

EDIÇÃO ESPECIAL

Prêmio  
**Inova+Saúde**  
2022

# Revista Científica Faculdade Unimed



Faculdade  
**UNIMED**

  
SEGUROS  
**Unimed**

## **Diretoria Executiva Unimed do Brasil**

Omar Abujamra Júnior, Presidente

Emilson Ferreira Lorca, Vice-Presidente

Claudio Laudares Moreira, Diretor de Regulação, Monitoramento e Serviços

Dilson Lamaita Miranda, Diretor de Administração e Finanças

Marcos de Almeida Cunha, Diretor de Gestão de Saúde

Rubens Carlos de Oliveira Júnior, Diretor de Desenvolvimento de Mercado

Silvio Porto de Oliveira, Diretor de Intercâmbio

## **Diretoria Executiva Fundação Unimed**

Helton Freitas, Diretor-Presidente

Omar Abujamra Júnior, Diretor de Relações Institucionais

Luiz Paulo Tostes Coimbra, Diretor de Gestão Educacional e Desenvolvimento

Adelson Severino Chagas, Diretor Administrativo-Financeiro

## **Conselho de Curadores da Fundação Unimed**

Cleber Gustavo Rotoli Baldelin, Presidente, Unimed do Brasil

Willian Gebrim Júnior, Vice-Presidente, Unimed do Brasil

Edmilson Rocha de Souza, Conselheiro, Unimed do Brasil

Eider Barreto de Medeiros, Conselheiro, Central Nacional Unimed

Elias Antônio Neto, Conselheiro, Unimed Participações

Emanoel Gledston Licarião, Conselheiro, Seguros Unimed

José Marcos Barroso Pillar, Conselheiro, Unimed do Brasil

Júlio César Córdova Maciel, da Uniodonto do Brasil

Maurício Simões Correa, Conselheiro, Unimed do Brasil

Paulo César de Araújo Rangel, Conselheiro, Unimed do Brasil

## **Conselho Fiscal da Fundação Unimed**

Emilson Ferreira Lorca, Titular

Antônio Abrão Nohra Neto, Titular

José Augusto Ferreira, Titular

Marcos de Almeida Cunha, Suplente

Otto Cezar Barbosa Júnior, Suplente

Reinaldo Antônio Monteiro Barbosa, Suplente

## **Diretoria Executiva Faculdade Unimed**

Helton Freitas, Diretor Geral

Fábio Gastal, Diretor Acadêmico

Márcio Barbosa, Diretor Administrativo-Financeiro



## Conselho Editorial / Editorial Council

### **Conselho Editorial / Editorial Council**

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Carolina Resende Costa, Faculdade Unimed, Brasil

Prof. Dr. Duarte Nuno Pessoa Vieira, Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra, Portugal

Prof. Dr. Marcelo Eidi Nita, Faculdade Unimed, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Ms. Natália Cristina Alves Caetano Chaves Krohling, Faculdade Unimed, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Tânia Moreira Grillo Pedrosa, Faculdade de Ciências Médicas de Minas Gerais, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Wanêssa Lacerda Poton, Universidade Federal de Pelotas/Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

## Comitê Científico / Scientific Committee

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Adriana de Melo Ferreira, Faculdade Unimed, Brasil

Prof. Dr. Álvaro Nagib Atallah, Universidade Federal de São Paulo, Brasil

Prof. Dr. André Germano dos Santos Leite, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ankilma do Nascimento Andrade Feitosa, Faculdade Santa Maria, Brasil

Prof. Ms. Antônio Ferreira de Melo Júnior, Faculdade Multivix, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Bianca Magnelli Mangiavacchi, Faculdade Metropolitana São Carlos, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Brunella Alcântara Chagas de Freitas, Universidade Federal de Viçosa, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cecília Maria Lima Cardoso Ferraz, Faculdade Unimed, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cleia Marcia Gomes Amaral, Universidade de São Paulo, Brasil

Prof. Ms. Cloer Vescia Alves, Universidade Federal do Rio Grande, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Ms. Denise Pimenta, Faculdade Unimed, Brasil

Prof. Ms. Eduardo Henrique Puglia Pompeu, Faculdade Unimed, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Eliana Bernadete Caser, Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Flávia Amaral Rezende, Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Gisele Silva Lira de Resende, Centro Universitário Unicathedral, Brasil

Prof. Dr. Hélio Borba Moratelli, Universidade Federal Mato Grosso, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Ms. Jakeline França Dutra, COPPEAD/UFRJ, Brasil

Prof. Ms. Julian Silveira Diogo de Ávila Fontoura, Brasil

Prof. Dr. Leonardo Ayres, PUC Minas, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Luciana Branco Penna, Faculdade Unimed, Brasil

Prof. Dr. Luiz Paulo Ribeiro, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria da Penha Pereira de Melo, Faculdade Unimed, Brasil

Prof. Dr. Mario Luz Soares, FEA/USP, Brasil

Prof. Dr. Paulo Sérgio Rodrigues de Paula, UFSC, Brasil, e Université de Reims, França

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Regina Viegas, CEFET-RJ, Brasil

Prof. Dr. Renato Peixoto Veras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Suzana Schwerz Funghetto, Universidade de Brasília, Brasil

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Tatiane Rodrigues Carneiro, Faculdade Unimed, Brasil

Prof. Dr. Wagner Fonseca Moreira da Silva, Faculdade Unimed, Brasil

# Equipe Editorial / Editorial Board

## **Editor Chefe/ Chief Editor**

Prof. Dr. PhD Fábio Leite Gastal, Faculdade Unimed, Brasil

## **Editora Científica / Scientific Editor**

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Carolina Resende Costa, Faculdade Unimed, Brasil

## **Editora Adjunta / Deputy Editor**

Fernanda Christina Costa, Faculdade Unimed, Brasil

## **Editor de Texto e Layout / Design and Text Editor**

Thiago Henrique Freitas de Souza, Faculdade Unimed, Brasil



### **2021 Revista Científica Faculdade Unimed**

Os autores são responsáveis pela apresentação dos fatos contidos e das opiniões expressas nesta publicação.

<b>Missão, foco e escopo / Mission, focus and scope</b> .....	<b>7</b>
<b>Apresentação / Presentation</b> .....	<b>8</b>
<b>Entrevista</b> .....	<b>9</b>
Entrevista com Dr. Helton Freitas (Por Luciana Mayer) .....	10
<b>Inova +saúde</b> .....	<b>13</b>
Unimed Cascavel é mais digital.....	14
Campanha: Tá na hora de acertar os ponteiros.....	22
Conecta Unimed - Inovação aberta a favor da transformação digital.....	30
Formação de cuidadores de idosos.....	35
Inova mais saúde projeto: assistente virtual.....	42
Avanço das liberações <i>on-line</i> em tempos de pandemia.....	52
Produto essencial .....	58
Programa de performance corporativa em saúde: modelos assistenciais.....	66
Unimed e Softplan +Saúde.....	72
Cortesia com resultado - transformação da cultura organizacional .....	76
Calendário da saúde 2020 - Unimed Londrina .....	78
<b>Normas / Guidelines</b> .....	<b>92</b>



## Missão, foco e escopo / Mission, focus and scope



A Revista Científica da Faculdade Unimed é uma iniciativa que visa ao desenvolvimento da prática investigativa e ao livre acesso à pesquisa científica. A Revista está cadastrada no Portal de Periódicos da Faculdade Unimed e utiliza o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER).

**Público-alvo:** docentes, estudantes de graduação e pós-graduação, pesquisadores e outros interessados na produção científica das áreas de Educação Superior, Saúde, Gestão e Cooperativismo.

**Missão:** veicular trabalhos científicos de docentes e discentes voltados ao desenvolvimento do cooperativismo, das práticas gerenciais aplicadas e da profissionalização em saúde no contexto do ensino superior.

**Políticas de Seção:** Revista Científica Faculdade Unimed publica trabalhos de docentes e discentes na forma de artigos, relatos, resenhas, resumos, entrevistas e trabalhos de pesquisa.

# Apresentação

Prezados leitores,

Esta edição da Revista Científica Faculdade Unimed traz uma seleção especial de artigos: os vencedores do prêmio Inova +Saúde, da Seguros Unimed. Os *cases* vêm de todas as partes do Brasil e trazem histórias de sucesso em inovação, gestão e cuidado na assistência em saúde, que podem servir de inspiração para todas as cooperativas do Sistema.

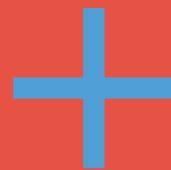
A escolha de publicar estes *cases* vem da vontade de valorizar ainda mais essas iniciativas e ampliar a sua divulgação, não só para os membros do Sistema, mas para todos aqueles que tenham interesse em novas formas de pensar a gestão hospitalar e a atenção à saúde.

Além dos *cases*, também trazemos uma entrevista com o presidente da Fundação Unimed e da Seguros Unimed, Helton Freitas, para falar mais sobre o prêmio e a sua importância para o cooperativismo e as OPSs.

Esperamos que estes *cases* os ajudem a desenvolver novas formas de pensar a saúde no sistema suplementar, e mais uma vez parabenizamos os participantes.

Boa leitura!

# Entrevista





Por Luciana Mayer

## **Dr. Helton Freitas**

Helton Freitas é médico formado pela Universidade Federal de Minas Gerais, especialista em Planejamento e Administração de Serviços de Saúde e em Medicina do Trabalho. No setor público, atuou no Hospital das Clínicas da UFMG e foi secretário adjunto de Saúde de Belo Horizonte. Há mais de 30 anos dedica-se ao cooperativismo médico nas áreas de consumo, trabalho, crédito e assistência à saúde, especialmente no Sistema Unimed, no qual ingressou em 1998. Presidiu a Unimed-BH entre 2006 e 2014, e, desde 2015, está à frente da Seguros Unimed. Em 2021, também assumiu a presidência da Fundação Unimed e a direção geral da Faculdade Unimed.



Para potencializar ainda mais a visibilidade dos projetos que serão apresentados para todo o Sistema Unimed, os projetos que foram aprovados no Inova +Saúde serão apresentados aos alunos da Faculdade Unimed como *cases* de sucesso nesta edição da Revista Científica.

Como importante ativo estratégico desse ecossistema, a Faculdade Unimed vem trabalhando para se tornar um laboratório de ideias. A produção de conhecimento é um importante instrumento para mantermos a competitividade das Unimeds no mercado, e iniciativas como o prêmio Inova +Saúde são muito apropriadas para o desenvolvimento, pois estimulam e incentivam cada vez mais a produção criativa de produtos, serviços e processos no setor.

Logo abaixo você pode conferir a entrevista que fizemos com o doutor Helton Freitas, diretor-geral da Faculdade Unimed.

### **O que é o prêmio Inova +Saúde?**

A iniciativa foi criada pela Seguros Unimed para dar visibilidade às melhores experiências das cooperativas, com a convicção de que a inovação na gestão e nas práticas assistenciais tem papel decisivo para a sustentabilidade do Sistema Unimed. A primeira fase do projeto é a inscrição juntamente com o detalhamento do projeto, e em seguida as demais etapas, como: avaliação, divulgação dos finalistas, voto do sistema e, por último, a divulgação dos ganhadores.

### **Como surgiu a ideia de criar esse prêmio?**

O prêmio Inova +Saúde existe para preencher uma lacuna de práticas que o Sistema Unimed já tinha feito anteriormente. A ideia era buscar na diversidade do Sistema Unimed, o que as Unimeds estão fazendo de mais inovador. Assim, conseguiríamos trazer as melhores práticas de cada uma das singulares Unimeds dentro de determinadas trilhas preestabelecidas.

Com julgamentos realizados por um júri independente e isento, o prêmio tem como objetivo apresentar as melhores práticas dentro do Sistema Unimed para os clientes. A ideia é compartilhar informações sobre a perspectiva da reprodutibilidade, para que os projetos apresentados possam ser levados a outras singulares. Queremos estimular práticas que possam ser compartilhadas e adotadas por outras cooperativas. Então, foi com esse objetivo que a gente criou esse programa Inova +Saúde, uma iniciativa da Unimed Seguradora e agora, mais recente, em parceria com a Unimed do Brasil e Faculdade Unimed.

### **O projeto tem uma função estratégica dentro do Sistema?**

A visão estratégica dentro do Sistema Unimed visa à divulgação. Nosso objetivo é trazer para a vitrine, no sentido de divulgar, o reconhecimento das melhores práticas das diversas singulares do sistema, pois entendemos que sempre terá alguém fazendo alguma coisa muito interessante para compartilharmos. E a Faculdade Unimed tem essa missão, que é selecionar e divulgar aqueles projetos que estão dando certo no sistema.

Sempre que posso, eu vou às apresentações e aprendo alguma coisa. Sempre tem alguém que faz alguma coisa interessante que a gente não sabe. Às vezes, tem uma Unimed do interior do Rio Grande do Sul ou do Nordeste que está fazendo um negócio legal e a gente não sabe o que está acontecendo. Então, quando essas Unimeds participam do prêmio, isso ganha visibilidade. Além disso, temos um banco de informações e a integração dentro sistema Unimed, que faz tudo acontecer. A integração das informações dentro do Sistema Unimed é de extrema importância!

## Como foi a escolha das editorias/temas? Quais critérios são utilizados para a escolha dos trabalhos?

Esses são os temas que entendemos como estratégicos e relevantes para o dia a dia das cooperativas do Sistema Unimed. Sempre tem um projeto parecido com este nas conversões do Sistema Unimed. Tivemos vários nomes e formatos. Teve uma época que o Júri começou a ficar muito político e acabou que isso matou a ideia. Então, decidimos que a proposta ficaria melhor se tivéssemos um júri independente, com muita credibilidade.

Assim, decidimos implantar um Júri independente de cada tema. Escolhemos um especialista da área, alguém com reconhecimento. A Seguro Unimed faz a curadoria, com a reunião do Júri, dos requisitos, da qualidade, da estabilidade e da reprodutibilidade desses trabalhos. Assim, participam desde as Unimeds pequenas até as muito grandes. Em seguida, fazemos uma reunião para escolher o melhor entre eles.

## Quem pode participar?

Qualquer colaborador do Sistema Unimed pode participar, basta ter um bom projeto e *case* de sucesso! As Unimeds que quiserem participar desse prêmio podem cadastrar até três projetos distintos em cada uma das seis categorias: Marketing, Inovação Digital, Sustentabilidade, Gestão de Pessoas, Cliente no Centro e Epidemiologia, Saúde e Bem-Estar. Para realizar a inscrição, basta acessar o *site* do prêmio: [www.inovamaissaude.com.br](http://www.inovamaissaude.com.br) .



Prêmio

**Inova + Saúde**

2022



## Everton Antonio Garboça

**Ano de publicação:** 2021

**Categoria do prêmio:** MARKETING

**Diretoria Unimed:** Cascavel 2021-2024

**Presidente:** Dr. Luiz Sérgio Fettback

**Diretor de Mercado:** Dr. Erwin Soliva Junior

**Diretor de Controladoria:** Dr. Fayez Mehanna

**Diretor de Provisamento de Saúde:** Dr. Sandro Toledo Carvalho

## Diagnóstico

O crescimento expressivo do consumidor na busca pela acessibilidade digital fez com que as empresas dessem os primeiros passos rumo à digitalização. Nesse sentido, diversas organizações iniciaram a construção de um novo canal de vendas, conhecido como *e-commerce*, ou lojas digitais.

A viabilização das compras pela internet sem dúvida contribuiu para o aumento de receita, número de vidas e outros indicadores comerciais de grande relevância para as empresas.

Vislumbrando tais tendências e como premissa de seu planejamento estratégico, em 2019 a Unimed Cascavel deu início ao projeto de implantação do simulador de planos *on-line*, cujo objetivo era a captação de *leads* com maior rastreabilidade e qualidade, considerando que o cliente já estaria com o orçamento em mãos e, posteriormente, poderia concretizar sua compra.

Em outubro de 2019, o projeto de implantação avançou, fazendo com que a Unimed Cascavel se tornasse pioneira no estado do Paraná na implantação do seu *e-commerce* para aquisição totalmente digital de planos para pessoa física (<https://planodesaude.unimedcascavel.coop.br/Home/Plano>).

Com o passar do tempo, a plataforma ganhou destaque no que diz respeito ao planejamento de campanhas voltadas ao digital, com foco nas tecnologias atuais, por exemplo, Google Ads, Facebook, Instagram, *e-mail* marketing e demais ferramentas. Diante desse contexto e para fortalecer ainda mais esse canal de venda, a Unimed Cascavel lançou o mote "Unimed + Digital", que evidenciou os atributos da marca quanto a facilitar o acesso do consumidor no meio digital e inovar no que diz respeito à aquisição de planos de saúde.

## Apresentação

Desde a construção de seu escopo, o projeto de implantação do *e-commerce* da Unimed Cascavel envolveu diversas áreas da cooperativa e contou com o time de desenvolvimento do setor de Tecnologia da Informação para a construção integral da ferramenta, poupando investimento em recursos externos.

Cada aspecto da plataforma foi pensado para proporcionar ao potencial cliente uma experiência confortável, rápida e prática, como os canais digitais devem ser. Visando intensificar sua entrada no mercado digital, em 2020 a cooperativa lançou a campanha "Unimed + Digital", reforçando o fato de que o consumidor poderia acessar e conhecer todo o portfólio de planos da Unimed Cascavel sem precisar sair de casa.

Esse reforço quanto à existência de um novo canal de vendas com a campanha "Unimed + Digital" evidenciou o fato de a cooperativa ter investido em uma plataforma que proporcionasse aos seus clientes comodidade e segurança para compra de plano de saúde *on-line*, especialmente em virtude da pandemia. É importante destacar que todo o processo de contratação, desde a parte de levantamento de documentação, passando pela entrevista de saúde até a finalização com a assinatura digital é feita inteiramente *on-line*, sem a necessidade de deslocamento à cooperativa.

## Justificativa

Devido à modernização e as novas tecnologias, a Unimed Cascavel seguiu as tendências mundiais, orientada também por seu planejamento estratégico, e desenvolveu seu *e-commerce* para chegar às pessoas que são digitais, ou seja, que compram sem precisar sair de casa. Tal movimento gerou proximidade com o seu público-alvo, especialmente diante da pandemia do Coronavírus em 2020, que destacou a tendência no cenário *on-line*.



Além da opção de vendas presenciais, a Unimed Cascavel agregou o processo de venda *on-line* aos seus *leads*. Tal inovação fez com que a cooperativa estivesse mais próxima dos potenciais clientes e desenvolvesse estratégias direcionadas para alcançá-los.

O setor de Marketing e Comunicação da Unimed Cascavel planeja e desenvolve campanhas com atrativos de vendas, destacando os diferenciais da marca e as vantagens, como gratuidade de produtos não assistenciais (serviço de remoção aérea e rodoviária) e percentuais de descontos, gerando, assim, vantagem competitiva para a cooperativa perante o mercado concorrente.

Além disso, vale destacar que a plataforma *on-line* gerou e ainda gera uma redução expressiva dos custos administrativos, principalmente relacionados à parte de comissionamento das vendas, uma vez que o cliente adquire seu plano inteiramente *on-line*, sem necessitar da assistência de um consultor de vendas. Essa economia nos custos assistenciais pode ser direcionada para investimentos e melhorias na plataforma digital e nas estratégias de marketing da singular.

## Objetivos

O objetivo principal da Unimed Cascavel com a implantação do *e-commerce* foi disponibilizar aos seus clientes a opção de ter um canal de vendas inovador e prático para a aquisição de planos de saúde, tornando-se atrativo aos novos públicos. Além disso, a cooperativa visou também à adequação às tendências globais, aquecidas pela era digital.

Diante da implantação da nova plataforma de comercialização *on-line*, a cooperativa adotou como estratégia o desenvolvimento de campanhas de vendas especificamente para este novo canal, trabalhando com a flexibilidade e personalização de campanhas digitais que fossem atrativas para os potenciais clientes, por meio de atributos já mencionados anteriormente, por exemplo, descontos na mensalidade e produtos não assistenciais inclusos. Atrelado a isso, a cooperativa se posiciona no mercado como

inovadora e mais digital no que tange à comercialização de planos, uma vez que é pioneira no estado do Paraná com esse modelo de plataforma.

## Objetivos Específicos

- Ter visibilidade no cenário digital.
- Atender ao público com perfil digital.
- Aumentar a captação de clientes.
- Ser pioneira no estado do Paraná na comercialização *on-line* de planos de saúde.
- Redução de custos administrativos, por exemplo, comissionamento e número de colaboradores.
- Otimização da operacionalização do processo, uma vez que os documentos chegam por meio digital e o contrato é emitido automaticamente, isentando a interação de colaboradores em processos menores, cuja energia passa a se concentrar em processos “chave”.

## Resultados

Desde a implantação do novo sistema, obtivemos um volume total de 15 mil simulações e 297 vidas comercializadas por meio da plataforma, inteiramente digital e sem necessidade de interações presenciais. As campanhas realizadas via *e-commerce* também passam pela análise do indicador de **retorno de investimento (ROI)**, que demonstra o retorno sobre o valor investido. Este indicador é composto pelo investimento realizado na campanha × a quantidade de planos comercializados no período de veiculação da campanha. No que tange à monetização, é utilizado o tempo médio de permanência dos beneficiários da cooperativa, que hoje está em média de 76 meses. Com esses dados, é feito um comparativo entre a receita obtida com esses beneficiários neste tempo de permanência × os custos gerados por estes beneficiários no mesmo período, resultando em um saldo que é utilizado para o cálculo do ROI.

No período apurado, que abrange outubro, novembro e dezembro de 2020 e janeiro de 2021, o custo da campanha, que consistiu apenas nas veiculações digitais, uma vez que ela foi desenvolvida internamente, foi de R\$ 4.328,35, com um saldo de 81 vidas comercializadas.

Para esta campanha, a memória de cálculo utilizada está representada no quadro a seguir:

<b>Retorno sobre investimento - ROI</b>	
Vidas comercializadas	81
Ticket Média Receita	R\$ 233,14
Ticket Média Custo com D.A. (8%) - (Última Campanha)	R\$ 207,37
Receita projetada (tempo de permanência médio atual - 76 meses)	R\$ 1.435.209,84
Custo projetado (tempo de permanência médio atual - 76 meses)	R\$ 1.276.569,72
<b>Saldo</b>	<b>R\$ 158.640,12</b>
<b>Custo da Campanha</b>	<b>R\$ 4.328,35</b>
<b>Cálculo ROI (Campanha)</b>	<b>35,7</b>
<b>% de retorno da Campanha</b>	<b>3.565%</b>

Isso resultou em um ROI positivo, uma vez que a quantidade de planos comercializados foi suficiente para cobrir as despesas com a campanha. Com essas 81 vidas comercializadas, a Unimed Cascavel possui um saldo de R\$ 158.640,12 ao longo do período médio de permanência do beneficiário, que é de 76 meses, considerando a receita e o custo projetado. Complementando a análise, percebe-se que a cada R\$ 1,00 investido na campanha, obtivemos um retorno financeiro de R\$ 35,70, o que representa 3.565% de retorno da campanha no período de outubro de 2020 a janeiro de 2021, demonstrando, assim, a viabilidade financeira da campanha, com patamares expressivos.

As vendas são acompanhadas diariamente pela equipe de Marketing e Comunicação, a fim de validar se as estratégias estão de acordo com o público-alvo ou se é necessária a adequação da estratégia de mercado.

Em 2020, o cenário digital destacou-se, e assim a campanha "Unimed + Digital" foi desenvolvida internamente pela equipe de Marketing e Comunicação da cooperativa, com estratégias digitais para a captação de *leads* e comercialização de planos, reforçando os atrativos comerciais da marca e gerando um engajamento de mais de 500 mil impressões. Desde outubro de 2020, quando lançamos a campanha "Unimed + Digital", os recursos financeiros destinados à campanha vêm aumentando, bem como os resultados digitais, por exemplo, alcance e impressões. Por ser uma plataforma *on-line*, nosso foco é dar destaque às estratégias digitais, com enfoque nas mídias digitais e nos portais de Cascavel e região. A seguir, evidenciamos os resultados obtidos com a campanha, considerando o período de outubro de 2020 até janeiro de 2021, que apresentou um alcance de 1.329.357 pessoas e um total de 1.828.897 impressões, com um valor aplicado na estratégia digital de R\$ 4.645,04.

Os números extraídos das redes sociais demonstram o grande alcance das campanhas digitais, cuja estratégia é feita especificamente considerando determinados fatores, como: características da persona (perfil do potencial cliente de planos de saúde da Unimed), área de abrangência, interesses em compras digitais e em planos de saúde.

Desde 2021, o acompanhamento da evolução dos indicadores supracitados é realizado mensalmente pela equipe de Marketing e Comunicação, que adequa suas estratégias mediante reação do mercado.

A cooperativa conta também com uma agência para realização de seu marketing digital, que monitora mensalmente os resultados gerados pelos novos *leads*. Um desses resultados diz respeito ao volume total de acessos ao simulador, que em 2020 alcançou a marca de mais de 43 mil acessos.

O projeto de implantação do *e-commerce* contou com a integração e participação de várias áreas da cooperativa, em virtude de sua complexidade e robustez. Seu **caráter inovador** exigiu das áreas novos conhecimentos para pesquisas e realização de *benchmarks*, o que agregou conhecimentos técnicos em virtude da implantação da plataforma disruptiva no cenário de planos de saúde. Alinhada às tendências de compras *on-line*, a Unimed Cascavel seguiu o caminho para o desenvolvimento de plataformas digitais integradas, fazendo com que a cooperativa tivesse em seu portfólio mais um canal de vendas para seus potenciais clientes.

Considerando a **viabilidade técnica** do projeto, uma vez que o sistema foi desenvolvido pela equipe interna de Tecnologia da Informação, os custos vinculados à parte inicial, como planejamento, desenvolvimento e lançamento foram mínimos, o que possibilitou um investimento nas campanhas de marketing digital. Além disso, após implantação do projeto, é notável a redução dos custos administrativos da cooperativa, considerando que o cliente possui autonomia para operacionalizar e adquirir seu plano, sem necessidade de interação com consultores, a não ser que seja necessário, o que demonstra plena viabilidade financeira, uma vez que houve gestão dos recursos internos para o aproveitamento pleno deles.

Pelo fato de a marca Unimed ser amplamente reconhecida e almejada - o que destaca sua **desejabilidade** perante os diversos públicos -, a possibilidade de adquirir planos *on-line* fez com que os nossos produtos chegassem a diferentes locais da área de abrangência da cooperativa, por exemplo, à cidade de Capitão Leônidas Marques, município que faz parte de nossa área de atuação e outras cidades limítrofes que também fazem parte da abrangência da cooperativa, explicitando a **viabilidade tecnológica** do projeto, cuja premissa é estar em todos os locais e acessível ao usuário. Neste local e em outras cidades da área de abrangência, não há loja física nem a presença de vendedores diariamente; por esse motivo, o *e-commerce* atendeu às necessidades de vendas de planos PF para famílias cujo deslocamento não precisa mais ser realizado até Cascavel, evidenciando a **escalabilidade** do projeto no que diz respeito à ampliação de seu alcance e de ser implementado por outras Unimeds coirmãs que tenham cenário semelhante.

## Documentos Adicionais

### Imagens do projeto



Imagem 1 - Banner Portal Unimed



Imagem 2 - Cartaz "Unimed + Digital"



★★★★★

UNIMED  
CASCAVEL

DI  
+GI  
TAL

Adquira um plano de saúde completo sem sair de casa.

**GANHE CARÊNCIA ZERO  
E UM BRINDE EXCLUSIVO** 

[unimedcascavel.coop.br](http://unimedcascavel.coop.br)



As condições específicas desta campanha são válidas somente para contratação de novos planos de saúde Unimed pelo aplicativo Unimed Digital. Caso não seja possível acessar o app, entrar em contato pelo 0800 022 112122 ou 011 21211222. Consulte o site unimedcascavel.coop.br para mais informações. O prazo para contratação é de 30 dias a partir da publicação desta campanha. Não há limite de contratação. A contratação de planos de saúde Unimed Digital é obrigatória para a contratação de planos de saúde Unimed Digital. Consulte o site unimedcascavel.coop.br para mais informações.

Imagem 3 - E-mail marketing sobre aquisição de plano



CAMPANHA DE VENDAS  
**E-COMMERCE**  
ABRIL/MAIO 2022

**TENHA UNIMED**  
COM A VANTAGEM DE  
R\$5,61  
CARÊNCIA ZERO

Quanto custa ter um plano da Unimed Cascavel?

A partir de R\$ 5,61 por dia já é possível contratar um plano de saúde da Unimed Cascavel. Além disso, ter Unimed é poder contar com qualidade, segurança e cuidado em todas as fases da vida. Esse é o tema da próxima campanha de vendas online, realizada por meio da plataforma e-commerce da Unimed Cascavel.

O mote da campanha "Tenha Unimed" busca fazer com que as pessoas contratem um plano de saúde completo, com a vantagem de **15% DE DESCONTO na primeira mensalidade e CARÊNCIA ZERO**. As vantagens enfatizam o uso da plataforma digital principalmente nesse momento em que precisamos nos proteger o máximo possível.

**TEXTO LEGAL**

\*No caso de não aceitar estas condições, as informações para contratação do plano de saúde na modalidade pessoa física estarão disponíveis na plataforma online da Unimed Cascavel, disponível em: [www.unimedcascavel.com.br](http://www.unimedcascavel.com.br), no período de 02/04/2022 a 02/05/2022. \*\*O desconto de 15% será aplicado em todos os planos e apenas na primeira mensalidade de cada contratação. \*\*\*Valor por dia considerando um mês de 30 dias para planidade inicial com abrangência Regional, acomodação em referência com 50% de coparticipação, na faixa etária de 0 (zero) a 18 anos. Valor da mensalidade integral é de R\$ 168,00, com anuidade de R\$ 1.680,00 mensalidade, com 10% de carência. \*\*\*\*As atividades cirúrgicas são realizadas em hospitais e ambulâncias (exceto para todos os planos nas modalidades Individual e Familiar Convulsa e São integrantes do grupo) em locais com habitação de caráter residencial. <http://www.unimed.com.br/Wa275>

**MÍDIAS**  
[Ícone de mídia]

**PERÍODO**  
ABRIL  
MAIO

Unimed Cascavel

Imagem 4 - E-mail marketing para os colaboradores sobre a Campanha de Vendas E-commerce



Já estamos nos  
**ÚLTIMOS DIAS**



UNIMED CASCAVEL +  
**DIGITAL**

Aproveite e tire o seu plano do papel, com **15% de desconto, somente até dia 31 de março de 2021.**

Compre um plano de saúde online com desconto de: **15%**  
**+ Carência Zero**

[unimedcascavel.coop.br](http://unimedcascavel.coop.br)



Mas condições especiais desta campanha são válidas somente para contratação de planos de saúde em estabelecimento próprio. Para saber mais sobre planificação online da Unimed Cascavel, visite [www.unimedcascavel.coop.br](http://www.unimedcascavel.coop.br) ou participe de atividades e eventos. Não há desconto de 15% aplicado apenas no primeiro mês de cada contrato. Não se aplica em planos para dependentes e planos especiais para idosos ou planos de saúde coletivo (empresas e famílias). Consulte a lista completa das condições e regras de cadastro nos links [www.unimedcascavel.coop.br](http://www.unimedcascavel.coop.br) e [www.unimedcascavel.coop.br](http://www.unimedcascavel.coop.br).

046 3733 7000 - 0800 000000

Imagem 5 - E-mail marketing sobre a aquisição de plano com desconto



**Campanha: tá na hora  
de acertar os ponteiros**

## **Everton Antonio Garboça**

**Ano de publicação:** 2020

**Categoria do prêmio:** MARKETING

**Diretoria:** Unimed Cascavel 2018-2021

**Presidente:** Dr. Danilo Galletto

**Diretor de Mercado:** Dr. Humberto Golfieri Junior

**Diretor de Controladoria:** Dr. Erwin Soliva Junior

**Diretor de Provimento de Saúde:** Dr. Luiz Sérgio Fettback

# Campanha: tá na hora de acertar os ponteiros

## Diagnóstico

A Unimed Cascavel, cooperativa instituída há mais de 30 anos, busca constantemente a melhoria contínua em seus processos. Entre essas análises, identificamos que havia uma **oportunidade de negócio, relacionada à recuperação de receita que estava atrelada a uma carteira inadimplente de contratos cancelados na cooperativa.**

Observamos que, se criássemos uma alternativa para o cliente, que facilitasse o acesso e ainda concedesse benefícios para que ele regularizasse a pendência, poderíamos obter sucesso na recuperação do crédito.

Complementar a esse cenário, havia um esforço operacional manual no setor financeiro da cooperativa, no qual algumas pendências eram direcionadas para empresas de assessoria de cobrança, com o objetivo de realizar as ações de cobrança para esta base de clientes inadimplentes e que possuíam contratos cancelados. Atrelado a isso, o esforço de controle manual poderia ser direcionado de forma mais efetiva e estratégica para outras funções se houvesse uma plataforma automatizada para realizar esta atividade. Diante de todas essas necessidades, buscamos implementar uma nova ferramenta para esse processo de cobrança.

Outro ponto relevante que merece destaque diz respeito às taxas cobradas pelas empresas de cobrança utilizadas anteriormente a esse projeto, as quais convertiam para a Unimed um repasse em média de R\$ 45.000,00/mês, e para este valor ainda contabilizávamos os valores de comissionamento, que eram em média de 12% a.m., e ainda deveria ser agregado aos custos uma despesa administrativa de 9% de rotinas operacionais que geravam no setor para controle deste processo com as Terceirizadas de Cobrança.

Muito similar ao que o mercado financeiro utiliza e aos modelos de campanha estilo “Black Friday”, a Unimed Cascavel buscou uma forma de contato com o seu cliente inadimplente, oferecendo uma plataforma *on-line* de renegociação, disponível para acesso permanente durante as 24h do dia, em que ele poderia fazer o autoatendimento de forma prática e rápida, e com 5 cliques estaria finalizada a negociação, de forma segura e com várias oportunidades de negociação dos valores pendentes.

Esta ferramenta reduziu o tempo operacional gasto para executar as ações de cobrança e gerou uma economia também em pagamento de comissionamento para os contratos que estivessem em cobrança com empresas de assessoria terceirizada.

Outro benefício que buscamos apresentar para o cliente foi a facilidade de acesso atrelada ao autoatendimento, que difere em muito do processo usual que era utilizado, com negociações via telefone ou *e-mail*, para o qual havia a necessidade de mais de um contato para finalizar os acordos.

Outro ponto de destaque desse projeto diz respeito a sua execução de forma rápida com a utilização da *Open innovation* (Inovação aberta) com uma *startup* parceira da Unimed, originada em nossa I Hackathon, realizada em 2018 (premiada no Inova +Saúde de 2019). A *startup* WestSoftware funciona como um “braço” de inovação da nossa cooperativa, e os projetos de desenvolvimento que necessitam de maior celeridade são terceirizados a eles, em um formato de parceria que se demonstra cada vez mais consolidado pela facilidade e flexibilidade de a *startup* entender o negócio em que a Cooperativa está inserida e assim desenvolver projetos personalizados para as nossas necessidades.

## Justificativa

Selecionamos a base inadimplente de contratos cancelados de planos empresariais e familiares, com títulos vencidos de 2015 até 07/2019, e criamos regras e condições de pagamentos diferenciadas, com oferta de isenção de juros e multa, e descontos proporcionais ao tempo da dívida vencida para o valor principal devido, por exemplo: quanto mais antiga a dívida, mais desconto teria, além da possibilidade de parcelamento dos valores.

Adicional a essa parte operacional, com todas essas oportunidades e benefícios concedidos, criamos uma campanha focada na comunicação em massa por meio de mídias sociais, pensando no cliente que não tinha sido alcançado pela cobrança do colaborador durante o horário comercial, destacando a plataforma a qual ele teria acesso em qualquer lugar e horário para regularizar sua pendência com a Unimed Cascavel, com ênfase nos benefícios que ele teria durante a campanha.

Este projeto foi pioneiro entre as Unimed do Paraná, e de forma inovadora criamos um modelo de processo dentro da Cooperativa, buscando acompanhar os grandes *players* do mercado financeiro e comercial, que constantemente buscam alternativas que ajudem ambas as partes na resolução de seus principais gargalos, entre eles o atendimento ao cliente.

Ainda como justificativa do projeto, **pode-se ressaltar a otimização de processos por meio da inovação com a parceria entre Unimed e *startup* para desenvolver a plataforma, a geração de receita adicional à cooperativa nos contratos recebidos e a campanha utilizando de forma específica as mídias digitais, que trouxeram um resultado expressivo no primeiro ano de execução desse projeto em nossa cooperativa.**

## Objetivos

Buscamos inovar na forma de contato com o cliente, oferecendo oportunidades e facilidades no atendimento, sempre pautado no planejamento estratégico da cooperativa, que tem como foco a melhoria de processos e serviços ao cliente, bem como a geração de valor agregado com a diminuição de custos e maximização de receitas aos cooperados.

Atrelado a esse contexto, vale ressaltar como objetivo geral o alinhamento da prática ao pilar importante do planejamento estratégico, que é a inovação. Assim, a plataforma foi desenvolvida em parceria com uma *startup*, tendo como características a agilidade e a facilidade na interação com nossos clientes e a campanha, que teve um apelo estratégico voltado ao mundo digital e suas facilidades.

### Objetivos Específicos

Tivemos vários objetivos específicos com esse projeto, sendo os principais:

- Recuperar receita antes de expirar prazo legal de cobrança: oportunidade de recuperar parte dos valores vencidos em 2015 e 2016, que estariam em processo de baixa por perda, por causa do prazo legal expirado para cobrança.
- Criar plataforma *on-line* de autoatendimento: pensando no bem-estar do cliente e na comodidade que poderia ter com o acesso à base de negociação em qualquer lugar e horário. E para a Unimed Cascavel, foi mais uma inovação em ferramentas de automatização de processos e, ao final e com base nos resultados obtidos, deixar de forma permanente esta plataforma.
- Diminuir custos operacionais com trabalho manual e moroso que era feito pelos colaboradores da área financeira.
- Aumentar as receitas advindas do processo de recuperação dessas contas inadimplentes.
- Fomentar a inovação aberta entre a cooperativa e *startups* da região com a criação de ferramentas inovadoras.

## Resultados

A campanha foi chamada de: "Tá na Hora de acertar os ponteiros com a Unimed Cascavel", fizemos uma alusão ao modelo de "Black Friday", para chamar a atenção do público-alvo do projeto, e estipulamos um prazo de vigência para a campanha, que foi durante o mês de dezembro/2019. De forma massificada, disparamos *e-mail*, SMS, e ligações de URA para toda a base inadimplente que contemplava o projeto, deixando *link* para acesso.

Quando o cliente acessava a plataforma, eram apresentados a ele os valores devidos, os descontos que poderia obter e as formas de parcelamento, e em 5 cliques finalizava a negociação e ainda tinha a possibilidade de deixar o contato se houvesse interesse de contratar novo plano de saúde.

Vários resultados qualitativos e quantitativos foram alcançados, sendo os principais:

Quantidade de contratos elegíveis: 5.744

Efetividade: acessos à plataforma durante o período foi de 11%, mais de 625 acessos.

**Quantidade de acordos realizados: 163**

**Valores recuperados: R\$ 81.030,02**

Custo evitado com comissionamento a terceirizadas de cobrança: **R\$ 9.254,50**

Custo do projeto: R\$ 12.022,84, incluindo valor para desenvolvimento da plataforma, que foi de R\$ 3.200,00; ou seja, um retorno para a campanha dentro de um curto espaço de tempo próximo a **R\$ 80.000,00**.

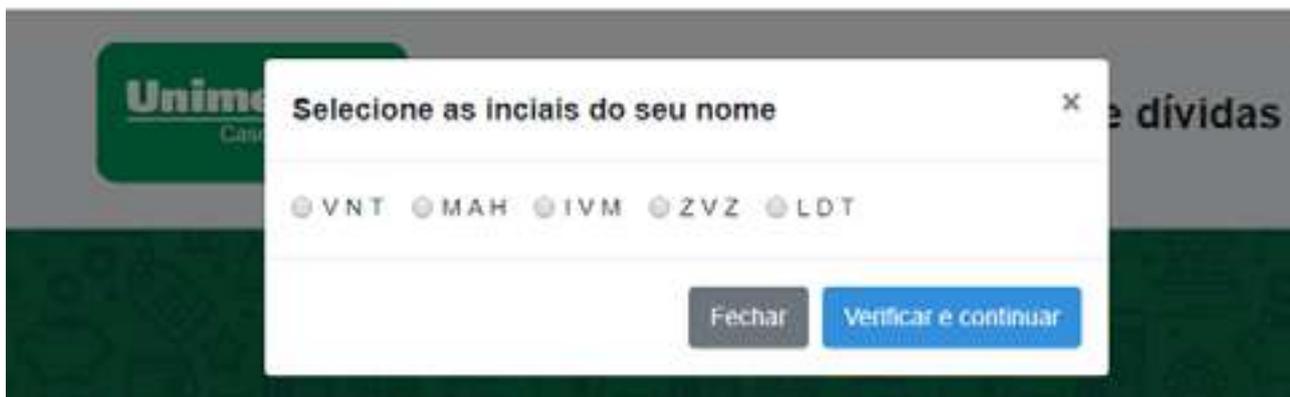
Quantidade de clientes que deixaram contato para nova contratação: 76





## Imagens da Plataforma - Acesso Cliente

Link da plataforma: [www.unimedcascavel.coop.br/renegociao](http://www.unimedcascavel.coop.br/renegociao)





## Campanha de renegociação de dívidas

Olá VALDINEIA NOVAIS TEIXEIRA, a Unimed Cascavel gostaria de lhe oferecer uma oportunidade de renegociar suas pendências.

Atenção: somente será possível aderir a negociação com desconto desta campanha até 31/12/2019, veja as condições facilitadas de pagamento e aproveite esta oportunidade.

Consta em nossa base de renegociação os seguintes títulos em aberto.

Número do título	Data	Valor
1001	25/11/2016	R\$ 1,00

**Valor total: R\$ 1,00**

[Ver oportunidades de negociação com desconto](#)

## Opções de pagamento

Atenção: somente será possível aderir a negociação com desconto desta campanha até 31/12/2019, veja as condições facilitadas de pagamento e aproveite esta oportunidade.

Escolha a opção que seja mais adequada a seu orçamento.

<b>Opção 1</b> <b>Avista</b> <b>De: R\$ 1,00</b> <b>Por: R\$ 0,60</b> <a href="#">Escolher e finalizar</a>	<b>Opção 2</b> <b>Entrada + 1 Parcela</b> <b>De: R\$ 1,00</b> <b>Por: R\$ 0,65</b> <a href="#">Escolher e finalizar</a>	<b>Opção 3</b> <b>Entrada + 2 Parcelas</b> <b>De: R\$ 1,00</b> <b>Por: R\$ 0,70</b> <a href="#">Escolher e finalizar</a>	<b>Opção 4</b> <b>Entrada + 3 Parcelas</b> <b>De: R\$ 1,00</b> <b>Por: R\$ 0,75</b> <a href="#">Escolher e finalizar</a>
--	---	--	--

Se nenhuma das opções acima se encaixa em seu orçamento deixe uma proposta que entraremos em contato.

Informe seu telefone:

Deixe uma mensagem de como gostaria de realizar o pagamento:

[Enviar proposta](#)



## Campanha de renegociação de dívidas

Processo concluído, a Unimed Cascavel agradece.

Parabéns você finalizou o processo de renegociação de dívidas.

Negociação concluída! Faça download dos boletos para o pagamento

Download dos boletos

### Gostaria de voltar a ser cliente Unimed Cascavel?

Sim

Não

© Unimed Cascavel 2019

Boleto de Pagamento

 Banco Itaú S/A	UNIMED CASCAVEL COOP TRAB MED 81 170.003/0001-75 Rua Barão do Carro Azul, nº 594 85862-340 - Cascavel - PR			
 341-7	34191.09008 00000.549162 80163.690003 7 80870000000060			
Beneficiário: UNIMED CASCAVEL COOP TRAB MED Agência/Código do Beneficiário: 9168 / 01636-9 Espécie: R\$ Quantidade: Novo Número: 100/00000005-4				
Endereço beneficiário: Rua Barão do Carro Azul, nº 594 CEP: 85802-050 - Cascavel - PR				
Número do Documento: 00000005	CPF/CNPJ: 81.170.003/0001-75	Vencimento: 26/11/2019	Valor do Documento: R\$ 0,00	
<input type="checkbox"/> Descontos/Prestimérios	<input type="checkbox"/> Outras Deduções	<input type="checkbox"/> Mora Multa	<input type="checkbox"/> Adicional	<input type="checkbox"/> Valor Cobrado
Pagador: VALDINEIA NOVAIS TEIXEIRA / CPF: 966.331.625-00				
Demonstrativo				

Autenticação manual

Renegociação Unimed Cascavel

### Gostaria de voltar a ser cliente Unimed Cascavel?

Sim

Não

Informe seu telefone que entraremos em contato

(45) 99921-4412

Enviar

© Unimed Cascavel 2019

## **Ricardo Brustolin e Rafaela Tiepo Borges Abatti**

**Ano de publicação:** 2021

**Categoria do prêmio:** INOVAÇÃO DIGITAL

**Diretoria:** Unimed Curitiba 2018-2022

**Diretor Presidente:** Rached Hajar Traya

**Diretor Administrativo:** Yugo William Sakamoto

**Diretor Financeiro:** Antonio Carlos de Farias

**Diretor de Mercado:** Wanderley Silva

**Diretor de Provimentos em Saúde:** Mark Deeke

**Diretor de Prevenção e Promoção à Saúde:** Jaime Luis Lopes Rocha

# Conecta Unimed – inovação aberta a favor da transformação digital

## Diagnóstico

A inovação tornou-se um mecanismo impulsionador do desenvolvimento e da competitividade de empresas de todos os tamanhos e mercados. A pesquisa da McKinsey mostra que 70% dos executivos dizem que a inovação é a principal prioridade de sua empresa (MCKINSEY, 2019).

Assim, inovar é condição para a sobrevivência de uma organização, e as atividades de inovação são vistas como solução para melhorar a competitividade e a percepção de evolução da aprendizagem contínua, que envolve ampliar horizontes e interagir com outros *stakeholders* (empresas, universidades e instituições de pesquisa científica e tecnológica, *hubs* de inovação, aceleradoras, *startups* etc.).

A abordagem da inovação aberta consiste na troca ampla de conhecimento entre diversos atores ao longo de suas interações. A companhia, por sua vez, absorve principalmente ideias externas para acelerar o desenvolvimento da inovação, descobrir oportunidades e expandir sua atuação em novos mercados (CHESBROUGH, 2003; RAHMAN; RAMOS, 2010).

Atentos à oportunidade desafiadora e emergente do mercado, a Unimed Curitiba, que cuida de mais de 530 mil clientes em seus planos de saúde e conta com mais 4.657 médicos cooperados ativos, adotou a inovação aberta para inaugurar sua estratégia de inovação, estimulando essa nova forma de relacionamento e desenvolvendo sua abordagem proprietária, criando seu território no ecossistema.

Nesse sentido, definimos como objetivos estratégicos específicos do Programa de Inovação Aberta Conecta Unimed:

- Buscar a satisfação e melhor experiência dos nossos beneficiários em toda sua jornada na marca.

- Fortalecer a cultura de inovação e rejuvenescer a cultura corporativa, buscando no ecossistema práticas e aprendizados que possam contribuir com talentos internos na busca por oportunidades que contribuam para a competitividade da Cooperativa.
- Solucionar dores do negócio, considerando toda a cadeia interna e os *stakeholders* impactados.

## Apresentação

A partir de 2019, a Unimed Curitiba iniciou sua inserção no ecossistema de inovação por meio da criação do seu Programa de Inovação Aberta – Conecta Unimed.

Em sua estratégia de inovação aberta, o Conecta Unimed deu voz ao objetivo de relacionamento com *startups* para inovar a cultura, ampliar mercados de atuação, identificar novos serviços e modelos, solucionar dores internas e antecipar tendências.

Para tanto, estabeleceu parceria com a HotMilk – ecossistema de inovação da PUCPR – e criou seu espaço físico localizado no Tecnoparque PUC/PR, que dispõe de um programa de residência local para *startups* de todo o Brasil, aproximando-se, assim, da Universidade PUC/PR e do movimento de inovação paranaense, que tem Curitiba como referência mundial como *smart city*, que promove uma economia urbana vibrante com o projeto do seu próprio ecossistema de inovação, o Vale do Pinhão.

A criação do espaço Conecta Unimed também está alinhada à estratégia da Unimed Curitiba de incentivar a conexão entre academia, mercado e *startups*, a fim de:

- Estimular a inovação interna, inspirada a partir de comportamentos do mercado digital, focados em ações colaborativas para geração de ideias e cocriação no desenvolvimento de novos processos e soluções.
- Fomentar a jornada de relacionamento entre diversos atores do ecossistema.



Nesses dois anos de atuação, por meio do Conecta Unimed, a Unimed Curitiba compreendeu e testou diferentes abordagens de conexão com *startups*, oferecendo algumas vantagens, como codesenvolvimento, mentoria e oportunidade de se tornar fornecedor da Cooperativa e de empresas do Grupo.

A evolução de maturidade em inovação aberta e a busca constante para identificar o modelo de interação benéfico para o Grupo e para as *startups* geraram uma série de oportunidades e aprendizados quanto a forma de relacionamento, que possui características e dinâmicas distintas.

O modelo de atuação baseia-se na visão sistêmica, identificando as prioridades na estratégia corporativa e articulando com áreas e times internos, para que a inovação chegue a toda a empresa.

A facilitação das interações entre os atores participantes internos e externos de cada temporada é liderada pelo Centro de Pesquisa e Inovação, área vinculada à Gestão Estratégica, que estabelece a governança de cada ciclo, identificando e facilitando processos, e fomentando o engajamento dos colaboradores, de modo que a inovação possa fluir.

Os modelos de relacionamento adotados para continuidade da parceria entre Unimed Curitiba e *startups*, com soluções aderentes aos desafios, são estabelecidos conforme o desenvolvimento do programa e as necessidades das partes.

A cada ciclo é realizada a gestão do aprendizado de relacionamento que tracionam o modelo do Programa, tornando participativa a governança da inovação e gerando valor à Unimed Curitiba e ao ecossistema de inovação.

## Justificativa

A interação entre a Cooperativa, *startups* e ecossistema de inovação, atualmente, ocorre principalmente por meio do Programa de Inovação Aberta, cumprindo, assim, seu objetivo prioritário de alinhar seus processos da ampla inovação de forma recorrente.

Prestes a iniciar a terceira temporada, o Conecta Unimed já conta com mais de 600 horas de trabalho, conexão com 190 *startups* em todo Brasil e implantação de três grandes projetos de impacto direto para os principais *stakeholders*.

Seu grande diferencial é a dinâmica de relacionamento autoral entre diferentes atores do ecossistema, focada em otimizar importantes temas estratégicos e a cada temporada traduzir e internalizar seus aprendizados, a fim de incluir o atributo inovação na marca Unimed Curitiba.

Outro ponto relevante é a aquisição de conhecimento sobre a gestão do relacionamento e diretrizes fundamentais para a manutenção do programa como importante apoiador na busca por soluções.

O Conecta Unimed liga o processo de inovação com o planejamento estratégico da Cooperativa, por meio de um planejamento de ações alinhadas à estratégia organizacional, que considera objetivos específicos e amplos, identifica apoiadores e define papéis, responsabilidades, *budget* e resultados esperados.

Por meio da participação e do engajamento dos colaboradores, o Programa identifica diferentes perfis de agentes de inovação e *gaps* a serem trabalhados em ações de a cultura e capacitação, que aquecem o fomento de cultura corporativa.

Assim, o Conecta Unimed já estabeleceu três importantes marcos:

- Fomento da cultura organizacional sob a ótica de inovação.
- Criação do território Unimed Curitiba no ecossistema de inovação, para gerir os relacionamentos sob a identidade da marca Unimed Curitiba e Conecta Unimed.
- Participação ativa no ecossistema de inovação.

## Objetivos

O Conecta Unimed tem como objetivo fundamental traduzir os valores da Cooperativa, exercitados ao longo de seus 50 anos focados na atenção às pessoas e no incentivo e na promoção à saúde, por meio da atitude inovadora e, assim, contribuir com o aumento da competitividade e desenvolvimento econômico.

Ainda nesse sentido, tem função prática de apoiar na sustentabilidade do negócio (econômica, social e ambiental), acelerando a busca de soluções por meio de novas conexões e relacionamentos.

Outro aspecto importante do Programa é a função de atrair diferentes atores do ecossistema de inovação, para interagir com os talentos internos a fim de revitalizar a cultura organizacional por meio da inovação.

### Objetivos Específicos

Abordados de forma transversal pelo Conecta Unimed, o Programa aborda os seguintes objetivos específicos:

Antecipar tendências a avaliar criticamente os modelos de negócios atuais consistentes com o comportamento do usuário.

Solucionar dores internas com agilidade e identificar potenciais novos negócios.

Adotar metodologias, soluções tecnológicas e processos que suportem os objetivos estratégicos da Cooperativa.

## Resultados

O Conecta Unimed estabeleceu como sua essência o modelo de atuação suportado pelo aprendizado contínuo e a busca pela agilidade para interagir com novos atores em relacionamentos dinâmicos.

É estruturado com um sistema de governança participativo e democrático que permite avaliar constantemente a maturidade da Cooperativa no processo inovativo aberto, visitar processos, mapear riscos e oportunidades, indo até o compartilhamento de aprendizados.

Ainda nesse sentido, de forma inaugural, o Conecta Unimed utilizou a metodologia de *Design Thinking* na Cooperativa, aproximando *stakeholders* do negócio (médicos cooperados e beneficiários) e time interno, em sua etapa inicial de mapeamento de dores e definição de temas-desafios.

Alguns números que o Conecta Unimed já alcançou em suas duas temporadas:

- 190 *startups* conectadas ao Programa.
- 6 finalistas.
- 3 soluções implantadas para responder aos desafios propostos.
- 3 soluções em estudo para piloto.
- Envolvimento de cerca de 130 pessoas de aproximadamente 16 áreas distintas da Cooperativa e empresas do Grupo.
- Execução de *Workshops* de *Design Thinking* – capacitação interna e participação de *stakeholders*.
- Mais de 600 horas de atuação.

## Resultados aos negócios

Solução OPME (órteses, próteses e materiais especiais): Otimização de processo com redução de prazos de liberação e risco de perda financeira com contestações de intercâmbio de R\$ 8,6 milhões ao ano.

Desafio: Organizar os itens da tabela de OPME a fim de melhorar a experiência de médicos cooperados, prestadores de serviços e colaboradores da Cooperativa.

Solução: A criação da Jornada OPME com mapeamento dos principais usuários e respectivas necessidades aplicou critérios de *user experience*, tornou a interface de consulta aos OPMEs intuitiva e integrada, otimizou o processo e impactou positivamente no aspecto financeiro.

Minha Unimed Lab – Solução implantada em projeto piloto na Megaunidade da Unimed Laboratório, reduziu o tempo de atendimento do beneficiário em aproximadamente 60%, com aumento na capacidade de atendimento em 20% e NPS *score* em 96%.

Desafio: Melhorar a experiência do beneficiário na realização de seus exames laboratoriais, munindo-o com as informações necessárias e assim otimizando tempo e destravando burocracias.

Solução: A minha Unimed Lab é a solução multiplataforma na Unimed Curitiba que integra digitalmente a experiência do usuário durante sua jornada, sem abandonar a humanização e o encantamento da marca.

### Unidade Unimed Laboratório





Na unidade o paciente, faz seu check-in na Mesa de Autoatendimento, sem a necessidade de esperar em filas, e aguarda pela realização dos exames agendados.



Profissional faz a confirmação de todos os dados necessários para realização da coleta para exames solicitados:

- Pedido médico;
- Documento de identificação do paciente;
- Carteirinha.



Atualização Cadastral – Redução de 70% na defasagem dos dados de beneficiários.

Desafio: Manter a base cadastral atualizada integralmente de forma sistêmica e automatizada, mantendo a Unimed Curitiba em conformidade com a legislação e assegurando o relacionamento com seus beneficiários de forma adequada e relevante.

Solução: Processo de atualização e enriquecimento da base de beneficiários de forma instantânea, reduzindo a inconsistência de dados para melhora do relacionamento e negócio.



Figura 8 - Atualização Cadastral

## Everton Antonio Garboça

**Ano de publicação:** 2021

**Categoria do prêmio:** SUSTENTABILIDADE

**Diretoria:** Unimed Cascavel 2021-2024

**Presidente:** Dr. Luiz Sérgio Fettback

**Diretor de Mercado:** Dr. Erwin Soliva Junior

**Diretor de Controladoria:** Dr. Fayez Mehanna

**Diretor de Provimento de Saúde:** Dr. Sandro Toledo Carvalho

# Formação de cuidadores de idosos

## Diagnóstico

A Unimed Cascavel entende que, para se manter presente na sociedade, precisa estar constantemente ouvindo os membros da comunidade e atenta às mudanças que o mundo sofre, a fim de desenvolver projetos que atendam às necessidades e gerem grandes resultados para aqueles que mais precisam, principalmente na área da saúde.

Com essa premissa, em 2015, nasceu o Projeto Formação para Cuidadores de Idosos, tendo como base a elevação da expectativa de vida da população brasileira nas últimas duas décadas e, conseqüentemente, o crescente número de idosos. Com o aumento da população idosa, surgiu a necessidade do Cuidador de idosos, que são pessoas capacitadas na área, o que aumentou a procura por esses profissionais no mercado de trabalho.

Desde a primeira turma realizada, em 2015, a procura pelo curso não acaba. A cada ano, a lista de espera só aumenta, principalmente graças à divulgação boca a boca feita pelos próprios cuidadores que já passaram pelo projeto. O investimento em mídias de divulgação tanto física quanto *on-line* foi realizado uma única vez em 2015, desde então as divulgações acontecem apenas em formato *on-line* pelas mídias da cooperativa.

Identificamos em 2018 que, além de ofertar o curso, era necessário acompanhar os cuidadores formados, para verificar se estavam atuando, se o curso havia ajudado em sua entrada no mercado de trabalho e, principalmente, mantê-los atualizados. Neste sentido, com a área de Medicina Preventiva da Unimed Cascavel - que já desenvolvia um trabalho de aprimoramento de conteúdos relativos à saúde do idoso para os cuidadores dos clientes do projeto de Gerenciamento de Casos -, unimos forças e focamos em atender um número maior de cuidadores, não somente aqueles que eram clientes, mas também pessoas da comunidade em geral.

Assim, observando todas as necessidades identificadas, mantemos os encontros e palestras mensais para tratarmos de diversos temas direcionados ao cuidado com idosos e com o próprio cuidador.

O programa está atrelado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável ODS 3 – Saúde e Bem-estar; ODS 4 – Educação de Qualidade; ODS 5 – Igualdade de Gênero; ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico; ODS 10 - Redução das Desigualdades e ODS 17 – Parcerias e Meios de Implementação, além do 7º princípio do Cooperativismo – Interesse pela Comunidade.

## Apresentação

O Cuidador de Idosos é uma das profissões que mais cresce no Brasil, nos quesitos contratação, oportunidade de trabalho, cuidar de um familiar ou até mesmo transição de carreira.

Estima-se que até 2050 teremos mais de 64 milhões de idosos no Brasil, o que representa mais de 30% da população de um país (IBGE 2020). Indo mais além, estamos na Revolução da Longevidade, que traz consigo a busca por um envelhecer melhor, estimativa de vida maior do idoso e busca por uma vida mais saudável, equilibrada e com saúde.

Partindo desse princípio, o projeto tem como foco criar condições para que cuidadores ou pessoas interessadas na área sejam capacitados a exercerem suas habilidades e sua profissão de maneira digna e com conhecimento para promoverem uma transformação em suas vidas e daqueles que recebem os cuidados.

Ser cuidador de idosos requer disposição, amor, empatia, cuidado e disposição para aprender sempre. Um cuidador bem-preparado é garantia de segurança para quem contrata e para quem é cuidado. No entanto, essa é uma área pouco assistida, ainda não regulamentada e não reconhecida por muitas vezes.



Além disso, existe a dificuldade de encontrar um curso que seja bom e esteja acessível para a comunidade, e nesse contexto que surge o projeto de Formação para Cuidadores de Idosos, um programa robusto desenvolvido pela Unimed Cascavel, que contempla 5 dimensões:

Oferta da **Formação de Cuidador de Idosos** com carga horária entre 60 e 80 horas, gratuito, direcionado a pessoas maiores de 18 anos e com o Ensino Fundamental ou Médio Completo, nos formatos EAD e Presencial com certificação.

**Palestras de atualização:** com periodicidade mensal, abordando diferentes temas de realidade do cuidador, com carga horária de até 2 horas e com certificação, realizadas tanto no formato presencial quanto EAD.

**Encontro de Cuidadores de Idosos:** tem como foco manter o contato com os cuidadores de idosos que fizeram o curso, verificando como anda a sua vida após a participação, se está empregado, se continua atuando na área ou cuidando de algum familiar. Neste encontro, a temática trabalhada é a saúde do cuidador, um tempo direcionado ao cuidado de quem cuida e esquece de si às vezes.

**Atualização de dados cadastrais e Banco de Talentos:** mantemos atualizadas as informações dos cuidadores que participaram de alguma turma da Formação de Cuidador de Idoso, em alinhamento com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). O cuidador, por meio da assinatura de um termo, autoriza a permanência dos seus dados com a Cooperativa e a divulgação para um possível contato de interessados em contratar cuidadores. O Banco de Talentos conta com os cuidadores interessados em vagas de trabalho e, quando um cliente ou a comunidade nos procura necessitando contratar um cuidador, enviamos um Termo de Ciência que a pessoa assina e, assim, posteriormente, recebe a lista de contatos disponíveis, e toda a negociação empregatícia a partir desse momento é realizada diretamente entre o interessado e o cuidador.

Nossos **canais de atendimento** com o cuidador são: WhatsApp, Portal Unimed e redes sociais. Também contamos com a indicação boca a boca que as pessoas que já passaram pelo projeto realizam, além de uma lista de espera de interessados nas atividades do Programa.

Atualmente, nosso público de maior alcance e interesse em realizar a Formação de Cuidador de Idosos é feminino (média de 95%), e apenas 5% masculino. O público de interesse nesta área corresponde às idades entre 25 e 60 anos, com ensino fundamental incompleto e completo, ensino médio e alguns possuem ensino técnico, superior e pós-graduação. São pessoas que buscam realocação no mercado de trabalho, alguns são cuidadores com grande experiência, porém não possuem formação, outros se identificam com a área e querem aprender coisas novas ou cuidar de algum familiar.

O Programa busca atender às necessidades dos cuidadores, promover a saúde da população e incutir nos cuidadores o lado social, ou seja, cada pessoa que participa do projeto e que tenha condições é instruída a doar um pacote de fralda geriátrica, que é destinada para o Abrigo São Vicente de Paulo, em Cascavel. Com isso, o cuidador promove a gratidão por ter essa oportunidade de desenvolvimento.

O Programa é reconhecido pela comunidade, e a Unimed Cascavel é referência para os cuidadores de idosos e para pessoas que buscam contratar cuidadores. Estamos transformando vidas e contribuindo para a diminuição da desigualdade social e novas oportunidades há 7 anos.

## Justificativa

Estamos na Revolução da Longevidade, que, além de trazer consigo um crescimento de mais de 30% de idosos acima de 60 anos em 2050, traz itens que precisamos ter para ter um envelhecimento adequado: saúde, conhecimento, social, financeiro e um propósito.



Diante dessa nova e complexa realidade, nem a família nem a sociedade estão preparadas para lidar com esse segmento, principalmente no final da vida, quando vem acompanhada de perdas físicas e cognitivas, fazendo necessário um conhecimento mais qualificado para melhor atender a esses idosos mais fragilizados, dependentes e/ou acamados.

É a partir desse cenário que a Unimed Cascavel, atuante na área da saúde, identificou a necessidade de preparar pessoas para cuidarem de idosos ou doentes acamados de forma correta e acessível. O Programa de Formação de Cuidadores de Idosos atua no sentido de possibilitar a familiares e cuidadores informações para um cuidado de qualidade, qualificado e diferenciado na velhice, de forma gratuita e com a possibilidade de realocação no mercado de trabalho por meio da certificação, além de ser um canal em que o cuidador possa sanar dúvidas do dia a dia.

## Objetivos

Capacitar profissionais ou pessoas interessadas na área com orientações práticas e técnicas para cuidar de idosos ou doentes acamados.

### Objetivos Específicos

- Possibilitar à sociedade o acesso à formação de qualidade de forma acessível e clara.
- Proporcionar mais oportunidades no mercado de trabalho.
- Preparar profissionais para compreenderem o processo de envelhecimento humano.
- Promover a saúde e a autonomia das pessoas assistidas.
- Manter atualizados os cuidadores de idosos.
- Fortalecer o relacionamento com a comunidade participante.

## Resultados Quantitativos

- 10 turmas de Formação para Cuidador de Idosos (4 turmas em formato EAD e 6 turmas em formato presencial).
- 351 pessoas formadas no Programa de Formação para Cuidador de Idosos.
- Mais de 500 pessoas participaram das palestras de formação contínua.
- 94 Cuidadores participaram dos “Encontrões” de Cuidadores de Idosos.
- Mais de 100 pessoas na lista de espera para o Programa (até maio/2020).
- Investimento realizado no Programa: R\$ 50.000,00. cuidadores inscritos no Banco de Talentos.

## Resultados Qualitativos

Após cada ação (palestra ou curso) realizada, ouvimos o cuidador por meio de pesquisas de satisfação, contato presencial e WhatsApp, sobre suas necessidades, melhorias e sugestões.

Realização de palestras de atualização e formação mensal em formato EAD e presencial.

O Programa de Formação para Cuidadores de Idosos tem satisfação geral de 86% do público participante nos cursos desenvolvidos.

Com relação às palestras realizadas dentro do Programa, o público participante tem 97% de satisfação.

Identificamos que o Programa contribuiu para a realocação dos participantes no mercado de trabalho, desenvolvimento profissional e emocional, e desenvolvimento de *networking*.

O Banco de Talentos atualmente conta com 25 cuidadores, e outros estão em andamento.

Parcerias com Universidades e empresas parceiras para o desenvolvimento do Programa.

O sentimento de cuidado relatado pelo cuidador é de 100% em relação às ações do Programa.

A Unimed Cascavel, em 2015, foi pioneira no desenvolvimento de formação para cuidadores de idosos, em uma época em que o assunto ainda era pouco discutido. Após esse período, houve um número crescente de procura pelo curso, o que ocasionou a abertura de turmas por outras Unimeds, principalmente em formato EAD, e a Central Nacional Unimed disponibilizou de forma gratuita para as Singulares ofertarem em seus estados.

A Unimed Cascavel se destaca neste programa em razão do seu jeito de cuidar desse público, buscando formas inovadoras de atualização, mantendo contato próximo e sanando todas as possíveis dúvidas referentes à área, tudo de forma gratuita e atrelada a ações sociais, como exemplo: a doação de um pacote de fralda geriátrica para as entidades que necessitam.

Somos ainda referência pelos participantes no quesito Curso de Formação para Cuidadores de Idosos. O investimento no Programa é relativamente alto, porém, ao analisarmos o valor agregado à marca perante a sociedade e a procura constante do Programa, temos como resultado o retorno do investimento realizado. Também existe a possibilidade de minimizar o investimento com o desenvolvimento de parcerias e busca de patrocinadores, tornando, assim, o Programa replicável.

## Documentos adicionais

### Depoimentos

“Amo tudo que a Unimed faz! Eu em particular já tive muitos retornos financeiros com todo conhecimento adquirido com os esforços dos profissionais da Unimed.”

Sara da Silveira

“Esse curso foi maravilhoso. Eu considero que essa tenha sido uma excelente oportunidade para mim, pois adquiri conhecimento em uma área em que eu sempre tive interesse. Senti que tenho um dom para cuidar de pessoas.”

Cuidador Claudio

“Já fui zeladora de hospital e sempre achei linda essa função de cuidador. Quero oferecer muito cuidado e carinho para essas pessoas. É uma chance que eu tenho de ter uma nova profissão. É ótimo a Unimed Cascavel oferecer essa oportunidade para a gente.”

Cuidadora Maria de Lourdes

“Que esse curso continue sempre assim, cada vez mais interessados em cuidar dos idosos isso é maravilhoso. Amo fazer esse curso, tem me ajudado a trabalhar na área. Quando terminou me ajudou muito a cuidar da minha vó. Obrigada Unimed por fazer parte das nossas vidas.”

Anônimo

“Esse curso abre muitas oportunidades de trabalho que é o que precisamos, ter qualificações para podermos fazer um trabalho bem-feito atendendo o idoso da melhor forma.”

Anônimo

### Imagens do projeto



Imagem 1 - Palestra sobre geriatria



Imagem 2 - Treinamento de primeiros socorros



Imagem 5 - Canecas da Formação de Cuidadores de Idosos



Imagem 3 - Treinamento de avaliação do paciente



Imagem 4 - Formação de Cuidadores de Idosos



Imagens 6 e 7: Formação de Cuidadores de Idosos - Turma presencial 2021



Imagem 8 - Formação *On-line* de Cuidadores de Idosos

## Links

- Publicação sobre “Unimed Cascavel forma nova turma de cuidadores de idosos e passa a ter modalidade a distância”. Disponível em: <https://www.unimed.coop.br/web/cascavel/noticias-unimed/unimed-cascavel-forma-nova-turma-de-cuidadores-de-idosos-e-passa-a-ter-modalidade-a-distancia> 
- Publicação sobre “Unimed Cascavel oferece noite de cuidados a cuidadores de idosos”. Disponível em: <https://www.unimed.coop.br/web/cascavel/noticias-unimed-cascavel-oferece-noite-de-cuidados-a-cuidadores-de-idosos> 
- Publicação sobre “Unimed Cascavel começa a formar nova turma de cuidadores de idosos”. Disponível em: <https://www.unimed.coop.br/web/cascavel/noticias-unimed-cascavel-comeca-a-formar-nova-turma-de-cuidadores-de-idosos> 
- Publicação sobre “Palestra para Cuidadores de Idosos”. Disponível em: <https://www.unimed.coop.br/web/cascavel/palestras-para-cuidadores> 
- Publicação sobre “Cuidadores de idosos: Unimed Cascavel oferece palestra sobre tratamento de lesões”. Disponível em: <https://www.unimed.coop.br/web/cascavel/noticias-unimed/cuidadores-de-idosos-unimed-cascavel-oferece-palestra-sobre-tratamento-de-lesoes> 
- Publicação sobre “Unimed Cascavel oferece palestra on-line sobre saúde dos cuidadores de idosos”. Disponível em: <https://www.unimed.coop.br/web/cascavel/noticias-unimed/unimed-cascavel-oferece-palestra-on-line-sobre-saude-dos-cuidadores-de-idosos> 
- Publicação sobre “Unimed Cascavel retoma palestras gratuitas para cuidadores de idosos”. Disponível em: <https://www.unimed.coop.br/web/cascavel/noticias-unimed/unimed-cascavel-retoma-palestras-gratuitas-para-cuidadores-de-idosos> 

## Alex Faria Cordeiro

**Ano de publicação:** 2021

**Categoria do prêmio:** INOVAÇÃO DIGITAL

**Diretoria:** Unimed Sul Capixaba 2018-202

**Presidente:** Leandro Baptista Pinto

**Vice-Presidente:** Gil Gonçalves Azeredo

**Diretor Financeiro:** Fernando Lemgruber Prado Costa

**Diretor de Mercado:** Luiz Sérgio Ervatti

**Diretor de Provimento em Saúde:** Abel Sant'Anna Junior

**Diretor de Recursos Próprios:** Gediel Teixeira Xavier

# Inova mais saúde projeto: assistente virtual

## Apresentação

Muito mais do que só a implementação de um *chatbot*! A ISA, assistente virtual da Unimed Sul Capixaba, nasceu para atender à crescente demanda de atendimentos presenciais e nos canais de telefonia da operadora.

Com a missão de transformar totalmente a experiência de seus clientes, a Unimed Sul Capixaba buscou uma plataforma de atendimento digital que conferisse mais agilidade com mais simplicidade, sem perder segurança e o Jeito de Cuidar Unimed.

Buscar resultados de exame laboratorial e de imagem, agendar consulta ou exame na rede própria, solicitar extrato de pagamento, enviar laudos para autorização, emitir segunda via de boleto ou comprar um plano? Para tudo isso o cliente Unimed Sul Capixaba pode contar com a ISA.

Desde que nasceu, a ISA já atendeu mais 7.000 clientes e trocou quase 500.000 mensagens, entregou cerca de 3.600 resultados de exames laboratoriais e mais de 300 exames de imagem, agendou 1.300 consultas, entregou 720 boletos e recebeu 170 laudos, tudo isso com uma taxa de satisfação de quase 90% (87,5%).

## A Unimed Sul Capixaba

Com 31 anos de atuação, a cooperativa fechou março de 2021 com uma carteira formada por 90.000 vidas, o maior número de beneficiários já alcançado, e uma participação de 68,88% no mercado de saúde suplementar na sua área de abrangência – um crescimento de 2,56% do *market share* quando comparado a 2019.



Em sua estrutura, a Unimed Sul dispõe de Unidade Hospitalar, Maternidade, Pronto Atendimento, Centro de Especialidades Médicas, Programas de Prevenção à Saúde, SOS Unimed, Saúde Ocupacional, Assistência Domiciliar e Unidades de Atendimento nos municípios de Castelo e Iconha, proporcionando uma rede de cuidado humanizada e completa para os clientes, sem que eles precisem sair da região.

## A Estratégia

O desenvolvimento de novos serviços e a incorporação de tecnologias e inteligência artificial para aumentar a segurança, a agilidade e a qualidade do atendimento ao cliente estão no centro da atenção da Unimed Sul Capixaba. Assim, surgiu a proposta de realizar a transformação digital nos canais de atendimento da empresa.

### O Desafio

Os desafios enfrentados pelo setor de saúde em 2020, com a pandemia de Covid-19, impactaram significativamente no processo de atendimento da Unimed Sul Capixaba.

A cooperativa, no entanto, adequou-se rapidamente ao cenário particular vindo com a pandemia, com uma linha de atuação voltada para o planejamento, otimização de seus processos e criação de novos canais digitais.

## A Isa

A ISA, assistente virtual da Unimed Sul Capixaba, nasceu para atender à crescente demanda de atendimentos presenciais e nos canais de telefonia da operadora. Para facilitar a vida de seus beneficiários, foi criado o Contato Inteligente, que foi incorporado ao *site* da Unimed Sul Capixaba e ao WhatsApp da empresa, de forma a oferecer um novo ponto de contato que transformasse a experiência dos clientes.

## Metodologia

A Isa foi desenvolvida pela equipe interna da Unimed Sul Capixaba, que conseguiu aproveitar a sua camada de microsserviços (*Omnichannel*) para acelerar a implantação do Contato Inteligente e atender à crescente demanda de atendimento.

## O que a ISA faz?

- Entrega dados sobre o plano.
- Faz consulta de autorizações.
- Emite segunda via de boleto.
- Envia demonstrativo de Imposto de Renda.
- Realiza agendamento de consultas e exames.
- Entrega resultado de exames laboratoriais e de imagem.
- Recebe laudos para cirurgias.
- Agenda atendimento domiciliar para clientes que estão inseridos no programa de cuidados do atendimento domiciliar.
- Encaminha para atendimento humano padrão e vendas de plano de saúde.

## Resultados



Na medida: Unimed paga academia para estimular a mudança de hábito

## Diagnóstico

As doenças crônicas não transmissíveis (DCNT) são um dos maiores problemas de saúde pública da atualidade. Estimativas da Organização Mundial da Saúde (OMS) indicam que as DCNT são responsáveis por 71% de um total de 57 milhões de mortes ocorridas no mundo em 2016 (WHO, 2018).

De acordo com a OMS, um conjunto de fatores de risco responde pela grande maioria das mortes por DCNT e, entre eles, destacam-se o tabagismo, o consumo alimentar inadequado, a inatividade física e o consumo excessivo de bebidas alcoólicas, que podem levar à obesidade (WHO, 2014).



A obesidade é considerada um dos mais graves problemas de saúde mundial. Estima-se que, em 2025, cerca de 2,3 bilhões de adultos ao redor do mundo estejam acima do peso, sendo 700 milhões de indivíduos com obesidade, isto é, com índice de massa corporal (IMC) acima de 30 kg/m<sup>2</sup> (WHO, 2018). Seu tratamento é complexo, multidisciplinar e, em linhas gerais, consiste na modificação dos hábitos de vida relacionados com orientações nutricionais para diminuir o consumo de calorias na alimentação e exercícios para aumentar o gasto calórico. Associar as mudanças de estilo de vida, o uso de técnicas cognitivo-comportamentais e, em casos específicos, a terapia medicamentosa é fundamental para o sucesso do tratamento da obesidade.

Cabe salientar que pacientes com IMC igual ou superior a 45 kg/m<sup>2</sup> apresentam uma diminuição da expectativa de vida e um aumento da mortalidade por causa cardiovascular, que pode chegar a 190%. Nesse contexto, a cirurgia bariátrica é considerada um recurso consistente nos casos de obesidade grave com falha documentada de tratamento clínico, proporcionando aos pacientes uma redução nos índices de mortalidade e melhora de comorbidades clínicas (ABESO, 2016).

Porém, considerando o número significativo de cirurgias bariátricas na cooperativa (247 em 2016, 270 em 2017 e 204 em 2018), sendo muitas delas evitáveis do ponto de vista clínico e multidisciplinar, e dados dos estudos realizados pelo Ministério da Saúde e Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), que apontam que a proporção de indivíduos com excesso de peso cresceu 12,5% no período e a de obesos cresceu 36%, e que a proporção de beneficiários de planos de saúde com excesso de peso é de 52,3% (em 2008 eram 46,5%) e a de obesos é de 17% (em 2008 eram 12,5%) (BRASIL, 2018), a Unimed Cascavel desenvolveu o

**Projeto Na Medida, que tem como objetivo estimular a mudança de hábitos, impactando na redução de peso e/ou medidas e melhoria da qualidade de vida, por meio da adoção novos hábitos alimentares, prática de atividade física e redução do número de realizações de cirurgias bariátricas evitáveis.**

## Apresentação

Inicialmente, os beneficiários identificados como elegíveis na carteira pessoa jurídica (PJ) a partir do preenchimento do perfil de saúde eram convidados a participar do projeto. A partir da divulgação dos resultados nas redes sociais, houve a procura espontânea dos beneficiários pessoa física (PF), o que levou à abertura de inscrições para esses beneficiários e formação de novas turmas. Além disso, uma parcela dos inscritos é composta por beneficiários que a princípio faziam parte do Núcleo da Obesidade - projeto que acolhe, avalia e prepara os pacientes para a cirurgia bariátrica. Hoje, a maior parte das turmas é formada por beneficiários que, independentemente do tipo de contrato, procuram a Unimed Cascavel com o desejo de melhorar sua qualidade de vida e mudar os hábitos.

A partir da formação de cada turma, é agendada uma avaliação psicológica individual com o objetivo de realizar anamnese do beneficiário e coletar informações referentes a histórico de transtornos psicológicos, compulsão alimentar e tentativas anteriores de emagrecimento. Nesta avaliação também são repassadas informações referentes ao funcionamento do projeto, tais como dias e horários dos encontros, tempo de acompanhamento nutricional, metas individuais e benefício da atividade física, e uma avaliação nutricional também individual que realiza avaliação antropométrica e bioimpedância, e o beneficiário recebe seu cardápio e estabelece suas metas com a nutricionista. Após a finalização do projeto, os beneficiários mantêm a consulta nutricional durante 3 meses, totalizando 6 meses de acompanhamento.



Os encontros acontecem quinzenalmente durante 3 meses (7 encontros) e são realizadas palestras, rodas de conversa e *workshops* de reeducação alimentar, em que os temas abordados nos módulos, nessa ordem, são: “Virando a chave: o poder da mente para mudança de hábitos” (palestra conduzida pela psicóloga e atividade de relaxamento e meditação conduzida pela terapeuta convidada); “Semana da sopa e importância da mastigação”, “Preparos para o café da manhã” e “Orientações pré e pós-treino” (*workshops* práticos conduzidos pela nutricionista); “Pensamentos sabotadores” (palestra conduzida pela psicóloga); “Revisão/Mitos e dietas da moda” (roda de conversa conduzida pela nutricionista) e “Recaídas e recomeços” (palestra conduzida pela psicóloga). Além disso, o beneficiário realiza atividades físicas supervisionadas por professor de educação física em uma academia parceira, custeada pela Unimed durante os 3 meses de realização dos módulos.

## Justificativa

Em estudos epidemiológicos, o diagnóstico do estado nutricional de adultos é feito a partir do IMC (WHO, 2018). O IMC pode ser calculado por meio da divisão do peso em kg pela altura em metros elevada ao quadrado,  $\text{kg/m}^2$ , sendo o cálculo mais usado para avaliação da adiposidade corporal. O excesso de peso é diagnosticado quando o IMC alcança valor igual ou superior a  $25 \text{ kg/m}^2$ . A Classificação Internacional da Obesidade e Risco de Doença da OMS divide a adiposidade em graus ou classes. Assim, para melhor descrição, convencionou-se chamar sobrepeso o IMC de 25 a  $29,9 \text{ kg/m}^2$ , obesidade grau I o IMC entre 30 e  $34,9 \text{ kg/m}^2$ , obesidade grau II o IMC entre 35 e  $39,9 \text{ kg/m}^2$  e obesidade grau III o IMC igual ou maior que  $40,0 \text{ kg/m}^2$  (WHO, 2000).

Apesar de sua relevância, o IMC não reflete a distribuição da gordura corporal.

A medida da distribuição de gordura é importante na avaliação de sobrepeso e obesidade porque a gordura visceral (intra-abdominal) é um fator de risco potencial para a doença, independentemente da gordura corporal total. Considerando essa premissa, um dos indicadores também avaliados no Projeto Na Medida é a circunferência abdominal, que reflete melhor o conteúdo de gordura visceral e se associa muito à gordura corporal total.

Nesse contexto, o público-alvo do projeto são beneficiários da carteira Unimed Cascavel que apresentam IMC correspondente a, no mínimo, sobrepeso e os diferentes graus de obesidade, beneficiários com alguma doença preexistente ocasionada pela obesidade e pessoas que buscam melhorar seus hábitos alimentares.

Dentro do planejamento estratégico da Unimed Cascavel estão inseridos pilares relacionados a **prevenção e promoção da saúde, com ações vinculadas a métodos que possam melhorar a qualidade de vida de nossos clientes**. Esse projeto tem total aderência a esse pilar, pois estudos comprovam que, durante o processo de emagrecimento, apesar de a mudança mais nítida ser a diminuição de medidas, as mais importantes são invisíveis. Assim, o corpo se transforma externa e internamente, havendo redução dos riscos doenças potencialmente fatais, como hipertensão arterial, diabetes e acidente vascular cerebral, e outras, como esteatose hepática, enxaqueca, alergias e doenças respiratórias e articulares.

Além dessa relação com as ações de prevenção e promoção a saúde, esse projeto tem relação com outro pilar importante do nosso planejamento estratégico, que é a **diminuição de custos visando à sustentabilidade da cooperativa**. Esse projeto possui premissas de tratamentos diferenciados que evitam custos com cirurgias bariátricas, conforme será apresentado nos itens 6.1 e 6.2 do projeto.

## Objetivos

O Projeto Na Medida tem como objetivo desenvolver atividades de reeducação alimentar e hábitos de vida saudável, a fim de reduzir o peso e melhorar o metabolismo, estimulando a melhora da qualidade de vida dos beneficiários e a adoção de práticas que estejam relacionadas à prevenção e promoção da saúde, e, por consequência, diminuição de custos, assegurando a sustentabilidade econômico-financeira da cooperativa.

### Objetivos Específicos

Tivemos vários objetivos específicos com esse projeto, que foram traduzidos em métricas transformadas, por sua vez, em indicadores que devem ser alcançados, sendo os principais:

- Redução de 5% do peso mensurado dos participantes no início do projeto.
- Redução de 5 cm da circunferência abdominal dos participantes do projeto.

## Resultados

Durante o ano de 2019, 109 beneficiários iniciaram o processo de mudança comportamental relacionada à prática de atividade física e acompanhamento nutricional por meio do Projeto Na Medida, o que refletiu nos seguintes resultados:

### Resultados relacionados à melhoria de condição física

**Total de 162,5 kg eliminados** entre os participantes em um período médio de 6 meses.

Dos 37 beneficiários com intenção de realizar a cirurgia bariátrica, **16 deles desistiram após participar do Projeto Na Medida.**

Do total de participantes, **4 eram beneficiários que já haviam passado por cirurgia bariátrica há mais de 1 ano e adquiriram peso por não realizar as devidas mudanças de hábitos.**

**38 beneficiários saíram do sedentarismo e iniciaram a prática de atividade física** supervisionada 3 vezes na semana.

Outros resultados relacionados a bioimpedância: em média, cada participante reduziu a gordura visceral em 0,62% da medida inicial e ganharam a média de 0,96% de massa magra, além de reduzirem a média de 2% da gordura corporal total.

### Resultados relacionados a diminuição de custos para Unimed

Redução de custos por meio da mitigação de cirurgias bariátricas evitadas com um montante de **R\$ 259.789,12**, conforme demonstrado na figura 1 a seguir:

<b>CUSTO TOTAL DOS PROJETOS R\$ 69.826,00</b>
<b>Nº TOTAL DE PARTICIPANTES: 105</b>
<b>Nº BENEFICIÁRIOS DO PROJETO QUE DESISTIRAM DA BARIÁTRICA: 16</b>
<b>VALOR INDIVIDUAL DA BARIÁTRICA: R\$ 16.236,82</b>
<b>VALOR TOTAL DE 16 BARIÁTRICAS: R\$ 259.789,12</b>

Figura 1 - Resultados do projeto Na Medida em 2019/ Fonte: Relatório gerencial - Unimed Cascavel (2020)

### Resultados relacionados a percepção dos participantes e melhora da qualidade de vida

Ainda sobre os resultados do projeto, temos diversos casos de participantes que se destacaram, obtendo avanços significativos nos indicadores clínicos e na melhoria de qualidade de vida deles.

Entre esses casos, destacam-se os dois a seguir:

#### Beneficiária: "TGM"

#### Depoimento

"Já perdi catorze quilos, eu era totalmente sedentária. Eu não fazia nenhum tipo de exercício, nada! Eu ficava sentada no sofá assistindo tevê. Trabalhava normal, mas o sofazinho era sagrado ali, até onze horas da noite. E agora não, agora eu já estou fazendo aula de dança, estou fazendo a academia aqui com as meninas..."

Olha, eu só tenho que agradecer a Unimed, eu só tenho que agradecer a todo mundo porque é muito bom. Estou tendo um acompanhamento nutricional e as palestras da Unimed. Estou gostando demais do projeto. Se todo mundo puder participar, participe porque vale a pena. Mudei hábitos alimentares, mudei tudo na minha vida. Então, para eu ter perdido esses catorze quilos, eu fiz a mudança de hábito e pra mim valeu a pena. E o meu esposo também está fazendo junto, nós dois, um ajuda o outro a todo momento. Eu estou assim, me sentindo renovada, parece que eu fiquei mais jovem. Se eu pudesse, eu só falava mais, mais e mais elogios, porque eu tive um bom resultado e meu esposo também, e eu quero agradecer mais uma vez porque foi muito bom. Obrigada!”



**Tabela de resultados obtidos em 5 meses de projeto**

Mês	IMC	% de gordura	% de massa magra	Circunferência abdominal
1	42,4	56,6	19,4	134
2	40,9	55,7	19,7	129
3	39,7	52,6	21,4	126
4	38,6	53,2	20,9	123
5	37,9	53,5	20,6	123
Totais		Menos 3,1%	Mais 1,2%	Menos 11 cm

Beneficiário: “MHG”

### Depoimento

“Eu mesmo já perdi doze quilos. Eu era sedentário, jogava bola uma vez por semana, mas na verdade eu não aguentava correr, não aguentava fazer nada. No começo parece difícil, a gente desanima, tem dias que dá vontade de largar tudo, mas depois fica tão gostoso, a gente sente falta das academias, da alimentação controlada, isso faz tão bem para a gente. Hoje eu consigo jogar bola, minha alimentação é balanceada, mudou tudo, desde o sono, parece que a gente fica quinze anos mais novo, vinte... é muito gratificante isso. Isso é muito gratificante! Quando a gente perde um quilo que seja, um quilo dá aquela emoção, sabe... Você tem aquela vontade de perder mais dois, mais quatro, mais cinco, quando você vê já perdeu dez. E agora eu quero dobrar. É aquela vontade da gente não desistir, isso aí que anima a gente. Eu tenho certeza de que a minha vida mudou muito depois desse projeto. Eu tenho que agradecer muito a todo pessoal, a professora da academia, ao pessoal da Unimed, dizer muito obrigado.”



**Tabela de resultados obtidos em 5 meses de projeto**

Mês	IMC	% de gordura	% de massa magra	Circunferência abdominal
1	38,7	42,2	26,9	125
2	37,4	40	28,2	121
3	36,6	39	28	118
4	36,5	37,7	29,9	116
5	35,4	40	28,1	116
Totais		Menos 2,2%	Mais 1,2%	Menos 9 cm



Imagens que representam o projeto







## Vídeos do Projeto

- <https://www.youtube.com/watch?v=jP1uYQRGpju> 📺
- <https://www.youtube.com/watch?v=Rv8p164IXuo> 📺

## Referências

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA PARA O ESTUDO DA OBESIDADE E DA SÍNDROME METABÓLICA – ABESO. **Diretrizes Brasileiras de Obesidade 2016**. 4. ed. São Paulo: ABESO, 2016.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Vigitel Brasil 2018**: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico: estimativas sobre frequência e distribuição sociodemográfica de fatores de risco e proteção para doenças crônicas nas capitais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal em 2018. Brasília: Ministério da Saúde, 2019.
- BRASIL. **Vigitel Brasil 2015 Saúde Suplementar**: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico. Brasília: Ministério da Saúde, 2017.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO. **Global status report on noncommunicable diseases 2014**. Geneva: World Health Organization, 2014.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO. **Obesity**: preventing and managing the global epidemic. . Geneva: World Health Organization, 2000.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO. **World Health Statistics 2018**: monitoring health for the SDGs, Sustainable Development Goals. Geneva: World Health Organization, 2018.

# Avanço das liberações *on-line* em tempos de pandemia

## Everton Antonio Garboça

**Ano de publicação:** 2021

**Categoria do prêmio:** INOVAÇÃO DIGITAL

**Diretoria:** Unimed Cascavel 2021-2024

**Presidente:** Dr. Luiz Sérgio Fettback

**Diretor de Mercado:** Dr. Erwin Soliva Junior

**Diretor de Controladoria:** Dr. Fayez Mehanna

**Diretor de Provimento de Saúde:** Dr. Sandro Toledo Carvalho

# Avanço das liberações *on-line* em tempos de pandemia

## Diagnóstico

No decorrer dos últimos anos, a Unimed Cascavel tem implementado em seu planejamento estratégico os principais pilares que regem a cooperativa, de acordo com a sua missão, sua visão e seus valores. Nesses pilares temos um enfoque no fortalecimento do relacionamento com nossos clientes, com projetos e inovações que visem à melhora na experiência e satisfação desses clientes. Desdobrando esse enfoque, temos objetivos estratégicos conectados à otimização de processos, à garantia da qualidade dos serviços prestados e à agilidade e resolutividade nas interações que temos com nossos clientes.

Com o intuito de melhorar a experiência do cliente Unimed, referente ao processo de liberação de guias, buscamos de forma inovadora empoderá-lo para realizar solicitações sem precisar vir à Sede administrativa da Unimed, trazendo, assim, agilidade, comodidade e efetividade para todos os *players*.

As medidas restritivas impostas pelos governos, com ênfase no isolamento social, fizeram com que os clientes procurassem meios eletrônicos para exercer suas atividades pessoais e profissionais. Com o aumento dos casos de pessoas infectadas pela Covid-19 divulgado pelo município, a preocupação da Unimed Cascavel foi minimizar a propagação do vírus, por esse motivo o setor de liberação de guias passou por uma readequação na estrutura física, com a instalação de divisórias de vidro, entre cliente e o colaborador, objetivando minimizar o contato direto e o risco de contágio. Porém, o número de casos crescia, e a movimentação de pessoas presencialmente na recepção era alta. Foi então que identificamos a necessidade de intensificar a divulgação dos canais de atendimento eletrônico para evitar o deslocamento desses pacientes até a sede da administrativa da cooperativa para realização

de seus atendimentos, o maior desafio era a aderência dos clientes nos serviços oferecidos virtualmente, pois era necessário garantir a agilidade no processo de análise de guias *on-line*, gerando credibilidade para que o cliente aderisse a essa tecnologia e não viesse presencialmente à recepção.

## Apresentação

Após uma análise detalhada da jornada do cliente, a cooperativa criou um projeto para estimular o uso da tecnologia para liberações *on-line*. Foi necessário desenvolver uma estratégia de ações com cada um dos públicos envolvidos no processo de liberação e atendimento de clientes Unimed para atuarmos em todas essas frentes.

Nos consultórios dos médicos cooperados, intensificou-se a divulgação da utilização do cartão virtual, disponível no aplicativo, para os casos que os clientes esqueciam o cartão.

Por meio de uma pesquisa realizada com os beneficiários que se deslocavam até a recepção, questionamos o motivo pelo qual havia se deslocado até a Unimed para liberação e identificamos que, por diversas vezes, a secretária encaminhava para que o beneficiário obtivesse a liberação prévia, agilizando o atendimento no dia agendado. Com base nessas informações, foi realizado um estudo minucioso, verificando todos os exames e procedimentos solicitados com alta frequência pela nossa rede prestadora e autorizados pelas atendentes sem análise da auditoria técnica. Com o auxílio da própria auditoria, foi desenvolvido o processo de autorização automatizada, com regras básicas de auditoria, assim oferecendo autonomia e agilidade para a secretária realizar a solicitação na clínica ou laboratório, o que evitou que o beneficiário se desloque até a cooperativa e diminuiu o tempo de atendimento no laboratório e tempo de espera para autorização e realização da coleta. Além disso, os prestadores têm como referência uma atendente exclusiva de suporte laboratorial.



Periodicamente, são reanalisados todos os exames e procedimentos automatizados, para que possa ser identificado qualquer aumento no número de solicitações e notificar os prestadores com maior agilidade. Ademais, periodicamente são analisados novos exames para inclusão da automação.

Nos prestadores credenciados à Unimed, foi instalado o sistema autorizador de guias, para que os beneficiários pudessem realizar os pedidos de liberações no próprio local de atendimento, sem a necessidade de se dirigir até a cooperativa.

Para os beneficiários que por hábito continuavam se deslocando até o atendimento presencial da cooperativa, foi realizada uma campanha de utilização do aplicativo, para que nosso cliente aprendesse a baixá-lo e utilizá-lo para realizar a liberação procedimentos, podendo perceber que era rápida e não havia a necessidade de aguardar na recepção.

Nas mídias digitais, elaboramos vídeos autoexplicativos e os divulgamos em massa, para que o cliente aderisse à ferramenta, seja ela via chat Julia, WhatsApp, aplicativo, e-mail ou telefone.

A adesão da mudança comprova que muitos beneficiários buscavam por serviços digitais, entretanto temiam passar por experiências negativas utilizando esses meios. De forma inovadora, foi realizada uma divulgação em massa dos nossos canais digitais, e trabalhamos com foco no cliente, para que ele pudesse confiar e perceber a agilidade em nosso serviço com ações midiáticas ensinando a utilizar o aplicativo, criação de uma equipe para suporte às dúvidas, criação de *login* e utilização da ferramenta, e criação de vídeos profissionais explicando como realizar cada demanda dentro da ferramenta. Proporcionar esse empoderamento ao cliente, sem que precisasse realizar o deslocamento presencial até a sede da cooperativa para liberação de guias ou serviços agregados, estimulando o uso das ferramentas *on-line*, refletiu no aumento da satisfação de todos os *players* envolvidos.

## Justificativa

O propósito da Unimed Cascavel é cuidar de pessoas, e diante de uma pandemia, a saúde passou a ser a maior prioridade para o mundo. Em um momento de medos e incertezas, a Unimed mostrou-se presente na vida do nosso público-alvo - nossos beneficiários -, ao reinventar sua forma de atendimento e manter nosso propósito, utilizando a tecnologia e promovendo uma mudança de cultura, para atender nosso cliente e zelar pela saúde dele.

Um aspecto relevante, considerado de suma importância, foi a agilidade na liberação *on-line* das guias, o que gerou confiança no cliente de que nossa ferramenta funcionava. Assim, criamos ações internas para contribuir com essa fase do isolamento social e aos poucos fomos diminuindo a demanda do atendimento presencial e aproveitando a mão de obra existente do presencial para liberação virtual. Dessa maneira, o colaborador não ficou ocioso e o cliente foi surpreendido, sendo possível identificar a satisfação e agilidade proporcionada ao cliente com a ferramenta, pois, além de seguirmos com as recomendações de isolamento, zelando pela saúde e pelo bem-estar dos clientes, que diante de uma necessidade na realização de procedimentos, foi possível o deslocamento direto ao local da realização, diminuindo o contato com outras pessoas. O projeto, então, tornou-se essencial e de grande importância, tendo em vista a situação em que vivemos no momento de pandemia e ainda facilitando os nossos afazeres diários.

## Objetivos

No planejamento estratégico da Unimed Cascavel está claro o enfoque no que diz respeito ao fortalecimento do relacionamento com nossos clientes, com projetos voltados à melhora na experiência e satisfação desses clientes.



Desdobrando esse enfoque, temos objetivos estratégicos conectados com a otimização de processos, a garantia da qualidade dos serviços prestados e a agilidade e resolutividade nas interações que temos com nossos clientes. Sendo assim, buscamos a otimização dos atendimentos a esses beneficiários, por meio de canais virtuais, que possibilitassem e facilitassem toda a interação do cliente com a Unimed a distância com a mesma qualidade conhecida.

### Objetivos Específicos

Esta ação teve como principal objetivo otimizar o caminho do beneficiário para solicitar a liberação de exames e procedimentos e desdobrados em objetivos complementares. Nosso objetivo principal era aumentar em 50% o número de clientes utilizando as plataformas digitais.

Atingindo esse objetivo, conseqüentemente atingiríamos as demais metas, que eram:

- Reduzir o número de beneficiários atendidos na recepção da Unimed Cascavel.
- Aumentar o número de usuários ativos no aplicativo.
- Aumentar a satisfação de nossos clientes.

### Resultados

O projeto teve início em 2020, quando nossa média diária era de 250 beneficiários atendidos presencialmente. Após a implantação, pudemos acompanhar a redução gradativa, com uma queda de 50% nos atendimentos presenciais e um aumento de 59% nos atendimentos *on-line* se compararmos ao mesmo período do início do projeto. Isso se deu também à adesão do WhatsApp empresarial, pois conseguimos colocar simultaneamente mais atendentes operando na plataforma e ampliamos a solicitação de liberação por foto

significativamente. Para que o beneficiário percebesse de forma imediata a segurança, facilidade e agilidade, colocamos com meta o tempo máximo de retorno de 15 minutos.

Acompanhamos também a adesão ao aplicativo Unimed, que no início do projeto constavam 25.172 clientes com o aplicativo instalado/baixado e ao final de 2020 tínhamos 40.620 clientes, um aumento de 61%. Isso tudo foi reflexo das ações midiáticas, pelas quais intensificamos a divulgação de nossos canais eletrônicos, com a criação de vídeos educativos, ensinamos de forma lúdica nosso cliente a realizar cada demanda dentro do nosso aplicativo, criamos também uma célula de atendimento telefônico e digital para prestar suporte aos beneficiários que enfrentavam dificuldades na utilização.

A aderência de nossos beneficiários foi tão expressiva que esse comportamento se estendeu até os dias atuais, diminuindo gradativamente o número de pacientes em nosso atendimento presencial.

Temos ainda como objetivo alcançar em longo prazo o maior público possível de clientes, tendo em vista que para nenhuma ação administrativa dentro da Operadora se exige a presença do cliente, pois tudo pode ser resolvido de forma *on-line*.

A seguir, complementamos com os gráficos de monitoramento com os quais realizamos o acompanhamento da efetividade mensalmente.

Diante do exposto, concluímos que o projeto alcançou seus objetivos, que tem por finalidade ampliar os canais *on-line*, aprimorar a qualidade nos atendimentos, intensificar a melhoria nos processos com intuito de aproximar o nosso cliente. Assim, a Unimed Cascavel permanece nesta busca para que a inovação auxilie e forneça aos nossos beneficiários uma experiência satisfatória.

## Documentos adicionais

Imagens do projeto

Olá. Eu sou a

# JULIA

assistente virtual  
da Unimed Cascavel

Acesse informações sobre o seu plano de saúde ou esclareça dúvidas sobre a COVID-19.  
**Anota aí os meus contatos:**

**WhatsApp**  
**0800 041 4554**  
pode me adicionar e mandar uma mensagem que eu respondo rapidinho.]

**Site**  
[unimed.coop.br/cascavel](http://unimed.coop.br/cascavel)

**Aplicativo**  
**Unimed Cliente PR**  
disponível para Android e iOS

CUIDAR DE VOCÊ. ESSE É O PLANO.

**Unimed**   
Cascavel

ANS nº 370070

Imagem 1 - Assistente virtual Unimed Cascavel

## APP UNIMED CLIENTE PR

# LIBERAÇÃO DE GUIAS

Olá, beneficiário(a) Unimed Cascavel!

Além da comodidade, existe uma importante questão de segurança para a sua saúde que é reforçada pela ferramenta virtual da Unimed Cascavel para a liberação das suas guias.

Neste momento de pandemia, você pode liberar todas as suas solicitações pelo App Unimed Cliente PR. São alguns cliques na tela do seu celular ou tablet que evitam você ter que ir até a Unimed.

**É MAIS RÁPIDO. É MAIS CÔMODO.  
É MAIS SEGURO.**

Se você ainda não tem, baixe o App na loja virtual do seu aparelho. Basta procurar por Unimed Cliente PR.



BaixE AGORA:



Unimed Cliente PR



Cuidar de você. Esse é o plano.



Imagem 2 - Liberação de guias *on-line*

# BAIXE O APP Unimed

Você pode liberar consultas e exames sem a necessidade de apresentar o cartão. Basta ter acesso à internet, abrir o aplicativo na opção **Cartão Virtual**, clicar em **Usar Cartão** e apresentar o código do Token gerado.

- Acompanhamento de autorizações
- Atendimento on-line
- Cartão Virtual
- Guia médico do Paraná
- Liberação de guias por foto
- Notícias
- Visualização de boletos

Unimed Cliente PR



CUIDAR DE VOCE ESSE E O PLANO.



Imagem 3 - Aplicativo Unimed Cascavel

# Everton Rodrigo Machado Nascimento

**Ano de publicação:** 2021

**Categoria do prêmio:** SUSTENTABILIDADE

**Diretoria:** Unimed Paranavaí 2021-2024

**Presidente:** Dr. Renato Livio De Marchi

**Diretor Administrativo-Financeiro:** Dr. Bruno Eduardo de Camargo

**Diretor de Provimento de Saúde:** Dr. Leônidas Fávero Neto

## Diagnóstico

Desde 2016 a singular realiza Pesquisa de Satisfação com o Beneficiário, que inicialmente identificou que 27,10 % dos clientes se diziam satisfeitos ou muito satisfeitos com o valor do preço de mensalidades; e o agravo estava nos que se diziam insatisfeitos, muito insatisfeitos, que perfaziam 35,40%; e os que não souberam opinar ou se diziam em dúvida quanto a não estarem nem satisfeitos nem insatisfeitos perfaziam 37,50% (como pode ser verificado na Pesquisa do Beneficiário 2015, ano base 2015, disponível no endereço: <http://unimed.me/Wa2Yp>). Nos anos subsequentes, o preço de mensalidade permaneceu com grau de insatisfação, o que culminou em um Project Canvas, em julho de 2018, realizado pelo Grupo de Melhoria da Qualidade (GMQ), referindo-se à necessidade de um plano local, visando à Atenção Primária à Saúde, com menor valor para comercialização, visto que atenderia com rede referenciada, diferentemente do modelo de rede aberta, adotado até então nos produtos estaduais e nacionais, bem como se intencionava ter maior controle do custo assistencial, que ano a ano tem crescido acima da obtenção de receita. O Canvas e o projeto podem ser conhecidos neste *link*: <http://unimed.me/Wa2YA>.

## Apresentação

Inicialmente, o novo produto tinha intenção de melhorar sinistralidade, controle de custo e valores para comercialização. A seguir, veja o comparativo de uma carteira que utilizava o produto Estadual e migrou para o Essencial (carteira de colaboradores).

### Estadual 06/2017 à 05/2018

Beneficiários	441
Receita	R\$ 606.383,04
Coparticipação	R\$ 99.306,48
Despesa	R\$ 980.721,03
Despesa líquida	R\$ 881.414,55
Resultado	(-) R\$ 61.0436,03
Sinistralidade	145%

### Essencial 07/2018 à 06/2019

Beneficiários	415
Receita	R\$ 701.108,46
Coparticipação	R\$ 110.088,22
Despesa	R\$ 726.958,25
Despesa Líquida	R\$ 616.870,03
Resultado	R\$ 84.238,43
Sinistralidade	88%

Em termos de valores, também houve diminuição, o que facilitou a comercialização. O descritivo amarelo traz o Produto Essencial (local) e o verde, o Produto Estadual (Rede aberta). Os valores chegam a 42% a 49% a menos do que o Estadual.

Essencial Familiar					
ENFERMARIA	Faixas Etárias	Beneficiários	Titular + 1	Titular + 2	Titular + 3
	00 - 18	121,39	109,25	97,11	84,97
	19 - 23	147,82	133,04	118,26	103,47
	24 - 28	185,15	166,54	148,12	129,61
	29 - 33	213,12	191,81	170,5	149,18
	34 - 38	252,32	227,09	201,86	176,62
	39 - 43	282,37	254,13	225,9	197,66
	44 - 48	325,05	292,35	260,04	227,54
	49 - 53	401,42	361,28	321,14	280,99
	54 - 58	509,9	455,91	407,92	356,93
+59	724,84	652,36	579,87	507,39	
DESCONTOS		10%	20%	30%	

Familiar Estadual					
ENFERMARIA	Faixas Etárias	Beneficiários	Titular + 1	Titular + 2	Titular + 3
	00 - 18	238,91	215,02	191,13	167,24
	19 - 23	274,75	247,27	219,38	192,32
	24 - 28	329,69	296,72	263,75	230,79
	29 - 33	389,05	350,14	311,34	272,33
	34 - 38	455,72	392,15	348,38	305,01
	39 - 43	527,23	474,51	421,78	369,06
	44 - 48	622,14	559,92	497,71	435,50
	49 - 53	777,66	699,90	622,13	544,37
	54 - 58	965,41	895,86	796,32	696,78
+59	1311,93	1182,54	1051,15	916,73	
DESCONTOS		10%	20%	30%	

## Justificativa

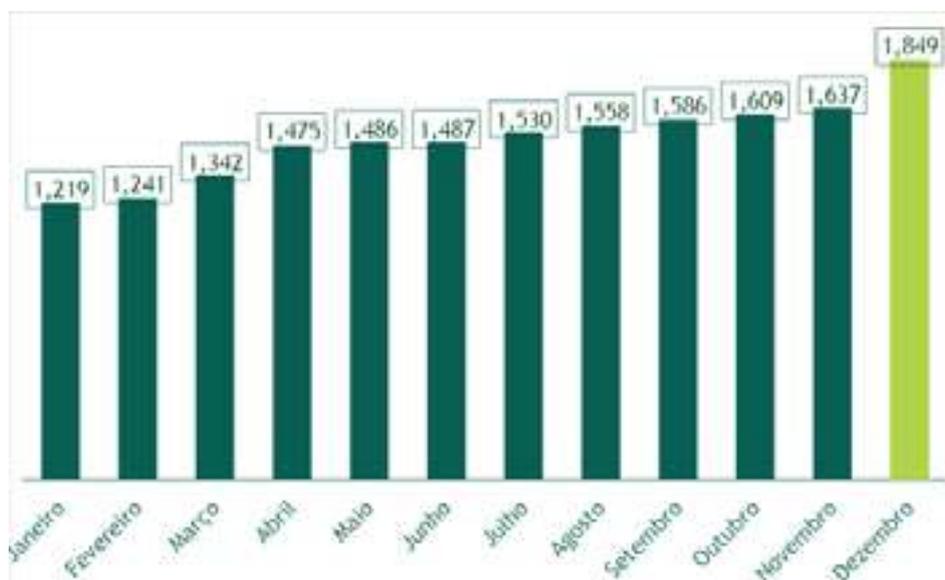
O Público-alvo foi definido no projeto Canvas inicial: <http://unimed.me/Wa2YA>

Inicialmente, um público necessário para atingimento foi a população acima de 59 anos, uma vez que produtos tradicionais, como o Estadual e o Nacional, têm maior valor para comercialização. Ao longo de atuação do produto, todos os demais públicos foram aplicados: Criança, Adolescente, Adultos e Idosos. A primeira carteira a realizar migração para o produto Essencial foi a de colaboradores, que anteriormente utilizavam o produto Estadual.

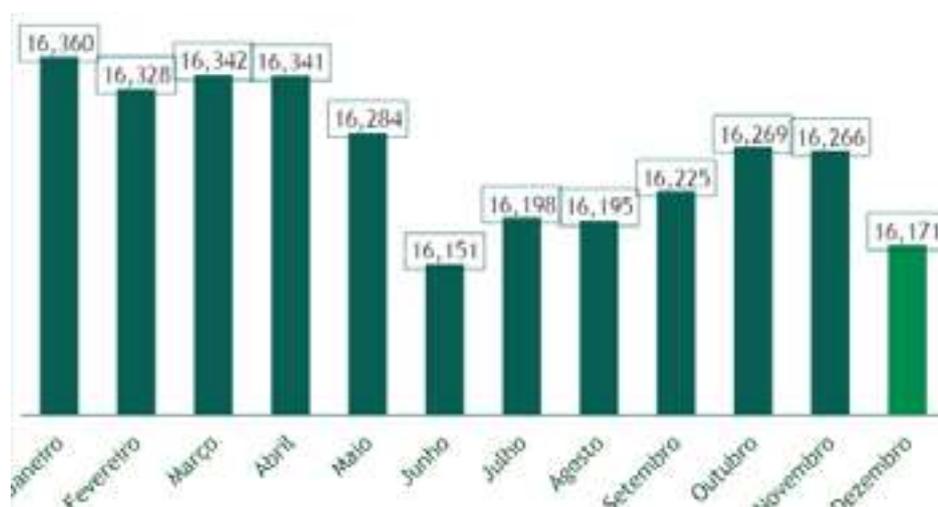
## Objetivos

Um dos principais objetivos era ter um produto com valor de comercialização menor, para fazer frente à concorrência e auxiliar no controle de custo assistencial. Durante o ano de 2020, ano atípico e aterrador em virtude da pandemia, foi o único produto que não deixou de crescer. Conforme gráfico a seguir, houve um aumento latente quanto à comercialização do produto Essencial, cumprindo sua principal premissa.

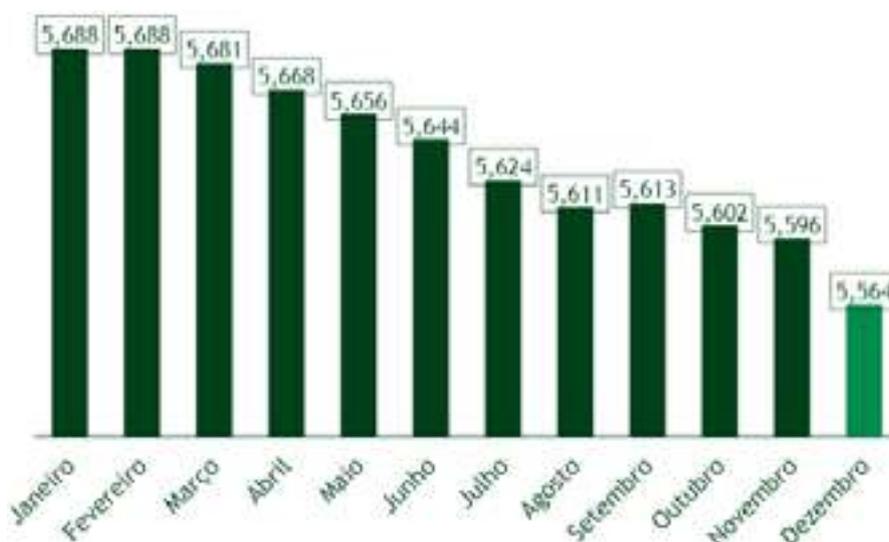
### Produto Essencial (Local)



## Os demais produtos tiveram deflação - Estadual e Nacional

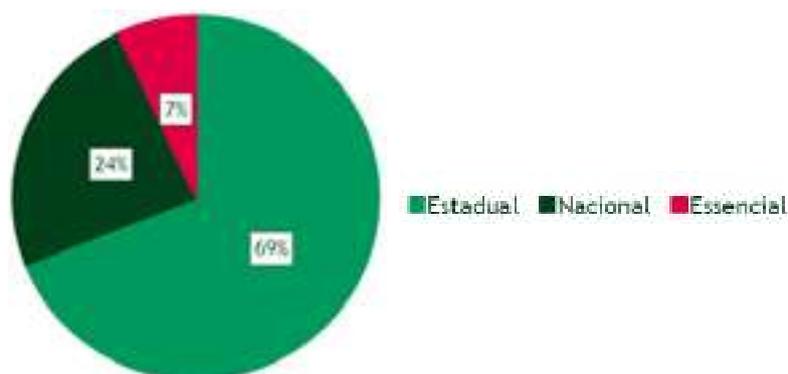


## Produto Nacional



## Objetivos Específicos

Em dezembro de 2020 houve fechamento da carteira do Produto Essencial em 1.849 vidas, perfazendo 7% da carteira total de clientes da Operadora.



O produto é sustentável e há projeções de *pay back*, quando há abertura de unidades ambulatoriais. O ambulatório Paranavaí, o mais antigo, que funciona desde o final de 2018 com Atenção Primária à Saúde (APS) e referência do produto como porta de entrada, já tem equilíbrio financeiro.

### Ambulatório Paranavaí

Demonstração do Resultado	Média mensal	Média mensal
Receita Operacional Líquida	R\$ 44.978,56	R\$ 44.253,91
Receita Essencial pré-pagamento	R\$ 160.637,73	R\$ 158.049,68
Receita Essencial pré-pagamento (72%)	R\$ 44.978,56	R\$ 44.253,91
Consulta Estadual	R\$ -	R\$ -
Consulta Nacional	R\$ -	R\$ -
Outras receitas	R\$ -	R\$ -
Custos totais	R\$ 65.774,59	R\$ 45.812,77
Enfermeiro II (44 horas semanais)	R\$ 6.550,76	R\$ 2.392,34
Honorário Médico (Só os médicos de família)	R\$ 34.328,71	R\$ 34.328,71
Técnico de Enfermagem I (44 horas semanais)	R\$ 3.568,27	R\$ 1.303,13
Auxiliar de Limpeza	R\$ 2.812,81	R\$ 1.027,24
Assistente de Regulação do Plano Essencial II	R\$ 4.079,15	R\$ 1.489,71
Atendente I (2 funcionárias)	R\$ 6.616,75	R\$ 2.416,44
Impostos (COFINS: 4% - ISS: 2% - PIS: 0,65%)	R\$ 2.991,07	R\$ 1.092,34
Diversos (Material de expediente)	R\$ 558,00	R\$ 203,78
Água	R\$ 253,00	R\$ 92,40
Energia	R\$ 810,00	R\$ 295,81
Wi-Fi	R\$ 69,06	R\$ 25,22
Monitoramento	R\$ 157,00	R\$ 57,34
Telefone	R\$ 481,00	R\$ 175,66
Depreciações	R\$ 2.088,00	R\$ 762,54
Seguro Predial	R\$ 196,00	R\$ 71,58
Contrato <i>Covercopy</i>	R\$ 215,00	R\$ 78,52
<b>Resultado</b>	<b>-R\$ 20.796,02</b>	<b>-R\$ 1.558,86</b>

As demais unidades, que iniciaram em 2019, ainda não estão em equilíbrio.

## Ambulatório Loanda

Demonstração do Resultado	Média mensal
Receita Operacional Líquida	R\$ 11.174,49
Receita Essencial pré-pagamento	R\$ 39.908,88
Receita Essencial pré-pagamento (72%)	R\$ 11.174,49
Consulta Estadual	R\$ -
Consulta Nacional	R\$ -
Outras receitas	R\$ -
<b>Custos totais</b>	<b>R\$ 23.636,15</b>
Enfermeiro I (44 horas semanais)	R\$ 4.525,12
Honorário Médico (20 horas semanais)	R\$ 11.000,00
Técnico de Enfermagem (20 horas semanais)	R\$ -
Atendente I (44 horas semanais)	R\$ 2.822,84
Auxiliar de Limpeza (10 horas semanais)	R\$ 720,48
Aluguel Unidade - Loanda	R\$ 801,00
Aluguel Unidade - Nova Londrina	R\$ 1.500,00
Impostos (COFINS: 4% - ISS: 2% - PIS: 0,65%)	R\$ 743,10
Diversos (Material de expediente)	R\$ 660,00
Água	R\$ 125,64
Energia	R\$ 273,00
Internet	R\$ 109,90
Monitoramento	R\$ 100,00
Telefone	R\$ 80,00
Depreciações	R\$ 74,00
Seguro Predial	R\$ 61,07
Contrato <i>Covercopy</i>	R\$ 40,00
<b>Resultado</b>	<b>-R\$ 12.461,67</b>

## Ambulatório Terra Rica

Demonstração do Resultado	Média mensal
Receita Operacional Líquida	R\$ 16.503,19
Receita Essencial pré-pagamento	R\$ 58.939,98
Receita Essencial pré-pagamento (72%)	R\$ 16.503,19
Consulta Estadual	R\$ -
Consulta Nacional	R\$ -
Outras receitas	R\$ -
<b>Custos totais</b>	<b>R\$ 24.080,02</b>
Enfermeiro I (44 horas semanais)	R\$ 4.525,12
Honorário Médico (20 horas semanais)	R\$ 11.000,00
Técnico de Enfermagem (44 horas semanais)	R\$ 2.776,73
Auxiliar de Limpeza	R\$ 2.253,00
Aluguel Unidade	R\$ -
Impostos (COFINS: 4% - ISS: 2% - PIS: 0,65%)	R\$ 1.097,46
Diversos (Material de expediente)	R\$ 660,00
Água	R\$ 125,64
Energia	R\$ 650,00
Internet	R\$ 370,00
Monitoramento	R\$ 230,00
Telefone	R\$ 190,00
Depreciações	R\$ 74,00
Seguro Predial	R\$ 61,07
Contrato <i>Covercopy</i>	R\$ 67,00
<b>Resultado</b>	<b>R\$ 7.576,83</b>

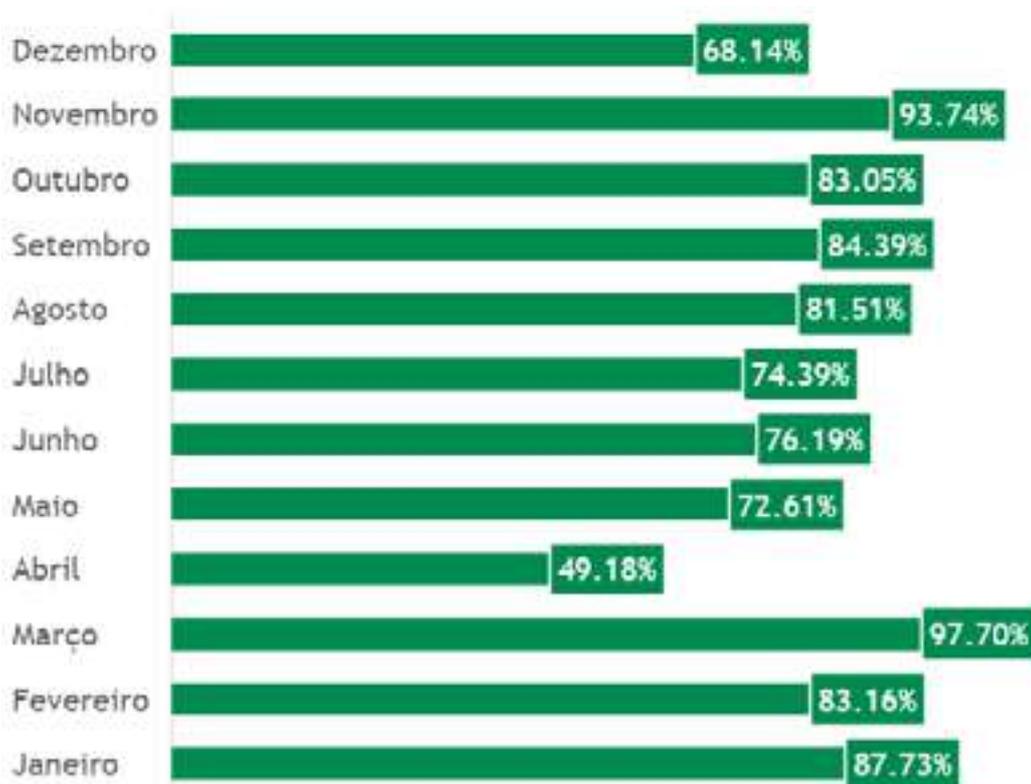
## Resultados

A comercialização desse produto chamado Essencial foi substancial na vivência da Operadora, já que atualmente 7% de toda carteira é formada por esse produto, representando cerca de 1.849 vidas em um universo de 23.500. No período de pandemia, foi o único produto que não sofreu perda e permaneceu com venda.

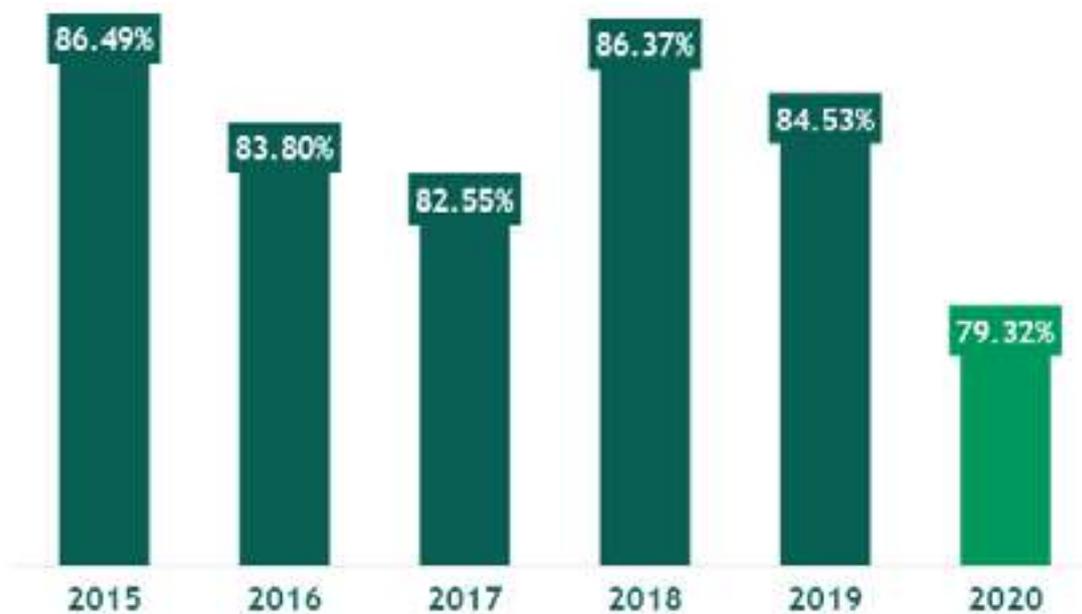
A sinistralidade do produto é baixa 3 fechou o ano de 2020 com 69,50%, enquanto a sinistralidade dos demais produtos teve média de 79,32%.

Dependentes e demais beneficiários - ESSENCIAL 2020					
Competência	Benef.	Receita	Coparticipação	Custo Assistencial	Sinistralidade
01/01/2020	1.043	R\$ 175.058,95	R\$ 32.029,23	R\$ 210.442,37	101,92%
01/02/2020	1.129	R\$ 194.266,65	R\$ 30.673,08	R\$ 190.798,22	82,43%
01/03/2020	1.284	R\$ 216.764,13	R\$ 23.376,89	R\$ 208.628,91	85,46%
01/04/2020	1.296	R\$ 217.666,01	R\$ 43.854,08	R\$ 71.370,52	12,64%
01/05/2020	1.306	R\$ 219.664,15	R\$ 40.032,66	R\$ 171.700,82	59,94%
01/06/2020	1.326	R\$ 233.711,47	R\$ 14.538,00	R\$ 190.030,92	75,09%
01/07/2020	1.355	R\$ 237.876,42	R\$ 24.119,21	R\$ 173.971,94	63,00%
01/08/2020	1.389	R\$ 247.364,80	R\$ 37.412,90	R\$ 172.717,46	54,70%
01/09/2020	1.418	R\$ 252.641,33	R\$ 40.501,63	R\$ 184.158,65	56,86%
01/10/2020	1.423	R\$ 251.258,76	R\$ 41.884,56	R\$ 364.380,29	128,35%
01/11/2020	1.469	R\$ 255.033,28	R\$ 45.091,39	R\$ 205.672,83	62,96%
01/12/2020	1.674	R\$ 287.846,01	R\$ 50.643,24	R\$ 218.762,90	58,41%
<b>Total</b>	<b>1343</b>	<b>R\$ 2.789.151,96</b>	<b>R\$ 424.156,87</b>	<b>R\$ 2.362.635,83</b>	<b>69,50%</b>

Projeção da Sinistralidade em 2020



### Média histórica da Operadora



## **Everton Antonio Garboça**

**Ano de publicação:** 2020

**Categoria do prêmio:** EPIDEMIOLOGIA, SAÚDE E BEM-ESTAR

**Diretoria:** Unimed Cascavel 2018-2021

**Presidente:** Dr. Danilo Galletto

**Diretor de Mercado:** Dr. Humberto Golfieri Junior

**Diretor de Controladoria:** Dr. Erwin Soliva Junior

**Diretor de Provimento de Saúde:** Dr. Luiz Sérgio Fettback

# Programa de performance corporativa em saúde: modelos assistenciais

## Diagnóstico

A Unimed Cascavel, ao longo dos últimos anos, estabeleceu em seu planejamento estratégico um foco específico no que tange à sustentabilidade econômico-financeira da cooperativa. Esse pilar estratégico foi criado para atender às necessidades de mercado que as operadoras de saúde brasileiras vêm enfrentando, principalmente quanto ao aumento dos custos assistenciais de forma acelerada, que acontece em razão de diversos fatores, tais como transição demográfica e epidemiológica, envelhecimento da população, aumento da expectativa de vida e crescimento das doenças crônicas não transmissíveis (DCNT), aliada à constante incorporação de novas tecnologia em saúde (ANS, 2019).

Diante desse contexto, um tema que também foi diagnosticado como estratégico para ser tratado dentro do planejamento da Unimed Cascavel diz respeito aos modelos de remuneração, mais precisamente aos novos modelos alternativos ao padrão atual *fee for service*, que estão sendo trabalhados e aplicados pelo mundo todo e trazem resultados satisfatórios em suas embrionárias aplicações.

Atrelado a esses conceitos, outro movimento muito forte no âmbito “custos saúde” e que a Unimed Cascavel adotou como ponto focal a ser implementado diz respeito à chamada saúde baseada em valor. Segundo Porter (2006), a reestruturação dos sistemas de saúde de todo o mundo se torna possível por meio da saúde baseada em valor. O termo “medicina baseada em valor” surgiu em 2006 com a publicação do livro *Repensando a saúde: estratégias para melhorar a qualidade e reduzir os custos*, de Michael Porter. Isso porque o objetivo desse modelo é amplificar o valor para os pacientes, oferecendo a eles mais serviços e conveniências. A definição do valor leva em consideração o resultado para o paciente, envolvendo a sua experiência e a qualidade do serviço prestado.

O modelo tradicional (*fee for service*) tem como foco o pagamento pela quantidade dos procedimentos prestados e vem tornando a cada dia que passa cada vez mais insustentável. Visando substituir esse modelo já bastante falho, os cuidados baseados em valor surgiram e têm como premissa-chave levar em consideração a qualidade do atendimento prestado, e não a quantidade.

Diante desse cenário de aumento excessivo dos custos assistenciais, da insustentabilidade do setor saúde a curto e médio prazo e da necessidade de criar alternativas incrementando processos e práticas que levem em consideração a saúde baseada em valor, a Unimed Cascavel implantou o projeto “Programa de performance corporativa em Saúde – Modelos assistenciais”.

## Apresentação

Seguindo as premissas de remuneração baseada em valor de Porter (2006) e da própria ANS, com o lançamento do guia de implementação dessas práticas em 2019, esse projeto teve como foco balizar pagamentos baseados em performance, a fim de melhorar a qualidade das informações e dos dados compartilhados em saúde, potencializar modelos diferenciados de cuidados em saúde, com custo-efetividade e satisfação dos clientes, bem como melhorar de forma efetiva a gestão dos custos assistenciais. As ações foram implementadas em grupos, como: laboratórios, taxas, dieta, oxigênio, contraste, diárias, entre outros.

Todas as ações foram pautadas em implantação de requisitos e políticas no formato “ganha x ganha” com os prestadores de serviço no momento da negociação anual de contratos. Nessas negociações foram utilizadas premissas dos modelos de remuneração por performance, como: *Capitation* e orçamentação.



O foco principal dessas negociações era iniciar o trabalho da mudança do modelo tradicional *fee for service* ao modelo de remuneração por performance ou valor, trazendo ganhos qualitativos no serviço prestado aos clientes, bem como uma remuneração justa aos prestadores que buscam uma qualificação dos seus serviços e ganhos quantitativos no que tange às economias geradas para cooperativa, que impactam diretamente no pilar estratégico voltado à sustentabilidade econômico-financeira da nossa Unimed.

## Justificativa

Conforme relatado na apresentação inicial do tópico 1, no desenvolvimento do planejamento estratégico do ciclo de gestão 2018 × 2021, algumas diretrizes estratégicas foram priorizadas para serem executadas em forma de projetos. Uma das diretrizes foi pautada na sustentabilidade econômico-financeira da cooperativa, com foco nos modelos de remuneração junto aos seus principais prestadores. Alguns pontos merecem destaque e justificam essa diretriz e o projeto de performance implantando pela cooperativa, sendo os principais: a inflamação dos custos médicos crescendo ano a ano, a sinistralidade sofrendo impacto direto com o aumento dos custos, bem como a necessidade de criar mecanismos de remuneração que priorizem a otimização dos custos baseando os pagamentos em performance e em valor.

Uma pesquisa realizada pela consultoria Global Aon corrobora com esses pontos, pois estimou que o Brasil fechou o ano de 2019 com a chamada inflação médica — que apura a variação dos preços no setor de saúde — em 17%. A taxa é cinco vezes maior que o IPCA mensurado para o período, que mede a inflação em toda a economia, e fechou próximo a 3,4% em 2019. O estudo faz projeções para outros cem países, e os dados mostram que o Brasil é o quarto país no mundo com a maior distorção na inflação da saúde.

Sendo assim, a visão de médio e longo prazos para as operadoras, seguradoras e planos de saúde não se mostra muito otimista, e soluções inovadoras para a sustentabilidade dessas organizações de saúde são necessárias para mitigar dores do sistema e permitir que o sistema como um todo aplique a medicina baseada em valor.

Um ponto-chave desse projeto foi elencar eficiência como diretriz máxima sobre o processo de negociações com os prestadores de serviço, afinal, o valor aqui é definido por meio do resultado sobre custos. Segundo Porter (2006), a definição do valor leva em consideração o resultado para o paciente, envolvendo a sua experiência e a qualidade do serviço prestado. Todos esses fatores devem ser divididos pelo custo envolvido no tratamento. O foco dos cuidados baseados em valor está na maximização dessa equação. Dessa maneira, a ideia foi elaborar mecanismos para alavancar a saída de um modelo de medicina baseada em serviço, no qual se paga pela quantidade de serviços prestados, ou seja, são constantemente estimulados a solicitar mais exames e procedimentos, tendo como objetivo o lucro, e não a experiência do paciente.

Visando substituir esse modelo já bastante falho, esse projeto se justifica por possuir premissas de cuidados baseados em valor, em que o foco está na qualidade do atendimento prestado, e não na quantidade, como acontece em um sistema de saúde baseado em serviço. A dinâmica que justifica esse projeto foi pautada também em um embasamento por meio de dados, em que os prestadores precisam repassar a cooperativa métricas específicas dos atendimentos prestados. Além disso, também se faz necessário demonstrar melhorias, tanto no que diz respeito aos termos clínicos, quanto à experiência do usuário como um todo.



Assim, os prestadores são pagos de acordo com os resultados que proporcionam ao paciente, ou seja, todo o atendimento é baseado em certos fatores, como envolvimento do profissional no tratamento, medicina baseada em evidências e, principalmente, correspondência de incentivos entre todos os envolvidos no processo, gerando transparência, relação “ganha x ganha” entre a cooperativa e prestadores, melhoria no processo de atendimento e serviços aos clientes, e eficiência de custos para operadora.

## Objetivos

Como objetivo geral, esse projeto teve foco na implementação de práticas pautadas na inversão do modelo de pagamento baseado em serviço para o modelo de remuneração baseado em performance ou valor. Isso se deu por meio de negociações com grupos específicos de prestadores, utilização de métricas e modelo de remuneração alternativos ao *fee for service*, por exemplo, *capitation* e orçamentação, com acompanhamento contínuo por meio de indicadores e métricas predefinidas nas negociações que foram utilizadas para remuneração aos prestadores e consequente eficiência de custos para cooperativa.

### Objetivos Específicos

Com a definição clara do objetivo geral apresentado na seção anterior, foram definidos alguns objetivos que desdobraram essa estratégia, sendo os principais:

- Elaborar métricas e indicadores claros a serem utilizados nas negociações com os prestadores.
- Definir grupos de prestadores que participariam das negociações.
- Realizar as negociações com os prestadores selecionados.
- Acompanhar os resultados, observando potenciais melhorias a serem implantadas.

Por meio desses objetivos que serviram como base para o projeto ser colocado em prática chegou-se ao objetivo principal final, que foi: “Gerar uma eficiência de custos, com foco na sustentabilidade econômico-financeira da cooperativa”.

## Resultados

Após a delimitação dos objetivos gerais e específicos para o projeto, definição dos prestadores que participariam, bem como a criação de métricas e indicadores para serem negociados, o projeto foi de fato colocado em prática. Após as negociações realizadas, os indicadores de economia foram acompanhados e retornaram um resultado expressivo. Esses resultados serão apresentados a seguir por grupo específico delimitado e, no final, de forma consolidada.

### Resultados com Laboratórios

O primeiro grupo de prestadores que tiveram negociações e com o qual o projeto de performance foi implantado foi o grupo de laboratórios. Diversas negociações foram realizadas, tendo como base o modelo de *capitation*, pelo qual a remuneração é realizada por um valor fixo por paciente (per capita) atendido durante determinado período. Nesse primeiro ciclo, com as negociações praticadas, os *tickets* médios de pagamento aos laboratórios tiveram uma redução, impactando de forma positiva nos custos desse grupo de contas da cooperativa, conforme apresentado na figura 1.

## Tickets - Negociações

Prestador	Ticket médio antes negociação	% Reverso	Ticket negociado
<b>Ambulatorial</b>			
Laboratório A	R\$ 114,25	5,79%	R\$ 108,00
Laboratório B	R\$ 87,54	9,43%	R\$ 80,00
Laboratório C	R\$ 94,58	11,27%	R\$ 85,00
<b>Internamento</b>			
Laboratório A	R\$ 224,25	18,03%	R\$ 190,00
Laboratório B	R\$ 215,85	19,92%	R\$ 180,00

Figura 1 - Comparativo *Tickets* médios de pagamento aos laboratórios (Antes x Depois da negociação *capitation*)

Fonte: Relatório gerencial de custos Unimed Cascavel (2020)

Ao final do ciclo de apuração dos resultados, somente neste grupo específico de laboratórios a economia **gerada em 2019 foi de R\$ 983.012,25**

### Migrações de Brasíndice

Outro grupo de negociações que participou deste projeto foi chamado de migração Brasíndice, com o qual alguns indicadores foram negociados e ajustados com vários prestadores de serviço da operadora.

Ao final do ciclo de apuração dos resultados, somente neste grupo específico de migrações do Brasíndice a economia **gerada em 2019 foi de R\$ 876.266,50**.

### Negociações com taxas predefinidas (IPCA x Fipe Saúde)

Outra prática utilizada no projeto foi realizar negociações contratuais com prestadores, praticando como base a troca do indicador utilizado anteriormente, que era a FIPE Saúde para o indicador IPCA. Essa política de troca e renegociação trouxe um impacto expressivo a cooperativa em 2019, com o resultado de economia gerada no valor de **R\$ 2.546.890,14**.

As diferenças entre as taxas negociadas podem ser observadas na figura 2 a seguir.

### Diferença contratual - Indicadores

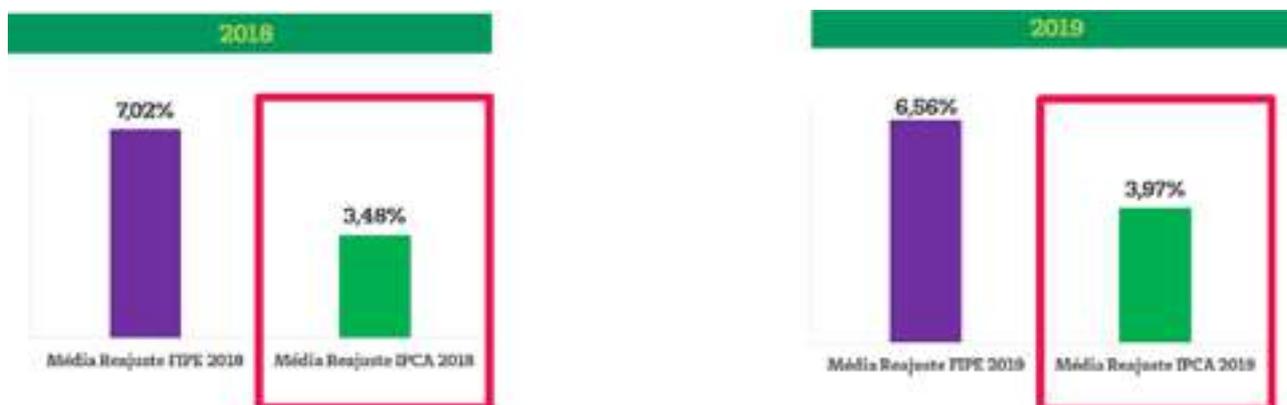


Figura 2 - Diferenças entre indicadores de negociação contratual

Fonte: Relatório gerencial de custos Unimed Cascavel (2020)

## Taxas de Pronto Atendimento

Foram realizadas também negociações pontuais referentes às taxas praticadas em pronto atendimento com os dois principais hospitais que prestam serviço para a carteira de clientes da Unimed Cascavel, sendo eles: (1) "Hospital A" e "Hospital B". O *ticket* médio dessas taxas foi balizado a um valor menor ao que era praticado anteriormente, trazendo mais um impacto positivo na composição dos custos da cooperativa. Essa demonstração da diminuição dos *tickets* está demonstrada na figura 3.

### Taxa P.A Negociação

Prestador	Antes negociação	Pós negociação
Ticket médio hospital A P.A	R\$ 66,80	R\$ 60,00
Ticket médio hospital B P.A	R\$ 69,00	R\$ 60,00

Figura 3 - Comparativo *Tickets* médios de pagamento em taxas de P.A.

Fonte: Relatório gerencial de custos Unimed Cascavel (2020)

Ao final do ciclo de apuração dos resultados, somente neste grupo específico de laboratórios a economia **gerada em 2019 foi de R\$ 209.537,23**.

## Diária Semiglobal

Além das ações já apresentadas, foram implantadas iniciativas e negociados valores de diárias semiglobal, baseados nas premissas do modelo de pagamento por orçamentação, com um hospital prestador da rede da cooperativa. O resultado fica evidente nesse tipo de negociação e implementação quando se compara por exemplo a média de dias de internamento e média de exames entre o prestador que teve esse método implantado e outro que não teve, conforme demonstrado na figura 4.

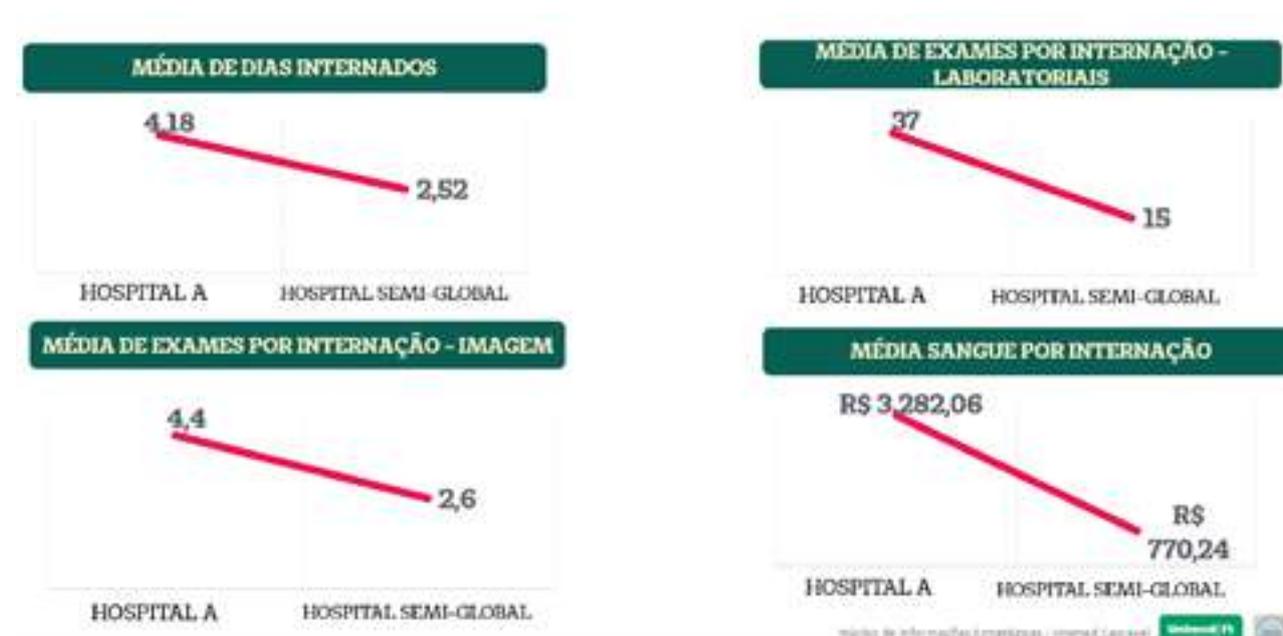


Figura 4 - Comparativo entre custos e indicadores (prestador com semiglobal x prestador sem semiglobal)

Fonte: Relatório gerencial de custos Unimed Cascavel (2020)

Ao final do ciclo de apuração dos resultados, somente neste grupo específico a economia **gerada em 2019 foi de R\$ 502.864,13**.

## Grupo Dietas e Contraste

Por fim, além dos grupos macro já apresentados, outros materiais foram negociados em paralelo dentro do projeto de performance de custos assistenciais. Os que obtiveram resultado mais expressivo foram os grupos de dieta, oxigênio e contrato, com os seguintes resultados.

## Resultados Consolidados

Realizando a consolidação com a soma de todas as ações implantadas e negociações realizadas, somente em 2019, o projeto resultou em uma economia de custos no valor de **R\$ 6.138.573,61**, cumprindo em sua totalidade com o objetivo macro do projeto: **“Gerar uma eficiência de custos, com foco na sustentabilidade econômico-financeira da cooperativa”**.

Esses resultados consolidados estão apresentados na figura 6.

### Geral

Negociação	2019 - até setembro	2019 - até dezembro
Local	R\$ 3.339.412,48	R\$ 3.981.074,64
Intercâmbio	R\$ 1.921.464,12	R\$ 2.157.498,97
<b>Total</b>	<b>R\$ 5.260.876,60</b>	<b>R\$ 6.138.573,61</b>

Figura 6 - Resultado geral 2019 - Projeto performance de custos

Fonte: Relatório gerencial de custos Unimed Cascavel (2020)

Além do resultado financeiro do projeto, percebeu-se também um impacto direto em um dos principais indicadores da sustentabilidade financeira da cooperativa, que é a **sinistralidade**, considerando o resultado do projeto, traduz-se em uma diminuição de 1,64% do indicador geral de sinistralidade para o período, conforme demonstrado na figura 7.

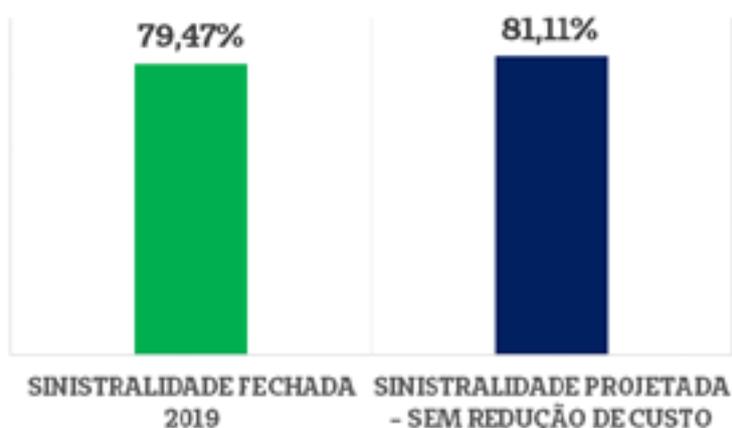


Figura 7. Comparativo de Sinistralidade Geral da Cooperativa 2019

Fonte: Relatório gerencial de custos Unimed Cascavel (2020)

## Referências

- AGÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE SUPLEMENTAR – ANS. **Guia para Implementação de Modelos de Remuneração Baseados em valor**. Rio de Janeiro: ANS, 2019.
- PORTER, M. E.. **Repensando a saúde**: estratégias para melhorar a qualidade e reduzir os custos. Tradução de Cristina Bazan. Porto Alegre: Bookman, 2006.

## Bruna Machado Lazzarin

**Ano de publicação:** 2020

**Categoria do prêmio:** EPIDEMIOLOGIA, SAÚDE E BEM-ESTAR

**Diretoria:** Unimed Grande Florianópolis – 2019-2022

**Presidente:** Dr. Théo Fernando Bub

**Vice-presidente:** Dr. Waldemar de Souza Júnior

**Superintendente:** Jolnei Antonio Hawerth (in memorian) e Ademar Valsechi

## Diagnóstico

A necessidade de mudança no atual modelo de atenção à saúde se impõe de maneira inegável. Em uma situação multifatorial, o equilíbrio econômico-financeiro dos planos de saúde vem se tornando cada vez mais difícil de ser alcançado. Estudos mostram que o atual modelo assistencial é fragmentado e as estatísticas apontam piora nos indicadores em saúde, especialmente as Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT), sendo responsáveis por 72% de todas as mortes ocorridas no mundo em 2018, segundo a OMS.

Em contrapartida a esse modelo fragmentado de assistência, existe o modelo de Atenção Integral à Saúde, cujo objetivo é cuidar do indivíduo por inteiro, de forma personalizada e com um plano de coordenação do cuidado específico para as suas necessidades.

O Programa de Atenção Integral à Saúde existe na Unimed Grande Florianópolis desde 2013, sendo registrado e aprovado na ANS como programa de prevenção e promoção à saúde em 2016.

Ao longo de 2018, com uma mudança estratégica da empresa, viu-se a necessidade de implementar um modelo novo de entrega de saúde para as empresas contratantes. As ações de promoção à saúde dentro das empresas já eram algo estabelecido na nossa singular, por ser um serviço com o qual todos os atores - cooperativa, empresa e colaborador - se beneficiam mutuamente nesse cuidado.

Dessa forma, o Programa de Atenção Integral à Saúde teve seu público-alvo alterado, focando nos colaboradores titulares dos planos de saúde empresariais de alguns contratantes estratégicos na nossa área. O objetivo do programa permaneceu o mesmo: oferecer saúde de forma integral e de acordo com os pilares da Atenção Primária à Saúde.

## Apresentação

Em agosto de 2018, foi lançado o Programa de Atenção Integral à Saúde na dentro da Sede da empresa Softplan, em Florianópolis, sendo a primeira empresa a usufruir desse programa.

A Softplan é uma das maiores empresas de *softwares* no Brasil e possui em torno de 1.900 colaboradores, dos quais aproximadamente 1.300 são adeptos e titulares do plano de saúde Unimed. Em 2018, foi eleita como uma das melhores empresas para se trabalhar em Santa Catarina, sendo o segundo *ranking* do GPTW (Great Place to Work). O plano de saúde Unimed é um dos principais benefícios oferecidos aos colaboradores da empresa.

O Programa de Atenção Integral à Saúde consiste em atendimento médico e de enfermagem, no modelo de atenção primária, buscando ao máximo possível, com os recursos disponíveis, desenvolver os pilares de acesso, coordenação do cuidado, integralidade e longitudinalidade aos seus participantes.

O objetivo é cuidar do beneficiário por inteiro e de forma personalizada, por meio de um plano de cuidado específico, de acordo com os riscos de saúde mapeados. É, sobretudo, um espaço de saúde com troca de informações para que o paciente, cada vez mais, participe do gerenciamento de sua saúde, sempre baseada em informações científicas de melhores práticas e gerenciamento de saúde populacional.

Com uma equipe multidisciplinar composta por médico, enfermeiro, técnico de enfermagem e psicólogo, busca fazer a coordenação do cuidado ao longo de todos os serviços oferecidos pela Unimed e auxiliando acesso em eventual dificuldade.

O processo do programa inicia com acolhimento feito no primeiro contato, sempre realizado por profissionais de saúde, que podem resolver a demanda remotamente, via chat e telefone, ou agendar as consultas médicas e de enfermagem conforme a necessidade do paciente.



O cuidado continua após o atendimento, por meio das buscas ativas, que procuram acompanhar os desfechos das queixas do paciente, os exames e encaminhamentos realizados e principalmente o seguimento de pacientes mapeados com maior risco, com doença crônica descompensada. Também há busca ativa de pacientes com visitas frequentes ao pronto atendimento, sempre com abordagem no sentido de entender se o paciente precisa de algum apoio ou identificar alguma oportunidade de melhorar o cuidado de saúde.

São utilizados *softwares* para registro do prontuário eletrônico, acompanhamento dos indicadores de saúde, agendamento eletrônico das consultas e demais atendimentos, levantamento e análise do histórico de atendimentos realizados pelo plano e auxílio de comunicação com o paciente por meios eletrônicos (*e-mail*, mensagens e redes sociais).

Em 2019, após apuração dos resultados dessa primeira etapa e análise do perfil epidemiológico da empresa apresentado, foi lançado o Softplan +Saúde, que deu mais um passo na entrega de valor ao cliente Unimed, reforçando o cuidado da saúde emocional dentro da empresa. Foram implementadas as ações de aulas de ioga e meditação, serviço de acolhimento psicológico, grupo de controle do estresse e aplicativo de saúde com uma equipe de saúde que atende 24 horas por dia voltada à coordenação do cuidado e orientações.

## Justificativa

Explicar como foram definidos o público-alvo e a estratégia adotada, sua situação real e os aspectos relevantes que fazem com que o projeto tenha importância para mudança da situação encontrada.

O público-alvo do programa são os colaboradores da empresa Softplan que são titulares do plano de saúde empresarial oferecido pela empresa e residem em Florianópolis.

Em razão das características de localização da empresa, existe uma barreira de acesso aos serviços do plano de saúde, uma vez que grande parte desses serviços está nas áreas centrais da cidade e a mobilidade urbana é crítica em horários recorrentes.

Além disso, temos um público jovem, com média de idade de 34 anos, predominantemente masculino e com hábitos de saúde preocupantes, o que reforça a importância das estratégias de prevenção as DCNT nesta população.

Em uma pesquisa realizada com todos os colaboradores em 2017, identificamos que 12% deles possuíam hipertensão arterial sistêmica, 12% possuíam algum transtorno de humor, 7% possuíam alteração de colesterol e 3% tinham diabetes mellitus, além disso 39% não faziam nenhum tipo de atividade física, 53% estavam com sobrepeso ou obesidade e 5% eram tabagistas. Todos esses fatores tornaram esse público ideal para uma intervenção combinada de médicos e enfermagem com atenção integral, com destaque para as ações de prevenção e promoção à saúde com equipe multidisciplinar ampliada.

## Objetivos

Mudar a forma de se entregar saúde em um plano empresarial, assumindo um papel ativo e focado em prevenção à saúde e coordenação do cuidado dos colaboradores, a fim de alcançar a meta quádrupla do IHI (Institute of Healthcare Improvement): experiência do paciente com a satisfação dos beneficiários e qualidade assistencial, contribuir para a saúde populacional, custo-efetividade per capita e plenas condições de trabalho para os colaboradores de saúde para que possam proporcionar atendimento de excelência.

## Objetivos Específicos

Informar os indicadores de resultados obtidos por meio das diferentes ações estabelecidas na realização do projeto. Tais objetivos devem responder a questionamentos como: quais são os aspectos que foram trabalhados e contribuíram para avanços no projeto? Quais são as mudanças conquistadas? De quanto foi essa mudança? Esses objetivos referem-se às etapas intermediárias que devem ser cumpridas ao longo do projeto.

- Diminuição de consultas eletivas e de pronto atendimento desnecessárias
- Diminuição dos custos do contrato
- Melhoria do acesso aos serviços de saúde
- Melhora do percentual de realização de exames preventivos segundo protocolos do Ministério da Saúde e Sociedades de Especialidades Médicas entre os colaboradores
- Melhoria da qualidade de vida e de indicadores de saúde dos participantes
- Satisfação dos participantes e empresa
- Resolutividade dos atendimentos

## Resultados

Descrição dos resultados, número de beneficiários e comprovação das melhorias alcançadas para o público-alvo.

O ano de 2019 se encerrou com 344 pacientes acompanhados no Programa de Atenção Integral à Saúde na empresa Softplan, o que representa 27% de todos os titulares do plano de saúde.

Ao avaliar os resultados do programa, um dos indicadores mais perceptíveis é a satisfação do beneficiário com o programa oferecido. Ao finalizar um atendimento, é enviado automaticamente para o cliente um *e-mail* convidando-o a preencher uma pesquisa de satisfação.

O Net Promoter Score (NPS) do programa fechou 2019 com o valor de 94 e podemos verificar que a satisfação do usuário é atingida em um nível de excelência mesmo quando são seguidas as melhores práticas médicas.

Os comentários realizados pelos participantes também sinalizam o quanto o atendimento se adapta aos diferentes perfis de clientes, evidenciando o cumprimento do objetivo de experiência do paciente. A seguir temos dois exemplos de comentários:

“Atendimento perfeito, no horário, conhecimento e sugestões para melhorias claras e entendíveis para o leigo como eu.”

Comentário realizado por participante do programa

“Parabéns aos profissionais Marcello e Eliane, muito bom o atendimento, atenção e encaminhamentos 100%!! Também à iniciativa Unimed / Softplan, possibilita agir de forma proativa e facilita muito para nós colaboradores. Obrigado.”

Comentário realizado por participante do programa

Em relação ao custo evitado obtido com a implantação do programa, em 2019, realizamos um estudo comparativo em que foi contemplado o custo médio total por beneficiário, média de consultas eletivas e médias de consultas em pronto atendimento.



Os 344 beneficiários acompanhados pelo programa ao final de 2019 tiveram suas médias comparadas com beneficiários que preenchem o público-alvo do programa, porém não participam dele. São eles beneficiários titulares do plano de saúde Softplan residentes em Santa Catarina. Os dados foram obtidos no BI de produção médica da Cooperativa.

Conforme evidenciado no Gráfico 1, tanto a média de consultas eletivas anuais quanto a de consultas em pronto atendimento dos participantes do Programa estão abaixo da média dos beneficiários que não participam do programa. Consideramos que esse resultado positivo se deve ao pilar de acesso do programa, em que o tempo médio de espera para uma consulta foi de 5 dias, muito abaixo do que o cliente encontra na rede de atendimento e com a comodidade de ser atendido dentro da sua empresa.

Caso o beneficiário participante do programa tivesse se comportado da mesma maneira que o beneficiário não participante, teríamos 540 consultas em pronto atendimento e 767 consultas eletivas que teriam sido realizadas sem necessidade em 2019, além dos exames e procedimentos médicos sem motivos que estão associados, pois o profissional de saúde que atende esse paciente ainda não o conhece e acaba repetindo uma série de exames já realizados ou faz exames para mapear riscos que já são conhecidos.

Quando olhamos a média de custo total por beneficiário apresentado no Gráfico 2, também verificamos que o custo do cliente participante do programa está muito abaixo do beneficiário que não participa do programa.

Portanto, calculando-se o custo evitado obtido com os 344 participantes do programa, obtêm-se o valor foi de R\$ 769.060,16, o que supera em 3 vezes o valor investido no programa no mesmo período.

## **Larissa Freire de Almeida Andrade**

**Ano de publicação:** 2020

**Categoria do prêmio:** GESTÃO DE PESSOAS

**Diretoria:** Unimed Fortaleza 2018-2022

**Presidente:** Elias Leite

**Diretor Administrativo-Financeiro:** Edmar Guedes

**Diretor Comercial:** João Borges

**Diretor de Provimentos de Saúde:** Alberto Júnior

**Diretor de Recursos Próprios:** Flávio Ibiapina

# Cortesia com resultado - transformação da cultura organizacional

## Diagnóstico

A Cultura Organizacional é fundamental para que exista um alinhamento entre a essência da empresa e seus funcionários, pois ela influencia o comportamento das pessoas e molda a imagem corporativa passada ao público, sendo assim um fator fundamental para a construção de uma imagem sólida e o crescimento da empresa.

Além disso, quando há uma equipe coesa, que entende quais são os valores internos, fica muito mais fácil se manter de pé em tempos de turbulência. Há uma força única em busca dos objetivos. Esses são os maiores benefícios que a cultura pode garantir à empresa.

Antes da implantação da cultura de Cortesia com Resultado, cada colaborador agia de acordo com a sua forma de interpretar o ideal "jeito de cuidar".

Assim, ainda em 2016, a Unimed Fortaleza iniciou a implantação das chaves da excelência (Segurança, Respeito, Cortesia e Agilidade), que são os valores da Cooperativa e fazem parte da sua cultura de Cortesia com Resultado.

## Apresentação

Para tornar real a cultura de Cortesia com Resultado para os colaboradores, a Unimed Fortaleza realizou uma série de ações que viabilizaram a transformação cultural.

**Programa Guardiões da Excelência** – um grupo de colaboradores que agiam voluntariamente na Cooperativa realizando ações voltadas às Chaves.

**Sistema de Pins** – Chaves da Excelência – plataforma digital de indicação de *pins* virtuais entre colaboradores da Unimed Fortaleza. Cada *pin* simboliza um dos valores da Cooperativa, que são: segurança, respeito, cortesia e agilidade. A função dessa plataforma é viabilizar o reconhecimento espontâneo de atitudes e comportamentos alinhados à cultura organizacional da Cooperativa, baseada no exercício dos valores.

**Início da Jornada de Cortesia com Resultado** – encontros ministrados pelo Presidente e divididos em várias edições para contemplar o máximo de colaboradores possível. A programação era única e especial: nossa cultura. Nossas Chaves da Excelência. Nossa forma de fazer o melhor acontecer e de encantar os nossos clientes por meio do nosso comportamento.

**Contratação de uma consultoria muito experiente em uma das mais renomadas metodologias mundiais de mudança organizacional, chamada Gestão da Mudança, de John Kotter** – adotamos a metodologia dessa consultoria, que consiste nos 8 passos: senso de urgência, formação da equipe-guia, obter a visão certa, comunicar para engajar, remover obstáculos, criar resultados de curto prazo, não desistir e consolidar a cultura.

**Foram definidos os comportamentos esperados de cada colaborador** – paixão, colaboração, autonomia, proatividade e objetividade. Trabalhamos exemplos práticos e comunicação interna de forma lúdica.

**Criação do Team Day** - encontro regular com os diretores, superintendentes, gerentes e outros participantes convidados para compartilhar a evolução do programa de Gestão da Mudança por meio dos passos de Kotter.

**Formação da Equipe Guia** - agentes de mudanças, com o propósito único de fazer da Unimed Fortaleza a melhor Unimed do Brasil.

**Álbum de figurinhas** - com o tema Rumo à Melhor Unimed do Brasil, a Unimed Fortaleza lançou um álbum de figurinhas que continha o DNA da Cooperativa e apresentava a cultura Unimed; o Manifesto da Marca; a Identidade Organizacional e os elementos da Mudança Cultural (Paixão, Colaboração, Autonomia, Proatividade e Objetividade). As figurinhas traziam fotos dos colaboradores e exemplos práticos dos comportamentos esperados.



**Plano de Comunicação** - como forma de reforçar o significado de cultura organizacional e internalizar em nossos colaboradores os comportamentos esperados (da nossa cultura), realizamos um plano de Comunicação, que foi dividido em etapas de informações, seguindo a seguinte linha de raciocínio: explicamos o que é cultura; exploramos a nossa, contando como ela surgiu e se consolidou; apresentamos os elementos culturais por meio das pessoas (utilizamos exemplos reais de pessoas que se comportam com os elementos, utilizando fotos e narrativas de seus gestores, que contaram como elas agiam com os comportamentos).

**Jornada – O Jogo da Cortesia com Resultado** – lançamento de um quiz *on-line* com perguntas sobre o universo da cultura da Unimed Fortaleza. Com o *game*, o objetivo é deixar o assunto cultura em aprendizado contínuo dos nossos colaboradores.

## Justificativa

A Unimed Fortaleza desenhou a sua estratégia e visão até 2022: ser a melhor Unimed de grande porte do Brasil. A cultura e forma de atuação das pessoas têm um papel importantíssimo nesta jornada. Para a cultura de uma empresa funcionar, ela precisa estar bem enraizada nos colaboradores ao ponto de a enxergarmos naturalmente em cada ação. A cultura precisa estar nas pessoas.

## Objetivos

- Fortalecer a cultura da Unimed Fortaleza, orientando os comportamentos dos colaboradores para um jeito de cuidar único.
- Alinhar os comportamentos dos colaboradores à nossa cultura de Cortesia com Resultado.
- Engajar os colaboradores na Gestão da Mudança.

### Objetivos específicos

- Tornar os valores e comportamentos esperados conhecidos pelos colaboradores.
- Valorizar e reconhecer os colaboradores que agem de acordo com os valores e comportamentos esperados.

## Resultados

Em pesquisa anual com os colaboradores, aplicada em 2019, o tema “Gestão da Mudança” apareceu como o terceiro em interesse dos colaboradores, com 13,6%, ficando atrás de temas como “Projetos da Cooperativa” (16%) e “Apresentação das áreas/unidades” (14,1%).

Com o álbum de figurinhas temático da Gestão da Mudança, alcançamos aumento da saúde da marca *on-line*, para 99% (o pico máximo em meses anteriores foi de 97%). No período, tivemos publicações de colaboradores sobre o tema, nas suas redes sociais com a *hashtag* #UnimedFortaleza. Além disso, foram 2.273 visualizações das matérias na Intranet sobre o álbum em menos de 1 mês e **35 postagens espontâneas no grupo fechado Unimed Fortaleza no Topo** (grupo exclusivo para os colaboradores da Unimed Fortaleza no Facebook).

Já com o sistema de indicação de *pins*, desde sua criação, em 2018, a plataforma contabilizou 9.325 *pins* dados pelos colaboradores.

**Pesquisa Cultural** - Percebemos a necessidade de criar um indicador que demonstrasse o quanto estamos aderentes a Cultura Organizacional. A pesquisa fará parte do mapeamento estratégico da cultura organizacional da Unimed, possibilitando com o seu resultado alinhar o desenvolvimento com aquilo que a organização acredita.

## Daniel Vitor Andrade de Oliveira e Thiago Shoti Lida

**Ano de publicação:** 2021

**Categoria do prêmio:** EPIDEMIOLOGIA, SAÚDE E BEM-ESTAR

**Diretoria:** Unimed Londrina 2018 - 2022

**Diretor Presidente:** Omar Genha Taha

**Diretor Administrativo:** Sérgio Humberto Bernadelli Parreira

**Diretor de Provimento de Saúde:** Éderson Crippa

**Diretor de Mercado:** Antonio Carlos Valezi

**Diretor de Relacionamento com Cooperados:** Rubens Martins Junior

# Calendário da saúde 2020 - Unimed Londrina

## Justificativa

As temáticas de cada mês foram escolhidas com o intuito de levar informação preventiva e reforçar os principais cuidados com a saúde. Para isso, foram analisados datas comemorativas, dados e outras questões culturais que, por suas estatísticas alarmantes em nosso país e no mundo, reforçaram os assuntos como temáticas-chave, contribuindo com a educação e saúde da comunidade e melhor utilização dos recursos da cooperativa. Os temas escolhidos foram:

- Mude1Hábito
- Combate ao Câncer
- Dengue, Zika e Chikungunya
- Acessibilidade
- Combate ao Tabagismo
- Obesidade Infantil e Doação de Sangue
- Saúde no Inverno
- Amamentação
- Saúde Mental e Coração
- Câncer de Mama e Saúde da Mulher
- Saúde do Homem e Diabetes
- HIV e ISTs

Para impactar os públicos das temáticas, a cooperativa buscou fortalecer os canais de comunicação com estratégias digitais para entregar informação com efetividade para os públicos internos e externos (clientes, *prospects*, colaboradores, cooperados, secretárias e comunidade).

A partir do levantamento de assuntos relevantes em cada temática e da relação deles com os serviços e programas preventivos, os conteúdos foram disseminados por meio de *posts* em redes sociais, *e-mails* marketing, matérias para os blogs no *site* da cooperativa, dinâmicas interativas (quiz), *e-books*, publicações nos aplicativos e *lives*.

Esse tipo de educação visa contribuir com o esclarecimento de dúvidas e mudança de hábitos gerais da população, com a oferta destes serviços assistenciais e preventivos, proporcionando, além de informação preventiva, o fortalecimento da marca, a prospecção de serviços próprios e a redução da sinistralidade.

## Objetivos

- Levar informação preventiva para a população
- Trazer novos participantes para os programas de medicina preventiva da Unimed Londrina chamado Unimed Saúde
- Trazer beneficiários e não beneficiários para serviços ofertados pela cooperativa
- Contribuir com a redução da sinistralidade da singular
- Fortalecer a marca Unimed para o público impactado

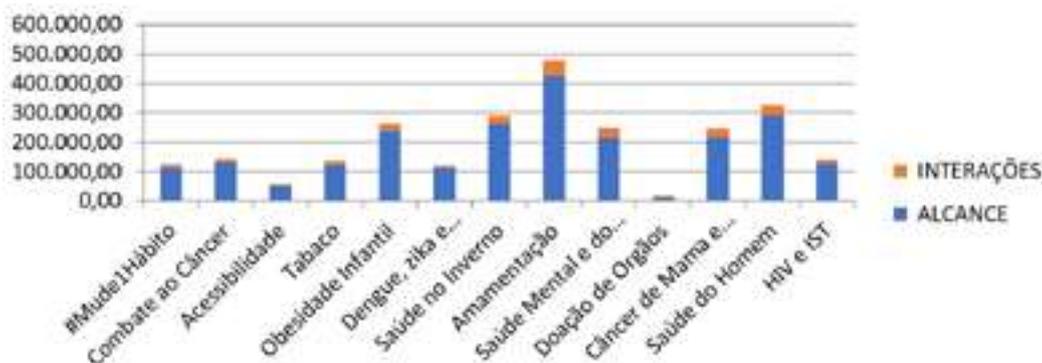
## Objetivos Específicos

- Criar conteúdos relacionados à medicina preventiva e gerar relacionamento com atuais e futuros clientes: aproximadamente 323 conteúdos.
- Diversificar canais para maior abrangência possível: Facebook, Instagram, YouTube, *e-mail* marketing, *site* da cooperativa, *Landing Page* e aplicativo da cooperativa.
- Otimizar o alcance e interação com o maior número possível de pessoas: 2.334.224 pessoas alcançadas, 256.393 interações e 11% de engajamento.
- Educar e incentivar a mudança de hábitos da população contribuindo com a saúde para evitar a utilização desnecessária do plano: 12 temáticas principais possuindo em média 10 conteúdos distintos em cada uma delas.

- Divulgar serviços, programas preventivos e ações sustentáveis da cooperativa:
  - Atendimento domiciliar (DOM)
  - Clínica multiprofissional
  - Clínica de oncologia e medicamentos especiais
  - Clínica de vacinas
  - Pronto atendimento
  - Sustentabilidade
  - Unimed Saúde
  - Programa de combate ao tabagismo
  - Grupo para gestantes e aleitamento materno
  - Programa de acompanhamento de doenças crônicas
  - Outros grupos educativos

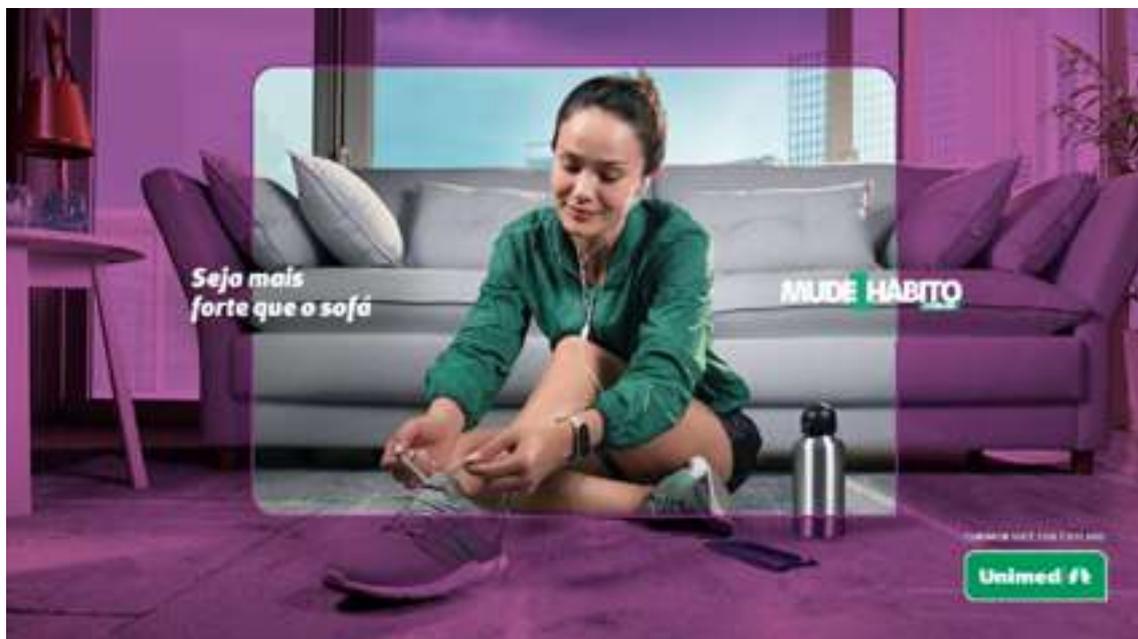
## Resultados

### Visão Geral



Calendário da saúde	Quantidade	Alcance	Interações	Engajamento
#Mude1Hábito	16	113.404,00	12.441,00	10,97%
Combate ao Câncer	11	133.579,00	10.180,00	7,62%
Acessibilidade	10	52.670,00	2.491,00	4,73%
Tabaco	15	124.103,00	10.967,00	8,84%
Obesidade Infantil	31	238.052,00	25.488,00	10,71%
Dengue, Zika e Chikungunya	12	113.124,00	5.014,00	4,43%
Saúde no Inverno	30	263.123,00	28.781,00	10,94%
Amamentação	51	427.312,00	51.628,00	12,08%
Saúde Mental e Coração	32	215.725,00	34.650,00	16,06%
Doação de Sangue	4	11.432,00	880,00	7,70%
Câncer de Mama e Saúde da Mulher	38	218.996,00	30.116,00	13,75%
Saúde do Homem e Diabetes	52	294.355,00	31.401,00	10,67%
HIV e IST	21	128.349,00	12.356,00	9,63%
<b>Total Geral</b>	<b>323</b>	<b>2.334.224,00</b>	<b>256.393,00</b>	<b>10,98%</b>

## Janeiro



- 16 conteúdos nos canais mensurados, 113.404 alcances, 12.441 interações e 11% de engajamento.
- Outros desdobramentos: cartaz A3 e A4, *banner*, *wallpaper*, assinatura de *e-mail*, *banner site*, capa para redes sociais e adesivagem nos prédios.
- Matéria principal:  
<https://www.unimedlondrina.com.br/noticias/tudo-saude/15/01/2020/rotina-exercicios-mude-um-habito> 🖱️
- *Live* interativa:  
<https://youtu.be/H9qgoJCjZHQA>🔗  
<https://www.youtube.com/watch?v=mmQQ4iI-eHM> 🖱️

## Fevereiro



- 11 conteúdos nos canais mensurados, 133.579 alcances, 10.180 interações e 7,6% de engajamento.
- Outros desdobramentos: cartaz A3 e A4, *banner*, *wallpaper*, assinatura de *e-mail*, *banner site*, capa para redes sociais e adesivagem nos prédios.
- Serviços abordados: Clínica Multiprofissional, Clínica de Vacinas e Atendimento Domiciliar (DOM).
- Matéria principal:  
<https://www.unimedlondrina.com.br/noticias/tudo-saude/27/02/2020/combate-ao-cancer/>  
Live interativa: <https://www.youtube.com/watch?v=V6obWd63jz0>
- Ação externa: [https://www.youtube.com/watch?v=BIRUj\\_BhBeA](https://www.youtube.com/watch?v=BIRUj_BhBeA)

Março



- 12 conteúdos nos canais mensurados, 113.124 alcances, 5.014 interações e 4,4% de engajamento.
- Outros desdobramentos: cartaz A3 e A4, *banner*, *wallpaper*, assinatura de *e-mail*, *banner site*, capa para redes sociais e adesivagem nos prédios.
- Serviços abordados: Pronto Atendimento.
- Matéria principal:  
<https://www.unimedlondrina.com.br/noticias/tudo-saude/11/03/2020/proteja-sua-familia-da-dengue-zika-chikungunya/> 🖱️
- Vídeo com orientações:  
[https://www.youtube.com/watch?v=ldjG4x12\\_OA](https://www.youtube.com/watch?v=ldjG4x12_OA) 🖱️

Abril



- 10 conteúdos nos canais mensurados, 52.670 alcances, 2.491 interações e 4,7% de engajamento.
- Outros desdobramentos: cartaz A3 e A4, *banner*, *wallpaper*, assinatura de *e-mail*, *banner site*, capa para redes sociais e adesivagem nos prédios.
- Serviços abordados: Responsabilidade Social.
- Matéria principal:

<https://www.unimedlondrina.com.br/noticias/tudo-saude/16/04/2020/acessibilidade/> 

## Maio



- 15 conteúdos nos canais mensurados, 124.103 alcances, 10.967 interações e 8,8% de engajamento.
- Outros desdobramentos: cartaz A3 e A4, *banner*, *wallpaper*, assinatura de *e-mail*, *banner site*, capa para redes sociais e adesivagem nos prédios.
- Serviços abordados: Unimed Saúde (Programa de Combate ao Tabagismo).
- Matéria principal:  
<https://www.unimedlondrina.com.br/noticias/tudo-saude/18/05/2020/saiba-quais-os-beneficios-de-ficar-um-ano-sem-cigarros/>
- Quiz interativo: <https://materiais.unimedlondrina.com.br/quiz-combate-ao-tabagismo>
- *E-book*:  
[https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F49367%2F159000643717644.11\\_-\\_UNIMED\\_LONDRINA\\_-\\_TABACO\\_-\\_MAIO\\_2020\\_-\\_AO\\_DIGITAL\\_-\\_EBOOK.pdf?utm\\_campaign=2020\\_mai\\_agradecimento\\_-\\_quiz\\_tabagismo&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F49367%2F159000643717644.11_-_UNIMED_LONDRINA_-_TABACO_-_MAIO_2020_-_AO_DIGITAL_-_EBOOK.pdf?utm_campaign=2020_mai_agradecimento_-_quiz_tabagismo&utm_medium=email&utm_source=RD+Station)

## Junho



- 35 conteúdos nos canais mensurados, 249.484 alcances, 26.368 interações e 16,6% de engajamento.

\*Números somados à Doação de Sangue.

- Outros desdobramentos: cartaz A3 e A4, *banner*, *wallpaper*, assinatura de *e-mail*, *banner site*, capa para redes sociais e adesivagem nos prédios.

- Serviços abordados: Clínica Multiprofissional.

- Matéria principal:

<https://www.unimedlondrina.com.br/noticias/tudo-saude/01/06/2020/calendario-da-saude-obesidade-infantil/> 📄

- Quiz interativo:

<https://materiais.unimedlondrina.com.br/quiz-obesidade-infantil> 📄

- *E-book*:

[https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F49367%2F159251246517855.3\\_-\\_EBOOK\\_01.pdf?utm\\_campaign=2020\\_junho\\_quiz\\_obesidade\\_infantil\\_-\\_agradecimento&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F49367%2F159251246517855.3_-_EBOOK_01.pdf?utm_campaign=2020_junho_quiz_obesidade_infantil_-_agradecimento&utm_medium=email&utm_source=RD+Station) 📄

- *Live* interativa:

[https://youtu.be/VAC8bJrTd\\_k?t=43](https://youtu.be/VAC8bJrTd_k?t=43) 📄

- Vídeo com orientações:

<https://www.youtube.com/watch?v=v5SV6iTCoSE> 📄

Julho



- 30 conteúdos nos canais mensurados, 263.123 alcances, 28.781 interações e 10,9% de engajamento.
- Outros desdobramentos: cartaz A3 e A4, *banner*, *wallpaper*, assinatura de *e-mail*, *banner site*, capa para redes sociais e adesivagem nos prédios.
- Serviços abordados: Clínica de Vacinas.
- Matéria principal:  
<https://www.unimedlondrina.com.br/noticias/tudo-saude/01/07/2020/cuidados-saude-inverno>
- Quiz interativo:  
<https://materiais.unimedlondrina.com.br/quiz-saude-no-inverno>
- *E-book*:  
[https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F49367%2F159528018117966.13\\_ebook.pdf?utm\\_campaign=2020\\_junho\\_quiz\\_saude\\_no\\_inverno\\_-\\_e-book\\_agradecimento&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F49367%2F159528018117966.13_ebook.pdf?utm_campaign=2020_junho_quiz_saude_no_inverno_-_e-book_agradecimento&utm_medium=email&utm_source=RD+Station)
- Vídeo com orientações:  
<https://www.youtube.com/watch?v=kwTCxU-L4Fk>

## Agosto



- 51 conteúdos nos canais mensurados, 427.312 alcances, 51.628 interações e 12,1% de engajamento.
- Outros desdobramentos: cartaz A3 e A4, *banner*, *wallpaper*, assinatura de *e-mail*, *banner site*, capa para redes sociais e adesivagem nos prédios.
- Serviços abordados: Unimed Saúde (Grupo de Gestantes e Aleitamento Materno).
- Matéria principal:  
<https://www.unimedlondrina.com.br/noticias/tudo-saude/01/08/2020/mes-aleitamento-materno/>
- Quiz interativo:  
<https://materiais.unimedlondrina.com.br/amamentacao-quiz>
- *E-book*:  
[https://rdstationstatic.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F49367%2F159683124118078.11\\_-\\_e-book.pdf?utm\\_campaign=2020\\_agosto\\_quiz\\_amamentacao\\_-\\_e-book\\_agradecimento&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://rdstationstatic.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F49367%2F159683124118078.11_-_e-book.pdf?utm_campaign=2020_agosto_quiz_amamentacao_-_e-book_agradecimento&utm_medium=email&utm_source=RD+Station)
- *Live* interativa:  
<https://www.youtube.com/watch?v=qJWWCYonGIU>

## Setembro



- 32 conteúdos nos canais mensurados, 215.725 alcances, 34.650 interações e 16,1% de engajamento.
- Outros desdobramentos: cartaz A3 e A4, *banner*, *wallpaper*, assinatura de *e-mail*, *banner site*, capa para redes sociais e adesivagem nos prédios.
- Serviços abordados: Clínica Multiprofissional e Unimed Saúde.
- Matéria principal:  
<https://www.unimedlondrina.com.br/noticias/tudo-saude/01/09/2020/relacao-entre-a-saude-mental-e-doencas-cardiovasculares> 📄
- Quiz interativo:  
<https://materiais.unimedlondrina.com.br/saude-mental-e-coracao-quiz> 📄
- *E-book*:  
[https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F49367%2F1600462135EBOOK\\_UNIMED.pdf?utm\\_campaign=2020\\_set\\_resultado\\_quiz\\_-\\_saude\\_mental\\_e\\_do\\_coracao&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F49367%2F1600462135EBOOK_UNIMED.pdf?utm_campaign=2020_set_resultado_quiz_-_saude_mental_e_do_coracao&utm_medium=email&utm_source=RD+Station) 📄
- *Live* interativa:  
<https://www.youtube.com/watch?v=nd5Hmsw5LII> 📄

## Outubro



- 38 conteúdos nos canais mensurados, 218.996 alcances, 30.116 interações e 13,8% de engajamento.
- Outros desdobramentos: cartaz A3 e A4, *banner*, *wallpaper*, assinatura de *e-mail*, *banner site*, capa para redes sociais e adesivagem nos prédios.
- Serviços abordados: Unimed Saúde.
- Matéria principal:  
<https://www.unimedlondrina.com.br/noticias/tudo-saude/01/10/2020/cancer-de-mama-e-saude-da-mulher>
- Quiz interativo:  
<https://materiais.unimedlondrina.com.br/quiz-outubro-rosa>
- *E-book*:  
[https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F49367%2F1602794028Ebook\\_-\\_Outubro\\_Rosa\\_e\\_Saude\\_da\\_Mulher.pdf?utm\\_campaign=2020\\_out\\_e-book\\_quiz\\_-\\_outubro\\_rosa\\_e\\_saude\\_da\\_mulher&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F49367%2F1602794028Ebook_-_Outubro_Rosa_e_Saude_da_Mulher.pdf?utm_campaign=2020_out_e-book_quiz_-_outubro_rosa_e_saude_da_mulher&utm_medium=email&utm_source=RD+Station)
- *Live* interativa:  
[https://www.youtube.com/watch?v=z2oP\\_Mwndhg](https://www.youtube.com/watch?v=z2oP_Mwndhg)

## Novembro



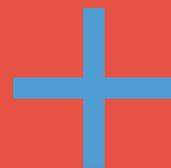
- 52 conteúdos nos canais mensurados, 294.355 alcances, 31.401 interações e 10,7% de engajamento.
- Outros desdobramentos: cartaz A3 e A4, *banner*, *wallpaper*, assinatura de *e-mail*, *banner site*, capa para redes sociais e adesivagem nos prédios.
- Serviços abordados: Unimed Saúde.
- Matéria principal:  
<https://www.unimedlondrina.com.br/noticias/tudo-saude/01/11/2020/cancer-de-prostata-e-saude-do-homem/>
- Quiz interativo:  
<https://materiais.unimedlondrina.com.br/quiz-novembro-azul>
- *E-book*:  
[https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F49367%2F1604684073EBOOK\\_UNIMED.pdf?utm\\_campaign=2020\\_nov\\_pos\\_quiz\\_-\\_saude\\_do\\_homem\\_e\\_diabetes\\_e-book&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F49367%2F1604684073EBOOK_UNIMED.pdf?utm_campaign=2020_nov_pos_quiz_-_saude_do_homem_e_diabetes_e-book&utm_medium=email&utm_source=RD+Station)
- *Live* interativa:  
<https://www.youtube.com/watch?v=ogghduGozpo>

Dezembro



- 21 conteúdos nos canais mensurados, 128.349 alcances, 12.356 interações e 9,6% de engajamento.
- Outros desdobramentos: cartaz A3 e A4, *banner*, *wallpaper*, assinatura de *e-mail*, *banner site*, capa para redes sociais e adesivagem nos prédios.
- Serviços abordados: Clínica de Vacinas.
- Matéria principal:  
<https://www.unimedlondrina.com.br/noticias/tudo-saude/01/12/2020/hiv-e-infeccoes-sexualmente-transmissiveis-a-importancia-da-prevencao/>
- Quiz interativo:  
<https://materiais.unimedlondrina.com.br/quiz-hiv-e-ist>
- *E-book*:  
[https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F49367%2F160685575618591.22\\_EBOOK.pdf?utm\\_campaign=2020\\_nov\\_pos\\_quiz\\_-\\_hiv\\_e\\_ist\\_e-book&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F49367%2F160685575618591.22_EBOOK.pdf?utm_campaign=2020_nov_pos_quiz_-_hiv_e_ist_e-book&utm_medium=email&utm_source=RD+Station)

# Normas



A submissão à Revista Científica da Faculdade Unimed deve ser exclusiva, isto é, os textos não poderão ser enviados a outros periódicos simultaneamente.

Os manuscritos devem ser inéditos, ou seja, não podem ter sido publicados anteriormente com atribuição de DOI (*Document Object Identifier*), ISSN (*International Standard Serial Number*; sigla em inglês para Número Internacional Normalizado para Publicações Seriadas) ou ISBN (*International Standard Book Number*).

Todo artigo submetido à Revista é analisado em programa antiplágio antes de ser encaminhado para avaliação. A finalidade do procedimento é identificar plágio e autoplágio. É vetada a inclusão de novos autores após a aprovação do artigo. No ato da submissão, todos os autores deverão ser indicados.

As ideias e opiniões expressas nos artigos publicados são de exclusiva responsabilidade dos seus autores, não refletindo, necessariamente, a opinião do periódico.

A Revista permite-se realizar, durante o processo de revisão, pequenas alterações formais no texto, respeitando o estilo e a opinião dos autores.

Os direitos autorais dos trabalhos publicados pertencem à Revista Científica da Faculdade Unimed, que adota a licença Creative Commons BY-NC do tipo "Atribuição não Comercial".

O artigo científico completo deve conter no **mínimo de 10 e no máximo 15 páginas**, incluindo referências bibliográficas e notas. As citações de artigos (referências) no texto devem seguir as normas vigentes da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

O trabalho deve ser apresentado em formato eletrônico (**.doc ou .docx; não serão aceitos arquivos em .pdf**), configurando a página para o tamanho de papel A4, com orientação retrato, margem superior e esquerda igual a 3 cm, e inferior e direita igual a 2 cm. Deve ser empregada a fonte Times New Roman, corpo 12, espaçamento 1,5 linhas em todo o texto, parágrafo de 1,5 cm e alinhamento justificado, à exceção do título. As páginas devem ser numeradas embaixo e à direita, em algarismos arábicos.