



ANS - nº 335690

TENDÊNCIAS PARA O FUTURO DA SAÚDE

ESTRATÉGIA + INOVAÇÃO = SOLUÇÕES INOVADORAS





Núcleo de Inovação Unimed Campinas | NIUC

Viviane Lourenço

Gustavo Silva

Thais Coelho

CONTEÚDO

Redação: Thaila Bahiense

Diagramação: Guilherme Dias

Revisão: Viviane Lourenço e Gustavo Silva

CONTATO

Av. Barão de Itapura, 1123 - CEP 13020-901

Botafogo | Campinas | São Paulo

www.unimedcampinas.com.br

Termos de Uso

Todas as informações e conteúdos presentes neste material são propriedade da Unimed Campinas. É vedada sua utilização para finalidades comerciais e publicitárias sem prévia autorização. Estão igualmente proibidas a reprodução, distribuição e divulgação, total ou parcial, dos textos, figuras, gráficos que compõem este ebook.



Deseja Falar conosco?
Basta encaminhar um e-mail para:
inovacao@unimed.com.br

Apresentação

Este e-book é uma iniciativa do Núcleo de Inovação Unimed Campinas (NIUC) em parceria com a Estratégia, cujo propósito é apresentar as principais tendências do futuro e do setor da saúde, para estimular a geração de ideias, soluções inovadoras e o pensamento estratégico dentro da Cooperativa.

O NIUC junto às áreas, atua, de modo a facilitar o processo de cocriação (colaboração) e aceleração de ideias, buscando o desenvolvimento de soluções inovadoras. Nosso objetivo principal é transformar a saúde das pessoas e ser referência em inovação e transformação digital no setor da saúde.



Portal PEUC

Acesse para ter mais referência sobre Tendências e Inovação



Viviane Lourenço

Coordenadora de Inovação e Transformação Digital | GPEI



Gustavo Silva

Analista de Inovação | GPEI



Thais Coelho

Analista de Estratégia | GPEI



Laísa Fonseca

Coordenadora de Projetos e Estratégia | GPEI

O time de inovação do NIUC é representado por pessoas que são apaixonadas por inovação. Para além de ser um dos valores do Planejamento Unimed Campinas (PEUC), a Inovação é uma grande estratégia para acompanharmos as mudanças do novo contexto e gerar transformações.

A inovação aplicada à saúde, que busca o provimento de serviços de alto desempenho e com custos competitivos é uma realidade, despontando como **forte tendência** nos curto e médio prazos, sobretudo frente à aceleração destacada pela crise na saúde, devido ao processo pandêmico (COVID-19) ¹.

Mas afinal, o que significa “Tendência”? Este termo tão em voga tem sido muito utilizado nas organizações como estratégia de inovação, considera:

“ aquilo que leva alguém a seguir um determinado caminho ou a agir de certa forma; predisposição, orientação, nova rota, antecipação para o desenho de novas soluções, propensão, remodelagem. ”

É justamente nesta perspectiva, que o NIUC, junto à área de Estratégia, visa demonstrar neste E-book digital, como podemos compreender e utilizar a ferramenta de tendências para gerar soluções inovadoras para o futuro da saúde e impulsionar o pensamento estratégico.

1. 13 Mckinsey. *Prioritizing health: A prescription for prosperity. Ten promising innovations*, julho 2020.

A presente ferramenta objetivou atrelar os temas de ataque do PEUC com diversos estudos de tendências mundiais e nacionais, demonstrando rotas de melhorias e inovações disruptivas ou incrementais para os nossos serviços próprios e áreas de negócios.

Relembramos que as tendências em inovação são dinâmicas e, portanto, se alteram em face do cenário externo, sobretudo em um mundo BANI (Brittle, Anxious, Nonlinear and Incomprehensible — Frágil, Ansioso, Não linear e Incompreensível), o que nos exige rápidas evoluções na área da saúde.

O NIUC possui um olhar de futuro sobre saúde e inovação, portanto navegue pelos temas de ataque e encontre vários insights para cocriarmos serviços inovadores e ferramentas que busquem a melhoria contínua de nossa cooperativa!

Fique por dentro do panorama do setor saúde, seu mercado e respectivas tendências, tudo em diálogo com os objetivos estratégicos do nosso PEUC, facilitando assim a geração de ideias para a criação de soluções inovadoras!

ESTRATÉGIA gera rota em diálogo com o PEUC + **INOVAÇÃO** gera e acelera ideias = **SOLUÇÕES INOVADORAS UNIMED CAMPINAS**

OS 8 TEMAS DE ATAQUE DO NOSSO PEUC

Tecnologia e inovação na entrega da saúde

Incorporação de novas tecnologias analíticas e inovação nos modelos de atenção e processos internos.

Ampliação do portfólio de produtos e novos negócios

Soluções competitivas e inovadoras.

Engajamento e qualificação dos cooperados

Valorização e compromisso com o resultado.

Gestão de saúde populacional

Foco na prevenção e não na doença. Com o fortalecimento da coordenação do cuidado e gerenciamento de crônicos.



Fortalecimento dos serviços próprios

Maior integração e controle dos custos e busca contínua pela qualidade assistencial. Investimentos da nossa rede própria de expansão em serviços estratégicos.

Fortalecimento de governança corporativa e compliance

Buscar agilidade, transparência e redução do conflito de interesse.

Foco na experiência do cliente

Jornada assistencial e de atendimento.

Novos modelos de remuneração

Gestão de rede com foco em geração de valor para a sociedade.

SUMÁRIO

.01 INTRODUÇÃO
Página 9

.02 PANORAMA DO SETOR
Página 12

.03 MERCADO
Página 28

.04 TENDÊNCIAS
Página 49

.05 CONCLUSÃO
Página 72

.06 GLOSSÁRIO
Página 75

NAVEGAÇÃO

Cada página mostra os **Temas de Ataque** que ela aborda, para navegar por eles **clique** nos itens na margem superior.



A qualquer momento, **clique** no logo do Unimed no canto inferior **para voltar a esta página.**



NAVEGUE PELOS TEMAS DE ATAQUE

8 temas de ataque do PEUC



AMPLIAÇÃO DO PORTFÓLIO DE PRODUTOS E NOVOS NEGÓCIOS

PANORAMA GERAL

14 16 17 19 20 21 23 24 26

MERCADO

31 33 35 39 41 43 45 47

TENDÊNCIAS

51



FORTALECIMENTO DOS SERVIÇOS PRÓPRIOS

PANORAMA GERAL

14 16 17 19 20 21 23 24 26

MERCADO

33 37 39 41 43 45

TENDÊNCIAS

51 52 53 54 55 58 60 61 66 68 69



TECNOLOGIA E INOVAÇÃO NA ENTREGA DA SAÚDE

PANORAMA GERAL

14 16 17 19 20 21 23 24 26

MERCADO

31 33 35 37 43 45 47

TENDÊNCIAS

51 52 53 54 55 58 60 62



GESTÃO DE SAÚDE POPULACIONAL

PANORAMA GERAL

15 17 19 20 21 23 24 26

MERCADO

37 45

TENDÊNCIAS

52 53 62 66 69

NAVEGUE PELOS TEMAS DE ATAQUE

8 temas de ataque do PEUC



FOCO NA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

PANORAMA GERAL

15 17 20 21 23 24 33

MERCADO

35 39 43 45 47

TENDÊNCIAS

51 52 53 54 55 58 60 61 62 66 69



FORTALECIMENTO DA GOVERNANÇA CORPORATIVA E COMPLIANCE

PANORAMA GERAL

19 20 21

MERCADO

37

TENDÊNCIAS

54 62 67 68 69



ENGAJAMENTO E QUALIFICAÇÃO DO COOPERADOS

TENDÊNCIAS

62 66 67



NOVOS MODELOS DE REMUNERAÇÃO

TENDÊNCIAS

66 67

INTRODUÇÃO



Não podemos olhar para o principal objetivo do planejamento estratégico da Unimed - “Ser a primeira escolha dos clientes em soluções de Saúde” - datado para o período de 2018 a 2022, sem encarar os obstáculos que apareceram neste meio tempo.

A partir do início da Pandemia do *covid-19*, os novos hábitos e necessidades das pessoas escancararam a urgência de empresas do setor de saúde adaptar-se e reinventar-se em tempo recorde.

No Brasil, em relação à saúde suplementar, o saldo foi positivo. De acordo com estudo realizado pelo Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS) em abril de 2021, 92% dos beneficiários de planos de saúde avaliaram como “muito bom” e “bom” os atendimentos recebidos em casos de covid-19. Além disso, **possuir um plano de saúde tornou-se um dos principais desejos dos brasileiros**, após aquisição da casa própria e acesso à educação.

O cenário parece um pouco mais estável na virada para 2021

com a diminuição da taxa de sinistralidade e a chegada da vacina. Mas existem pontos que necessitam de atenção como a sobrecarga na retomada de procedimentos eletivos, o aumento da inflação, o que impacta diretamente em custos, e a escassez de insumos.

Contudo, é preciso considerar principalmente os **desafios pós pandemia que não são situacionais, mas vieram para ficar**, como:

- tendência de aumento do custo assistencial;
- fornecimento de serviços *on demand*, disponíveis às pessoas como, onde e quando elas escolherem;
- necessidade de alinhamento com objetivos sustentáveis, sociais e de governança (ESG);
- inovação tecnológica;
- segurança de dados; dentre outros.

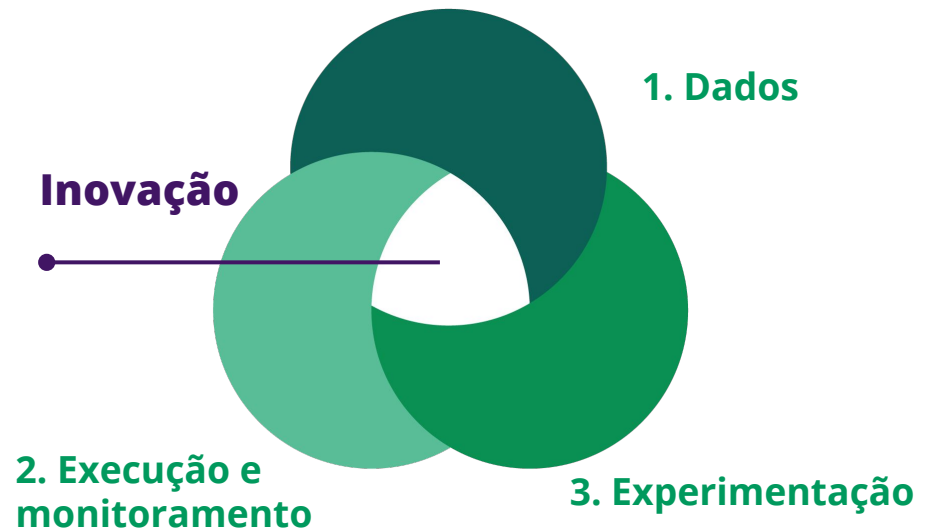
Alinhado a esses objetivos, tivemos um “boom” de Healtechs, empresas e startups que utilizam a tecnologia como ferramenta para criar produtos e serviços escaláveis.

O primeiro trimestre de 2021 movimentou 1400% a mais do que o que era investido há 10 anos. Tecnologia parece a bola da vez, mas não devemos esquecer que inovação trata-se de entender pessoas e tomar decisões estratégicas.

“ Ferramentas tecnológicas podem ajudar os estrategistas a experimentar teorias estratégicas, testar a validade pressupostos e prováveis resultados. ”

- Joseph Fuller, Professor de Harvard Business School para Deloitte 2021.

Consolidar presença no mercado sempre foi um desafio, mas agora, mais do que nunca, é essencial estar atento para seguir avançando em meio a tantas mudanças. O pensamento estratégico implica justamente em entender o cenário do jogo para saber quais movimentos realizar. Por isso, precisamos levantar, através de uma visão 360°, informações sobre economia, mercado, consumidores e tendências para traçar planos de ação e entender como podemos nos diferenciar.



O objetivo deste é ebook é munir pessoas com dados para estimular iniciativas inovadoras para cada um dos temas de ataque do PEUC e, assim, alcançar a visão de ser a primeira escolha dos clientes em soluções de Saúde.

PANORAMA DO SETOR





A pandemia trouxe a necessidade urgente de inovar no setor de saúde. Com isso, vimos um grande surgimento de empresas que usam tecnologia para resolver problemas relacionados à saúde das pessoas, são as *Healthtechs*. Essas empresas captaram níveis recorde de investimentos no Brasil e movimentaram o mercado no último ano e em 2021.

INVESTIMENTOS

1. Reaquecimento Mercado em 2021;
2. Houve descentralização dos investimentos pelo mundo, mas não no Brasil;
3. Cresce o número de Fusões e Aquisições de Startups por grandes empresas;
4. Critérios qualitativos guiam a preferência de investimentos em saúde e inovação.

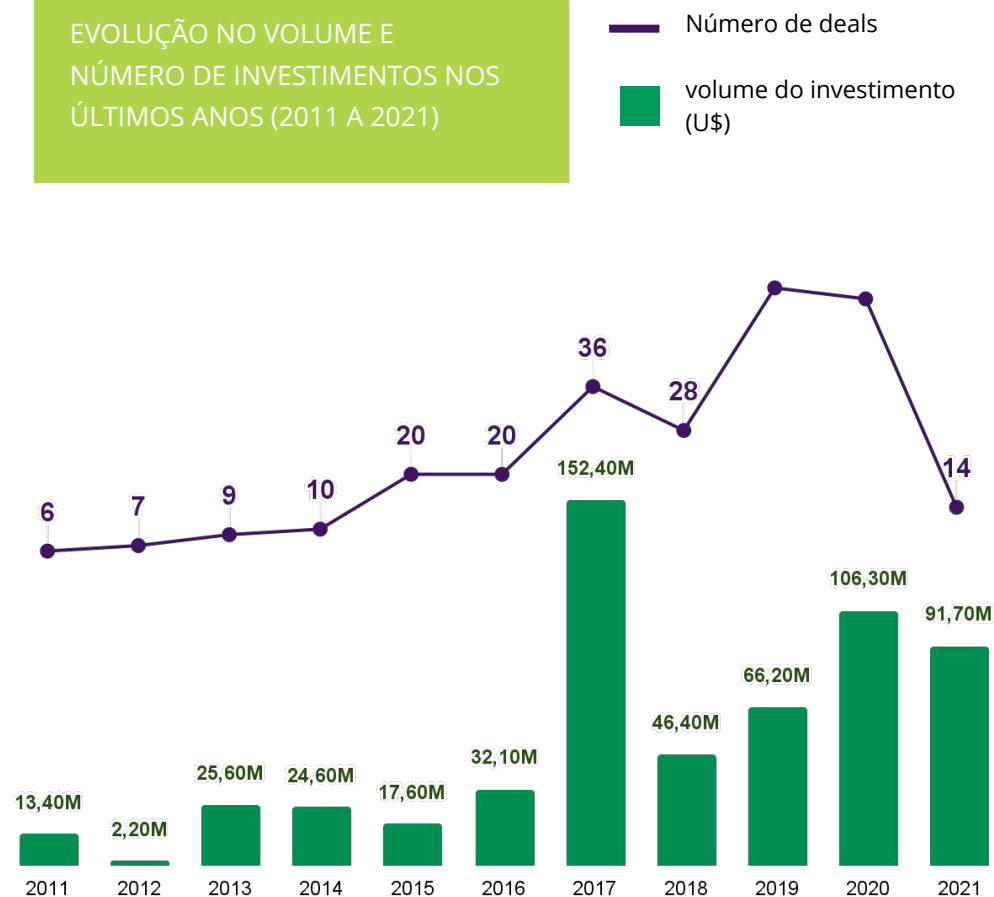
O ano de 2021 é marcado pelo reaquecimento do mercado de saúde e inovação

Após a crise econômica que o mundo enfrentou, 2020 mostrou-se como o melhor ano do mercado de investimentos brasileiro. Houve um volume de investimentos 17% maior que em 2019. Mais de US\$105,7 milhões foram investidos em *Healthtechs* em 2020.

O ano de 2021 parece ser ainda mais promissor. **O 1.º bimestre de 2021 movimentou 1400% a mais do que era investido há 10 anos no Brasil.** As *Healthtechs* destacam-se como o 6.º setor que mais recebeu investimentos em 2021, tendo recebido já US\$93,6 milhões até março.

As principais razões da guinada econômica foram: taxa de juros baixa, o que faz com que investidores tomem mais riscos; *startups* e negócios mais maduros, com produtos robustos e teses validadas, portanto, capazes de captar investimentos maiores; necessidade de escancarada pela pandemia de inovar no setor de saúde.

EVOLUÇÃO NO VOLUME E NÚMERO DE INVESTIMENTOS NOS ÚLTIMOS ANOS (2011 A 2021)



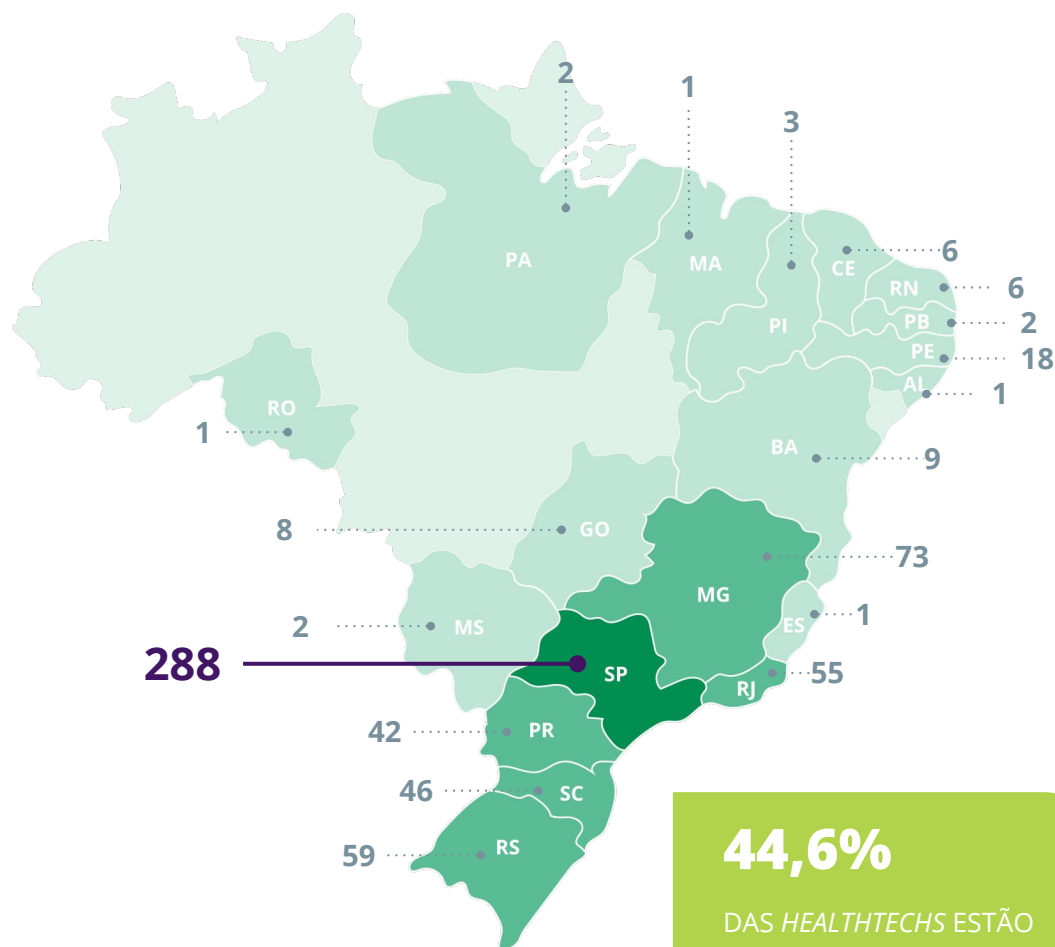
Houve uma descentralização de investimentos em negócios inovadores pelo mundo, mas não no Brasil

Mundialmente, estamos vivendo um movimento conhecido como dissociação entre capital de investimento e geografia. Em 20 anos, passamos de 20% para 62% de capital de risco impulsionando empresas de fora dos EUA. Só em 2020, foram investidos US\$ 3,5 bilhões de dólares em empresas promissoras brasileiras.

Contudo, no Brasil, esses investimentos ainda ficam concentrados no mesmo lugar. Hoje, o ecossistema paulista concentra cerca de 80% dos investimentos. **As regiões norte e nordeste têm oportunidades de mercado e carências de saúde, mas poucas pessoas estão olhando para lá.**

Além disso, apesar do reaquecimento do mercado, ainda estamos engatinhando em relação à participação de investimentos em *venture capital* no PIB se comparado a países como China e Estados Unidos.

Fonte: Distrito



44,6%

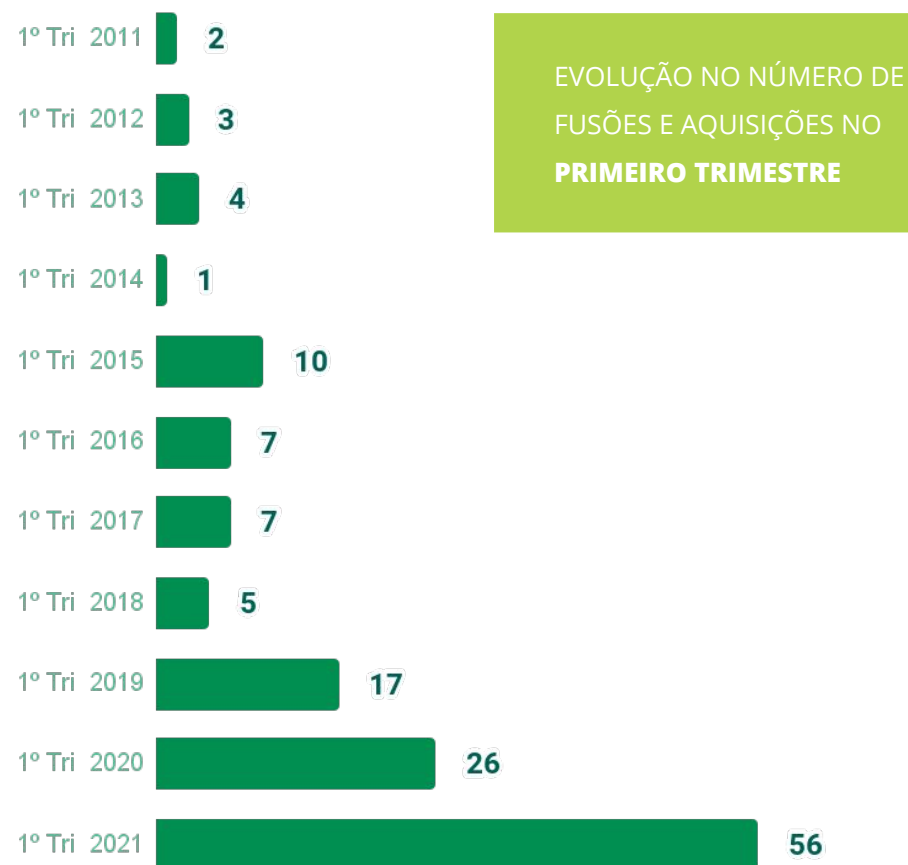
DAS HEALTHTECHS ESTÃO LOCALIZADAS NO ESTADO DE SÃO PAULO.

Cresce o número de fusões e aquisição de *startups* por outras empresas

O primeiro trimestre de 2021 foi o mais movimentado da história para fusões e aquisições, as chamadas *M&As*. Essas operações são praticadas principalmente por empresas que buscam **modernizar operações e soluções através da aquisição de *startups*, encontrando times maduros, produtos e serviços validados.**

Em 2020 as operações foram protagonizadas por empresas como Locaweb, Magazine Luiza e Via Varejo. Em 2021, vemos uma tendência ainda maior para fusões e aquisições ocorrerem.

Com a baixa da taxa de juros básica, há maior incentivo a tomar mais risco para obter melhores rendimentos. Além disso, com a pandemia muitas empresas viram seu caixa reduzido e tiveram que enxugar sua estrutura. Essa dificuldade que muitas *startups* tiveram com o caixa foi um dos fatores que estimularam a compra e venda de *startups* nas transações de *M&As* baterem recorde.



Critérios qualitativos guiam a nova preferência de investimentos em saúde

Se recentemente fatores relacionados a faturamento eram determinantes para captação de investimentos em negócios, hoje o cenário já se mostra um pouco diferente. Não que lucratividade tenha perdido a importância, mas agora negócios com impactos sociais, ambientais e propósitos bem definidos têm ganhado cena no Brasil e no mundo.

Startups que corroboram com a visão de saúde integrativa, voltadas para **medicina preventiva, geriatria, saúde mental e com foco na jornada do usuário**, têm se destacado.

Em 2020 a operadora de Saúde SAMI, cujo o lema “*you are the person, and it is like that people see you*”, foi a *startup* que recebeu maior investimento dentre as *Healthtechs*, por exemplo.

Com a pandemia, ganhou força a ideia de que tecnologia

é uma ferramenta para resolver problemas de pessoas, por isso **propósito e impacto ganharam muita relevância**.

Empresas investidoras têm focado em novos critérios. A Vox, por exemplo, considera o impacto da solução em todo o ecossistema de saúde. A Ilove escolhe apostar principalmente na senioridade dos times, buscando projetos em universidades para desenvolver empresas. Outros investidores, como a Positive ventures, tomam como base o grau de impacto de acordo com parâmetros como os **17 objetivos de sustentabilidade da ONU**.

Existe também um consenso mundial para mensurar negócios de impacto que é o utilizado por vários *stakeholders* do mercado: o IMP (*Impact Management Project*). Este critério é dividido em 5 dimensões (*What, Who, How much, Contribution, Risk*), é uma ferramenta que permite medir os riscos de gerar uma externalidade negativa, o que é o impacto,



Especialmente com a pandemia, o setor de saúde enfrenta hoje diversos desafios para se desenvolver. Trouxemos aqui um dos principais pontos de atenção para que a Unimed possa alcançar seu objetivo principal de ser líder de mercado.

DESAFIOS

1. A legislação brasileira apresenta obstáculos para novas tecnologias e negócios de saúde, especialmente atrelados à telemedicina;
2. É preciso ir além da adequação às normas, como a LGPD, segurança de dados é um debate em construção;
3. Falta de integração de dados, infraestrutura tecnológica e acessibilidade dificultam a transformação digital.

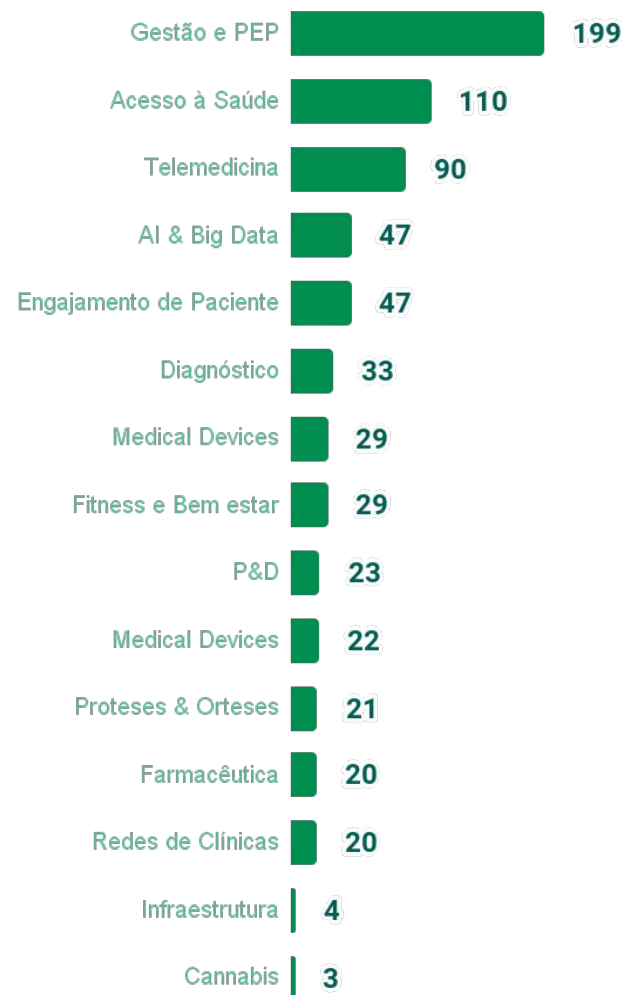
A legislação brasileira apresenta obstáculos para as novas tecnologias e negócios

Se por um lado o cenário de inovação no Brasil tem deslanchado, por outro, existem obstáculos que podem dificultar o desenvolvimento de novos produtos e serviços no mercado de saúde. Atualmente temos diversos desafios na parte de infraestrutura do ecossistema, na parte de legislação, fiscal e trabalhista.

No Brasil, **todas as movimentações na indústria da saúde são limitadas a um setor fortemente regulado. A Lei nº 9.656/1998**, que regulamenta a operação de planos de saúde no Brasil

A telemedicina, por exemplo, que só depois da pandemia pode ser executada no Brasil, ainda não foi definitivamente aprovada, mesmo já sendo um dos principais serviços prestados por *Healthtechs* no país.

De acordo com relatório da Distrito, no começo de 2021 telemedicina passou a ser a quarta categoria de serviços com mais *Startups* no Brasil, representando 10,7% do ecossistema. Contudo, por mais que o cenário pareça promissor, ainda não podemos considerar o caminho livre.



697

HEALTHTECHS
DIVISÃO POR
CATEGORIA

É preciso ir além da Lei Geral de proteção à dados

Quando falamos de tecnologias aplicadas à saúde, especialmente das relacionadas à telemedicina, um dos principais desafios é a proteção de dados sensíveis.

É necessário que as empresas estabeleçam uma estrutura de governança robusta para apoiar a gestão de mudanças e uma cultura de transformação digital, incluindo clareza sobre a propriedade de dados, segurança, consentimento e educação do paciente

Novas tecnologias como *IOT*, dispositivos que permitem monitorar informações de saúde das pessoas no cotidiano, usados principalmente em medicina preventiva e telemedicina, geram muitos dados sensíveis.

Dessa forma, **é imprescindível ter não apenas uma boa governança de dados, como estar a par do debate sobre segurança de dados no Brasil e no mundo.**

De acordo com um estudo de tendências da Wunderman Thompson, segurança digital já é considerada um dos pilares de bem-estar para as pessoas.

“ Privacidade é uma das aquelas questões que estão constantemente zumbindo no fundo da mente das pessoas, que, ao longo do tempo, pode ser tão, senão mais, prejudicial à sua psique quanto grandes picos de ansiedade. ”

- Joe Toscano, fundador e diretor da Beacon para Wunderman Thompson 2021.

Falta de integração de dados, infraestrutura tecnológica e acessibilidade dificultam a transformação digital

A pandemia deixou claro, a partir do colapso da quantidade de leitos ocupados, a necessidade de velocidade para gerir dados, criar escala, processar informações e gerir recursos.

Mas isso não é um problema recente, apesar de ter ficado em evidência nos últimos tempos. A gestão da jornada do paciente e da saúde é um grande problema mundial.

O grande desafio de hoje para todo o sistema de saúde e hospitais é **ter o histórico completo do paciente: prontuário, onde foi atendido, quando esteve no hospital, em quais hospitais foi atendido, etc.**

Tecnologias que melhorem o gerenciamento e aumentem a eficiência podem ser grandes aliadas nessa questão, conforme auxiliam organizações de saúde a entender melhor seus dados e a usarem as informações vinda deles para entregar melhores resultados.

Não é atoa que Gestão de PEP é a categoria de serviços que mais concentra *Healthtechs* no Brasil, até março de 2021 já eram 199 *startups*. Gestão e PEP equivale à transformação digital de processos administrativos, como a adoção de prontuários eletrônicos.

Contudo, embora existam hoje serviços promissores no mercado, para uma transformação digital completa ainda existem diversos desafios como:

- integração de sistemas (inclusive entre o sistema público e privado);
- maior infraestrutura tecnológica;
- acessibilidade das instituições e pacientes à tecnologia.

Esses **são os principais desafios para a Gestão de saúde populacional ser eficaz, inclusive**. Os dados precisam estar disponíveis de forma limpa e segura para que médicos e gestores públicos e privados consigam analisar a saúde populacional como um todo e não só o indivíduo.



Tanto quanto mudanças econômicas e tecnológicas, é preciso estar atento ao comportamento dos consumidores. Afinal, os comportamentos foram bastante afetados pela pandemia do *covid-19* e continuam mudando ao longo tempo e das gerações.

CONSUMIDORES

1. Mais de 70% da população brasileira não possui plano de saúde;
2. Até 2025 o Brasil será o sexto país com maior número de idosos no mundo;
3. O consumo de produtos e serviços digitais já é uma realidade.

Mais de 70% da população brasileira não possui plano de saúde

No Brasil, quase 160 milhões de brasileiros não têm acesso a planos de saúde. A maior parte dos não beneficiários encontra-se nas regiões norte e nordeste, mercados ainda poucos explorados.

Além disso, nos últimos 5 anos, quase 4 milhões de brasileiros perderam benefícios. Como se não bastasse, a previsão de alta nos valores dos planos de saúde para 2021 pode levar a uma nova onda de evasão, considerando que ainda vivemos em meio a uma crise econômica e muitas pessoas não terão condições financeiras de manter seus planos de saúde. A questão principal que devemos pensar é: para onde vão essas pessoas?

Para boa parte da população os planos de saúde são opções caras, mais ainda “itens” de desejo. Para atender à grande parcela da população que ainda não tem acesso, é preciso redesenhar o mercado. Olhando para fora, existem outros formatos assistenciais, como seguros de saúde,

sistema bem mais popular nos EUA do que no Brasil. Mas entender melhor sobre anseios populacionais para idealizar formatos inovadores, pode ser um caminho interessante. Afinal estamos falando de nada menos do que 70% da população brasileira.

Pelas iniciativas e movimentos apresentados, notamos que o mercado de planos de saúde tende a abraçar o digital. Portanto, digitalizar-se não será mais um diferencial, mas o comum. O real diferencial virá de como as operadoras farão este movimento.

“ Vamos começar a ver algo acontecendo - não necessariamente novos planos de saúde surgindo, mas soluções que tragam pacotes de benefícios. ”

- Cristiano Teodoro Russo, coordenador da aceleradora HOTMILK para Distrito 2021.

Até 2025 o Brasil será o 6.º país com maior número de idosos

Segundo a Associação Nacional de Hospitais Privados (Anahp), cerca de **20% do investimento em saúde suplementar no Brasil é desperdiçado**. No caso dos planos de saúde, é importante ter em mente que o custo tende a aumentar conforme os usuários envelhecem.

Conforme dados da Organização das Nações Unidas (ONU), em 2050, a expectativa de vida nos países desenvolvidos será de 87,5 anos para os homens e 92,5 para as mulheres (contra 70,6 e 78,4 anos em 1998).

Já são 705 milhões de pessoas acima de 65 anos contra 680 milhões entre zero e quatro anos. O Brasil, até 2025, será o sexto país com o maior número de pessoas idosas, segundo dados da OMS.

Mas os obstáculos apresentam-se não apenas para as operadoras de saúde, é uma via de mão dupla. Sabemos que a utilização do sistema de saúde, em geral, aumenta

substancialmente a partir dos 60 anos. Pessoas idosas são **responsáveis por cerca de 8,1 milhões de consultas médicas a cada ano**. Mas os custos dos planos de saúde tradicionais realmente podem ser proibitivos para a terceira idade, que tem sua renda diminuída após a aposentadoria: a conta não fecha!

Existem mais idosos no mundo do que crianças pequenas

São **705 milhões** de pessoas acima de 65 anos contra 680 milhões entre zero e quatro anos.

Pela 1ª vez, temos **mais avós do que netos**.

Fonte: Distrito 2021

Além disso, as operadoras em geral têm dificuldade em ajudar as pessoas a melhorarem sua saúde e oferecer cuidados preventivos.

É preciso levantar dados sobre a população para que a operadora conheça suas principais demandas e, então, proponha soluções personalizadas para cada grupo.

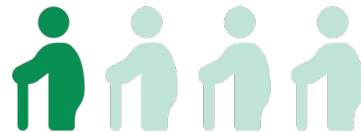
Existem padrões identificáveis para pensarmos em soluções escaláveis? Hoje sabemos que boa parte dos problemas que acometem idosos são crônicos, além disso, doenças de saúde como infecções do trato urinário (ITU) são bastantes comuns, assim como

acidentes decorrentes de quedas:

Muitas operadoras não estão preparadas para oferecer soluções específicas para pessoas da terceira idade, por isso empresas que agem neste sentido têm se destacado tanto.

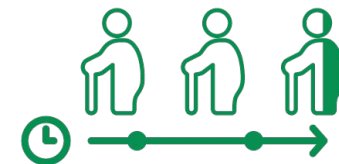
É preciso **implementar ações de orientação para que as pessoas antecipem os problemas**, desenvolvendo hábitos mais saudáveis que evitem o surgimento ou agravamento de um quadro clínico.

Um em cada quatro americanos com 65 anos ou mais, cai a cada ano



Fonte: National Council on Aging

A cada 19 minutos um adulto mais velho morre devido a uma queda.



O consumo de produtos e serviços digitais já é uma realidade

O setor da saúde está começando a digitalizar-se agora, com a telemedicina, transformação digital nos consultórios e novas tecnologias, mas para os consumidores, isso não mais tão disruptivo. Os brasileiros, que já eram grandes adeptos de tecnologias há alguns anos, com a pandemia intensificaram o uso. Contactar médicos por mensagens de *WhatsApp*, agendar consultas e procedimentos digitalmente, consumir conteúdos em redes sociais e realizar teleconsultas são comportamentos que vieram para ficar.

Um estudo da Deloitte indica que houve um aumento da adoção de interações virtuais (telemedicina) – **80% dos usuários estão propensos a fazer consultas virtuais mesmo pós Covid-19.**

O Brasil é a 9ª economia do planeta com a 4ª maior população mundial de usuários de internet e telefones celulares, apresentando altíssimos níveis de engajamento o que nos leva ao posto de segundo maior usuário de mídias sociais. Isso por si só demonstra o tamanho de potencial de mercado para tecnologia e inovação.

80%

Dos consumidores usam redes sociais para se comunicar com marcas.

- *Adweek, 2016*

54%

Dos clientes preferem canais mensagens nas redes sociais em vez de atendimento por telefone e-mail.

- *Forrester, 2019.*

Os consumidores utilizam em média 7 CANAIS DIFERENTES para se comunicarem com as marca.

- *Paw Research Center, 2018.*

Em síntese, **a mudança já ocorreu, cabe agora às operadoras, hospitais, consultórios médicos e empresas do setor, otimizar os processos de transformação digital de forma estratégica, utilizando a tecnologias como ferramentas.**

SAIBA MAIS



Custo da Saúde Suplementar

Impacto do envelhecimento sobre as despesas assistenciais nos próximos anos. Ler mais.

[Ler mais.](#)



M&A como Estratégia

Como fusões e aquisições podem garantir objetivos de longo prazo.

[Ler mais.](#)



Regulamentações da saúde

ANS disponibiliza painel dinâmico sobre legislação dos setor de saúde.

[Ler mais.](#)

MERCADO



Muitas vezes, líderes sucumbem ao pensamento mágico de que se investirmos em tecnologia, ela resolverá todos esses outros problemas. Mas, na verdade, novas ferramentas tecnológicas podem ajudar os estrategistas a experimentar teorias estratégicas, testar a validade dos pressupostos e prováveis resultados.

Hoje, **todos têm acesso a tecnologias semelhantes, mas é a forma de usar que faz a diferença competitiva.** Mas com tantas opções é difícil saber em qual apostar, as escolhas de tecnologia tornaram-se muito mais numerosas e intrincadas

Competir em um mundo cada vez mais complexo, não só as estratégias estão se tornando mais digitais, como também o processo de desenvolvimento e execução de estratégias e monitoramento de resultados.

Para dar mais clareza, neste capítulo trouxemos um apanhado geral das principais áreas de *Healthtechs* atuantes no Brasil com cases para ilustrar e inspirar.

Estratégia

Fonte: report Deloitte

Testar rapidamente potenciais resultados de escolhas estratégicas e priorizar incertezas críticas

Cabe aos líderes descobrir um novo futuro, caso contrário, será determinado para eles.

Testar escolhas estratégicas



Identificar forças estratégicas

- Observar mudanças na sociedade, tecnologia, política, economia, meio ambiente e regulamentação.
- Ficar atento a tendências em produtos/serviços, operações, base de ativos, custos e branding.
- Mudanças na dinâmica do setor, expectativas do cliente, movimentos do concorrente e comportamentos das partes interessadas, atitudes e emoções.

Monitorar a execução da estratégia

- As tecnologias de análise acompanham continuamente os resultados internos e externos para informar discussões e decisões de liderança contínuas sobre o desempenho da estratégia.



Hoje, no Brasil, existem cerca de 47 *startups* mapeadas nesta categoria de acordo com a Distrito, cerca de 6% das *healthtechs*.

AI & BIG DATA

1. **AI e Robótica:** Empresas com soluções de inteligência artificial para realização de diagnóstico, apoio na tomada de decisão e soluções robóticas para atendimento remoto e próteses.;
2. **Big Data e Analytics:** Empresas que agregam e analisam altos volumes de dados para aplicações voltadas à área da saúde;



A NeuralMed é uma *startup* de saúde que trabalha com inteligência artificial para imagens e textos médicos - facilitando e aumentando a eficiência dos diagnósticos médicos.

Uma das motivações da empresa nasce do fato de que a quantidade de exames de imagem têm aumentado a uma taxa muito maior do que a formação de especialistas em radiologia capazes de interpretá-los - ao mesmo tempo em que o valor do reembolso dos exames tem caído mais do que os custos.

A ideia para solucionar esse problema foi trazer a Inteligência Artificial como uma ferramenta para radiologistas e generalistas, auxiliando-os nos diagnósticos e diminuindo tempo e custos envolvidos na jornada do paciente.

A *startup* se propõe a trazer ferramentas de imagens e textos médicos com *deep learning*, fazendo com que a tecnologia ajude a equipe médica a ser mais eficiente e assertiva no fluxo do dia-a-dia.

NeuralMed

Tipo: Inteligência Artificial (AI)

Ano de fundação: 2018

Localização: São Paulo

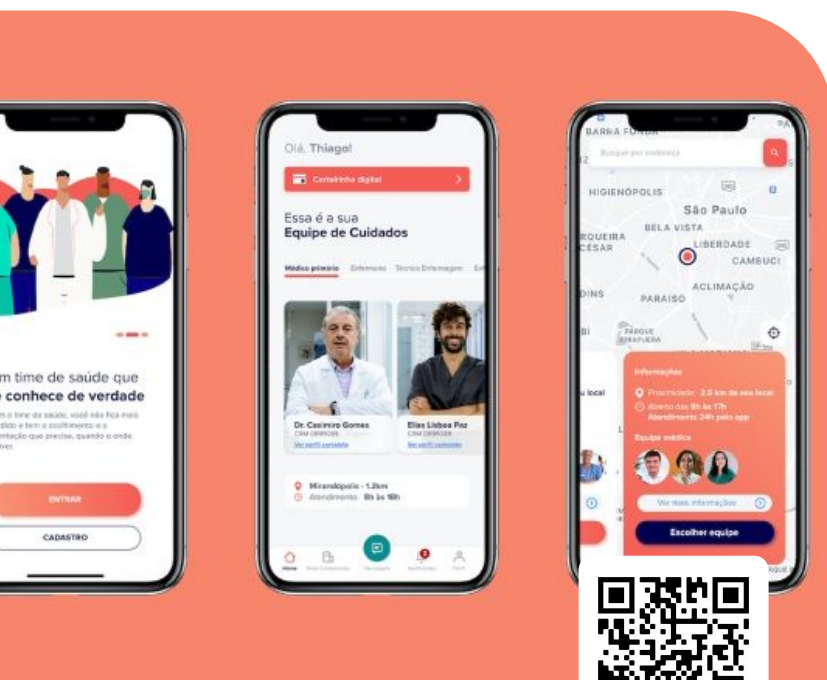
[Site](#)



Hoje, no Brasil, existem cerca de 124 *startups* mapeadas nesta categoria de acordo com a Distrito, cerca de 16% das *healthtechs*.

ACESSO À INFORMAÇÃO

1. **Operadoras de Saúde:** Empresas que realizam a venda, oferta ou cotação de planos de saúde;
2. **Portais de Informação:** Aplicativos e portais que oferecem conteúdos informativos sobre saúde pública, medicamentos, acesso a equipamentos públicos, prevenção de doenças crônicas;
3. **Fitness e Bem-estar** Soluções que facilitam a adoção de um estilo de vida mais saudável através da oferta de produtos e serviços de alimentação saudável, exercício, bem-estar



A *healthtech* com maior aporte em 2020 foi a Sami, recebendo um investimento de US\$ 15.5M de 3 fundos: Valor Capital Group, Monashees e Redpoint eventures. A *startup* inicialmente operava como uma solução de inteligência, baseada em dados, para a saúde suplementar - porém, recebeu o aporte para passar a competir no mercado de planos de saúde digitais.

A proposta da Sami é ser mais do que apenas uma operadora e partir de prevenção e atenção primária, conseguir baratear seus custos e, por consequência, criar planos mais acessíveis.

Esse modelo, apesar de novo no Brasil, é semelhante ao da Oscar Health, um *unicórnio* dos EUA que já captou US\$ 1.5B. Os reflexos do investimento já são claros na empresa, que teve um aumento de 64% no quadro de funcionários nos últimos 6 meses, chegando a 133 com apenas 3 anos de operação.

Sami

Tipo: Plano de Saúde

Ano de fundação: 2018

Localização: São Paulo

[Site](#)



Hoje, no Brasil, existem cerca de 20 *startups* farmacêuticas e 33 que atuam com diagnósticos mapeadas de acordo com a Distrito, juntas, representam cerca de 7% das *healthtechs*.

FARMACÊUTICA E DIAGNÓSTICA

1. **Exames:** Tecnologias para realização de exames de diagnóstico de doenças e medição de resultados clínicos (não inclui empresas utilizando inteligência artificial);
2. **Genômica:** Empresas que produzem ou utilizam dados sobre o genoma humano para diagnóstico, tratamento e prevenção de doenças;
3. **Pesquisa:** Ferramentas e técnicas de testes e descoberta de novos medicamentos;
4. **E-commerce:** Soluções para compra e entrega de remédios sem prescrição, vitaminas, suplementos e produtos de cuidado pessoal em domicílio, incluindo serviços de assinatura.



A Hi Technologies é uma *healthtech* referência quanto a testes laboratoriais remotos com valores abaixo do mercado. As 20 opções de testes são ofertadas por meio de um dispositivo que é oferecido em comodato para parceiros como redes farmacêuticas e estes definem um combo com os exames de preferência - desse modo, cada parceiro pode “personalizar” o modelo de negócio. A informação do exame é enviada para o laboratório clínico da Hilab que, então, faz a análise do resultado e devolve via email ou celular para o paciente em até 30 minutos.

Somente no ano de 2020, já foram feitos mais de 2 milhões de testes - com um crescimento de 50x em número de pacientes. No caso da *Covid-19*, como um exame sorológico demora normalmente 24h e a solução da *startup* tem um resultado em 30 minutos, é possível dizer que **o dispositivo economizou mais de 2682 anos de tempo dos pacientes.**

Recentemente, a startup anunciou o seu mais novo dispositivo: o Hilab Molecular, que é um equipamento que realiza técnicas como PCR e outras, sendo capaz de detectar o coronavírus ainda nos primeiros dias de infecção.

Hilab

Tipo: Exames

Ano de fundação: 2004

Localização: São Curitiba

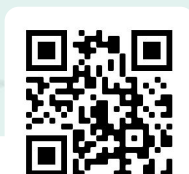
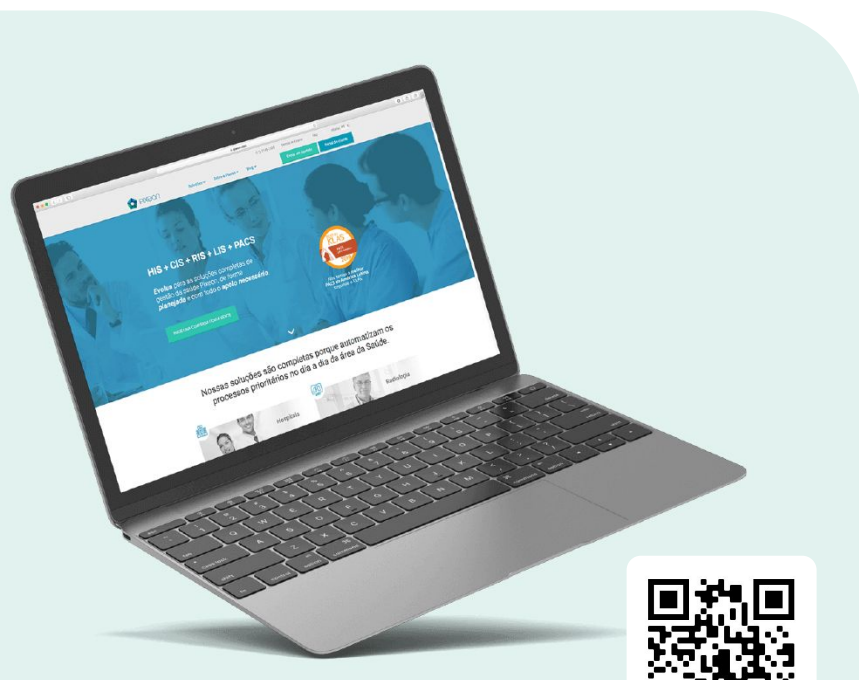
[Site](#)



Hoje, no Brasil, existem cerca de 199 *startups* mapeadas nesta categoria de acordo com a Distrito. É, em disparado, a categoria com maior número de empresas, representam cerca de 29% das *healthtechs*.

GESTÃO E PEP

- 1. Prontuário Eletrônico:** Serviços que criam e gerenciam prontuários eletrônicos para aumentar a eficiência e eficácia dos atendimentos de saúde;
- 2. Gestão Clínica:** Serviços para clínicas e consultórios particulares que facilitam a gestão e atendimento de profissionais de saúde, tais como agendamento, controle de fluxo de caixa, etc;
- 3. Gestão hospitalar:** Serviços para aumento da eficiência e controle de procedimentos médicos fora do atendimento incluindo controle de escalas, reembolso de seguros, coordenação de fluxos.



A Pixeon oferece de Prontuário Eletrônico (PEP) para Hospitais, Clínicas e consultórios. O PEP eletrônico, ou prontuário eletrônico, é uma ferramenta integrada que garante ao médico a visualização automática dos laudos emitidos, além de gráficos e histórico do paciente.

Elimina-se o prontuário físico, o que gera economia de papel e evita erros e trocas que acontecem com a versão física. Torna o contato com a recepção muito mais dinâmico e otimiza o fluxo de trabalho. Permite o acesso remoto de qualquer lugar, o que facilita o diagnóstico ou a análise de um prontuário em um caso urgente. Médicos têm mais flexibilidade e facilidade em tratar seus pacientes.

Além do PEP, a Pixeon oferece plataforma de Gestão financeira e automatização da jornada do paciente como serviços de agendamento, pedido de exames, e assinatura digital.

Pixeon

Tipo: Gestão e Prontuários Eletrônicos

Ano de fundação: 2012

Localização: Florianópolis

[Site](#)



Hoje, no Brasil, existem cerca de 101 *startups* mapeadas nesta categoria de acordo com a Distrito, cerca de 13% das *healthtechs*.

MARKETPLACE

1. **Oferta própria:** Plataformas que agregam profissionais e serviços de saúde com padronização de serviços e garantia da qualidade;
2. **Oferta de terceiros:** Plataformas que agregam profissionais e serviços de saúde, atuando somente como intermediário na transação;
3. **Clínica populares:** Redes de clínicas com preços acessíveis para consultas e realização de exames.



dr.consulta

O Dr.consulta é uma rede de centros médicos que oferece consultas médicas, exames e serviços de saúde utilizando as tecnologias de gestão para entregar medicina de qualidade a preços acessíveis à população.

Além de praticar preços populares, a aposta do negócio é disponibilizar fácil acesso a atendimentos presenciais: “Temos 45 centros médicos perto dos metrô, em shoppings ou nas principais avenidas. Você provavelmente já passou por um dr.consulta pelo caminho.” Até 2018 a *Startup* já contava com 45 centros médicos que atendem 61 especialidades e 2.000 tipos de exames.

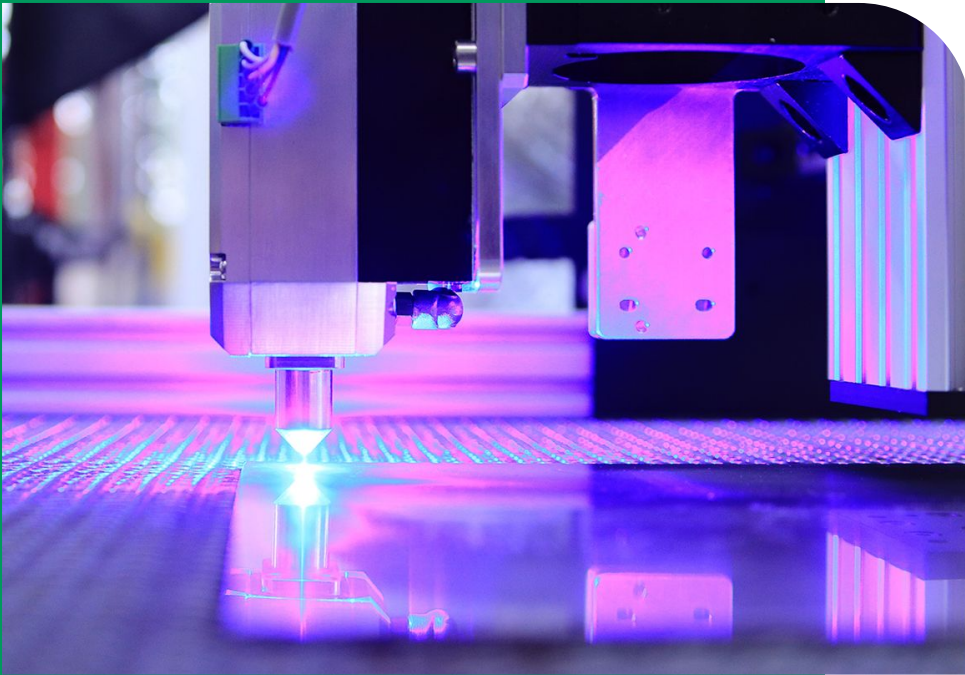
Dr. Consulta

Tipo: Oferta própria

Ano de fundação: 2011

Localização: São Paulo

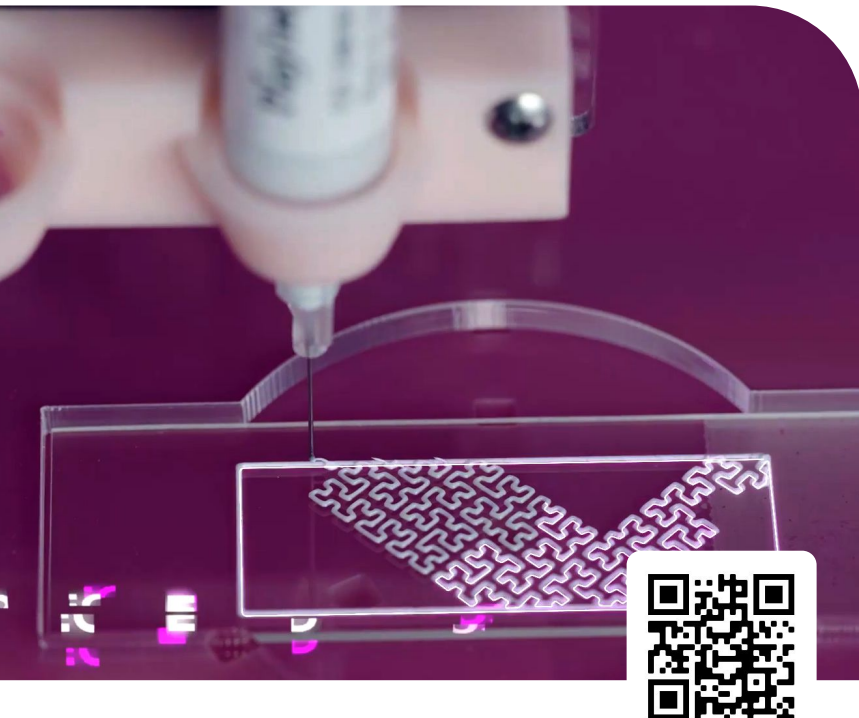
[Site](#)



Hoje, no Brasil, existem cerca de 22 *startups* mapeadas nesta categoria de acordo com a Distrito, cerca de 3% das *healthtechs*.

MEDICAL DEVICES

1. **Equipamentos:** Desenvolvimento e fabricação de equipamentos para prevenção, diagnóstico e tratamento de doenças, traumas ou problemas de acessibilidade;
2. **3D:** Desenvolvimento de modelos e fabricação de peças utilizando impressoras 3D, tanto para realização de treinamento, quanto para fins cirúrgicos.



Tissue Labs

Tipo: 3D

Ano de fundação: 2018

Localização: Suíça

[Site](#)



A *startup* visa criar órgãos e tecidos no laboratório por meio de uma bio impressora 3D, que eles não se limitam a usar apenas para pesquisas internas. A solução da *healthtech* permite que milhares de pesquisadores possam aperfeiçoar e testar suas pesquisas podendo criar substratos que copiam a cultura celular dos verdadeiros órgãos e tecidos.

Um exemplo foi o uso para a criação de uma plataforma que imitasse a cultura celular microambiente de dentro dos pulmões, o que permitiu estudar como a covid-19 atua no organismo sem necessariamente analisar uma pessoa infectada. A solução da *startup* a coloca no meio de diversas pesquisas extremamente importantes para a sociedade, como testes de remédios, alimentos e até a busca por opções a doação de órgãos.

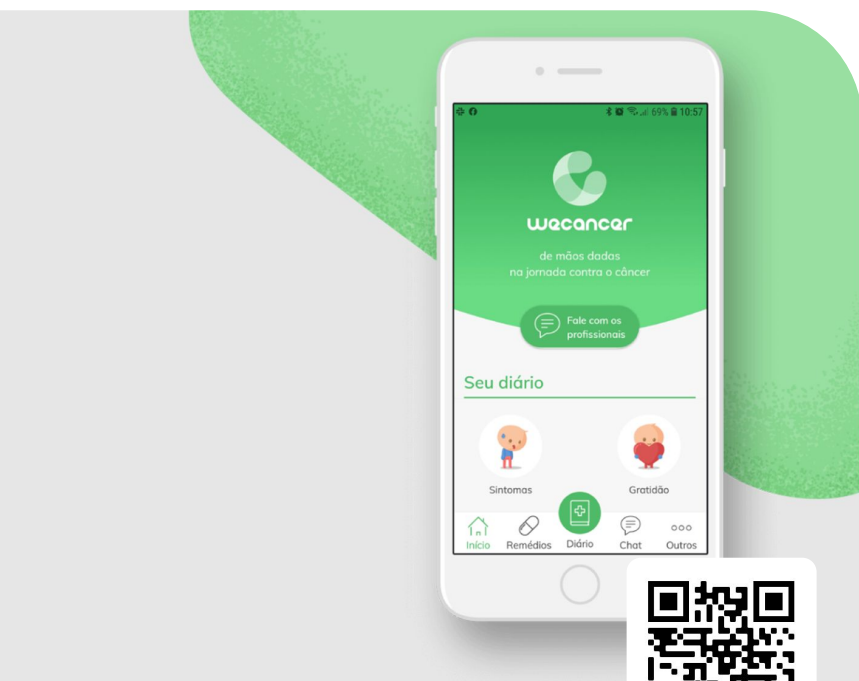
Inicialmente a tecnologia das bioimpressoras foi muito útil para as empresas de cosméticos, que podiam usar a tecnologia para testar seus produtos evitando assim o teste em animais. Em um futuro próximo é esperado que a tecnologia possa reduzir e até substituir o teste em animais para além dos cosméticos, incluindo alimentos e principalmente remédios. Porém, com as bioimpressoras é possível irmos além de um opção para testes, e chegarmos no desenvolvimento de órgãos funcionais, o que eventualmente acabaria com a fila de espera por doadores no mundo todo.



Hoje, no Brasil, existem cerca de 53 *startups* mapeadas nesta categoria de acordo com a Distrito, cerca de 7% das *healthtechs*.

RELACIONAMENTO

1. **Engajamento de pacientes:** Soluções que aumentam a aderência do tratamento através de aplicativos, SMS, chatbots, especialmente para doenças crônicas e cirurgias ;
2. **Terapias Digitais:** Soluções digitais para prevenção, monitoramento e tratamento de condições de saúde, sem envolvimento ou com envolvimento limitado de terceiros;
3. **Comunicação:** Plataformas de comunicação para médicos, pacientes ou para comunicação médico-paciente



A Wecancer é uma *healthtech* que oferece acompanhamento remoto para pacientes com câncer, com o objetivo de dar mais longevidade e qualidade de vida para os pacientes.

A partir do acompanhamento do quadro clínico e monitoramento de evolução da doença e sintomas relacionados ao tratamento, a *startup* busca reduzir o número de hospitalizações e, também, o reduzir os custos para os hospitais.

O monitoramento acontece através de um aplicativo de celular onde o paciente relata seus sintomas com nível de intensidade e periodicidade. Outras funcionalidades como agenda de tratamento e medicamentos também auxiliam na jornada.

Porém a funcionalidade mais querida é o chat da Wecancer que possibilita o contato direto entre pacientes e profissionais da saúde para resolução de possíveis dúvidas durante o tratamento.

Todos os dados são enviados para o time de saúde responsável pelo paciente que, de acordo com os seus dados, podem monitorar diariamente a evolução do paciente e antecipar complicações, possibilitando ações preventivas mais eficazes.

Wecancer

Tipo: Comunicação

Ano de fundação: 2016

Localização: São Paulo

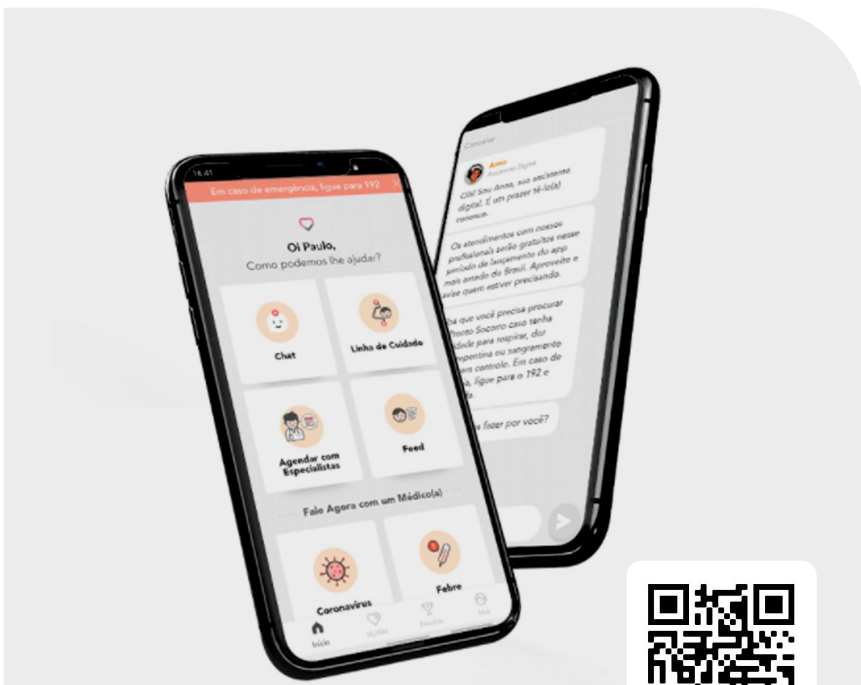
[Site](#)



Hoje, no Brasil, existem cerca de 90 *startups* mapeadas nesta categoria de acordo com a Distrito, cerca de 12% das *healthtechs*.

TELEMEDICINA

1. **Teleatendimento:** Serviços de segunda opinião, educação em saúde, apoio na tomada de decisão utilizando tecnologias de telecomunicação;
2. **Telediagnóstico:** Serviços de transmissão de imagens para realização de diagnóstico remoto;
3. **Telemonitoramento:** Serviços que permitem familiares e médicos acompanharem o atendimento de pacientes à distância.



A Vibe Saúde é uma plataforma de serviços focada na Telemedicina que viu seu crescimento acelerar com impacto que o novo coronavírus trouxe para a regulamentação da Telemedicina no Brasil.

Com slogan: *"saúde na palma da sua mão"* o modelo Vibe baseado em três pilares centrais: tecnologia e usabilidade, corpo clínico próprio e preços acessíveis, atraiu grandes investimentos no último ano. Em março de 2020 a Webrook Ventures investiu US\$ 2,5 milhões na Vibe Saúde.

A Startup tem um modelo chamado *"freemium"* de teleatendimentos, chat com profissionais de saúde, avaliações e desafios diários para pessoas físicas. No modelo empresarial estão disponíveis serviços como mapeamento de informações de saúde populacional, linhas de cuidados específicos para colaboradores e dependentes, conteúdos informativos e educativos e atendimentos de telemedicina.

Vibe Saúde

Tipo: Teleatendimento

Ano de fundação: 2018

Localização: São Paulo

[Site](#)



Hoje, no Brasil, existem cerca de 23 *startups* mapeadas nesta categoria de acordo com a Distrito, cerca de 3% das *healthtechs*.

WEARABLES E IOT

1. **Wearables:** Empresas que fabricam acessórios vestíveis para monitoramento de atividades dos pacientes com foco em bem-estar, como atividade física, alimentação, sono;
2. **IoT ou Sensores de Saúde:** Empresas que fabricam aparelhos conectados para monitoramento remoto de indicadores de saúde, especialmente para doentes crônicos.



CarePredict

Tipo: Wearables

Ano de fundação: 2013

Localização: Fort Lauderdale, Flórida

[Site](#)



Satish Mowva, fundou a CarePredict para melhorar a qualidade de vida dos idosos utilizando *wearables* orientados ao aprendizado de máquina. Para cumprir esse objetivo, a companhia desenvolveu a Tempo, uma pulseira com um sensor de botão de toque, microfone e alto-falante embutidos, junto com sensores que detectam o que a CarePredict chama de atividades da vida diária (AVD), como comer, beber, tomar banho, escovar os dentes, usar o banheiro, andar, sentar, dormir e se comunicar com balizas *peel-and-stick* para identificar os diferentes ambientes da casa em que essas atividades estão ocorrendo.

A Tempo leva cerca de sete dias para aprender os padrões normais de atividade de cada indivíduo e fornece os dados que coleta continuamente por meio de alertas em tempo real, painéis baseados na web e relatórios de autoatendimento. Itens urgentes - como quando um usuário entra em uma área restrita ou passa muito tempo no banheiro - são enviados imediatamente para a equipe de atendimento por meio de sms, e-mails, e alertas no aplicativo móvel da CarePredict, enquanto tendências como alimentação pouco frequente são destacadas no dia-a-dia da saúde e relatório de bem-estar.

A CarePredict afirma que sua plataforma pode revelar percepções acionáveis que preveem uma UTI até 3,7 dias antes do diagnóstico clínico e depressão duas semanas antes do diagnóstico. A *startup* também afirma que conseguiu reduzir as quedas em 25% nas comunidades seniores.

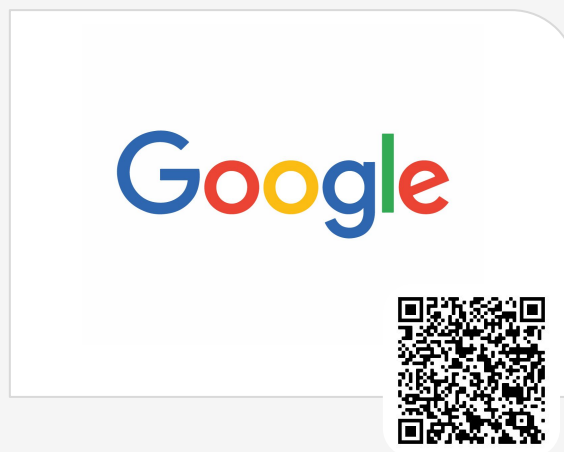
SAIBA MAIS



Plataformas Omnichannel

Empresas de saúde migram para estratégia *digital-first* para atender às novas demandas de pacientes.

[Ler mais.](#)



Tecnologia no dia à dia

O Google oferece medições de frequências cardiorrespiratórias pela câmera do smartphone.

[Ler mais.](#)



Interoperabilidade na saúde

O impacto da integração de dados de saúde para empresas, médicos e pacientes.

[Ler mais.](#)

TENDÊNCIAS





As principais tendências para o processo de transformação digital do setor de saúde. Úteis para operadoras de saúde, hospitais, clínicas e consultórios médicos.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

1. **Desospitalização:** diminuição da necessidade do espaço físico para atendimentos graças à tecnologia;
2. **Segurança do médico e do paciente:** inovação para serviços de saúde mais inteligentes e precisos;
3. **Medicina preventiva:** tecnologias e ações voltadas para prevenção e cuidado como estratégia de redução de custos;
4. **Usabilidade:** utilização da tecnologia como facilitadora de processos e operações no cotidiano;
5. **Low-code:** foco na assistência e cuidado, e não no desenvolvimento de soluções digitais.

O futuro dos hospitais é a desospitalização

Observamos uma aceleração acentuada na transformação digital do mercado da saúde devido à pandemia. A telemedicina veio para ficar e nada mais sensato agora do que medir os sinais vitais dos pacientes diretamente do lar deles.

O mercado de *medical devices* vem passando por uma transformação acelerada com o aumento do uso de inteligência artificial estimulado pela alta **demanda por respostas rápidas e o mais certas possíveis**. Com a adesão à conexão à internet nas casas, empresas e estabelecimentos de saúde, a *IoT* torna-se uma grande tendência tecnológica para a medicina do futuro.

Hoje, já existe até mesmo a possibilidade fazer diagnósticos por WhatsApp - a pessoa envia um vídeo e o sistema faz todo o processo de análise. Isso é muito interessante porque não faz sentido se fazer uma teleconsulta, por exemplo, se o

médico não consegue os dados dos sinais vitais, não é mesmo? Fazer exames de temperatura corporal, eletrocardiograma, oxigenação, frequência cardíaca e respiratória, pressão arterial e glicemia, em casa agora é uma necessidade.

Com diagnósticos à distância cada vez mais completos, diminuir deslocamento de pacientes auxilia no processo de desospitalização. Com a adaptação das pessoas com essas soluções, é esperado que mesmo após o fim da pandemia esses mercados se mantenham em disrupção, dado que muitos dos novos hábitos devem ficar.

Segurança dos profissionais de saúde e pacientes em 1.º lugar

No Brasil, só os **erros e falhas médicas matam mais de 300 mil pessoas por ano**. Mas o futuro da indústria de dispositivos médicos está sendo desenhado para oferecer ferramentas que facilitam e aprimoram os procedimentos médicos.

Desde o advento da cirurgia robótica, o foco de desenvolvimento passou a ser na integração dos dispositivos com plataformas digitais. Os dispositivos passaram a embarcar tecnologias que permitem que os médicos tenham sensações visuais, táteis e sensoriais similares ou até melhores que os próprios sentidos humanos. A realidade virtual também pode auxiliar médicos (com treinamento) e pacientes (com distrações e novas experiências).

Além da facilidade em relação à prática de procedimentos médicos, a tecnologia também possibilita gerir dados e informações de forma mais segura e integrada através da gestão da jornada do paciente e da saúde. Assim,

se houver algum problema, é possível detectar e até mesmo solucioná-lo em tempo real e assim aumentar consideravelmente a segurança do paciente.

Hoje, já é possível conectar leitos hospitalares e domiciliares à internet. A integração é feita com dispositivos IoT que geram mais eficiência, **maior controle e maior qualidade na jornada do médico e do paciente**.

Plataformas integradas auxiliam na tomada de decisão, ao compilar diversas informações anatômicas, fisiológicas e funcionais em tempo real.

Para os próximos anos espera-se que cada vez mais tecnologias são empregadas visando garantir maior segurança para os pacientes e profissionais de saúde.

Medicina preventiva como estratégia de redução de custos

Segundo divulgou a Anahp, cerca de 20% do investimento em saúde suplementar no Brasil é desperdiçado. Durante a pandemia do *covid-19*, o colapso, do ponto de vista da quantidade de leitos ocupados, deixou clara a velocidade necessária para gerir dados, criar escala, processar informações e gerir recursos.

Para lidar com isso, é preciso implementar ações de orientação para que as pessoas antecipem os problemas, desenvolvendo hábitos mais saudáveis que evitem o surgimento ou agravamento de um quadro clínico.

Além do papel de **informar pessoas e fazer campanhas relativas a problemas de saúde** para auxiliar na gestão de saúde populacional, é preciso **conhecer cada vez mais a jornada dos pacientes** para agir de forma certa em problemas pontuais, principalmente com relação a pacientes já diagnosticados, ou mais propensos a alguma doença.

Tecnologias que melhorem a gestão e aumentem a eficiência podem ser grandes aliadas nessa questão, conforme auxiliam organizações de saúde a entender melhor seus dados e usarem a informação vinda deles para entregar melhores resultados.

Os dispositivos *IoT* vem trazendo respostas mais abrangentes e mais velozes para que o profissional de saúde tenha mais caminhos para um diagnóstico precoce, pois permite o monitoramento da saúde em tempo real. Além disso, computação em nuvem, *hardwares*, inteligência artificial são aliados para lidar com gargalos de gestão de saúde populacional.

Usabilidade: tecnologia como facilitadora

Uma equipe médica atualmente dedica apenas 27% de seu tempo interagindo diretamente com os pacientes. **A maior parte do esforço ainda está voltada tarefas operacionais e mais burocráticas**, como o preenchimento de dados do paciente no prontuário e laudos.

Nos últimos tempos vimos um processo de transformação digital “forçada”. Com o teleatendimento liberado, a assinatura eletrônica também foi liberada para que os profissionais pudessem pedir exames e pedir medicamentos, e o WhatsApp - virou uma ferramenta de trabalho.

Hoje, já é possível acessar imagens e informações necessárias para fazer um diagnóstico pela internet, além de registrar informações dos pacientes em prontuários digitais. Tudo isso precisou ocorrer “às pressas”, mas esses **processos podem ser otimizados se amparados pelo desenvolvimento de sistemas e tecnologias**.

Contudo, é preciso considerar o risco de, ao implementar novas tecnologias para digitalizar essas operações, sobrecarregar equipes com o trabalho necessário para encontrar, examinar e implementar todos esses diferentes algoritmos no cotidiano.

A melhor saída para isso é fazer uma transição inteligente. Se quando falamos de inovação para o mercado pensamos nas necessidades dos consumidores, quando falamos de inovações internas o foco deve ser na necessidade dos usuários. A principal alternativa para **incorporar tecnologias que não “doam”, mas sejam úteis**, é apostar em ambientes que se assemelham ao que usuários de celular encontram na Apple Store ou Google Market.

A familiaridade, um dos princípios da usabilidade, diminui o tempo de adaptação, por isso pensar em usabilidade é um dos principais recursos para fazer da tecnologia uma aliada.

Low-code

De acordo com as consultorias ItForum e Gartner, **até 2024, mais de 65% das aplicações serão low-code.** *Low-code* são ferramentas que com pouco código - e daí vem o nome em inglês - ajudam as empresas a criarem e/ou customizar *softwares* estruturados para criar fluxogramas específicos, úteis principalmente para gestão, sem a necessidade de especialistas em desenvolvimento.

Mapear e automatizar processos é um dos caminhos mais indicados para a gestão em saúde garantir a qualidade assistencial e operacional de seus serviços. Contudo, a maturidade tecnológica demanda investimentos de tempo e dinheiro, muitas vezes um pouco altos e, se não muito bem avaliados, nem sempre com retornos rápidos e mensuráveis.

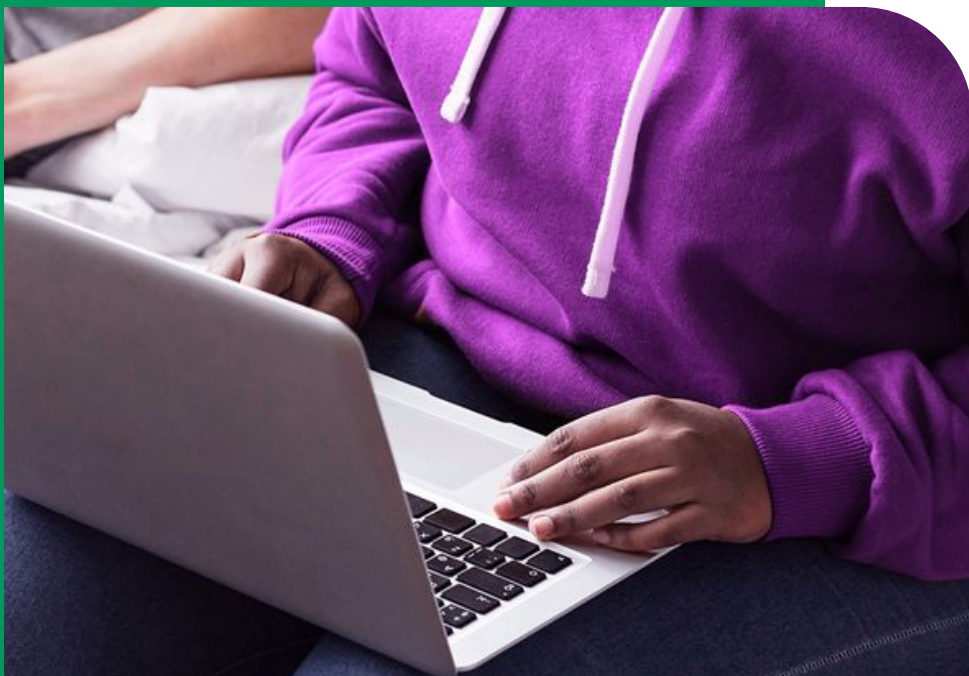
Desenvolver-se como uma *Healthtech*, ou modernizar cotidiano, não deveria ser a principal preocupação de nenhuma empresa do setor de saúde, isso porque tecnologias são ferramentas para atingir um objetivo e não o contrário.

“ O core business deve ser sempre a assistência, e nunca o desenvolvimento de software. ”

- Sócrates Cordeiro, cientista da computação com MBA em ciência de dados e diretor da unidade de negócios de gestão estratégica e qualidade da MV, para Saúde Business. 2021.

Dessa forma, ferramentas *low-code* com soluções prontas no mercado podem **suprir necessidades mais imediatas de formas mais simples, baratas e eficazes.**

	UNIMED	COOPERADOS	CONSUMIDORES
Desospitalização	Garantir a acessibilidade à saúde.	Diminuir custos com deslocamento e locação de espaços.	Acesso à saúde em qualquer lugar. Ganho principalmente para idosos e pessoas com dificuldade de locomoção.
Segurança do médico e do paciente	Diminuição de custos por erros médicos. Referência de mercado em inovação.	Mais segurança e previsibilidade em procedimentos.	Mais segurança e confiança nos procedimentos.
Medicina preventiva	Diminuição de custos. Melhoria na gestão de saúde populacional.	Previsibilidade, diagnósticos mais precisos e gestão de riscos.	Ganhos em saúde e qualidade de vida.
Usabilidade	Criar e otimizar produtos e serviços de forma inteligente para ter retorno positivo (ROI).	Incorporar tecnologias no cotidiano de forma fácil e simples para melhorar processos.	Maior engajamento e facilidade de uso. Realização de ações desejadas, inclusive de conversão.
Low-code	Modernizar sistemas direcionando mais esforço (tempo e dinheiro) para os mais estratégicos	Digitalizar processos sem precisar sustentar um novo setor na empresa, ou terceirizar.	Processos digitais e simplificados poupam tempo.



As principais tendências de mercado voltadas para os consumidores do setor de saúde, comportamentos em relação consumo e escolha de marcas, serviços e produtos.

CONSUMIDORES

- 1. Resignificação de “saúde”:** reconstrução de ideia de saúde através da comunicação visual e atenção à jornada do cliente.
- 2. Vínculo *virtual-first*:** engajamento de paciente em atendimento à distância.
- 3. Educar o consumidor:** marcas como referência em informações de saúde.
- 4. Marcas com propósito:** alinhamento entre prática e discursos de acordo objetivos sustentáveis, sociais e de governança.

Ressignificação de “saúde” para gerar experiências memoráveis

Com a pandemia do *covid-19*, a linguagem visual da saúde está sendo redesenhada para comunicar uma nova etiqueta. A função de avisos simplificada, como o equivalente moderno de sinais de trânsito para espaços internos, **codifica padrões e dicas de comportamento de práticas recomendadas.**

Além da finalidade prática, a mudança de comunicação visual também tem outra função: gerar experiências melhores para as pessoas. Quando falamos de experiência, entretanto, quase sempre isso passa pelo visual, mas transcende para todos os outros pontos de contato que um cliente tem com uma marca. Hoje, hospitais e consultórios têm sido readaptados para isso.

O espaço calmo e elegante é muito mais do que pura estética, sendo projetado para oferecer uma **sensação de bem-estar, em contraste com os ambientes clínicos que os pacientes costumam associar doença, não bem-estar.**



Fonte: wunderman thomson 2021 - a report
by wunderman thomson intelligence

Os provedores de serviços médicos estão **mudando seu foco para o tempo de qualidade, não o tempo de espera**. A exemplo disso temos o *Lanby*, um novo clube de membros de cuidados primários na cidade de Nova York que combina cuidados médicos com uma experiência tirada do manual de hospitalidade de luxo. Os membros pagam uma taxa anual que dá o direito a visitas ilimitadas às instalações do clube “inspiradas nos Hotéis e restaurantes favoritos em Nova York”.

O *Lanserhof* é outro exemplo interessante, um clube que oferece uma combinação de serviços médicos preventivos e regenerativos com instalações de bem-estar e treinamento de última geração. Por uma taxa anual, os membros podem desfrutar de exames médicos e serviços de consulta, um serviço personalizado plano de treinamento pessoal e acesso à sala dos membros.

A ideia é que os tratamentos e experiências com saúde possam ser cada vez mais agradáveis, não apenas com menos “ruídos”,

mas realmente prazerosos. Para isso, aliar tecnologia a estes processos pode ser uma boa estratégia.

“ Para 2021 prevejo que as empresas de tecnologia trarão metas de assistência médica para seus negócios e missões. O modelo médico tradicional vai mudar e vai incorporar sensores e feedback direto usando tecnologia digital para que os cuidados de saúde se estendam da clínica para a casa e o local de trabalho. ”

- Sebastian Kunz, diretor médico da Lanserhof para Wunderman Thompson 2021.

Vínculo *virtual-first*

Com a telemedicina e abordagens digitais de saúde, existe uma mudança de papéis que precisa ser considerada. Ela toca tanto no papel dos pacientes, que precisam ter mais foco no autocuidado e monitoramento, quanto nos papéis dos médicos e profissionais de saúde, que precisam reforçar a atenção ao relacionamento para gerar engajamento com o paciente e, assim, garantir processos mais eficientes.

“ A telemedicina fará com o que médico deixe de ser um "bem" precioso e distante dos pacientes A principal mudança na atribuição funcional do médico será adicionar à sua responsabilidade assistencial e curadora um posicionamento cada vez mais educador. ”

- Guilherme S. Hummel, coordenador científico do HIMSS e head-mentor do EMI para Distrito 2021.

Não podemos deixar de sinalizar que a tecnologia é uma facilitadora, mas são os vínculos entre as pessoas que constroem o sucesso do teleatendimento.

Foi essa premissa que guiou o modelo de atendimento da Nilo, operadora de saúde digital para idosos. A empresa conta com equipes multidisciplinares que entram em contato com pacientes para um acolhimento, onde identificam todas as demandas de saúde, **montam planos de cuidado individualizados e criam um vínculo com o paciente que os mantém engajados, até mesmo com pacientes com dificuldade de utilização de outras ferramentas tecnológicas**, como idosos.

Além do relacionamento, o reforço na questão da personalização dos tratamentos, através da análise de diversos dados dos pacientes, é outro destaque. Para isso, é fundamental a adoção de sistemas integrados onde informações facilmente acionadas para gerar *insights*.

Operadoras de saúde como fontes de informação para consumidores

Saúde preventiva é uma tendência, mas não podemos desconsiderar que por mais que se invista em novas tecnologias e desenvolva-se uma inteligência de dados para criar produtos e serviços inovadores, os pacientes são uma parte desta equação que não deveria ser passiva: o comportamento deles é determinante para o sucesso de qualquer solução de saúde.

O papel da operadora de saúde, então, é o de levar informação para que os **usuários do plano de saúde sejam empoderados e se coloquem no centro do processo.**

Informar também envolve apresentar melhor os serviços e os canais adequados para atendimento. Pois, se as pessoas entendem que em dada situação a melhor alternativa é agendar uma consulta, por exemplo, a operadora consegue reduzir visitas ao pronto-socorro.

Existem várias formas possíveis de informar, seja por conteúdos institucionais, plataformas de conteúdo informativo, campanhas e patrocínio à ação pontuais e, uma das mais populares hoje,

através de criadores de conteúdo. Eles são uma grande aposta se consideramos a adesão do brasileiro às redes sociais hoje, como já apontamos.

“ Haverá muito foco nos criadores de conteúdo, e haverá uma grande necessidade deles. Agências estão contratando criadores para educá-los para serem ativos em diferentes setores porque todo mundo vai precisar de um criador de conteúdo. ”

- Fabian Ouwehand, fundador e diretor de crescimento, Uplab para Wunderman Thompson 2021.

Não existe fórmula, entretanto. A melhor forma de estabelecer canais de comunicação eficientes é entender a mensagem certa e o veículo certo para cada público. Mais uma vez voltamos à importância dos dados para a elaboração de estratégias.

Marcas com propósito: uma premissa

De acordo com uma pesquisa da IBM publicada em 2020, **40% dos consumidores são movidos por um propósito em suas compras**, enquanto a Forbes ponderou se 2020 "foi o ano em que 'propósito' se tornou popular."

“ Os eventos de 2020 tornaram os consumidores mais conectados em eventos atuais e muito mais dispostos a antagonizar as marcas que veem como sendo antitéticas aos seus pontos de vista ou crenças. Em 2021, marcas que são flagradas dizendo uma coisa e fazendo outra enfrentarão crises mais ferozes do que nunca. As marcas precisam ser capazes de tomar uma posição e ter um plano de respostas aos usuários de mídia social sobre questões econômicas e de justiça racial em minutos. ”

Nandini Jammi, cofundadora, Check My Ads para Wunderman Thompson 2021.

Em resposta a essa motivação ética crescente entre os consumidores, **plataformas que monitoram o comportamento corporativo estão surgindo**, enquanto as marcas estão colocando seus valores em primeiro plano, mesmo quando isso levanta questões difíceis.

Além de um posicionamento claro e ético, espera-se que as marcas façam diferença no mundo. Durante a pandemia muitas empresas e *startups* identificaram o desafio que a população mais vulnerável sofreu, vimos *healthtechs* em manchetes nos jornais com sobre importância das empresas buscarem um posicionamento quanto às questões sociais.

Daqui para frente, se **as empresas não gerarem um retorno social e ambiental, além do financeiro, estão fadadas a não performarem tão bem**. É exatamente essa a premissa que guia o movimento ESG (*Environmental, social and corporate governance*), um debate que desde 2004 estabelece critérios para desenvolvimento

responsável de organizações pelo mundo, considerando os impactos ambientais, sociais e de governança como pilares tão essenciais quanto a lucratividade. Não que lucratividade seja desconsiderada, na verdade, com isso, ela pode ser potencializada. Um estudo realizado pelo PRI apontou que, entre os cerca de 2 mil estudos publicados sobre esse assunto, 63% concluem que **existe uma correlação positiva entre a adoção de critérios ESG e retorno.**

De acordo com o estudo “Global Impact at Scale: Corporate Action on ESG Issues and Social Investments 2020” que analisou cerca de 200 empresas de 23 países que têm receita média de 8 bilhões de dólares, **80% das companhias já priorizam o desenvolvimento sustentável em seus planejamentos e ações**, um crescimento de 20% em comparação a 2019, 7 a cada 10 empresas já avaliam seus funcionários seniores com base em critérios de governança e sustentabilidade.

“ O impacto do coronavírus e os eventos de 2020 têm cobrado seu tributo a todos. A saúde terá um grande foco, e como a ciência permite que as restrições sejam levantadas, prioridade será dada ao nosso mental e físico saúde. Comunidades, pessoas e propósito serão discussões chave de organizações pelo o mundo que buscarão redefinir o que bem-estar significa em casa e no local de trabalho. ”

- Mark Read, CEO, WhatsApp.
para Wunderman Thompson 2021.

UNIMED

COOPERADOS

CONSUMIDORES

Ressignificação de “saúde” para gerar experiências memoráveis

Atender e encantar diferentes tipos de clientes, inclusive premiums.

Gerar deseabilidade contínua pelos serviços e garantir o retorno dos clientes.

Encantamento do cliente.

Vínculo virtual-first

Melhora na satisfação do cliente e em métricas de sucesso do teleatendimento.

Aumento da confiança na relação do médico com o paciente.

Engajamento do paciente.

Operadoras de saúde como fontes de informação para consumidores

Geração de confiança a consolidação de marca.

Demandas mais conscientes e preventivas dos pacientes.

Empoderamentos dos pacientes e desejo dos consumidores.

Marcas com propósito: uma premissa

Consolidação de marca e aumento do valor de mercado.

Qualidade de vida em relação ao trabalho para cooperados e colaboradores.

Escolha por identificação com a marca e propósitos.



As principais tendências relacionadas à Cultura, Gestão e Governança. Insights embasados em relatórios de tendências e cases de empresas e iniciativas inovadoras do mercado.

CULTURA E GESTÃO

1. **Saúde Baseada em valor:** sistemas de remuneração baseados em métricas de sucesso dos pacientes;
2. **Participação nos Lucros:** bonificação como ferramenta para engajamento de colaboradores e cooperados;
3. **Tecnologia para gerir melhor:** como a digitalização pode poupar trabalho e otimizar funções de gestão;
4. **Visibilidade da cadeia de ponta a ponta:** visão sistêmica para tomar decisões estratégicas de negócio.

Saúde Baseada em Valor

Uma tendência que tem se manifestado especialmente em *Healthtechs* são os modelos financeiros emergentes, como saúde baseada em valor, **serviços de saúde e pagamentos capitalizados que coloquem as necessidades do paciente no centro**. Neste modelo a remuneração acontece não apenas pelo cuidado que oferecido, mas sim pela melhora de indicadores de saúde dos pacientes

Para implementar o modelo é preciso mudar mais do que a forma de faturamento, é uma mudança cultural e também operacional. Para garantir melhores resultados, é preciso aplicar estratégias focadas no sucesso cliente.

Se antes pensávamos muito nos momentos do atendimento como um diferencial, hoje, mais recursos estão sendo alocados do fim da cadeia da saúde (tratamento e pós-atendimento) para o início com o fim de gerar experiências memoráveis e maior satisfação do cliente.

Para medir nossos resultados em termos de engajamento dos pacientes, é preciso definir com atenção os indicadores a serem avaliados. Bons indicadores para começar a monitorar, a fim de caminhar para um modelo de saúde baseada em valor são avaliações de *NPS*, tempo de resposta e faltas em consultas e nos possibilita entrar em contato pró-ativamente com pacientes de acordo com seus índices de engajamento.

É preciso também ter em mente que existem outros desafios para encabeçar essa mudança. Ainda se tem muito que trabalhar para utilização da tecnologia que beneficie a medicina preventiva, evolua o relacionamento médico-paciente, transacione a solicitação de protocolos clínicos padronizados para medicina personalizada e construa um modelo de remuneração baseada em performance.

Participação nos lucros

Profissionais competentes e engajados são ativos mais valiosos de um negócio. Hoje, embora estejamos passando por uma crise econômica, o mercado, inclusive o setor de saúde, encontra-se aquecido e alguns papéis profissionais estão com alta demanda. Com o mercado aquecido, um grande desafio para empresas é reter talentos.

Essa dificuldade é muito presente especialmente para *startups*, elas precisam ser capazes de **atrair, engajar e motivar profissionais que venham a contribuir para a superação de todos os obstáculos** que certamente aparecerão na jornada do negócio. Uma boa alternativa para entender como fazer isso em diferentes tipos de empresas, portanto, é olhar como *startups* estão desenvolvendo modelos para atrair e engajar talentos.

Hoje, um dos principais modelos de remuneração com vista no engajamento são as *stock options* (SOP). Nesta configuração é ofertada a possibilidade “compra” de compra de ações como uma bonificação para os colaboradores. Afinal, quem engaja mais do que um sócio?

O objetivo primordial desses planos é olhar para o futuro, alinhando interesses e compartilhando do risco do negócio. Modelos como *stock options* normalmente têm como premissa a partilha do sucesso lá na frente, se esse sucesso se materializar. Ou seja, SOP é um Incentivos de Longo Prazo ou ILP (ou suas variantes em inglês: Long-term Incentive Plans ou LTIP).

O problema dos de ILP é que não se sabe quando os benefícios serão destruídos no futuro, por isso tem ganhado força o modelo de *partnership*, as sociedades, onde os parâmetros são mais livres, podendo cada empresa definir o seu, podendo distribuir lucros de maneira mais antecipada.

Mesmo com modelos interessantes já existentes, é importante ter em mente que todas as opções de remuneração como benefícios visando engajamento precisam ser adaptadas à realidade do negócio para que seja efetivo para a empresa e colaboradores. Para que uma SOP, ou qualquer ILP sejam encarados como benefício a empresa deve "educar" os colaboradores para que eles entendam como benefício e valorizem.

Novas Tecnologias para Gestão e Governança

Uma grande tendência é utilização de sistemas para organizar a equipe de profissionais da saúde segundo as necessidades da instituição de saúde para a qual foram contratados.

Uma plataforma digital para escalas pode ajudar no dimensionamento da escala mensal e diária, levando em conta a competência e as peculiaridades de cada setor.

Além da praticidade da automação, liberando pessoas de algumas funções, geralmente o *compliance* com as regras e leis do trabalho são verificados e impedidos pelo próprio sistema, economizando assim horas de raciocínio de gestores para gerar a escala ótima.



Visibilidade da cadeia de ponta a ponta

Mapear e automatizar processos é um dos caminhos mais indicados para a gestão em Saúde garantir a qualidade assistencial e operacional de seus serviços.

Hoje, é possível fazer a segmentação de clientes, fornecedores e todos os atores da cadeia operacional de um negócio pela captura sistemática, agregação e análise de grandes volumes de dados não estruturados. Essas mudanças já foram padronizados em todo o varejo e agora existem sistemas prontos para transformar cadeias de suprimentos em todos os setores

Ao otimizar as partes componentes de sua cadeia de suprimentos para **diferenciar os serviços prestados a cada cliente**, a empresa pode encontrar e manter o **ponto ideal entre o custo e o serviço de entrega**.

Quando confrontados com picos de procura rápidos e inesperados, como vimos nos primeiros meses da *covid-19*,

cadeias de abastecimento digitalizadas e baseadas em dados que proporcionam elevados níveis de transparência podem ser capazes de sincronizar o seu planejamento, produção e cumprimento da função de forma eficaz. A visibilidade de dados aprimorada e processamento de dados mais rápido podem benefícios como:

- **gestão das contas a receber mais eficiente**, de maneira que as faturas detalhem os serviços utilizados e os respectivos valores, além de serem enviadas aos canais de comunicação adequados;
- **melhoria no fluxo de negociação com fornecedores**, o que permite estreitar laços e buscar sempre alternativas no mercado e, assim, conquistar preços melhores;
- **controlar a jornada do paciente pelos serviços de saúde**, o que permite que a operadora realize estudos detalhados para desenvolver suas ações estratégicas (campanhas, serviços, programas, etc), evita a repetição de procedimentos desnecessários ou repetidos.

UNIMED

COOPERADOS

CONSUMIDORES

Saúde Baseada em valor

Resultados positivos na gestão de saúde populacional. Consolidação como líder de mercado.

Visão clara entre esforços e resultados. Possibilidade remuneração maior de acordo com desempenho.

Encantamento e engajamento do paciente. Mais saúde e qualidade de vida.

Participação nos lucros

Mais engajamento de colaboradores e cooperados para crescimento e inovação.

Estímulo para inovar e dar o melhor pela operadora.

Ganhos em serviços, produtos e atendimentos melhores.

Novas Tecnologias para Gestão e Governança

Otimização do trabalho de gestão e *compliance* com relação às leis de trabalhos e dados.

Liberação de funções. Maior clareza sobre dinâmica de trabalho.

Visibilidade da Cadeia de ponta à ponta

Facilidade na tomada de decisões estratégicas e otimização de gastos.

Melhoria de atividades de gestão e conversão de clientes.

Serviços e produtos direcionados para suas necessidades reais.

SAIBA MAIS



Score Competitivo de Marcas

Zeeng permite comparar marcas e/ou empresas no ambiente digital.

[Ler mais.](#)



Boas Práticas de Governança

KPMG traz um guia para lidar com a crescente quantidade de dados na saúde e definir uma estratégia eficaz e transparente de Governança.

[Ler mais.](#)



Cenário de ESG no Brasil

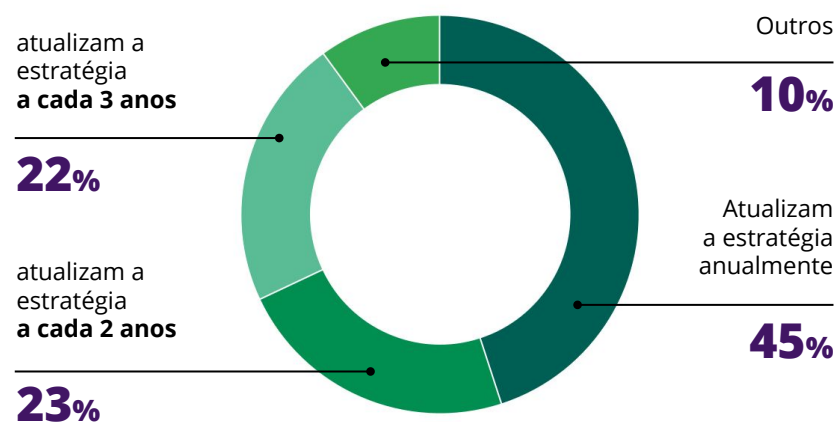
Como tomar os primeiros passos para adesão ao movimento ESG.

[Ler mais.](#)

CONCLUSÃO



Você está preparado para inovar? Um estudo da Deloitte de 2020 aponta que 70% dos líderes classificou o crescimento disruptivo como crítico para o sucesso de suas empresas, mas apenas 13% estavam confiantes de que sua empresa pode cumprir esta prioridade estratégica.



Quase metade, atualiza sua estratégia anualmente e o restante em períodos bem mais espaçados. O desenvolvimento da estratégia não é um exercício único, mas um processo contínuo e cíclico. À medida que a tecnologia e os negócios se entrelaçam cada vez mais, a estratégia empresarial impulsiona a estratégia tecnológica e vice-versa.

É preciso ter em mente que **o futuro precisa ser ágil**: A execução de estratégias ágeis exige um processo flexível para planejar e financiar os investimentos em tecnologia necessários para implementar estratégias. Mas deixemos claro que inovar nem sempre equivale a inventar a roda sozinho, podemos nos beneficiar do que já existe por aí.

Hoje vemos um movimento onde empresas de tecnologia fornecem conhecimento digital, dados, *insights* de análise e experiência do cliente, enquanto as entidades de saúde trazem conhecimentos clínicos, de mercado e a confiança do consumidor.

As operações de M&A (fusões e aquisições) provavelmente serão necessárias para as empresas competirem neste mundo constante transformação, com impulso mais amplo para que o atendimento seja prestado de uma maneira otimizada, equitativa, preventiva e focada no bem-estar das pessoas.

Questões-chave para avançar

Sua tecnologia limita as opções estratégicas de sua organização? Se sim, como isso pode ser abordado?

Como os líderes de estratégia e tecnologia podem trabalhar melhor para entender o plano estratégico, bem como as oportunidades e restrições de sua arquitetura de tecnologia?

Quais suposições devem ser verdadeiras para sua estratégia? Como você as monitora e faz ajustes oportunos quando necessário?

Você se beneficiaria em mover aplicativos para plataformas mais modernas (por exemplo, opções de *low-code* ou nuvem)?

Como você pode se beneficiar ao compartilhar informações mais livremente em toda a sua rede de fornecimento?

Quais tecnologias e técnicas você pode implantar para capturar e analisar mais dados internos e externos de todas as cadeias de fornecimento e valor?

Quais tarefas de cadeia de suprimentos não repetitivas acarretam riscos de segurança elevados?

Quais dessas tarefas poderiam ser realizadas por robôs, câmeras ou outras tecnologias?

Fonte: report Deloitte

GLOSSÁRIO



AI - (artificial intelligence) - Inteligência artificial (IA) é um campo das ciências da computação, no qual máquinas realizam tarefas como aprender e raciocinar, auxiliando na tomada de decisão.

Analytics - análise computacional sistemática de dados ou estatísticas. É usado para a descoberta, interpretação e comunicação de padrões significativos em dados. Também envolve a aplicação de padrões de dados para uma tomada de decisão eficaz.

Big Data - área do conhecimento que estuda como tratar, analisar e obter informações a partir de conjuntos de dados grandes demais para serem analisados por sistemas tradicionais.

compliance - conjunto de disciplinas para cumprir e se fazer cumprir normas legais e regulamentares tanto internas, quanto externas a uma empresa.

deep learning - A aprendizagem profunda, do inglês Deep Learning é um ramo de aprendizado de máquina baseado em um

conjunto de algoritmos que tentam modelar abstrações de alto nível de dados usando um grafo profundo com várias camadas de processamento, compostas de várias transformações lineares e não lineares.

ESG - (Environmental, social and corporate governance), - critérios para desenvolvimento responsável de organizações pelo mundo, considerando os impactos ambientais, sociais e de governança como pilares tão essenciais quanto a lucratividade.

hardwares - parte física de computadores e sistemas eletrônicos.

healthtech - empresas que desenvolvem soluções com foco no setor de saúde, com forte base tecnológica, promovendo serviços e produtos escaláveis e replicáveis.

IoT - (internet of things) - objetos que podem ser conectados à internet capazes de reunir e transmitir dados.

LTIP ou ILP - (Long-term Incentive Plans) - Incentivos de Longo Prazo são tipo de

bonificação ou remuneração baseados no sucesso do negócio.

insight - aprendizagem gerada através de conexão de dados dispostos e repertório anterior, ou contexto.

m&a - (Mergers and Acquisitions) - fusões e aquisições de empresas por outras.

medical devices - dispositivos médico, aparelho ou instrumento utilizado por profissionais da saúde para diagnosticar, prevenir ou tratar enfermidades.

NPS - (Net Promoter Score) - uma forma de medir lealdade e preferência de clientes através de uma escala de 0 a 10. A partir desse indicador é possível medir promotores e detratores da oferta de uma marca

Omnichannel - estratégia de uso simultâneo e interligado de diferentes canais de comunicação, com o objetivo de estreitar a relação com o consumidor.

on demand - algo feito sob demanda, sob medida ou disponível de acordo com uma necessidade.

partnership - parceria ou acordo entre duas ou mais partes, como sistemas de sociedade, sempre com relações contratuais.

PEP - prontuário eletrônico, tecnologia utilizada em instituições de saúde, no registro, armazenamento e controle digital das informações dos pacientes

softwares - coleção de dados ou instruções que informam a um mecanismo como trabalhar. Programas que pessoas acessam no celular, tablet, PC, ou qualquer outro dispositivo eletrônico

startup - empresa emergente pautada em desenvolvimentos de negócios a partir produtos ou serviços escaláveis, muito vezes associadas à tecnologia. .

stakeholders - em uma empresa são pessoas que representam partes interessadas que devem estar de acordo com as práticas de governança corporativa executadas pela empresa.

stock options (SOP) - são opções de ações para funcionários, ou contratos de remuneração entre um empregador e um funcionário que carregam algumas características de opções financeiras.

venture capital - modalidade de investimento na qual os recursos são aplicados em empresas com expectativas de crescimento rápido e rentabilidade alta.

wearables - “dispositivos vestíveis”, são tecnologias capazes de reunir e transmitir dados que se apresentam na forma de dispositivos iguais ou similares a peças de roupa ou equipamentos vestíveis, tais como relógios, pulseiras ou até mesmo óculos de realidade virtual.

unicórnio - startup que possui avaliação de preço de mercado no valor de mais de 1 bilhão de dólares.

virtual-first - vínculo de relacionamento com cliente pautado primeiramente no ambiente digital.

REFERÊNCIAS



REPORTS

- Deloitte. Tech Trends 2021.
- Distrito. Healthtech Report, dezembro de 2020.
- Distrito. Healthtech Report, janeiro de 2021.
- Distrito. Healthtech Report, fevereiro de 2021.
- Distrito. Healthtech Report, março de 2021.
- Distrito. Healthtech Report, abril de 2021.
- Distrito. Venture Capital Brasil report, 2020.
- Distrito. Venture Capital Report, dezembro de 2020. Distrito.
- Distrito. Venture Capital Report, janeiro de 2021.
- Distrito. Venture Capital Report, fevereiro de 2021. Distrito.
- Distrito. Venture Capital Report, março de 2021.
- Distrito. ESG Tech, maio de 2021. Distrito.
- Wunderman Thompson. The future 100: trends and change to watch in 2021.

NOTÍCIAS

- Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS). Caderno 2: Informações do Setor. https://www.ans.gov.br/images/stories/Materiais_para_pesquisa/Perfil_setor/sala-de-situacao.html
- Deloitte. Abordagem ESG ganha relevância para os negócios, maio de 2021. <https://mundocorporativo.deloitte.com.br/abordagem-esg-ganha-relevancia-para-os-negocios/>
- Dnews. Lucro e consciente não é utopia é ESG, junho de 2021. <https://dasein.com.br/acervo/>
- Edelman Trust Barometer. Brasil, 2017. <https://pt.slideshare.net/EdelmanInsights/2017-edelman-trust-barometer-brasil-72985252>
- Gente Globo. Anatomia da jornada de compra, maio de 2019. <https://gente.globo.com/anatomia-jornada-de-compra/>
- HealthTech. Digital, Omnichannel Platforms Modernize Patient Access, 11 de março de 2021. <https://healthtechmagazine.net/article/2021/03/digital-omnichannel-platforms-modernize-patient-access>
- Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS). Informações do setor. <https://iess.org.br/?p=setor&grupo=Numeros>
- Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS). Impacto do envelhecimento sobre as despesas assistenciais de saúde suplementar. https://iess.org.br/?p=publicacoes&id_tipo=3
- KPMG. Healthcare's evolving chessboard: M&A capabilities to accelerate long-term strategy, 24 de junho 2021. <https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/healthcares-evolving-chessboard-m-and-a-capabilities-to-accelerate-long-term-strategy>

NOTÍCIAS

- McKinsey & Company. Healthcare's evolving chessboard: M&A capabilities to accelerate long-term strategy, 24 de junho de 2021. <https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/healthcares-evolving-chessboard-m-and-a-capabilities-to-accelerate-long-term-strategy>
- Medicina S/A. 6 fatores que impactam o resultado financeiro de operadoras de saúde, 17 de junho 2021. <https://medicinasa.com.br/sustentabilidade-operacional/>
- Medicina S/A. Tecnologia ajuda hospitais a reduzirem o tempo que gastam com burocracia, 23 de junho 2021. <https://medicinasa.com.br/tecnologia-hospitais/>
- Medicina S/A. Deloitte aponta seis questões urgentes a serem trabalhadas por líderes da saúde, 16 de junho de 2021. <https://medicinasa.com.br/deloitte-2021/>
- Saúde e Business. Tecnologia vai aproximar pacientes, médico e empresas de saúde, 5 de julho de 2021. <https://www.saudebusiness.com/ti-e-inovao/tecnologia-vai-aproximar-pacientes-mdicos-e-empresas-de-sade>
- Saúde Business. A saída é mais saúde, 28 de junho de 2021. <https://www.saudebusiness.com/gesto/sada-mais-sade>
- Saúde Business. Covid-19 muda perfil de uso de beneficiários de planos de saúde, 29 de junho 2021. <https://www.saudebusiness.com/mercado/covid-19-muda-perfil-de-uso-de-beneficirios-de-planos-de-sade>
- Saúde Business. O colapso atinge o sistema de remuneração da saúde, 25 de junho 2021. <https://www.saudebusiness.com/gesto/o-colapso-atinge-o-sistema-de-remunerao-da-sade>

NOTÍCIAS

- Saúde Business. 5 perguntas sobre low-code na saúde, 28 de junho de 2021.
<https://www.saudebusiness.com/ti-e-inovao/5-perguntas-sobre-low-code-na-sade-digital>
- Setor Saúde. ANS disponibiliza painel dinâmico sobre legislação de planos de saúde, 1 de outubro de 2021.
<https://setorsaude.com.br/ans-disponibiliza-painel-dinamico-sobre-legislacao-do-setor-de-planos-de-saude/>
- Tech Crunch. Google to offer heart and respiratory rate measurements using just your smartphone's camera, 4 de fevereiro de 2021.
<https://techcrunch.com/2021/02/04/google-to-enable-heart-and-respiratory-rate-measurements-using-just-your-smartphones-camera/>



ANS - nº 335690

REALIZAÇÃO : Núcleo de Inovação Unimed Campinas (NIUC) em parceria com a Estratégia.

EBOOK UNIMED CAMPINAS : Tendências para o Futuro da Saúde | 2021



O QUE VOCÊ ACHOU DESTE DOCUMENTO?

Clique ou escaneie o QR code para
acessar Formulário de feedback