

## **GRUPO MANDIC: CRIANDO COERÊNCIA EM UM PORTFOLIO DIVERSIFICADO**

### **RESUMO**

O Grupo Mandic, liderado pela família Junqueira, expandiu-se significativamente além de suas raízes em odontologia e medicina, explorando novos segmentos como telecomunicações. Essa diversificação reflete tanto a busca por sinergias entre suas operações quanto o espírito empreendedor do grupo. Francisco Saraiva, o novo diretor de marketing, enfrenta o desafio de organizar o portfólio de marcas do grupo. Ele deve decidir entre criar uma marca corporativa para unificar as várias unidades de negócios ou manter as marcas individuais, avaliando o impacto estratégico e a coerência da marca. Questões como a integração da nova marca "Rede Conecta" e a utilização do nome da faculdade para endossar negócios de saúde e telecomunicações são cruciais para a decisão.

Além disso, o grupo tem se destacado por suas iniciativas inovadoras, como a criação da Med Mandic, do Hub Mandic e da plataforma digital Docfy. A expansão internacional, com a abertura de uma unidade em Portugal, e o desenvolvimento da Faculdade de Medicina do Sertão, são exemplos de seu compromisso contínuo com a excelência educacional e médica. Saraiva precisa considerar como harmonizar essas marcas sob uma estrutura coesa, respeitando suas identidades únicas, e como as futuras oportunidades de negócios identificadas pelo Dr. José Luiz serão incorporadas ao portfólio. A nova estratégia de marca deve não apenas unificar as marcas, mas também respeitar as identidades e a cultura organizacional, garantindo que os colaboradores estejam engajados e motivados com as mudanças.

Palavras chaves: branding, arquitetura de marcas, posicionamento, expansão e diversificação de negócios

### **ABSTRACT**

The Mandic Group, led by the Junqueira family, has significantly expanded beyond its roots in dentistry and medicine, exploring new segments such as telecommunications. This diversification reflects both the pursuit of synergies among its operations and the entrepreneurial spirit of the group. Francisco Saraiva, the new marketing director, faces the challenge of organizing the group's brand portfolio. He must decide whether to create a new corporate brand to unify the various business units or maintain the individual brands, evaluating the strategic impact and brand coherence. Critical questions include integrating the new "Rede Conecta" brand and using the college's name to endorse health and telecommunications businesses.

Moreover, the group has stood out for its innovative initiatives, such as the creation of MedMandic, Hub Mandic, and the digital platform Docfy. Its international expansion, with the opening of a unit in Portugal, and the development of the Faculty of Medicine

of the Sertão, exemplify its ongoing commitment to educational and medical excellence. Saraiva needs to consider how to harmonize these brands under a cohesive structure, respecting their unique identities, and how future business opportunities identified by Dr. José Luiz will be incorporated into the portfolio. The new branding strategy should not only unify the brands but also respect the identities and organizational culture, ensuring that employees are engaged and motivated by the changes.

Key words: Branding, brand Architecture, positioning, business Expansion. business Diversification

## INTRODUÇÃO

A família Junqueira, proprietária e fundadora da Faculdade São Leopoldo Mandic, uma das instituições mais conceituadas nas áreas de Odontologia e Medicina no Brasil, expandiu sua atuação nos últimos anos, explorando oportunidades não apenas nos campos da educação e saúde, mas também em novos segmentos como o setor de telecomunicações. Essa expansão reflete tanto a busca por sinergias naturais entre suas operações quanto o espírito empreendedor do grupo.

A decisão de entrar em cada novo mercado foi motivada por diferentes motivações. Em muitos casos, a decisão foi orientada pela sinergia existente entre os segmentos, tal como a conexão entre as marcas da faculdade, clínicas, laboratório digital e hospital. Em outros casos, contudo, a decisão foi impulsionada por oportunidades de negócios identificadas e paixão pessoal do Dr. José Luiz Cintra Junqueira, presidente do grupo, pelo rádio.

Francisco Saraiva, recentemente nomeado diretor de Marketing e Vendas pela família Junqueira, depara-se com um dos seus primeiros desafios: a organização do portfólio de marcas para cada unidade de negócio. Sua missão é clara, mas complexa: compreender a relação e o papel desempenhado por cada marca dentro do ecossistema empresarial do grupo. Além disso, ele deve determinar se é necessário introduzir uma marca corporativa de grupo que possa agregar coesão e representatividade ao diversificado leque de empreendimentos.

O Dr. José Luiz adotava informalmente o nome "Grupo São Leopoldo Mandic", o qual adicionava notável valor a todos os negócios. Isso se deve ao compromisso compartilhado por todas as marcas, centrado na busca pela excelência e satisfação do cliente, alunos, pacientes e professores. Entretanto, essa abordagem de endossar todas as marcas sob o nome da faculdade gerava um certo desconforto em Saraiva, devido à confusão que causava às pessoas que interagem com diversas marcas do grupo.

Este cenário levanta questões estratégicas críticas: Será necessário criar uma marca para o grupo? Qual seria sua relação com as outras marcas do conglomerado? Seria um simples endosso ou algo mais integrado? Como as várias marcas podem operar de forma sinérgica? Além disso, como futuras oportunidades de negócios identificadas pelo Dr. José Luiz se relacionarão com as marcas já existentes?

Francisco Saraiva encara este desafio com a compreensão de que a unificação ou reestruturação das marcas pode ter implicações significativas para a identidade e o sucesso futuro do grupo. Ele reconhece que a decisão correta pode não apenas clarificar a percepção das marcas, mas também alavancar as operações do grupo em novos patamares.

Assim, Saraiva inicia suas atividades profissionais com um olhar atento para o passado do grupo e uma visão estratégica para o futuro. Vamos explorar a rica história que moldou o Grupo Mandic até o presente.

## **CONTEXTO – O INÍCIO DA JORNADA**

A utilização do nome São Leopoldo Mandic teve seu ponto de partida em 1972, quando o Dr. José Luiz Cintra Junqueira fundou o Centro de Pesquisas Odontológicas São Leopoldo Mandic, um grupo de estudos informal, formado por cirurgiões-dentistas e médicos. Estes profissionais reuniam-se periodicamente para aprofundar seus conhecimentos e analisar casos clínicos e odontológicos, estabelecendo uma base de colaboração e inovação que permanece até hoje."

O nome é uma homenagem a São Leopoldo Mandic, um santo católico conhecido por sua devoção à confissão e seu trabalho como capuchinho. Leopoldo Mandic, nascido na Dalmácia (hoje parte da Croácia), dedicou sua vida ao ministério sacramental, especialmente ajudando a reconciliar católicos do Oriente e do Ocidente. Ele é venerado como um santo da reconciliação e é considerado um modelo de paciência, humildade e caridade.

Essa homenagem reflete os valores fundamentais que a instituição busca incorporar na formação de seus alunos, inspirando-se no exemplo de dedicação e serviço do São Leopoldo Mandic. ao adotar o nome desse santo, a faculdade enfatiza sua missão de formar profissionais de saúde que não apenas possuam excelência técnica, mas que também pratiquem a compaixão e a dedicação no cuidado com o próximo.

Em 1978, Dr. José Luiz deu vida à URO (Unidade de Radiologia Oral) e logo adquiriu o IRO e o CRO (Clínica de Radiologia Odontológica). Essas entidades foram posteriormente unificadas sob o nome de IRO, Instituto Radiológico Odontológico. esta expansão e unificação ilustram o compromisso contínuo da instituição com a excelência e inovação em suas práticas educacionais e clínicas.

Posteriormente em 1997, o Centro de Estudos Frei Leopoldo Mandic, já consolidado, passou a denominar-se Centro de Pesquisas Odontológicas São Leopoldo Mandic, com a finalidade de ministrar cursos de aperfeiçoamento e especialização e, em 1998, foram criados os Mestrados e Doutorados em Odontologia, reconhecidos pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), com base na excelência do corpo docente e na qualidade do seu projeto acadêmico.

## **RECONHECIMENTO E CONSOLIDAÇÃO – DA ODONTOLOGIA À MEDICINA**

Nos anos subsequentes, a Faculdade de Odontologia obteve credenciamento pelo Ministério da Educação (MEC) para ofertar cursos de Pós-Graduação Lato Sensu. No processo de disseminação nacional, diversas unidades de pós-graduação da São Leopoldo Mandic surgiram em várias cidades pelo Brasil: Campinas, Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Fortaleza, Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo e Vila Velha. esta expansão significou um aumento no acesso à educação de qualidade em diversas regiões, proporcionando maior oportunidade para estudantes de todo o país.

Em 2011, a Faculdade de Odontologia São Leopoldo Mandic conquistou autorização para ministrar cursos superiores na modalidade a distância, com polos de apoio presencial em Campinas - SP, São Paulo - SP e Fortaleza - CE. Em 2013, o curso de graduação em Medicina da São Leopoldo Mandic foi aprovado com nota máxima pelo MEC. No segundo semestre desse mesmo ano, a instituição passou a oferecer cursos de Pós-Graduação nesse campo.

O ano de 2017 testemunhou a autorização do MEC para a criação de uma nova Faculdade de Medicina em Araras-SP, posicionando a São Leopoldo Mandic como um protagonista destacado na área de Medicina.

### **EXPANSÃO – DIVERSIFICAÇÃO DOS NEGÓCIOS**

Em 2017, a São Leopoldo Mandic recebeu autorização do Ministério da Educação (MEC) para abrir uma nova Faculdade de Medicina, na cidade de Araras-SP, em 2023, na cidade de Limeira;

O ano de 2018 marcou a inauguração da MedMandic, uma clínica médica com mais de 30 especialidades, voltada ao atendimento da população. A marca Mandic Digital também surgiu nesse ano, um laboratório especializado na produção de elementos protéticos que emprega tecnologia CAD/CAM de ponta, conjugada a um fluxo digital. Paralelamente, a instituição inaugurou um hospital-escola em Santa Bárbara D'Oeste-SP, renomeado como "Hospital Santa Bárbara – Faculdade São Leopoldo Mandic".

Em 2019, a Faculdade São Leopoldo Mandic lançou o Hub Mandic – um espaço destinado a fomentar e unir as áreas de ciência, inovação e tecnologia ao setor de saúde. Este ambiente busca unir acadêmicos, pesquisadores e empreendedores em um ecossistema colaborativo.

Em 2020, o MEC concedeu autorização para a criação da Faculdade de Medicina do Sertão, marcada pela construção de uma nova identidade que reflete a regionalidade da instituição, localizada em Arcoverde-PE

Em 2022, a instituição lançou dois novos projetos significativos: a Docfy, uma plataforma digital de aprendizagem que suporta a educação continuada em saúde, e a Conecta, uma rede de emissoras de rádio.

No ano de 2023, a Faculdade São Leopoldo Mandic continuou sua expansão com a introdução do programa de pós-graduação em Medicina. Além disso, a instituição estabeleceu sua primeira unidade internacional em Portugal, ampliando sua influência educacional.

Essas iniciativas ao longo dos anos refletem o compromisso contínuo da do grupo de promover a excelência na educação médica e odontológica, contribuindo significativamente para a saúde e bem-estar da população.

## UM POUCO MAIS SOBRE CADA MARCA



A Faculdade São Leopoldo Mandic é reconhecida por sua excelência no campo da educação em saúde no Brasil. Fundada com uma forte ênfase nas áreas de Odontologia e Medicina, a instituição se destaca por oferecer uma formação acadêmica robusta e voltada para a prática. Localizada em Campinas, São Paulo, com campi adicionais em várias cidades, a faculdade oferece um ambiente acadêmico de alto nível, caracterizado por uma série de diferenciais que a distinguem no campo da educação em saúde.

**Excelência Acadêmica e Corpo Docente Qualificado:** A faculdade possui um corpo docente altamente qualificado, composto por profissionais renomados em suas respectivas áreas. Isso, combinado com um rigoroso currículo acadêmico, garante uma educação de qualidade e profundamente embasada em evidências científicas e práticas inovadora.

**Infraestrutura de Ponta:** Com instalações modernas e bem equipadas, a São Leopoldo Mandic oferece um ambiente de aprendizado de excelência. Suas instalações incluem laboratórios de última geração, bibliotecas completas e espaços de estudo que promovem uma formação integral e abrangente.

**Responsabilidade Social:** A Faculdade São Leopoldo Mandic mantém um compromisso sólido com a responsabilidade social, desenvolvendo e participando em programas de extensão que impactam positivamente comunidades carentes. Um destaque especial é o projeto "Barco da Saúde", uma iniciativa inovadora que utiliza uma embarcação adaptada para levar atendimento médico e odontológico às comunidades ribeirinhas que não têm acesso regular a serviços de saúde. Esta ação permite que os alunos vivenciem a prática médica e odontológica em contextos desafiadores, enquanto oferecem cuidados essenciais para populações isoladas. Além disso, o programa reforça a formação humanística dos estudantes, destacando a importância do serviço social e da empatia no exercício da medicina e odontologia.

**Pesquisa e Inovação:** São Leopoldo Mandic é também um centro de pesquisa de referência, onde os alunos têm a oportunidade de participar de projetos de pesquisa inovadores. Isso não apenas contribui para o avanço da ciência, mas também integra os estudantes no desenvolvimento de novas tecnologias e tratamentos que podem transformar a prática médica e odontológica.

**Foco na Prática Clínica:** Um dos diferenciais da São Leopoldo Mandic é o seu forte enfoque na prática clínica. A instituição assegura que seus alunos tenham acesso extensivo a hospitais e clínicas e, conseqüentemente, pacientes. Isso permite que os estudantes pratiquem suas habilidades em um ambiente controlado e sob a supervisão de especialistas, preparando-os de maneira eficaz para o mercado de trabalho.

A faculdade possui várias unidades espalhadas pelo Brasil, incluindo grandes cidades e capitais como Brasília, Rio de Janeiro, Fortaleza, Belo Horizonte, São Paulo, Curitiba,

Porto Alegre, Vila Velha, além de Campinas e Araras no interior de São Paulo. Esta ampla presença geográfica permite à São Leopoldo Mandic alcançar e formar profissionais de saúde em diversas regiões do país, oferecendo programas de graduação e pós-graduação altamente qualificados, sustentados por um corpo docente composto majoritariamente por mestres, doutores e pós-doutores.

Além da presença no Brasil, a Faculdade São Leopoldo Mandic iniciou suas atividades em Portugal, expandindo sua influência e capacidade de oferecer educação de qualidade na área da saúde para além das fronteiras brasileiras. Esta expansão internacional permite à instituição compartilhar seu renomado programa educacional e expertise em medicina e odontologia com um público mais amplo, enriquecendo a experiência educacional com uma perspectiva global.

Resumindo, a Faculdade São Leopoldo Mandic é uma instituição que alia tradição com inovação, formando profissionais de saúde que são não apenas tecnicamente competentes, mas também humanisticamente preparados para enfrentar e solucionar os desafios da área da saúde no Brasil e no mundo.



A Faculdade Medicina do Sertão, do grupo Mandic, está situada em Arcoverde, Pernambuco, e oferece um programa de graduação em Medicina caracterizado por uma abordagem educacional inovadora e prática. A instituição enfatiza a vivência clínica desde o início do curso, com parcerias que incluem uma vasta rede clínica-hospitalar. O currículo moderno integra práticas humanizadas de ensino e tecnologias avançadas, promovendo um aprendizado integral.

Idealizada como uma opção mais acessível e democrática para o público da região, mas ainda assim oferecendo uma infraestrutura de qualidade.



Fundado na década de 1960, o IRO teve a influência pioneira dos radiologistas Aristides Bento Coutinho e Luís Pires Barbosa. Em 1970, o Dr. Felton Bomílcar Maciel adquiriu o instituto, moldando seu caminho inicial

No entanto, é sob a liderança do Dr. José Luiz que o IRO floresceu em uma instituição reconhecida por sua excelência em diagnósticos odontológicos, médicos e paramédicos. O Dr. Junqueira não apenas guiou o IRO, mas também consolidou-o como um componente integrante do "Grupo São Leopoldo Mandic". Ele compreendeu a importância fundamental das imagens precisas na prática da odontologia moderna e uniu essa compreensão com tecnologia de ponta.

Essa instituição não se limitou a oferecer serviços de imagem; ela se tornou uma plataforma de inovação contínua. O IRO adotou tecnologias emergentes, adaptando-se ao rápido avanço da radiologia, e integrou-se de maneira fluida à evolução da marca São Leopoldo Mandic. A constante busca por excelência e qualidade nas imagens fornecidas sustentou a reputação do IRO como um recurso valioso para os profissionais de odontologia.

O IRO foi muito mais do que uma junção de máquinas e dispositivos; foi a materialização do compromisso com a precisão diagnóstica e a inovação na prática odontológica. Sua contribuição para a marca São Leopoldo Mandic transcendeu suas atividades diárias, refletindo o compromisso do grupo em elevar os padrões da odontologia, proporcionando resultados confiáveis e avançados.

Hoje, o legado do IRO persiste como um testemunho da visão pioneira do Dr. José Luiz Cintra Junqueira e como um componente fundamental do ecossistema diversificado do "Grupo São Leopoldo Mandic". A inovação que o IRO incorporou ao longo dos anos se espalhou por toda a organização, enriquecendo a reputação da marca e contribuindo para o sucesso global da São Leopoldo Mandic.



O Hospital São Leopoldo Mandic, localizado em Araras, São Paulo, é uma instituição filantrópica pioneira, especialmente em psiquiatria e saúde mental, e está em um processo de transformação para se tornar um hospital geral. A instituição oferece uma ampla gama de serviços médicos e terapêuticos especializados.

A missão do hospital é contribuir para a reabilitação integral do paciente e sua reinserção social, oferecendo um tratamento que respeite a dignidade humana e promova uma vida de qualidade. A visão é ser uma instituição que forneça cuidados eficazes mesmo aos pacientes mais comprometidos, assegurando o atendimento de suas necessidades básicas.

Especialidades Médicas e Serviços

**Alas Especializadas:**

Ala Girassol e Ala Primavera: Tratamento de depressão, ansiedade, transtornos de humor, bipolaridade, distúrbios alimentares, esquizofrenia, síndrome do pânico, transtornos de personalidade e dependência química, segmentadas por gênero.

Ala Bromélia: Focada em neuropsiquiatria geriátrica, trata quadros psicóticos crônicos e demência, com ênfase na restauração de habilidades sociais e cognitivas.

Ala Jasmim: Provedora de cuidados em clínica médica geral, disponível 24 horas por dia, apoiada por uma extensa capacidade de diagnóstico.

### **Ambulatório:**

Oferece uma variedade de especialidades como oftalmologia, cardiologia, endocrinologia, gastroenterologia, neurologia, entre outras. O serviço de oftalmologia inclui procedimentos como mapeamento de retina, topografia corneana, entre outros.

### **CEREN – Centro de Estimulação e Reabilitação Neurológica**

Um dos destaques do Hospital São Leopoldo Mandic é o CEREN, um centro avançado de estimulação e reabilitação neurológica. Este centro atende bebês, crianças, jovens e adultos com patologias neurológicas que resultam em déficits temporários ou permanentes, tanto físico-motores quanto cognitivo-emocionais.



O CEREN é reconhecido por sua abordagem multidisciplinar, que inclui uma variedade de terapias adaptadas às necessidades individuais dos pacientes para maximizar a recuperação e melhorar a qualidade de vida. Os tratamentos podem incluir terapias físicas, ocupacionais, fonoaudiológicas, psicológicas e sociais, todos projetados para ajudar na reabilitação integral dos pacientes.

### **Projetos de Expansão**

Em um esforço contínuo para abranger mais áreas da medicina e aumentar a acessibilidade dos seus serviços, o hospital está expandindo suas instalações e especialidades. A introdução de novos serviços médicos e cirúrgicos está planejada, incluindo dermatologia e um novo centro cirúrgico em parceria com outros hospitais e instituições da região de Araras.



MedMandic, situada em Campinas, São Paulo, é uma nova clínica médica vinculada à renomada Faculdade São Leopoldo Mandic. Localizada ao

lado da faculdade, a clínica não apenas oferece uma infraestrutura de alto padrão e um atendimento médico excepcionalmente humanizado, mas também serve como um espaço prático essencial para os alunos da faculdade.

### **Infraestrutura e Localização**

Convenientemente localizada ao lado da Faculdade São Leopoldo Mandic, a clínica possui instalações modernas e tecnologia de última geração, garantindo um serviço eficiente e de qualidade. Este arranjo facilita a integração entre teoria e prática,

proporcionando aos alunos de medicina a oportunidade de aprender em um ambiente clínico real.

#### Enfoque na Humanização e Educação

O atendimento na MedMandic é centrado no paciente, priorizando um tratamento humanizado que considera as necessidades individuais de cada pessoa. Além disso, os estudantes de medicina têm a chance de atender pacientes diretamente, sempre sob a supervisão de médicos experientes, o que enriquece sua formação médica com experiência prática valiosa.

#### Especialidades Oferecidas e Oportunidades de Aprendizado

As especialidades oferecidas pela clínica cobrem uma vasta gama de campos médicos, incluindo intervenções oftalmológicas e muitas outras áreas críticas à saúde e bem-estar dos pacientes. Essa diversidade de especialidades oferece aos alunos uma ampla visão das várias disciplinas médicas e a oportunidade de aplicar seus conhecimentos teóricos em situações práticas.

MedMandic é mais que uma clínica; é um centro de aprendizado e desenvolvimento profissional para futuros médicos, oferecendo-lhes a oportunidade de interagir com profissionais do campo e pacientes reais, consolidando seu aprendizado de forma prática e eficaz.



O Hub Mandic é uma iniciativa inovadora que faz parte do grupo Mandic, focada no desenvolvimento de soluções inovadoras no campo da saúde e educação. O hub atua como um

catalisador de inovação, oferecendo um ecossistema rico para startups, empresas e profissionais da saúde que buscam desenvolver novas tecnologias e práticas inovadoras na área médica.

#### Principais Áreas de Atuação

**Startups:** O Hub Mandic acelera e incuba startups de saúde, principalmente aquelas focadas em Healthtechs e Biotech. O objetivo é inseri-las efetivamente no ecossistema de saúde, fornecendo apoio, recursos e conexões valiosas.

**Empresas:** Para as empresas, o Hub oferece desenvolvimento colaborativo através de Inovação Aberta. Isso envolve criar novas soluções e oportunidades de negócio por meio de parcerias que estimulam a troca de conhecimento e experiências.

**Profissionais da Saúde:** Há também um forte enfoque no apoio aos profissionais da saúde através de capacitações, incentivos para a geração de patentes e novas iniciativas que promovem o empreendedorismo na área.

## Programas e Atividades

Um dos principais programas do Hub Mandic é o Startup Growth Lab, que conecta startups ao vasto ecossistema de saúde do grupo. Além disso, o hub promove eventos regulares como meetups e workshops que servem como plataformas para networking e discussões sobre inovação e empreendedorismo na saúde.



Docfy é uma plataforma digital do grupo Mandic de educação continuada para profissionais da saúde, oferecida pelo Grupo Mandic. Ela se destaca por proporcionar uma experiência de aprendizado remoto altamente interativa e colaborativa, acessível a qualquer hora e de qualquer lugar.

Principais Características do Portal Docfy:

**Networking:** Docfy possibilita a conexão com profissionais de saúde do Brasil e do mundo, facilitando a troca de conhecimentos e experiências.

**Publicação de Casos Clínicos** Um dos recursos mais valiosos da Docfy é a possibilidade de qualquer profissional da saúde, seja graduando ou graduado, publicar relatos de casos clínicos. Todos os casos são rigorosamente curados para garantir a qualidade e a credibilidade antes de serem publicados. Importante ressaltar que para a publicação de casos envolvendo seres humanos, é necessário um parecer de aprovação de um Comitê de Ética. Casos sem esse parecer podem ser submetidos ao Comitê de Ética da Faculdade São Leopoldo Mandic, que é uma instituição parceira da Doc

**Fórum de Discussão:** A plataforma inclui um fórum dinâmico onde os usuários podem debater ideias, casos e inovações no campo da saúde.

**Cursos Online:** Mais de 100 horas de conteúdo, incluindo cursos gravados, vídeos de treinamentos e procedimentos clínicos.

**Banco de Casos Clínicos:** Acesso a mais de 400 casos clínicos, proporcionando uma rica fonte de aprendizado e consulta.

**Acesso Imediato e Repetitivo:** Todo o conteúdo é 100% online, permitindo que os usuários revisem os materiais quantas vezes forem necessárias.

Os cursos e casos clínicos oferecidos na Docfy são projetados para serem diretamente aplicáveis na prática diária dos profissionais, garantindo que o aprendizado se traduza em melhorias tangíveis na capacidade de tomar decisões clínicas.

Toda a plataforma foi projetada para ser acessível sem a necessidade de deslocamento, com todos os recursos disponíveis de forma remota, o que é ideal para profissionais com agendas apertadas.

A Docfy representa uma inovação significativa na forma como o conhecimento em saúde é disseminado e compartilhado, tornando-se um recurso valioso para qualquer profissional ou estudante da área da saúde que deseja expandir suas habilidades e conhecimentos.

Atualmente, apenas a Docfy leva o endosso do grupo Mandic

Para mais informações, visite o site oficial da Docfy em <https://docfy.net>

**GRUPO MANDIC** O Grupo Mandic é uma organização educacional e de saúde com um amplo portfólio de instituições e serviços focados na excelência médica e odontológica. Fundado a partir da Faculdade São Leopoldo Mandic, o grupo expandiu significativamente suas operações ao longo dos anos, incorporando uma série de iniciativas que reforçam seu compromisso com a inovação, qualidade e atendimento

A missão do Grupo Mandic é transformar a educação e a prática médica e odontológica através da inovação e excelência. O grupo está comprometido em preparar profissionais altamente qualificados que são capazes não apenas de prosperar em suas carreiras, mas também de contribuir significativamente para a saúde e bem-estar das comunidades. A visão do grupo é continuar a expandir suas atividades, tanto nacional quanto internacionalmente, estabelecendo novas parcerias e abrindo novos caminhos para o avanço da medicina e odontologia.

O Grupo Mandic é um exemplo de como as instituições podem efetivamente integrar educação, prática e pesquisa para responder às necessidades emergentes em saúde e educação, mantendo um foco firme na humanização do atendimento ao paciente. Para mais informações sobre o Grupo Mandic e suas várias atividades, visite o site oficial.

### **Marcas internas**



A Mandic Digital opera com o que há de mais moderno em termos de design e fabricação digital, empregando sistemas CAD/CAM que permitem a criação precisa de próteses e restaurações dentárias com ajustes e acabamentos superiores. Este método não só melhora a eficiência do processo de fabricação, mas também

aumenta significativamente a qualidade dos produtos finais, proporcionando ajustes mais precisos e estéticas melhoradas para os pacientes.

A principal oferta da Mandic Digital inclui:

- Próteses Dentárias: Produção de coroas, pontes e outras próteses com alta precisão.
- Restaurações Estéticas: Facetas fabricadas com materiais de alta qualidade que imitam a aparência natural dos dentes.

- Implantes Dentários Personalizados: Componentes de implantes que são especificamente projetados para se adequar à anatomia única de cada paciente.

Esses serviços são voltados para professores da faculdade São Leopoldo Mandic e dentistas



A Mandic Life é uma iniciativa vibrante dentro do Grupo Mandic que visa promover a saúde e o bem-estar de seus alunos e ex-alunos através da prática regular de exercícios físicos. Esta iniciativa reflete o compromisso da instituição com a saúde integral de sua comunidade acadêmica, reconhecendo a importância do equilíbrio físico e mental no desempenho acadêmico e profissional.

O principal objetivo da Mandic Life é incentivar uma rotina de atividade física entre os estudantes, ajudando-os a manter um estilo de vida saudável durante e após a sua jornada acadêmica. A iniciativa também pretende ser um espaço de socialização e relaxamento, onde os membros da comunidade Mandic podem se encontrar, exercitar e desestressar juntos, fortalecendo laços comunitários.

Embora atualmente seja uma iniciativa interna, a Mandic Life possui o potencial para evoluir para um negócio mais amplo dentro do Grupo Mandic. Com planos de possivelmente expandir suas ofertas para incluir parcerias com outras academias e centros de fitness, a Mandic Life pode se tornar uma referência em promoção de saúde e bem-estar no ambiente educacional e além.

A visão futura para a Mandic Life inclui não apenas oferecer instalações e atividades no campus da faculdade, mas também estabelecer colaborações com academias e espaços de esporte locais para proporcionar aos alunos e ex-alunos acesso conveniente a recursos de fitness de alta qualidade. Esta expansão permitiria à MandicLife oferecer uma gama mais diversificada de atividades físicas adaptadas às necessidades e interesses de uma comunidade acadêmica ativa.

A Mandic Life é mais um exemplo de como o Grupo Mandic está comprometido em apoiar o desenvolvimento integral de seus alunos e ex-alunos, preparando-os não só para carreiras de sucesso, mas também para uma vida de bem-estar e saúde sustentável.



O MandiCast é uma iniciativa da Faculdade São Leopoldo Mandic, um podcast que vai além das fronteiras tradicionais da Medicina e Odontologia, explorando uma variedade de temas relacionados à saúde e ciência de maneira mais abrangente. Este podcast não apenas enriquece o conhecimento de seus ouvintes, mas também amplia a percepção sobre questões de saúde

pública, inovações tecnológicas na área médica e desenvolvimentos científicos impactantes.

#### Proposta e Temáticas

A proposta do MandiCast é oferecer um conteúdo que transcenda a educação médica e odontológica convencional, abordando temas que interessam tanto a profissionais de saúde quanto ao público geral interessado em ciência. Isso inclui discussões sobre os últimos avanços em várias disciplinas médicas, entrevistas com especialistas renomados e análises de casos clínicos complexos, sempre com um olhar crítico e atualizado.

O MandiCast tem o potencial de aumentar a conscientização sobre importantes questões de saúde e ciência, contribuindo significativamente para a educação e informação do grupo e da comunidade acadêmica da Faculdade São Leopoldo Mandic. Ele serve como uma ferramenta valiosa para manter alunos, ex-alunos e o público em geral bem-informados e engajados com as mudanças e desafios do setor.



O EcoMandic é uma iniciativa ambiental desenvolvida pelo faculdade São Leopoldo Mandic, focada em promover práticas de sustentabilidade dentro e fora do ambiente acadêmico.



Conecta FM é uma rede de emissoras de rádio com presença em diversas cidades do Brasil, como Campinas, Araras, Mogi Guaçu, Porto Ferreira, Barretos, Ribeirão Preto e Marília. A rede foca em conectar pessoas e fomentar o desenvolvimento sociocultural e empresarial das regiões onde atua. Oferece uma plataforma para anunciantes que desejam alcançar uma audiência ampla e diversificada. A Conecta FM é conhecida por sua programação envolvente e por ser uma escolha eficaz para campanhas publicitárias locais.

#### **A DECISÃO A SER TOMADA**

A decisão central a ser tomada por Francisco Saraiva, o novo diretor de marketing, é a escolha da estratégia de organização das marcas do grupo. Saraiva precisa determinar se deve criar uma nova marca corporativa para abranger todas as unidades de negócios ou manter as marcas individuais, avaliando os impactos estratégicos e a coerência de marca, essa marca deveria ser a da faculdade? Além disso, é crucial considerar possíveis

estratégias práticas, como a criação de sub-marcas ou a implementação de um endosso gradativo para unificar a identidade de marca.

Outros questionamentos antes da recomendação do Saraiva:

Como podem as marcas dentro do grupo se complementarem e serem sinérgicas, aproveitando-se de competências, investimentos e recursos compartilhados?

Como cada marca se relaciona com o segmento de mercado em que atua? A marca da faculdade, por exemplo, deve ser utilizada para endossar os negócios de saúde e telecomunicações?

Qual é o papel da nova marca "Rede Conecta" nesse ecossistema ampliado? Deve ser tratada como uma entidade separada ou integrada à estrutura existente?

Endosso e Confusão de Marca: Atrelar as várias marcas ao nome da faculdade causa confusão para os stakeholders? Como isso afeta a percepção da marca e a compreensão das diferentes ofertas pelos clientes?

Qual será o impacto dessas mudanças na percepção e motivação dos colaboradores? Como a nova estratégia de marca pode afetar a cultura organizacional e o engajamento dos funcionários?

Como garantir que o novo sistema de arquitetura de marca não apenas unifique as marcas, mas também respeite suas identidades únicas e os segmentos de mercado em que operam?

Expansão Futura e Coerência de Marca: Como futuras oportunidades de negócios identificadas pelo Dr. José Luiz serão incorporadas ao portfólio existente? Como garantir que novas adições mantenham a coesão da marca e a proposta de valor estabelecida?

## **NOTAS DE ENSINO GRUPO MANDIC: CRIANDO COERÊNCIA EM UM PORTFOLIO DIVERSIFICADO**

### **RESUMO**

O Grupo Mandic, liderado pela família Junqueira, expandiu suas operações significativamente além das suas raízes em odontologia e medicina, abrangendo novos segmentos como telecomunicações. Esta diversificação é motivada pela busca por sinergias entre suas operações e o espírito empreendedor do grupo. Francisco Saraiva, o novo diretor de marketing, enfrenta o desafio de organizar o portfólio de marcas do grupo. Ele deve decidir se cria uma marca corporativa para unificar as diversas unidades de negócios ou mantém as marcas individuais, avaliando os impactos estratégicos e a coerência da marca. Questões como a integração da nova marca "Rede Conecta" e a utilização do nome da faculdade para endossar negócios de saúde e telecomunicações são cruciais para a decisão.

Além disso, o grupo se destaca por suas iniciativas inovadoras, como a criação da MedMandic, do Hub Mandic e da plataforma digital Docfy. A expansão internacional, com a abertura de uma unidade em Portugal, e o desenvolvimento da Faculdade de Medicina do Sertão exemplificam seu compromisso contínuo com a excelência educacional e médica. Saraiva precisa considerar como harmonizar essas marcas sob uma estrutura coesa, respeitando suas identidades únicas, e como as futuras oportunidades de negócios serão incorporadas ao portfólio. A nova estratégia de marca deve não apenas unificar as marcas, mas também respeitar as identidades e a cultura organizacional, garantindo que os colaboradores estejam engajados e motivados com as mudanças.

### **BASE DOCUMENTAL**

A base documental para este caso inclui informações sobre a história do Grupo Mandic, suas iniciativas de expansão e diversificação de negócios, e os desafios enfrentados em termos de estratégia de marca

### **Público-alvo**

O público-alvo para este estudo de caso inclui: Alunos de graduação e pós-graduação dos cursos de Administração e Marketing e profissionais de branding. Este caso pode ser particularmente útil em disciplinas que abordam branding, gestão de marketing e estratégias competitivas.

## Relevância do Caso em Administração

O caso "Grupo Mandic: Criando Coerência em um Portfólio Diversificado" é altamente relevante para o campo da administração, pois ilustra desafios críticos e estratégias no gerenciamento de marcas e expansão de negócios em setores diversificados como saúde, educação e telecomunicações. O caso proporciona uma oportunidade única para os estudantes explorarem como a liderança pode alinhar estratégias corporativas com operações multifacetadas, garantindo coerência de marca e integração efetiva de novas empresas no portfólio existente. Este caso também serve como um exemplo prático de como as decisões estratégicas impactam a percepção de marca, a cultura organizacional e o engajamento dos stakeholders, oferecendo insights valiosos sobre a gestão estratégica em contextos complexos e competitivos.

## Objetivos de Aprendizagem

- **Compreensão:** Explicar os conceitos de diversificação de negócios e arquitetura de marcas no contexto do Grupo Mandic. Os alunos deverão descrever como a diversificação impacta a estratégia de marca e as operações da organização.
- **Análise:** Analisar os desafios enfrentados pelo Grupo Mandic na integração de novas marcas e negócios. Os alunos deverão identificar potenciais conflitos entre a marca corporativa e as marcas individuais, destacando as implicações estratégicas dessas relações.
- **Avaliação:** Avaliar as estratégias de branding discutidas no caso para determinar a mais eficaz em termos de coerência da marca e engajamento dos stakeholders. Os alunos deverão justificar suas escolhas baseadas no impacto potencial sobre a cultura organizacional e a percepção do mercado.
- **Criação:** Propor uma estratégia de marca alternativa para o Grupo Mandic que poderia melhor integrar as novas aquisições e expansões, mantendo a coesão do portfólio. Este objetivo envolve a criação de um plano detalhado que considere a inovação, a cultura organizacional e a sustentabilidade do negócio.

## Âncora teórica

Aaker, D.A., 1996. *Building Strong Brands*. New York: Free Press

Freeman, R.E., 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman

Kapferer, J.-N. (2012). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*. 5. ed. London: Kogan Page.

Keller, K.L., 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. 3. ed. New Jersey: Prentice Hall)

Porter, M.E., 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press

Tybout, A.M.; Calkins, T. (eds.). (2005). *Kellogg on Branding: The Marketing Faculty of The Kellogg School of Management*. New Jersey: John Wiley & Sons.

## Plano de discussão

### 1. Introdução ao Caso (10 minutos)

- **Objetivo:** Apresentar o contexto do Grupo Mandic, incluindo sua história, áreas de atuação e recente expansão em novos mercados.
- **Perguntas de Preparação:**
  - Quais são os principais negócios do Grupo Mandic?
  - Como a diversificação influenciou a estratégia do grupo até agora?

### 2. Análise da Estratégia de Branding (25 minutos)

- **Objetivo:** Discutir as opções de estratégia de branding consideradas por Francisco Saraiva, focando na decisão entre manter marcas individuais ou criar uma nova marca corporativa. Incentivar os alunos a explorar diferentes cenários de marca e suas implicações.
- **Perguntas de Preparação:**
  - Quais são os prós e contras de criar uma nova marca corporativa versus manter marcas individuais?
  - Como a escolha de estratégia de branding pode afetar a percepção do grupo pelos stakeholders?
- **Atividade:**
  - **Criação de Cenários:** Divida os alunos em grupos e peça que cada grupo desenvolva um cenário diferente para a estratégia de marca do Grupo Mandic. Cada grupo deve considerar fatores como o impacto no mercado, sinergias internas, custos, e reação dos stakeholders.
  - **Comparação e Debate:** Após a criação dos cenários, cada grupo apresentará sua proposta em classe. Seguirá um debate onde os alunos compararão os cenários, discutindo as vantagens e desvantagens de cada abordagem proposta.

### 3. Impacto da Expansão e Diversificação (20 minutos)

- **Objetivo:** Avaliar os desafios e oportunidades criados pela diversificação em telecomunicações e outros novos segmentos.

- **Perguntas de Preparação:**
  - Que sinergias potenciais e conflitos podem surgir da expansão em novos mercados?
  - Como a expansão afeta a coesão interna e a cultura organizacional?

#### **4. Implementação e Gestão de Mudanças (20 minutos)**

- **Objetivo:** Explorar as implicações operacionais e culturais da implementação da nova estratégia de branding.
- **Perguntas de Preparação:**
  - Quais estratégias podem ser utilizadas para minimizar a resistência interna às mudanças na estratégia de branding?
  - Como as mudanças propostas podem ser comunicadas eficazmente aos colaboradores e outros stakeholders?

#### **5. Discussão de Casos Concorrentes e Benchmarks (20 minutos)**

- **Objetivo:** Comparar as estratégias de branding e expansão do Grupo Mandic com as de instituições concorrentes.
- **Perguntas de Preparação:**
  - Quais abordagens semelhantes ou diferentes são utilizadas por outras organizações no mesmo setor?
  - Como as práticas do Grupo Mandic se comparam às melhores práticas da indústria?

#### **6. Conclusão e Recomendações (15 minutos)**

- **Objetivo:** Sumarizar os principais pontos discutidos e formular recomendações estratégicas para o Grupo Mandic.
- **Perguntas de Preparação:**
  - Quais são as recomendações finais para a estratégia de branding e expansão do grupo?
  - Que lições podem ser aprendidas deste caso para aplicação em outros contextos?

### **Fechamento do caso**

#### **Síntese das Aprendizagens (10 minutos)**

- **Objetivo:** Resumir os principais insights e aprendizados adquiridos durante a discussão do caso. Os alunos serão encorajados a refletir sobre como as teorias

aplicadas e as discussões ajudaram a entender melhor os desafios enfrentados pelo Grupo Mandic na gestão de sua arquitetura de marcas e na diversificação de negócios.

- **Atividades:**
  - Cada aluno (ou grupo, dependendo do tamanho da classe) apresentará brevemente sua maior aprendizagem ou insight do caso, discutindo como isso poderia ser aplicado em um contexto profissional real.
  - Discussão de como os conceitos de branding, gestão de mudanças, e estratégia corporativa interagem no contexto de uma empresa diversificada como o Grupo Mandic.

## **2. Discussão dos Objetivos de Aprendizagem (10 minutos)**

- **Objetivo:** Garantir que todos os objetivos de aprendizagem foram abordados e compreendidos pelos alunos. Esta é uma oportunidade para os alunos fazerem perguntas finais e esclarecerem quaisquer dúvidas.
- **Atividades:**
  - Revisão rápida dos objetivos de aprendizagem e verificação de como cada um foi abordado durante a discussão.
  - Feedback dos alunos sobre quais objetivos foram mais desafiadores e quais estratégias eles sugerem para abordar esses desafios no futuro.