



O senhor das lentes e do laser

Jarbas Castro Neto e seus quatro sócios têm produtos em mais de 100 países e colecionam selos de qualidade dentro e fora do Brasil

Por **Katia Simões**
Foto **Daniela Toviansky**



VISUAL DESPOJADO, SORRISO aberto, um leve sotaque e os olhos voltados para os contornos da cidade de São Carlos, no interior paulista, que ele vê de sua mesa de trabalho. É assim que o mineiro Jarbas Caiado de Castro Neto, 54 anos, preside a Opto Eletrônica, apontada como uma das empresas mais inovadoras do país e referência internacional em equipamentos ópticos. Sentado em sua sala envidraçada,

Castro Neto avista as três principais universidades da cidade, entre elas o campus da USP — onde se formou em Física. A Opto brotou de experimentos com laser feitos justamente ali, na USP, em 1985. A empresa ganhou corpo e soube, como poucas, colocar a ciência e a pesquisa a serviço dos clientes. Em razão de sua longa experiência e desempenho, a Opto foi considerada pelo júri do I

Castro Neto, presidente da Opto, no laboratório de São Carlos: a lente que ele segura, de alta tecnologia, será instalada num satélite brasileiro

Prêmio Empreendedor de Sucesso, uma empresa especial. "Criamos a categoria Hors-Concours, já que se trata de um negócio com duas décadas de existência, com alto grau de inovação e um

exemplo a ser seguido", diz José Augusto Corrêa, fundador e coordenador do Centro de Empreendedorismo da FGV.

A Opto reúne cinco sócios, todos físicos: Antonio Fontana, Mario Stefanie, Djalma Chinaglia, Nelson Maurici Antonio e Jarbas Caiado de Castro Neto. Eles transformaram idéias inovadoras em produtos de uso diário, tanto para as indústrias, como para profissionais liberais, principalmente os da classe médica. Seus produtos são encontrados em mais de 100 países e possuem selos de qualidade dentro e fora do Brasil. A Opto é uma das primeiras empresas do setor a receber as certificações ISO 9000 e ISO 13485 (relativa à área médica). Seu faturamento no ano passado foi de R\$ 45 milhões e a expectativa é ultrapassar os R\$ 47 milhões em 2007.

Hoje, a Opto é a única representante nacional a participar do projeto dos dois satélites brasileiros que entrarão em órbita em 2009. As lentes das poderosas câmeras sairão dos laboratórios de São Carlos. O projeto, que consumirá quatro anos de trabalho, já exigiu investimentos de R\$ 80 milhões e transformou a rotina da empresa. "Você já imaginou desenvolver um produto de altíssima tecnologia, →



>> CAPA



✦ A Opto Eletrônica investe em média 4% do seu faturamento anual em projetos de inovação, equipamentos de ponta e treinamento, o que lhe garante padrão e qualidade internacionais

OPTO ELETRÔNICA

O QUE FAZ:
Desenvolvimento, produção e comercialização de produtos que associam altas tecnologias de óptica e eletrônica

ANO DE FUNDAÇÃO:
1985

SEDE:
São Carlos, SP

FUNÇÃOÁRIOS:
336

FATURAMENTO 2006:
R\$ 45 milhões

FATURAMENTO 2007:
R\$ 47 milhões
(previsão)

mandá-lo para o espaço e não poder oferecer qualquer tipo de assistência técnica?”, pergunta Castro Neto. “Pois é exatamente esse conceito que aprendemos a assimilar, já que precisamos simular todas as dificuldades, a fim de neutralizar qualquer problema.” O resultado é que a Opto transferiu parte do conhecimento adquirido com os estudos aeroespaciais para todas as suas divisões, elevando ainda mais seus níveis de eficiência e qualidade.

“Trabalhar apenas na fronteira tecnológica agrega conhecimento à equipe e reconhecimento à empresa, mas não sustenta o negócio”, afirma Castro Neto. “Um dos segredos que ajudou a Opto a vingar foi saber associar as pesquisas de ponta com o desenvolvimento de produtos.” Para esse cientista, que se tornou doutor em Física Atômica aos 27 anos pelo MIT, de Boston, nos Estados Unidos, a inovação só gera riqueza quando chega ao mercado. “É assim que os americanos pensam, e não estão errados. Eles medem o valor da ciência pelo retorno que ela dá”, diz. “Ainda estamos

muito distantes dessa mentalidade no Brasil.”

Foi com os olhos no mercado global que a Opto, desde os primeiros tempos, fez da inovação um diferencial importante na geração de capital. De lá saíram, por exemplo, o primeiro leitor de código de barra para uso em supermercados; um medidor à distância a laser para controle de pneus; um microscópio cirúrgico oftálmico, exportado para todo o mundo; refletores odontológicos; equipamentos para exames de retina, laser para aplicações oftalmológicas, lentes anti-reflexo para óculos; sistemas de detecção a laser para a área de defesa militar e componentes aeroespaciais. As últimas novidades, revela Mario Stefanie, responsável pelo departamento de Produção e Desenvolvimento, incluem a cobertura autolimpante para lentes oftalmológicas e um laser especial para o tratamento de degeneração da visão relacionada à idade.

A Opto, segundo seu presidente, investe em média 4% do seu faturamento anual em pesquisas. É uma das poucas empresas a manter parceria com as principais



“Os EUA medem o valor da ciência pelo retorno que ela dá. Ainda estamos longe dessa mentalidade no Brasil”

universidades do país e do exterior. O objetivo é ganhar o mercado externo e se tornar uma empresa verdadeiramente global. Para tanto, implantou duas bases fora do Brasil: a Opto-USA, em 2002, e a Opto-Global, em 2005. “Temos hoje um conteúdo tecnológico ímpar, expressão no mercado nacional e a liderança nos setores onde atuamos”, diz Castro Neto. “Restamos trabalhar firme para vencer no exterior e ganhar espaço na área de equipamentos médico-oftalmológicos”.

Castro não esconde, porém, que a empresa amargou maus bocados até atingir o patamar de excelência de hoje, justamente pela formação acadêmica de seus sócios. “Como físicos, sempre tivemos dificuldade para entender a necessidade de se aplicar tanto dinheiro em algo intangível como marketing”, afirma. Para driblar a falta de conhecimento, os sócios recorreram a profissionais da área e não se arrependem de terem assumido a dificuldade com rapidez.

NA PRÁTICA

Um dos principais escorregões da Opto, na visão de Castro Neto, aconteceu logo nos primeiros tempos. Os sócios planejaram uma empresa capaz de produzir 30.000 equipamentos de laser à base de hélio e neônio, ignorando o fato de tal tecnologia ser desconhecida no Brasil. Mais recentemente, outro desliz: a empresa

comprou um pacote de tratamento anti-reflexo da Suíça para uso em lentes de óculos. O tal produto, porém, não estava adaptado ao clima brasileiro. Resultado: em seis meses as lentes ficaram craqueladas e a Opto perdeu um ano de produção, além de ter a sua imagem arranhada. “Dói, custa tempo e dinheiro, mas os erros ensinam”, diz Castro Neto. “O segredo é usar o conhecimento e reagir rápido.”

Longe de gabar-se pelo pioneirismo e pelos acertos, Castro Neto gosta mesmo é de contar os tropeços, para que eles sirvam de exemplos para outros. Em meio a risadas, revela que foi obrigado a trocar toda a equipe de vendas instalada no escritório de São Paulo. Sabe por quê? Embora competentes, todos os vendedores tinham um sotaque caipira carregado. E tecnologia de ponta não combina com o jeito de falar do interior. “Qual cliente levaria a sério quem fala ‘pooorta’ e ‘pooorteira’? Nenhum, claro”, declara o presidente. “Voltaram todos para casa.”

Disposto a abrir o capital da Opto nos próximos três anos, Castro Neto acredita que o segredo do sucesso das empresas de tecnologia não está apenas nas grandes descobertas, mas na valorização e no estímulo do potencial humano. “A melhor receita é aquela que consegue unir o cientista, dono de grandes idéias nunca implementadas, com o burocrata, que não sabe criar, mas sabe viabilizar e está louco para obter resultados.” <