

Referência em qualidade e atendimento humanizado



Nome da empresa (fantasia): Urostar - Centro Integrado de Urologia

Nome dos empresários: Marco Antônio Salgueiro Júnior, Clayton Lagoa Bellej, Leonardo Chiesse

Cidade: Volta Redonda

Setor econômico: Saúde



A Urostar é uma clínica médica especializada em urologia que está situada no município de Volta Redonda e é gerida por três médicos empreendedores.

Atualmente, a clínica é referência regional no segmento, mas a história da Urostar nem sempre foi de sucesso e inovação. Em 2005, quando Dr. Marco Antônio e o Dr. Clayton se uniram para fundar a clínica, ela tinha outro nome e funcionava em outro município. Recém-saídos de suas especializações em urologia, eles se viram diante da oportunidade de ter um negócio próprio, mas não tinham, ainda, uma visão empreendedora.

Desde o início, os sócios sabiam que queriam ter um negócio próspero e relevante, mas, imersos em suas áreas técnicas, não se dedicavam tanto à gestão estratégica da empresa, apesar de terem ciência de que esse era um fator importante que os levariam onde tinham planos de chegar: ser referência regional em atendimentos médicos e exames.

Entender de gestão estratégica é o que faz a diferença

Desde o início, a Urostar contava com funcionários para ajudar nas atividades diárias administrativas e de atendimento. O bom trabalho realizado trouxe resultados. Logo surgiu a primeira oportunidade de crescimento. Em 2008, já em Volta Redonda, a Urosul, primeiro nome dado a clínica pelos médicos, contava com duas salas em um dos principais prédios comerciais da cidade e um volume de atendimentos expressivo.

Com o desenvolvimento do negócio, Dr. Marco e Dr. Clayton sentiram a necessidade de buscar mais

conhecimento em gestão, a fim de reforçarem o espírito empreendedor e focar na gestão da clínica, melhorando suas estratégias para crescer. Então, ambos iniciaram pós-graduações na área de gestão de consultórios em instituições de renome nacional.

Durante essa jornada em busca de conhecimento gerencial, os sócios conheceram o Dr. Leonardo, que tinha o mesmo *mindset* de crescimento e empreendedorismo que eles. Assim, em 2016, Dr. Leonardo se juntou ao time de sócios da clínica também na especialidade de urologia.

A clínica passou a ocupar cinco salas e mais funcionários foram agregados à equipe. “O negócio continuava crescendo, mas não tínhamos perna para dar conta de tudo”, declarou Dr. Clayton. Então era chegado o momento de os sócios tomarem decisões em conjunto para que o negócio continuasse a crescer, tanto no âmbito operacional quanto no estratégico.



Desafios superados e conquistas

Para aprimorar a gestão do negócio, em 2020, a clínica entrou no projeto de Encadeamento Produtivo da Unimed VR, em parceria com o Sebrae Rio. Os cursos e consultorias ajudaram a organizar mais a operação da clínica e dar embasamento para tomadas de decisão.

A primeira reestruturação foi a financeira: “Passamos a enxergar melhor o negócio. O crescimento do faturamento foi uma consequência natural”, explica Dr. Marco Antonio. Em poucos meses de acompanhamento financeiro adequado, o faturamento da clínica aumentou R\$38 mil. A visão mais realista dos números trouxe mais engajamento dos sócios na gestão. Viram que, com as finanças saudáveis e a boa margem de lucro, a própria empresa poderia financiar boa parte da nova expansão

O próximo passo foi investir em estratégias de *marketing*, com a ferramenta Sebraetec. Em 2021, o nome mudou para Urostar, com nova identidade visual e novo *design*, espaço físico mais amplo e moderno, além processos mais tecnológicos.

A clínica passou a oferecer exames para aumentar o faturamento, já que o volume de consultas era limitado com a agenda dos três médicos comprometida por mais de 60 dias. “Os exames podem funcionar sem a gente, basta termos outros profissionais que operem os equipamentos”, explica Dr. Leonardo. “Aumentamos nossa receita sem depender de nossa mão de obra. Com essa estratégia passamos de uma média de

20 procedimentos e exames mensais para 34", completa Dr. Clayton.

Outro ponto trabalhado foi a insatisfação dos pacientes sobre o tempo de atendimento e a dificuldade de contato com a clínica. A Urostar investiu em tecnologia, comprando um sistema para gerenciar o tempo de atendimento da recepção até a consulta médica, que reduziu bastante as reclamações. O tempo de atendimento do cliente passou a ser métrica de gestão da clínica, monitorada mensalmente nas reuniões estratégicas. Foram contratados funcionários para a recepção e atendimento via *whatsapp*, o que permitiu retornar no mesmo dia a mensagem do cliente com a marcação da consulta ou exame.

Procuraram novamente o Sebrae em 2023 para investir na equipe, que já contava com nove funcionários. Com a consultoria de gestão de pessoas, esta área passou a ser um ponto estratégico. Com *turnover* muito alto, contrataram uma empresa de RH para recrutamento e seleção. Contratar funcionários com perfil correto para a clínica diminuiu a rotatividade. O próximo desafio é a retenção desses talentos, objetivo estratégico para 2024. "Se o Sebrae nos ajudou tanto, com certeza poderá contribuir com o desenvolvimento de nossos colaboradores", afirma Dr. Clayton.

O crescimento não pode parar

Mesmo com tantos desafios superados, a Urostar ainda tem metas e objetivos a serem alcançados. Dr. Clayton e Dr. Leonardo contam com entusiasmo os planos para os anos seguintes: "queremos investir em planejamento estratégico, melhorar nossos números e expandir nosso negócio, contando com o Sebrae, claro! Alcançamos o objetivo que traçamos lá em 2008: sermos referência em inovação, atendimento e qualidade na região. Agora, queremos crescer para além do Sul do Estado, até mesmo em formato de franquia", planejam os três sócios.

A gestão estratégica agora faz parte da rotina dos médicos que se tornaram excelentes gestores e agradecem ao Sebrae por isso. Juntos, eles fazem da Urostar o caso de inspiração para colegas de profissão e empreendedores no ramo de saúde e bem-estar!





PERFIL DA AUTORA

Júlia Almeida Corrêa trabalha no Sebrae desde 2012, na Coordenação do Escritório Regional do Médio Paraíba. Atua como analista de negócios, com foco no setor de comércio e serviço e negócios de inovação. É pós-graduada em Marketing Empresarial e Gestão de Pequenos Negócios. Graduada em Comunicação Social, com ênfase em publicidade e propaganda.

Júlia escolheu escrever sobre essa empresa pelo engajamento com o Sebrae e os resultados alcançados nesses 3 anos de relacionamento com Sebrae.

