

EDIÇÃO ESPECIAL DE ANIVERSÁRIO

PEQUENAS

WWW.REVISTAPEGN.GLOBO.COM

Empresas & Negócios

25
anos

PRÊMIO EMPREENDEDOR DE SUCESSO

AS MENTES MAIS INOVADORAS DO MUNDO DOS NEGÓCIOS

E COMO VOCÊ PODE FAZER PARTE DESSE TIME

Cristiano Brega, 37 anos, sócio da fabricante de equipamentos Confiance Medical. Placas como a que ele tem no bolso vão render à empresa R\$ 13 milhões em 2013

25 oportunidades para abrir uma franquia internacional

COPA DO MUNDO

Como não perder dinheiro na hora do jogo

EXCLUSIVO

Romero Rodrigues, do Buscapé:
“Só inova quem tem coragem de fracassar”



EMPREENDEDOR DE SUCESSO

QUEM SÃO OS VENCEDORES 2013
— E COMO ELES INOVAM

Este é o momento de reconhecer a trajetória das empresas brasileiras que investiram em ideias criativas – e até se reinventaram – para ganhar mercado em 2013, um ano de crescimento tímido na economia. Em sua sétima edição, o prêmio Empreendedor de Sucesso destaca três categorias: Negócio de Alto Impacto, Startup e Negócio de Impacto Social. Em cada uma delas, há um vencedor e uma menção honrosa, eleitos por nossos jurados*. A empresa que recebeu o maior número de pontos entre todos os premiados é o Destaque do Ano. Vire a página e leia as reportagens de quem está fazendo história.

CURADORIA Marcelo Nakagawa

COORDENAÇÃO Renata Leal

EMBAIXADORES Ana Fontes, Anthony Eigier, Cândido Borges, Cassio Spina, Felipe Matos, Gustavo Goldenberg, Haroldo Korte, José Cunha Barbosa Grosso, Lucimar Dantas, Luis Villwock, Manoel Lemos, Marcel Fukayama, Marcelo Cazado, Marcelo Salim, Marcos Hashimoto, Marcus Linhares, Mario Augusto de Souza Nunes, Nei Grando, Pedro Mello, Rafael Boulhosa, Rafael Duton, Rodrigo Menezes e Sergio Wigberto Risola.

* JURADOS Carlos Miranda, Cassio Spina, Darcio Oliveira, Débora Fortes, Felipe Matos, Juliano Seabra, Marcelo Nakagawa, Marcos Coronato, Marcos Hashimoto, Ricardo Cianciaruso e Sandra Boccia.

**Destaque
do Ano**

NEGÓCIO DE ALTO IMPACTO
Confiance Medical

CIRURGIAS ELETRÔNICAS

POR MARISA ADÁN GIL

Quando decidiram fundar a Confiance Medical, em 2002, os sócios Cristiano Brega, 37 anos, Guarany Guimarães, 37, e Fernando Mágero, 34, entraram com R\$ 500 cada um. O dinheiro seria usado para comprar material de escritório para a sede da empresa — uma sala de 25 metros quadrados na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. “Como o Fernando não tinha o dinheiro, entrei com a parte dele. O problema é que até hoje ele não me pagou de volta”, brinca Guimarães. Na época, os fundadores haviam acabado de deixar para trás seus empregos em uma companhia de distribuição de equipamentos médicos do Rio.

Os amigos tinham formações diferentes: Brega, natural de Juiz de Fora (MG), fez administração de empresas; Guimarães cursou publicidade; e Mágero, engenharia eletrônica. Em comum, anos de experiência na área de venda e manutenção de aparelhos de videolaparoscopia — técnica que permite aos médicos realizar cirurgias abdominais com incisões mínimas, auxiliados por câmeras de vídeo. “Hoje, profissionais e pacientes valorizam intervenções menos invasivas, com cortes menores”, diz Brega.

No início, a Confiance Medical se dedicava apenas ao comércio e conserto desse tipo de produto. Com o tempo, porém, os sócios perceberam que poderiam criar uma marca própria. Nessa segunda fase, a dificuldade foi concorrer com as líderes do mercado: a alemã Karl Storz e as americanas Striker e Olympus. Em 2012, a empresa deslanchou, com um crescimento de 162% em relação a 2011. Neste ano, o faturamento deve chegar a R\$ 13 milhões — hoje, o negócio conta com um quarto sócio, Bruno Braga, 30 anos. “Ainda me surpreendo quando um médico prefere nossos aparelhos aos importados”, diz Brega. “É algo mágico”, afirma o fundador da Confiance Medical, empresa que levou o prêmio máximo do Empreendedor de Sucesso 2013: o Destaque do Ano.

MOMENTO DE DECISÃO A conquista do mercado nacional foi um desafio para os quatro empreendedores. “Passamos por momentos de insegurança e incerteza. Chegamos a pensar em desistir de tudo”, diz Guimarães. A fase mais conturbada aconteceu entre 2009 e 2011, quando a empresa abandonou o modelo de distribuição e manutenção de equipamentos e se transformou em fábrica. “Uma coisa é você trabalhar com marcas consagradas, fortes no mercado. Outra, bem diferente, é lançar seus próprios produtos”, afirma Brega.

Desde 2002, a Confiance Medical revendia três aparelhos usados na videolaparoscopia: a câmera, que serve para visualizar o interior da cavidade abdominal; a fonte de luz, que ilumina os órgãos internos; e o insuflador, que bombeia CO₂ dentro do corpo humano, criando um campo de trabalho para o cirurgião. Em 2004, Mágero reuniu em uma placa os componentes eletrônicos necessários para produzir uma fonte de luz totalmente nacional. “Foi aí que percebemos que poderíamos fabricar”, diz Guimarães. “Toda vez que examinava um aparelho, pensava em como poderia introduzir uma inovação ali”, afirma Mágero. “Eu sabia que éramos capazes.”

O que os sócios não imaginavam é que seriam necessários anos de burocracia e trabalho pesado até que a Confiance



CONFIANCE MEDICAL
O que faz Fabrica e vende equipamento para cirurgias em vídeo
Sede Rio de Janeiro (RJ)
Fundação 2002
Funcionários 27
Previsão de faturamento em 2013 R\$ 13 milhões





492%

FOI QUANTO CRESCEU
A CONFIANCE MEDICAL
ENTRE 2010 E 2013

65%

DOS HOSPITAIS DO PAÍS
NÃO TÊM EQUIPAMENTOS
DE VIDEO-LAPAROSCOPIA,
SEGUNDO ESTUDO FEITO
PELA CONFIANCE MEDICAL

Medical se adequasse às regulamentações e criasse um produto competitivo: a mudança de foco só se efetivou em 2009. "A ideia era que o comércio e o conserto de equipamentos importados, ainda no modelo antigo, financiassem a fábrica. Mas, como a mudança demorou mais do que o previsto, acabamos enfiando o pé na lama", diz Brega. Em 2010, quando passaram a investir apenas na marca própria, o faturamento caiu de R\$ 3,9 milhões para R\$ 2,6 milhões. Endividados, eles sofriam para pagar contas e salários. "Demos um prazo para a crise acabar. Se, até julho de 2011, a empresa não tivesse engrenado, íamos fechar", afirma Brega.

A PRIMEIRA VENDA Ao visitar os centros cirúrgicos cariocas em busca de clientes, Cristiano Brega e Guarany Guimarães ouviram muitas vezes a mesma pergunta: "Quem já comprou o equipamento de vocês?". Acostumados a trabalhar com marcas importadas, médicos e hospitais resistiam à ideia de experimentar um similar nacional. "Sabíamos que havia uma barreira de entrada para esse mercado. Só não imaginávamos que era tão alta", diz Brega.

A situação começou a melhorar quando a Confiance venceu uma licitação para fornecer aparelhos a um hospital militar do Rio, ainda em 2011. "A primeira venda é como o primeiro beijo", afirma Brega. "Precisa de muita conversa para chegar lá, mas depois fica tudo mais fácil." Na sequência, dois médicos cariocas conceituados se tornaram clientes e passaram a fazer propaganda boca a boca. "Eu e o Cristiano sentíamos que o clima estava mudando. Virei para ele e falei: 'Falta pouco, cara!', diz Guimarães. A decisão de fechar a empresa foi adiada por tempo indeterminado.

No final daquele ano, os sócios comemoraram a volta por cima: as vendas haviam se estabilizado e o faturamento havia superado os R\$ 5 milhões. Era o fim do pesadelo. "Quando olho para trás, vejo como fomos loucos", afirma Brega. "Foi preciso muita ousadia para entrar em um mercado dominado por alemães e americanos." Pesou o fato de possuírem know-how em um segmento altamente elitizado da área médica. "Sempre acreditamos que a área de cirurgia em vídeo tinha um enorme potencial de crescimento. O sucesso do negócio é resultado dessa visão", diz Guimarães.

IMPACTO SOCIAL Investir no setor de videolaparoscopia não foi apenas uma decisão estratégica. Ao fabricar equipamentos médicos de ponta, com preços mais acessíveis que os importados, a Confiance Medical queria ampliar o acesso do público a esse tipo de cirurgia. "Sempre tivemos o lado social em mente", afirma Guimarães. "Durante muito tempo, os procedimentos com vídeo estiveram disponíveis apenas para clientes dos hospitais de elite. A nossa entrada no mercado, em 2010, contribuiu para a redução dos preços", diz.

A técnica, usada em especialidades como ginecologia, urologia e proctologia, permite que as incisões tradicionais sejam substituídas por cortes de 5 a 10 milímetros, que permitem a passagem de câmera, insuflador e fonte de luz, além do instrumental cirúrgico. "A dor diminui, a cicatriz é menor e o tempo de recuperação é reduzido", afirma Brega. "Do ponto de vista dos hospitais, diminuem os gastos com internações. Sem falar no aumento da rotatividade, o que permite atender a mais pacientes", diz Brega.

Para difundir a prática, a empresa carioca realiza mutirões de fim

56%

dos brasileiros
gostariam de ver
mais inovações
tecnológicas na
área de saúde.
O dado faz parte
da pesquisa Intel
Global Innovation
Barometer, que
ouviu 12 mil
pessoas em oito
países entre julho
e agosto de 2013



“Quando olho para trás, vejo como fomos loucos. Foi preciso muita ousadia para entrar em um mercado dominado por alemães e americanos”

Cristiano Brega, sócio

de semana em hospitais públicos. Nessas ocasiões, os sócios emprestam equipamento e pessoal especializado, enquanto os hospitais públicos disponibilizam suas equipes — dessa maneira, é possível realizar até dez procedimentos por dia. “Depois de um mutirão na Santa Casa de Palmital, interior de São Paulo, o provedor do hospital me ligou para agradecer. Ele me disse que, sem nossa ajuda, seus pacientes jamais teriam acesso à cirurgia com vídeo. Esse tipo de retorno não tem preço”, afirma Guimarães.

SEM FRONTEIRAS Em 2013, a Confiance Medical realizou uma pesquisa para saber o tamanho do mercado brasileiro. “Nesse estudo, cruzamos o número de salas cirúrgicas existentes com a quantidade de equipamentos disponíveis. Pelas nossas contas, apenas 25% do mercado está abastecido”, diz Brega. Segundo ele, a empresa conta atualmente com 5% do *market share* — o objetivo é chegar a 20% até 2016.

Na opinião do empreendedor, o setor de fabricação de aparelhos médicos poderia prosperar bem mais, caso contasse com o apoio do governo. “Hoje, se precisamos importar matéria-prima, pagamos mais impostos do que o sujeito que importa o equipamento completo. Não queremos

pagar menos. A nossa luta é pela isonomia tributária”, afirma. Enquanto a diminuição das taxas não vem, a Confiance batalha para expandir as fronteiras de sua atuação. “No Rio, já temos uma presença forte nos centros cirúrgicos. Agora, precisamos replicar isso nos outros estados”, diz Brega. Segundo o fundador, o maior diferencial do negócio está no pós-venda. “Investimos em atendimento para bater os concorrentes estrangeiros.” Manutenção em tempo reduzido, troca de peças a custo baixo e empréstimo de instrumentos são alguns dos serviços oferecidos no Rio. A meta é oferecer essas práticas em todo o Brasil. “Estamos reestruturando o departamento comercial e treinando os nossos representantes para que façam a manutenção em seus estados.”

INovação e simplicidade Não é à toa que Fernando Mágero ganhou dos sócios o apelido de Professor Pardal. É dele que partem todas as inovações tecnológicas introduzidas nos aparelhos da Confiance Medical. “A gente traz os problemas, ele cria as soluções”, afirma Guimarães. A frase resume bem o processo criativo da empresa. Em contato direto com o cliente, Brega e Guimarães questionam os médicos sobre as



INSPIRAÇÃO NAS TELAS

Em momentos de dificuldade, os sócios da empresa carioca buscam exemplos em Hollywood. Conheça aqui seus filmes favoritos



À Procura da Felicidade (2006), com Will Smith

Baseado em uma história real, conta a trajetória de um empreendedor fracassado que se transforma em um dos investidores mais ricos do mundo. “Lembro de uma cena em que ele está jogando basquete com o filho, e diz ao menino que não vai conseguir ser um bom jogador”, diz Brega. “Diante do silêncio do filho, o pai ensina: ‘Nunca mais deixe ninguém falar que você não é capaz de fazer alguma coisa.’”



Um Sonho de Liberdade (1994), com Tim Robbins

O personagem principal é um contador condenado injustamente pelo assassinato da esposa. Na cadeia, ele conquista as autoridades com suas habilidades financeiras. “Adoro a cena em que ele pede cerveja aos policiais, mas não bebe — em vez disso, distribui para os colegas”, afirma Brega. “Uma vez, fiz uma festa no escritório e vi os estagiários se divertindo. Poder proporcionar isso a eles me deixou feliz.”



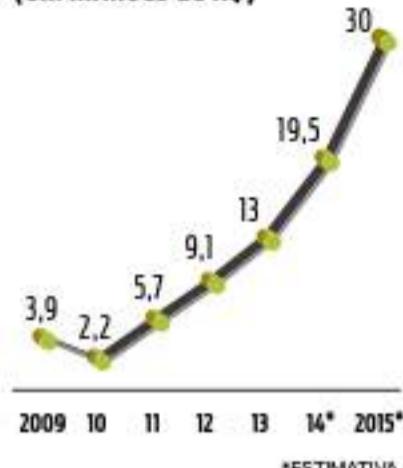
Fomos Heróis (2002), com Mel Gibson

Durante a guerra do Vietnã, o exército americano é cercado por milhares de soldados vietnamitas. Para incentivar seus homens, Mel Gibson pega a bandeira americana e parte para a linha de frente. “Fico impressionado com a maneira como os grandes líderes conseguem fazer com que os funcionários sigam suas instruções, mesmo diante de obstáculos intransponíveis”, diz Guimarães.



Homens de Honra (2000), com Cuba Gooding Jr.

O protagonista, de origem humilde, tem de lutar contra o preconceito para se tornar um mergulhador da marinha americana. “Ele persegue seu objetivo até o fim, como todo empreendedor. Se tivesse parado para pensar nas dificuldades, nunca chegaria lá”, afirma Mágero.

Evolução do faturamento
 (em milhões de R\$)


300 CLIENTES EM TODO O PAÍS JÁ COMPRARAM APARELHOS DA EMPRESA CARIOLA

dificuldades enfrentadas na sala de cirurgia. Depois, levam as solicitações para Mágero e Braga, que se empenham em encontrar alternativas. "As ideias não surgem do nada. Se não houver uma ligação direta com uma demanda dos usuários, a inovação cai no vazio. Já joguei ideias fora porque percebi que ninguém pagaria por aquilo", diz Mágero.

Quando um médico se queixou do barulho excessivo feito pelo insuflador, o especialista foi atrás de opções mais silenciosas. "Durante uma feira médica, uma enfermeira mediu a minha pressão com um aparelho digital. Na hora, percebi que não fazia nenhum barulho." Ele então desmontou o instrumento e tentou a mesma tecnologia no insuflador. "Deu certo. Os médicos adoraram."

Na opinião de Brega, as melhores ideias quase sempre são as mais simples. "As pessoas costumam achar que inovação está relacionada a investimento. Se fosse assim, como eu poderia correr com a Striker, que gasta R\$ 300 milhões por ano em pesquisa e desenvolvimento? Inovar

é fazer diferente — de preferência, da maneira mais óbvia possível", afirma o empreendedor.

A última criação de Mágero e Bruno Braga são os aparelhos com visor *touch screen*, mais funcionais e fáceis de operar. "Acredito que essa tecnologia vai nos ajudar a crescer em 2014", diz. Outro projeto que deve ficar pronto no próximo ano é a sala de cirurgia inteligente, que integra o centro cirúrgico ao banco de dados central do hospital. Com esse projeto, a empresa foi uma das vencedoras do Inova Saúde, um programa da Finep — Agência Brasileira de Inovação, BNDES e Ministério da Saúde. "Já estávamos desenvolvendo o equipamento. Com a subvenção, vamos acelerar a produção", diz Guimarães.

DE ESTAGIÁRIO A SÓCIO DA EMPRESA

Mágero: "Um dia, o Bruno chegou ao escritório cabisbaixo. Perguntei qual era o problema, e ele me disse que o pai o estava pressionando para mudar de emprego. Mesmo com várias propostas de multinacionais para ganhar mais, ele preferiu ficar na Confiance".

Braga: "Eu sempre acreditei no que fazíamos. Desde cedo, tive liberdade para executar as coisas do meu jeito. Sabia que poderia crescer junto com o negócio".

Guimarães: "A persistência do Bruno foi recompensada. De estagiário, virou técnico e supervisor. Daí foi trabalhar com o Fernando no desenvolvimento de produtos. Por fim, o convidamos para virar sócio, em 2012".

Brega: "O mais impressionante é que, quando o Bruno virou sócio, não mudou em nada a sua postura. Continuou trabalhando até tarde, se esforçando ao máximo, demonstrando comprometimento total. Ou seja, ele sempre foi só-

R\$ 2,2 bilhões

foi quanto faturou o setor de fabricação de equipamentos médicos no país em 2012, segundo a Abimo (Associação Brasileira da Indústria de Artigos e Equipamentos Médicos, Odontológicos, Hospitalares e de Laboratórios). No ano anterior, a receita havia sido de R\$ 1,9 bilhão

cio. Assistir ao seu progresso dentro da empresa é uma das coisas mais gratificantes que eu já fiz".

SEM TEMPO PARA RELAXAR Em janeiro de 2014, Guarany Guimarães vai tirar férias pela primeira vez. "Em 12 anos de empresa, nunca deixei de trabalhar durante um período produtivo. Viajava somente nos feriados", afirma. "Desta vez, a família me convenceu." Conciliar as longas horas de trabalho com as demandas familiares é uma das maiores dificuldades. "Perdi uma namorada durante a crise da Confiance. Ela não entendia como eu podia dedicar tanto tempo a um negócio que não estava dando certo", diz Guimarães. Na época, um namoro de Cristiano Brega chegou ao fim pelo mesmo motivo. "Ela achava que eu não tinha ambição", afirma.

Hoje, casados e felizes (Cristiano vai ser pai pela primeira vez em breve), os fundadores não se arrependem de nada. "Houve momentos em que pensei: se estivesse em uma multinacional, ganharia mais dinheiro. Mas não teria a satisfação que sinto hoje", diz Guimarães. Cristiano Brega concorda. "O reconhecimento que estamos recebendo compensa todas as batalhas do passado", afirma. "Mas não acho que tenhamos feito nada extraordinário. Arriscamos um pouco mais do que a maioria, é verdade. Se a nossa trajetória inspirar outras pessoas a empreender, tudo terá valido a pena."

Atualmente, o fundador divide seu tempo entre as jornadas de 12 horas na Confiance Medical e o MBA em finanças que cursa no Ibmec-Rio. Doze anos depois de ter alugado a primeira sede do negócio, na Barra da Tijuca, ainda não sabe o que é tirar férias. "Nunca fiquei longe da empresa por mais de uma semana. Quem sabe um dia eu consigo..." >

5 DICAS PARA UM NEGÓCIO DE ALTO IMPACTO

Os sócios da Confiance Medical dão suas sugestões para criar um negócio com forte potencial de crescimento

Mantenha o foco

"Quando a empresa cresce com muita rapidez, surgem oportunidades para se diversificar. Resista à tentação de achar que a nova ideia é o negócio da sua vida. O negócio da sua vida é aquele no qual você já está concentrado, e no qual pode se tornar o melhor do mundo. É fundamental saber o que você quer fazer, mas principalmente determinar o que não vai fazer. Na hora em que você estabelece isso, o empreendimento decola."

Encontre pontos de referência

"Para que seu produto inovador ganhe espaço no mercado, procure clientes que sirvam como pontos de referência. Depois que conseguimos conquistar dois médicos conceituados do Rio de Janeiro, o resto do mercado se mostrou mais disposto a testar nosso equipamento. Acreditamos mesmo que esses profissionais foram os maiores responsáveis pelo nosso crescimento na cidade."

Não pense em dinheiro

"Não crie expectativas em relação aos ganhos financeiros. Em uma empresa que lida com tecnologia de ponta, pode demorar anos para o retorno chegar. Empreenda por amor, por loucura, seja lá pelo que for, mas não por dinheiro. A ambição material, sozinha, não será capaz de gerar a perseverança necessária para seguir com o negócio."

Assuma os riscos

"Tenha disposição para encarar todos os perigos — inclusive o de ficar sem salário por um longo tempo. Pode falar com seus amigos e familiares sobre isso. Para quem não conhece o universo do empreendedorismo, pode ser muito difícil entender por que você trabalha até 18 horas por dia e não recebe um salário no final do mês."

Mire a necessidade do cliente

"Observe com atenção os seus clientes e os problemas que eles enfrentam. Depois, comece a pensar nas possíveis soluções. Pode ser que você dê 30 tiros na água, mas pelo menos um deles vai vingar. Parta desse primeiro protótipo para introduzir inovações que agreguem valor ao seu produto. Mas lembre-se: essas mudanças devem estar de acordo com as necessidades dos clientes, caso contrário irão cair no vazio."