreendimento.	21% - Fisioterapia e Pilates	7,5% - Odontologia	7,5% - Odontologia

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Desta forma, pode-se observar que a sociedade empreendedora é compreendida conforme os dados detalhados na tabela 2.

Os dados expostos nos Quadro 7 a 15 adiante dizem respeito as questões de números 06 a 14 do instrumento de pesquisa e correspondem aos objetivos específicos destacados no capítulo introdutório.

Assim, o quadro 6 adiante apresenta as respostas relacionadas à 6ª pergunta do instrumento de pesquisa, que indagava ao sócio ser um empreendedor.

Quadro 6- Perfil empreendedor

<b>O (a) senhor (a) se considera empreendedor (a)</b>	
Sócio A	“Sim, sempre tive em mente o sonho de possuir o próprio negócio, e hoje além da clínica, busco outras oportunidades de investimentos voltados para a minha área de

	atuação”.
Sócio B	“Sim, pelo fato de estar sempre buscando identificar oportunidades de investimento, planejando, coordenando e colocando em prática o que foi planejado seja para desenvolver projetos pessoais ou profissionais. Além disso, pedi demissão do trabalho para dedicar 100% da minha disponibilidade ao funcionamento da clínica”.
Sócio C	“Sim, porque diante da oportunidade após 06 anos sendo funcionária de uma empresa renomada, assumi a responsabilidade de sair da zona de conforto, e da estabilidade financeira para ter o próprio negócio, por acreditar na minha capacidade técnica e de direção de uma empresa.”
Sócio D	“Sim, minha profissão tem carácter autônomo desde a faculdade somos treinados a planejar o consultório como negócio e os pacientes como clientes. Por isso a busca por desafios, crescimento e independência são constantes.”
Sócio E	“Sim, além do consultório próprio atuo em outras clínicas odontológicas, e também invisto na bolsa”.

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

A primeira pergunta aberta tinha o intuito de identificar se os gestores se consideram empreendedores. Todos os entrevistados responderam que sim, entretanto os entrevistados B e C demonstraram características mais fortes, pois somente eles abriram mão de todas as atividades laborais que exerciam até então para atuar no próprio negócio, assumindo os riscos.

Diante das respostas obtidas, cita-se Nays e Pandey (2006) onde afirmam que o perfil de uma pessoa empreendedora pode ser definido, como o indivíduo que demonstra o caráter com características como: decisão, liderança industrial, pessoa que assume riscos em condições de incerteza, inovador, entre outros.

A pergunta a seguir, ilustrada no quadro 8, diz respeito as características empreendedoras nas quais os entrevistados mais se identificam. Para tal, tomou-se como base as características do perfil empreendedor destacadas pelo SEBRAE (2017) ao citar que algumas são decisivas para quem pretende se aventurar pelo mundo dos negócios, ou seja: assumir riscos, aproveitar as oportunidades, ter conhecimento do campo empresarial, ter organização, possuir postura empreendedora e independência pessoal.

Portanto, ser empreendedor é realmente uma característica unânime para os sócios do negócio, haja vista que todos destacaram qualidades observadas pelos autores pesquisados.

O quadro 7 apresenta os dados coletados quanto a indagação das características empreendedoras que os sujeitos alegam possuir, correspondendo a questão 07 do instrumento.

Quadro 7- Características empreendedoras

<b>Características empreendedoras que mais se identificam.</b>
--

Sócio A	“Competência em assumir riscos, por ter sempre o cuidado de não está dando um passo maior do que a perna. Aproveitar as oportunidades que surgem no mercado, e ter organização para gerir o tempo e os investimentos”.
Sócio B	“Competência em assumir riscos, por estar sempre buscando ser o máximo calculista em todas as ações para que nada fuja do planejado. Estar sempre buscando aproveitar as oportunidades que surgem. E principalmente ter organização para poder coordenar e executar todos os meus projetos ao mesmo tempo.”
Sócio C	“Competência em assumir riscos porque a zona de conforto é prejudicial. Aproveitar as oportunidades, pois é com elas que podemos fazer o negócio crescer, e organização porque um serviço organizado demonstra qualidade.”
Sócio D	“Competência em assumir riscos, pois gosto de linhas de investimento com planejamento, projetos são sempre arriscados. Aproveitar as oportunidades por gostar de ver chances de engajamento em diversidades de negócio e nichos. Organização para que se possam prever custos.”
Sócio E	“Competência em assumir riscos, por ter um perfil bastante conservador. Organização por ser uma característica que é necessária para o bom funcionamento de qualquer coisa, e independência pessoal”.

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Observou-se que os cinco gestores afirmaram ter competência em assumir riscos, aproveitar as oportunidades e ter organização. O que demonstra que todos tem um perfil mais conservador de atuação, que segundo Loiola (2016) estão presentes nas que mais se destacam para o ambiente organizacional, a saber: necessidade de realização pessoal e profissional, necessidade de explorar e aplicar sua criatividade, autoconfiança, dedicação, busca de conhecimento, iniciativa, independência, responsabilidade, organização, competência e coragem de assumir riscos.

Na oitava pergunta, conforme ilustra o quadro 8, foi questionado como surgiu à ideia do negócio, todos os 05 gestores foram unânimes em dizer que um dos principais motivos foi o desejo de possuir o próprio empreendimento, seja por ter como um sonho pessoal, ou por oportunidade.

Quadro 8- Ideia do negócio

<b>Surgimento da sua ideia do negócio.</b>	
Sócio A	“Surgiu de um sonho de um dia ter condições de possuir uma clínica médica, e poder exercer a minha profissão na cidade em que nasci e fui criado.”
Sócio B	“Pela carência de serviços de qualidade no segmento da saúde no município, enxergou-se a oportunidade de investir nessa área, daí surgiu à ideia de abrir de uma clínica de fisioterapia em sociedade com minha irmã, onde a ideia se ampliou para a abertura de um complexo de saúde junto com os consultórios médicos e odontológicos, em que na fase de maturação do projeto recebi o convite para gerenciar o complexo como todo pelo fato de atuar na área da administração enquanto todos os demais são da área da saúde. A partir disso, pedi demissão do meu emprego anterior para dedicar totalmente a minha disponibilidade ao funcionamento da clínica.”
Sócio C	“Surgiu da necessidade de ter o próprio negócio após 06 anos de formação acadêmica.”

Sócio D	“A partir do convite de um sócio para complementar os serviços prestados pela clínica.”
Sócio E	“Surgiu da necessidade de ter uma clínica odontológica própria, onde pudesse atuar em um negócio que seja de fato meu, que me traga segurança para poder trabalhar da maneira que achar correto e coerente.”

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Identifica-se, de acordo com a resposta do entrevistado A, sócio majoritário do negócio, que afirmou enxergar o empreendimento não somente com fins lucrativos, mas como uma conquista pessoal, na qual mesmo não se identificando tanto com a parte administrativa que um negócio demanda, sempre teve o desejo de iniciar o próprio negócio.

Desta forma, cita-se Dornelas (2018), ao afirmar que não existe um perfil considerado padrão de empreendedor, existem diversidades de tipos de empreendedores, que podem ser denominados como empreendedor nato, empreendedor que aprende, empreendedor serial, empreendedor corporativo, empreendedor social.

Na nona pergunta, trata-se de como foi o processo de implantação da ideia, na qual todos já tinham em mente a abertura do próprio negócio, conforme destacado no quadro 9.

Quadro 9- Processo de implantação da ideia

<b>Processo de implantação da ideia.</b>	
Sócio A	“Para tornar o sonho realidade, sabia que não tinha condições de atender sozinho na clínica, então procurei colegas médicos, apresentei o projeto, e os convidei a fazer parte do corpo clínico para que fosse fechado um clico de atendimentos para que o paciente pudesse resolver todos os seus problemas sem ter que sair da clínica. Além disso, convidei outros profissionais que tinham o mesmo desejo de possuir o próprio negócio a compormos juntos um complexo de saúde no nosso município.”
Sócio B	“Após 01 ano de maturação da deia decidimos aderir a uma franquia renomada na área da fisioterapia, para que tivéssemos maior visibilidade, além de nos proporcionar um maior suporte tanto na implantação quanto no desenvolvimento do negócio.”
Sócio C	“Após um estudo de possibilidades, aderimos a uma franquia com respaldo científico e que é referência na área da fisioterapia. Após isso foi à busca pelo local ideal para a

	implantação do negócio.”
Sócio D	“A implantação do setor odontológico foi feita por etapas, inicialmente a física estrutural, seguida do RH e captação de clientes.”
Sócio E	“A ideia de possuir um consultório próprio já existia, e amadureceu com o convite para compor junto dos demais sócios um complexo de saúde, com um maior porte, uma melhor estrutura, onde s e possa ofertar mais conforto aos nossos pacientes.”

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Constata-se que os empreendedores resolveram juntar seus projetos individuais, ou seja, suas ideias, início de todo processo empreendedor, a partir do convite do sócio A, compartilhando uma área em comum de recepção para formar um complexo de saúde.

Nesse contexto, acrescentam-se os autores Kumar e Ali (2010) ao descreverem que o empreendedorismo pode ser entendido como a descoberta de oportunidades lucrativas e a tomada de decisão em estudá-las, ter visão em uma oportunidade onde os outros percebem somente as contradições, caos e confusão.

Complementa-se ainda com Dornelas (2012) ao apontar que fontes de oportunidades podem ser provenientes de ideias do empreendedor, de sua observação e atenção ao que está ocorrendo ao redor, de sua curiosidade e mente aberta a coisas novas.

Entretanto, conforme citado pelos sócios, diferente das outras duas áreas, a parte médica é a única que exige uma maior complexidade na sua composição, tendo em vista que o proprietário sozinho não consegue compor o seu corpo clínico, diferente da fisioterapia e da odontologia, onde os proprietários compõem exclusivamente a mão de obra do seu negócio.

O responsável pela parte médica relatou que antes da implantação do projeto, já estava no processo de formação do corpo clínico, para que pudesse ofertar especialidades diversas para atendimentos e realização de exames, para que os clientes pudessem resolver todos os seus problemas sem precisar se deslocar ate outro lugar.

O quadro 10 expõe as respostas relacionadas a pergunta de número 10 do instrumento que indagavam sobre as maiores ameaças para implementar o negócio e como conseguiram superar.

Quadro 10- Maiores ameaças para implementar a ideia

<b>Maiores ameaças para implementar a ideia e como foram superadas</b>	
Sócio A	“A burocracia para abertura de uma empresa na área e o acesso a crédito. Foram superados quando busquei um contador para me orientar a respeito de como proceder, e buscando crédito como pessoa física e não jurídica.”
Sócio B	“A questão financeira, por ser um projeto que necessitava de um alto investimento pelo porte do negócio, onde a fisioterapia leva 42% do complexo. Foi superado, através do crédito no mercado como pessoa física, e que no início das atividades conseguimos crédito como pessoa jurídica para quitar o crédito adquirido no primeiro momento, e a despesa ser assumida pela empresa de fato.”
Sócio C	“A maior barreira no início foi encontrar o local ideal para nos instalarmos e o capital para o investimento inicial. Foram superadas essas barreiras com acesso a crédito bancário e com o surgimento da disponibilidade de um local que era do nosso interesse, porém estava locado para a prefeitura do município anteriormente.”
Sócio D	“A maior dificuldade é a captação de clientes, mostrar aos pacientes que somos diferenciados é uma luta constante de marketing.”
Sócio E	“O maior receio de abrir o meu consultório próprio era do negócio não conseguir se sustentar, e a dúvida se os rendimentos dos outros locais dos meus atendimentos seriam suficientes para suprir o início da operação. Quando surgiu o convite para compor a clínica com a parte da odontologia, compartilhando as áreas comuns com as demais empresas, enxerguei a oportunidade de colocar o meu projeto em prática com maior confiança pelo fato de ter os custos diluídos entre as empresas participantes.”

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Pode compreender, conforme as palavras dos entrevistados, que a questão financeira foi uma das maiores ameaças para que a ideia fosse colocada em prática, pelo fato apesar de ser uma área compartilhada por três empresas, o porte do projeto exigia um alto valor de investimento inicial de cada empresa, além da área comum dentro das suas respectivas porcentagens.

Percebeu-se que o sócio D alegou que a maior dificuldade seria captar clientes. Além disso, por representar apenas 15% do complexo, a odontologia decidiu executar a implantação do negócio com capital próprio, os consultórios médicos e a fisioterapia recorreram à orientação de um contador para buscar formas de como superar o desafio.

Diante das respostas obtidas, cita-se Dornelas (2016), ao explicar que o termo ‘empreendedorismo’ define-o como o envolvimento de pessoas e processos

que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. As dificuldades para transformar a ideia em oportunidade podem ocorrer em vários níveis, desde mapeamento, segmentação, recursos financeiros, dentre outros. Entretanto, a perfeita implementação dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

Dando continuidade ao processo da entrevista, foi indagado sobre as maiores ameaças, conforme o quadro 11 adiante.

Quadro 11- Ameaças enfrentadas

<b>Maiores ameaças enfrentadas</b>	
Sócio A	“A dificuldade de encontrar colegas médicos de alto nível técnico que possuam a mesma visão de negócio e crescimento, e que tenham disponibilidade para compor a nossa equipe, tendo em vista a rotina movimentada na capital.”
Sócio B	“Acredito que a pandemia seja a nossa maior ameaça atual, mas visando a clínica de maneira geral, existem duas vertentes. O que ocorre é que o momento afetou financeiramente a vida de todos, dessa forma os clientes só decidem aderir serviços de fisioterapia ou odontologia em casos de urgência, fazendo com que o fluxo de atendimento nessas áreas caia consideravelmente. Em contrapartida, os consultórios médicos estão funcionando em alta rotatividade pela necessidade das pessoas do serviço prestado, fazendo com que a empresa se mantenha em constante curva crescente. Assim, dentro do complexo é possível enxergar as duas realidades, tanto das empresas que estão sendo impactadas negativamente com o momento, como da empresa que está se beneficiando com a atual demanda existente. Fazendo uma analogia em participação de cada empresa na clínica, são 43% correspondentes aos consultórios médicos funcionando na capacidade máxima, enquanto os outros 57% do empreendimento estão lutando para superar essa ameaça atual.”
Sócio C	“Driblar a dificuldade financeira devido ao serviço de vendas que não estava funcionando adequadamente.”
Sócio D	“A concorrência, a maior dificuldade passa pelo convencimento do paciente para que ele perceba o valor agregado. O baixo valor cobrado pela concorrência dificulta o processo de fazer com que o paciente tenha essa visão.”
Sócio E	“Conseguir estabelecer uma demanda constante para aumentar os turnos trabalhados no consultório próprio”.

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Observa-se, conforme o entrevistado B, que atua como gerente de todo o complexo, é possível enxergar a realidade do negócio focando os dias atuais devido a pandemia, onde os setores de odontologia e fisioterapia estão tendo dificuldades em manter um bom volume de atendimentos, os consultórios médicos estão funcionando em capacidade máxima devido a alta demanda pelos serviços médicos.

Tal percepção assemelha-se ao estudo realizado pelo SEBRAE (2019), onde destaca que as atividades do setor de serviço foram mais exploradas que as demais

áreas, e as relacionadas a saúde foram consideradas como promissoras. Entretanto, convêm citar Godoy (2019) quando descreve que as instituições de saúde no Brasil devem aderir a uma série de regras para permanecerem legais.

No décimo segundo questionamento, foi colocado em pauta às oportunidades do negócio e pediu-se para que os gestores citassem exemplos conforme destacado no quadro 12.

Quadro 12- Oportunidades do negócio

<b>Oportunidades do negócio surgidas</b>	
Sócio A	“Por ter certo grau de relacionamento com todos os colegas médicos que foram convidados a atuar na clínica, conseguimos oferecer um bom serviço de pós venda, onde os profissionais mantêm contato com nossos colaboradores para dar sempre suporte aos pacientes. Além disso, temos maior abertura para trabalhar conteúdos relacionados ao marketing com os mesmos”.
Sócio B	“A grande carência que existe no município nos quesitos, poder de resolução técnica dos profissionais, e um atendimento personalizado, que gera valor ao serviço ofertado. Onde aliados a uma boa localização e estrutura física, podem construir grandes chances de dominarmos o mercado em que estamos inseridos.”
Sócio C	“Grande espaço no mercado inserido para ser referencia em fisioterapia na cidade com serviços de qualidade e resultado satisfatório ao cliente.”
Sócio D	“Diversificar os serviços, principalmente voltados para a estética.”
Sócio E	“Ter margem para ofertar um serviço de qualidade e com preço acessível, por ser gestor e a própria mão de obra do negócio”.

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Conforme observado pelo entrevistado C, o seu projeto pessoal foi posto em prática pela oportunidade de iniciar as atividades naquele momento, haja vista a carência de serviços na área e no local aonde o empreendimento encontra-se localizado.

Desta forma, ter foco e ser visionário, são características encontradas nos empreendedores, conforme destacam os autores Hisrich, Peters e Shepherd (2014) e Dornelas (2016), além correr riscos calculados, inovação, conhecimento do negócio, deve manter um alto nível de tolerância à incerteza, criando um método próprio de aprendizagem, tecendo relações moderadas de modo a alcançar seus objetivos, dentre outros. Ressalte-se, portanto, as palavras dos sócios, ao afirmarem que se não tivesse iniciado as atividades naquele momento, com certeza perderiam espaço para novos entrantes.

Dando continuidade a entrevista, foi perguntado sobre os desafios de cada um como gestor dentro do empreendimento, e quais poderiam ser descritos, assim expostos no quadro 13.

Quadro 13- Desafios enfrentados

<b>Desafios enfrentados como gestor do negócio</b>	
Sócio A	“Encontrar colegas médicos que possuam a mesma visão de negócio e crescimento, e que tenham disponibilidade para compor a nossa equipe.”
Sócio B	“Conseguir absolver as particularidades exigidas pelos empreendimentos da área de saúde, por ter sempre atuado na área de indústria levou um tempo ate começar a desenvolver com eficiência minhas funções. Além da maturação adquirida no dia a dia, para me ajudar a estar em constante evolução dentro do negócio, tenho o objetivo de ingressar em uma especialização na área de gestão hospitalar ao terminar minha graduação.”
Sócio C	“Conseguir delegar funções sem precisar checar se estão sendo executadas da maneira correta. Gerir melhor o meu tempo para trabalhar o atendimento, administrativo, marketing, entre outros.”
Sócio D	“Marketing, captação de clientes, baixo valor cobrado pela concorrência, e comprovar o valor agregado ao cliente.”
Sócio E	“Conseguir conciliar os períodos de atendimentos em geral para conseguir trabalhar a parte do marketing e gestão do consultório”.

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Diante dos desafios citados pelos gestores é possível identificar gargalos relacionados na área de marketing até a operação do negócio, mas o desafio que mais chamou atenção foi citado pelo sócio A, ao alegar dificuldades no recrutamento do corpo clínico, pelo fato de buscar não somente uma determinada especialidade médica, mas um profissional de alto nível técnico com intuito de ofertar um serviço de qualidade com preço acessível, porém, dificilmente esses profissionais possuem turnos disponíveis para realizar atendimentos na clínica, desta forma percebe-se a necessidade de negociação para que o profissional entenda o projeto da clínica e compre a ideia.

Corroborando destaca-se Schmidt et al. (2009) ao descreverem que ao combinar diferentes tipos de riscos – de saúde, químicos, físicos, biológicos, ergonômicos – o campo da saúde está sempre à vista dos auditores públicos. Os gerentes devem prestar atenção às atualizações do setor, ao treinamento de funcionários e à manutenção dos documentos necessários na unidade de saúde.

Finalmente, foi solicitado aos entrevistados que descrevessem, dentre os inúmeros desafios enfrentados no dia a dia, o que mais se destacasse no empreendimento. O quadro 14 relata suas respostas.

Quadro 14- Desafios de empreendimento

<b>Principais desafios do empreendimento</b>	
Sócio A	“Conseguir manter o corpo clínico em pleno funcionamento, tendo em vista o alto volume de atendimentos dos médicos em fortaleza por conta do nível técnico que possuem”.
Sócio B	“Manter sempre nos princípios de todos os envolvidos na operação a importância de se preocupar com os detalhes, proporcionar ao público a visão do valor que a gente tem a oferecê-los. Além disso, se reinventar diante das dificuldades financeiras e buscar o pleno funcionamento de todas as empresas inseridas no complexo.”
Sócio C	“Pelo momento atual, a maior dor é a dificuldade financeira para manter o negócio. O contexto pandemia afeta financeiramente o cliente e a sua tomada de decisão em aderir o serviço de fisioterapia. Conseguir mostrar ao cliente o valor que tem a sua saúde, manter a qualidade do serviço ofertado na clínica, mostrar que cuidar da saúde é investimento e não gasto.”
Sócio D	“Maior desafio além da dificuldade financeira pelo momento, para mim esta relacionado à estrutura, pelo fato da clínica não ter acessibilidade ao piso superior.”
Sócio E	“A clínica iniciou as atividades em um momento difícil, poucos meses antes da pandemia, acredito que seja a nossa maior dor atualmente, pelo fato das pessoas estarem com receio de ir ao dentista por conta da covid-19, os pacientes só procuram o serviço odontológico em casos de urgência.”

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Conforme pode se observar, a maioria das respostas relacionadas ao desafio enfrentado pelo empreendimento é conseguir superar a dificuldade financeira, e buscar alternativas para ganhar cada vez mais espaço no mercado em que está inserido.

Desta forma, aconselha-se que os sócios procurem informações em órgãos financiadores como o Banco Nacional de desenvolvimento BNDES (2021) que dispõem de recursos providos que devem ser utilizados pelo cliente em finalidades específicas, tais como: investimentos para implantação, expansão, modernização e/ou recuperação de empreendimentos, infraestrutura, empresas e instituições públicas e privadas, incluindo estudos, projetos, obras civis, instalações, treinamento.

A instituição financeira ainda disponibiliza recursos para produção ou aquisição de máquinas e equipamentos novos (inclusive veículos utilitários, ônibus,

caminhões e aeronaves), de fabricação nacional e credenciados pelo BNDES; bens novos, insumos, serviços, softwares; capital de giro; exportação de bens e serviços nacionais; e aquisição de bens e serviços importados e despesas de internação, dentre outros (BNDES, 2021).

Além do órgão citado, a Caixa Econômica Federal (CEF, 2021) também disponibiliza recursos com taxas menores que podem alavancar o negócio, o microcrédito produtivo, considerado um empréstimo para micro e pequenos empreendedores, formais ou informais, com o intuito de ajudar a investir no seu negócio, seja para comprar uma máquina, equipamento, ferramentas, os materiais para sua atividade, as mercadorias, ou ainda reformar o equipamento ou o próprio empreendimento.

O SEBRAE (2021) também possui uma linha de crédito chamada de capital empreendedor, também conhecido como capital ou investimento de risco, é uma das formas de captar recursos para realizar os planos e projetos de longo prazo do negócio. Nessa forma de financiamento, um investidor – chamado de investidor de risco – aporta recursos no negócio em troca de participação societária, geralmente minoritária, de uma empresa de capital fechado.

Pode-se observar, diante dos quadros expostos que os sócios possuem características empreendedoras de assumir riscos calculados, ser organizados, querer crescer, dentre outros. As oportunidades bem como as dificuldades também foram descritas.

A seguir serão tecidas as considerações sobre o estudo e resultados da pesquisa.

## 5. CONCLUSÕES

Este capítulo tem o intuito de apresentar o que se pode concluir através do estudo, utilizando as aplicações teóricas e entrevista aos gestores, para analisar os dados obtidos. Com o trabalho desenvolvido foi possível identificar todos os objetivos e questionamentos apresentados, porém o trabalho não é o suficiente para encerrar o assunto, tendo em vista que independente do empreendimento sempre existirão novos desafios a serem superados.

A proposta da entrevista em si, foi muito bem-aceita por todos os entrevistados, conforme foi apresentado nas respostas, é possível construir uma análise de cada gestor e mensurá-los de forma fidedigna. Além disso, ficou explícito futuros questionamentos a serem colocados em pauta pelos gestores a respeito da operação do empreendimento.

Na entrevista foi possível identificar que todos os gestores da clínica possuem um perfil conservador, não é atoa que o empreendimento se trata de um complexo compartilhado por três empresas distintas, porém do mesmo segmento de atuação, onde unidas conseguem ofertar uma estrutura de grande porte na qual dificilmente conseguiriam manter sozinhas, e ao mesmo tempo compartilham os riscos da implantação de um negócio nesse momento difícil.

Ao analisar as dificuldades enfrentadas pelos gestores e separando por áreas de atuação, fica claro que na odontologia e fisioterapia o momento é de se reinventar para voltar a manter um bom volume de atendimentos e superar a crise financeira. Enquanto o grande gargalo na parte médica está relacionado a composição da equipe médica, na qual existe uma constante disputa pela disponibilidade do profissional entre a clínica e os hospitais em que os profissionais atuam na capital, tendo em vista o nível técnico que os mesmos possuem.

Desta forma, fazendo um paralelo entre as dores do negócio e os desafios dos próprios gestores, fica evidente que o complexo necessita focar de maneira geral em ganhar visibilidade no município para que possa construir uma maior demanda espontânea, na qual agregaria valor tanto para o problema enfrentado pelos consultórios médicos quanto a situação financeira das demais empresas.

Para tal situação, sugere-se que os sócios procurem verificar os programas de financiamento de órgão como o BNDES, a CEF, o SEBRAE, dentre outros órgãos

que disponibilizam recursos com vistas a financiar a compra de equipamento ou o próprio capital de giro.

Para estudos futuros, acredito que seja de extrema importância incluir a pesquisa uma análise do ambiente externo em que a clínica está inserida, para que seja possível entender e analisar a visão que o público possui em relação ao empreendimento além de mensurar os pontos fortes e fracos a serem trabalhados.

## REFERÊNCIAS

ASSUNÇÃO, A. G.; QUEIROZ, F. A.; COSTA, R. A. T. As variáveis necessidade e oportunidade e as suas influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de Macapá-Ap. **Saber Humano**, v. 7, n. 10, p. 126-143, jul./dez. 2017.

APPOLINÁRIO, Fabio. Dicionário de Metodologia Científica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 295p

BARON, R. J.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**: Uma visão do Processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BRITO, A.; PEREIRA, P.; LINARD, A. Empreendedorismo. Academia, 2013.

Disponível em: [https://www.academia.edu/37484607/RESUMO\\_01\\_EMPREENDEDORISMO](https://www.academia.edu/37484607/RESUMO_01_EMPREENDEDORISMO). Acesso em: 04 de jan. 2021.

CARNEIRO, Victor Sá. **O empreendedorismo e a inovação na saúde, factores potenciadores de novos projetos**. 2012. 173 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Economia e Gestão, Universidade Lusófona do Porto, Porto, 2012.

CARVALHO, Raimundo Nonato. **Empreendedorismo**: importância econômica e social. 2013. Disponível em:

<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedorismo-importanciaeconomica-e-social/74380/>. Acesso em: 26 de out. 2020;

CFM (2017), Resolução CFM Nº 2.170. Disponível em: <https://www.editoraroncarati.com.br/v2/Diario-Oficial/Diario-Oficial/RESOLUCAO-CFM-N%C2%BA-2-170-DE-30-10-2017.html>. Acesso em: 08 de abril. 2021.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo para visionários**. Empreende: Rio de Janeiro, 2014.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. São Paulo. Atlas, 2016.

\_\_\_\_\_. **Introdução ao Empreendedorismo: Desenvolvendo habilidades para fazer acontecer**. São Paulo. Empreende, 2018.

EMPREENDEADORISMO. Disponível em: <https://istoe.com.br/cresce-numero-de-jovens-empreendedores-no-brasil/> Edição nº 2613 07/02. Acesso em 13 de fev. de 2020.

EMPREENDEADORISMO EM TEMPOS DE CRISE.

<https://forbes.com.br/negocios/2020/07/empreendedorismo-na-pandemia-13-negocios-que-surgiram-durante-a-crise-de-covid-19/> Acesso em 11 de nov. de 2020.

EMPREENDEADORISMO EM SAÚDE. Disponível em:

<https://cmtecnologia.com.br/blog/empreendedorismo-na-saude/> Acesso em 13 de nov. de 2020

FINANCIAMENTO AO EMPREENDEDOR. Disponível em

<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/o-que-pode-ser-financiado>. Acesso em 01 de jun de 2021

\_\_\_\_\_. <https://www.caixa.gov.br/empresa/credito-financiamento/microfinancas/Paginas/default.aspx>. Acesso em 01 de jun de 2021

GASKELL, G. Entrevistas individuais e de grupos. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Orgs.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem, e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2014. p. 64-89.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo 2017**. Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em <  
[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf) >. Acesso em: 26 out. 2020.

GODOY, C. V. **As clínicas médicas populares privadas: uma alternativa para a crise da saúde? Os casos de Fortaleza (CE) e Belém (PA)**. Contribuciones a Las Ciencias Sociales, [s.i], p.1-16, 2019.

GRÉGOIRE, D. A.; BARR, P. S.; SHEPHERD, D. A. **Cognitive processes of opportunity recognition: The role of structural alignment**. Organization science, v. 21, n. 2, p. 413-431, 2015

HISRISH, R. D. e PETERS, M.P. **Empreendedorismo**. 5 Ed. Porto Alegre, 2004.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre. Bookman, 2014.

KUMAR, Sushil. ALI, Jabir. **Indian agri-seed industry: understanding the entrepreneurial process**. Journal of Small Business and Enterprise Development. Vol. 17 No. 3, 2010.

LEITE, A., & OLIVEIRA, F. (2010). **Empreendedorismo e Novas Tendências**. Estudo EDIT VALUE Empresa Junior, 5, 1-35. Disponível em: Acesso em: 25 de mai. 2021.

LOIOLA, Camila Coutinho. **Mulher empreendedora: Dificuldades e preconceitos**. 57 p. Monografia (Graduação). Pontifícia Universidade Católica Do Rio De Janeiro, 2016.

MATHIAS, L. (03 de novembro de 2016). **Mind Miners**. Acesso em 04 de janeiro de 2021, disponível em Mind Miners: <https://mindminers.com/blog/pesquisa-qualitativa-quantitativa/>

MINAYO, M. S.; DESLANDES, S. F.; GOMES, R. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 30. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011. p. 61-77.

MOLIN, Carolina Lino. **O perfil empreendedor e potencial criativo das mulheres nas melhores e maiores empresas do estado de Santa Catarina**. 86 p.

Monografia (Graduação). Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2009.

MORSCH, José Aldair. **Empreendedorismo na saúde: dicas, oportunidades e desafios no Brasil**. 2019. Disponível em:

<https://telemedicinamorsch.com.br/blog/empreendedorismo-na-saude>. Acesso em: 26 out. 2020.

NAIR, K.R.G.; PANDEY, A. **Characteristics of entrepreneurs: an empirical analysis**. *Journal of Entrepreneurship*, v.15, n.1, p. 47-61,2006.

NEGÓCIOS INOVADORES 2020. Disponível em:

[https://www.whow.com.br/inovacao/as-principais-inovacoes-do-ano-segundo-a-times/?utm\\_campaign=news\\_whow\\_1112&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://www.whow.com.br/inovacao/as-principais-inovacoes-do-ano-segundo-a-times/?utm_campaign=news_whow_1112&utm_medium=email&utm_source=RD+Station). Acesso em 23 nov 2020.

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

PATRÍCIO, S. P.; CANDIDO, C. R. **Empreendedorismo uma perspectiva multidisciplinar**. Rio de Janeiro, Gen, 2016.

PESCUMA, Derna; CASTILHO, Antonio Paulo Ferreira de. **Projeto de pesquisa. O que é? Como fazer? Um guia para sua elaboração.** São Paulo: Olho d'Água, 2005.

PEDROSO, José Pedro Penteadó; MASSUKADO-NAKATANI, Márcia Shizue; MUSSI, Fabrício Baron. **A relação entre o jeitinho brasileiro e o perfil empreendedor:** possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. RAM, Rev. Adm. Mackenzie, vol.10 no.4 São Paulo July/Aug. 2009;

REVISTA TIMES. Disponível em: <https://time.com/colletion/best-inventions-2020>. Acesso em 23 de nov de 2020.

SANTOS, Dos Estevam Izequias. **Manual de métodos e técnicas de pesquisa científica.** 12ª ed. rev e atual. Niterói, RJ: Impetus, 2016

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. **Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional.** Revista de Administração Contemporânea: RAC, Curitiba, v. 13, n. 3, p.450-467, 2009.

SCHAEFER, Ricardo; MINELLO, Ítalo Fernando. **Mentalidade empreendedora:** o modo de pensar do indivíduo empreendedor. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, São Paulo, v. 6, n. 3, p. 495-524, 2017. Disponível em: <http://www.regepe.org.br/regepe/article/view/422/pdf>. Acesso em: 27 out. 2020.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. As Mulheres **Empreendedoras no Brasil**, 2012. Disponível em: <<http://www.sebrae-rs.com.br/index.php/noticia/1206-empreendedorismo-feminino-avancana-ultima-decada>>. Acesso em: 26 out. 2020.

\_\_\_\_\_. **O que é ser empreendedor.** 2017. Disponível em: <  
<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo?codTema=2> >. Acesso em: 26 out. 2020.

\_\_\_\_\_. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** 2019. Disponível em:  
<https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empreendedorismo/#:~:text=Empreendedorismo%20%C3%A9%20a%20capacidade%20que,impacto%20no%20cotidiano%20das%20pessoas>. Acesso em: 26 out. 2020.

\_\_\_\_\_. **Negócios promissores em 2019.** Disponível em:  
[https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Os-Neg%C3%B3cios-Promissores-em-2019\\_v5.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Os-Neg%C3%B3cios-Promissores-em-2019_v5.pdf). Acesso em 25 de out de 2020

\_\_\_\_\_. **Negócios promissores em 2020.** Disponível em:  
[https://respostas.sebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/01/Os-Neg%C3%B3cios-Promissores-em-2020\\_v2-1.pdf](https://respostas.sebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/01/Os-Neg%C3%B3cios-Promissores-em-2020_v2-1.pdf) Acesso em 11 de nov de 2020.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no setor de saúde.** Disponível em:  
<https://sebraers.com.br/saude/oportunidades-de-empreender-no-setor-de-saude/>  
 Acesso em 13 de nov. de 2020

\_\_\_\_\_. <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/capital-empreendedor-investimentos-que-podem-alavancar-seu-negocio,382be3796beaf410VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 01 de jun de 2021

TERRIM, Sara; MELO, Adler Araújo Ribeiro; JÁCOMO, Alfredo Luiz.

**Empreendedorismo em saúde:** relato de um modelo de Empresa Júnior em Medicina. **Rev Med**, São Paulo, v. 94, n. 2, p. 94-98, jun. 2015.

VALE, Gláucia Vasconcelos; WILKINSON, John; AMÂNCIO, Robson.  
Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem. **Revista de  
Administração de Empresas (RAE)- eletrônica** - v. 7, n. 1, Art. 7, jan./jun. 2008.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.**  
16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

YIN, Robert K.; **Pesquisa qualitativa do início ao fim.** São Paulo: Pearson  
Education do Brasil, 2016.

## APÊNDICE A – Entrevista aos Gestores

Este questionário tem por objetivo coletar informações para finalizar o estudo monográfico do aluno Leonardo Umbelino Furtado, do Curso de Administração do Centro Universitário Christus – UNICHRISTUS, propondo-se Identificar os desafios enfrentados por um empreendimento no setor de saúde localizado no Município de Maranguape/CE. Para que os resultados e ações sejam atingidos é fundamental sua participação. Obrigado pela colaboração. Os dados serão mantidos em sigilo. Obrigada.

1. Gênero

Feminino       Masculino       Outros

2. Idade

Menos de 20 anos    21 a 30 anos    31 a 40 anos    Acima de 41

3. Estado civil

Solteiro       Casado       Divorciado       Outros

4. Qual sua escolaridade?

Ensino médio    Ensino Superior       Ensino Superior Incompleto

5. Se superior: área de formação?

6. O senhor (a) se considera um empreendedor? Porque?

---



---



---

7. Das características apresentadas a seguir, quais o senhor (a) mais se identifica? E por que?

Competência em assumir riscos

Aproveitar as oportunidades

Conhecimento do campo empresarial

Organização

Postura empreendedora

Independência pessoal

8. Como surgiu a sua ideia do negócio.

---



---

9. Como foi o processo de implantação da ideia?

---

10. Quais foram as maiores ameaças para implementar a ideia? E como foram superadas?

---

11. E hoje, quais as maiores ameaças enfrentadas?

---

---

---

12. Quanto às oportunidades do negócio, o senhor poderia citar algumas?

---

13. Dentre os desafios do (a) senhor (a) como gestor (a), quais poderiam ser descritos?

---

14. E dentre os desafios do empreendimento, quais poderiam ser citados?

---

---

Obrigada pela contribuição.