

REGULAMENTO DO PROGRAMA “IDEIAS DE VALOR | DESAFIO DE INOVAÇÃO 2ª EDIÇÃO”

1. OBJETIVO

“Ideias de Valor | Desafios de Inovação” é o Programa de intraempreendedorismo da Seguros Unimed que tem os objetivos:

- a) Possibilitar que colaboradores diferentes áreas da empresa vivenciem uma experiência real de empreendedorismo, combinada com treinamento para fomentar espírito inovador na Seguros Unimed;
- b) Implementar iniciativas criativas para solucionar desafios ou explorar possibilidades que aumentem a produtividade e os negócios na Seguros Unimed e nas suas regionais;
- c) Capturar resultados reais para a Seguros Unimed que colaborem para o desenvolvimento das suas estratégias de negócios;

2. ABRANGÊNCIA

Respeitados os termos e as condições estabelecidas neste regulamento, ficam habilitados a participar do Programa:

- a) Todos os Colaboradores com exceção de terceiros (Consultorias, Empresas prestadoras de serviços)
- b) os estagiários e aprendizes, desde que respeitado o horário de trabalho (09h às 16h);

Ao confirmar a participação neste Programa, o participante aceita todos os termos descritos neste regulamento, sendo a participação voluntária.

2.1 RESPONSABILIDADES

2.1.1 Proponentes

- colaboradores dono das ideias;
- participar ativamente dos workshops e encontros promovidos pelo programa.

2.1.2 Frentes Estratégicas Madrinhas

- áreas patrocinadoras de um ou mais Desafios no programa
- responsável pela submissão de desafios;
- responsável por avaliar as ideias e selecionar 2 ideias para apresentação;
- participa ativamente da estruturação do MVP e da Aceleração.

2.1.3 Mentores (as)

- parceiros internos e externos;
- colaboram com os times para estruturação das ideias;
- mesclam entre executivos, especialistas técnicos e empreendedores.

2.1.4 Comitê do programa

- fazer a gestão do Programa;
- aprova os Desafios que serão lançados para envio das ideias;
- seleciona as 6 ideias que terão MVP estruturados;

2.1.5 Gestores

- sensibilizar os times para participar das atividades;
- liberar tempo dos times para dedicação ao Programa;
- incentivar e ajudar nos projetos.

2.1.4 Superintendência/Diretoria

- prioriza as ideias com potencial de serem aceleradas.

3. GLOSSÁRIO DE TERMOS UTILIZADOS

- Pitch:** é uma breve apresentação da ideia estruturada;
- MVP:** é o Mínimo Produto Viável, a versão mais simples e enxuta de um produto ou serviço, empregando o mínimo de recursos (tempo e dinheiro) possíveis para entregar a principal proposta de valor da ideia;
- Protótipo:** é uma representação simulada ou exemplar de um produto, utilizada para realizar testes antes do lançamento, ou seja, para validar uma ideia.

4. REGRAS

4.1 Das ideias

As ideias do Programa estão alinhadas ao planejamento estratégico da companhia e visam direcionar os esforços de inovação. Todas as ideias devem ser aderentes a um dos desafios presentes nos temas estratégicos.

4.2 Dos desafios

Serão 6 desafios os quais as ideias deverão ser aderentes:

- **Desafio 1: Aproximação do canal Corretor de Seguros - Como nos aproximar dos Corretores de Seguros, ampliando o conhecimento do nosso portfólio, aumentando nossa base de profissionais cadastrados e fazer com que este público nos recomende aos seus clientes?**

A Seguros Unimed reconhece que, embora o canal Corretor seja extremamente relevante, com uma representatividade de 77% das vendas (jan a jun 2024), este público não foi uma prioridade para a Cia nos últimos anos. Este cenário resulta em uma falta de conhecimento do portfólio, distanciamento da marca e comprometimento na venda de seguros, visto que os corretores não conhecem as iniciativas e diferenciais da seguradora. Nosso objetivo é aumentar a aproximação com os Corretores, garantindo que eles considerem nossos produtos em seus negócios. Além disso, desejamos ampliar a base de corretores cadastrados e proporcionar um maior conhecimento sobre nosso portfólio complementar.

Resultado Esperado:

Procuramos formas de promover uma aproximação consistente com os Corretores, aumentando seu conhecimento sobre os nossos produtos e diferenciais. Este desafio visa fortalecer a percepção do portfólio da Seguros Unimed em todos os segmentos de atuação, contribuindo para o aumento do faturamento da Companhia. Estamos em busca de, não apenas aumentar o conhecimento dos corretores sobre nossos produtos, mas também expandir nossa base de corretores cadastrados, considerando o universo de profissionais no mercado.

O que não Buscamos:

Não estamos buscando ideias relacionadas:

CAMPANHA DE MÍDIA (Estamos trabalhando em uma campanha dirigida para este público agora no segundo semestre/2024).

MEIOS DE COMUNICAÇÃO (O time de Marketing já está mapeando todos os possíveis meios com os Corretores para melhorar nossa eficiência na comunicação com este público).

- **Desafio 2: Potencializar a venda conjunta - Como podemos desenvolver soluções criativas de venda conjunta, unindo diferentes produtos e segmentos que se complementam, garantindo uma melhor experiência aos nossos clientes e agregando valor à marca?**

Atualmente, a Seguros Unimed realiza vendas conjuntas com exceções de Saúde e Odonto, mas não aproveita o potencial de comercialização de outros produtos, como Saúde com Vida, residencial com RC Profissional, Odonto com AP entre outros. Isso resulta na perda de oportunidades estratégicas para novos ou atuais clientes, permitindo a entrada de concorrentes e não agregando valor à marca. Nosso objetivo é crescer a carteira de clientes com sustentabilidade e diversificação, aproveitando o potencial de vendas cruzadas para aumentar o faturamento e a venda de novos produtos.

Resultado Esperado:

Procuramos formas de promover a venda conjunta de diferentes produtos e segmentos complementares, proporcionando uma melhor experiência aos clientes e fortalecendo a marca Seguros Unimed. Este Desafio deve considerar a visão sistêmica do negócio, assegurando a implementação eficiente e integrada de *cross selling*. Esperamos aumentar a carteira de clientes de forma sustentável, diversificando as ofertas e aproveitando as oportunidades de vendas cruzadas para maximizar o potencial de nosso portfólio.

O que não Buscamos:

Não estamos buscando ideias relacionadas:

OFERTA (Ofertas via mala direta, negative option, campanhas pontuais)

NOVOS PRODUTOS (Não buscamos criação de novos produtos para a venda conjunta.)

- **Desafio 3: Processo de Autorização - Como podemos tornar as informações sobre o processo de autorização mais claras e simples para nossos clientes nos canais digitais da Seguros Unimed?**

Atualmente, os segurados da Seguros Unimed enfrentam falta de clareza no processo de autorização. A comunicação não é eficiente, ou seja, há falta de clareza no momento da venda, no ato de solicitação da autorização e, principalmente, no acompanhamento do status do pedido. Cria-se uma necessidade urgente de que os segurados compreendam melhor os procedimentos a serem realizados ao longo dessa jornada. Nosso objetivo é aumentar a satisfação dos clientes no ramo Saúde, oferecendo informações claras e simples sobre o processo de autorização, o que resultará em ganho de eficiência operacional, redução de custos e mais confiança nos processos da Seguros Unimed.

Resultado Esperado:

Procuramos formas de tornar as informações de autorizações mais claras e acessíveis em nossos canais digitais. Esse Desafio deve assegurar que os clientes entendam facilmente os procedimentos, que eles consigam acompanhar suas solicitações de forma pró-ativa e também por meio de consultas voluntárias, aumentando a eficiência e a confiança nos processos da empresa, além de aumentar a satisfação dos nossos clientes e reduzir o número de atendimentos nos canais.

O que não Buscamos:

Não estamos buscando ideias relacionadas:

Não buscamos uma célula exclusiva de atendimento humano para esses casos de status de autorização.

- **Desafio 4: Abordagem unificada do canal Unimed - Como podemos desenvolver uma solução inovadora para viabilizar uma abordagem integrada com as Unimeds, a partir de uma visão holística, fortalecendo o cooperativismo e aproveitando oportunidades de negócios?**

O Sistema Unimed representa 38% do faturamento do mercado de saúde no Brasil, mas atualmente não há um modelo de abordagem comercial integrado para abordagem com as Unimeds, na Seguros Unimed. A abordagem fragmentada atual (Saúde/ Odonto; Vida/Previdência e Ramos Elementares; Investcoop; Unimed participações), sem uma visão sistêmica, resulta na perda de oportunidades de negócios. Nosso objetivo é desenhar um processo de abordagem integrada no canal Unimed, com impacto positivo na sustentabilidade das singulares e fortalecimento do cooperativismo.

Resultado Esperado:

Temos como foco soluções que permitam uma abordagem integrada com as Unimeds, considerando uma visão holística e sistêmica do negócio. Esse projeto deve minimizar a abordagem fragmentada e maximizar as oportunidades de negócios. Esperamos fortalecer o cooperativismo, aumentar a sustentabilidade das singulares e garantir um impacto positivo na abordagem comercial com as Unimeds.

O que não Buscamos:

Não estamos buscando ideias relacionadas:

SEGMENTAÇÃO POR PRODUTO (Não está no escopo uma estratégia de abordagem orientada por produto.)

FOCO NAS EXPERIÊNCIAS ANTERIORES (Não buscamos uma solução focada nas experiências e vivências anteriores, elas devem ser utilizadas como aprendizado para atender às Unimeds.)

- **Desafio 5: Análise e Tratativas de Churn - Como podemos desenvolver um controle unificado e eficaz para as análises e tratativas de Churn, visando aumentar a retenção de clientes e a sustentabilidade do negócio na Seguros Unimed?**

Atualmente, a Seguros Unimed não possui um controle unificado voltado para as análises e tratativas de Churn. A falta de acompanhamento qualitativo e quantitativo dos cancelamentos de contratos resulta na ausência de estratégias eficazes para reversão, levando a riscos de perda de receita, aumento de custo operacional e diminuição de marketshare. Nosso objetivo é desenvolver um controle de Churn que amplie a sustentabilidade do negócio, fidelize clientes e possibilite ofertas de novos produtos, agregando valor à marca.

Resultado Esperado:

Procuramos proporcionar maior visibilidade dos principais motivos de cancelamento por ramos/categorias, permitindo a criação de estratégias de retenção assertivas e eficazes. Esperamos aumentar a retenção de clientes, reduzir os riscos de perda de receita e fortalecer a sustentabilidade do negócio.

O que não Buscamos:

Não estamos buscando ideias relacionadas:

Não buscamos soluções que exijam o cruzamento de bases de dados disponíveis (BI Qlik Sense, CRM).

- **Desafio 6:** Como podemos aprimorar a experiência de análise de riscos e sinistros na Seguros Unimed?

A Seguros Unimed busca melhorar a experiência de análise de riscos e sinistros para otimizar processos de gestão integrada, incluindo projetos, vendas e operações. Atualmente, há desafios relacionados à necessidade de criação de áreas específicas, aumento de headcount, investimento financeiro, compra de novos sistemas e ferramentas, e divergência de informações entre áreas.

Nosso objetivo é aprimorar a gestão integrada de sinistros e riscos, garantindo uma análise mais eficiente e coesa, sem a necessidade de grandes investimentos ou criação de novas área e não deve trazer impactos negativos quanto à satisfação do cliente.

Resultado Esperado:

Procuramos formas de melhorar a experiência de análise de riscos e sinistros, otimizando os processos de gestão integrada sem a necessidade de criação de novas áreas, aumento de headcount, ou grandes investimentos financeiros. A solução deve também evitar divergências de informações entre áreas e serem implementáveis até dezembro de 2025. Esperamos aumentar a eficiência operacional e a coesão entre áreas na análise de riscos e sinistros, proporcionando uma gestão integrada mais eficaz e reduzindo os custos operacionais.

O que não Buscamos:

Não buscamos soluções que exijam a criação de áreas específicas, aumento de headcount, investimentos financeiros significativos, compra de novos sistemas e ferramentas, ou que tenham um prazo de desenvolvimento e implementação que ultrapasse dezembro de 2025.

4.3 Dos times

- a) Qualquer colaborador elegível para participação no Programa poderá submeter ideias, em times de no mínimo 2 e no máximo 3 pessoas, para os desafios estratégicos disponíveis endereço <https://ideiasdevalorsegurosunimed.com.br/>.
- b) Cada time poderá inscrever quantas ideias quiser.
- c) O time deve ter no mínimo 1 integrante de outra área. Não será permitido que todos os integrantes sejam da mesma área (Salvo Escritórios Regionais).
- d) Caso haja alguma desistência, a alteração de integrantes será realizada pelos mesmos.

5. ETAPAS E DURAÇÃO

O Programa terá duração de 5 meses e será composto por 5 etapas: Inscrição; Seleção; Aprofundamento e Priorização; Ideação; Pitch e Reconhecimento.

5.1 Etapa 1: Inscrições

O período de inscrições é de 24/07 a 09/08 e poderão ser feitas por meio do seguinte endereço: <https://ideiasdevalorsegurosunimed.com.br/>.

5.2 Etapa 2: Seleção

Etapa de avaliação das ideias pelas áreas Madrinhas seguindo os seguintes critérios:

- a) clareza da ideia;
- b) campos preenchidos e informações coerentes;
- c) alinhamento com os desafios do programa

- d) novidade da ideia proposta frente às soluções existentes na Seguros Unimed;
 - e) potencial de escalabilidade (expandir para locais ou outras áreas).
- Não serão aceitas ideias que já estejam em execução na companhia, ideias já executadas, ideias facilmente resolvidas com a compra de soluções de mercado e ideias que já estejam em fase de planejamento.

Ao final, o comitê selecionará 12 ideias que seguirão para a próxima etapa.

5.3 Etapa 3: Aprofundamento e Priorização

Nesta etapa, será realizado o refinamento das 12 ideias selecionadas por meio da realização de workshop de refinamento. Ao final, os times apresentarão suas ideias em formato de pitch e o Comitê fará a priorização e seleção das 6 melhores ideias com base nos seguintes critérios:

- a) relevância do problema que resolve;
- b) potencial de geração de resultados para a empresa;
- c) grau de complexidade.

O comitê poderá solicitar apoio de especialistas da SEGUROS UNIMED para avaliação das ideias. As ideias que não forem aprovadas serão armazenadas em banco de ideias para futura consulta.

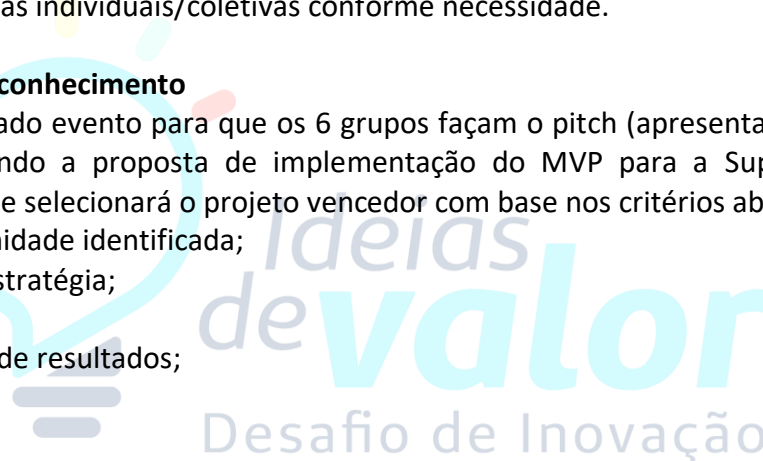
5.4 Etapa 4: Ideação

O objetivo desta etapa é qualificar as 06 ideias priorizadas e estruturá-las no formato de MVP, através de workshops e mentorias individuais/coletivas conforme necessidade.

5.5 Etapa 5: Pitch e Reconhecimento

Nesta etapa, será realizado evento para que os 6 grupos façam o pitch (apresentação e defesa) do seu projeto, apresentando a proposta de implementação do MVP para a Superintendência e Diretores Executivos, que selecionará o projeto vencedor com base nos critérios abaixo:

- a) relevância da oportunidade identificada;
- b) alinhamento com a estratégia;
- c) viabilidade técnica;
- d) potencial de geração de resultados;
- e) investimento;



6. MENTORIAS

O programa irá oferecer um conjunto de mentorias coletivas e individuais para os times na etapa de ideação. Estas serão agendadas no decorrer o programa.

7. TRILHA DE INOVAÇÃO

Para todos os colaboradores que participarem do programa com a inscrição de ideias receberão acesso a uma trilha de inovação com conteúdo exclusivo de propriedade ou já produzidos pela Innoscience, abordando ferramentas práticas de inovação.

8. RECONHECIMENTOS

Os reconhecimentos estão divididos em função da fase do Programa.

ETAPA	Reconhecimento
Todos os colaboradores que submeteram ideias no Programa.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecimento de todos (um painel) – Divulgação Interna no Workplace e Externa no LinkedIn; • Vídeo de Agradecimento pela participação no Programa; • Selinho de participação do programa.

12 times que passaram para a fase de refinamento.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecimento dos TOP 12 (um painel) - Divulgação Interna no Workplace e Externa no LinkedIn.
6 times selecionados para a construção do protótipo.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecimento dos TOP 6 (um painel) - Divulgação Interna no Workplace e Externa no LinkedIn; • KIT com brindes: Caderno, caneta e o Livro Inspirado: Como Criar Produtos De Tecnologia Que Os Clientes Amam. <p>TOP 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconhecimento dos TOP 3 (um painel) - Divulgação Interna no Workplace e Externa no LinkedIn; • Almoço especial, troféu para as três melhores ideias de acordo com a avaliação da banca. <p>1º lugar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participação no WEB SUMMIT RIO 2025 (Passagem aérea, hospedagem e ingresso para os 4 dias de evento) <p>OBS: Traslado para o evento e alimentação não inclusa.</p>

9. AFASTAMENTOS E DESLIGAMENTOS

Os colaboradores com suspensão do contrato por afastamento, baixa pelo INSS, decorrentes de auxílio-doença ou acidentes de trabalho, terão direito a receber a premiação proporcional à fase anterior. Em caso de desligamento do colaborador, seja ele por iniciativa da empresa ou por parte do próprio colaborador, ele não terá direito a receber a premiação.

10. DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

As ideias enviadas deverão ser resultado da criação do participante, não sendo aceitas cópias (totais ou parciais) de ideias de terceiros, declarando o participante desde já que a ideia é única e exclusivamente sua e que reconhece que a mesma não é passível de qualquer proteção autoral nos termos do art. 8º da Lei 9.610/98. O participante, no ato do registro, cede à SEGUROS UNIMED, de forma ampla, irrestrita, permanente e gratuita todo o material enviado, declarando que o mesmo é original e não viola direitos de terceiros. Qualquer ideia que viole a propriedade de terceiros ou que manifeste conteúdo impróprio será automaticamente desclassificada, assim como qualquer ideia que sugira ou encoraje atividade ilegal ou divulgação de informações que não possam ser transmitidas por motivos legais ou contratuais. Ao se registrarem, os participantes concordam que esta é uma ferramenta de geração de ideias de uso interno da companhia e cujo conteúdo é de total propriedade da mesma. Salvos os prêmios estipulados neste Regulamento, não será devida nenhuma remuneração, royalties ou pagamento de qualquer espécie, a qualquer título, pelas ideias enviadas ao Programa e/ou eventualmente utilizadas pela empresa SEGUROS UNIMED, sejam elas implementadas ou não. Aos participantes, fica expressamente proibido divulgar, fornecer ou tornar disponível quaisquer informações, dados ou trabalhos, exclusivos ou confidenciais do programa para pessoas que não estejam autorizadas e devidamente registradas, não podendo sob qualquer pretexto, utilizar ou dar conhecimento a terceiros, sendo responsável pelo ressarcimento de todos os danos e prejuízos percebidos pelo SEGUROS UNIMED.

11. CRONOGRAMA

Data	Descrição
24/07/2024	Lançamento do Programa e abertura das inscrições
09/08/2024	Encerramento do período de inscrições
20/08/2024 a 22/8/2024	Seleção das 12 ideias
23/8/2024	Divulgação das 12 ideias priorizada
28/08/2024	Onboarding das 12 ideias selecionadas
10/09/2024	Workshop de Refinamento (4 horas) com os times das 12 ideias priorizadas
17/09/2024 a 18/09/2024	Apresentação das 12 ideias para Comitê
19/09/2024	Divulgação das 06 ideias priorizada
01/10/2024	Workshop de Desenho de 6 protótipos
02/10/2024 a 01/11/2024	Período de testes dos protótipos
11/11/2024 a 14/11/2024	Consolidação de resultados dos protótipos
19/11/2024	Treinamento sobre Business Case
21/11/2024 à 04/12/2024	Mentorias e apoio para construção das apresentações
10/12/2024	Ensaio final das apresentações
11/12/2024	Pitch e Reconhecimento (Presencial)

12. DISPOSIÇÕES FINAIS

Eventuais modificações neste regulamento serão comunicadas a todos os colaboradores da SEGUROS UNIMED. Caso seja necessário cancelar ou suspender o projeto da ideia submetida, o colaborador deve comunicar o comitê mencionando o motivo.

Todas as dúvidas e/ou questões surgidas ao curso do presente Programa devem ser encaminhadas para o e-mail carlos.padalino@segurosunimed.com.br, thiago.fontinhas@segurosunimed.com.br, ou stormia@segurosunimed.com.br. Casos não tratados ou contemplados neste regulamento serão analisados pelo comitê pontualmente. A SEGUROS UNIMED poderá, ao seu livre e exclusivo critério, implementar ou não qualquer das ideias enviadas para o Programa, sejam elas premiadas ou não premiadas, sempre em observância ao que dispõe o art. 8º da Lei 9.610/98 e os arts. 854 e seguintes do Código Civil.

13. PROIBIÇÕES

É vedada qualquer mudança neste regulamento sem alinhamento prévio com o comitê.

14. EXCEÇÕES

Toda e qualquer exceção deverá ser analisada e aprovada pelo comitê.

15. SANÇÕES

Caso sejam constatadas situações de fraude, tentativas de burlar este regulamento ou qualquer outra ação que infrinja as regras acima descritas, o time será desclassificado do Programa.