

Value Based Care

Preparado para a ABRASP a partir do *handbook* de boas praticas da KPMG adaptado ao mercado local

Outubro de 2018



KPMG - Saúde

Excelência Operacional (EO)



Aumento de performance clínica, operacional e sustentabilidade do negócio

Auditoria, Compliance e Risco (ACR)



Governança e análise de risco do negócio

Saúde Digital



Soluções em tecnologia em toda cadeia de valor

Estratégia



Transações e planejamento estratégico para provedores e fontes pagadoras

Redesenhos de Sistemas de Saúde



Transformação da rede de cuidado e saúde populacional

Pagamento por Valor (VBC)



Geração de valor ao paciente e alinhamento entre os *stakeholders*

60



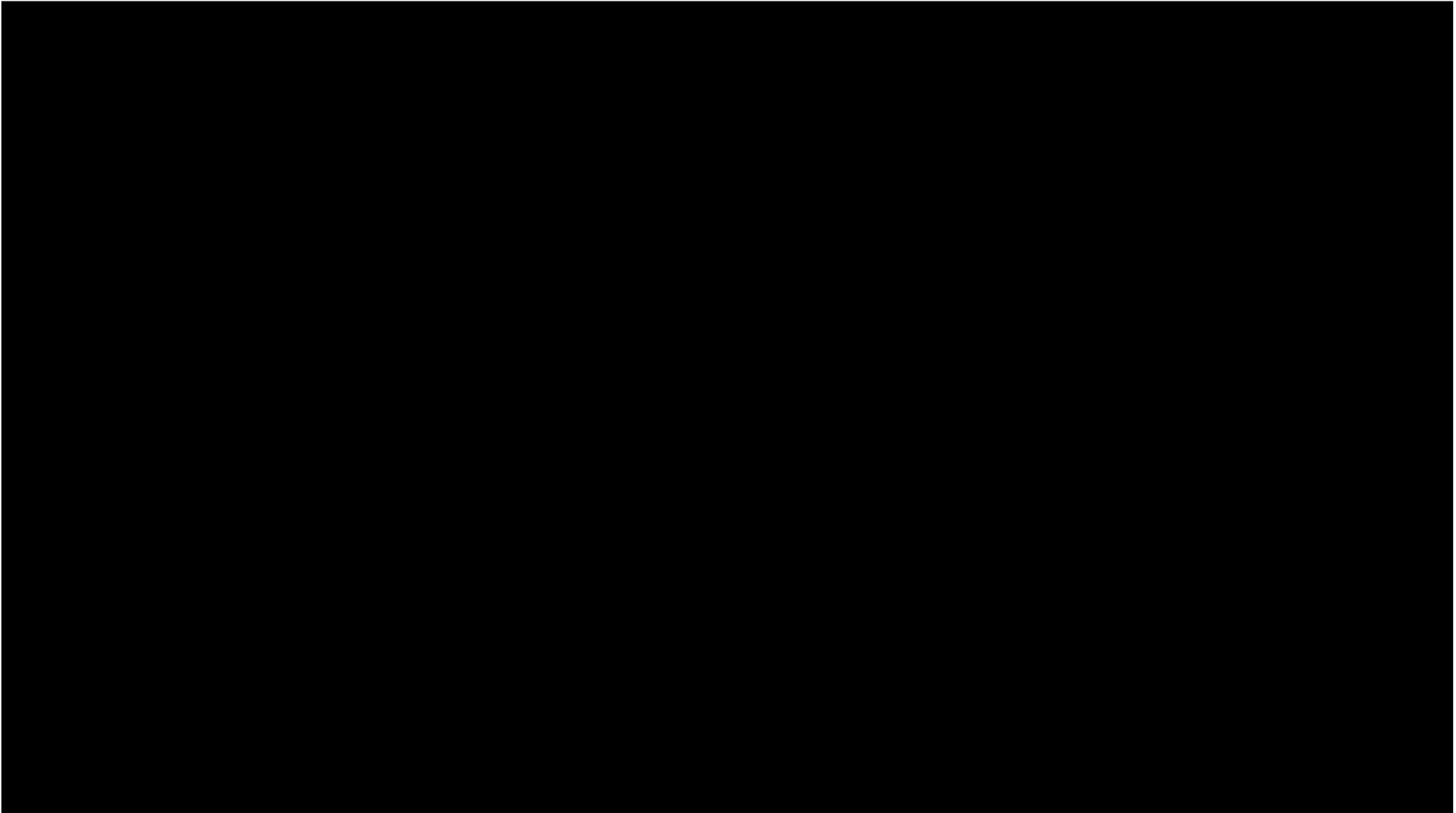
Países

4,500+



Colaboradores





“...The most complex service I have ever experienced...”

Prof. Michael Porter

“...Success will require talent experts, a beginner’s and a long-term orientation...”

Jeff Bezos

“Culture eats strategy for breakfast”

Peter Drucker

“30% do que é gasto com saúde é desperdício”

OMS

“Do not neglect transparency; it will change the face of healthcare in the coming years”

Dra. Anna Van Poucke – KPMG Healthcare Center of Excellence

Incentivos na cadeia - Visão dos Stakeholders



ECONOMICS & SOCIETY

We Won't Get Value-Based Health Care Until We Agree on What "Value" Means

by **Robert C. Pendleton**

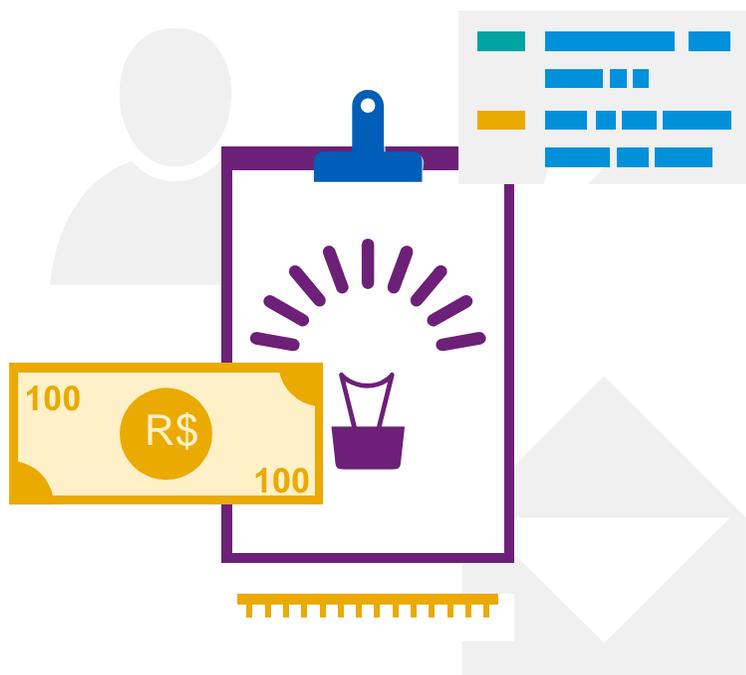
WHAT TO READ NEXT



The Best Mentors Think Like Michelangelo

O que a reforma de pagamento não é...

Visão KPMG



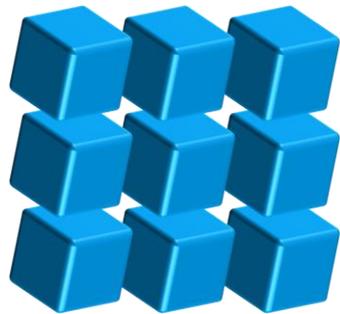
A reforma do pagamento não é:

- **Um ato mágico** - A reforma do pagamento é um componente de uma transformação completa do sistema. Embora ela consista em colocar os incentivos adequados para os prestadores de serviços, muitos trabalhos *"on-the-ground"* ainda precisam ser feitos para redesenhar o sistema de atendimento e melhorar os fluxos de trabalho.
- **Modelo Único**- A reforma do pagamento deve ser adaptada às necessidades da população e à capacidade do provedor.
- **Uma tentativa de fazer com que os prestadores façam mais com menos** - A reforma do pagamento destina-se a ajudar a identificar o desperdício e a ineficiência no sistema e ajudar os prestadores a reinvestir onde eles acham que é melhor.

Pilares e fundamentos

Visão KPMG





Fee For Service

- Método tradicional de remuneração por serviço
- **Prós:** Incentiva o tratamento e estimula a produtividade
- **Contras:** leva a um tratamento excessivo, custos crescentes, fragmentação

Capitation

- Pagamento único para uma população atribuída
- **Prós:** Freia custo e fornece um pouco mais incentivo para a produtividade
- **Contras:** pode levar à ineficiência e filas de espera

Bundles

- Pagamento por pacote de atendimento (vários provedores)
- **Prós:** Incentiva o tratamento, estimula a eficiência por cuidado coordenado
 - Estimula a produtividade
 - **Contras:** pode levar ao excesso de tratamento e aumento de custos

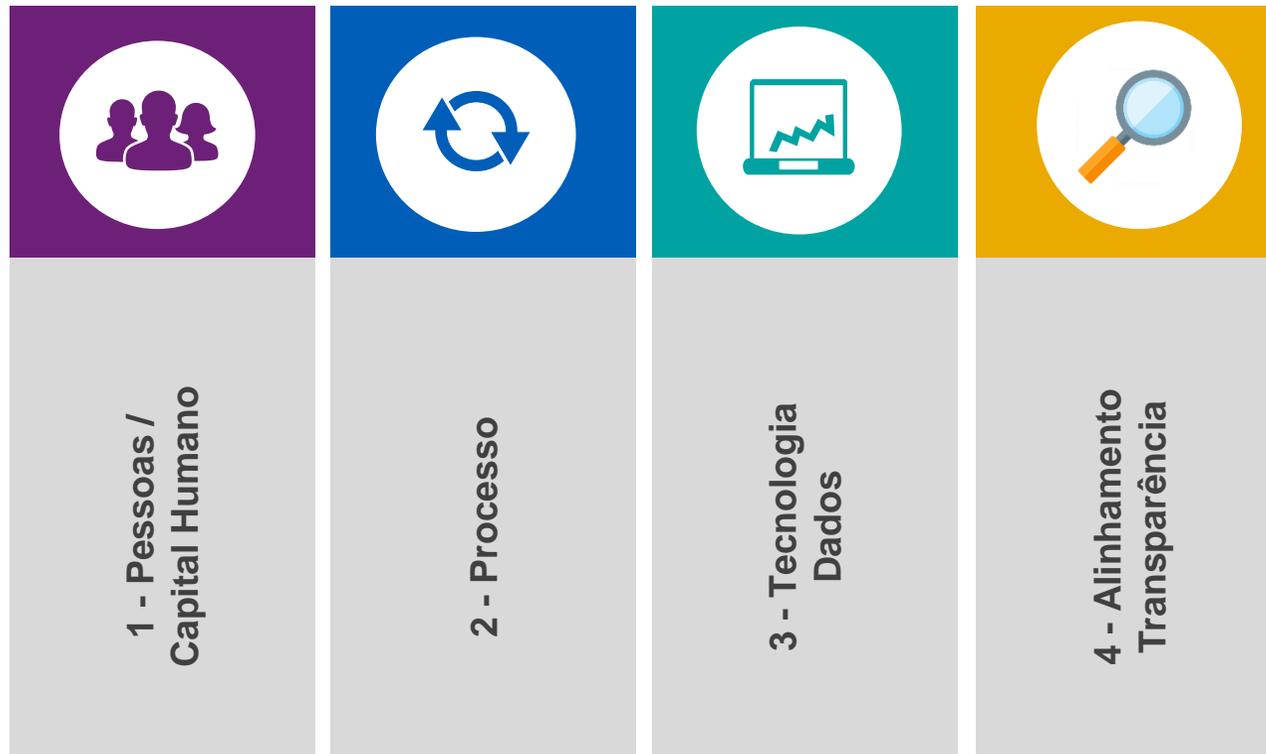
Blocks

- Montante fixo para provedor individual com diversos serviços
- **Prós:** Limita custos
- **Contras:** pode causar ineficiência e racionamento de cuidados sob a forma de listas de espera

Modelos de Pagamento x Tipo de cuidado



Fatores Críticos de Sucesso



Quiz

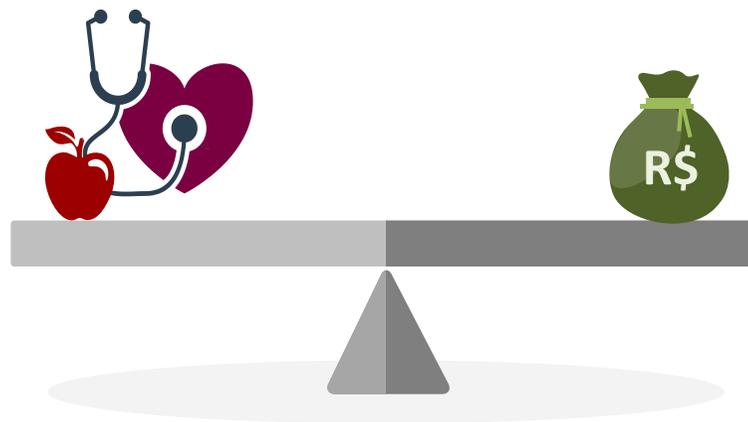
Na sua opinião, qual fator acima é o mais crítico????

Resumo de lições aprendidas em outros projetos semelhantes



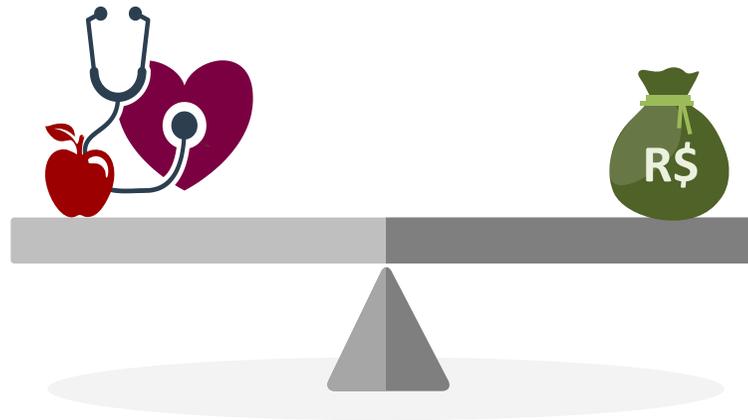
Equação de valor

$$\text{Valor} = \text{Equilíbrio} * \left[\frac{\text{qualidade (desfecho)}}{\text{custos (Todo episódio clínico)}} \right]$$



Equação de valor

$$\text{Valor} = \text{Equilíbrio} * \left[\frac{\text{qualidade (desfecho)}}{\text{custos (Todo episódio clínico)}} \right] \text{ Respeitando a experiência do paciente}$$





O DNA da Experiência do Paciente



Personalização

Usando a atenção individualizada que conduz uma conexão emocional



Integridade

Sendo íntegro e fomentando a confiança



Expectativas

Gerenciando, alcançando, e excedendo as expectativas do consumidor



Resolução

Transformando uma experiência ruim em uma experiência ótima



Tempo | Esforço

Minimizando o esforço do consumidor e criando um processo fluído

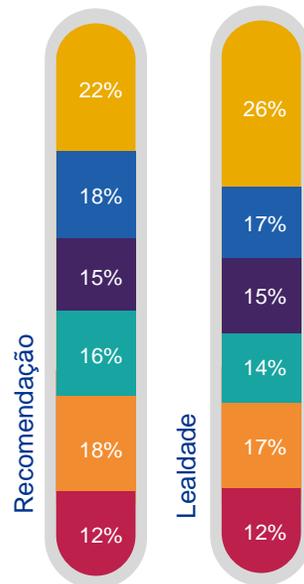


Empatia

Alcançando um alto nível de compreensão do cliente para criar uma conexão profunda

Impacto em lealdade, fidelização e desfecho

-  Personalização
-  Integridade
-  Expectativas
-  Resolução
-  Tempo e Esforço
-  Empatia



- Sinais Humanos e de Empatia
- Resolve um problema da vida real
- Prazeroso, provoca emoções

- Me surpreende com algo relevante
- Reflete a nossa história juntos
- Aumenta minha autoestima

- Simples – menos de 3 três passos
- Economiza tempo em relação o mundo físico
- Suporta uma conclusão rápida

- Fácil – entrega a promessa de marca
- Intuitivo – segue o modelo mental do usuário
- Define as expectativas adequadamente

- Reverte os erros
- Resolução rápida e suporte de backup
- FAQ relevante

- Seguro e confiável
- Rápido acesso a um humano quando necessário
- Efetivo

Fonte: Centro de Excelência em Customer Experience – KPMG Nunwood 2018

Hospitalidade

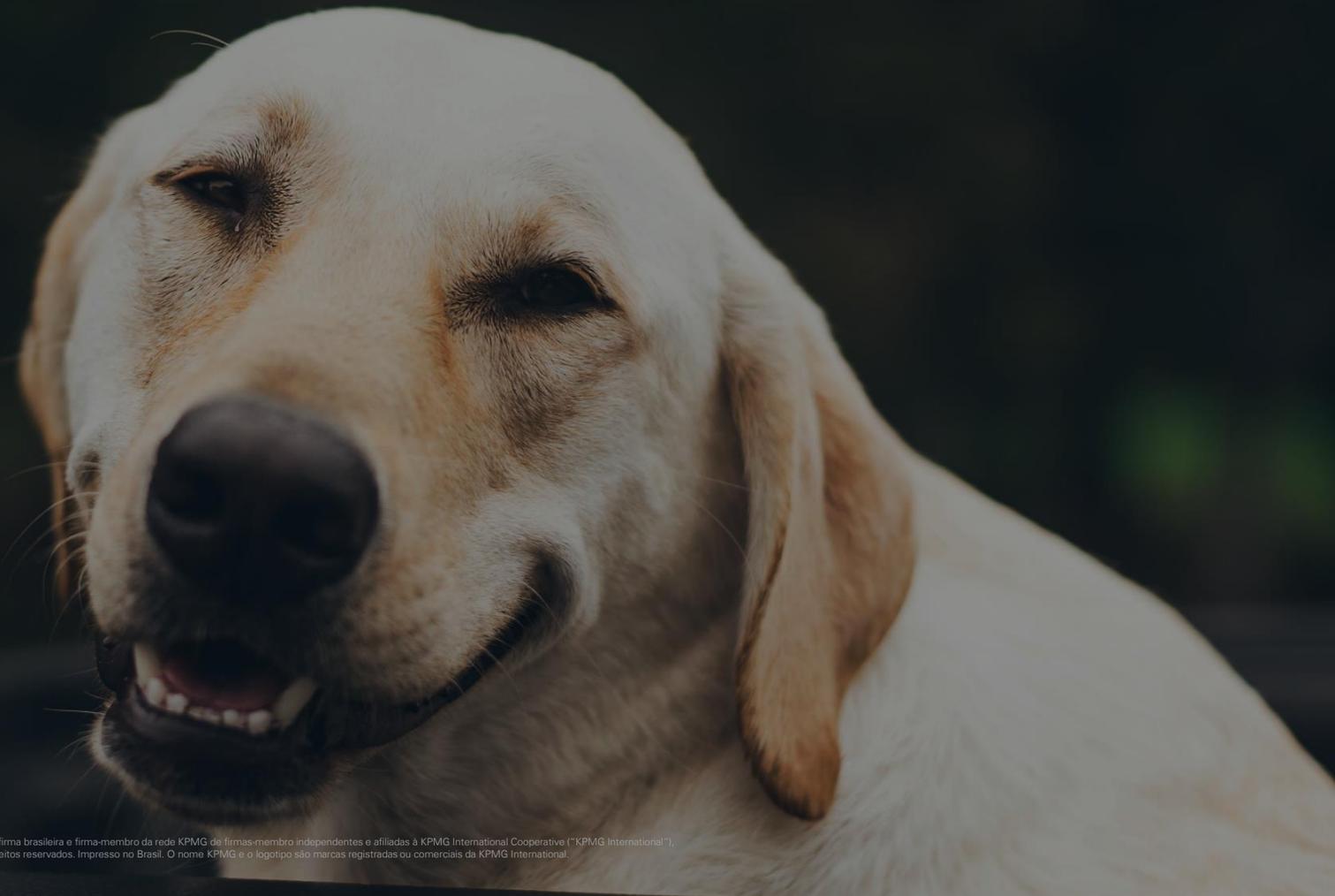
Treinamento do atendimento com equipe de hotéis 5 estrelas



© 2016 KPMG Consultoria é uma firma brasileira e firma-membro da rede KPMG de firmas-membro independentes e afiliadas à KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. Impresso no Brasil. O nome KPMG e o logotipo são marcas registradas ou comerciais da KPMG International.

Terapia de carinho

Melhoria no Patient Experience através de Pet Therapy



© 2018 KPMG Consultoria, uma firma brasileira e firma-membro da rede KPMG de firmas-membro independentes e afiliadas à KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. Impresso no Brasil. O nome KPMG e o logotipo são marcas registradas ou comerciais da KPMG International.

Empatia Planejada

Acompanhamento dos interesses/estilo de vida de cada paciente



© 2016 KPMG Consultoria, uma firma brasileira e firma-membro da rede KPMG de firmas-membro independente e afiliadas à KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. Impresso no Brasil. O nome KPMG e o logotipo são marcas registradas ou comerciais da KPMG International.

MEDICAID





Daniel Greca

Sócio-diretor

dgreca@kpmg.com.br

+11 9 4118 7570

www.kpmg.com.br

[!\[\]\(ef62519991500c3a77af2e8766280b93_img.jpg\) !\[\]\(ccdead959c2a3fa787ecbafe7839cc8e_img.jpg\) !\[\]\(66c64e077619c73fb1faf60ccc5ebfe8_img.jpg\) !\[\]\(886f05caaaf884e85359a26e628f887c_img.jpg\)](#) /kpmgbrasil

© 2016 KPMG Consultoria Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved. Printed in Brazil. (KPDS 160821)

The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.