

REDES COMPLEMENTARES À ASSISTÊNCIA MÉDICA SÃO CADA VEZ MAIS VALORIZADAS

Seguros de saúde abrem portas a prevenção e bem-estar

Psicologia, nutrição e serviços óticos são os serviços mais procurados nas redes de Saúde e Bem-Estar pelos beneficiários de seguros de saúde. Além da assistência médica, os segurados usufruem cada vez mais da oferta complementar disponibilizada pelas seguradoras

Beneficiar da cobertura de um seguro de saúde é muito mais do que garantir o acesso a um plano de assistência médica. Há muito que as seguradoras apostaram em parcerias com operadores que, embora não prestando cuidados de saúde, podem fazer muito pela promoção de uma vida saudável. Chamam-lhe Rede de Saúde e Bem-Estar e começou por passar quase despercebida aos olhos dos beneficiários de seguros de saúde, mas, de ano para ano, torna-se mais evidentes conhecimentos da sua disponibilidade e consequente recurso aos seus serviços.

No topo dos mais procurados estão os serviços óticos, as consultas de psicologia, sobretudo psicologia infantil, e as consultas de nutrição. Mas há também índices elevados de consumo nas chamadas medicina alternativas, nas consultas de terapia da fala, na podologia, shiatsu e ginásios. A lista de possibilidades, essa, também não pára de crescer e revela uma grande atenção a esta temática por parte das redes de prestadores que estabelecem convénios com seguradores.

Ao OJE, Pedro Esperto, diretor de Marketing da Médis, garante que “as parcerias estabelecidas para a Rede de Saúde e Bem-Estar cumprem objetivos essenciais, traduzindo o compromisso da Médis com a promoção de um estilo de vida saudável, de hábitos preventivos e ofertas inovadoras numa área de grande evolução e muito próxima do que sentimos que são as motivações dos



Embora não prestado cuidados de saúde, estes operadores promovem estilos de vida saudável

nossos clientes”. Simplificar o acesso a informação sobre os parceiros disponíveis na rede tem sido a estratégia seguida pela Médis para melhorar o acesso dos seus clientes aos diferentes serviços, tendo em conta que “este é um fator claramente valorizado pelos nossos clientes”, assegura Pedro Esperto.

Apesar de esta rede de parcerias funcionar de modo complementar à assistência médica disponibilizada pelo seguro, Rita Sambado, diretora de Marketing da Fidelidade, conside-

ra que ela nem sequer deve ser percecionada como “complementar”, tal é o seu “contributo para a prevenção, qualidade de vida familiar e manutenção de hábitos de vida saudável”. Por isso mesmo, a responsável do grupo Caixa Geral de Depósitos, que integra a rede Multicare, confirma a implementação de uma estratégia de valorização da rede de parcerias e a comunicação/divulgação dos serviços, “para que, cada vez mais, os nossos clientes percecionem a mais-valia que acrescenta aos

seguros de saúde de que usufruem”, sublinha Rita Sambado.

Fidelização é, nos dias que correm, um dos principais objetivos que move a atuação das companhias de seguros e também nesta vertente as redes de Saúde e Bem-Estar podem ter um papel preponderante a desempenhar. João Estêvão, diretor de rede médica da Advance Care, garante ao OJE que “a mais-valia de uma rede de parceiros desta natureza é, sobretudo, o reforço dos fatores de fidelização da carteira pela

A crescente utilização das redes de bem-estar confirma a valorização destes serviços

capacidade de oferecermos aos nossos clientes institucionais e parceiros de gestão conjunta soluções diversificadas e úteis para o bem-estar geral”.

João Estêvão adianta também que um dos segredos do sucesso destas redes está, naturalmente, ligado ao rigor dos critérios de seleção dos parceiros. “O complexo processo de credenciação, prévio à concretização contratual, reflete-se depois na qualidade das parcerias, o que maximiza a satisfação e segurança dos utilizadores dos serviços, ao mesmo tempo que minimiza o potencial de insatisfação e consequente reclamação”, analisa o diretor de rede médica da Advance Care, alegando que “a crescente utilização registada nesta área é uma evidência da valorização que os clientes atribuem a estes serviços complementares ao produto tradicional de saúde”.

OK! Teleseguros quer vender seguros de saúde

► NOVO RAMO

DEPOIS DOS seguros de automóvel, multirriscos habitação e acidentes pessoais, a OK! Teleseguros, marca para os canais directos do grupo Caixa Geral de Depósitos, prepara a entrada no negócio dos seguros de saúde. A Via Directa, operador que explora a marca OK! Teleseguros, já fez saber que pretende disponibilizar preços competitivos também neste ramo, além de garantir uma aposta firme na inovação e flexibilidade.

“Em 2013, vamos continuar a desenvolver os vários canais onde estamos presentes e a reforçar a nossa oferta aos clientes com a aposta em novos ramos e segmentos. O objetivo passa por atingir um volume de prémios anuais de 50 milhões de euros nos próximos 3 a 5 anos”, adi-

anta Carlos Leitão, administrador-delegado da OK! Teleseguros.

A nova oferta deverá ainda complementar a segmentação de clientes já encetada pela OK! Teleseguros com a venda de produtos específicos para mulheres, para agregados familiares ou para motociclistas. Em simultâneo, o operador direto do grupo CGD pretende reforçar a aposta no OK! Muv, o seguro vocacionado para jovens condutores que devolve parte do prémio pago aos bons condutores.

Com 42,6 milhões de euros em prémios brutos emitidos no ano de 2012, a OK! Teleseguros conseguiu subir a sua quota de mercado entre as seguradoras diretas para os 43,5%, reforçando a sua posição de liderança entre os operadores que privilegiam este canal de distribuição.

Liberty e Zurich reforçam rede de distribuição

► NOVOS ESCRITÓRIOS

A ZURICH reforçou ontem, dia 20, a sua presença na margem Sul de Lisboa com a abertura em Almada de um novo escritório do agente principal J A Silva Pereira, que já dispõe de escritórios em Lisboa e no Porto. Dois dias antes, a Zurich havia aberto em Famalicão, no concelho da Nazaré, as portas do escritório do seu agente principal Jorge Marques.

Com estas duas inaugurações, a Zurich aumenta para 21 o número de escritórios de agentes principais abertos no espaço de um ano. “É através desta expansão da nossa rede de agentes que a Zurich tem conseguido manter firme a sua aposta no atendimento direcionado às necessidades específicas dos seus clientes”, realça Rita Almeida, direto-

ra de Vendas e Distribuição do Canal Agentes.

Também esta semana, na terça-feira, a Liberty Seguros inaugurou um novo escritório em Rio Maior, através do parceiro local Luís Churro. O novo escritório passou a integrar o Espaço Liberty Seguros Santarém. Já no dia 13, a seguradora havia aberto o escritório de Arruda dos Vinhos, por intermédio do parceiro Carvalho e Cunha, integrando o Espaço Liberty Seguros de Torres Vedras. “Todo o contributo dado pelos parceiros é determinante para levar a todos os atuais e potenciais clientes o serviço completo e personalizado que a Liberty presta a nível nacional e que a torna, ao longo dos seus 10 anos de atividade, uma seguradora de eleição no mercado”, destaca Rogério Bicho, diretor comercial da Liberty Seguros.

Seguradoras promovem solidariedade

► RESPONSABILIDADE CIVIL

OS COLABORADORES da Açoreana realizaram, a 23 de fevereiro, um mercado social onde foram vendidas peças em segunda mão, com o objetivo de angariar fundos para uma instituição de solidariedade social do Grande Porto. A ação decorreu sob o mote “Gente que Faz Por Si” e envolveu 600 colaboradores da seguradora.

Em Tomar, o Centro de Apoio à Família local recebeu a doação de bens alimentares por parte da Fundação AXA Corações em Ação e dos agentes gerais exclusivos da seguradora.

No total, foram entregues 2000 litros de leite e 500 embalagens de cereais a esta instituição que apoia atualmente cerca de 500 famílias.