

Negócios

Crédito. Empresas menores ganham espaço nos cartões
economia.estadao.com.br

Apetite. Aquisição, que pode chegar a R\$ 1,9 bilhão, marca o avanço no Brasil do fundo americano de investimentos, que em janeiro comprou 63,6% da CVC por estimados R\$ 700 milhões; fundador da Qualicorp ainda ficará com 30% das ações

Fundo Carlyle, dono da CVC, compra empresa de planos de saúde Qualicorp

Fernando Scheller

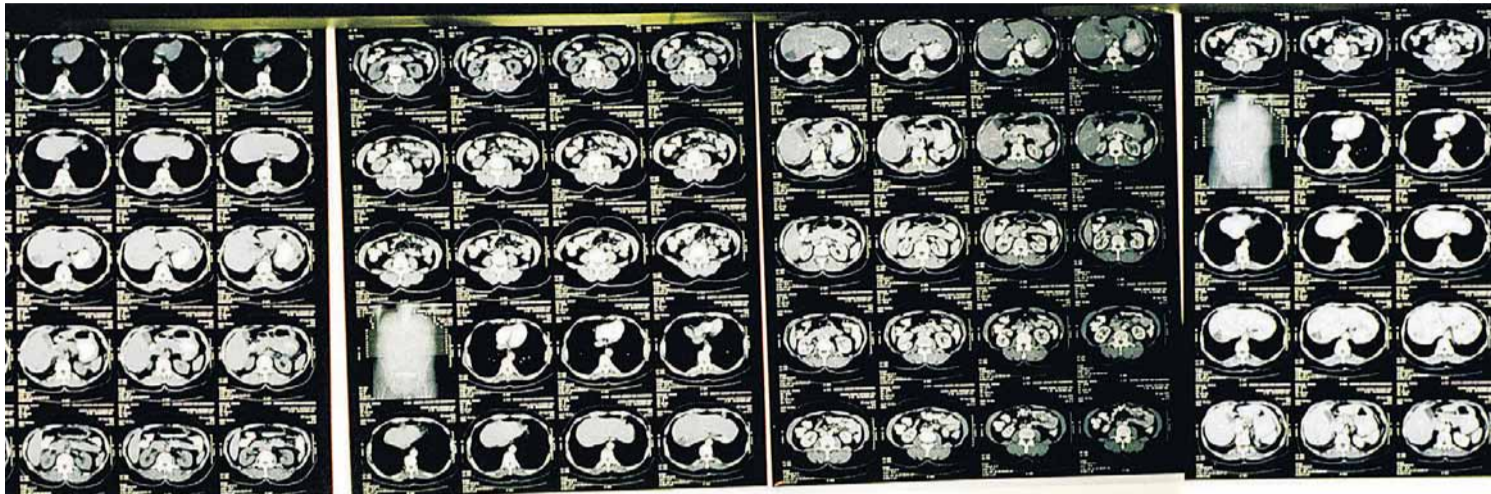
O fundo de investimentos americano Carlyle Group anunciou ontem a aquisição do controle do grupo de saúde coletiva Qualicorp, incluindo os 42% do negócio que pertenciam desde 2008 a outro fundo, o General Atlantic. O valor do negócio não foi divulgado oficialmente. Fontes de mercado afirmam que chega a até R\$ 1,9 bilhão.

Esse total, segundo fontes, envolve pagamento aos acionistas (a maior parte), investimentos na empresa e assunção de dívidas. O Estado apurou também que o fundador da companhia, José Seripieri Júnior, deve manter uma participação de 30% na Qualicorp, mesmo depois da entrada do Carlyle no negócio.

A Qualicorp é conhecida por oferecer planos de saúde de empresas como Sul América, Unimed Paulistana e Medial Saúde para entidades de classe. Em comunicado, a empresa informou que está presente em nível nacional e representa mais de 2,8 milhões de beneficiários.

De acordo com informações da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), o setor de planos de saúde movimentou cerca de R\$ 65 bilhões no passado. O órgão informa que o segmento contabilizava 43,2 milhões de beneficiários em 2009, dos quais 7,4 milhões têm planos coletivos por adesão, mercado em que a Qualicorp vem apostando desde a sua fundação, há 13 anos.

A aquisição do controle da empresa de saúde marca o segundo



Futuro promissor. Mercado de planos de saúde movimentou R\$ 65 bilhões no ano passado, segundo dados da ANS

grande passo do grupo de investimentos americano no País. O Carlyle Group "estreeou" no Brasil em janeiro deste ano, com a compra de 63,6% das ações da maior operadora de turismo do País, a CVC, com dispêndio estimado em R\$ 700 milhões.

O dinheiro para a aquisição da Qualicorp veio das mesmas fontes do negócio com a CVC:

os fundos Carlyle Partners V, que administra US\$ 13,7 bi-

lhões, e o Carlyle South America Buyout, direcionado para negócios no Brasil e países vizinhos. Em todo o mundo, o Carlyle Group administra atualmente ativos avaliados em US\$ 90 bilhões.

O diretor executivo do Centro de Estudos em Private Equity (Cepe), da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Cláudio Furtado, explica que a maior parte do negócio foi uma operação se-

cular de private equity, em que um fundo comprou a posição de outro. "Nesse sentido, a forte relação que o Carlyle tem com o General Atlantic nos Estados Unidos teve peso fundamental. O negócio mostra também que o grupo está no Brasil com compromisso de longo prazo, embora sua participação no País ainda seja relativamente pequena."

O General Atlantic, que receberá a maior parte do dinheiro a

ser pago pelo Carlyle, saiu no lucro com a operação: há dois anos, o fundo havia comprado sua fatia de mais de 40% da Qualicorp por US\$ 100 milhões. O fundo está presente em diversos negócios no Brasil, incluindo a BM&F Bovespa e o site Mercado Livre.

Investimento. De acordo com o comunicado conjunto sobre o negócio, a venda do controle pa-

Setor de private equity chegou a US\$ 38 bi em junho

● A geração de novos negócios em private equity no primeiro semestre deve garantir que o País cumpra com folga a previsão de que a indústria tenha US\$ 40 bilhões para investir em empresas no fim do ano. Segundo o Centro de Estudos em Private Equity (Cepe), da FGV, o Brasil fechou 2009 com US\$ 34 bilhões disponíveis para investimentos, número que saltou para US\$ 38 bilhões em junho, informou o diretor executivo do Cepe, Cláudio Furtado. "A meta deve ser cumprida com folga", diz. O especialista afirma também que o Brasil vive um "boom" desde 2004 – o "pico" foi registrado em 2008, quando o valor disponível saltou 50%, para US\$ 27 bilhões. Mesmo com a crise, houve expansão de 21% em 2009. Um avanço semelhante deve ser registrado este ano.

ra o Carlyle vai permitir que a empresa tenha caixa suficiente para crescer por meio de aquisições – até agora, a maior parte do crescimento da Qualicorp foi orgânico.

Como a Qualicorp já é conhecida no mercado por oferecer planos de saúde coletivo a preços, em média, 40% inferiores aos individuais, a entrada do novo sócio deve reforçar o caráter "popular" da empresa. Uma das metas do Carlyle Group é aumentar a oferta de produtos para as classes C e D. Segundo comunicado das companhias, o atendimento à classe média emergente é um segmento que se mostra "promissor" nos próximos anos.

O Banco Bradesco BBI e os escritórios de advocacia Latham & Watkins e Barbosa, Müssnich & Aragão assessoraram o Carlyle Group na operação. A empresa Qualicorp foi auxiliada pelo Credit Suisse, pelo BR Partners e pelos escritórios de advocacia Davis Polk & Wardwell e Mattos Filho, Veiga Filho, Marrey Jr e Quiroga Advogados.

PERFIL

Qualicorp,

GESTORA DE BENEFÍCIOS DE SAÚDE

Empresa foi uma das primeiras a vender para profissionais liberais

No final da década de 90, José Seripieri Júnior, então corretor independente de seguros, descobriu um mercado que estava

nascendo: o dos planos de saúde para pessoas que não têm vínculo empregatício com empresas, como os profissionais li-

berais. Trata-se de uma categoria que precisa, portanto, arcar integralmente com os custos do atendimento médico. O problema é que os planos individuais – acessíveis a pessoas físicas – sempre foram os mais caros do mercado. O que começou a se desenhar na época foi o modelo de planos coletivos por adesão, em que entidades de classe conseguem negociar grandes volumes com correto-

ras de modo a oferecer preços mais baratos para seus associados.

Em 1997, Seripieri criou a Qualicorp exatamente para atender a esse público. No ano seguinte, o mercado dos coletivos por adesão começou a ser regulamentado no Brasil. A Qualicorp é, até hoje, líder no segmento. No final de 2008, a empresa recebeu um aporte do fundo americano General Atlan-

tic. Na época, a empresa já atendia entidades como a Associação de Juizes Federais e a Associação Paulista de Medicina. No ano passado, a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) fortaleceu a regulamentação dos planos por adesão, estabelecendo quais entidades podem oferecê-los. O movimento deu maior segurança jurídica ao setor – um incentivo extra para investidores com o Carlyle.

Magazine Luiza prevê receita de R\$ 15 bilhões em 2015

Rede confirmou ontem a aquisição da nordestina Lojas Maia, e disse que quer entrar agora no RJ, ES e na Região Norte

Rodrigo Petry

◆ A rede varejista Magazine Luiza anunciou ontem seu plano estratégico que prevê atingir em 2015 uma receita bruta anual de R\$ 15 bilhões. "Essa projeção leva em consideração um crescimento anual de 15% das vendas, a expansão orgânica, o comércio eletrônico, as aquisições e a manutenção do atual cenário econômico", afirmou o superintendente da empresa, Marcelo Silva. Com a aquisição, na última semana, da rede nordestina Lojas Maia, com foco nas classes C e D, o faturamento da companhia deverá encerrar 2010 em aproximadamente R\$ 6 bilhões, num total de 611 lojas em 16 Estados.

"Queremos consolidar os mercados em que já estamos e, depois, avançar para novas re-

giões", afirmou Silva. Segundo ele, a meta da companhia para os próximos cinco anos é entrar nos mercados do Rio de Janeiro e do Espírito Santo, Estados onde ainda não atua, e na Região Norte, além de ampliar a representatividade no Centro-Oeste e Nordeste. A presidente da companhia, Luiza Trajano, afirmou que as expansões poderão vir por meio de aquisições ou crescimento orgânico. A executiva disse, porém, que atualmente o grupo não negocia a compra de nenhuma outra rede.

Segundo ela, o foco da companhia neste momento será fazer a transição e a consolidação dos re-

● Expansão

MARCELO SILVA

SUPERINTENDENTE DO MAGAZINE LUIZA

"Queremos consolidar os mercados em que já estamos e, depois, avançar para novas regiões"

sultados. Apesar do acordo com a Lojas Maia ter sido assinado no último dia 16, a companhia irá assumir a rede nordestina apenas no dia 1.º de agosto. Durante as próximas duas semanas, estará ocorrendo o processo de due diligence (levantamento dos números financeiros da empresa comprada). Assim como o Magazine Luiza, a Lojas Maia tem balanço auditado pela Deloitte.

Luiza Trajano disse não prever dificuldade na unificação das bases de cartões próprios das duas varejistas, que, juntas, vão totalizar 3,4 milhões de cartões. O parceiro do Magazine Luiza no financiamento ao consumidor é o Itaú Unibanco, enquanto a Lojas Maia tem contrato com o Banco do Brasil.

Oficialmente, a empresa se recusou a divulgar os valores da negociação, atendendo a um pedido dos antigos controladores da Lojas Maia. Segundo apurou o Estado, o valor do negócio foi R\$ 290 milhões, sendo a maior parte em assunção de dívidas e cerca de R\$ 100 milhões para o pagamento aos acionistas da re-



Ambição. Crescimento pode vir por aquisições, diz Luiza

de nordestina. A transação contou com a assessoria do escritório Demarest & Almeida, pelo lado da Lojas Maia, e do escritório Mattos Filho, Veiga Filho, Marrey Jr. e Quiroga e do BR Partners pelo lado do Magazine Luiza.

Abertura de capital. Marcelo Silva destacou também que a companhia vem ampliando as práticas de governança corporativa, com a criação de uma direto-

ria executiva e um conselho de administração. Segundo ele, a empresa está preparada para fazer uma Oferta Pública de Ações (IPO, na sigla em inglês) na Bolsa.

"Vai chegar a hora, tudo vai depender do mercado. Só não sei quando", disse o executivo. O cenário para que a empresa atinja um faturamento de R\$ 15 bilhões em 2015 desconsidera a abertura de capital.

Casa Show e TendTudo unem operações

A carioca Casa Show anunciou a fusão com a TendTudo, criando a holding do varejo de materiais de construção BR Home Centers. As empresas têm juntas 18 lojas, quatro centros de distribuição, 1,5 mil funcionários e um faturamento de R\$ 500 milhões. As duas marcas continuarão sendo usadas, mas a BR Home Center avalia escolher uma delas para a expansão no futuro. O presidente da holding, Jacinto Borges, diz que o objetivo é disputar mercado com concorrentes como Leroy Merlin e Telhanorte.

A TendTudo tem lojas em Goiânia, Brasília, Feira de Santana (BA), Salvador, Fortaleza e São José do Rio Preto (SP) e a Casa Show atua no Rio. A nova empresa deve, inicialmente, priorizar regiões menos competitivas – embora a capital paulista também esteja nos planos. Para Borges, a fusão dará ao grupo fôlego financeiro para a abertura de novas lojas. "Isso permitirá um aumento do faturamento. É o nosso objetivo este ano." / GLAUBER GONÇALVES