

Desafio da Integração - 27/12/2021

Valor Grandes Grupos (Valor Econômico) - SAO PAULO-SP

CM/Coluna: - CM2: 1 Audiência: 0 Retorno de mídia: R\$ 1.004,71

mento social, quase três milhões de mulheres deixaram de fazer seus exames nas unidades. Mas ações com o uso de inteligência artificial e uma equipe focada na comunicação conseguiram trazer de volta 310 mil delas.

A companhia Claro de telecomunicações ocupa o sétimo lugar entre os grandes grupos na área de serviços, com patrimônio líquido de R\$ 20,6 bilhões. "Apesar de atípico em decorrência dos efeitos da pandemia, 2020 foi um ano de destacado desempenho financeiro", afirma Roberto Catalão, vice-presidente de finanças e administração da Claro. "A receita líquida total cresceu 1,7% no acumulado do ano, com destaque para as receitas móvel e banda larga residencial, que aumentaram, respectivamente, 12,3% e 10% no ano."

De acordo com Catalão, a evolução continua, fechando o período de janeiro a setembro de 2021 com receita líquida de R\$ 29,3 bilhões, mais 0,7% em relação ao mesmo período do ano anterior. Destaque para o incremento de 8,9% na receita líquida de serviços móveis. A Claro, diz ele, segue liderando o mercado de banda larga residencial, com 24,9% de market share em julho de 2021. A Claro box tv, lançada em janeiro de 2021, atingiu 190 mil assinantes. No segmento corporativo, há crescimento em algumas linhas como o cloud, plataforma de conectividade com internet, banda larga móvel e M2M/lot.

Diante das dificuldades dos consumidores, a

Desafio da Integração - 27/12/2021

Valor Grandes Grupos (Valor Econômico) - SAO PAULO-SP

CM/Coluna: - CM2: 1 Audiência: 0 Retorno de mídia: R\$ 1.004,71

empresa diz ter adotado diversas iniciativas, citando a flexibilização de suas políticas de cobrança e o incremento do nível de digitalização, de forma que os clientes pudessem se manter conectados e usufruindo dos serviços em um momento crítico.

A Cruzeiro do Sul Educacional é a quinta colocada na área de serviços, com aumento de 29,9% na receita de 2020 sobre 2019. O grupo contabilizou nos primeiros nove meses deste ano uma receita bruta de R\$ 3,4 bilhões, mais 24% ante o mesmo intervalo de 2020. O crescimento é decorrente das aquisições das universidades Positivo, do Paraná, e Braz Cubas, de São Paulo, ocorridas no primeiro trimestre de 2020. Já os bons resultados de 2021 são atribuídos "à fortaleza das marcas do grupo e à ampla oferta de cursos". "Graças a esses fatores, conseguimos igualar nossa captação de alunos no presencial, comparando com o mesmo período em 2020, atingindo 49 mil novos alunos", diz Fábio Fossen, CEO da Cruzeiro do Sul Educacional.

Hoje, o grupo conta com 360 mil alunos, 62,8% no ensino a distância (EAD) e 37,2% no presencial. "A educação a distância ganhou força nos últimos anos e tem se tornado o principal protagonista na vida de milhões de pessoas, que desejam investir em sua carreira, sem abrir mão de maior flexibilidade e facilidade de acesso ao aprendizado, à otimização de tempo com reconhecimento garantido no

Desafio da Integração - 27/12/2021

Valor Grandes Grupos (Valor Econômico) - SAO PAULO-SP

CM/Coluna: - CM2: 1 Audiência: 0 Retorno de mídia: R\$ 1.004,71

mercado." Em 2020, o grupo anunciou a abertura de capital. A Engie Brasil, multinacional do setor de energia, enfrentou duas crises ao mesmo tempo: covid-19 e hídrica. Fez bem o dever de casa e sua receita de 2020 atingiu R\$ 21,95 bilhões, mais 38% sobre 2019, ocupando o terceiro lugar na área de serviços. "Tivemos o cenário hidrológico mais desafiador dos últimos 91 anos", afirma Maurício Balarin, CEO da companhia. "A ameaça das represas vazias só veio fortalecer nossa estratégia de diversificação

dos negócios. Seguimos focados na estratégia de crescer em renováveis, de operar de forma eficiente nossos ativos, investir no setor de linhas de transmissão e transporte de gás natural, além de oferecer soluções energéticas para empresas e cidades que contribuem para um mundo neutro em carbono."

Vários fatores estão por trás do bom desempenho, diz o executivo. A produção de energia elétrica nas usinas operadas pela Engie, o avanço na implantação de novos projetos no segmento de transmissão e renováveis, assim como esforços na cadeia de gás natural e importantes pipelines de projetos em desenvolvimento. Ele destaca, entre outras, as duas linhas do Sistema de Transmissão Gás Azul (PR), com mil quilômetros (km), e o Projeto Novo Estado, entre Pará e Tocantins, com mais de 1,8 mil km de extensão. Em outra frente, aponta os projetos de geração de energia

Desafio da Integração - 27/12/2021

Valor Grandes Grupos (Valor Econômico) - SAO PAULO-SP

CM/Coluna: - CM2: 1 Audiência: 0 Retorno de mídia: R\$ 1.004,71

eólica Campo Largo II, em Umburanas e Sento Sé (BA), que atingiram 100% de sua capacidade instalada de 361,2 MVV em operação comercial.

Desafio da Integração - 27/12/2021

Valor Grandes Grupos (Valor Econômico) - SAO PAULO-SP

CM/Coluna: - CM2: 1 Audiência: 0 Retorno de mídia: R\$ 1.004,71

DESAFIO DA INTEGRAÇÃO

A proposta é uma medicina integral e humanizada, porque a fragmentação é ruim para todos

Por Rosângela Capozoli

Por trás de todo grande grupo, há uma estratégia que explica seu sucesso. A Dasa, empresa de saúde que ocupa o topo do ranking Valor Grandes Grupos, quer ser mais que um modelo de boa gestão financeira. Quer reinventar o sistema de saúde privada, revolucionando o modelo atual, integrando os serviços e as informações que hoje estão fragmentadas. “O desafio está em fazer a gestão da saúde das pessoas ao longo de toda a vida, e assim gerando valor ao longo da vida”, diz Sergio Ricardo Santos, diretor de estratégia, jurídico e ESG da Dasa.

A companhia tem as credenciais para falar em sistema integrado porque comanda uma rede de 900 unidades diagnósticas, 16 hospitais, cuidando da saúde de 19 milhões de brasileiros, por meio de uma rede de 59 marcas. No conjunto, a Dasa é hoje a maior empresa de medicina diagnóstica da América Latina e a segunda maior rede independente de hospitais do Brasil.

Em seu crescimento orgânico, tem feito esforços para ganhar eficiência dentro de todas as operações instaladas, porque as marcas têm uma reputação consolidada. “Há um esforço grande de concentração em torno da marca Dasa, ou seja, a criação de um ecossistema único em torno de uma única marca.”

O ano de 2021 é avaliado como importante para o avanço da nova estratégia, desde os IPOs bem-sucedidos até as várias aquisições. “Entre janeiro e novembro deste ano, foram dez deals expressivos, entre closing

e signing”, afirma. Outro diferencial é a formação de um grupo voltado apenas para esse novo modelo de saúde. “São cem profissionais trabalhando exclusivamente para a construção do que é essa nova experiência em saúde, um grupo com alta tecnologia, experiência intuitiva e atitude à frente do tempo”, diz Santos.

Outro ponto dentro do desenvolvimento orgânico é a construção de uma plataforma digital que trabalha junto desse ecossistema, o NAV. Trata-se de “uma plataforma de saúde integral, para cuidar da saúde de cada um, por inteiro, a todo momento e por toda a vida”.

A proposta é oferecer uma medicina integral, inteligente e humanizada. “Nos-

sa evolução também está fundamentada em uma jornada completa de saúde, que conta com o aporte de business intelligence para gerar informações que apoiem as decisões clínicas, proporcionando uma medicina mais preditiva, personalizada, acessível e com base em um modelo mais sustentável, sem desperdícios”, diz Andrew Campbell, diretor de relações com investidores da Dasa.

Para 2022, a companhia quer consolidar o crescimento iniciado neste ano, de olho nos planos de saúde bancados por empresas. “Queremos ser parceiros das companhias na busca por soluções que tragam mais saúde e sustentabilidade para o setor”, afirma Santos.

A intenção é avançar, sem perda de tempo, na construção de um ecossistema tanto hospitalar como diagnóstico. “Temos um foco grande na expansão rápida do complexo hospitalar no país inteiro. Já avançamos muito, a meta é avançar ainda mais”, diz Santos.

A estratégia da Engie Brasil, terceira colocada no ranking Valor Grandes Grupos, vai ao encontro das demandas energéticas do país. “Enxergamos que o Brasil caminha para uma matriz energética cada vez mais diversificada, com o avanço de fontes como eólica e solar, bem como o transporte de gás natural e a produção de hidrogênio verde”, diz Maurício Bähr, CEO da Engie Brasil.

O acerto dessa estratégia, que se revela nos 38% de crescimento da receita de 2020 sobre a do ano anterior, será reforçado

20 maiores da área de serviços

Grupo	Sede	Origem do capital	Receita em 2020 (R\$ milhões)
1 Telefônica	SP	Espanha	63.195,4
2 Enel	RJ	Itália	55.492,6
3 Claro	SP	México	48.636,6
4 CPFL Energia	SP	China	45.362,9
5 Neoenergia	RJ	Espanha	44.270,0
6 Cemig	MG	Brasil	36.949,4
7 Eletrobras	RJ	Brasil	35.228,2
8 Energisa	MG	Brasil	29.737,4
9 Brookfield	RJ	Canadá	29.039,3
10 Copel	PR	Brasil	25.939,8
11 Amil	SP	Estados Unidos	25.756,3
12 TIM	RJ	Itália	24.346,1
13 Equatorial Energia	DF	Brasil	23.430,2
14 EDP Brasil	SP	Portugal	20.506,0
15 Light	RJ	Brasil	20.242,2
16 Grupo Globo	RJ	Brasil	15.852,3
17 Rede D'Or	SP	Brasil	15.776,6
18 Engie Brasil	RJ	França	14.319,7
19 Celesc	SC	Brasil	13.629,2
20 Cleo	SP	Brasil	12.273,4

Desafio da Integração - 27/12/2021

Valor Grandes Grupos (Valor Econômico) - SAO PAULO-SP

CM/Coluna: - CM2: 1 Audiência: 0 Retorno de mídia: R\$ 1.004,71

SERVIÇOS

para 2022. Por conta da matriz limpa e renovável priorizada pelo país, a companhia continuará investindo no mercado de gás, balizado agora pela Lei do Gás, marco legal do setor. “O gás é considerado o combustível da transição energética em curso. Ele tem um papel de grande relevância por ser firme e complementar às fontes renováveis que não geram energia o tempo todo, tais como solar e eólica”, afirma.

Para este ano, a Engie reposicionou seus negócios em âmbito global. A meta do grupo é liderar a transição energética, com a geração de energia renovável e responsável, além da oferta de soluções que auxiliem cidades e empresas a fazer essa travessia. “Assumimos recentemente o compromisso global de atingir o Net Zero Carbon até 2045, em relação a todas as nossas emissões diretas e indiretas”, observa. “Nos comprometemos também a sair completamente do carvão e projetamos ampliar a nossa capacidade de geração de energia renovável dos atuais 31 GW para 80 GW até 2030, em nível global.”

A Claro enxerga em 2022 um ano de tímido crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) e de desafios inflacionários. Apesar deste cenário, “a expectativa é de liderar o crescimento de receita entre os grandes players do mercado de telecomunicações, com ganhos contínuos e sustentáveis de eficiência operacional e rentabilidade”, diz Roberto Catalão, vice-presidente de finanças e administração da Claro. A firme presença comercial da empresa, segundo ele, permitiu uma retomada pós-pandemia, principalmente no segmento móvel, onde superou os concorrentes em adições, sustentando a liderança de ganho de participação.

Entre as aquisições dos últimos anos, ele cita a compra de empresas no exterior, realizadas em dezembro de 2019, pela controladora da companhia, a América Móvil. A aquisição significou mais de 3,51 milhões de clientes à base de assinantes da Claro. Em dezembro de 2020, diz ele, foi aprovada a proposta de compra da operação móvel do grupo Oi (UPI Ativos Móveis), feita em conjunto pela controlada da companhia, a Claro S.A., Telefônica Brasil S.A. e a TIM S.A. O valor de compra totaliza R\$ 16,5 bilhões.

O grupo Cruzeiro do Sul Educacional “vislumbra um resultado positivo e favorá-



Fábio Fossen, da Cruzeiro do Sul Educacional: capturar a demanda do aluno do futuro

vel para o setor em 2022”. Depois de duas grandes aquisições em 2019, as universidades Positivo, do Paraná, e Braz Cubas, de São Paulo, a Cruzeiro do Sul registrou crescimento de 29,9% em sua receita de 2020 sobre o ano anterior. “Agora, o maior desafio será capturar a demanda do aluno do futuro, que já é um nativo digital”, diz Fábio Fossen, CEO da Cruzeiro do Sul Educacional. O aluno que chega à faculdade hoje sabe melhor o que quer e está familiarizado com o mundo digital.

Para ganhar esse aluno do futuro, em lugar de novas aquisições, a escola apostou na variedade de produtos. A Cruzeiro do Sul tem hoje mais de 300 cursos entre graduação, pós-graduação e cursos livres, com mais de 140 opções apenas na graduação. Outro foco é o ensino a distância (EAD), que atende às novas opções de uso do tempo e de mobilidade de seus estudantes, no pós-pandemia. Dos 360 mil alunos matriculados neste segundo semestre, 62,8% estão no EAD e os outros 37,2%, no ensino presencial.

“Hoje, a hibridéz, a combinação de ensino a distância com presencial, é um caminho que toma rumos fortes no futuro

do sistema brasileiro”, diz. “É papel das instituições oferecer aos alunos a melhor forma de adequar os estudos a sua realidade, seja ela financeira, de horário, de localização ou até mesmo de conteúdo. Modelos de aprendizado, gamificação e engajamento da educação a distância já estão ocorrendo na educação”, afirma.

Dentro dessa proposta, o grupo implementou em 2021 os Polos HUBs, ambientes laboratoriais, com estrutura e equipamentos para proporcionar encontros presenciais das atividades práticas dos cursos 4.0 da Cruzeiro do Sul Virtual. Esta metodologia de ensino, segundo ele, também possibilita ao aluno atividades síncronas, que são aulas ao vivo por meio de webaulas e atividades assíncronas, com aulas 100% a distância.

Não quer dizer que a escola não pensa em continuar sua política de aquisições. “Seguimos na estratégia de buscar por marcas líderes regionais, com conversas em vários estágios com alguns players”, destaca. “Passamos a avaliar outras aquisições ligadas à parte de tecnologia, desde que faça sentido para alavancar o nosso negócio principal, que é o ensino.”