



O MERCADO

Inserida no complexo mercado de saúde suplementar no Brasil, regulado pela ANS – Agência Nacional de Saúde Suplementar – a Unimed ocupa posição de destaque: líder absoluta do setor, com 30% de participação no mercado nacional, com mais de 14,5 milhões de clientes.

A marca Unimed, ordenada em 377 cooperativas médicas no País, congrega mais de 105 mil médicos, o que a faz a maior experiência cooperativista na área da saúde em todo o mundo.

A abrangência e a estrutura da Unimed fortalecem seus números de liderança. Presente em 74,9% do território nacional, o faturamento consolidado de 2006 somou R\$ 16 bilhões. Os recursos próprios da cooperativa impressionam: 79 hospitais próprios, 66 pronto-atendimentos, 51 laboratórios, 458 ambulâncias, 3.286 leitos, além de mais de 16 mil recursos credenciados. Para o funcionamento deste amplo universo, a Unimed conta com 32 mil empregos diretos e 290 mil empregos indiretos.

CONQUISTAS

A Unimed recebeu o Top of Mind em planos de saúde pela 13ª vez consecutiva em 2006, de acordo com pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha. A Unimed também foi eleita em 2007, pela 6ª vez consecutiva a marca de planos de saúde em que os brasileiros mais confiam na pesquisa Marcas de Confiança, conduzida pela Revista Seleções/ Instituto Marplan no Brasil.

Em algumas regiões do



País, a Unimed possui a preferência de mais de 90% dos clientes de planos de saúde. Além disso, pesquisas encomendadas ao Instituto Datafolha comprovam que a visibilidade e a credibilidade da marca se refletem também nos negócios. Os resultados mostraram que nos últimos quatro anos a média de clientes satisfeitos ou muito satisfeitos com a Unimed é superior a 80%.

HISTÓRIA

A Unimed acaba de completar 40 anos. Ela foi criada em 1967, na cidade de Santos/SP, por um grupo de médicos que buscava uma alternativa para a agressiva mercantilização da medicina. Assim, nasceu a Unimed – União de Médicos – uma cooperativa de trabalho médico alicerçada pelos valores do cooperativismo.

O sistema cooperativo adotado pela Unimed contempla o modelo federativo e tem como princípio o respeito às diferenças locais e regionais. As cooperativas locais, atuam nos municípios e são denominadas Unimeds Singulares. A união dessas Unimeds em um mesmo Estado formam as 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.



Nos anos 80, a Unimed desenvolveu uma estrutura operacional complexa em todo o território nacional para, na década de 1990, atingir a liderança absoluta do setor de saúde suplementar do Brasil.

O PRODUTO

A ampla estrutura da Unimed em todo o País garante aos seus produtos e serviços os mais rigorosos requisitos exigidos pelos consumidores de planos de saúde: abrangência nacional com benefícios especiais e atendimento diferenciado.

Com opções que se adaptam aos diferentes públicos e realidades mercadológicas, a Unimed oferece aos seus clientes planos que levam em conta as peculiaridades regionais de cada município onde atua.

EVOLUÇÕES RECENTES

No campo esportivo, a Unimed continua colaborando com iniciativas que contribuem para que todos os envolvidos se tornem grandes vencedores, tanto nas competições quanto na vida. A marca intensificou os investimentos neste setor por acreditar que o esporte tem uma ligação direta com a saúde, além de ajudar a formar cidadãos e a construir um mundo mais feliz. Como exemplo dessa atitude de marca, a Unimed é a patrocinadora oficial da equipe paraolímpica brasileira, campeã dos jogos Parapan Rio 2007, à frente dos Estados Unidos.

Além disso, a Unimed dá continuidade ao processo de certificação das cooperativas em todo o país. O Selo de Responsabilidade Social do Sistema Unimed é atribuído às Singulares e Federações



que comprovadamente desenvolvem projetos e ações socialmente responsáveis nas regiões onde atuam. O número de cooperativas certificadas em 2006 superou o das edições anteriores, premiando 154 cooperativas e 1.119 projetos. Assim, o Balanço Social Consolidado totalizou mais de 600 milhões de reais em investimento na sociedade.

E para fortalecer o processo de unificação da marca em todo o país, juntamente com a necessidade de expressar de maneira concreta a essência, valores e posicionamento da marca, a Unimed lança, este ano, o Brand Center Unimed. Um centro de relacionamento da marca com todos os seus públicos, que aborda tanto as questões estratégicas da marca – para o público interno –, quanto temas de qualidade de vida e bem estar em um portal inspirador, sem restrição de acesso, amplo e dinâmico.

COMUNICAÇÃO

A comunicação mercadológica da Unimed possui um posicionamento pautado em qualidade de vida e na valorização da saúde física, psíquica e espiri-

tual. Com um tom envolvente, inspirador e constante empenho para entrega de atributos racionais, busca a criação de uma relação mais sólida com as pessoas – não somente com os consumidores.

Na área corporativa, a Agência Unimed de Notícias, lançada em 2005, é um excelente canal de comunicação jornalístico. O sistema foi criado para agilizar o fluxo de informações entre a Unimed, a mídia e as diversas assessorias das cooperativas em todo o Brasil. A Agência de Notícias é constantemente atualizada e se tornou um imprescindível instrumento de fortalecimento da cultura institucional e da credibilidade da imagem da cooperativa.

VALORES DA MARCA

Cooperação, diversidade, sabedoria, liberdade, simplicidade, relacionamento e responsabilidade sócio-ambiental são valores da marca Unimed. Maior cooperativa médica do mundo, a Unimed orgulha-se de ser brasileira e amplia seu papel no mundo para além de seu próprio negócio por meio do comprometimento com as transformações sociais.

Desde o desenvolvimento de produtos que dêem acesso a uma parcela cada vez maior da população aos planos de saúde à promoção de ações sociais que melhorem as condições de vida das comunidades é que a marca Unimed se expressa como indivíduo inserido na sociedade, sem abrir mão dos seus valores e em prol do crescimento sustentável.



O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE UNIMED

- Balanço Social Consolidado de 2006, mais de 600 milhões de reais investidos na sociedade.
- Plano de saúde oficial da equipe paraolímpica brasileira.
- Líder do mercado nacional de plano de saúde com participação de 30%.
- Maior cooperativa médica do mundo, orgulhosa de ser brasileira.

