



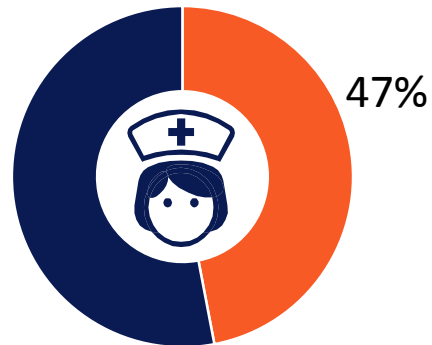
| Setor de Saúde no Brasil

PANORAMA DO MERCADO BRASILEIRO DE SAÚDE

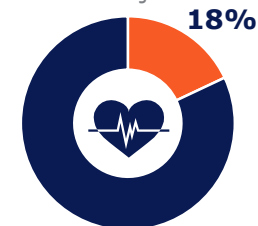
Forte **desejo por saúde privada**, em todos os segmentos de consumidores

Razões pelas quais as pessoas gostariam de ter um plano privado
(% dos pesquisados)

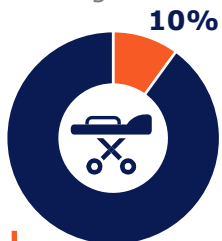
Atendimento de qualidade dos planos de saúde



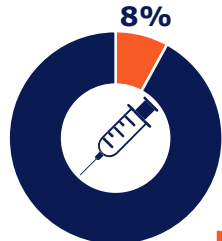
Para se sentirem seguras no caso de doenças



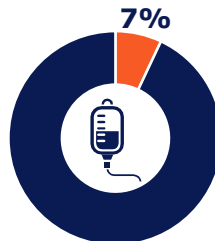
Para apoio em emergências



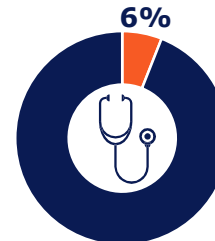
Para prevenir doenças



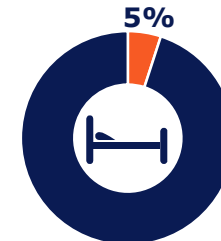
Cobertura do plano (ex.: exames)



Necessidade de tratamento médico



Praticidade e conforto



Valores semelhantes para emergências e prevenção

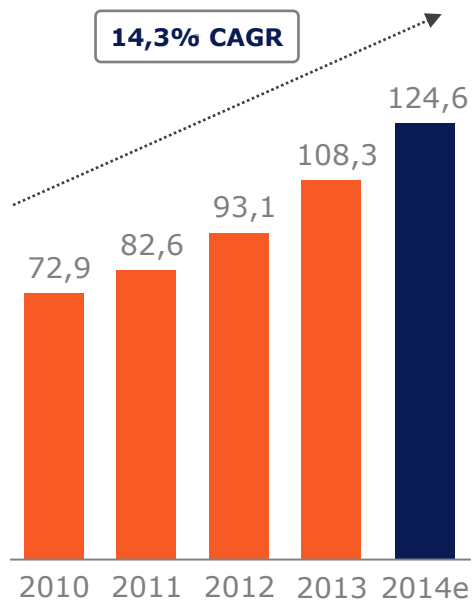
Fonte: Datafolha/2013

PANORAMA DO MERCADO BRASILEIRO DE SAÚDE

- Demanda suportada por **taxa de desemprego** historicamente baixa e **renda crescente**
- Crescimento do mercado impulsionado por pacotes de **benefícios** para funcionários e planos **coletivos por adesão/PMEs**

RECEITAS (MERCADO)

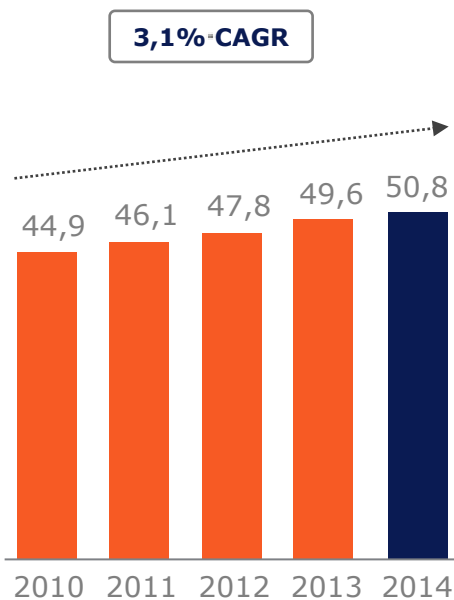
(R\$ bilhões)



Fonte: ANS (Set/2014)

SEGURADOS (MERCADO)

(milhões)

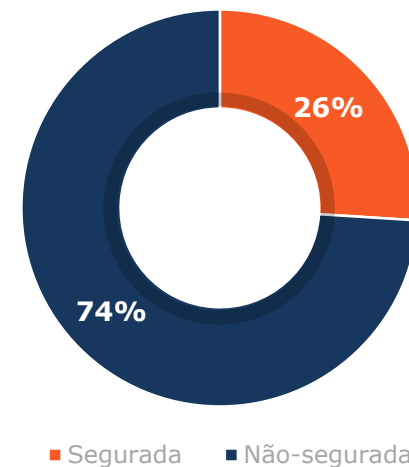


Fonte: ANS

PENETRAÇÃO:

50,8 milhões de vidas seguradas

(% da população total)

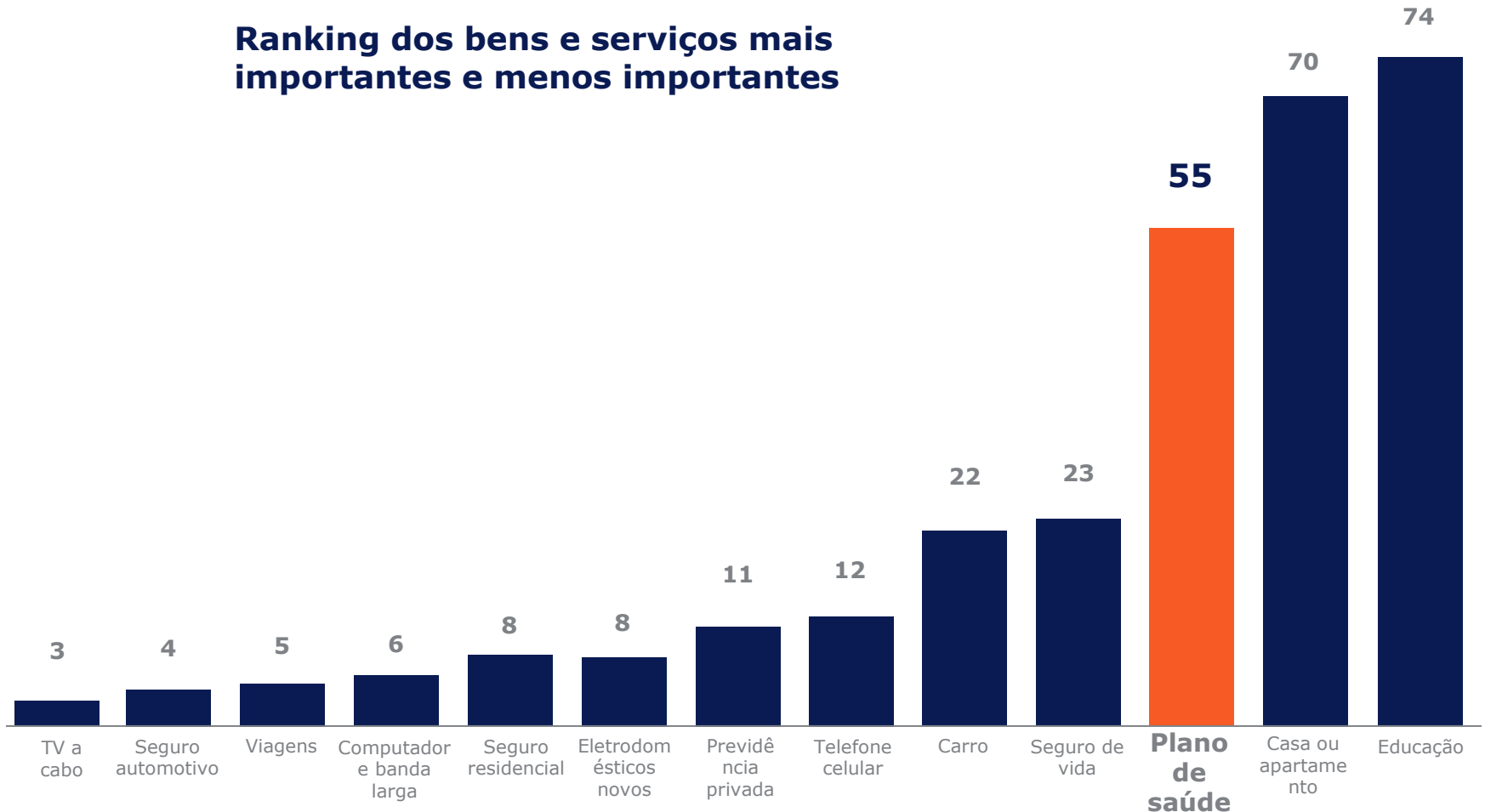


Fonte: ANS

PANORAMA DO MERCADO BRASILEIRO DE SAÚDE

Os bens e serviços mais **importantes** para os brasileiros

Ranking dos bens e serviços mais importantes e menos importantes



Fonte: Datafolha



| Saúde - Ambiente de Negócios

AMBIENTE DE SAÚDE

O ambiente de negócios para a indústria de saúde se tornou mais desafiador e a uma velocidade cada vez maior



Mudanças demográficas (envelhecimento da população)

População 65+ crescendo ~3% a.a., com previsão de atingir mais de 20% da população total até 2050



Transição epidemiológica

Aumento de doenças crônicas e degenerativas



Mudança no perfil e comportamento dos consumidores

Consumidores mais conscientes e envolvidos com decisões de saúde, investindo mais tempo e dinheiro em bem-estar e prevenção



Inovações tecnológicas

Maior disponibilidade de informações; avanços farmacológicos e tecnológicos

AMBIENTE DE SAÚDE

Este cenário desafiador exigiu uma nova abordagem



Os players do mercado de saúde estão **redefinindo** seu **core** de negócios, sendo proativos na gestão de custos ao longo da cadeia de valor

Processo Tradicional (Core antigo)

Cliente doente



Operadora



- Pagamento de médicos, exames laboratoriais, cirurgias e internações

Processo de Transição (Core redefinido)

Cliente doente
ou em risco



Papel ativo na
cadeia de valor



- Compras diretas de materiais e remédios, 2ª opinião etc.

Prevenção



- Alguns programas de gestão de doenças crônicas

AMBIENTE DE SAÚDE

A nova abordagem inclui também programas de promoção de saúde e bem-estar e amplas iniciativas de gestão de doenças crônicas



Participantes do setor de saúde estão **diversificando** para **além do core**, buscando proteger suas margens e gerar novos fluxos de receita

Processo Futuro (além do core): Best in class + Gestão de Saúde da População



NOVO CORE DA SULAMÉRICA

Iniciativas já adotadas pela SulAmérica e que estão sendo ampliadas: programas de promoção de saúde e bem-estar, gestão de crônicos e de casos complexos



A maior participação dos segurados nestes programas representará um novo e inexplorado campo de trabalho para a SulAmérica



A SulAmérica firmou parceria com a Healthways em 2012 para fornecer as primeiras soluções de bem-estar, aumentar a velocidade da adesão de segurados e expandir o alcance de programas dedicados a cuidados com a saúde (ex.: Saúde Ativa)



Em 2013 e 2014, esse relacionamento foi ampliado para fornecer mais soluções de bem-estar e analytics



A nova proposta de valor aumenta o grau de competitividade e diferenciação



Novas ferramentas ajudarão a SulAmérica a promover um ambiente com menor sinistralidade