

Estratégia envolve planos para baixa renda, expansão regional e tecnologia

Para atingir sua previsão de dobrar a carteira de clientes em cinco anos, a nova Amil pretende investir em novas tecnologias, em planos para a baixa renda, na expansão para Estados onde ainda não está presente e no aumento do número de planos que exigem coparticipação. Nesses casos, os clientes pagam uma parte de exames, consultas e cirurgias. Hoje, 30% dos planos da Amil são desse tipo. Os planos da UnitedHealth, no entanto, são quase todos nesse formato e incluem, inclusive, limites para a cobertura de gastos com internação. "Quem não quiser não compra o plano de coparticipação. Mas pagar é mais caro", diz Edson Bueno, presidente da empresa. A Amil afirma que não há previsão para planos limitados por enquanto. Entre os pontos de defesa do consumidor, preocupa o modelo que a United irá implementar na Amil. E, no meio jurídico, questionamentos sobre o fato de a americana assumir 22 hospitais, uma vez que a Constituição brasileira impede a participação estrangeira nessa área. A Amil alega que os hospitais são o negócio principal da empresa e se ampara num parecer da ANS que a autorizou a manter a abertura de capital - a maior parte dos acionistas da Amil na Bolsa é estrangeira. NOVA MARCA Hoje a operadora possui 5,8 milhões de clientes, entre donos de planos de saúde e de assistência odontológica, e fatura cerca de R\$ 10 bilhões por ano. "Antes, tínhamos limitado de capital. Mas a United quer crescimento rápido. Vai ser uma oportunidade ímpar", diz Bueno. O lançamento de uma nova marca de planos de saúde populares está prevista. O grupo que estudará o modelo de negócio está sendo montado e os trabalhos começaram em 15 dias. Os planos deverão custar menos de R\$ 90 por mês, que é a tarifa média dos planos Dix, os mais baratos do grupo Amil atualmente, e contarão com uma rede de três ou quatro hospitais para atender seu conjunto de filiados em cada cidade. A Amil também importará tecnologias e sistemas de informação usados hoje pela United nos Estados Unidos. Foram criados nove grupos de trabalho, com representantes das duas empresas, que irão viajar entre Brasil e Estados Unidos nos próximos meses para definir as adaptações necessárias. A ideia é que a Amil tenha um sistema nacional pelo qual médicos, laboratórios e hospitais possam se comunicar e trocar informações, nos moldes do que faz a United hoje nos Estados Unidos. "Isso permitirá que o médico tenha o histórico do paciente on-line, com todos os exames que ele já fez, de forma fácil e rápida. Teremos recursos para fazer telemedicina no Brasil", afirma Bueno, que estima pelo menos três anos para que a empresa incorpore as novas tecnologias. A Amil, que nos últimos anos tornou-se consolidadora do mercado de saúde brasileiro, passará também a olhar aquisições em países vizinhos a partir de agora. "Seremos a plataforma de expansão da United na América Latina", afirma o fundador da empresa. No Brasil, a meta é operar em todos os Estados. A expansão começará em breve pelos Estados da Bahia e do Rio Grande do Sul.

Normal 0 false false false EN-US X-NONE X-NONE

Revista Cobertura, lider em [Mercado de Seguros](#).

Sobre o Autor

Agora você vai conhecer um pouco mais sobre a Cobertura Editora. Uma empresa que há 19 anos presta serviços editoriais e promove eventos voltados para o setor de seguros.

Source: <http://www.artigopt.com>