

Hoje em Dia - Belo Horizonte - MG

Entrevista Samuel Flam - 'Nós fazemos valer a carteira verde que o cliente recebe'

Caderno: 1º Caderno - Página: 2 e 3

Publicado: 28-09-2020



ÉLCIO PARAIÁSO/BENDITA - CONTEÚDO E IMAGEM/DIVULGAÇÃO

Atenção a pacientes e colaboradores e ações definidas quando mal se falava em pandemia farão da Unimed-BH case no Fórum Econômico Mundial de 2021, diz Samuel Flam. PÁGINA DOIS

▶ SAMUEL FLAM

'NÓS FAZEMOS VALER A CARTEIRA VERDE QUE O CLIENTE RECEBE'

PRESIDENTE DA UNIMED-BH ATRIBUI SUCESSO DA COOPERATIVA AO MODELO DE GESTÃO

| EVALDO MAGALHÃES

| efonseca@hojeemdia.com.br

Médico cardiologista formado na UFMG em 1978 – ao contrário de CEOs de outras grandes operadoras de saúde, cujos currículos são focados apenas em administração e/ou economia –, o diretor-presidente da Unimed-BH, Samuel Flam, ganhou há poucos dias mais um motivo para orgulhar-se da cooperativa.

A empresa foi a única de dois segmentos no país (cooperativismo e saúde complementar) a ser convidada pelos organizadores do Fórum Econômico Mundial de 2021 – ano, aliás, em que a Unimed irá celebrar seu cinquentenário – a integrar uma iniciativa planetária chamada “The great reset” (ou “O grande recomeço”).

Como Flam explica nesta entrevista exclusiva ao *Hoje em Dia*, a atenção despertada deve-se, entre outros fatores, à execução de um modelo inovador de gestão que privilegia, sem distinções, todos os públi-

cos da cooperativa, dos clientes aos fornecedores, passando por cooperados e colaboradores.

A que se deveu o convite do Fórum Econômico Mundial?

Primeiramente, devo dizer que esse convite muito nos orgulha. Não só à Unimed-BH, mas a todos os belo-horizontinos. Fato é que uma das grandes perguntas que fiz quando tivemos nossa primeira reunião com o grupo do Fórum Econômico Mundial foi justamente essa que você me fez. Por quê? Afinal, a Unimed-BH é grande em nível metropolitano, mas o que nos levaria a uma reunião de cunho mundial? O que nos levou a esse convite? A resposta que nos deram foi que se basearam no modelo de atenção que desenvolvemos durante a pandemia, direcionado a todos os nossos públicos. O motivo foi o grande trabalho que a Unimed fez em relação aos clientes, aos colaboradores, aos médicos cooperados, aos nossos

prestadores e à sociedade em geral.

E como foi tal trabalho?

Em relação aos nossos clientes, abrimos as consultas on-line e fizemos isso de maneira muito precoce. Para se ter uma ideia, em 3 de fevereiro já estávamos preparando as nossas unidades de terapia intensiva, já vínhamos regularizando a entrega dos respiradores. E a pandemia só foi declarada como tal em 11 de março! Ou seja, 40 dias depois que a Unimed-BH já estava se movimentando. Voltando às consultas, no começo de março, colocamos esse serviço on-line para os clientes e, hoje, já temos mais de 90 mil procedimentos realizados dessa maneira, relacionados ao novo coronavírus. Também disponibilizamos aos clientes o monitoramento domiciliar, e hoje são mais de 120 mil beneficiados. Ainda abrimos mais de 200 leitos de UTI e iniciamos o atendimento eletrônico, via Whatsapp, com mais de 170 mil atendimen-

tos acumulados.

E em relação aos demais públicos?

Para os médicos cooperados que tiveram que restringir seus atendimentos, durante a pandemia, mesmo aqueles que não puderam fazer qualquer atendimento, a gente fez antecipação de 70% da produção média. Ainda demos um adicional para compra de máscaras e álcool em gel para beneficiar e proteger nossos médicos e nossos clientes. E, fundamentalmente, nós fomos o tempo todo, através dos cooperados, uma fonte segura de informação.

O senhor se refere à proliferação de fake news e informações incorretas durante a crise sanitária?

Sim. O que vinha com a logomarca da Unimed-BH, em um mundo cheio de fake news, passava a ser uma notícia acreditada. Questões como quando e como usar o álcool em gel, como usar as máscaras, e quais seriam os tipos indi-

FOTOS DIVULGAÇÃO/UNIMED/BH



A Unimed vai fazer 50 anos em 2021 e tudo o que foi construído ao longo desse tempo, em termos de relacionamento coma a sociedade, gerou o alto grau de confiança que obtivemos dos nossos públicos

cados, quais os cuidados ao sair de casa, quando procurar um médico, qual o padrão para o comportamento mais seguro... Então, esse modelo de informação que ajudamos a disseminar foi absolutamente fundamental.

No caso dos 4 mil colaboradores, qual a estratégia utilizada?

Para as pessoas da linha de frente, atuamos com intenso treinamento. Procuramos ensinar a todos as mais seguras práticas. Ou seja, não faltou material de proteção, e a gente ainda deu a orientação de como usar esse material. Para as áreas administrativa, a turma do home office, prestamos o acolhimento psicológico a quem ficou isolado. Em relação aos hospitais parceiros, também adotamos um modelo de antecipação para que pudessem manter suas folhas de pagamento, sem comprometer a cadeia de saúde. Fizemos uma média de antecipação de 70% do faturamento para as unidades e

ainda acrescentamos recursos para aquisição do material de proteção, além de preparar entradas separadas para pacientes com suspeita da Covid-19 e uma série de outros cuidados para reduzir a contaminação.

E para a sociedade como um todo?

Um dos destaques quanto a isso foi o sistema que a gente utilizou para as consultas on-line sobre o novo coronavírus, já mencionado, e que cedemos à Prefeitura de Belo Horizonte, para que ela também pudesse utilizá-lo com a população. Então, retomando a questão do convite do Fórum, quando a gente acha que não é visto, tem um organismo internacional analisando todo esse modelo que foi feito, que levava em consideração todos os nossos públicos, privilegiando a todos, não só o ponto de vista financeiro, equilibrando tudo com a confiança que conquistamos.

Pode-se dizer que isso também é resultado de

uma história construída em cinco décadas...

Exato. A Unimed vai fazer 50 anos em 2021. Então, tudo que foi construído ao longo desse tempo, em termos de relacionamento com a sociedade em geral, gerou o alto grau de confiança que obtivemos, no sentido de dar máxima atenção a todos os nossos públicos. E isso foi o que foi visto pelo Fórum Econômico Mundial e que levou ao convite.

Sobre a cessão do modelo de consultas on-line da Unimed-BH à PBH, o se-

nhor diria que tratou-se de um instrumento importante para evitar um cenário pior de pandemia na cidade?

Sim. Construímos uma parceria muito grande com a prefeitura e isso foi fundamental. É bem verdade que a sorte nos ajudou, já que o secretário municipal de Saúde, o Dr. Jackson Machado, foi meu colega de turma. Então, isso facilitou muito a nossa integração, propiciando uma participação coletiva e uma atuação alinhada, diferente do que houve em outras localidades do país

“O motivo do convite do Fórum Econômico Mundial foi o grande trabalho que a Unimed-BH fez em relação aos clientes, aos colaboradores, aos médicos cooperados, aos nossos prestadores e à sociedade”

“O sistema que a gente utilizou para as consultas on-line sobre o novo coronavírus foi cedido à Prefeitura de Belo Horizonte, para que ela também pudesse utilizá-lo com a população, e isso foi fundamental para o combate à pandemia na cidade”

“A primeira coisa que eu digo que um plano de saúde tem de oferecer é valor pelo que pagam a ele. Se você não entregar valor pelo dinheiro que o cliente paga, é sempre caro”

e até do mundo, com números bem piores em relação à pandemia.

Assim como outras operadoras, a Unimed-BH perdeu clientes na pandemia?

A primeira coisa que eu digo que um plano de saúde tem de oferecer é valor pelo que pagam a ele. Se você não entregar valor pelo dinheiro que o cliente paga, é sempre caro. Então, acho que quando entregamos valor, e a Unimed-BH fez isso muito bem na pandemia, conseguimos garantir aos clientes um atendimento diferente do oferecido até em países do primeiro mundo, e eu cito Itália, França e Espanha, que por vezes não conseguiram dar atendimento completo às pessoas – muitas que precisavam de internação foram encaminhadas para casa. A Unimed-BH manteve todos os modelos, seja na UTI, seja nas unidades de internação, com todos os cuidados, de forma que conseguimos, como pretendíamos, entregar valor aos pacientes.

E isso se traduziu em

manutenção da base de clientes?

Em 2014, com o Brasil praticamente no pleno emprego, já que o desemprego era de 5,2%, a saúde suplementar tinha uma faixa de 50 milhões de clientes e a Unimed-BH, 1,274 milhão. Com a crise e a perda de empregos e renda pela população, na grave crise que surgiu e entrou pelos anos seguintes, a saúde suplementar foi a 47 milhões de clientes. Nós, no entanto, fechamos 2019 com 1,284 milhão. Ou seja, um número maior que o de cinco anos antes. Por quê? Porque fizemos a entrega de valor ao longo do tempo. Nós fazemos valer a carteira verde que a pessoa recebe. Ela significa valor no seu atendimento. De forma que, agora, na pandemia, com toda a entrega de valor, nós praticamente não perdemos clientes. Graças à confiança e à segurança que oferecemos, desde os atendimentos on-line até o que é feito nos hospitais, próprios e parceiros, com equipamentos e, sobretudo, com médicos e equipes treinadas e capacitadas a usá-los.

Hoje em Dia - Belo Horizonte - MG

Entrevista Samuel Flam - 'Nós fazemos valer a carteira verde que o cliente recebe'

Caderno: 1º Caderno - Página: 2 e 3

Publicado: 28-09-2020

