

# O que faz dos cartões de saúde um caso de sucesso em Portugal?

Tratamentos dentários, consultas de especialidades e exames auxiliares de diagnóstico são os cuidados médicos a que tantos portugueses já recorrem através de cartões de saúde. Sem períodos de carência, sem limites de capital e sem limites de idade, os cartões respondem aos constrangimentos financeiros que impedem algumas famílias de subscrever seguros de saúde

A Saúde é um prioridade inquestionável na vida dos portugueses e a preocupação com o acesso a cuidados de saúde continua a resistir aos cortes orçamentais a que muitas famílias estão sujeitas no atual contexto de austeridade. Se há ramo do setor segurador que, não sendo obrigatório, obtém uma taxa de sucesso muito relevante em Portugal, esse ramo será certamente o da Doença, tendo em conta a elevada procura de seguros de saúde em Portugal. É, na verdade, um dos últimos serviços de que as famílias prescindem, quando a ele já se habituaram durante os últimos anos, valorizando o conforto e rapidez de acesso à medicina privada.

Fenómeno mais recente é a disponibilização de cartões de saúde, complementando o portefólio de muitas companhias de seguros neste ramo Doença. Não abrangendo, na maior parte dos casos, a componente de risco que permite acionar um seguro em caso de emergência ou de despesa elevada, como acontece com as cirurgias, os cartões de saúde respondem a uma necessidade de consumo de consultas de especialidade, exames auxiliares de diagnóstico, tratamentos dentários

Santi Cianci, DG Generali

A comercialização de produtos de cartões de saúde/acesso tem por base uma componente elevada de serviço, o que permite apresentar ofertas a um preço bastante acessível por parte do mercado segurador"



Para as redes convencionadas, os cartões de saúde são a porta de entrada de novos clientes, que passam a frequentar as unidades de saúde que compõem a rede

e outros cuidados de saúde que permitem uma certa previsibilidade na sua utilização e que se repetem com alguma regularidade.

Os cartões de saúde não são mais do que cartões que permitem aceder a cuidados de saúde em redes convencionadas, beneficiando de descontos previamente tabelados. Constituem a resposta que muitos portugueses procuravam quando não dispõem de cobertura de seguro de saúde, mas querem continuar a aceder a redes privadas de cuidados de saúde para a realização de exames ou consultas médicas. Constituem também a resposta para clientes de seguros de saúde que já excederam limites de capital, que estão abrangidos por períodos de carência ou cuja patologia está excluída da abrangência do seguro.

Para Santi Cianci, diretor-geral da Generali, o sucesso dos cartões de saúde está na sua simplicidade e no seu custo. "Este tipo de produto está dirigido para determinados nichos de mercado, seja em função do estrato social, do escalão etário ou da necessidade específica de acesso a serviços de saúde privados, como,



por exemplo, o parto. Esta facilidade é de significativa importância, tendo em conta, de uma forma geral, a situação crítica do atendimento nas estruturas públicas", justifica o responsável máximo da Generali em Portugal.

Disponíveis a partir de menos de uma dezena de euros mensais, os cartões de saúde dão acesso a descontos que podem, em algumas coberturas, chegar aos 50%, reduzindo para metade o valor de despesa que esse consumidor teria com o acesso, a título privado, à mesma consulta, exame ou tratamento. "A comercialização de produtos de cartões de saúde/acesso tem por base uma componente elevada de serviço, o que permite apresentar ofertas a um preço bastante acessível por parte do mercado segurador",

conclui Santi Cianci.

Para as redes convencionadas, os cartões de saúde são a porta de entrada de novos clientes, que passam a frequentar as unidades de saúde que compõem a rede e que assumem um co-pagamento em cada utilização. "Os cartões de saúde poderão endereçar o segmento de mercado que está interessado em aceder aos serviços privados de saúde a um custo mais baixo e/ou controlado, com baixo ou mesmo inexistente financiamento do operador", constata Luís Drummond Borges. O diretor-geral da Advance Care realça, no entanto, o facto de esta tipologia de produto permitir a ampliação da base de clientes do setor privado convencionado, salvaguardando a acessibilidade, "mas não garante o financiamento do risco

decorrente de uma evento de saúde que implique um plano de tratamento complexo e/ou cirurgia". Ainda assim, e face às dificuldades económicas das famílias e das empresas, "os cartões de saúde, são a última alternativa de acesso ao setor privado de saúde a preços convencionados controlados, evitando, os preços elevados praticados em Portugal na medicina privada", reconhece o responsável da Advance Care.

O sucesso do conceito de cartões de desconto na saúde não tardou, no entanto, a chegar a entidades que nada têm que ver com o setor segurador. Um facto que leva Luís Drummond Borges a apelar a uma análise cuidadosa dos clientes na hora de escolher um cartão de acesso à medicina privada. A credibilidade do operador que comercializa o produto deverá ser seriamente escrutinada, devendo estar sujeito ao espetro de ação de uma entidade reguladora, seja o Instituto de Seguros de Portugal ou a Entidade Reguladora da Saúde. Também clarificadas deverão ser as coberturas efetivamente abrangidas pelo cartão e as entidades que, pertencendo à rede convencionada, estão abrangidas por este tipo de produto.

Luís Drummond Borges, DG AdvanceCare

"Os cartões de saúde, são a última alternativa de acesso ao setor privado de saúde a preços convencionados controlados, evitando, os preços elevados praticados em Portugal na medicina privada"



## OPINIÃO

Dídia Coelho

Costa Duarte - Corretor de Seguros, SA  
didia.coelho@costaduarte.pt



## Os benefícios dos planos de seguros para grupos de afinidade

A responsabilidade social define-se pela integração voluntária de preocupações sociais nas decisões e interações. Trata-se de um modo das organizações contribuírem para a sociedade de forma positiva, obtendo, em troca, reconhecimento da comunidade e, naturalmente, o reforço da sua competitividade. Tem sido notória a atenção das empresas e associações a esta área, nomeadamente com a procura de benefícios complementares para a comunidade específica dos seus colaboradores/membros e respetivos agregados familiares. O clima de recessão económica em que vivemos tem impossibilitado a implementação de compensações salariais diretas, pelo que a atribuição de benefícios de

outra natureza está agora cada vez mais valorizada como fator motivacional nas políticas de Recursos Humanos. Organizações de maior dimensão têm, inclusive, criado estruturas dedicadas à gestão de protocolos e parcerias que possam maximizar, nas mais diversas áreas, o bem-estar dos seus colaboradores, associados, membros, clientes, fornecedores...

Na área dos seguros é possível criar programas com condições exclusivas, permitindo o acesso a serviços personalizados, a preços mais competitivos e a coberturas de riscos alargadas face aos produtos standard do mercado. Cada programa, composto por variados seguros (automóvel, habitação, saúde, vida, poupança,

É possível criar programas exclusivos, permitindo o acesso a serviços personalizados e a preços competitivos

etc.), devidamente alinhado com os objetivos da organização no âmbito da responsabilidade social e com as políticas de recursos humanos, é construído tendo em conta as necessidades de cada grupo alvo com vista à melhoria da sua qualidade de vida. O sucesso reside essencialmente na

capacidade de personalização da oferta, na proximidade da comunicação, na qualidade do serviço pré e pós venda, na isenção e transparência das relações criadas entre as três partes envolvidas. A eficácia, proximidade e a qualidade do serviço são os requisitos para a construção relações "win-win-win" envolvendo o colaborador, a empresa e o corretor.

A experiência acumulada e a capacidade tecnológica dos corretores e agentes profissionais na gestão de serviços estruturados constitui uma mais-valia no apoio às estruturas que pretendam avançar com uma iniciativa nesta área, garantindo a disponibilidade de produtos que, de outra forma, seriam inacessíveis para o grupo alvo enquanto consumidor

comum. Trata-se de um serviço que não representa qualquer incremento de custo para as organizações, garantindo um retorno ao nível da produtividade, satisfação e retenção dos seus colaboradores / membros. E quanto maior o sucesso, leia-se quanto maior o número dos seus aderentes, maiores serão as probabilidades de introduzir sistematicamente vantagens adicionais. Os planos de benefícios exclusivos para comunidades específicas são muitas vezes desvalorizados mas potenciam o sentimento de pertença e contribuem ativamente para a melhoria da qualidade de vida dos seus membros. São uma efetiva ferramenta ao dispor de todas as organizações para contrariar o contexto atual de crise.