

Os desafios mercadológicos enfrentados pelo médico empreendedor

The mercadological challenges faced by the physician entrepreneur

Los retos mercadológicos a los que se enfrenta el médico emprendedor

Recebido: 05/07/2022 | Revisado: 15/07/2022 | Aceito: 16/07/2022 | Publicado: 24/07/2022

Marcus Vinicius de Carvalho Souza

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9625-769X>
Centro Universitário Unifacid, Brasil
E-mail: marcarvalhosouza@ufpi.edu.br

Lisiane Pires Martins dos Santos

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1865-1939>
Centro Universitário Unifacid, Brasil
E-mail: Lisianemel@hotmail.com

Silvana de Oliveira Freire

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5826-7494>
Centro Universitário Unifacid, Brasil
E-mail: silvanaofreire@hotmail.com

Izane Luiza Xavier Carvalho Andrade

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4693-1033>
Centro Universitário Unifacid, Brasil
E-mail: izaneluizac@hotmail.com

Alice Lima Rosa Mendes

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1960-9647>
Universidade de Brasília, Brasil
E-mail: alice_lima_@hotmail.com

Dezúita dos Santos Freitas Viana

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1902-6505>
Centro Universitário Unifacid, Brasil
E-mail: dezuitasfv@gmail.com

Suely Moura Melo

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9996-0850>
Centro Universitário Unifacid, Brasil
E-mail: suelymelo6@gmail.com

Resumo

Ser empreendedor não é uma tarefa fácil, isso fica mais complexo quando aquele que empreende também é médico. Isso ocorre, por causa da vida corrida e o pouco tempo livre que esses profissionais da saúde possuem. Portanto, o presente artigo tem como temática principal os contratempos mercadológicos enfrentados pelo médico empreendedor. No tocante ao objetivo, buscou-se descrever quais os desafios mercadológicos enfrentados no dia a dia pelos médicos empreendedores. Dessa maneira, a metodologia utilizada foi uma revisão literária e integrativa, com uma abordagem qualitativa. Os resultados mostraram que os desafios são diversos e ocasionados por fatores diversificados, desse modo, o médico deve buscar o seu diferencial para se destacar no mercado, constatou-se, inclusive, a falta de uma boa base de administração, que são necessárias para o efetivo desempenho de qualquer empresa, como essa base não é oferecida no curso de Medicina, esse é mais um desafio a ser enfrentado. Ainda foram citados exemplos de médicos que utilizam as redes sociais como um meio de captar novos clientes/pacientes.

Palavras-chave: Desafios; Empreendedorismo; Médico; Saúde.

Abstract

Being an entrepreneur is not an easy task, and this becomes more complex when the entrepreneur is also a physician. This occurs because of the busy life and the little free time that these health professionals have. Therefore, this article has as its main theme the marketing setbacks faced by the entrepreneurial physician. Regarding the objective, the aim was to describe the marketing challenges faced on a daily basis by entrepreneurial physicians. Thus, the methodology used was an integrative literature review, with a qualitative approach. The results showed that the challenges are diverse and caused by diversified factors, thus, the physician must seek his differential to stand out in the market. It was also found the lack of a good basis of administration, which are necessary for the good performance of any company, as these subjects are not offered in the medical course, this becomes another challenge to be faced. Examples were also cited of doctors who use social networks as a means of attracting new customers/patients.

Keywords: Challenges; Entrepreneurship; Physician; Health.

Resumen

Ser empresario no es una tarea fácil, y esto se vuelve más complejo cuando el empresario es también médico. Esto ocurre debido a la ajetreada vida y al poco tiempo libre que tienen estos profesionales de la salud. El tema principal de este artículo son los contratiempos de marketing a los que se enfrenta el médico emprendedor. En relación con el objetivo, se trataba de describir los retos de marketing a los que se enfrentan a diario los médicos emprendedores. Así, la metodología utilizada fue una revisión bibliográfica integradora, con un enfoque cualitativo. Los resultados mostraron que los retos son diversos y causados por diversos factores, por lo tanto, el médico debe buscar su diferencial para destacar en el mercado, se encontró, incluyendo, la falta de una buena base de la administración, que son necesarios para el buen desempeño de cualquier empresa, ya que estos temas no se ofrecen en el curso de medicina, esto se convierte en otro desafío que se enfrenta. También se citaron ejemplos de médicos que utilizan las redes sociales como medio para atraer a nuevos clientes/pacientes.

Palabras clave: Desafíos; El espíritu empresarial; Médico; Salud.

1. Introdução

Empreender no ramo da saúde é um dos grandes desafios dos profissionais dessa área. Numa época de intensas inovações tecnológicas, necessita-se da criação de novas ideias e o aprimoramento das já existentes, além de inovar criando produtos e serviços que promovam o bem-estar e a qualidade de vida dos clientes/pacientes, ainda mais quando está relacionado a médicos empreendedores (Bandeira, 2019).

Para a compreensão do que é empreendedorismo, salienta-se que, o seu surgimento se deu no início da industrialização, devido a Primeira Revolução Industrial ocorrida no século XVII, na Grã Bretanha. Nessa época, existiam os fornecedores de capital, conhecidos como capitalistas, e no decorrer do tempo e com as transformações no sistema econômico, começaram dentre os fornecedores a distinguir-se os empreendedores (Coutinho, 2019).

De modo geral, empreendedorismo é o processo de formação de um novo negócio, ou mesma a remodelação de um empreendimento já existente, sendo que esse sirva para causar impactos positivos na vida dos indivíduos. Ser empreendedor vai além do conhecimento adquirido em sala de aula, necessita-se de coragem, criatividade e ser diversificado dos demais. São características necessárias para atrair clientes e assim gerar lucros para a sua empresa. No empreendedorismo também tem o modelo Startups, ou seja, ele responde não só sobre o que determinada empresa pretende vender, mas conjuntamente, como os produtos/serviços são feitos, o seu diferencial e importância, além de determinar qual seu nicho, e de qual maneira será obtido o lucro esperado (Marques, 2020).

Como tema principal desse artigo, tem-se os desafios de se empreender na área da Medicina, já que cresce exponencialmente a quantidade de médicos que optam por empreendimentos para obterem um maior ganho financeiro, seja na área da saúde, como é a maioria, seja em outros ramos empresariais. Como durante a graduação, esse profissional não cursa nenhuma disciplina relacionada a gestão financeira ou marketing, ele tende a buscar fora do ambiente acadêmico, ferramentas e métodos de conhecimento relacionados a administração e aí surgem os primeiros desafios a serem enfrentados.

O médico, em seu cotidiano, sempre toma decisões em momentos de grande pressão e euforia e em sua maioria são assertivas, ou seja, assume grandes riscos, contudo isso não é o suficiente para que seja um bom empreendedor. Sem o estudo teórico, do como empreender com sucesso, como encontra-se em diversos ambientes hospitalares, clínicas de outrem, o profissional médico não tem facilidade de alinhar suas atividades às demandas mercadológicas (Aveni & Morais, 2021).

Por se tratar de uma temática bastante recente, são poucos os artigos que tratam sobre o empreendedorismo na área da saúde, o que mais se encontra são matérias em sites confiáveis e respeitáveis sobre o médico empreendedor, entretanto trabalhos publicados sobre empreendedorismo e saúde são bastante escassos. Então, para uma melhor compreensão e execução desta pesquisa, foram utilizados materiais de sites e revistas eletrônicas confiáveis, e que não comprometem a qualidade deste arquivo. Por tanto, o presente artigo tem como objetivo descrever os principais desafios mercadológicos que os médicos

empreendedores enfrentam hodiernamente.

2. Metodologia

O presente artigo adotou uma metodologia de revisão bibliográfica e integrativa, e a abordagem escolhida foi do tipo qualitativa. Desse modo, Marconi e Lakatos (2021), explanam que a pesquisa literária é uma análise aprofundada e ampla sobre determinado tema em publicações disponíveis. Reiteram ainda que, ela é base para todas as pesquisas acadêmicas. No que se refere à revisão integrativa, ela tem como objetivo ordenar e sintetizar as resultâncias obtidas. Portanto, a abordagem qualitativa analisa o comportamento humano, ou seja, analisa a forma de pensar dos indivíduos em determinada comunidade (Gil, 2020).

No tocante a coleta de dados, foi realizada nas seguintes bases indexadoras: *Scientific Eletronic Library Online* (SciELO); *Medical Literature Analysis and Retrieval System Online* (MEDLINE via BIREME); *U. S. National Library of Medicine* (PubMed via NCBI); e *Cochrane Library*. Contudo, por possuir uma temática atual, fez-se necessário visitar sites e revistas eletrônicas confiáveis da área da saúde e da área de administração, sem comprometer a ética e a credibilidade do presente artigo. Os descritores utilizados foram: “Desafios”, “Empreendedorismo”, “Médico”, “Saúde”, nos idiomas português, inglês e espanhol.

Assim, para um bom desempenho deste trabalho, foram definidos critérios de inclusão e exclusão dos estudos. *A priori*, para serem classificados como aptos a fazer parte do artigo, foram selecionados artigos, dissertações, livros e publicações atuais, com no máximo cinco anos de publicação, ou seja, pesquisas publicadas entre 2017 e 2022, que estivessem em língua portuguesa do Brasil, língua inglesa e espanhola latino-americana. *A posteriori*, os trabalhos que não se encaixaram nos critérios anteriores, foram excluídos do presente artigo.

3. Resultados e Discussão

Hodiernamente, muito se ouve falar sobre o empreendedorismo na área da saúde, principalmente, do médico empreendedor, o que outrora a sociedade não conseguia observar uma simultaneidade entre ambos, ou seja, o empreendedor era aquele que vivia apenas entre quatro paredes de um escritório e o médico, aquele indivíduo dedicado plenamente em horas infinitas no hospital com seus pacientes. Contudo, as coisas mudaram de uma maneira benéfica, o médico hoje pode exercer seu papel de cuidar, bem como empreender e obter lucro com a sua atividade laboral.

Assim, empreender significa fazer algo que impacte de forma significativa e diversificada a vida das pessoas, melhor dizendo, é a aptidão de idealizar, constituir e realizar novos negócios, até mesmo mudar empresas já existentes, empreender tem como sinônimos desafios e riscos. Outros autores citam o conceito de empreendedorismo como, a habilidade de um indivíduo em identificar problemas em certas áreas e buscar soluções para esses obstáculos, além de causar impactos reais no cotidiano humano (Hashimoto & Borges, 2020).

Deste modo, alguns pesquisadores acreditam que a alta concorrência é um dos motivos que fazem o médico buscar empreender, já que isso seria um diferencial perante seus colegas. Com a inovação tecnológica, tem-se buscado muito as redes sociais como uma vitrina, onde alguns expõem sua vida pessoal para gerar uma aproximação com seu futuro cliente/paciente, isso ocorre de modo paralelo com a divulgação de seu empreendimento (Andrade et al., 2017).

Contudo, nem todos ainda vêem isso com bons olhos, como é o caso do autor Pavaroni (2022), sua crítica pontua-se nos médicos recém-formados que acreditam que empreender é fácil e acabam caindo no “canto da sereia”. Ele cita em sua matéria para a academia médica, que um professor do Instituto de Radiologia (InRad) do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP (HC-FMUSP), Giovanni Cerri, relata que 30% dos seus alunos não querem seguir a carreira médica, que optaram por serem empreendedores e fundadores de *startups*. Assim, Pavaroni(2022), explica que isso é assustador e está

ocorrendo por causa da evolução tecnológica e o acesso que qualquer um pode ter sobre as diversas áreas profissionais, assim os médicos sentem a necessidade de serem diversificados.

Ao longo do seu trabalho, ele explica que os médicos recém-formados não se satisfazem com uma graduação, ou mesmo a residência bem feita não basta para manter o consultório cheio, mas sim a divulgação dos seus serviços, seja por meio das redes sociais, televisão, rádio ou o “boca a boca”. Pavaroni (2022) critica que, essas publicidades parecem mais importantes do que o certificado médico, e acabam confundindo-se com o empreendedorismo fácil.

Entretanto, não são poucos os desafios enfrentados pelo médico empreendedor, dentre eles está em fazer um bom plano de negócios, organizar a sua agenda, compreender a logística mercadológica, a gestão de pessoas, administrar o acúmulo de tarefas, cuidar da gestão financeira e alinhar-se a demanda de mercado. Primeiramente, o plano de negócios segundo Hashimoto e Borges (2020), deve ser feito para tentar diminuir os riscos do empreendimento, o médico que antes de iniciá-lo, definir todos os seus planejamentos, pontos altos e baixos, por exemplo, como seus principais concorrentes e diferencial, reduzirá a probabilidade de sua empresa não obter bons resultados.

Dessa maneira, organizar a agenda normalmente já requer uma atenção, contudo, quando se trata da vida corrida de um médico, ela precisa ser dobrada, aqueles que estão começando a empreender, necessitam fazer isso individualmente, de uma maneira organizada para não comprometer o seu horário de atendimento, e com o passar do tempo precisará de uma secretária, ou seja, delegando algumas funções, e assim conseguirá ter mais êxito na atividade do empreendedorismo (Morsch, 2020).

No quesito da logística metodológica como em qualquer outro mercado, o médico empreendedor deve atentar-se ao funcionamento do mercado, elaborar atrativos para atrair os clientes/pacientes, observar a economia do país, ou seja, saber como se comportar diante de uma crise econômica. Portanto, o próprio médico precisa vencer a barreira de que salvando vidas não precisa lucrar com isso (Sator et al., 2022). Já na gestão de pessoas, refere-se àquelas empresas que possuem um certo tempo no mercado e de acordo com a sua ascensão se faz necessário o crescimento de pessoas nas funções, esse é um ponto crucial para o médico, pois ele deve administrar como um bom líder, motivando os seus funcionários e mantendo a equipe unida em busca da excelência no serviço (Demo, 2018).

Outro desafio a ser vencido é o acúmulo de tarefas, sabe-se que a vida de um médico já é por si só atribulada de atividades, todavia quando ele decide empreender, precisará ao menos de uma pessoa o auxiliando para buscar o equilíbrio entre o administrativo e os atendimentos em consultório (Santos, 2022). Referente à gestão financeira, está o entendimento do básico de finanças, como na graduação de medicina essa disciplina não é ofertada, cabe ao médico buscar formas de obter esse conhecimento, existem vários programas de gestão no mercado e também a vocação para empreender (Aveni, 2019). E por último, tem-se alinhar a demanda de mercado, ou seja, aquilo que está sendo mais visto e pedido, o médico deve estar atento a cada pedido de serviço (Fonseca, 2019).

Andrade et al. (2017), citam em sua pesquisa sobre o médico, o empreendedorismo e a qualidade de vida, destaca que os médicos, em sua maioria não buscam uma capacitação técnica administrativa, o que dificulta os seus resultados e a ultrapassarem os seus desafios. O estudo desses autores foi feito com um total de 36 médicos, que possuem seus consultórios em um mesmo edifício no Estado do Rio de Janeiro, na cidade de Niterói. Eles tinham como objetivo avaliar a auto percepção desses profissionais no que tange o seu conhecimento, a prática e a sua conexão com relação ao empreendedorismo, além disso, foi avaliando e correlacionando esses dados com os níveis de satisfação na sua qualidade de vida. Como resultados explanaram que:

“Permitiu observar que os médicos de perfil autônomo (integral ou parcial) são profissionais liberais prestadores de serviços que acumulam funções de técnicos da ciência médica e de gestores dos próprios consultórios. Esta última função requer a presença de espírito empreendedor, voltado à estruturação e desenvolvimento do pequeno (ou micro)

negócio e do exercício de práticas administrativas rotineiras, voltadas ao funcionamento do mesmo. Entretanto, a maioria dos médicos pesquisados não se enxerga, como prestadores de serviços, nem como empreendedores e, tampouco, como administradores da rotina. Eles se vêem tão somente como médicos, na sua função técnica. Além disso, têm poucos conhecimentos administrativos, tanto básicos quanto estratégicos. Esses poucos conhecimentos existentes não foram adquiridos na faculdade de Medicina” (Andrade et al, 2017, p. 08).

É certo que a maioria dos médicos sentem-se sobrecarregados e com o tempo curto. Agora, uma boa parte sente-se feliz e escolheu a profissão que escolheram para a vida, mas isso se difere quando o assunto é o empreendedorismo, por falta de conhecimento e sem ferramentas de gestão, melhor dizendo administrativas.

Diante do exposto nos resultados, percebe-se que são diversos os desafios enfrentados pelos médicos na arte de empreender, não são apenas aqueles itens, eles vão além, e para vencê-los, o médico precisa buscar ter uma base em gestão de negócios, pois segundo (Colichi et al., 2019), ele abrange a avaliação dos empreendimentos, bem como os seus erros e diretrizes para um bom gerenciamento. Essas disciplinas e gestão, infelizmente não são ofertadas na grade curricular de Medicina, o que nos dias atuais poderia ser repensado.

O problema exposto nos resultados é em relação aos médicos que estão iniciando a carreira médica associada com a de empreendedor, acreditam que é fácil criar e manter uma empresa, e mais ainda fazem isso em busca de diminuição de plantões, por exemplo, que é considerado muito cansativo, só que não se planejam com uma boa base administrativa e acabam tendo dificuldades de fatores internos e externos (Tomé & Aidar, 2019).

O que se vê nas redes sociais é um *marketing* agressivo de médicos ofertando seus serviços, cada um buscando o seu diferencial, alguns exemplos são Camila Karam, dermatologista, que já na graduação investiu nas redes sociais e recém lançou sua clínica. Flávia Jú que é cirurgiã plástica e iniciou sua exposição com a intenção de viajar com menos custos, mas ao longo do tempo criou cursos de sutura e possui uma loja *on-line* e lança projetos como o padrinho médico. O cardiologista Neif Musse e seus dois filhos Ricardo e Guilherme, também cardiologistas, são empreendedores e andam pelo Brasil com o curso de Eletrocardiograma. Portanto, todos esses exemplos são de alguns médicos empreendedores que utilizaram as redes sociais como meio de captação de clientes/pacientes e claro, visando o lucro.

Não tem como ser empreendedor em qualquer área e não investir no *marketing*, ele é uma das ferramentas mais importantes para atrair clientes, e pode ser feito de diversas maneiras, por meio de TV, rádio, redes sociais, panfletagem, *outdoor* ou o melhor de todos, através do “boca a boca”. O *marketing* na saúde é utilizado para aumentar a quantidade de clientes em uma clínica por exemplo, buscando sempre uma boa estratégia de comunicação e o médico quando está na rede social como o *Instagram*, por exemplo, ele é a própria imagem de sua empresa (Netto, 2019).

Citou-se, inclusive, sobre a competitividade, há o argumento de que o aumento de faculdades particulares de Medicina tem criado esse “boom”, por isso a migração de médicos para o empreendedorismo, todavia, as inovações tecnológicas também são um dos motivos, e ela surge para que as companhias aperfeiçoem seu atendimento, e em nenhum outro setor que gere lucro seria diferente, primordialmente da saúde, que deve sempre buscar pelo bem-estar da população. Assim, encontrar soluções tecnológicas como a Medicina Digital e a Telemedicina é um diferencial para uma clínica ou consultório, inclusive a adesão de *softwares* de registro de prontuário médico (Bottoni et al., 2019).

4. Conclusão

O médico que empreende, busca se diversificar em um mercado que se torna cada dia mais competitivo. Ele deve adquirir os conhecimentos básicos de gestão administrativa, mas tendo a consciência de que a mesma requer dedicação, atenção, criatividade e muita coragem, apesar de que o médico, em geral, não necessita da empresa para ter seu ganho

principal. Contudo, se ele almeja aumentar seu lucro é através da atividade empreendedora que irá conseguir, passando por todos os percalços que irá encontrar durante esse caminho.

O objetivo do presente escrito foi alcançado, já que foram descritos os principais desafios mercadológicos que os médicos que decidem empreender encontram nos dias atuais. Além disso, foram demonstrados exemplos de médicos que utilizam as redes sociais para a captação de clientes, usufruindo do *marketing* pessoal que auxilia na proximidade do futuro cliente e cria um elo de confiabilidade para com a empresa desses profissionais.

Desse modo, o presente artigo é de suma importância para as ciências médicas e administrativas, por se tratar de um estudo novo e também sobre a dificuldade para encontrar artigos que tratam sobre essa temática, ele servirá como base para futuros estudos nesse segmento.

Referências

- Andrade, E. et al. (2017). Empreendedorismo e qualidade de vida do médico. *XIII EMEPRO - Encontro Mineiro de Engenharia de Produção*. 1. 1-12.
- Aveni, D. (2019). Gestão financeira e financiamento do empreendedor social. *Revista Processus de Estudos De Gestão, Jurídicos e Financeiros*, 10(39), 04-19.
- Aveni, A., & Morais, R. (2021). Empreendedorismo e inovação na saúde. Os novos empreendimentos na economia da saúde no Brasil. *Revista Processus de Políticas Públicas E Desenvolvimento Social*, 3(6), 80-97.
- Bandeira, P. B. (2020). Empreendedorismo Feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. *Revista Psicologia: Organizações & Trabalho*, 20(3), 1105-1113.
- Bottoni, A. et al. (2019). Empreendedorismo no campo da saúde no Brasil. *Brazilian Journal of Development*. 5(7). 8230-8242.
- Colichi, R. M. B., & Lima, S. A. M. (2018). Empreendedorismo na enfermagem: comparação com outras profissões da saúde. *Revista Eletrônica De Enfermagem*, 20(11). 1-11.
- Colichi, R. M. B. et al. (2019). Entrepreneurship and Nursing: integrative review. *Revista Brasileira de Enfermagem*. 72(1). 321-330.
- Coutinho, T. (2018). *Como surgiu o empreendedorismo e 6 formas de ser um empreendedor*. <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/empreendedorismo-o-que->
- Demo, G. et al. (2018). Políticas e práticas de gestão de pessoas nas organizações: cenário da produção nacional de primeira linha e agenda de pesquisa. *Cadernos EBAPE.BR*. 16(2). 250-263.
- Fonseca, F. S. M. et al. (2019). Uso de fontes de informação por gestores de startups. *Perspectivas em Ciência da Informação*. 24(1).
- Gil, A. C. (2020). *Metodologia do Ensino Superior*. Atlas.
- Hashimoto, M. & Borges, C. (2020). *Empreendedorismo: plano de negócios em 40 lições*. Saraiva Educação.
- Marconi, M. A. & Lakatos, E. M. (2021). *Metodologia do Trabalho Científico*. Atlas.
- Marques, V. A. (2020). Estratégia do Marketing Digital no Contexto do Mercado de Varejo Físico: O caso da Empresa Tânia na Cidade da Vitória de Santo Antão (PE). *CPMARK- Caderno profissional de Marketing UNIMEP*, 8 (2). 22-39.
- Morsch, J. A. (2020). *Veja as 7 dicas para organizar sua agenda online*. <https://telemedicinamorsch.com.br/blog/agenda-medica>.
- Netto, M. V. P. (2019). Empreendedorismo e Gestão de Clínicas Médicas Particulares: O caso de uma Clínica de Terapia Renal Substitutiva. *Brazilian Journal of Development*. 2(3). 1941-1952.
- Pavaroni, E. (2022). *Médicos startupeiros e a sereia do empreendedorismo*. <https://academiamedica.com.br/blog/medicos-startupeiros-e-a-sereia-do-empreendedorismo>
- Santos, L. P. (2022). O perfil empreendedor feminino no mercado de trabalho e suas competências profissionais no gerenciamento de negócios em Sergipe. *Univeridade Federal de Sergipe*. 64.
- Sator, S. M. et al. (2022). As capacidades empreendedoras de um gestor de logística internacional e efeitos da covid-19 nos processos: um estudo de caso. *Anais Do Congresso Internacional De Conhecimento E Inovação – Ciki*, 1(1).
- Tomé, L. M. & Aidar, M. M. (2019). Relevante, porém escasso: panorama do ensino de empreendedorismo nas escolas médicas. *FGVI*. 96.