



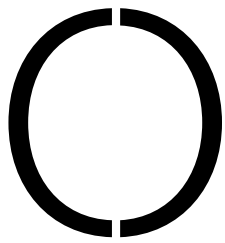
ESPECIAL

O MUNDO DA SAÚDE

MÉDIS



O SEGURO QUE “FAZ BEM À SAÚDE” E AO NEGÓCIO



seguro de saúde é um dos benefícios que os trabalhadores mais valorizam nas empresas e por vários motivos. Esta é, aliás, para as empresas, uma forma de ajudar a contratar, ou a reter, os melhores talentos, e com inúmeros benefícios para ambas as partes.

De um lado, os colaboradores têm acesso a serviços de saúde de qualidade e a preços mais baixos, com médicos especializados e coberturas completas, que vão desde consultas a exames, medicamentos e até hospitalização. Por outro lado, também as empresas colhem frutos, garantindo a motivação e o bem-estar dos seus funcionários, prevenindo o absentismo e beneficiando ainda de

ESTÁ ENTRE OS BENEFÍCIOS MAIS APRECIADOS PELOS COLABORADORES, MAS AS EMPRESAS TAMBÉM COLHEM OS SEUS FRUTOS. A OFERTA MÉDIS PARA O SEGMENTO CORPORATE ASSISTIU A UM FORTE IMPULSO NOS ÚLTIMOS ANOS E A ADESÃO SOBE DE ANO PARA ANO

incentivos fiscais, já que o montante gasto com os prémios do seguro de saúde dos colaboradores pode ser deduzido em sede de IRC.

A Médis, que está no mercado há já 25 anos, é uma das empresas que mais tem vindo a apostar no segmento Corporate em Portugal, com números de sucesso que cres-

cem ano após ano, num caminho de sucesso, que tem sido pautado pela inovação e pela personalização.

André Rufino, responsável do Ecossistema Saúde do Grupo Ageas Portugal, que detém a marca Médis, fala numa «história de sucessos», com crescimentos «muito significativos», e que tem



NÚMEROS MÉDIS CORPORATE

PESSOAS SEGURAS EM SETEMBRO: 345 MIL
PESSOAS SEGURAS (+4% FACE AO ANO ANTERIOR).
DESDE 2019, ADERIRAM MAIS 64 MIL PESSOAS
SEGURAS EM CONTRATOS CORPORATE (+23%).

garantido à seguradora um lugar de referência no sector.

«Fomos os primeiros a introduzir no mercado um serviço telefónico de triagem clínica operado por enfermeiras, a primeira empresa a ter um site transaccional para os nossos clientes, entre tantos outros projectos que temos desenvolvido ao longo dos anos, assentes em literacia, sensibilização e prevenção», destacou o responsável, lembrando que «a saúde é diferente de pessoa para pessoa», pelo que a oferta deve ser adaptada a cada cliente.

CORPORATE “HOLÍSTICO”

A oferta Médis para o segmento Corporate não é de agora, mas levou, em 2016, um volte-face, que veio a transformar o negócio, ganhando uma abordagem diferenciadora das já existentes no mercado.

«Percebemos que este foi, durante muitos anos, gerido numa perspectiva de preço e, no fundo, as oportunidades de negócio que apareciam eram sempre decididas nessa base», explicou André Rufino, reconhecendo que, se queriam continuar a crescer e a aumentar a quota de mercado, teriam de «ser mais incisivos no segmento Corporate». Foi daí que, conta o próprio, tomaram a decisão de «crescer com rentabilidade, mas sem impacto negativo já que é menos rentável que o segmento particular».

É assim que surge esta oferta, uma «proposta de valor mais “holística”», onde o preço não é o factor diferenciador, disponibilizando «um conjunto de serviços que, hoje, a generalidade das seguradoras de saúde não está a oferecer», garante



o responsável. Prova disso, adianta, «é o alargamento dos âmbitos das coberturas, acompanhando as necessidades das empresas e as transformações do mundo laboral, disponibilizando soluções para, por exemplo, expatriados e colaboradores com flexibilização do horário de trabalho».

E os números já reflectem o sucesso desta aposta diferenciadora da Médis: «Tivemos um aumento de 4% comparativamente ao período homólogo no que respeita a pessoas seguras Corporate e, desde 2019, uma adesão de mais 23% a contratos Corporate», reforçou.

PARCEIRA DA SAÚDE E DO NEGÓCIO

Com condições comerciais adaptadas às necessidades de cada empresa, a Médis apresenta aquela que diz ser a “solução ideal” para as micro, pequenas, médias e grandes empresas, já que «a personalização é

» André Rufino, responsável do Ecosistema Saúde do Grupo Ageas Portugal

um dos pilares que nos diferencia», avança o responsável.

Entre os benefícios exclusivos, destaca o “Programa Empresa Saudável”, que compreende um diagnóstico de saúde aos colaboradores e um plano de acções de prevenção, acesso a relatórios regulares com informação detalhada da utilização do seguro e ainda cobertura de oncologia, cuja cobertura tem a garantia de qualidade da Clínica Universitária de Navarra, uma referência internacional.

«Proporcionamos ainda um plano individual do cliente e acesso à área reservada, onde cada empresa pode consultar, alterar ou solicitar informações sobre a apólice e pessoas seguras, e tantos outros serviços que fazem a diferença, tanto na empresa, como no seu colaborador», destaca André Rufino, reforçando que o programa tem evoluído com a implementação de planos de comunicação regulares, para «fortalecer o conhecimento sobre saúde, estimular a adopção de hábitos de prevenção e potenciar mudanças comportamentais para estilos de vida mais saudáveis».

SEGUROS “MAIS VERDES”

Assumindo a transformação digital como a chave para fazer frente às necessidades e exigências dos consumidores, a Médis criou um verdadeiro Serviço Pessoal de Saúde, onde o cliente e a saúde são vistos como um só, recorrendo à tecnologia para oferecer um serviço mais moderno, mais acessível e, acima de tudo, mais próximo.

Trata-se de um sistema integrado, que está ao serviço de cada

ESPECIAL

O MUNDO DA SAÚDE
MÉDIS



peessoa, disponibilizando médicos assistentes, escolhidos pelo cliente, enfermeiros para atendimento 24 horas através da Linha Médica e uma app que guarda todo o historial de consultas, que permite realizar consultas de telemedicina e submeter despesas directamente.

«Com a clara visão de que cada caso Corporate é um caso, a Médica adapta as suas propostas a cada cliente e a cada fase da sua vida, numa mutação constante que faz uso da tecnologia, de forma humanizada e adequada a cada um», destaca, deixando subjacente o grande objectivo do grupo, de ser «progressivamente paperless».

A PANDEMIA FOI UM «CATALISADOR»

É sabido que o sector de seguros corre, geralmente, em contraciclo face a uma crise, especialmente se a principal afectada for a saúde, resultado de uma maior consciencialização dos riscos que pessoas e empresas correm. A pandemia de COVID-19 não foi excepção e chegou mesmo a actuar como



O GRUPO AGEAS PORTUGAL TEM, ACTUALMENTE, 10 MARCAS COMERCIAIS, DAS QUAIS CINCO NA ACTIVIDADE SEGURADORA - AGEAS SEGUROS, AGEAS PENSÕES, MÉDIS, OCIDENTAL E SEGURO DIRECTO - E OUTRAS CINCO EM ÁREAS DIVERSAS - GO FAR, KLEYA, CLÍNICA MÉDIS, AGEAS REPARA E MUNDO AGEAS

«catalisador», nas palavras de André Rufino, para a satisfação do cliente da Médica.

Perante o cenário pandémico, a Médica recorreu à necessária «adaptação» e «introdução de novas soluções», tendo que «agir rapidamente, enquanto parte do sistema de saúde e tendo uma responsabilidade para com o mesmo». Exemplo disso foi a comparticipação dos testes, o reforço da Linha Médica, a antecipação do lançamento do médico online, a entrega gratuita de medicamentos e um avaliador de sintomas COVID-19, disponível para todos (clientes e não clientes) no site Médica.

«Sabíamos, pela nossa linha, quais as dúvidas que as pessoas mais tinham e usámos esse conhecimento para produzir informação, que pudesse tranquilizar as pessoas», ressalvou o responsável do grupo.

Adicionalmente a Médica, em conjunto com a Ageas Seguros, doaram 411 900 euros à Cruz Vermelha Portuguesa, o que permitiu aumentar o número de testes de diagnóstico e potenciar uma resposta mais rápida à crise de saúde pública. Além disso, participou também os testes à COVID-19 e Equipamentos de Protecção Individual no segmento Corporate.

RELAÇÃO ESTÁVEL E SEGURA

A Médica ambiciona, desde sempre, trazer inovação ao mercado, tendo sempre em conta as necessidades sentidas pelas empresas, que percebem os benefícios de um seguro. «A verdade é que, actualmente, os portugueses já reconhecem a importância de ter um seguro de

saúde ou mesmo de o complementar face às suas necessidades futuras», lembra André Rufino.

E a boa posição do grupo no mercado, a fidelização à marca e o nível de satisfação (e recomendação) por parte dos clientes da Médica estão à vista: apesar de uma forte contracção do mercado segurador português durante a pandemia, o lucro do Grupo Ageas Portugal aumentou 36,1% para 150,8 milhões de euros em 2020, face a 2019.

Não menos satisfatória é a taxa de retenção registada já em 2021, de 98%, o que é um «excelente indicador relativamente à satisfação do cliente», sublinha o responsável pelo Ecosistema Saúde do grupo, destacando o Net Promoter Score (NPS), que mede os níveis de satisfação e recomendação dos consumidores, em que a Médica obtém os melhores resultados (35 pontos, comparando com os 29,3 do mercado, registados em Agosto).

«Trabalhamos muito na lógica dos long term agreements e é nosso objectivo criar uma relação com a empresa, já que estes permitem-nos trabalhar de forma contínua a abordagem de saúde da população de cada empresa. A mudança nos comportamentos levam algum tempo, pelo que, em parceria com as empresas, teremos mais sucesso nas iniciativas», conclui André Rufino, destacando que a prioridade e objectivo da Médica para o segmento Corporate é o de fortalecer a relação como parceiro de saúde das empresas e contribuir para ganhos de saúde no universo de colaboradores e suas famílias. ●