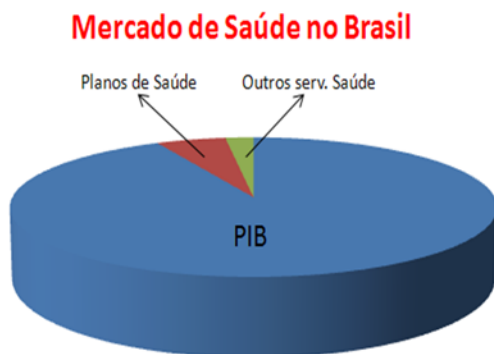




## “O ENVELHECIMENTO DA POPULAÇÃO E O CRESCIMENTO DA CLASSE MÉDIA – OPORTUNIDADES PARA O SEGMENTO DE SAÚDE E BEM-ESTAR”

Há cerca de duas décadas, com a implantação do Plano Real, o Brasil sofreu uma significativa transformação no seu cenário macroeconômico. O controle da inflação e o crescimento da economia permitiram mudanças também na demografia em função do maior poder aquisitivo da população.



Outros serv. Saúde - R\$ 46 Bilhões - 2,3% do PIB  
Planos de Saúde - R\$ 114 Bilhões - 5,7% do PIB

Mercado de Saúde - R\$ 160 Bilhões - 8,0% do PIB

Em especial, dois fatores se sobressaem neste cenário: o envelhecimento da população e o surgimento de uma nova classe média, agora incorporada pela camada mais alta da classe C que assume os hábitos de consumo das classes mais favorecidas.

De um modo geral percebe-se uma mudança no comportamento do consumidor, fruto de seu desejo de ter uma qualidade de vida melhor. Este novo perfil de consumidor investe mais em seu bem-estar e sua saúde. Isto mexe com as estratégias das empresas, quando pensam em atender as necessidades de seus consumidores.

Tais mudanças tornam-se grandes oportunidades de negócio para diversos setores e segmentos da economia brasileira, como no caso da saúde e do bem-estar, não só para grandes empresas como para micro e pequenas empresas inovadoras. Segundo o IBGE, o mercado de saúde já movimentou R\$ 160 bilhões em 2010, o que representa 8% do PIB brasileiro, sendo 5,7% só em planos de saúde. Isto faz com que o mercado de saúde brasileiro seja o terceiro maior do mundo, atrás apenas de Estados Unidos e China.

## Número de idosos dobrou nos últimos 20 anos no Brasil

Segundo a Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio (PNAD) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2012 a tendência de envelhecimento da população brasileira foi consolidada, tendo dobrado nos últimos 20 anos. Os idosos - pessoas com mais de 60 anos - somam 23,5 milhões dos brasileiros, mais que o dobro do registrado em 1991, quando a faixa etária contabilizava 10,7 milhões de pessoas.

Na comparação entre 2009 (última pesquisa divulgada) e 2011, o grupo da terceira idade aumentou 7,6%, ou seja, mais 1,8 milhão de pessoas. Há dois anos, eram 21,7 milhões de pessoas. Ao mesmo tempo, o número de crianças de até quatro anos no país caiu de 16,3 milhões, em 2000, para 13,3 milhões, em 2011. São Paulo é o Estado com o maior número de idosos: 5,4 milhões. Em seguida, vem Minas Gerais, com 2,6 milhões, e Rio de Janeiro, com 2,4 milhões. O fato de os três Estados mais populosos da região Sudeste abrigarem o maior número de idosos também reflete uma tendência registrada entre as regiões do Brasil: enquanto a população do Sudeste envelhece, a do Norte está cada vez mais jovem em termos relativos. De acordo com a Pnad, 57,6% da população nortista tem menos de 30 anos.

Ainda amparado pela maior expectativa de vida, o número de brasileiros acima de 65 anos deve praticamente quadruplicar até 2060, confirmando a tendência de envelhecimento acelerado da população já apontada por demógrafos. A estimativa faz parte de uma série de projeções populacionais baseada no Censo de 2010 divulgadas pelo IBGE.

No período, a expectativa média de vida do brasileiro deve aumentar dos atuais 75 anos para 81 anos. De acordo com o IBGE, as mulheres continuarão vivendo mais do que os homens. Em 2060, a expectativa de vida delas será de 84,4 anos, contra 78,03 dos homens. Hoje, elas vivem, em média, até os 78,5 anos, enquanto eles, até os 71,5 anos.



# OPORTUNIDADES E NEGÓCIOS

Com a mudança da estrutura etária brasileira, resultado da redução do número de jovens e do aumento da população idosa, o Brasil deve passar por profundas transformações socioeconômicas. A principal delas diz respeito ao que especialistas chamam de "bônus demográfico" ou "janela de oportunidades". Esse conceito engloba as oportunidades que surgem para o país quando o número de pessoas consideradas economicamente produtivas (as que o IBGE considera em idade de trabalhar, entre 15 a 64 anos) é maior do que a parcela da população dependente (ou seja, menores e idosos que não trabalham).

Calcula-se que em 2013 cada grupo de cem indivíduos em idade ativa sustenta 46 indivíduos. Segundo as estimativas do IBGE, até 2022 esse número irá caindo – indicando um grande número de pessoas economicamente ativas. Ainda que esteja prevista uma nova inversão desta tendência até 2060, nos próximos anos teremos uma população ativa maior e mais velha, necessitando estar em bom estado de saúde para poder exercer sua atividade profissional.

Ainda segundo as pesquisas do IBGE, a maioria da população idosa do país está concentrada próxima a áreas urbanas, pois são regiões com maior disponibilidade de serviços médicos qualificados e também uma rede social com atividades de lazer, culturais e religiosas que permitem maior envolvimento dessa faixa etária na sociedade.

Por outro lado, mesmo com os avanços da medicina embalada pela tecnologia e com uma melhor qualidade de vida em função do cenário econômico mais favorável, não se pode esquecer que o envelhecimento traz, naturalmente, maiores complicações para a saúde do ser humano. Isso faz com que a faixa etária mais avançada conviva mais tempo com os problemas crônicos típicos da idade.

A Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo (FSP-USP) desenvolveu uma pesquisa que buscou avaliar a ocorrência de um processo chamado de "*compressão da morbidade*", ou seja, se o intervalo entre o aparecimento das doenças e a morte estava diminuindo e se o aparecimento das doenças estava sendo postergado para os últimos anos de vida. A pesquisa demonstrou que, no caso específico de São Paulo (acredita-se que esses números se assemelham aos do restante do país, embora nenhum estudo semelhante tenha ocorrido em outros lugares do Brasil), está ocorrendo um fenômeno oposto: a expansão da morbidade, que é um aspecto negativo, onde a população passa mais tempo doente.



# OPORTUNIDADES E NEGÓCIOS

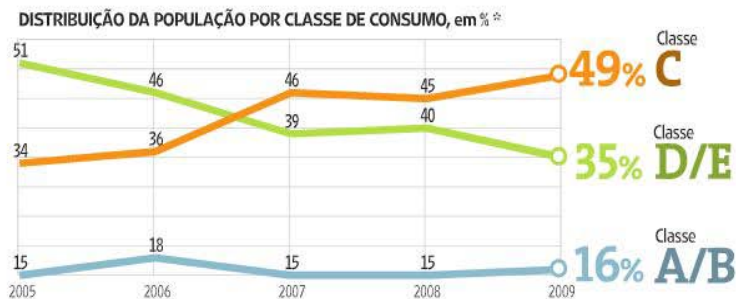
O estudo demonstrou que os maus hábitos alimentares e o sedentarismo da maioria da população de 3ª idade ocasiona o surgimento de doenças como a hipertensão arterial, o diabetes, as doenças cardíacas, as doenças pulmonares crônicas, as doenças mentais, como depressão e demências, as doenças articulares, como artrite e artrose. Este é o fator que se impõe como contrapeso à maior qualidade de vida no Brasil nos últimos anos e que exige do idoso maior investimento em sua saúde.

A última década no Brasil foi marcada por extraordinário crescimento demográfico da população jovem. Esse grupo etário jamais foi ou será no futuro – desde que não se revertam as tendências demográficas – tão numeroso como é hoje em termos absolutos. Em 2003, o país tinha 33,85 milhões de jovens entre 15 a 24 anos, o que representava 19,5% da população (IBGE). A cada ano, a crista de uma onda demográfica (quantidade máxima de pessoas de uma determinada idade) **se desloca para idades mais avançadas**. Em outras palavras, o Brasil ainda é um país onde a maioria da população é mais jovem, mas é preciso se preparar para o envelhecimento da população, principalmente em relação à pressão sobre a Previdência.

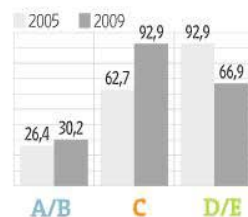
## Uma classe C maior e a nova classe média

### CLASSE C AUMENTA NO BRASIL

Participação no total da população sobe de 45% para 49%



### NÚMERO DE CONSUMIDORES Por classe econômica, em milhões



### RENDA FAMILIAR MENSAL, em 2009

Classe	Renda Mensal (R\$)
A/B	R\$ 2.533
C	R\$ 1.276
D/E	R\$ 733

<sup>2</sup> As classes sociais usadas no estudo são as definidas pelo CCEB (Critério de Classificação Econômica Brasil), fornecido pela Amap (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa). O conceito não considera a renda e leva em conta itens como posse de eletrodomésticos (televisão, rádio, aspirador de pó, máquina de lavar, DVD, geladeira, freezer), de carro para passeio, quantidade de banheiros na casa e grau de instrução do chefe da família. Fonte: Pesquisa Cetelem-Ipsos.

Analogamente ao que vem ocorrendo com a população de 3ª idade, um fenômeno semelhante impulsiona o crescimento da classe C no Brasil, especialmente na última década, formando uma nova classe C e uma nova classe média. A estabilidade econômica, programas sociais de transferência de renda, aumento do número de empregos com carteira assinada, além da formalização de empreendedores informais são alguns dos fatores que podem ser apontados como facilitadores desse processo, além, é claro, da política de ganhos reais do salário mínimo.

# OPORTUNIDADES E NEGÓCIOS

A **nova classe C** é formada por famílias que pertenciam às classes D e E que ascenderam em qualidade de vida e se incorporaram à antiga classe C. Segundo a pesquisa da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa esta nova classe já contava com 49% da população em 2009. De acordo com André Singer, cientista político e professor da USP, a fatia das classes D e E que ascendeu de vida é representada por cerca de 30 milhões de pessoas. De acordo com Singer, apesar deste avanço, o Brasil não está se tornando um país “de classe média”, visto que 40% da população continuam aquém da classe C. Esta classe, que segundo ele conta atualmente com quase 55% da população brasileira, encontra-se dividida em duas partes muito diferentes entre si: a classe trabalhadora, composta pelos novos assalariados que, submetidos a péssimas condições de trabalho, aderem às forças sindicais; e a classe média, da qual fazem parte os que melhoraram ainda mais seu padrão de vida. Em outras palavras, mais da metade da população brasileira pertence atualmente à classe C.

E é justamente a camada mais elevada da classe C, definida por Singer, que se soma à classe B para formar o que se denomina de **nova classe média**.

À medida que entra no cenário esse batalhão de novos consumidores, as empresas começam também a se adaptar a outro panorama. Novos produtos e serviços são lançados no mercado, empresas investem em inovação para baratear produtos e serviços que antes eram destinados exclusivamente às classes A e B.

Inicialmente, os segmentos que mais se beneficiaram dessa nova onda foram os de materiais de construção, eletrodomésticos, cosméticos, roupas e calçados, além das redes de supermercados. Porém, estudos demonstram uma mudança no comportamento do consumidor, nos quais fica claro que ele valoriza a sua saúde e bem-estar como prioridade de vida. E é neste sentido que começam a ser também beneficiados os negócios relacionados à saúde e ao bem-estar. Incluem-se aí dezenas de tipos diferentes de empresas, tais como:

- Serviços móveis de atendimento a urgências
- Atividades de atendimento hospitalar
- Atividades de atenção ambulatorial executadas por médicos e odontólogos
- Atividades de serviços de complementação diagnóstica e terapêutica
- Atividades de apoio à gestão de saúde
- Atividades de assistência a idosos, deficientes físicos, imunodeprimidos e convalescentes prestadas em residências coletivas e particulares
- Atividades de fornecimento de infraestrutura de apoio e assistência a paciente no domicílio
- Atividades de assistência psicossocial e à saúde a portadores de distúrbios psíquicos, deficiência mental e dependência química
- Atividades de assistência social prestadas em residências coletivas e particulares
- Serviços de assistência social sem alojamento



# OPORTUNIDADES E NEGÓCIOS

Os empreendedores que atuam ou pretendem atuar nestes segmentos devem procurar estudar o comportamento do novo público formado por uma nova classe C e uma camada social de pessoas da 3ª idade, para compreender quais são suas principais necessidades e condições que favoreçam a contratação de tais serviços. Um exemplo do crescimento do consumo de serviços de saúde no Brasil pode ser constatado pelas empresas de Planos de Saúde, que observaram um enorme aumento de vendas de seus produtos nos últimos anos.

## Planos de Saúde: benefícios e entraves

A classe C já representa 49% dos associados de planos de saúde, segundo dados apresentados pelo sócio-diretor do Data Popular, Renato Meirelles, durante o 17º Congresso da Abramge, realizado em agosto de 2012. Em média, a classe C gasta R\$ 30 bilhões com saúde por ano. A maior parte deste gasto é com remédios, o que, na opinião de Meirelles, deve aumentar o interesse das operadoras de planos de saúde em desenvolver serviços com convênios com grandes redes de farmácia. O mercado brasileiro de seguros, que representa cerca de 5,7% do Produto Interno Bruto (PIB), tem um mundo de oportunidades para ser desenvolvido, de acordo com o presidente da [Bradesco Seguros](#), Marco Antonio Rossi.

Com o aumento do emprego formal e da renda, 11,4 milhões de pessoas passaram a ter plano de saúde nos últimos seis anos. No total, há no país 48,6 milhões de usuários de convênios médicos. Pesquisa da consultoria Aon Hewitt Brasil, com 350 mil usuários de planos de saúde das principais capitais do país, mostra que entre 2006 e 2012 aumentou em 29% o número de exames solicitados para cada consulta médica realizada. O número de consultas cresceu 8,3% e o de internações, 7,4%. Boa parte dos novos usuários de classe C recebeu o benefício como parte da estratégia das empresas para a retenção de talentos.



Essa expansão se dá, principalmente, por causa da chegada da classe C ao mercado privado de saúde. Até então, essa camada da população só tinha acesso à rede pública. Agora, com um convênio médico na mão, o brasileiro da classe média emergente agenda consultas, frequenta hospitais e, principalmente, faz exames de análises clínicas e de imagem – um dos maiores gargalos do Sistema Único de Saúde (SUS). Diante dessa demanda crescente, grupos de medicina diagnóstica aumentaram as atenções a esse público. O Grupo Fleury, reconhecido por sua presença no mercado de alta renda, criou em maio do ano passado a bandeira a+, voltada para os públicos das classes B e C. “A marca a+ registra crescimentos expressivos. É nítida a presença de novos clientes, que foram beneficiados com o emprego formal, nas nossas unidades”, diz Omar Hauache, presidente do Fleury.

# OPORTUNIDADES E NEGÓCIOS

Isso propicia novas oportunidades de melhor atendimento ao consumidor, bem como para os prestadores de serviço de saúde.

E se por um lado vê-se uma camada maior da população com acesso ao sistema privado de saúde, por outro isto acarretou em uma superlotação do serviço e a consequente queda no atendimento ao público. Além disto, aumentou o número de exames e consultas por associado, causando uma pressão nos custos das operadoras de planos de saúde.

Pesquisa feita pelo Datafolha em 2013, em parceria com a Associação Paulista de Medicina (APM), concluiu que 79% dos usuários de plano de saúde enfrentam problemas com o serviço. A falta de vagas para internação nos hospitais e clínicas, o local de espera lotado, o tempo de atendimento e a demora para marcação de exames e consultas aparecem no topo da lista de reclamações. Esta mesma pesquisa revelou que, por conta da má qualidade na prestação de serviços, 30% dos associados de planos de saúde afirmaram terem recorrido ao SUS ou a serviços particulares nos últimos dois anos por falta de opções de atendimento dentro do plano. A frequência dessa situação teve um aumento de 10 pontos percentuais em relação ao levantamento feito no ano passado.

Porém, o problema crônico que atinge o segmento ocorre pela negativa de autorização das operadoras para exames e consultas, o que desencadeou a interferência da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) no processo. Recentemente, a ANS anunciou a suspensão da venda, por três meses, de 212 planos de saúde, administrados por 21 operadoras. A medida foi tomada por descumprimento de prazos estabelecidos para atendimento médico, realização de exames e internações, além de negativas indevidas de cobertura. Esta questão afeta não só o usuário do serviço, como também de todos os profissionais e empresas que atuam no segmento de saúde.

O presidente do Instituto Data Popular, Renato Meirelles, lembra que se a classe C brasileira fosse um país, ela seria o 18º maior mercado consumidor do mundo. Ele alertou, ainda, para os novos desafios que este público traz às empresas, tendo em vista que trata-se de um público com "dissonância cognitiva, diferenças na formação, cultura, educação e linguística". Os vendedores de serviços de saúde têm o desafio de entender o universo deste novo público e fazer-se entender, pois a maioria das reclamações dos consumidores está relacionada ao não entendimento do que efetivamente estão contratando.

O consumidor pensa que comprou algo, quando na verdade não era bem aquilo. A ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar) deveria atuar na regulamentação de contratos, para que os planos de saúde sejam simplificados para este público.

# OPORTUNIDADES E NEGÓCIOS

## Oportunidades de novos negócios em saúde e bem-estar

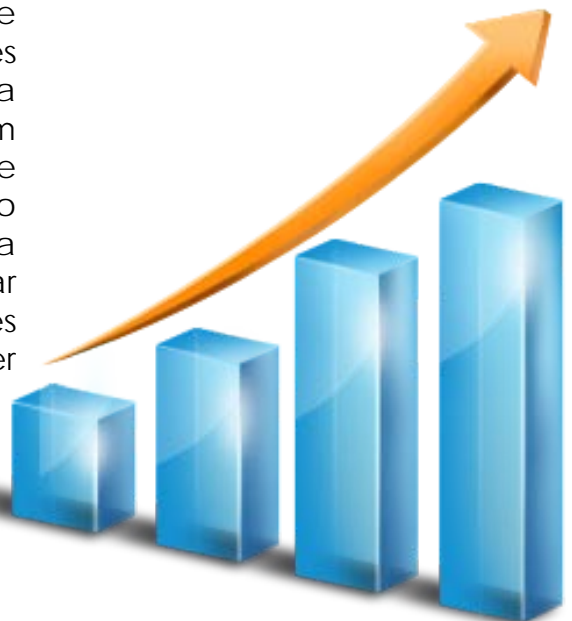
Apesar do crescimento do poder de consumo da nova classe C e da população de 3ª idade, há que se pensar em como inovar a oferta de serviços para estes públicos. Não basta reproduzir os padrões de oferta existentes, pois eles têm demandas específicas. Há a necessidade de se desenhar, produzir e comercializar produtos e serviços que atendam aos seus anseios nas áreas de saúde, educação, habitação e mobilidade, demandando soluções que são diferentes daquelas ofertadas às classes A e B. Estas pessoas são consumidores exigentes e demandam qualidade, pois não podem desperdiçar recursos. Estão conectados, antenados com o que acontece à sua volta e são potenciais parceiros dos negócios que buscarem servir suas necessidades.

Há no mundo uma série de novos serviços e tecnologias que podem servir de exemplo do que tem sido sucesso para perfis semelhantes em outros países, como por exemplo:

- A Embrace, que a fim de reduzir o número de mortes e problemas de saúde de bebês prematuros, criou uma solução que substitui a incubadoras a um preço 100 vezes menor e sem a necessidade de energia elétrica, bastante semelhante a um saco de dormir – o desenvolvimento aconteceu por meio da intensa interação de uma equipe multidisciplinar de universitários com mães de bebês prematuros na Índia, a fim de entender profundamente suas necessidades;

- A Lifespring, uma cadeia de hospitais de 20 a 25 leitos especializada em cuidado de gestantes e recém-nascidos na Índia. O tamanho permite chegar a locais antes não atendidos. Somente em fevereiro de 2012 foram mais de 14.000 nascimentos nas instalações da rede;

- O Aravind Eye Care Hospital, que realiza anualmente na Índia cerca de 300 mil cirurgias de catarata e glaucoma, a fim de eliminar a cegueira desnecessária. A redução de custos com a melhor utilização do tempo dos médicos é de 70% e permite que dois terços das cirurgias sejam realizadas gratuitamente.





# OPORTUNIDADES E NEGÓCIOS

No Brasil começam a surgir também as primeiras iniciativas inovadoras:

- A AUIRE que oferece tecnologias de baixo custo para deficientes físicos;
- O CIES – Centro de Integração de Educação e Saúde que oferece serviços de saúde do SUS por meio de clínicas móveis customizadas em carretas de caminhões;
- A Clínica SIM oferece atendimento clínico médico e odontológico de qualidade e a preços acessíveis para a população de baixa renda em Fortaleza.
- Gelt Tecnologia – produz um aparelho digital para a realização de exames como o eletrocardiograma de repouso e de esforço, loop, holter e o monitoramento cardíaco.



Criatividade e aderência aos desejos e necessidades do público-alvo são as palavras-chave para o sucesso nesta área.