



MERCADO

Cerca de 12 milhões de brasileiros confiam o cuidado de sua saúde à Unimed. O número representa 25% do mercado de saúde suplementar do País e confere à empresa a posição de líder absoluta do setor. São 376 cooperativas cobrindo 4.125 municípios, o que equivale a mais de 85% do território nacional.

Além dos 98,3 mil médicos cooperados, o cliente Unimed conta com a estrutura de mais da metade dos hospitais brasileiros, incluindo 66 hospitais próprios, que oferecem mais de 340 mil leitos de internação.

As cooperativas, por sua vez, possuem 95 pronto-atendimentos, 25 laboratórios e 267 ambulâncias, constituindo uma infra-estrutura que registra anualmente mais de 58 milhões de consultas, 3,3 milhões de internações e 83 milhões de exames complementares. Além disso, as cooperativas geram mais de 32 mil empregos diretos e 290 mil empregos indiretos.

CONQUISTAS

A preferência do consumidor pela Unimed é facilmente constatada. Prova disso é que em algumas regiões ela possui mais de 90% dos clientes de planos de saúde. A preferência é constatada por pesquisas. Um exemplo disso é a hegemonia da marca Unimed no Prêmio Top of Mind, do Instituto Datafolha: nos últimos 11 anos, é a mais lembrada no segmento planos de saúde. Foi eleita nos últimos quatro anos como a Marca de Confiança em assistência médica conforme



pesquisa da Revista Seleções/Instituto Ipsos-Marplan, o Trusted Brand. Há quase duas décadas é a preferida dos lojistas – Prêmio Mérito Lojista –, além de liderar nos últimos quatro anos o Top of Mind Fornecedores de RH.

Em 2004, por meio de um estudo feito pela revista Carta Capital, a marca foi percebida, de forma espontânea, como a empresa com melhor atuação de responsabilidade social em saúde.

Pesquisas encomendadas ao Instituto Datafolha comprovam que a visibilidade e credibilidade da marca Unimed se refletem também nos negócios. As revelações mostraram que nos anos de 2003 e 2004 a média de clientes satisfeitos ou muito satisfeitos com a Unimed era de 87,5% e 91,4%, respectivamente.

HISTÓRIA

A principal característica das cooperativas Unimed é a transferência de riqueza para seus sócios por meio do trabalho, e não do lucro. Essa orientação tem raiz na filosofia que motivou o surgimento da primeira cooperativa na cidade de Santos (SP), em 1967.

Na época, um grupo de médicos, insatisfeito com a crescente mercantilização da prática médica, deu origem àquela que viria a se tornar a mais bem-sucedida experiência cooperativista de trabalho médico. Em poucos anos

o exemplo se espalhou, permitindo a criação de um sistema organizado que tem orientado as cooperativas em sua trajetória.

Nos anos 80 a Unimed entrou numa fase de consolidação e crescimento acelerados. No período, foi desenvolvida uma estrutura operacional complexa em todo o território nacional. Foi na década de 1990 que atingiu a liderança absoluta do setor de saúde suplementar do País.

Cabe salientar que o sistema cooperativo adota o modelo federativo e tem como princípio o respeito às diferenças locais e regionais. As cooperativas locais, que atuam nos municípios, são denominadas Unimed Singulares. As Unimed Singulares de um mesmo Estado organizam-se em Federações, e estas, por sua vez, congregam-se em uma Confederação Nacional, a Unimed do Brasil, cujo papel é a defesa da marca e a representação política e institucional de suas filiadas.

PRODUTO

A Unimed abrange cerca de 80% do território nacional, atuando em mercados completamente distintos. A penetração da marca vai de grandes centros a pequenos povoados, de promissoras capitais do interior às vilas de pescadores. Do Oiapoque ao Chuí, é com certeza uma das marcas com maior alcance em termos de cobertura geográfica.



Alpha Imagem

Com produtos que se adaptam a diferentes públicos e realidades mercadológicas, a Unimed consegue atender as pessoas com planos que levam em conta peculiaridades regionais e de cada município onde atua.

Criada e administrada por médicos, a empresa tem como uma de suas principais características a força loco-regional de cada uma das cooperativas, que, juntas, formam o maior plano de saúde do Brasil.

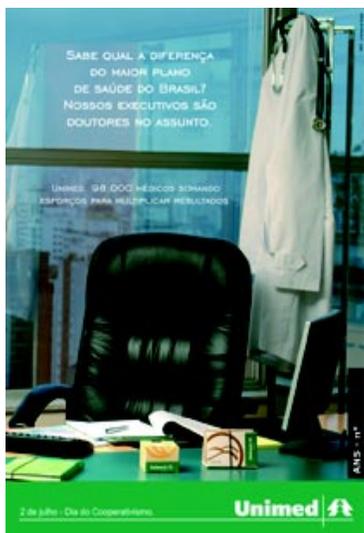
EVOLUÇÕES RECENTES

As cooperativas médicas têm um compromisso permanente com as populações à sua volta. Agente econômico importante, com papel social claramente definido, a Unimed é uma eterna promotora de práticas éticas e morais que reforçam seu engajamento na cidadania solidária.

No entanto, a partir de 2001, a adoção da responsabilidade social em sua gestão tornou-se ainda mais veemente com a implantação de uma Política Nacional específica sobre o tema. Atualmente, a Unimed tem trabalhos de cidadania empresarial premiados por diversos organismos nacionais e internacionais, inclusive pela Organização das Nações Unidas, bem como 530 projetos sociais cadastrados.

COMUNICAÇÃO

Nos últimos anos a Unimed desenvolveu abrangente e profundo estudo de marca, com o apoio de experiente escritório de design especializado em gestão de marcas. O objetivo foi



diagnosticar a percepção gerada pelo nome Unimed e, a partir daí, realizar um plano de gestão.

A conclusão do estudo foi a de que a marca Unimed representa o maior diferencial e a vantagem competitiva da companhia, possuindo status de estratégia empresarial. A forma como vinha sendo utilizada, no entanto, não expressava os valores essenciais da Unimed e nem de seus cooperados. Com base nessas informações, foi



lançado em 2004 o Plano de Gestão da Marca Unimed, que propõe uma série de ações desenvolvidas em sintonia com a cultura da organização.

A idéia do projeto é integrar o complexo conjunto de manifestações visuais da marca, recuperar seus valores essenciais e harmonizar os diversos níveis de demanda, por meio de uma estrutura especializada em gestão.

Outra iniciativa para difundir a marca é o tradicional apoio às práticas esportivas, pela clara vinculação com a saúde e a qualidade de vida. Entre as iniciativas, merecem destaque o patrocínio ao Campeonato Brasileiro de Futebol, apoio aos jogos das Seleções Masculina e Feminina de Vôlei, patrocínio oficial ao Grand Prix e à Superliga de Vôlei e a realização do Circuito Unimed de Tênis Infanto-Juvenil Brasileiro.

A combinação entre apoio ao esporte e o comprometimento com a responsabilidade social estimulou uma parceria entre Unimed e o Comitê Paraolímpico Brasileiro. A companhia foi a "Assistência Médica Oficial do Comitê Paraolímpico Brasileiro", acompanhando a equipe que representou o país nas Paraolimpíadas de Atenas.

VALORES DA MARCA

A essência da marca Unimed está intimamente ligada à busca da humanização, resgate da ética e do papel social da medicina, o qual se estabelece continuamente por meio dos valores do cooperativismo. Sua força resulta da relação direta médico-paciente, oferecendo e entregando "medicina de qualidade".

Contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e preocupada com a sustentabilidade do planeta também é primordial para a companhia. Nesse caso, a Unimed oferece apoio constante e instrumentos para o desenvolvimento de programas sociais e ambientais com o objetivo de fortalecer as comunidades nas quais está inserida.

Desde o ano 2000, o Sistema Unimed vem

resgatando de forma ordenada sua vocação e seu compromisso social com a transformação da sociedade. Entre os resultados do trabalho está a publicação de um Manual de Responsabilidade Social, de um Código de Conduta Ética, do Balanço Social e, mais recentemente, de um Manual para o Consumo Consciente.



O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE UNIMED

- Na época da abertura da primeira cooperativa do Sistema, o nome Unimed foi uma escolha natural que expressava claramente o conceito União dos Médicos. A representação gráfica foi criada no mesmo período e desenvolvida a partir de símbolos gráficos que identificavam os profundos anseios daquele movimento. O pinheiro foi escolhido por ser o símbolo do cooperativismo e da imortalidade, enquanto a cor verde representa a classe médica.
- A Unimed mantém, em seu portal na internet, uma agência de notícias com matérias jornalísticas das cooperativas do Sistema em todo o país. Atualmente são mais de 3,2 mil textos jornalísticos sobre as ações das cooperativas.

