

Unimed-BH - Relatório de Gestão 2006

Unimed-BH - Relatório de Gestão 2006

2006

R U M O A O F U T U R O

Índice

2	Administração 2006
6	Mensagem do Presidente
8	Identidade Organizacional
10	Crescimento e Participação
12	Desempenho
15	Indicadores Operacionais
19	Indicadores de Desempenho
22	Relacionamento com Cooperados
26	Indicadores de Valorização do Médico Cooperado
28	Os Médicos Openam
30	Relacionamento com Clientes
35	Os Clientes Openam
36	Serviços Próprios
46	Rede de Serviços de Saúde
50	Presença na Comunidade
54	Reconhecimento
58	Futuro
60	Galeria



2000 Administração



DIRETORIA EXECUTIVA

DIRETOR-PRESIDENTE
Helton Freitas

DIRETOR DE PROVIMENTO DE SAÚDE
Luiz Otávio Fernandes de Andrade

DIRETOR ADMINISTRATIVO-FINANCEIRO
Garibalde Mortoza Júnior

DIRETOR COMERCIAL
Paulo Eugênio de Tarso Meira Borém

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Alvimar Afonso Barbosa
Carlos Henrique Diniz de Miranda
Edson Carlos Trombim
Fernando Luiz de Mendonça
Kleber Elias Tavares
Luiz Fernando Caetano Machado
Maria Helena Araújo Teixeira
Mário Lavorato da Rocha
Múcio Pereira Diniz
Paulo Pimenta de Figueiredo Filho
Roberto Veloso Gontijo

CONSELHO TÉCNICO

MEMBROS EFETIVOS
Adelanir Antônio Barroso
José Euclides Franco Ribeiro
Maria Luisa Viana
Orestes Miraglia Júnior
Rubens Antônio Campos

MEMBROS SUPLENTE
Amélia Maria Fernandes Pessoa
Clóvis Antônio Bacha
Ernane Avelar Fonseca
Maria Aparecida Braga
Ronaldo Gama Pacheco

CONSELHO FISCAL

MEMBROS EFETIVOS
Alim José de Araújo
Eduardo Antônio Vilaça Duarte
Flávio Mendonça Andrade da Silva

MEMBROS SUPLENTE
Aroldo Gonçalves de Carvalho
João Tadeu Leite dos Reis
Rui Carlos Barbosa

2006 inaugurou um novo ciclo na história da Unimed-BH, com o início da implantação de um modelo alternativo de atenção à saúde. Nosso objetivo é superar o sistema atual, baseado na lógica de *fee for service*, que coloca em risco a sustentabilidade da Cooperativa e das operadoras de planos de saúde em geral.

A Unimed-BH é hoje uma das pioneiras nessa discussão no Brasil. Tal posição só pôde ser assumida por sermos uma Cooperativa bem gerida, estruturada e sólida. Prova disso são os resultados de 2006, ano marcado por uma transição política sem sobressaltos, preservando o ritmo de crescimento da Cooperativa, que alcançou faturamento superior a R\$ 1 bilhão e uma carteira de mais de 615 mil clientes.

É essa tranquilidade que dá aos cooperados e à instituição condições de ousar, de procurar novos caminhos. Oferecer cuidados médico-hospitalares de qualidade, ainda que essencial, não é mais suficiente. É preciso associá-los a ações consistentes e acessíveis de promoção da saúde e prevenção de doenças. Cada cliente deve ter uma linha de cuidado, sendo permanentemente acompanhado, não apenas quando estiver doente. Nossa missão não é simplesmente curar, mas ajudar cada um a cuidar da saúde e a manter uma boa qualidade de vida.

A política de serviços próprios é uma estratégia fundamental para o sucesso do novo modelo de atenção. O objetivo não é substituir a rede credenciada, mas suprir lacunas e atuar como referência de qualidade para os demais prestadores. Paralelamente, contribuimos para ampliar as oportunidades de trabalho dos médicos cooperados e aumentar a competitividade da Unimed-BH no concorrido mercado de planos de saúde.

Dentro dessa perspectiva, estamos inaugurando um Centro de Promoção da Saúde, que será o primeiro serviço próprio da Unimed-BH a atuar integralmente dentro da proposta do novo modelo.

Em 2007, começaremos também a construção de um grande empreendimento – o Hospital de Pronto Socorro, com retaguarda

de leitos para internação e recursos para apoio diagnóstico. Reforçando a estrutura de atendimento da Unimed-BH, a experiência de administrar o serviço terá também o papel de orientar e aprimorar nosso esforço de qualificação da rede credenciada de urgência e emergência.

Todo esse movimento, entretanto, só é possível graças à participação efetiva dos médicos nas grandes decisões da Unimed-BH. Estimular cada vez mais seu envolvimento é outro compromisso da gestão. Em 2006, colhemos bons frutos. Realizamos, por exemplo, a maior Assembléia Geral de nossa história, com a participação de mais de um quarto dos cooperados.

Foi a presença maciça dos donos da Cooperativa na reunião que permitiu a criação de instrumentos importantes para todos nós. Vale destacar o Conselho Social Consultivo, o programa de relacionamento com os cooperados e o Fundo de Pensão. Enquanto os primeiros ampliarão a participação dos médicos no cotidiano da Unimed-BH, este último trará tranquilidade para o futuro dos cooperados.

Não temos dúvida de termos começado um trabalho longo e desafiador, mas com ótimas perspectivas. Temos uma meta pela frente – transformar a Unimed-BH em referência como sistema sustentável de saúde até 2015. Além de ocuparmos a liderança na região em que atuamos, já somos amplamente reconhecidos pela qualidade de nossos serviços. É fundamental, no entanto, dar sempre um passo adiante.

Quero agradecer o apoio que recebemos neste primeiro ano de gestão e dizer que todos nós, da Diretoria, contamos com sua contribuição no trabalho pelo futuro da Cooperativa e pela qualidade de vida de cada um de nós e de nossos clientes.

Belo Horizonte, março de 2007.

HELTON FREITAS
DIRETOR-PRESIDENTE

Em 2006, a Unimed-BH deu um importante passo no sentido de alcançar sua visão projetada para 2015 – tornar-se referência como sistema sustentável de soluções em saúde. A Cooperativa inovou em seu planejamento estratégico, que agora prevê ações de curto, médio e longo prazo, ou seja, para 2007, o triênio de 2007 a 2009 e até 2015 respectivamente.

Além de trabalhar para oferecer serviços de qualidade aos clientes e boas condições de trabalho e remuneração aos médicos cooperados, a Unimed-BH tem atuado com um objetivo muito claro, qual seja a busca da sustentabilidade. Destacam-se na estratégia de longo prazo a implantação de um novo modelo de atenção à saúde e o fortalecimento do relacionamento com seus principais públicos, entre eles clientes, cooperados e rede prestadora de serviços de saúde.

O novo modelo deve integrar promoção da saúde, prevenção de doenças e ações assistenciais. O objetivo da Unimed-BH é conhecer melhor as necessidades de cada um de seus clientes e estimular o auto-cuidado, oferecendo assistência em todas as fases da vida e não apenas quando a doença já estiver instalada.

O novo planejamento estratégico tem como meta fazer valer a identidade organizacional da Cooperativa, renovada em 2005 e guiada por fortes valores de ética e respeito.

Essa mudança é essencial, posto que o atual modelo está fadado a tornar-se inviável em todo o mundo. Entre as principais armadilhas para sua sustentabilidade destacam-se o crescente custo das novas tecnologias em medicina e a mudança do perfil epidemiológico da população, que hoje vive mais, tendo doenças crônicas por longos períodos e impactando fortemente o índice de utilização dos planos de saúde.

Todos esses aspectos foram levados em conta durante a elaboração do novo planejamento estratégico da Unimed-BH, homologado em dezembro de 2006 pelos conselhos de Administração, Técnico e Fiscal. O plano tem como meta fazer valer a identidade organizacional da Cooperativa, renovada em 2005 e guiada por fortes valores de ética e respeito, já reconhecidos como características essenciais da Cooperativa.

Identidade Organizacional

NEGÓCIO

Soluções em saúde, entendidas como a organização de relacionamento e competências para oferecer aos clientes ações integradas de assistência, prevenção de doenças e promoção da saúde, gerando satisfação e resultados para pessoas e empresas.

MISSÃO

Prover soluções em saúde, valorizar o trabalho médico e assegurar a satisfação dos clientes.

VISÃO

Ser referência como sistema sustentável de soluções em saúde até o ano de 2015.

CRENÇAS E VALORES

A Unimed-BH assume um compromisso permanente com os seguintes princípios:

- ética em todas as relações;
- respeito ao ser humano;
- promoção da saúde;
- atitude inovadora;
- busca da excelência;
- cooperativismo como filosofia e prática da equidade;
- desenvolvimento contínuo dos médicos cooperados;
- cooperação com os prestadores de serviço;
- profissionalismo e transparência na gestão;
- responsabilidade social.

Duas linhas de atuação orientaram as propostas feitas pelo atual corpo diretivo da Cooperativa durante a campanha para escolha dos novos conselheiros. Com o mote “Crescimento e Participação”, os candidatos firmaram uma série de compromissos e têm trabalhado por eles diariamente, desde que assumiram a direção da Unimed-BH em março de 2006.

Se ainda há muito a ser feito, alguns dados e acontecimentos indicam que a Cooperativa está seguindo o caminho escolhido pelos médicos quando elegeram essa diretoria. Vale citar, por exemplo, que a Unimed-BH encerrou 2006 com números impressionantes, como uma carteira de mais de 615 mil clientes e faturamento acima de R\$ 1 bilhão.

No que diz respeito à participação dos cooperados, a Assembléia Geral Extraordinária de 2006 foi a maior da história da organização, tendo reunido 1276 médicos. O número superou todas as expectativas e deu ainda mais legitimidade à reunião que tomou decisões importantes para o futuro da Unimed-BH e de todos os médicos cooperados.

RELACIONAMENTO

Para alcançar essas e outras conquistas, a Cooperativa tem investido no relacionamento com seus principais públicos, com destaque para médicos cooperados, clientes, sejam eles individuais ou coletivos, prestadores de serviços de saúde, colaboradores e o Sistema Unimed.

Em 2006, a Unimed-BH dedicou-se a elaborar políticas claras e consistentes de relacionamento específicas para cada grupo. Elas guiam as ações da Cooperativa, baseando-se sempre em valores como ética, respeito e busca permanente da excelência, que têm feito parte da identidade da organização em seus 35 anos de existência.

Crescimento e Participação

Todo esse trabalho tem como meta a busca da sustentabilidade da Unimed-BH no médio e longo prazos. Consciente da realidade do mercado de saúde suplementar brasileiro e mundial, a Cooperativa entendeu que é hora de trabalhar pelo seu futuro e pela tranquilidade e segurança de cooperados e clientes.

O passo mais importante para tanto é a adoção de um novo modelo de atenção à saúde. O assunto vinha sendo discutido na Unimed-BH e, em 2006, registrou grandes avanços. A operadora ampliou sua forma de trabalho, atuando não apenas para atender as demandas dos clientes, mas sendo pró-ativa na atenção à saúde, associando medidas de promoção da saúde e prevenção de doenças à assistência médico-hospitalar de qualidade que já era oferecida.



Maior operadora de planos de saúde de Minas Gerais, a Unimed-BH chama atenção não só pelo tamanho, mas pela solidez, verificada no forte crescimento dos ativos da Cooperativa nos últimos anos.

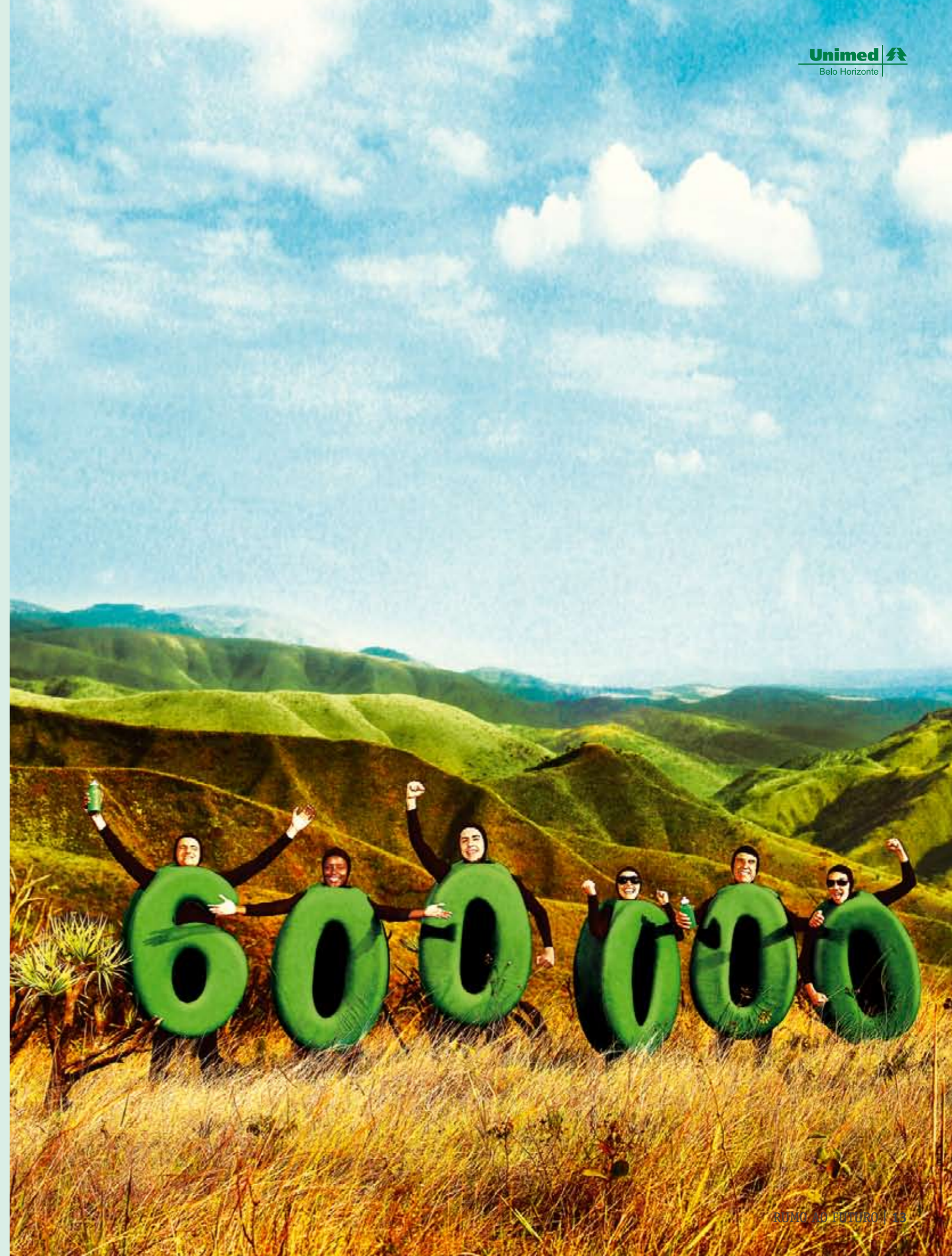
A estratégia de priorizar o mercado corporativo em seu esforço de vendas tem gerado resultados significativos. Hoje os planos coletivos já representam dois terços da carteira da operadora, contribuindo para sua qualificação e seu rejuvenescimento, uma vez que apresentam maior participação da população economicamente ativa.

Ao longo de 2006, foram veiculadas campanhas publicitárias voltadas para pequenas e médias empresas, sustentando a conquista de novos clientes em todos os segmentos e não apenas entre organizações de grande porte. Ainda dentro do conceito Unimed Solução Empresa, criado em 2004, a comunicação manteve o bom-humor, com linguagem clara e acessível, enfatizando a oferta de produtos para todos os orçamentos.

A expectativa da Unimed-BH para 2007 é ultrapassar o patamar de 660 mil clientes, mantendo uma expansão sustentável e robusta principalmente nos produtos coletivos. Seu diferencial é a oferta de planos desenvolvidos especificamente para atender as demandas do mercado corporativo. O destaque, neste caso, é o Unifácil. Além de trazer novos clientes, ele alavanca a venda de outros planos da Cooperativa, em especial do Unipart, com a venda de mix de produtos para uma mesma empresa.

Os planos com co-participação (Unipart e Unifácil), aliás, já representam 52% da carteira total. Com mensalidades reduzidas, eles atraem mais clientes e contribuem para o processo de qualificação, uma vez que o fator co-participativo estimula a utilização consciente.

A Unimed-BH tem registrado, nos últimos anos, um crescimento vigoroso e acima da média do setor. Enquanto registros da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) indicam uma evolução de 15% no número total de beneficiários entre 2000 e setembro de 2006 (último dado disponível), a



Indicadores Operacionais

Cooperativa aumentou sua carteira em 58% no mesmo período – ou seja, uma expansão quase quatro vezes maior.

Ocupando posição de liderança indiscutível no mercado de saúde da Região Metropolitana de Belo Horizonte, a Cooperativa é apontada como a 34ª maior organização do Estado pelo ranking “As 300 Maiores de Minas”, organizado pelo jornal Estado de Minas e pela Federação das Indústrias de Minas Gerais (Fiemg).

A posição de destaque da Unimed-BH é reconhecida também por clientes e médicos. Convidados a avaliar a Cooperativa em relação a atributos institucionais, durante pesquisa de satisfação feita pelo Instituto Datafolha, os clientes destacaram os aspectos confiabilidade, solidez, modernidade e segurança, além do crescimento expressivo da operadora nos últimos anos.

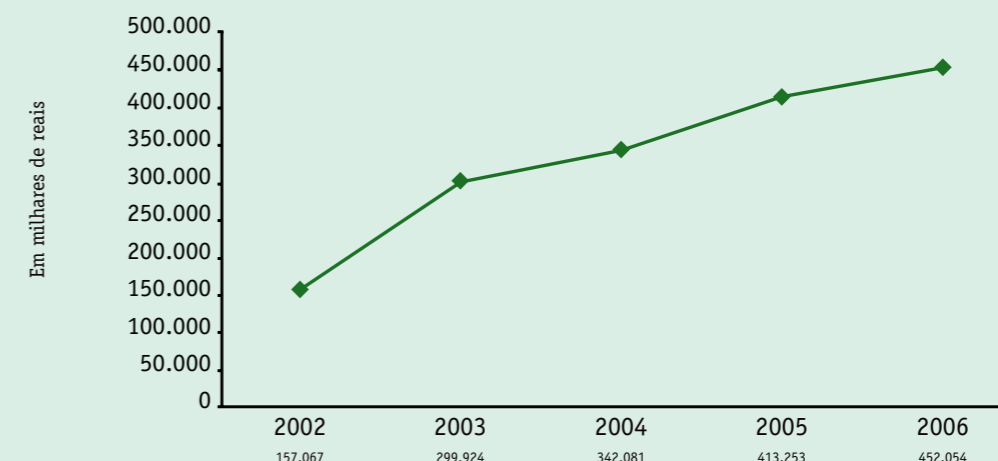
Já entre os médicos, cooperados e não cooperados, a Unimed-BH é vista como tradicional, moderna e confiável – e como uma instituição que trata bem seus clientes.

O investimento na capacitação e profissionalização das equipes de vendas e de relacionamento com clientes individuais e corporativos influenciaram no crescimento da carteira e também contribuíram para a baixa evasão. Em pesquisa feita com clientes ligados a planos coletivos, 89% deles disseram estar muito satisfeitos ou satisfeitos com a Unimed-BH. Em 2006, a operadora inovou na oferta de programas e iniciativas de promoção da saúde e prevenção de doenças a empresas, levando em conta a realidade de cada organização.

Ainda no aspecto assistencial, a solidez econômica permite à Cooperativa ampliar seus serviços próprios, que asseguram atendimento de qualidade aos clientes e servem de referência para a rede credenciada. Já a modernização dos processos e a segurança da informação são potencializadas pela busca permanente de aprimoramento das soluções tecnológicas utilizadas. Vale ressaltar que todos esses investimentos são feitos com recursos do caixa da Unimed-BH.

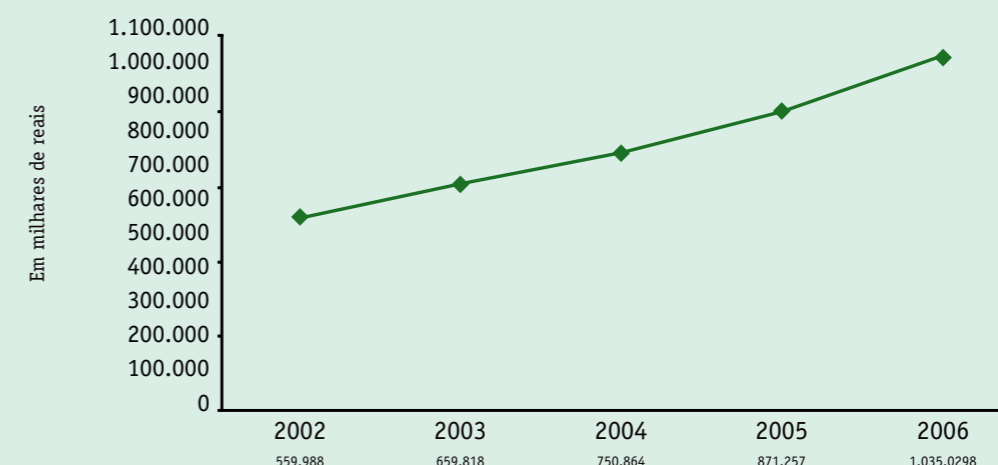
Evolução dos ativos da Unimed-BH (2002-2006)

A evolução dos ativos da Unimed-BH nos últimos anos, fruto de uma gestão profissionalizada e eficaz, fez da Cooperativa uma das mais sólidas operadoras de planos de saúde do Brasil. Em 2006, a organização passou pela transição de diretoria de forma tranqüila, sem comprometimento do seu ritmo de crescimento. Agora, o patrimônio da Unimed-BH - que pertence a cada um dos cooperados - a credencia a dar mais um importante passo em sua trajetória de sucesso, implantando um novo modelo de atenção à saúde. Com a inovação, já em andamento, a Cooperativa trabalha concretamente por sua sustentabilidade no médio e longo prazos.



Evolução da receita operacional bruta (2002-2006)

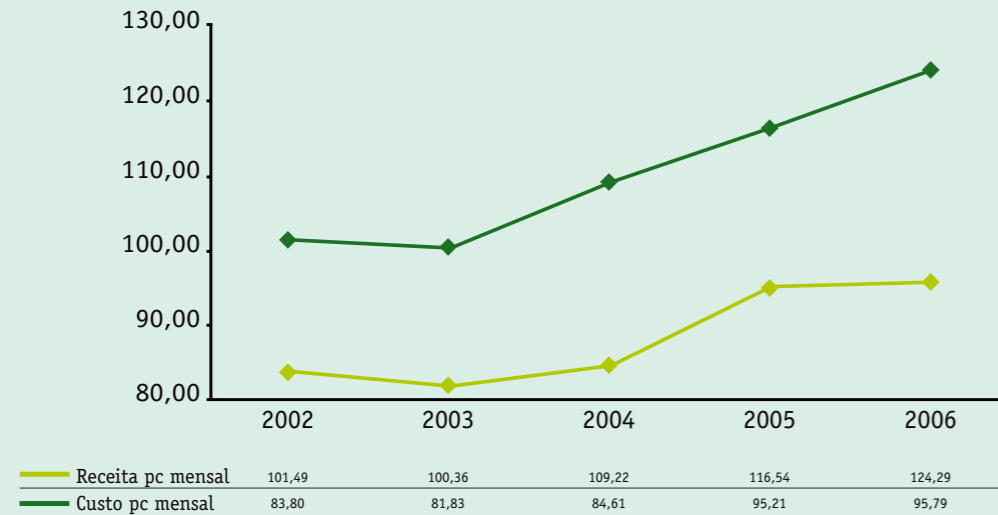
Em 2006, a Unimed-BH ultrapassou, pela primeira vez, a marca de 1 bilhão de reais em seu faturamento. O crescimento da receita operacional bruta em relação a 2005 foi de 19%. Com uma estratégia de vendas que privilegia o mercado corporativo, hoje responsável por mais de 66% da carteira de clientes, a Cooperativa tem apresentado um crescimento consistente e sustentado, com grande capacidade também de fidelização dos clientes, graças à qualidade dos serviços prestados pelos médicos cooperados e pela maior e melhor rede credenciada de serviços de saúde ofertada em sua área de atuação.



Indicadores Operacionais

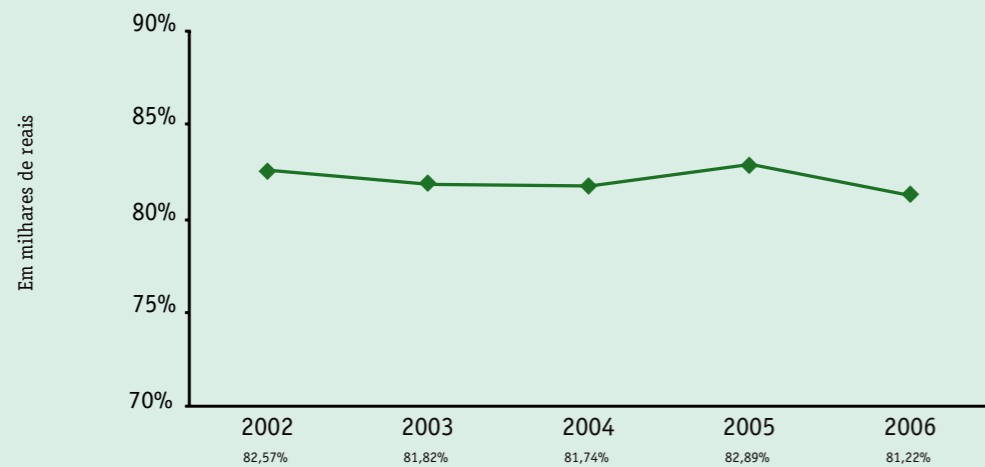
Evolução do custo assistencial *per capita* e da receita *per capita* mensal (2002-2006)

Depois de registrar um grande crescimento do custo assistencial *per capita* de seus clientes em 2005, no ano seguinte a Unimed-BH conseguiu manter esse índice sob controle, ao mesmo tempo em que aumentou a receita *per capita*. A modernização da Cooperativa foi uma das grandes responsáveis pela estabilização do custo. Entre os aspectos de maior impacto está a consolidação do Sistema de Aquisição de Dados (SAD) e do Unioffice, que permitiram a automação e a eficácia dos processos de autorização. Outro avanço tecnológico, a implantação da Biometria, contribuiu para a redução de fraudes.



Evolução do índice de utilização (IU) (2002-2006)

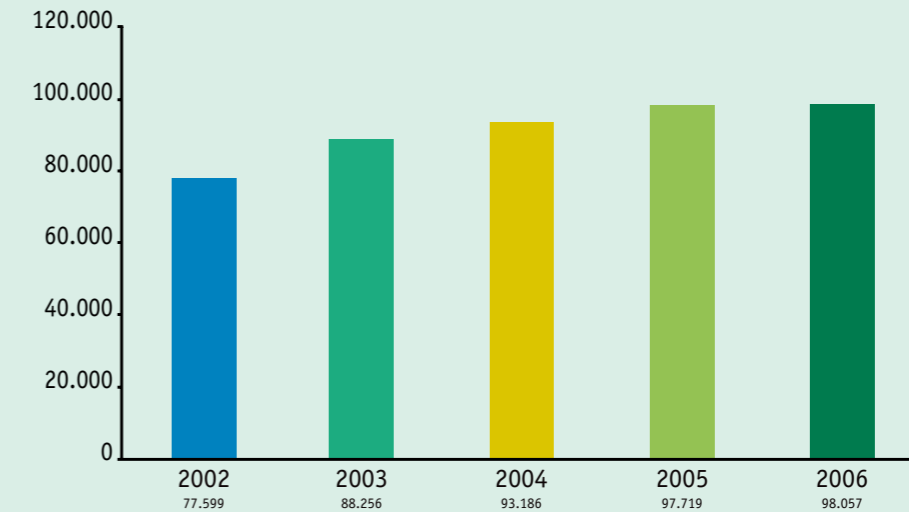
O índice de utilização (IU) da Unimed-BH reduziu em 2006. O movimento pode ser atribuído especialmente ao sucesso de vendas e ao aumento do faturamento da Cooperativa, posto que o custo assistencial *per capita* apresentou uma ligeira elevação em relação a 2005. A queda do índice de utilização (que reflete o percentual da receita gasto com a assistência médica dos clientes) é um dado positivo, não podendo, entretanto, ser encarado como sinal de que não é mais necessário trabalhar pela estabilização do custo assistencial da carteira da Cooperativa. É importante lembrar que o controle do IU tem forte impacto na sustentabilidade da operadora, o que traz benefícios e tranquilidade para cooperados e clientes.



Indicadores Operacionais

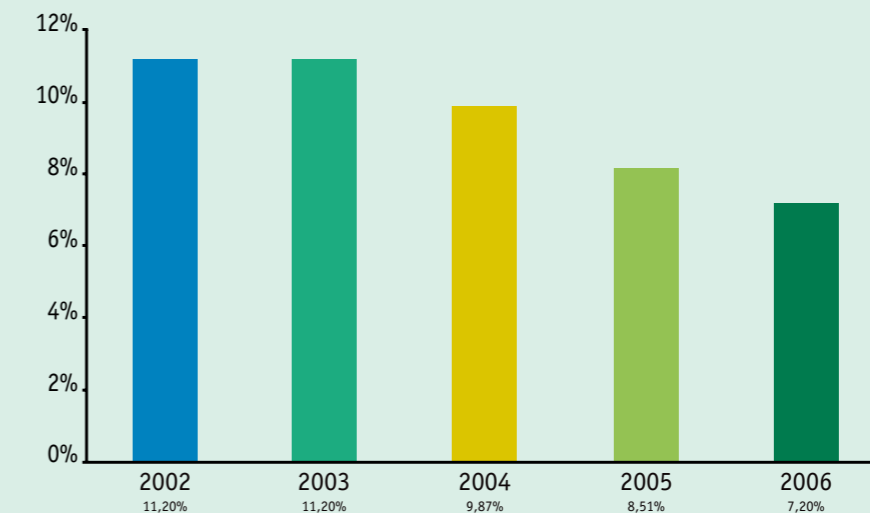
Evolução do número de internações (2002-2006)

A carteira de clientes da Unimed-BH registrou crescimento de 8% em 2006. No mesmo período, o número de internações manteve-se nos patamares do ano anterior, com uma evolução de apenas 0,3%. Dentre os fatores que contribuíram para essa situação está a ampliação do volume de clientes corporativos, com impacto no rejuvenescimento da carteira. Destaca-se ainda a ampliação do investimento da Cooperativa em ações de promoção da saúde e prevenção de doenças – componentes fundamentais do novo modelo de atenção em implantação pela Unimed-BH. O objetivo da mudança, que tem guiado a atuação da Cooperativa, é cuidar da saúde de seus clientes de forma contínua, e não apenas no momento da doença, contribuindo, assim, para o aumento da sua qualidade de vida e para a sustentabilidade futura da organização.



Percentual das despesas operacionais, não assistenciais, sobre a receita operacional (2002-2006)

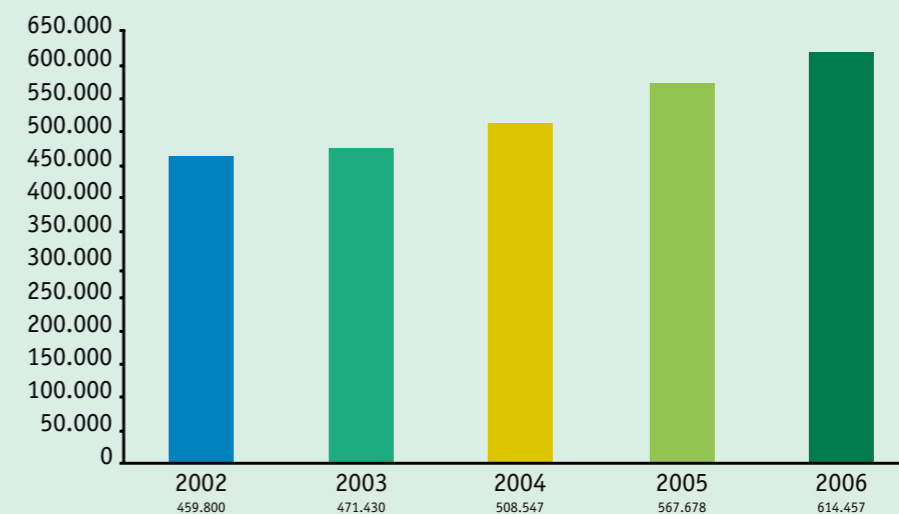
A eficiência operacional, a austeridade nos gastos e a modernização crescentes promovidas pela gestão da Unimed-BH levaram ao menor custo operacional dos últimos anos na Cooperativa, correspondente a apenas 7,20% de sua receita em 2006. O índice é ainda mais significativo quando comparado com a média das operadoras de planos de saúde brasileiras que, segundo a ANS, despendem 22,6% da receita com despesas operacionais, calculadas somando-se despesas financeiras, bancárias, tributárias e administrativas gerais, além do pagamento de salários e encargos sociais, dos investimentos em marketing e das despesas com vendas.



Indicadores de Desempenho

Evolução da carteira de clientes (2002-2006)

Um dos maiores patrimônios da Unimed-BH e dos médicos cooperados é sua carteira de clientes, que cresceu 8% em relação a 2005. Além do grande número de pessoas que optaram pela Unimed-BH na hora de comprar um plano, a carteira da Cooperativa distingue-se no mercado de saúde suplementar brasileiro pelo perfil altamente qualificado. Com uma estratégia de vendas que prioriza o mercado empresarial, os clientes corporativos da operadora já correspondem a dois terços da carteira total. A capacidade de fidelizar clientes também é importante para manter esse crescimento. Por isso, a Unimed-BH está sempre atenta à qualidade dos serviços oferecidos e busca aprimorar permanentemente o relacionamento com tal público.



Distribuição de clientes por produtos (31/12/2006)

Em 2006, a Unimed-BH manteve a tendência de intenso crescimento entre os produtos com co-participação (Unipart e Unifácil), que juntos representam 52% da carteira da Cooperativa. O número de clientes Unimax também aumentou em mais de 18 mil. Nota-se, nos últimos anos, que o fortalecimento do produto Unifácil tem sido acompanhado pelo aumento das vendas dos demais produtos, mostrando que a Unimed-BH tem um conjunto de soluções compatível com as necessidades do mercado empresarial. Dos 1040 clientes corporativos da carteira da Cooperativa que têm o Unifácil, 448 têm também o Unipart e 197, o Unimax.



Produto	2002	2003	2004	2005	2006
Unipart	86.029	123.920	158.908	213.519	240.300
Unimax/Unimaster	162.324	160.470	162.361	157.197	175.458
Unifácil	29.329	36.206	51.304	68.331	81.922
Outros planos posteriores à Lei 9656/98	4.438	12.043	15.233	20.906	20.462
Planos anteriores à Lei 9656/98	177.679	138.791	120.741	107.725	96.315



Indicadores de Desempenho

Comportamento da carteira de planos anteriores e posteriores à lei nº 9.656/98 (2002-2006)

Com pouco mais de 15% da carteira composta por planos não regulamentados, a Unimed-BH apresenta-se em melhor situação que a maioria das operadoras de planos de saúde brasileiras. A redução da parcela de produtos anteriores à lei 9.656/98 na carteira da Cooperativa tem sido provocada pelo grande volume de vendas de planos de saúde nos últimos anos e também pelo trabalho de estímulo à migração. Sempre que um cliente opta por trocar o plano antigo por um regulamentado, fica tranquilo por passar a ter direito a todo o rol de procedimentos determinado pela ANS, enquanto a Unimed-BH avança na qualificação de sua carteira.



Posterior à Lei nº 9656/98	61,4%	70,6%	76,3%	81,0%	84,3%
Anterior à Lei nº 9656/98	38,6%	29,4%	23,7%	19,0%	15,7%

Evolução das vendas (2002-2006)

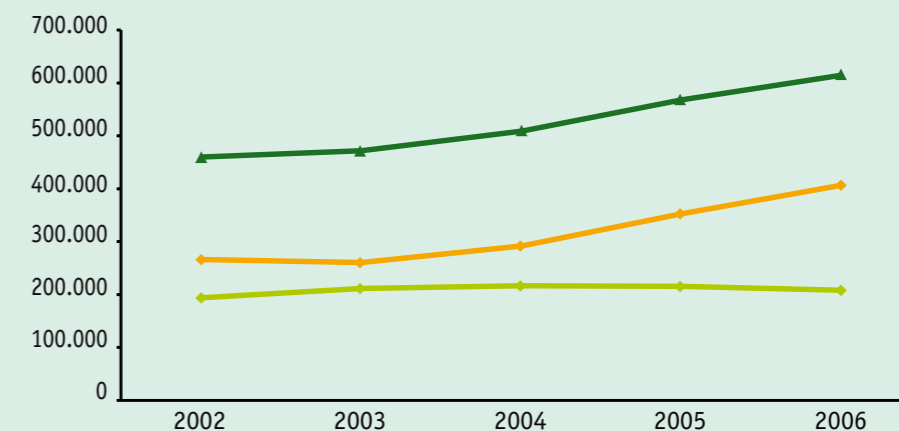
Atuando com limitação geográfica de atuação, a Unimed-BH tem mantido um crescimento acelerado no mercado de saúde suplementar mineiro, do qual é líder absoluta. Em 2006, a Cooperativa conquistou 68 mil novos clientes, número superior à carteira total de mais de 90% das operadoras ativas na Agência Nacional de Saúde Suplementar. O destaque das vendas ficou por conta dos produtos co-participativos Unipart e Unifácil, tendo sido registrado também no plano Unimax. Levando em consideração dados da ANS, a Unimed-BH é a maior operadora em sua área de atuação, com aproximadamente 42% dos planos de saúde vendidos.



Indicadores de Desempenho

Comparativo da evolução das carteiras de clientes coletivos e clientes individuais (2002-2006)

A Unimed-BH tem passado por um processo de ampliação da parcela de clientes corporativos em sua carteira – movimento que se intensificou em 2006. A consolidação da presença da Cooperativa entre as empresas de Belo Horizonte e 16 outros municípios mineiros traz vários benefícios para a operadora. O mercado corporativo é qualificado, com uma grande participação de pessoas jovens, economicamente ativas, que tendem a utilizar menos o plano, mantendo o custo assistencial sob controle. Os contratos coletivos contribuem para a sustentabilidade da Unimed-BH no longo prazo e contam com uma maior flexibilidade de negociação, sem índice de reajuste pré-determinado pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS).



Individual	193.809	211.341	216.681	215.054	207.618
Coletivo	265.991	260.089	291.866	352.624	406.839
Total	459.800	471.430	508.547	567.678	614.457



Por ser uma cooperativa de trabalho, a Unimed-BH mantém uma forma diferenciada de relacionar-se com seus médicos. Donos da operadora, os cooperados são chamados a participar das decisões e do cotidiano da organização. Em 2006, a Unimed-BH aprofundou um de seus principais compromissos com esse público – a qualificação e capacitação profissional. Ao longo do ano, foram realizados 94 eventos do Nicoop (Núcleo de Integração com Cooperados), que atraíram 2864 participantes.

O número de médicos envolvidos praticamente dobrou, sendo 94% maior do que o registrado no ano anterior. A satisfação dos cooperados com essas atividades aumentou no mesmo período, passando de 92,25% para 97%.

Entre os destaques de 2006 está o início da capacitação de cooperados para a adoção de protocolos de atendimento da própria Unimed-BH, caso daqueles voltados para doenças cardiovasculares, diabetes e asma infantil, além de cessação de tabagismo. Esse trabalho está sendo intensificado este ano.

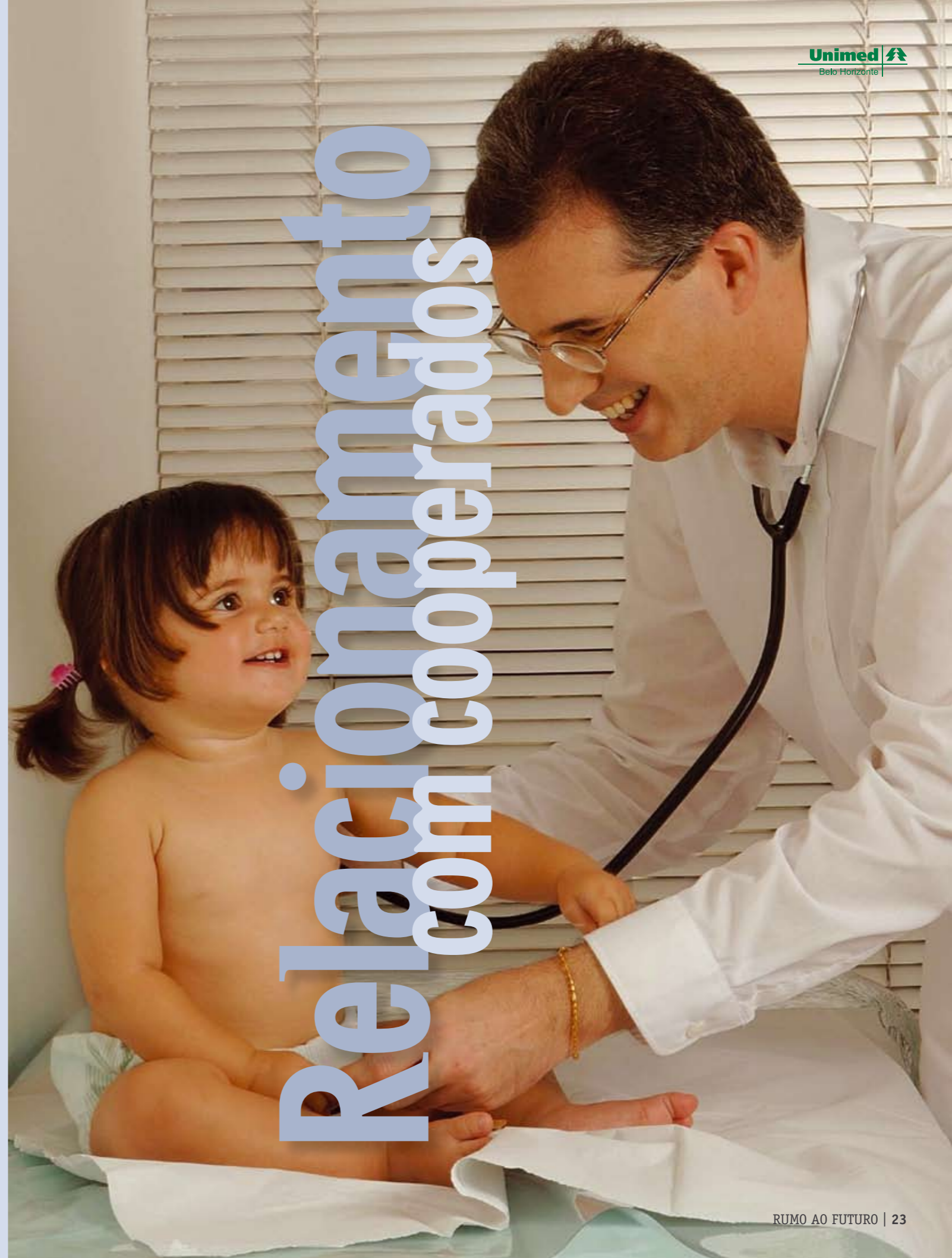
2006 foi marcado também pela realização do I Encontro de Cooperados, que reuniu 323 médicos para discutir questões como o relacionamento desses profissionais com a mídia, cooperativismo e modelos comparados de atenção à saúde.

Ainda no que diz respeito à participação do cooperado no dia-a-dia da Unimed-BH, 2006 registrou a maior Assembléia Geral de sua história, com a presença de 1276 médicos, o correspondente a 28% do quadro social. Os participantes tomaram decisões importantes que contribuem para a valorização do cooperado.

Alguns exemplos são a criação do Conselho Social Consultivo – grupo que será responsável pela discussão de políticas institucionais da Unimed-BH, propondo temas ao Conselho de Administração e à diretoria – e do Fundo de Pensão, cujo formato será desenvolvido por uma consultoria especializada e aprovado pelos cooperados. Na ocasião foi definida ainda a antecipação da distribuição, aos médicos, de R\$ 18 milhões em sobras.

Medidas como essas levaram a um crescimento da aprovação da gestão por parte do cooperado, com o índice de ótimo ou bom chegando a 87% em 2006, de acordo com dados da pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha.

Relacionamento com cooperados





BENEFÍCIOS

A Unimed-BH preocupa-se com o bem-estar do cooperado e de sua família. Por isso, no fim do ano criou um produto diferenciado para filhos de cooperados, que anteriormente eram desligados do contrato do médico aos completar 18 ou 24 anos (caso houvesse comprovação de matrícula escolar). Agora eles podem contar com vantagens como desconto de 30% sobre o valor da tabela individual, não incluídos módulos opcionais e co-participação, e redução de 50% em todas as carências. O filho do cooperado pode aderir ao plano a qualquer momento até completar 30 anos e tem direito de manter as condições especiais enquanto o médico for ativo na Unimed-BH.

Outro benefício valorizado pelos cooperados é o Pró-Família. A pesquisa 2006 do Instituto Datafolha indicou que 68% dos médicos apontam o benefício como um dos principais motivos de satisfação com a Cooperativa, associado a aspectos como pontualidade no pagamento e relacionamento da organização com os médicos.

O Pró-Família assegura aos familiares do cooperado que venha a falecer o pagamento de R\$ 100 mil. Desde 2005, ele pode ser recebido pelo médico em vida, caso queira se aposentar. O pagamento nesse caso é proporcional, chegando a até 70% do total. Em 2006, a Unimed-BH pagou o Pró-Família para 17 cooperados que se aposentaram, além de 12 famílias de médicos falecidos. Desde a criação do benefício, em 2001, a Cooperativa garantiu o pagamento a 61 famílias, bem como 37 aposentadorias por tempo de atuação e quatro por invalidez.

SELEÇÃO PÚBLICA

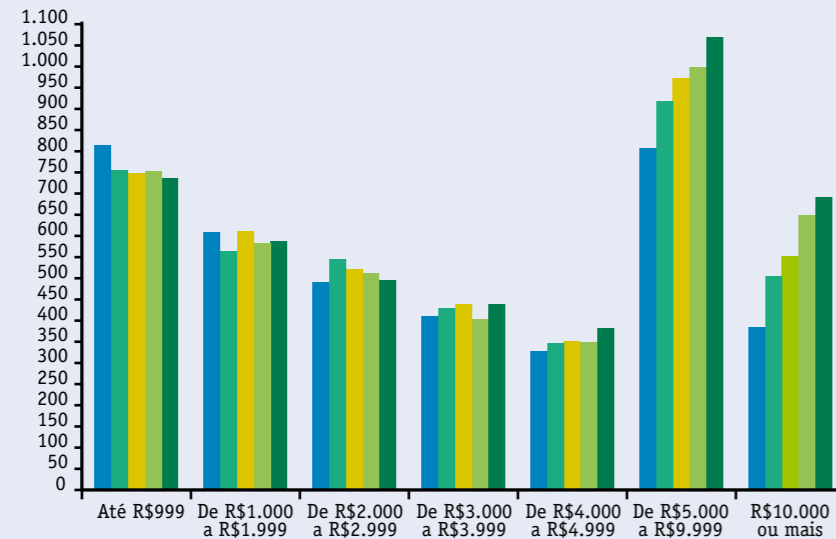
Em respeito a seus médicos e clientes, a Unimed-BH admite novos cooperados através de seleção pública. Em 2006, 408 médicos participaram do processo, que aprovou 114 profissionais de 39 especialidades. A Cooperativa realiza pesquisas periódicas sobre o tempo médio de espera para marcação de consultas, que são levadas em consideração no momento da definição das vagas oferecidas.

Com base na seleção pública, os novos cooperados são escolhidos a partir de critérios técnicos e de competência, que asseguram a transparência do processo e a qualidade dos serviços de saúde prestados aos mais de 615 mil clientes da Unimed-BH. Com o início da atuação dos novos profissionais, prevista para maio, a Cooperativa passará a contar com um número superior a 4580 médicos.

Indicadores de valorização do Médico Cooperado

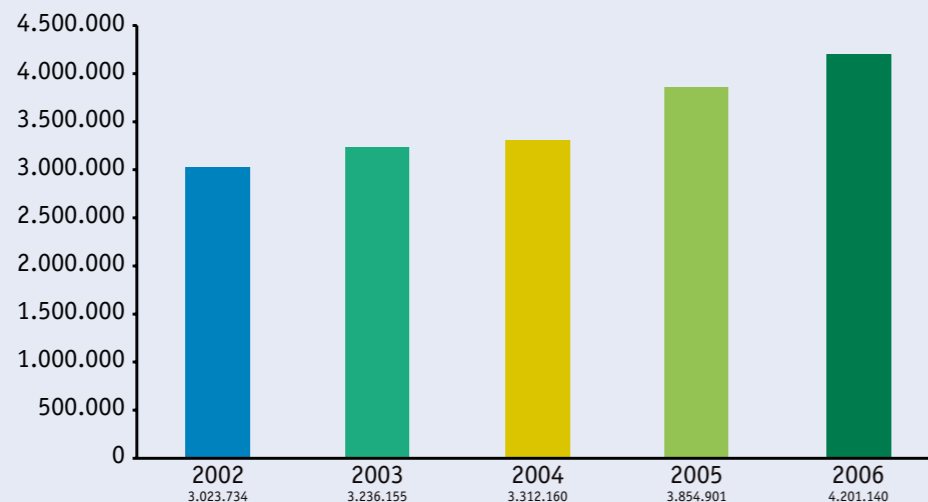
Distribuição dos médicos cooperados por faixa de remuneração na Unimed-BH (2002-2006)

A Unimed-BH manteve a tendência de expansão do número de cooperados presentes nas faixas de remuneração mais altas, reduzindo o volume de profissionais que ganham até R\$ 2.999,00 mensais. As faixas acima de R\$ 3.000,00 abrigaram 2578 cooperados em 2006, quase 60% do quadro social total, sendo que aproximadamente um quarto dos médicos recebe entre R\$ 5 mil e R\$ 10 mil mensais da Unimed-BH. Os números são reflexo da política de valorização do trabalho médico, um dos fios condutores da Cooperativa desde sua criação e que foi reafirmado pela atual gestão.



Evolução do número de consultas médicas (2002-2006)

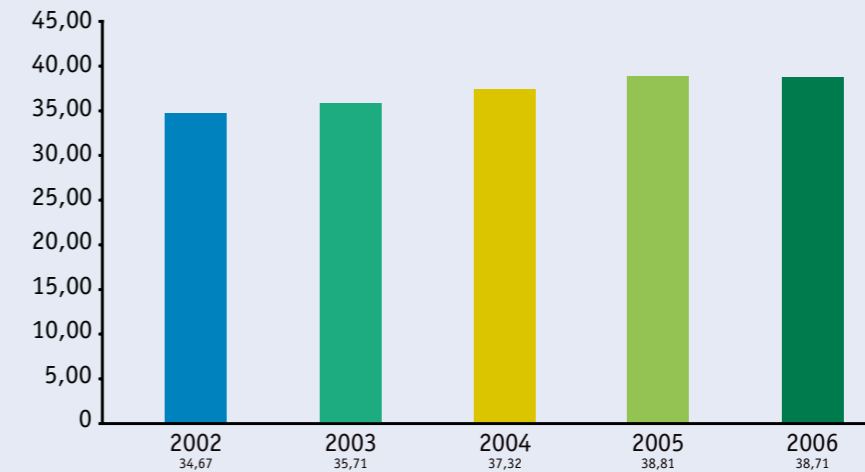
O crescimento contínuo da carteira de clientes da Unimed-BH tem garantido o aumento da oferta de trabalho médico para os cooperados. Em 2006, o número de consultas foi 9% maior do que no ano anterior, rompendo a barreira de 4 milhões de consultas realizadas em apenas um ano. A grande oferta de trabalho tem reflexo altamente positivo na renda desses profissionais. Segundo pesquisa do Datafolha, 58% dos médicos cooperados afirmam que a Unimed-BH contribuiu com mais de 40% da sua remuneração total em 2006.



Indicadores de valorização do Médico Cooperado

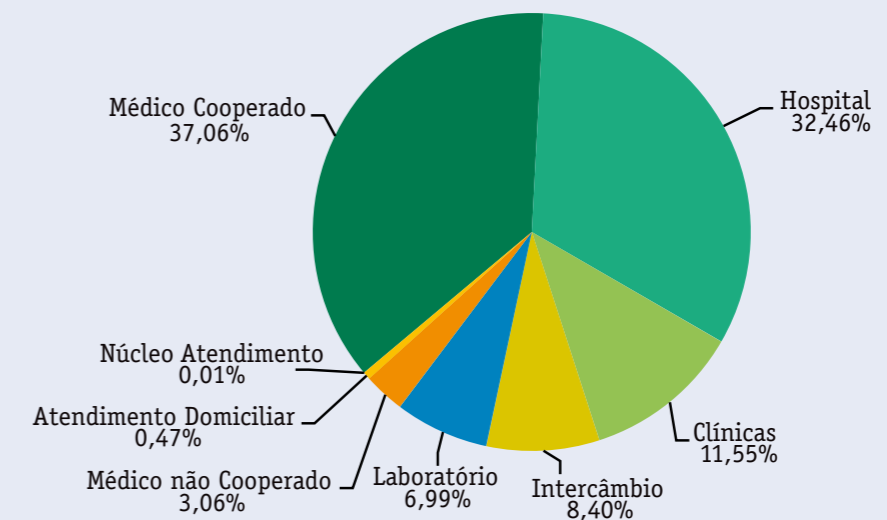
Evolução do valor médio pago ao cooperado pela consulta em consultório (2002-2006)

O valor pago ao médico cooperado, pela Unimed-BH, por consulta em consultório manteve-se estável nos últimos anos. O crescimento do volume de trabalho médico, contudo, leva a um aumento permanente no total transferido, aos cooperados, por sua produção. Paralelamente, a operadora destaca-se no mercado por manter o pagamento aos médicos e serviços credenciados em dia, sem nunca ter atrasado em seus mais de 35 anos de existência.



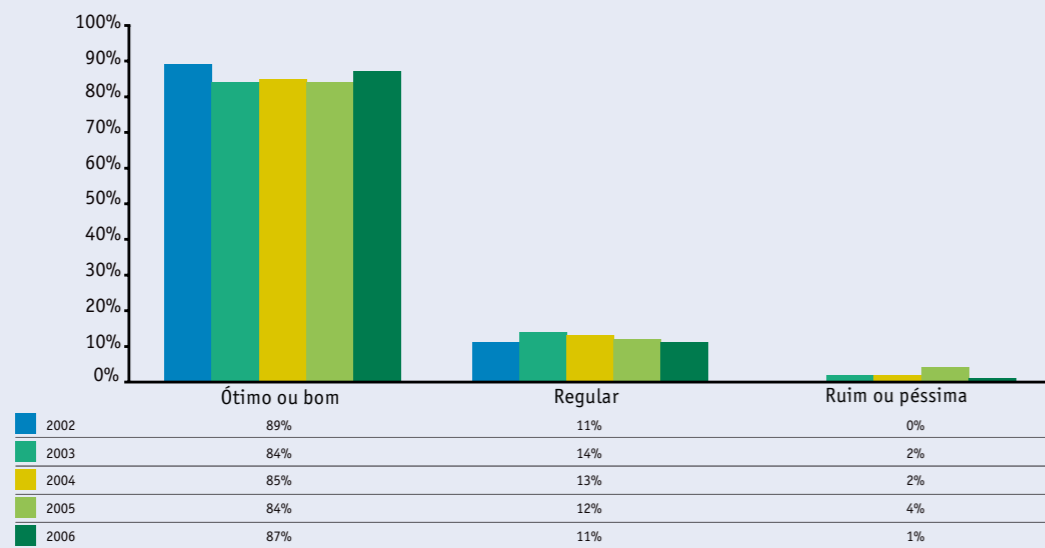
Distribuição do valor pago por tipo de prestador (2002-2006)

A maior parcela do valor investido pela Unimed-BH na atenção à saúde de seus clientes é destinada à remuneração dos médicos cooperados – realidade que reforça a identidade da operadora como cooperativa de trabalho médico. 37% do total transferido pela Unimed-BH pela prestação de serviços de saúde vai para as mãos dos cooperados e 3% para médicos não cooperados. Vale destacar que aproximadamente 57% do valor pago a cooperados é referente a atendimento eletivo em consultório e 34,4%, a atendimentos realizados em hospitais.



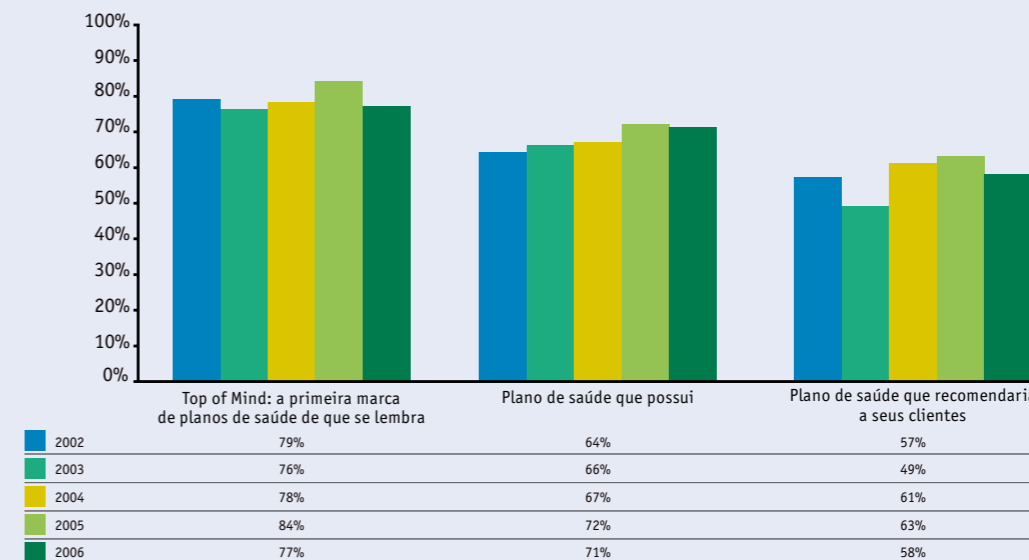
Como você avalia a gestão atual da Unimed-BH?

A aprovação da gestão da Unimed-BH pelos médicos cooperados tem se mantido em níveis elevados nos últimos anos e registrou crescimento em 2006 quando comparado com 2005. Na pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha no fim do ano passado, 87% dos cooperados avaliaram a atual gestão como ótima ou boa.



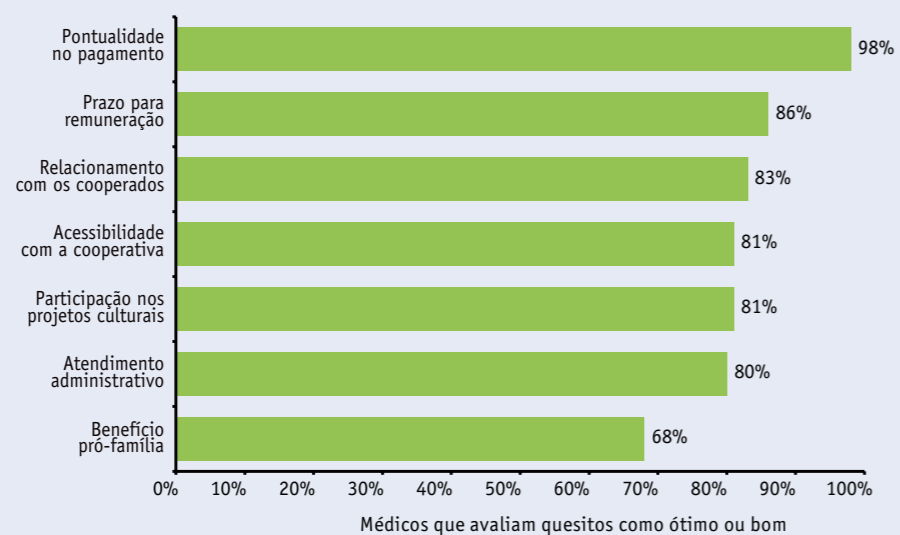
A marca Unimed e os médicos

A marca Unimed é um dos principais patrimônios de todos os cooperados, sendo a mais lembrada espontaneamente por 77% dos médicos da área de atuação da Unimed-BH, índice que inclui cooperados e não cooperados. Além disso, 7 em cada 10 médicos são clientes da operadora e 58% deles indicam os planos da Cooperativa a seus clientes.



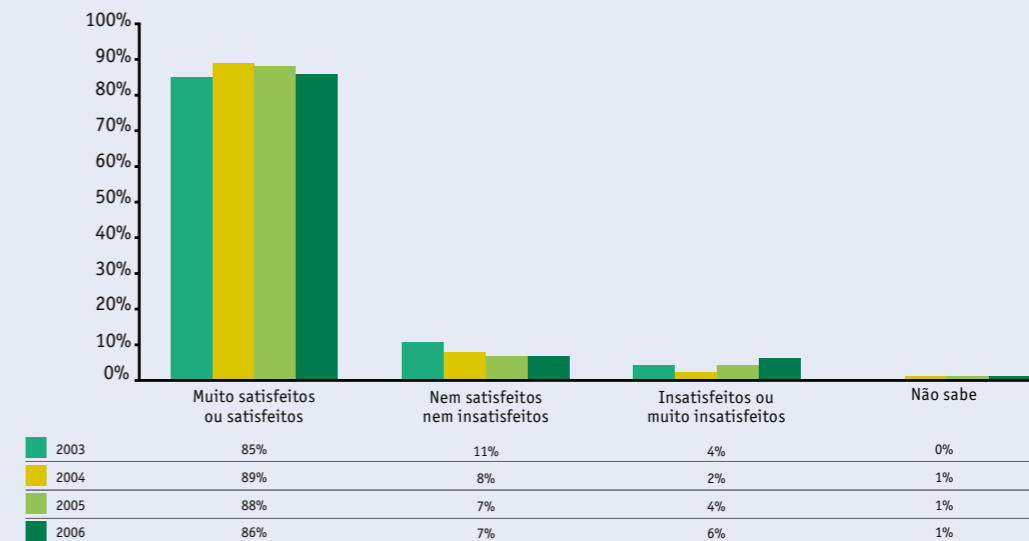
Avaliação do desempenho da Unimed-BH pelos médicos cooperados

A modernização e a automação dos processos da Unimed-BH têm contribuído para a redução no prazo de pagamento. Essa evolução é reconhecida pelos médicos cooperados, que apontam o prazo de remuneração como um dos principais motivos de satisfação com a Cooperativa, acompanhado de aspectos como pontualidade no pagamento, relacionamento com os médicos e facilidade de acesso à organização.



Avaliação geral da Unimed-BH

A qualidade da Unimed-BH é reconhecida pelos médicos de Belo Horizonte e dos demais municípios componentes da área de atuação da Cooperativa. 78% deles classificam a operadora como ótima ou boa.





A oferta de serviços de qualidade e a satisfação dos clientes são prioritárias para a Unimed-BH e sua busca orienta as ações da Cooperativa ao longo do ano. Os recém-nascidos, filhos de clientes, ganharam uma atenção especial em 2006.

A Cooperativa reformulou o processo de entrega da carteirinha do bebê, que tem direito legal a 30 dias de assistência médica gratuita. Junto com o documento, a mãe recebe um folder informando a validade da carteira e o prazo para fazer o plano da criança aproveitando as carências já cumpridas pela mãe ou pelo pai.

No sistema anterior, a carteirinha era entregue pela equipe do Unibaby, depois que o recém-nascido voltava para casa. Hoje 70% das carteiras são entregues na maternidade e o restante na residência.

Após o retorno para casa, mãe e bebê recebem a visita do Unibaby, durante a qual a família é orientada por uma enfermeira sobre os cuidados principais com um recém-nascido. Em 2006, o programa realizou 5670 atendimentos.

DR. VOCÊ

Para facilitar a comunicação com os clientes, a Unimed-BH criou, em 2006, o Dr. Você. Através dele, podem ser feitas sugestões, críticas e outros comentários, utilizados para aperfeiçoar o atendimento prestado pela Cooperativa.

A iniciativa levou à reestruturação de todo o processo e à instalação de novas urnas nas unidades da Unimed-BH e em hospitais credenciados. Só no primeiro ano, o número de manifestações recebidas triplicou. Dos 15.664 comentários de clientes formalizados junto à Cooperativa em 2006, 46% eram elogios, 45% reclamações e 9% sugestões.

Outra novidade foi a implantação da tecnologia de mensagem de texto em celular. Com ela, o cliente é comunicado sobre senhas de autorização de procedimentos, solicitados pelo Unidisk, que dependem da avaliação de um auditor.

Em dezembro, mês da implantação, apenas 1,8% dos retornos foram feitos dessa forma, mas o número saltou para 11,7% já em janeiro de 2007. Os demais retornos são informados, majoritariamente, por email ou telefone.

A utilização da tecnologia de SMS (Short Message Service) traz mais uma facilidade para o cliente Unimed-BH, que hoje pode obter autorizações para 98% dos procedimentos via telefone, sem a necessidade de comparecer à sede da Cooperativa.

Criado em 2000, o Unidisk tem ligação gratuita e atende 24 horas por dia, sete dias por semana, pelo número 0800 30 30 03. Só no ano passado, o serviço recebeu 2,6 milhões de chamadas, com um tempo médio de espera de apenas 11,6 segundos. A maior parte das demandas é resolvida durante a própria ligação e, mensalmente, são dados 13 mil retornos.

Todas essas iniciativas fazem parte do trabalho da Unimed-BH para, mais que atender, superar sempre as expectativas de seus clientes, contribuindo para os altos níveis de satisfação. Em 2006 eles se repetiram, com 86% dos clientes se dizendo muito satisfeitos ou satisfeitos com os serviços prestados pela Unimed-BH, segundo pesquisa do Instituto Datafolha.

CLIENTES CORPORATIVOS

Os clientes corporativos representam mais de 66% da carteira da Unimed-BH. Por isso, a Cooperativa qualifica permanentemente o atendimento oferecido a essas organizações, com foco nos aspectos operacionais dos produtos e também na promoção da saúde das pessoas beneficiadas pelos planos.

Visando aprofundar esse trabalho, a Unimed-BH fez, ao longo de 2006, levantamentos epidemiológicos de vários clientes. Dez grandes empresas receberam ainda, de forma piloto, relatórios periódicos enfocando o perfil da carteira, a forma de utilização do plano e a importância da promoção da saúde. Este ano, a Cooperativa pretende expandir o trabalho para outras organizações.

A partir do resultado dos estudos, foram oferecidos aos clientes corporativos programas de gerenciamento de doenças, com destaque para problemas cardiovasculares, asma infantil e diabetes. Na linha de controle de comportamentos de risco e promoção da saúde, a Unimed-BH tem trabalhado com reeducação alimentar, cessação de tabagismo e curso de gestantes, tendo realizado 33 grupos operativos sobre esses temas.



Os clientes opinam

Com a inauguração do Centro de Promoção da Saúde Unimed-BH (CPS), previsto para 2007, essa iniciativa será ampliada. A Cooperativa está, também, desenvolvendo novos programas e protocolos de gerenciamento de doenças, com o objetivo de atender necessidades identificadas entre seus clientes.

Outra linha de atuação da Unimed-BH é a oferta de palestras e eventos de promoção da saúde dentro das próprias empresas, geralmente durante as Sipats (Semanas Internas de Prevenção de Acidentes de Trabalho). Em 2006, foram oferecidas 179 palestras, com temas como doenças sexualmente transmissíveis, ergonomia, qualidade de vida e combate ao estresse, além de montagem de estandes para medição de pressão arterial e cálculo de Índice de Massa Corporal (IMC).

GERENCIAMENTO COMPARTILHADO

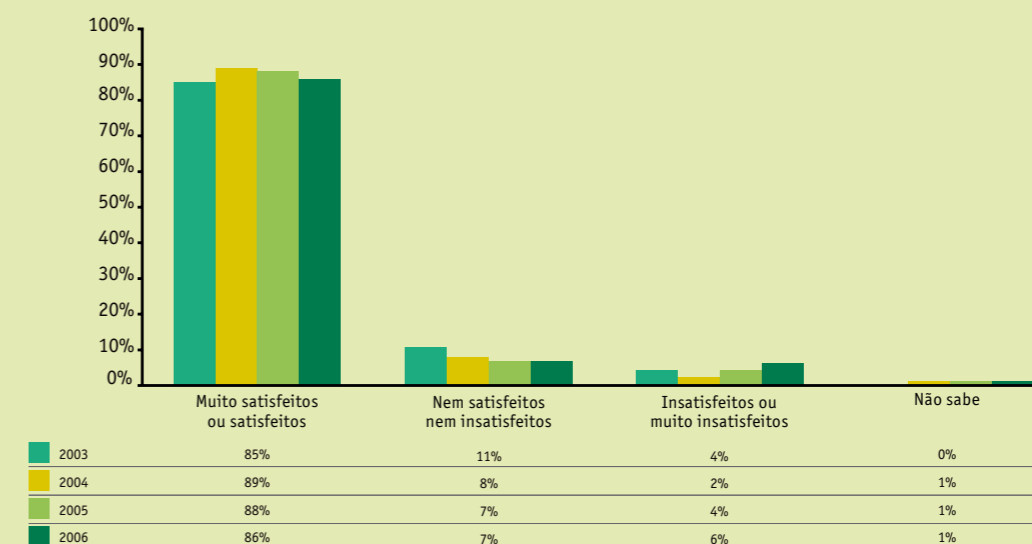
A Unimed-BH tem avançado no gerenciamento compartilhado do plano com os clientes corporativos. O objetivo é mantê-los informados sobre a utilização do produto e buscar alternativas que diminuam seu impacto no orçamento da empresa, sem perda da qualidade dos serviços prestados aos funcionários.

Em 2006, a Cooperativa estreitou seu contato com as empresas com menos de 10 vidas, que representam 41% da carteira corporativa. Ao longo do ano, 643 contratantes foram visitadas. Os encontros permitiram à Cooperativa conhecer de perto a realidade desses clientes e atender melhor suas demandas.

Também em 2006 foi desenvolvido um trabalho de estímulo à migração de clientes com planos anteriores à lei 9565/98, que regula o setor de saúde suplementar. Ao todo, cerca de 6 mil vidas de 311 empresas optaram por um dos planos regulamentados da Unimed-BH. A mudança qualifica a carteira da Cooperativa e beneficia também os clientes, que têm direito a todo o rol de procedimentos da ANS, sem limitação em relação à quantidade de eventos cobertos, regra comum nos contratos antigos.

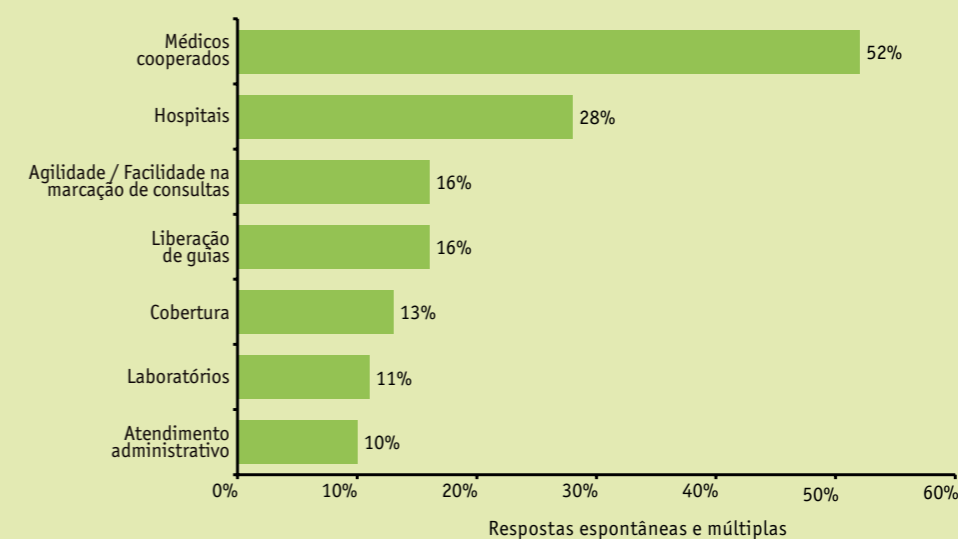
Satisfação geral dos clientes com os serviços da Unimed-BH

Desde que começou a apurar, a Unimed-BH tem mantido alta satisfação de seus clientes. Em 2006, 86% dos clientes se declararam muito satisfeitos ou satisfeitos com a Cooperativa.



Razões pelas quais está satisfeito com os serviços da Unimed-BH*

A qualidade do atendimento dos médicos cooperados e da rede de hospitais são as principais razões de satisfação com a Unimed-BH apontadas pelos clientes. Destacam-se também a cobertura e a facilidade na liberação de guias, dentre outros pontos.



Serviços Próprios

Fundamentais na estratégia de expansão no mercado empresarial e na qualidade da assistência prestada aos clientes, os serviços próprios da Unimed-BH desempenham agora um importante papel na implantação do novo modelo de atenção à saúde da Cooperativa. Eles atuam como espaços de capacitação de profissionais e de práticas modelo de gestão e atendimento, posteriormente transferidas à rede credenciada.

Dentro dessa lógica, a Unimed-BH inaugura em 2007 o Centro de Promoção da Saúde (CPS), que terá uma forma diferenciada de atenção. Com vários programas de prevenção de doença e promoção da saúde, o serviço receberá o cliente não apenas quando estiver doente, trazendo reflexos positivos para sua qualidade de vida e para a sustentabilidade da Cooperativa.

A política de serviços próprios da Unimed-BH foi aprovada, em 2002, com 76% dos votos em um plebiscito que envolveu cerca de 3 mil médicos. Hoje a Cooperativa já mantém o Hospital-Dia e Maternidade, dois pronto-atendimentos, três núcleos de atenção à saúde, um serviço de atendimento pré-hospitalar e outro de atenção domiciliar.

O investimento em serviços próprios traz benefícios para todos os envolvidos. Ganham os clientes, com atendimento integrado e de qualidade, e ganha a Cooperativa, que tem mais uma vantagem competitiva. Com a nova estrutura, ela assegura melhores cuidados e resolubilidade a menor custo, tendo condições de expandir a carteira, especialmente no mercado empresarial. Os serviços ainda preenchem lacunas da rede credenciada e fortalecem a marca Unimed-BH.

Os cooperados também estão entre os maiores favorecidos, uma vez que os serviços próprios representam um amplo e novo campo de trabalho médico. Hoje, 1.414 cooperados atuam nesses espaços, com boas condições de trabalho e remuneração.

Os números mostram a satisfação do segmento de cooperados que atua em serviços próprios. Segundo pesquisa do Datafolha, realizada em dezembro de 2006, 94% dos médicos que atendem nos Núcleos de Atenção à Saúde estão satisfeitos ou muito satisfeitos com a Unimed-BH – índice onze pontos percentuais acima do universo geral de cooperados.



QUALIDADE DO HDMU TEM RECONHECIMENTO DE CLIENTES E DO MERCADO

Com três anos de funcionamento, o Hospital-Dia e Maternidade Unimed-BH (HDMU) já é referência de qualidade em Belo Horizonte e no sistema Unimed. Ele vem sendo valorizado também pelo mercado nacional de saúde e, em dezembro de 2006, revalidou a Acreditação por Excelência da ONA e a Certificação ISO 9001:2000.

O trabalho desenvolvido na Unidade de Cuidados Progressivos Neonatais (UCP), na Unidade de Planejamento e Gestão da Qualidade (UPGQ) e na tesouraria foi destacado pela equipe responsável pela auditoria das certificações. Os títulos renovados pelo HDMU reconhecem as melhores práticas de assistência, que levam em conta a segurança de clientes, médicos e da própria instituição.

O investimento na capacitação de pessoal e na qualidade da estrutura tem sido prioridade do hospital desde sua inauguração em 2004. O ano passado marcou outras conquistas para o HDMU, como a consolidação do Serviço de Gestação de Alto Risco e Medicina Fetal, da Unidade de Dietas Especiais, da Clínica de Tratamento da Dor e do Centro de Terapia Intensiva para Adultos. Com eles, o HDMU mudou de patamar no atendimento a gestantes e recém-nascidos e passou a ter condi es de abrigar cirurgias de maior porte.

A qualidade dos serviços prestados pelo hospital tem reflexo no  ndice de satisfa o dos clientes, que em 2006 chegou a 98,33% na pesquisa interna feita com todos os clientes. Paralelamente, a atua o dos cooperados no HDMU tem crescido. O número de cadastrados passou de 884, em 2005, para 1027. Já o volume de médicos em atividade direta no serviço subiu de 565 para 851.

Em 2006, os honorários pagos aos cooperados através de produ o no HDMU somaram mais de R\$ 8,6 milhões, representando um aumento de 81% na remunera o per capita mensal em rela o ao ano anterior.

HDMU em números

Atendimentos em 2006: **17.277**
 Crescimento em rela o a 2005: **40%**
 Cooperados em atividade direta: **851**



UNIMED-BH AMPLIA PRONTO-ATENDIMENTO

Em 2006, a Cooperativa inaugurou mais um importante serviço próprio. Localizado no bairro Concórdia, o Pronto-Atendimento Unimed-BH – Unidade São Francisco tornou-se um espaço primordial de atendimento a situa es de urgência e emergência para a popula o das regionais Venda Nova, Norte e Nordeste de Belo Horizonte.

A unidade   classificada como de média complexidade e tem capacidade para 250 atendimentos/dia nas especialidades de Clínica Médica, Pediatria, Cirurgia Geral, Ortopedia e Neurologia. Equipado com dois leitos para pacientes críticos, montados com equipamentos, materiais e medicamentos adequados ao atendimento de emergência, o serviço conta ainda com retaguarda de 16 leitos de observa o.

Além de suprir uma lacuna da rede credenciada da Unimed-BH, que tinha carência de serviços de pronto-atendimento na região, a unidade contribui para ampliar o espaço de trabalho para o médico cooperado.

ACOLHIMENTO

Tanto o PA São Francisco quanto a unidade Contorno são importantes referências para os clientes Unimed-BH, em especial para os do produto Unifácil, que representam mais da metade da procura total nesses serviços.

Em agosto de 2006, os clientes puderam perceber uma mudança significativa do atendimento na Unidade Contorno. O serviço passou a trabalhar com acolhimento e classificação de risco, priorizando a atenção aos pacientes mais graves e diminuindo o tempo de espera. A Unidade São Francisco já abriu atuando dentro da mesma lógica.

No fim do ano, a Cooperativa aprofundou o esforço de ampliação e qualificação do serviço de urgência e emergência oferecido aos clientes. Começaram os investimentos para a construção de um Pronto Socorro com capacidade para receber 550 pacientes por dia nas principais especialidades médicas. Ele terá retaguarda de leitos para internação, inclusive terapia intensiva, além de bloco cirúrgico, centro de imagem e laboratório de análises clínicas. A previsão é que o novo serviço entre em funcionamento no segundo semestre de 2009.



APH em números

Atendimentos em 2006: **13.636**
Atendimentos em 2005: **4.592**
Volume médio de ligações mensais: **13.200**

PRIMEIRO SERVIÇO PRÓPRIO DA COOPERATIVA COMPLETA CINCO ANOS

O primeiro serviço próprio ativado pela Unimed-BH – a Atenção Pré-Hospitalar (APH) – completou cinco anos em 2006. Com seis bases de veículos instaladas estrategicamente em diferentes pontos da Região Metropolitana de Belo Horizonte, o serviço oferece aos clientes atendimento pré-hospitalar de urgência e emergência clínica, transporte inter-hospitalar e suporte em intercorrências no caso de clientes inscritos nos programas de Atenção Domiciliar.

As equipes esclarecem dúvidas dos clientes e são responsáveis também pela cobertura médica em eventos realizados ou patrocinados pela Unimed-BH. Cerca de 13.200 ligações mensais são atendidas por profissionais de saúde, que apuram a gravidade do caso. A partir das informações obtidas neste primeiro contato, é possível estabelecer a prioridade da situação e decidir pelo envio ou não de uma ambulância. Aproximadamente 1250 ligações, recebidas 24 horas por dia via Unidisk, geram o empenho de ambulâncias todos os meses.

Criada para proporcionar tranquilidade e qualidade de atendimento aos clientes da Cooperativa, a APH conta com ambulâncias totalmente equipadas como UTI móvel e também com veículos mais simples, que são distribuídos de acordo com as características de cada demanda.

O sistema GPS (Global Positioning System), instalado nas ambulâncias, permite à base monitorar a frota via satélite. Com a tecnologia, ela acompanha a localização exata de cada veículo, melhorando o tempo de resposta aos chamados.

Desde sua criação, o serviço já atendeu mais de 50 mil clientes, 15 mil deles em 2006. A equipe conta hoje com 110 profissionais de saúde e frota de 11 carros – um crescimento de 50% em relação ao número de veículos em 2001, quando o serviço foi inaugurado.

NÚCLEOS DE ATENÇÃO À SAÚDE CRESCEM E DIVERSIFICAM ATENDIMENTO

Criados juntamente com o produto Unifácil, que tem como objetivo principal atender às necessidades do mercado empresarial, os Núcleos de Atenção à Saúde tornaram-se um importante espaço de trabalho para os médicos cooperados. Realizando 26 mil consultas/mês, o serviço atende tanto clientes Unifácil quanto Unipart e Unimax.

Atualmente, 285 cooperados atuam nos Núcleos e a procura por vaga em uma das três unidades é grande. Para viabilizar o acesso ao maior número possível de médicos, a cada dois anos é realizado um rodízio de 20% dos profissionais, conforme decisão tomada em Assembléia Geral.

Em 2006, o processo foi aperfeiçoado, com a redefinição dos critérios de permanência nos Núcleos, levando em conta a qualidade da assistência e o compromisso dos cooperados com o serviço e seus clientes. No próximo rodízio, a ser realizado em novembro de 2007, serão considerados quesitos como pontualidade, resolubilidade nas consultas e preenchimento adequado dos prontuários médicos.

Desde sua criação, os Núcleos de Atenção à Saúde expandiram o número de especialidades oferecidas. 2006 começou com 15 especialidades e, ao final do ano, os clientes já podiam contar com consultas em três outras – mastologia, reumatologia e nefrologia. No início de 2007, a novidade foi a coloproctologia.

2006 inaugurou a oferta de agenda livre no Núcleo da Av. Brasil. Com o novo sistema, os clientes que necessitem de atendimento imediato podem procurar clínicos e pediatras, sem a necessidade de marcação de consulta prévia. Os casos mais graves, entretanto, continuam sendo atendidos nas unidades de pronto-atendimento da rede.

Os Núcleos são também pioneiros na utilização de novas tecnologias adotadas pela Unimed-BH, como a Biometria (hoje presente também na rede credenciada e nos consultórios dos cooperados) e o prontuário eletrônico, que será ampliado em breve. Para 2007, a Unimed-BH pretende intensificar as ações de promoção da saúde e prevenção de doenças oferecidas nesses espaços.



QUALIDADE DE VIDA PARA PACIENTES CRÔNICOS

A Atenção Domiciliar da Unimed-BH oferece quatro linhas de atuação – Programa de Curativos em Domicílio, Intervenções Específicas, Atendimento a Pacientes Dependentes de Ventilação Mecânica Invasiva e, o maior deles, o Programa de Gerenciamento de Casos. Em todas essas iniciativas, a adesão é voluntária e o cliente mantém o vínculo com o médico cooperado assistente, que passa a atuar em conjunto com a equipe do programa.

O serviço próprio da Cooperativa destaca-se pela sensível melhora na qualidade de vida dos clientes e abre um novo campo de trabalho para os médicos da Unimed-BH, oferecendo remuneração diferenciada e a possibilidade de estabelecer uma nova forma de relacionamento com os pacientes. Em 2006, 4390 clientes foram atendidos pela Atenção Domiciliar.

Os participantes dos programas têm garantida a continuidade do tratamento com a comodidade de serem atendidos em casa. Durante as visitas, as equipes aproveitam para orientar os clientes e seus familiares sobre os cuidados cotidianos que contribuem para a melhoria do estado de saúde dos pacientes.

Para isso, a Cooperativa desenvolveu a Cartilha do Cuidador. Com linguagem simples, ela informa os responsáveis sobre rotinas de atenção com pacientes crônicos, sinais de alerta e formas de agir em casos de urgência e emergência. O material foi distribuído a familiares de pacientes assistidos pela Atenção Domiciliar e também a profissionais que atuam em casas de convivência de Belo Horizonte.

Além de promover melhor qualidade de vida de seus clientes, a Unimed-BH também se beneficia com a iniciativa, que gera uma maior racionalidade na utilização dos recursos assistenciais. Só entre os clientes acompanhados pelo Gerenciamento de Casos, houve redução de 19% nas internações, com economia de 49% nos recursos gastos pelo grupo atendido.

UNIDADES DE CUIDADOS CLÍNICOS

No ano passado, o trabalho foi aprimorado com a consolidação das Unidades de Cuidados Clínicos, que são referência para internação de pacientes crônicos. A Cooperativa conta atualmente com três desses serviços, nos hospitais Octaviano Neves, Paulo de Tarso e no Hospital-Dia e Maternidade Unimed-BH (HDMU).

Com atendimento especializado, multidisciplinar e intimamente ligado aos programas de Atenção Domiciliar, os pacientes internados nessas unidades têm apresentado um tempo menor de permanência no hospital, tendo o benefício de voltar mais cedo ao convívio familiar.

Atenção Domiciliar em números

Clientes atendidos em 2006: **4390**

Redução de internações
no gerenciamento dos casos: **19%**



Rede de serviços de saúde



Modernização e qualidade têm sido palavras-chave no relacionamento da Unimed-BH com seus prestadores de serviços de saúde. 2006 marcou o fim das planilhas em papel entregues pelos cooperados. Atualmente, toda a produção, seja ela de médico ou da rede credenciada, é comunicada exclusivamente por meio eletrônico, inscrevendo a Unimed-BH entre as operadoras de planos de saúde mais modernas e automatizadas do Brasil.

Também no ano passado ocorreu o fortalecimento definitivo do Sistema de Aquisição de Dados (SAD), através do qual já é enviada mais de 80% da produção dos médicos cooperados, e do Unioffice, que interligou a Cooperativa à rede prestadora de forma *on line*.

Os benefícios da automação são inegáveis e podem ser verificados na agilidade do atendimento aos clientes, na minimização de erros e glosas, na maior confiabilidade no processamento das contas e na redução do prazo de pagamento a cooperados e prestadores.

Merece destaque também o sistema de Biometria, hoje presente em 1280 consultórios de médicos cooperados. A tecnologia dá mais segurança à transferência de informações dos clientes e evita fraudes na utilização dos planos da Unimed-BH.

INOVAÇÃO

Além de modernizar processos, a Cooperativa tem inovado em vários aspectos do relacionamento com a rede de serviços de saúde. É o caso, por exemplo, da forma de remuneração em Unidades de Cuidados Progressivos Neonatais (UCP).

A Unimed-BH estabeleceu três níveis de cuidados necessários. Diariamente, médicos das unidades e auditores da Cooperativa avaliam o paciente e determinam o grau de cuidado por ele exigido. Essa categorização, associada à taxa de ocupação do serviço, determina o valor pago pela Unimed-BH. A iniciativa é inovadora por promover a remuneração por nível de cuidado – avanço importante no sentido da remuneração por resultado – e desestimula a permanência desnecessária do paciente nessas unidades.

QUALIDADE

Na busca da oferta de melhores serviços, um dos destaques é o programa de qualificação dos hospitais que, em 2006, recebeu investimentos de R\$ 3,9 milhões por parte da Cooperativa.

Para colocar em prática essa iniciativa inédita no País, a Unimed-BH estabeleceu parceria com hospitais credenciados. A Cooperativa faz sua parte oferecendo apoio técnico, com base na experiência de sucesso do Hospital-Dia e Maternidade Unimed-BH (HDMU), que em dezembro de 2006 renovou a acreditação em nível de excelência da ONA (Organização Nacional de Acreditação).

Mais do que isso, a Unimed-BH contribui financeiramente com a qualificação dos hospitais participantes, antecipando 7% sobre os valores das diárias hospitalares. Posteriormente, o incremento pago pela Cooperativa pode chegar a até 15% do valor das diárias, de acordo com o nível de acreditação alcançado.

Em 2006, 24 hospitais participaram do programa de qualificação, seguindo cronogramas específicos previamente combinados com a Cooperativa. Hoje dois hospitais da rede já têm acreditação nível 3 (o mais alto concedido pela ONA) e a certificação de qualidade ISO 9001:2000, sendo um deles o HDMU.

Um viés importante do trabalho de qualificação dos serviços de saúde é a capacitação de pessoal. Para tanto, a Unimed-BH co-financia cursos de atualização e reciclagem das equipes, com destaque para os profissionais dos serviços de urgência e emergência.

Coerente com seu objetivo de oferecer as melhores condições de trabalho para os cooperados e de atendimento aos clientes, a Unimed-BH voltou sua atenção também para os consultórios. A equipe da Cooperativa tem visitado esses locais, orientando os médicos sobre exigências legais e cuidados com estrutura e equipamentos. Produziu ainda o Manual de Boas Práticas em Consultórios, distribuído para todos os cooperados.

CONTROLE DE RESISTÊNCIA MICROBIANA

A Unimed-BH lançou, em 2006, o Programa de Controle da Resistência Microbiana. A partir do fortalecimento dos Serviços de Controle de Infecção Hospitalar, a Cooperativa busca racionalizar a dispensação de antimicrobianos padronizados e de uso restrito, com o objetivo principal de evitar o desenvolvimento de microorganismos resistentes a antibióticos.

A proposta é que o serviço elabore protocolos próprios de utilização de antimicrobianos, discutidos e aprovados junto à Cooperativa, que devem ser seguidos pelo corpo clínico. A Unimed-BH passa, então, a oferecer um pagamento diferenciado para cada paciente tratado dentro do protocolo. O primeiro hospital a aderir ao projeto foi o HDMU e a Unimed-BH está em negociações avançadas para que outras instituições façam parte do projeto.



Presença na Comunidade

Além da qualidade dos serviços oferecidos, a Unimed-BH ocupa posição de destaque na capital mineira pelo amplo comprometimento com o desenvolvimento da sociedade em que atua. Essa postura é intensificada pelo fato de ser uma Cooperativa, tipo de organização historicamente marcada por conceitos socialmente responsáveis.

Para fazer valer esse compromisso, a Unimed-BH trabalha pela qualidade de vida de seus cooperados, clientes e colaboradores e também promove ações que beneficiam toda a comunidade.

Em 2006, o Sistema Unimed concedeu à Cooperativa, pelo segundo ano consecutivo, o Selo de Responsabilidade Social. Franqueado às singulares a partir de avaliação feita com base na metodologia do Instituto Ibase, referência brasileira em questões de responsabilidade social, o selo é um reconhecimento do trabalho desenvolvido pela Unimed-BH.

APOIO À CULTURA MINEIRA

Espaço privilegiado da Unimed-BH para apoio à cultura, o Instituto Cidadania bateu recordes de cooperados doadores e de valor arrecadado em 2006, com 1192 médicos e volume financeiro de R\$ 1,2 milhão.

A participação expressiva e voluntária dos cooperados ao longo dos anos permitiu ao instituto consolidar seu programa cultural, que contribui para a viabilização de espetáculos locais e para a vinda de montagens de outros estados para os palcos de Belo Horizonte.

Em 2006, foram promovidos doze espetáculos de música, dança ou teatro, atraindo mais de 10 mil pessoas. Fizeram parte da programação Egberto Gismonti, Zezé Polessa e o grupo Corpo, entre outros. Alguns dos espetáculos trazidos pelo Instituto Cidadania tiveram também sessões com venda de ingressos ao público, como O Mágico de Oz. O programa incluiu ainda a encenação gratuita da ópera "A Flauta Mágica", de Mozart, no Parque Municipal.

Este ano, o Instituto ganhará ainda mais peso, ao colocar em prática novas ações de responsabilidade social e apoio à comunidade desenhadas em 2006.



Outras iniciativas de Responsabilidade Social

PENSE SAÚDE

Composto por duas linhas de atuação, o Pense Saúde permite à Cooperativa marcar uma forte presença junto à comunidade. Semanalmente, vai ao ar programa de mesmo nome, fruto da parceria da Unimed-BH com a TV Horizonte. Nele médicos cooperados participam de debates em que são abordados temas ligados à saúde, informando a população sobre cuidados e hábitos saudáveis.

O Pense Saúde também está presente nas praças e pistas de caminhada de Belo Horizonte para incentivar a prática de atividades físicas. Fazem parte da iniciativa o Projeto Caminhar, desenvolvido juntamente com a Rede Globo, e as ações Pense Saúde Verão e Inverno, em parceria com a MTV. Em 2006, passaram pelos eventos mais de 30 mil pessoas.

APOIO AO ESPORTE

A Unimed-BH aprofundou, em 2006, sua parceria com o Minas Tênis Clube, apoiando a equipe de corredores de rua. Com o patrocínio, a Cooperativa pretende dar visibilidade a mais de 500 atletas, estimulando assim a prática de esportes entre a população.

A Unimed-BH assinou ainda contrato de patrocínio da equipe competitiva de corredores de rua do Cruzeiro Esporte Clube, que subiu ao pódio logo na primeira prova, como campeã por equipes na categoria masculina da VIII Volta Internacional da Lagoa da Pampulha. A opção por equipes de corredores de rua foi feita por tratar-se de um esporte democrático, que pode fazer parte da rotina de pessoas de todas as idades e em qualquer lugar.

A Cooperativa esteve presente ainda em eventos já tradicionais de Belo Horizonte, como a Volta Internacional da Pampulha, a Corrida Rústica da Independência do Minas Náutico e a Corrida Rústica da Regional Oeste para Pessoas com Necessidades Especiais, promovida Prefeitura de Belo Horizonte (PBH) na avenida Silva Lobo, próximo ao Hospital-Dia e Maternidade Unimed-BH.

INCLUSÃO DIGITAL

A primeira turma do Programa de Inclusão Digital da Unimed-BH, que busca promover



a inclusão social e profissional dos participantes a partir da familiaridade com a informática e a tecnologia da informação, formou-se em 2006.

O programa envolveu cursos de Ferramentas Básicas de Informática e de Manutenção e Montagem de Computadores, bem como a construção de Projetos de Vida, que consideraram a trajetória e os planos futuros de cada aluno. Participaram do projeto 21 office boys da Unimed-BH e a iniciativa contou ainda com a adesão de 72 voluntários entre os colaboradores da Cooperativa.

O Programa de Inclusão Digital, que teve a parceria do Senac, CDI (Comitê para Democratização da Informática) e Cesam (Centro Salesiano do Menor), foi destaque no Simpósio das Unimeds do Estado de Minas Gerais (Suemg 2006), sendo premiado na categoria Responsabilidade Social do painel Experiências de Sucesso.

CAMPANHAS EDUCATIVAS

Desde 1998, a Unimed-BH é parceira da Prefeitura de Belo Horizonte (PBH) na campanha anual de conscientização e combate à dengue. Em 2006, ela contribuiu com a produção de 250 mil folhetos educativos, distribuídos durante as ações do governo municipal. A Cooperativa manteve ainda sua participação na campanha de combate ao câncer de mama, juntamente com a Sociedade Brasileira de Mastologia/MG e a PBH.

Por mais um ano, a Unimed-BH obteve o reconhecimento do mercado pelo seu excelente desempenho econômico-financeiro. Mas este não foi o único aspecto da sua operação a merecer a atenção dos formadores de opinião: em 2006, a Cooperativa também foi destaque por sua gestão socialmente responsável e por iniciativas inovadoras que contribuem para se implementar um modelo de negócios, baseado na atenção ativa à saúde dos clientes. Acompanhe:

Reconhe cimento

MARCA

- XI Prêmio Top of Mind - Marcas de Sucesso 2005/2006 - Em onze anos de premiação, a Unimed-BH conquistou onze vezes o troféu Top of Mind como a marca de planos de saúde mais lembrada pelos belo-horizontinos, na categoria Excelência. Isso significa que mais de 50% dos entrevistados pela revista 'Mercado Comum' citam a marca Unimed espontaneamente.

DESEMPENHO

- Melhores e Maiores 2006 - Pelo quarto ano consecutivo, a Unimed-BH está presente no anuário publicado por 'Exame'. Nesta edição, destaca-se como a terceira melhor operadora de planos de saúde do País e a sexta maior em receita de vendas. É, ainda, a melhor operadora no quesito geração de riqueza por empregado.
- Balanço Anual Gazeta Mercantil 2006 - A Unimed-BH ocupa o quarto lugar entre

os melhores serviços de saúde, hospitais, clínicas e laboratórios do Brasil, por seus resultados econômico-financeiros no ano anterior.

- As 300 Maiores de Minas - No ranking preparado pelo jornal 'Estado de Minas' e a Federação das Indústrias de Minas Gerais, a Unimed-BH repete sua posição de liderança setorial. E surge como a 34ª maior organização do Estado.
- VIII Prêmio Minas Desempenho Empresarial - A Unimed-BH confirma-se como a primeira do setor de saúde no ranking da revista 'Mercado Comum', que a coloca, ainda, como a 30ª maior organização do Estado em receita operacional. O conjunto dos resultados analisados rendeu à Cooperativa os prêmios Empresa Excelência de Minas e Destaque Empresarial de Minas nos quesitos qualidade e produtividade.
- Análise Setorial da Saúde Suplementar 2006 - A Unimed-BH foi uma das cooperativas médicas que tiveram sua experiência destacada na edição especial do jornal 'Valor Econômico' sobre o setor.

GESTÃO SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

- Guia Exame da Boa Cidadania Corporativa - A edição 2006 lista três práticas da Unimed-BH como exemplos de boa cidadania corporativa. São elas: os programas Unibaby e Monitoramento de Pacientes Portadores de Doenças Crônicas, na categoria Consumidores e Clientes, e o programa Qualificação da Rede de Prestadores de Serviços de Saúde, na categoria Fornecedores. Apenas duas operadora de planos de saúde brasileiras tiveram trabalhos destacados pela revista, sendo a Unimed-BH a única Cooperativa médica presente.
- Prêmio Experiência de Sucesso 2006 - Concedido pela Federação das Unimed, durante o Simpósio das Unimed do Estado de Minas Gerais (Suemg), ao programa 'Inclusão Digital', categoria Responsabilidade Social.
- Selo Unimed de Responsabilidade Social - Certificação anual concedida pela Unimed do Brasil às cooperativas que desenvolvem ações de caráter social.

ATENÇÃO À SAÚDE

- Prêmio Experiência de Sucesso 2006 - Concedido pela Federação das Unimed, durante o Simpósio das Unimed do Estado de Minas Gerais (Suemg), ao trabalho 'Auditoria em Saúde como ferramenta de gestão: utilização de submetas para melhoria da performance e mudança do foco na auditoria', categoria Gestão.
- Encontro Nacional de Recursos e Serviços Próprios 2006 - Promovido pela Central Nacional Unimed, o evento incluiu homenagem à Cooperativa pela acreditação com excelência do Hospital-Dia e Maternidade Unimed-BH.
- Prêmio de Marketing Unimed - Concedido pelo júri técnico convocado pela Unimed do Brasil à peça 'Cartilha do Cuidador', usada como material didático do programa de Monitoramento de Pacientes Portadores de Doenças Crônicas.

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

- XXIX Prêmio Colunistas - A Unimed-BH foi eleita anunciante do ano na Região Centro-Leste pelo conjunto de suas ações de comunicação, que tiveram caráter institucional e de apoio à estratégia comercial. A campanha comemorativa dos 35 anos da Cooperativa ganhou a medalha de prata e o hot site do Dia Mundial sem Tabaco conquistou a medalha de bronze na categoria Mídia Digital. A premiação é concedida pela Associação Brasileira dos Colunistas de Marketing e Propaganda (Abracomp).
- Prêmio A Força do Rádio - Concedido pelo Grupo dos Profissionais de Rádio de Minas Gerais ao comercial 'Bicalhinho', que integra a Campanha Unimed Solução Empresa, categoria Serviços.
- XXVIII Prêmio Profissionais do Ano - A Cooperativa foi finalista da região Leste-Oeste no prêmio instituído pela Rede Globo, com duas séries de comerciais da campanha Unimed Solução Empresa, veiculadas em 2005.
- VII Prêmio de Comunicação Cooperativista - Concedido pela Organização das Cooperativas do Estado de Minas Gerais (Ocemg) nas categorias Publicação (primeiro lugar para o 'Jornal do Cooperado'), Reportagem e Fotografia (segundo lugar) e Site (terceiro lugar).
- Prêmio Aberje 2006 - A Cooperativa foi finalista da premiação regional Minas Gerais na categoria Campanha de Comunicação de Marketing, com o case 'Unimed-BH 550 mil clientes: vem fazer parte também'.
- Prêmio de Marketing Unimed - Além de conquistar a premiação na categoria Peça Avulsa, a Unimed-BH foi finalista na categoria Campanha com Mídia TV, com as ações em comemoração a seus 35 anos de fundação.

cimento

Com vistas à manutenção da sustentabilidade, aliada a uma real contribuição para a qualidade de vida dos clientes, a Unimed-BH está desenvolvendo um novo modelo de atenção à saúde.

A busca de alternativas para o futuro tem pautado o mercado de saúde suplementar e a Unimed-BH decidiu assumir uma posição de liderança neste sentido.

A transição demográfica e epidemiológica da população coloca em xeque o atual modelo. Soma-se a isso o aumento de custo gerado pelo surgimento constante de novas tecnologias, nem sempre com o correspondente ganho de qualidade no atendimento ao cliente. Tudo isso tem levado a uma curva acentuada de evolução dos custos das operadoras de planos de saúde, incompatível com a já restrita capacidade de pagamento dos clientes.

O caminho encontrado pela Unimed-BH foi a adoção de um modelo de atenção baseado em uma linha de cuidado que alie promoção da saúde, prevenção de doenças e assistência médico-hospitalar. Para colocá-lo em prática, a Cooperativa precisa

da adesão de diversos públicos, em especial clientes, médicos e rede prestadora de serviços de saúde, e está trabalhando para aprofundar o relacionamento com esses grupos.

O avanço na implantação do novo modelo, até agora, tem acontecido a partir de iniciativas como os programas de atenção domiciliar, entre eles o Gerenciamento de Casos, e a oferta de ações de prevenção e promoção nas empresas clientes. O primeiro grande passo da mudança, no entanto, está sendo dado neste mês de março de 2007, com a inauguração do Centro de Promoção da Saúde (CPS).

O espaço terá atuação diferenciada, a ser posteriormente ampliada para os Núcleos de Atenção à Saúde da Cooperativa. Associando o atendimento da demanda espontânea à atenção ativa, o CPS se propõe a ser um articulador dentro do sistema, complementando o plano de cuidado dos clientes.

Em outras palavras, o CPS será um espaço de atenção à saúde, trabalhando estratégias de promoção, através de grupos programáticos e atenção multidisciplinar, e tendo por base os princípios da humanização e da integralidade do cuidado. O serviço oferecerá uma atenção organizada aos clientes que já tenham alguma doença instalada e desenvolverá ações de combate a fatores de risco como tabagismo e obesidade.

Uma das inovações do CPS será a utilização de protocolos de atendimento. A Unimed-BH tem hoje protocolos para risco cardiovascular, diabetes e asma infantil e outros estão em desenvolvimento. Entre suas definições está uma remuneração diferenciada sempre que o profissional tratar o cliente com base nas ações sugeridas. Assim sendo, a Cooperativa avança também na proposição de formas alternativas de remuneração.

Além de ampliar o campo de trabalho para os médicos, que passam a receber não apenas para curar, mas para manter os clientes saudáveis, as novas remunerações são fundamentais para a mudança efetiva do modelo. A Unimed-BH já tem iniciativas neste sentido, pagando diárias maiores para hospitais que tenham acreditação da ONA (Organização Nacional de Acreditação) e praticando remuneração por nível de cuidado em unidades neonatais.

O grande projeto de futuro da Cooperativa é, portanto, aprofundar na mudança do modelo de atenção à saúde dos clientes, expandindo as ações de promoção e prevenção, sem abrir mão do aprimoramento permanente da qualidade da assistência médico-hospitalar. Só assim poderá alcançar sua visão de ser referência como sistema sustentável de soluções em saúde até o ano de 2015 e assegurará sua sustentabilidade, trazendo mais segurança para cooperados e clientes.

