



Universidade Estadual  
da Região Tocantina  
do Maranhão

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO  
(UEMASUL) – CAMPUS IMPERATRIZ  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E INOVAÇÃO –  
PROPGI/UEMASUL  
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO, LATO SENSU (ESPECIALIZAÇÃO) EM  
GESTÃO DE CLÍNICAS E CONSULTÓRIOS

**MARIANNY BARROS PACHECO SILVA**

**EMPREENDEDORISMO:** as vantagens e desvantagens da franquia de clínica odontológica  
como oportunidade empreendedora

Artigo apresentado ao curso Pós-Graduação,  
Lato Sensu (Especialização) em Gestão De  
Clínicas e Consultórios da Universidade  
Estadual da Região Tocantina do Maranhão /  
Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e  
Inovação, como requisito para a obtenção do  
grau de especialista em Gestão de Clínicas e  
Consultórios.

Orientadora: Prof(a). Me. Adm. Jailza do  
Nascimento Tomaz Andrade

Imperatriz/MA  
2022





Universidade Estadual  
da Região Tocantina  
do Maranhão

**MARIANNY BARROS PACHECO SILVA**

**EMPREENDEDORISMO:** as vantagens e desvantagens da franquia de clínica odontológica como oportunidade empreendedora

Artigo apresentado ao curso Pós-Graduação, Lato Sensu (Especialização) em Gestão De Clínicas e Consultórios da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão / Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação, como requisito para a obtenção do grau de especialista em Gestão de Clínicas e Consultórios.

Orientadora: Prof(a). Me. Adm. Jailza do Nascimento Tomaz Andrade

Imperatriz/MA  
2022





S586e

Silva, Marianny Barros Pacheco

Empreendedorismo: as vantagens e desvantagens da franquia de clínica odontológica como oportunidade empreendedora. / Marianny Barros Pacheco Silva. – Imperatriz, MA, 2023.

21 f.; il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão de Clínicas e Consultórios) – Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL, Imperatriz, MA, 2023.

1. Empreendedorismo. 2. Franchising - saúde. 3. Clínica odontológica.  
I. Título.

CDU 658:616.314

Ficha elaborada pelo Bibliotecário: **Jéssica Santana Lima CRB13/894**





## MARIANNY BARROS PACHECO SILVA

**EMPREENDEDORISMO:** as vantagens e desvantagens da franquia de clínica odontológica como oportunidade empreendedora

Artigo apresentado ao curso Pós-Graduação, Lato Sensu (Especialização) em Gestão De Clínicas e Consultórios da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão / Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação, como requisito para a obtenção do grau de especialista em Gestão de Clínicas e Consultórios.

Orientadora: Prof(a). Me. Adm. Jailza do Nascimento Tomaz Andrade

Aprovado em: 25 / 01 / 2023

### BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** JAILZA DO NASCIMENTO TOMAZ ANDRADE  
Data: 06/02/2023 13:11:32-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>

---

**Prof(a). Me. Adm. Jailza do Nascimento Tomaz Andrade – (Orientadora)**  
**Universidade Estadual da Região Tocantina Do Maranhão – UEMASUL**

---

**Prof. Dr. Edney Loiola – (MEMBRO)**  
**Universidade Estadual da Região Tocantina Do Maranhão – UEMASUL**

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** MARCOS AURELIO CAVALCANTE AYRES  
Data: 06/02/2023 14:19:35-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>

---

**Prof. Me. Marcos Aurelio Cavalcante Ayres– (MEMBRO)**  
**Universidade Estadual da Região Tocantina Do Maranhão – UEMASUL**



## Página de assinaturas



**Edney Loiola**  
613.500.363-15  
Signatário

### HISTÓRICO

- 08 fev 2023**  
12:12:12  **Edney Loiola** criou este documento. (E-mail: edneyloiola@uol.com.br, CPF: 613.500.363-15)
- 08 fev 2023**  
12:12:15  **Edney Loiola** (E-mail: edneyloiola@uol.com.br, CPF: 613.500.363-15) visualizou este documento por meio do IP 177.195.244.27 localizado em Imperatriz - Maranhao - Brazil.
- 08 fev 2023**  
12:12:26  **Edney Loiola** (E-mail: edneyloiola@uol.com.br, CPF: 613.500.363-15) assinou este documento por meio do IP 177.195.244.27 localizado em Imperatriz - Maranhao - Brazil.





## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>2 DADOS DE PESQUISA .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 SISTEMA DE FRANQUIAS.....</b>	<b>10</b>
2.2.1 Aspectos conceituais .....	11
<b>2.3 MERCADO DE FRANQUIA NO BRASIL .....</b>	<b>12</b>
<b>2.4 FRANQUIA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS ODONTOLÓGICOS .....</b>	<b>13</b>
2.4.1 Vantagens e desvantagens .....	15
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>16</b>
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>16</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>17</b>



## **EMPREENDEDORISMO:** as vantagens e desvantagens da franquia de clínica odontológica como oportunidade empreendedora

*Marianny Barros Pacheco Silva<sup>1</sup>*

*Prof. Me. Adm. Jailza do Nascimento Tomaz Andrade<sup>2</sup>*

### **RESUMO**

Obter êxito em um cenário de incertezas para muitos empreendedores é desafiador. O Franchising brasileiro tem demonstrado crescimento nos últimos anos se tornando entre outros fatores um mercado atraente. Nesta perspectiva, com a alta no segmento de saúde, especialmente de franquia odontológica, este trabalho tem como objetivo apresentar as vantagens e desvantagens da franquia de clínica odontológica como oportunidade empreendedora. Este artigo pretende contribuir na tomada de decisão de empreendedores que consideram investir nesse modelo de negócio que tem capacidade para fomentar o desenvolvimento socioeconômico do país. Realizou-se uma pesquisa qualitativa e descritiva fundamentada em revisão bibliográfica. A análise dos resultados apontou que a maior vantagem para o franqueado é o conhecimento e assistência da franqueadora por ter um modelo de negócio testado e comprovado há anos, entretanto, a burocracia e a necessidade de seguir um padrão estabelecido são considerados fatores limitadores.

**Palavras-chave:** Franchising; saúde; empreendedor; franquia odontológica.

## **ENTREPRENEURSHIP:** the advantages and disadvantages of the dental clinic franchise as an entrepreneurial opportunity

### **ABSTRACT**

Succeeding in a scenario of uncertainty for many entrepreneurs is challenging. Brazilian franchising has shown growth in recent years, becoming, among other factors, an attractive market. In this perspective, with the rise in the health segment, especially the dental franchise, this work aims to present the advantages and disadvantages of the dental clinic franchise as an entrepreneurial opportunity. This article aims to contribute to the decision-making of entrepreneurs who are considering investing in this business model that has the capacity to foster the country's socioeconomic development. A qualitative and descriptive research based on a bibliographic review was carried out. The analysis of the results showed that the biggest advantage for the franchisee is the knowledge and assistance of the franchisor for having a tested and proven business model for years, however, bureaucracy and the need to follow an established standard are considered limiting factors.

**Key words:** Franchising; health; entrepreneur; dental franchise.

---

<sup>1</sup> Administradora, Pós-graduanda em Gestão de Clínicas e Consultórios pela Universidade Estadual do Maranhão – UEMASUL – Campus Imperatriz (www.uemasul.edu.br). E-mail: [mariannybps@gmail.com](mailto:mariannybps@gmail.com)

<sup>2</sup> Administradora, Mestre em Planejamento e Desenvolvimento Regional (2010). Professora do Curso de Pós-Graduação em Gestão de Clínicas e Consultórios da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL – Campus Imperatriz (www.uemasul.edu.br), E-mail: [jailzatomaz@uol.com.br](mailto:jailzatomaz@uol.com.br)



## 1 INTRODUÇÃO

Empreender envolve identificar as oportunidades para iniciar um novo negócio, que podem ser resumidas em quatro vertentes: invenção de um produto/serviço; desenvolvimento de uma nova tecnologia; desenvolvimento de um novo mercado ou desenvolvimento de novos benefícios, que trata da realização de maneira mais sofisticada e com elevada qualidade o que já se faz no mercado (CHIAVENATO, 2007, p.51).

De acordo com dados da Associação Brasileira de Franchising (ABF), além da taxa de mortalidade de uma franquia ser de apenas 5%, mesmo durante a pandemia que afetou diretamente na economia do Brasil, o setor de franquias apresentou crescimento respondendo por 2,7% do PIB nacional, ultrapassando entre julho e setembro de 2021 o faturamento de 47 bilhões de reais.

Na área da saúde que envolve redes de clínicas, por exemplo, registrou uma demanda maior. Conforme balanço anual da ABF em 2021 o segmento de saúde, beleza e bem-estar recebeu destaque como um dos mais promissores pelo segundo ano consecutivo com elevação de 10,5%, sendo um dos que mais faturaram no ano. Esses fatores são alguns dos pontos que têm tornado o franchising um setor atrativo.

Odontoclinic (2021) ressalta que, no setor odontológico, o governo não tem conseguido atender toda a demanda da saúde pública odontológica. “A parte dos planos é limitada, são procedimentos básicos e apenas um percentual pequeno das pessoas tem, e eles não cobrem um aparelho ortodôntico, uma prótese, nada. Isso faz com que a população fique na mão do setor privado, das clínicas particulares”, afirma. Considerando esse cenário, esse estudo pretende colocar em discussão: “Quais as vantagens e desvantagens do sistema de franquia de clínica odontológica para o empreendedor/investidor?”.

A presente pesquisa bibliográfica tem como objetivo geral apresentar as vantagens e desvantagens da franquia de clínica odontológica como uma oportunidade empreendedora. Os objetivos específicos são: a) expor o conceito de empreendedorismo; b) descrever o franchising e suas terminologias básicas para a compreensão desse sistema; c) analisar a franquia do setor de saúde na prestação de serviços odontológicos atualmente; d) demonstrar as vantagens e desvantagens de ser franqueado de um rede de clínicas odontológica.

Nesse contexto, produzir mais estudos e conteúdos sobre empreendedorismo na área da saúde, especialmente na franquia de clínica odontológica, com destaque nas vantagens e desvantagens desse modelo de negócio, visa contribuir na tomada de decisão de pessoas que desejam investir capital em um projeto promissor. Além disso, este sistema possui relevância



socioeconômica significativa haja vista favorece o desenvolvimento econômico brasileiro por meio da geração de empregos e renda.

## 2 DADOS DE PESQUISA

### 2.1 Empreendedorismo no Brasil

De origem francesa a palavra *entrepreneur* significa empreendedor e representa aquele que assume riscos e inicia algo novo. Dornelas (2008, p.22) define empreendedorismo como “o envolvimento de pessoas e processos que em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades” e “a perfeita implementação dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

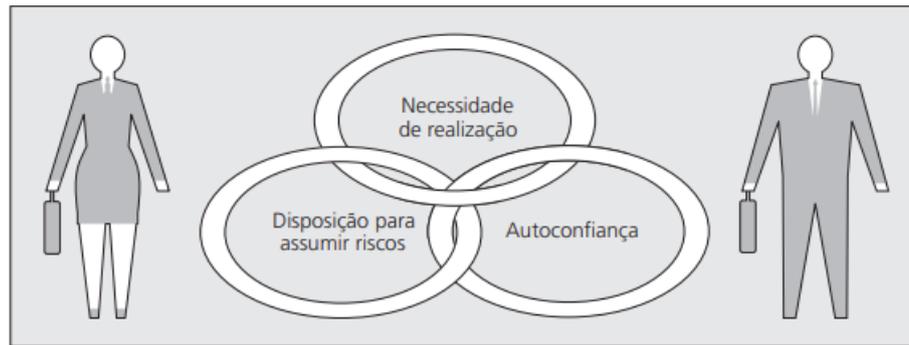
Schumpeter (1947, p.149, apud CHIAVENATO, 2007, p. 8) amplia o conceito dizendo que “o empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias”. Para ele, o empreendedor é a essência da inovação no mundo, um exímio identificador de oportunidades que também pode inovar dentro de negócios já existentes.

Ser empreendedor significa agir diante de uma oportunidade que vale a pena ser trabalhada. Oportunidade empreendedora representa algo novo, empreender exige ação através da criação de novos produtos/processos e/ou entrada em novos mercados, que pode ocorrer por meio de uma organização recém-criada ou dentro de uma organização estabelecida. Uma ação empreendedora constitui a capacidade de avaliar o nível de incerteza de uma oportunidade em potencial e a disposição do indivíduo de enfrentar essa incerteza (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014, p. 06).

As características do empreendedor de sucesso é o de administrador completo que além de possuir as três características básicas de um empreendedor (figura 1) tais como: necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança, leva consigo o planejamento constante a partir da visão de futuro.



**Figura 1.** Características básicas do empreendedor.



Fonte: Chiavenato (2012, p.10)

Até a década de 1990 não se ouvia falar em empreendedorismo no Brasil, o ambiente econômico e político nesse período não era propício ao desenvolvimento de novos negócios. Ademais, o empreendedor enfrentava obstáculos como ausência de suporte ou informação suficiente para a abertura de um novo empreendimento. Somente com o investimento do governo e com a parceria de novas entidades que o empreendedorismo é elevado a um novo patamar na história (FABRETE, 2019, p.18).

Durante o movimento do empreendedorismo no Brasil em meados de 1990, entidades como o Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec) e a Endeavor criaram programas de capacitação empreendedora, além de diversos outros cursos de capacitação e consultoria – o Sebrae, por exemplo, criou programas como o Empretec e o Jovem Empreendedor. A Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex) também estimulou o empreendedorismo no ramo de softwares, impulsionando, assim, a abertura de novas *startups* (FABRETE, 2019, p.19).

Como exemplo de desenvolvimento do empreendedorismo nacional pode ser considerado o crescimento do setor de franquias no país e sua significativa colaboração para a economia, conforme dados da Associação Brasileira de Franchising. De acordo com a entidade, o faturamento do mercado de franquias deve passar de R\$ 201 bilhões em 2022, com um aumento de 9% em relação a 2021. Além disso, espera-se que o número de redes de franquias passe dos três mil, chegando a 3.026 marcas atuando no Brasil.



## 2.2 Sistema de Franquias

O conceito Franchising historicamente surgiu na Idade Média com a concessão da Igreja Católica de licenças ou Franquias a senhores de terras para que, em seu nome, coletassem impostos e taxas (RIBEIRO *et al.*, 2013, p.22).

Quanto a origem do termo em si é derivada da palavra “Franc”, do francês antigo, que significa a transferência de um direito, a outorga de um privilégio, a concessão exclusiva. A palavra “franchise” em língua inglesa representa basicamente, um “direito” que alguém adquire para fazer alguma coisa, por autorização de outrem (AMBONI, 2005, p. 21)

O modelo de Franquia tal e como conhecemos hoje foi criado em 1852, nos Estados Unidos, quando a fabricante de máquinas de costura Singer Sewing Machines licenciou sua marca e métodos de operação a comerciantes para vender seus produtos de maneira exclusiva em cidades do país (RIBEIRO *et al.*, 2013, p.22).

A General Motors, em 1898, adotou este formato para expandir sua rede de revenda própria de veículos, que originou as concessionárias como conhecemos hoje. A Coca-Cola, em 1899, desenvolveu seu primeiro sistema de produção no formato de Franquias e liberou licenças para os empresários que desejavam produzir e comercializar seus refrigerantes em diferentes localidades (RIBEIRO *et al.*, 2013, p.22).

Somente a partir do século XX que ocorreu o grande “boom” do Franchising no Estados Unidos com a abertura de diversos negócios.

Nesse cenário, destaca-se:

O grande acelerador do Franchising ocorreu após o término da Segunda Guerra Mundial, quando os ex-combatentes retornavam às suas origens, após a experiência de enfrentar as mais diversas dificuldades e correr risco de morte nas batalhas e cheios de ideais e seguros de que não precisavam mais receber ordens de ninguém, senão de si próprios, com forte apelo empreendedor e dispostos a arregaçar as mangas para o trabalho [...] (RIBEIRO *et al.*, 2013, p.23).

O surgimento do sistema de franquias foi incentivado por dois fatores. O primeiro, a necessidade dos empresários de expandirem seus negócios a partir do mínimo investimento. Em segundo, o retorno para casa dos ex-soldados após a Segunda Guerra Mundial, sem o domínio de outro conhecimento que não fosse os de combate. Sendo esta a origem do surgimento do Business Format Franchising (MENDELSON, 2000 apud AMBONI, 2005).

Portanto, a necessidade de encontrar outras formas de sustento levou os ex-soldados para as Franquias os tornando dono do próprio negócio, dando origem a grandes redes de franquia tais como Burger King e Mc Donald’s (INOVA FRANQUIAS, 2019).



### 2.2.1 Aspectos conceituais

Segundo Chiavenato (2012), a franquia (*franchising*) diz respeito ao licenciamento do uso de marcas. Confere o direito para um segundo empresário de todo o conhecimento da empresa, compreendendo o uso da marca, informações tecnológicas, gestão do negócio, treinamento e merchandising.

Associação Brasileira de Franquias (ABF) define Franchising como um sistema de comercialização de produtos e/ou serviços e/ou tecnologias no qual o franqueador concede o direito de propriedade intelectual, industrial entre outros ao franqueado mediante uma contraprestação financeira direta ou indireta durante a vigência de um Contrato de Franquia celebrado entre as partes para este propósito.

Nesse sentido a definição legal de franchising empresarial no Brasil se encontra no artigo 1º da Lei nº 13.966/2019:

Art. 1º Esta Lei disciplina o sistema de franquia empresarial, pelo qual um franqueador autoriza por meio de contrato um franqueado a usar marcas e outros objetos de propriedade intelectual, sempre associados ao direito de produção ou distribuição exclusiva, ou não exclusiva de produtos ou serviços e também o direito de uso dos métodos e sistemas de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvido ou detido pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem caracterizar relação de consumo ou vínculo empregatício em relação ao franqueado ou a seus empregados, ainda que durante o período de treinamento<sup>1</sup>.

O sistema de franquias está baseado em essência na parceria, um casamento de interesses em que os dois parceiros – franqueado e franqueador – se unem em prol de um objetivo em comum o sucesso comercial de ambos (CHIAVENATO, 2012, p. 110).

Para melhor compreensão do sistema de franquias é fundamental conhecer a seguir algumas terminologias básicas dessa modalidade de negócios apresentadas no quadro 1.

**Quadro 1.** Principais terminologias do sistema de franquias

<b>Termo</b>	<b>Definição</b>
<b>Franqueado</b>	Pessoa física ou jurídica que adere a um sistema de Franquia mediante investimento e celebração de um contrato de Franquia.
<b>Franqueador</b>	Pessoa jurídica fundadora de uma rede de Franquia, detentora da marca, dos métodos de trabalho repassados a terceiros e da administração do sistema de Franquia.
<b>Know-how</b>	Conjunto de conhecimentos práticos não patenteados decorrentes da experiência do franqueador e por ele testados.

<sup>1</sup>BRASIL. Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019. Dispõe sobre o sistema de franquia empresarial (franchising).

<b>Circular de Oferta de Franquia (COF)</b>	Documento entregue a todo candidato a franqueado que contém informações sobre a Franquia, o franqueador, a rede de franqueados, investimento inicial, taxas cobradas e o contrato de Franquia.
<b>Manual de Operações</b>	Documentos confidenciais com informações da franqueadora atualizadas pelo franqueador referente suas metodologias de trabalho, implantação e operações da Franquia, incluindo o <i>know-how</i> .
<b>Taxa de Royalties</b>	Valor pago periodicamente pelo franqueado ao franqueador (enquanto durar a relação contratual) pelo uso de sua marca e contraprestação de serviços, tais como acompanhamento e supervisão operacional. Esta taxa geralmente é em média 5%, calculada sobre o faturamento mensal (médio ou bruto).
<b>Taxa de Publicidade e Promoção</b>	Em média 2% sobre o faturamento mensal. É a maneira que o franqueador tem para custear os gastos com os investimentos em marketing institucional que beneficiam toda a rede (unidades próprias e franquias).

Fonte: Adaptado de Schwartz (2009, p.01-68).

Neste contexto, ao compreender as terminologias que fazem parte do sistema de franquias podemos perceber a analogia de Franchising citada por RIBEIRO *et al.* (2013), com uma orquestra utilizada em que de modo geral, o Franqueador é o regente dessa orquestra, e os Franqueados são os músicos que tocam seus instrumentos, alinhados a uma composição de várias notas e seguindo o padrão musical adotado como verdadeiro e melhor para entregar ao público participante das apresentações (clientes). Contudo, ao se considerar investir em uma franquia é de suma importância fazer a análise do mercado em questão no país.

### 2.3 Mercado de franquia no Brasil

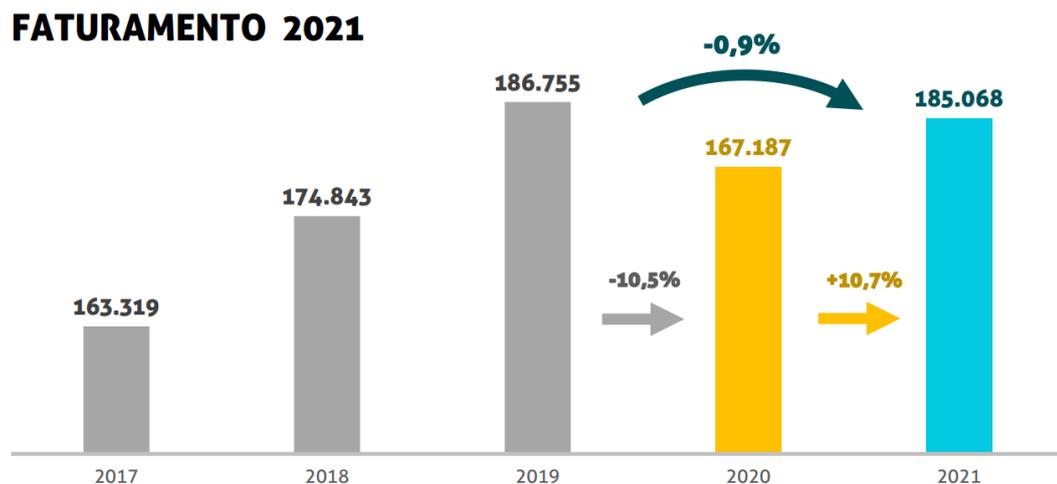
Segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF), mesmo durante a pandemia o mercado de franquias corresponde a 2,7% do PIB nacional com mais de 1 milhão de trabalhadores empregados. De acordo com informações da ABF e o Sebrae, houve uma ampliação significativa do setor em 2021: ocorreu um crescimento de 48,3% no segundo trimestre em comparação ao mesmo período de 2020.

O relatório de desempenho do franchising brasileiro do 4º trimestre/2021, informa que quanto ao faturamento (figura 2) ocorreu uma estabilidade no comportamento do franchising além de um pequeno crescimento de 5,0% em comparação ao mesmo período em 2020. O faturamento das franquias no Brasil passou de R\$ 167,187 bilhões em 2020 para R\$ 185,068



bilhões em 2021, um crescimento de 10,7%, chegando a patamar semelhante ao de 2019 que foi de R\$ 186,755 bilhões. O setor fechou o último ano com 170.999 unidades franqueadas em operação no Brasil, uma expansão de 9,1% sobre 2020 e de 6,2% sobre 2019. A média de unidades por franqueadora foi de 59,3, alta de 1% sobre 2020 e de 7,6% sobre 2019.

**Figura 2.** Faturamento do Franchising 4º Trimestre de 2021.



Fonte: Relatório de Desempenho do Franchising 4º Trimestre 2021.

O estudo da Associação Brasileira de Franchising apontou 11 segmentos de franquias que registraram crescimento em 2021, entre eles se destaca Saúde, Beleza e Bem-Estar. A pesquisa também revela a melhora na geração de empregos. Em relação a 2020, o número de trabalhadores diretos no setor aumentou 12,1%, passando de 1.258.884 para 1.411.319 no ano passado, e 3,9% a mais frente a 2019. A Associação Brasileira de Franchising projetou para este ano de 2022 um crescimento de 9% do faturamento, de 2% das redes, de 5% em unidades e de 5% no número de empregos diretos gerados pelo setor.

## 2.4 Franquia na prestação de serviços odontológicos

Investir em franquias na área da saúde tem se demonstrado um bom negócio, afinal, devido a essencialidade da área, é quase impossível que esses empreendimentos sofram financeiramente com qualquer crise (ALBERGARIA, 2021). O perfil do empreendedor para atuar nesse setor não engloba, necessariamente, especialidades em medicina. A visão de negócios, o conhecimento em gestão, a liderança e o olhar estratégico são exemplos de requisitos relevantes para empreender no setor de saúde (FRANQUIAZ, 2020).



Em termos mercadológicos, mesmo o Brasil tendo um dos maiores sistemas públicos de saúde do mundo, o Sistema Único de Saúde (SUS), possui algumas falhas que afeta a qualidade da assistência médica (MORSCH, 2021). Em contrapartida, o setor tem atraído forte investimento privado que chega superar o investimento público (FRANQUIAZ, 2020).

Tal situação foi notável em picos de pandemia em que houve uma sobrecarga do sistema, deixando as pessoas com receio de depender unicamente da rede (ALBERGARIA, 2021). Diante disso, a tendência é o aumento na demanda por planos de saúde conforme aponta a pesquisa do Instituto Vox Populi feita por encomenda do Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS) em abril de 2021, o estudo apresentou o plano de saúde privado ocupando a 3ª posição no ranking de prioridade do consumidor.

O comportamento do consumidor brasileiro na era digital o torna mais bem informado, exigente e atento na busca por maior qualidade de vida, seja o público jovem, seja o grupo da terceira idade. O desejo por saúde e bem-estar, trouxe consequentemente investimentos e uma movimentação anual de R\$ 300 bilhões (FRANQUIAZ, 2020).

Conforme pesquisas da IESS em janeiro de 2021 e fevereiro de 2022, embora o número de beneficiários de planos odontológicos tenha crescido 10,1% em 12 meses, atingindo 27,9 milhões de beneficiários, mais de 15,3 milhões de brasileiros afirmaram não possuir nenhum plano odontológico e nunca ter ido ao dentista.

Diante dessa nova realidade, a área de saúde bem como o setor odontológico merece toda atenção, pois além de estar em fase de incorporação de tecnologias no cotidiano dos profissionais é um mercado em ascensão. O avanço tecnológico tem refletido em mudanças importantes na odontologia, em mais de diversos setores do mercado, trazendo alterações e desenvolvimentos essenciais para a viabilização da expansão na odontologia e em todos os demais segmentos da saúde (RAMOS, 2021)

A franquia de clínica odontológica para quem deseja investir em um negócio, pode apresentar boas características de investimento, independente da área de formação do empreendedor, seja dentista, administrador ou outras pessoas interessadas em abrir o próprio negócio (ODONTOCLINIC, 2021).

Ressalta-se que mesmo o setor de franquias de clínicas odontológicas esteja em plena expansão, é de vital importância ao empreendedor antes de optar por investir neste mercado, analisar e avaliar profundamente as vantagens e desvantagens desse sistema para que tenha suas expectativas atendidas com segurança.



#### 2.4.1 Vantagens e Desvantagens

Primeiramente, optar por franquia significa escolher um padrão a ser seguido, assim aumenta a possibilidade de sucesso. Uma das principais vantagens da franquia de clínica odontológica é a solidez da marca, uma vez que o nome já estará estabelecido no mercado e conhecido pelo público, ou seja, além de ter garantido o direito de usar a marca, terá distribuição praticamente exclusiva do serviço em uma região.

Outro benefício é que todo o processo da abertura ao funcionamento da franquia é monitorado pela franqueadora, auxiliando na localização estratégica, viabilidade comercial, suporte, pesquisas de mercado, projeto arquitetônico, identidade visual, treinamento dos colaboradores e organização das ações de marketing, afirma Consultare Franchising (2021).

O franqueado é favorecido com a maior joia da rede de franquia de clínica odontológica, o know-how do franqueador, conhecimento compartilhado. Investir em franquia odontológica oferece ao empreendedor um plano e modelo de negócio já testado e comprovado, que associado a uma marca forte contribui na minimização dos riscos do investimento.

A alta variedade de serviços em todas as áreas da odontologia, atendendo às especialidades de clínica geral, ortodontia, dentística, endodontia, periodontia, pediatria, prótese, cirurgia e implantes é outra grande vantagem, pontua Odontoclinic (2021).

De acordo com a analista técnica Nelijane Ricarte do Sebrae Paraíba em entrevista em 2021, um ponto forte da franquia é o respaldo e credibilidade conferido pela marca que garantem maior segurança para o empreendedor e proporciona o suporte do próprio franqueador. Ademais, a franquia possui conhecimento de mercado e informações quanto ao planejamento, como o valor de médio de investimento e o tempo de retorno do investimento. Dessa forma, o apoio técnico inicial auxilia o empreendedor.

Sebrae (2022) aponta como uma das desvantagens na relação franqueado-franqueador a limitação da autonomia de inovação na franquia para o empreendedor ou investidor, isto é, ele deverá obedecer às regras e normas estabelecidas pela rede.

O relatório de informações de franquias para franqueados do Sebrae (2022), apresenta como desafios para o franqueado: controle da manutenção dos padrões durante toda a vigência do contrato; limitação do poder decisório; pagamento de *royalties* e taxas, pela cessão do direito de uso da marca; risco de insucesso do franqueador; dificuldade de transferência do negócio, pois depende do aval da franqueadora; redução da liberdade na escolha do ponto, que pode ser um aspecto positivo ou negativo por ter que seguir o Plano de Expansão da Franquia.



Outro desafio característico particularmente na franquia de clínica odontológica, diz respeito a dificuldade do franqueado-dentista em lidar com gestão do seu negócio, por ser uma área divergente da prática da odontologia. Corroborando, o Portal Qualidade em Saúde (2022) afirma, que o principal motivo da dificuldade de dentistas em gerir clínicas e consultórios é que estes profissionais não são preparados para administração durante a universidade, o conhecimento adquirido se resume praticamente em atividades técnicas e operacionais.

Entretanto, como explica o Portal do Franchising (2018), para gerir uma franquia de odontologia não precisa ser necessariamente o franqueado ser um dentista ou profissional da área. Qualquer investidor dedicado, com capacidade administrativa e competente pode gerir o negócio. Como mencionado anteriormente a rede de franquias oferece suporte e treinamento administrativo.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Este estudo foi uma pesquisa que se caracteriza como bibliográfica, em que o pesquisador busca obras já publicadas relevantes para conhecer e analisar o tema problema da pesquisa a ser realizada. Para Fonseca (2002), a pesquisa bibliográfica é realizada através do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas por meios escritos ou eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites.

Tratou-se de uma pesquisa qualitativa em que a realidade é verbalizada e os dados recebem tratamento interpretativo com interferência maior da subjetividade do pesquisador, pois a abordagem é mais reflexiva. O estudo também é descrito como pesquisa documental descritiva, pois através da coleta de dados e leitura dos mesmo foi apresentado as características da rede de franquias de clínicas odontológicas.

### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os baixos investimentos na saúde pública e elevada demanda do Sistema Único de Saúde (SUS), que oferece atendimento odontológico mínimo a uma população cada vez mais bem informada e exigente quanto a qualidade dos serviços prestados, tem acarretado a migração para os planos privados.

Essa necessidade dos pacientes tem sido vista como oportunidade para investir. Desse modo, a maneira de gerir clínicas e consultórios precisou ser aperfeiçoada. Assim, conforme a Associação Brasileira de Franchising informa, o setor de saúde nos últimos anos apresentou



crescimento e contribui consideravelmente para o PIB nacional, além de gerar novos postos de trabalho no país.

O propósito desta pesquisa foi estudar a franquia de clínica odontológica como oportunidade empreendedora, caracterizando as vantagens e desvantagens que necessariamente devem ser analisadas pelo empreendedor/investidor na tomada de decisão.

Este modelo de negócio embora seja promissor por ter assistência contínua e uma marca consolidada, que já vem experimentada e com prestígio no mercado, o franqueado durante toda a vigência do contrato além de ter que pagar as taxas relativas a franquia e *royalties*, deverá se submeter as decisões da franqueadora, limitando seu poder decisório.

Entretanto, além de ser um mercado em ascensão, o setor de saúde possui maior probabilidade de ser rentável reduzindo assim os riscos do investimento, que se administrados de maneira competente e comprometida o empreendimento poderá se tornar bem-sucedido.

## REFERÊNCIAS

ABF, Associação Brasileira de Franchising -. **Com faturamento de R\$ 185 bilhões, franquias superam perdas de 2020 e crescem 10,7% em 2021.** 2022. Disponível em: <https://www.portaldofranchising.com.br/noticias/com-faturamento-de-r-185-bilhoes-franquias-superam-perdas-de-2020-e-crescem-107-em-2021/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

ALBERGARIA, Felipe. **Franquias na área da saúde:** opções no mercado que nunca têm crise. opções no mercado que nunca têm crise. 2021. Disponível em: <https://encontresuafranquia.com.br/franquias-na-area-da-saude/>. Acesso em: 21 abr. 2022.

AMBONI, Patrícia Kuerten Rocha. **Comparação entre franquia e negócio independente face ao risco do negócio.** 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/124845/Contabeis294321.pdf?ssequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 8 abr. 2022.

APÓLICE, Revista. **Pandemia faz brasileiro manter desejo por um plano de saúde. 2021.** Disponível em: <https://www.revistaapolice.com.br/2021/06/pandemia-faz-brasileiro-manter-desejo-por-um-plano-de-saude/#:~:text=Avan%C3%A7ando%20de%2086%25%20em%202015,seu%20plano%20de%20sa%C3%BAde%20atual>. Acesso em: 22 abr. 2022.

BATISTA, Vera. Plano de saúde é o 3º desejo de consumo dos brasileiros. 2021. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2021/06/28/internas\\_economia,1281103/plano-de-saude-e-3-desejo-de-consumo-dos-brasileiros.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2021/06/28/internas_economia,1281103/plano-de-saude-e-3-desejo-de-consumo-dos-brasileiros.shtml). Acesso em: 22 abr. 2022.





BUSINESS, Saúde. **Cresce o número de brasileiros com acesso a plano de saúde. 2021.** Disponível em: <https://www.saudebusiness.com/mercado/cresce-o-numero-de-brasileiros-com-acesso-plano-de-saude>. Acesso em: 22 abr. 2022.

CAPRARIO, Sara. **Crescimento das franquias alcança R\$ 185 bilhões de faturamento em 2021.** 2022. Disponível em: <https://empreendedor.com.br/noticia/crescimento-das-franquias-alcanca-r-185-bilhoes-de-faturamento-em-2021/>. Acesso em: 21 abr. 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor:** empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para inovar e tocar seu próprio negócio. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **EMPREENDEDORISMO:** dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole Ltda, 2012. 332 p.

COSTA, Tiago Miranda. **Franquia de clínica odontológica x clínica própria:** vantagens e desvantagens!. vantagens e desvantagens!. 2021. Disponível em: <https://www.cloudia.com.br/franquia-de-clinica-odontologica/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando idéias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=oKlayz7rBVIC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=oKlayz7rBVIC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 8 abr. 2022.

EMPREENDER, Notícias. **Conceitos básicos do empreendedorismo e características do empreendedor.** 2019. Disponível em: <https://www.aciub.org.br/2019/01/07/conceitos-basicos-do-empreendedorismo-e-caracteristicas-do-empreendedor/>. Acesso em: 07 abr. 2022.

EXPO, Abf. **Investir em franquias é uma ótima oportunidade até para empreendedores inexperientes.** 2022. Disponível em: <https://www.abfexpo.com.br/pt/imprensa/noticias-do-franchising-2018/Investir-em-franquias-e-seguro-ate-para-empreendedores-inexperientes.html#:~:text=Com%20tudo%20isso%2C%20segundo%20a,de%205%25%20e m%2024%20meses..> Acesso em: 22 abr. 2022.

FABRETE, Teresa Cristina Lopes. **EMPREENDEDORISMO.** 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2019. 195 p.

FABRETE, Teresa Cristina Lopes. **Empreendedorismo.** 2. ed. São Paulo: Person, 2019. 195 p. MELO, Leandro Barros; AZEVEDO, Brian Castelli. **Empreendedorismo:** um estudo sobre franquias como opção de negócios. Revista Científica Eletrônica de Ciências Aplicadas da Fait, Itapeva, v. 1, n. 1, p. 1-9, 1 maio 2017. Disponível em: [http://www.fait.revista.inf.br/imagens\\_arquivos/arquivos\\_destaque/IE2IDFsItRrn8iP\\_2020-8-21-18-17-50.pdf](http://www.fait.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/IE2IDFsItRrn8iP_2020-8-21-18-17-50.pdf). Acesso em: 7 abr. 2022.

FONSECA, Gustavo. **Impulsionado pelo empreendedorismo, setor de franquias cresce em 2021.** 2022. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/96656/impulsionado-pelo-empreendedorismo-setor-de-franquias-cresce-em-2021#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20Associa%C3%A7%C3%A3o,ao%20mesmo%20per%C3%ADodo%20de%202020>. Acesso em: 21 abr. 2022.





FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FRANCHISING, Associação Brasileira de. Números do Franchising / Desempenho do setor. 2022. Disponível em: <https://www.abf.com.br/numeros-do-franchising/>. Acesso em: 21 abr. 2022.

FRANCHISING, Portal do. **Conheça 20 franquias de odontologia para investir e ter a sua própria clínica**. 2018. Disponível em: <https://www.portaldofranchising.com.br/franquias/franquias-de-odontologia-para-investir/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

FRANQUIA, Encontre Sua. **Mercado de franquias: conheça os dados mais recentes!**. 2022. Disponível em: <https://encontresuafranquia.com.br/mercado-de-franquias/#:~:text=Proje%C3%A7%C3%B5es%20do%20franchising%20para%202022,-Se%20o%20vi%C3%A9s&text=De%20acordo%20com%20a%20entidade,3.026%20marcas%20atuando%20no%20Brasil>. Acesso em: 8 abr. 2022.

FRANQUIAS, Inova. **A História das Franquias: Conheça a história das Franquias no Brasil e no mundo**. 2019. Disponível em: <https://www.inovafranquias.com.br/historia-das-franquias/#:~:text=Em%201987%2C%20foi%20criada%20a,e%20confian%C3%A7a%20para%20a%20modalidade>. Acesso em: 8 abr. 2022.

FRANQUIAZ. **Franquias de saúde: o guia absolutamente completo**. 2020. Disponível em: <https://www.franquiaz.com.br/franquias-de-saude-o-guia-absolutamente-completo/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

GRIEBLER, Carlos. **As principais tendências do mercado 2022: saiba como preparar sua rede para o caminho de sucesso no pós-pandemia**. 2022. Disponível em: <https://centraldofranqueado.com.br/franchising/tendencias-franchising-2022/>. Acesso em: 21 abr. 2022.

HISRICH, Robert D. et al. **Empreendedorismo**. 9. ed. São Paulo: Amgh, 2014. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=r-q\\_AwAAQBAJ&pg=PA2&hl=pt-BR&source=gbs\\_toc\\_r&cad=4#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=r-q_AwAAQBAJ&pg=PA2&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 07 abr. 2022.

IESS, Instituto de Estudos de Saúde Suplementar -. **Cresce a satisfação com o plano de saúde, aponta Vox Populi**. 2021. Disponível em: [Cresce a satisfação com o plano de saúde, aponta Vox Populi](#). Acesso em: 22 abr. 2022.

IESS. **Mais de 15,3 milhões de brasileiros sem plano odontológico nunca foram ao dentista**. 2022. Disponível em: <https://www.iess.org.br/press-release/mais-de-153-milhoes-de-brasileiros-sem-plano-odontologico-nunca-foram-ao-dentista>. Acesso em: 22 abr. 2022.

IESS. **Número de beneficiários de planos odontológicos cresce 10,1% em 12 meses 2021**. Disponível em: <https://www.iess.org.br/press-release/numero-de-beneficiarios-de-planos-odontologicos-cresce-101-em-12-meses>. Acesso em: 22 abr. 2022.





MORSCH, José Aldair. **5 PROBLEMAS DO SUS E ALTERNATIVAS AO PACIENTE**. 2021. Disponível em: <https://telemedicinamorsch.com.br/blog/problemas-do-sus>. Acesso em: 22 abr. 2022.

ODONTOCLINIC. **Conheça o panorama do crescimento do mercado de franquias no Brasil**. 2021. Disponível em: <https://empreenda.odontoclinic.com.br/mercado-de-franquias-no-brasil/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

ODONTOCLINIC. **Por que a franquia de clínica odontológica é um bom negócio?** 2021. Disponível em: <https://empreenda.odontoclinic.com.br/franquia-de-clinica-odontologica/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

PARAIBA, Sebrae. **Franquias: as vantagens e desvantagens de investir no modelo de negócio**. as vantagens e desvantagens de investir no modelo de negócio. 2021. Disponível em: <http://www.pb.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PB/franquias-as-vantagens-e-desvantagens-de-investir-no-modelo-de-negocio,bc7970f963387710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 22 abr. 2022.

PINTO, Cláudia Ribeiro. **A Franquia na Odontologia: as vantagens e desvantagens em relação ao negócio de marca própria**. As vantagens e desvantagens em relação ao negócio de marca própria. 2009. Disponível em: <https://www.clivo.com.br/wpp/wp-content/uploads/tese-de-mestrado-dra-claudia-pinto.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2022.

RÁDIO, Dvi. **VANTAGENS E DESVANTAGENS DE ABRIR UMA FRANQUIA ODONTOLÓGICA**. 2019. Disponível em: <https://www.dviradiologia.com.br/2019/05/03/vantagens-e-desvantagens-de-abrir-uma-franquia-odontologica/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

RAMOS, Vivi. **Entenda mais sobre o mercado de expansão na odontologia**. 2021. Disponível em: <https://missfit.blog.br/entenda-mais-sobre-o-mercado-de-expansao-na-odontologia/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

RIBEIRO, Adir et al. **Gestão Estratégia do Franchising: como construir redes de franquias de sucesso**. 2. ed. São Paulo: Dvs, 2013.

SALES, Vanessa Laura; OLIVEIRA, Isabel Cristina de. **Sistema de Franquias como uma oportunidade empreendedora: vantagens e desvantagens**. Vantagens e Desvantagens. 2019. Disponível em: <https://unifasc.edu.br/wp-content/uploads/2019/07/Artigo-prof.-Isabel-e-Vanessa-Contabilidade.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2022.

SANTOS, Alexandre David. **Comentários à nova lei de franquia: lei nº 13.966/2019**. São Paulo: Almedina Brasil, 2020. 224 p. Disponível em: [https://www.google.com.br/books/edition/Coment%C3%A1rios\\_%C3%A0\\_nova\\_lei\\_de\\_franquia\\_Lei/sm\\_2DwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1](https://www.google.com.br/books/edition/Coment%C3%A1rios_%C3%A0_nova_lei_de_franquia_Lei/sm_2DwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1). Acesso em: 9 abr. 2022.

SAÚDE, Qualidade em. **O que é Gestão Odontológica e como Aplicar na Clínica ou Consultório**. 2022. Disponível em: <https://qualidadeemsaude.com.br/gestao-odontologica/>. Acesso em: 22 abr. 2022.





SEBRAE. **Saiba mais sobre franquias.** 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/sebraeaz/saiba-mais-sobre-franquias,c9b83552a406c710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 22 abr. 2022.

SERTEK, Paulo. **Empreendedorismo.** Curitiba: Intersaberes, 2012. 240 p. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/6007/pdf/0?code=nJsxXsx6B48R49hSJ KOW3Zb/kUxKTUwBnXOPsImekRI2pM11Gv/0jVmHAAgfe2qJTGH/RhLxS6w8RDTLp5P7mQ==>. Acesso em: 8 abr. 2022.

SCHWARTZ, José Castro. **FRANQUIA DE A a Z: o que você precisa saber.** 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008. 96 p.

SILVIO FILHO,. **Por que o SUS é sobrecarregado?.** 2021. Disponível em: <https://www.sanarsaude.com/portal/carreiras/artigos-noticias/colunista-fisioterapia-porque-o-sus-e-sobrecarregado>. Acesso em: 22 abr. 2022.

SURYA, Marketing. **Quer abrir uma franquia odontológica? Conheça vantagens e desvantagens.** 2021. Disponível em: <https://blog.suryadental.com.br/franquia-odontologica/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

VERGA, E.; SOARES DA SILVA, L. F. **Empreendedorismo:** evolução histórica, definições e abordagens. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014.

VITÓRIA, Folha. **Impulsionado pelo empreendedorismo, setor de franquias cresce em 2021.** 2022. Disponível em: <https://noticias.r7.com/cidades/folha-vitoria/impulsionado-pelo-empendedorismo-setor-de-franquias-cresce-em-2021-20012022>. Acesso em: 21 abr. 2022.

