



# A história da AdvanceCare

A AdvanceCare é uma empresa de prestação de serviços na área da gestão de planos de saúde, que actua num âmbito business to business (B2B)

A AdvanceCare foi criada em 1998, resultado de uma joint-venture entre empresas líderes de mercado, nessa altura, no sector: Companhia de Seguros Tranquilidade, Victoria Seguros e Espírito Santo Seguros, em conjunto com instituições internacionais com reconhecido know-how nesta área: Munich Re e United HealthCare. As cinco instituições criaram então, em Julho desse ano, a AdvanceCare – Gestão de Serviços de Saúde.

A empresa teve como principal objectivo implementar uma plataforma especializada em gestão de seguros de saúde, assente na experiência técnica e operativa dos parceiros internacionais, bem como na experiência e tradição dos accionistas a operar no mercado nacional, que introduziram uma forte cultura e adaptação ao

mercado português.

Em 2008, face às diversas dinâmicas do mercado nacional e internacional, foi efectuada um ajuste à composição accionista da AdvanceCare, passando a mesma a ser detida pela Companhia de Seguros Tranquilidade, pelo BES – Companhia de Seguros e pela United Health International.

No início da sua actividade, a AdvanceCare geria as carteiras de seguros de saúde dos seus accionistas mas, em pouco tempo, e seguindo a visão dos seus fundadores, a empresa passa a ter como clientes outras seguradoras. Assim, a AdvanceCare gere actualmente, para além das carteiras de seguros de saúde da Companhia de Seguros Tranquilidade e BES Companhia de Se-

guros, a Generali Companhia de Seguros, desde 2000, seguindo-se a AXA Portugal Companhia de Seguros, a Lusitania Companhia de Seguros, a Açoreana Companhia de Seguros, a MGEN – Mutuelle Générale de L'Education Nationale, a Popular Seguros, a Groupama Seguros, a Seguros Logo e a N Seguros, esta última já em 2012.

Após consolidada a experiência na gestão das especificidades e desafios inerentes ao sistema dos seguros de saúde e de modo a diversificar o seu negócio, aproveitando sinergias operacionais e técnicas (especialmente o forte know-how clínico), a AdvanceCare começa a gerir subsistemas de saúde privados. O primeiro subsistema a entrar para o portefólio de clientes da AdvanceCare foi a Cimpor, em 2007, seguindo-se em 2009, os



SAMS – Serviços de Assistência Médico-Social do Sindicato dos Bancários Sul e Ilhas, enquanto parceiro de gestão conjunta, bem como a PT-ACS – Portugal Telecom – Associação de Cuidados de Saúde, já em 2012.

Actualmente a AdvanceCare gere um portefólio de 14 clientes institucionais e parceiros de gestão conjunta, dos quais 11 são seguradoras e três são subsistemas privados de saúde, gerindo aproximadamente um milhão de pessoas seguras e beneficiários.

## A estratégia de marca

A AdvanceCare tem como missão gerir com excelência serviços de saúde e bem-estar, sendo uma empresa que consubstancia a sua actividade numa estratégia de diferenciação pela qualidade e excelência de serviço. Assim, procurando constantemente a contínua melhoria do mesmo, apostou na certificação de todos os seus serviços, pela Norma de Qualidade NP EN ISO 9001, obtida em 2008, pela SGS, tendo conseguido, até aqui, a renovação sistemática dessa certificação.

A AdvanceCare acomoda a identidade física e filosofia de gestão dos seus clientes e parceiros de gestão conjunta, actuando em seu nome nos contactos que são estabelecidos com o cliente final. Ou seja, a AdvanceCare efectua os reembolsos, emite as pré-autorizações ou atende as chamadas no call center em nome destes, permitindo que o cliente final tenha assim contacto com a identidade da marca da seguradora ou do subsistema. Esta estratégia está também relacionada com o facto de a AdvanceCare ser uma

entidade prestadora de serviços, não comercializando qualquer seguro de saúde, nem assumindo co-seguro ou resseguro, como outras entidades gestoras.

Durante o ano passado, a AdvanceCare efectuou uma análise aprofundada ao seu património de marcas, no seguimento do processo de criação de uma nova área de negócio – a gestão de danos corporais – que trouxe consigo a necessidade de desenvolvimento de uma nova marca: a marca Segue, lado a lado.

Com a criação desta marca a AdvanceCare, enquanto empresa, passou a ter uma família de quatro marcas e respectivas assinaturas: a AdvanceCare, parceiros para a saúde; a Dentinet, a sua rede dentária; a Segue, lado a lado, bem como a marca destinada ao projecto específico de responsabilidade social: a AdvanceCare, solidária.

No estudo ao seu património de marcas e com o objectivo de analisar claramente o posicionamento de cada uma destas, a AdvanceCare efectuou uma revisão a todos os logotipos, no sentido de criar uma família de marcas uniforme, cujo racional gráfico permita estabelecer laços entre todas elas, nomeadamente ao nível da iconografia, tipo de letra e promessas.

A AdvanceCare pretendeu assim atribuir mais força e modernidade às suas várias marcas, numa óptica de incrementar o factor de diferenciação enquanto especialistas na gestão de várias tipologias de produtos, reforçando sempre a sua expertise de gestão técnica e clínica. No que diz respeito ao factor de identificação, o objectivo passou por garantir que os universos de referência de cada uma das marcas se mantinham, ou seja,

A AdvanceCare tem vindo também a apostar fortemente em tecnologia, tendo sido pioneira no lançamento do sistema de facturação electrónica aplicada à regularização de despesas de seguros e subsistemas de saúde, com a certificação da autoridade tributária e aduaneira, disponibilizando este serviço a mais de 2500 entidades prestadoras de cuidados clínicos. A facturação electrónica introduz vantagens significativas para as entidades envolvidas, não só pela desmaterialização das facturas em papel e consequente redução de custos de emissão, impressão, expedição e arquivo físico, como permite a simplificação do fluxo processual de facturação. Por outro lado, garante uma maior precisão dos valores facturados e a redução dos prazos de pagamento.

a AdvanceCare continuará a transmitir saúde, a Dentinet cuidados dentários, a AdvanceCare Solidária união, partilha e protecção, e a Segue, enquanto nova marca, passará a transmitir agilidade, fluidez processual e recuperação.

Durante este ano a estratégia será activar continuamente estas marcas junto dos seus públicos-alvo preferenciais, nomeadamente: interno, clientes e parceiros actuais e potenciais, pessoas seguras/beneficiários e/ou sinistrados e comunidade em geral. ■