

ANS cria plano para operadoras em dificuldades

Empresas poderão vender ativos para quitar dívidas, a fim de não repassá-las com carteira de clientes

GLAUCIE CAVALCANTI
glaucie@oglobo.com.br

A Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) dá início, esta semana, a um programa para facilitar que operadoras em dificuldades deixem o mercado. O objetivo é preservar a assistência aos beneficiários, que seriam absorvidos por operadoras maiores. O chamado Programa Especial de Escala Adequada (PEA) tem mecanismos para permitir que a operadora em dificuldade resgate ativos garanti-

dores para quitar dívidas com sua rede assistencial. Isso evita o repasse de algumas dívidas junto com a carteira. Para as operadoras, a medida ajuda, mas não elimina o risco sucessório envolvido nas operações. E especialistas em direito do consumidor argumentam que a ANS deveria ser mais criteriosa na hora de autorizar novas empresas.

— O setor é bastante heterogêneo. Há cerca de 800 operadoras no país, sendo perto de 400 delas com até 15 mil beneficiários. Juntas, elas têm apenas

4,4% do mercado. São operações de pequeno porte e, por isso, mais expostas a riscos caso um ou mais clientes demandem atendimento mais dispendioso — explica Leandro Fonseca, diretor de Normas e Habilitação de Operadoras da ANS.

Ele pondera que o tamanho da operadora não impede uma operação saudável. O importante, diz, seria garantir escala adequada ao tamanho da carteira de beneficiários dentro dos planos oferecidos. No ano 2000, havia mais de

duas mil empresas. Atualmente, são 793, somando 47,4 milhões de vidas. As 76 maiores, com mais de cem mil beneficiários cada, detêm 73% do mercado.

— O processo de ajuste vem acontecendo. As soluções de mercado, que seriam um aporte de capital ou a venda da carteira de beneficiários, seriam as ideais. Mas são difíceis pelo risco sucessório, devido a passivos tributários e trabalhistas. Na prática, quem está mal vai perdendo os melhores contratos para operadoras maiores e oferecendo ao

seu cliente um serviço cada vez pior — diz Fonseca.

Em apuros financeiros, explica Fonseca, a operadora acaba entrando em direção fiscal — caso da Unimed-Rio —, um processo de até seis anos e do qual apenas 20% das empresas conseguem sair. Atualmente, 52 operadoras de planos de saúde estão em direção fiscal, sendo 49 de pequeno e médio portes. Outras 36 apresentam desequilíbrios econômicos de menor risco e buscam se adequar. Solange Beatriz Palheiro

Mendes, presidente da Fena-Saúde, que reúne grandes operadoras, considera a norma positiva, ainda que não resolva o risco sucessório:

— É mais um passo na proteção dos beneficiários. E permite uma saída antes da situação de insolvência. A insegurança jurídica, porém, que é o grande complicador, se mantém. É um obstáculo quase intrançável. Fonseca admite haver essa barreira, mas assegura que a ANS está buscando aprimorar ao máximo as regras. ■

Especialista defende mais rigor para novas empresas

ANS decidirá quem assume o plano em caso de saída voluntária

Especialistas em direito criticam o novo programa da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS). Para Renata Vilhena Silva, advogada da área de saúde, os esforços da ANS estão deslocados:

— A norma mostra incompetência da agência no controle de entrada e operação dessas empresas. Se há tantas precisando de ajuda para sair do mercado, isso significa que é preciso mais rigidez na entrada.

Os usuários, diz, é que saem perdendo. Ela lembra o caso dos clientes da Unimed Paulista (que foi liquidada), que passaram para a Unimed Hesp e que não estão conseguindo arcar com os reajustes anuais dos planos, de quase 40%.

A nova norma da ANS tem dois eixos. O primeiro diz respeito às operadoras em dificuldades. Quando a empresa inicia o processo de saída voluntária do mercado, isso deve acontecer com uma oferta pública dos planos e do cadastro de beneficiários. Neste caso, não há pagamento à empresa em crise. A decisão sobre quem vai ficar com os planos e os beneficiários é tomada pela ANS, com base na melhor oferta de condições aos usuários.

COLCHÃO DE SEGURANÇA

A outra via é a transferência total de carteira ou do controle da operadora que ingressou no Programa Especial de Escala Adequada (PEA), criado pela ANS. Isso está previsto na legislação, mas terá impulso adicional: no PEA, a operadora em dificuldade poderá utilizar os ativos garantidores da sua operação para quitar dívidas com sua rede assistencial.

No outro eixo estão as empresas que vão absorver os planos, a carteira de clientes ou o controle das operadoras. Elas poderão compor a margem de solvência exigida para o novo grupo de beneficiários de forma gradual ao longo de cinco anos.

Trata-se de um colchão de segurança para evitar que eventos de alto custo afetem a operação. Quando a decisão da ANS for pelo repasse da carteira de planos para outra operadora maior, os beneficiários poderão continuar vinculados à empresa por 120 dias e optar por se vincularem a um plano da nova operadora depois. Já a empresa que comprar a carteira deve respeitar carências e coberturas, ficando impedida de cobrar taxas de adesão ou administração, além de pré-mensalidade. (Glauce Cavalcanti) ■

SABIA SEUS DIREITOS EM CASO DE NEGATIVA DE ATENDIMENTO

Entre as opções de quem recorrer em caso de recusa, estão os plantões do Judiciário
<https://globo.24fzhuw>



APRESENTADO POR **BR PETROBRAS**



Petrobras aposta no poder do conhecimento

Objetivo é melhorar e consolidar índices de reputação da companhia e reconquistar a admiração e a confiança da sociedade brasileira

A curiosidade e a busca pelo conhecimento são a bússola que norteia a campanha publicitária criada para reposicionar a marca Petrobras, que começou a ser veiculada em meados de novembro. O novo posicionamento é fruto de uma grande reflexão que a empresa foi levada a fazer depois das dificuldades pelas quais passou.

Segundo o gerente executivo de Comunicação e Marcas da Petrobras, Bruno Motta, o novo posicionamento foi construído a partir da necessidade de definir claramente para a sociedade, consumidores e acionistas o propósito e os objetivos que justificam a existência da empresa, para além dos gra-

ves problemas que ela enfrentou no passado recente. Entrevistas e pesquisas envolvendo diretoria, lideranças, corpo técnico, pesquisadores, parceiros e consumidores apontaram que o principal elemento diferenciador e que caracteriza fortemente a companhia é sua capacidade técnica única.

— O objetivo do reposicionamento da marca Petrobras é melhorar e consolidar os índices de reputação da companhia de forma a reconquistar a confiança e a admiração das pessoas — afirma.

Foi superando desafios como o de extrair petróleo em águas profundas, quando ninguém no mundo sabia como fazê-lo, ou viabilizar as gigantescas reservas descobertas na camada do pré-sal, que a Petrobras conquistou reconhecimento e inúmeros prêmios internacionais. Desse DNA emergiram as reflexões e os esforços feitos nos últimos meses para recompor a imagem de empresa.

— A busca do conhecimento para superar desafios é essa habilidade de prover a energia que move a sociedade — resume Motta.

Para o gerente executivo, ainda que a maior parte dos dissabores vividos pela Petrobras na primeira metade desta década decorra basicamente da sua condição de empresa majoritariamente estatal, o fato de ter a sociedade brasileira como principal acionista não é incompatível com a nova imagem que se deseja difundir.

— A Petrobras produz bens e tecnologia e projeta um futuro promissor para si, para seus funcionários e seus acionistas, mas, ao mesmo tempo, tem o papel de oferecer uma contribuição real e significativa para a sociedade brasileira.

A diferença, avalia o executivo, é que essa contribuição não se dará por meio do papel assistencialista de fazer algo que não seja parte da atividade-fim da companhia, mas de forma compatível com uma empresa de energia, capaz de usar seus conhecimentos e sua capacidade técnica para prover a energia que move o país.

Segundo Motta, o histórico de eficiência da Petrobras precisa ser ressaltado e enriquecido por meio da busca constante de práticas mais eficazes para assegurar a qualidade de seus produtos e serviços, a lucratividade e, consequentemente, a sobrevivência de longo prazo.

— A Petrobras é uma empresa independente, listada em bolsas de valores e que precisa prestar contas aos acionistas de seus resultados, sem perder de vista o importante papel de trazer contribuições para a sociedade como um todo — ressalta.

Ele entende que nas próximas décadas o petróleo e o gás natural seguirão como fontes principais de energia, especialmente para países emergentes como Brasil, China e Índia, onde grande parte da população ainda almeja alcançar uma

condição de vida já desfrutada em outras partes do planeta, como Europa, Estados Unidos e Japão. Mas, para o executivo, a possibilidade de as energias renováveis não serem suficientes para sustentar, nas próximas décadas, os esforços de desenvolvimento necessários nesses países emergentes não impede que a Petrobras empregue sua reconhecida capacidade de superar desafios técnicos para produzir combustíveis fósseis de forma menos danosa possível ao meio ambiente.

O case Petrobras

Será tema da palestra de Bruno Motta no seminário "A importância do reposicionamento de marca para empresas", da série Diálogos Empresariais, realizada pelo Jornal O GLOBO com patrocínio da Petrobras. O evento acontecerá na segunda-feira, 11 de dezembro, das 9h30 às 12h, no Hotel Hilton Copacabana. Inscrições gratuitas no site dialogosempresariais2017.com.br



Para Bruno Motta, histórico de eficiência deve ser ressaltado

A razão de ser da Petrobras

A competência técnica da Petrobras não tem razão de ser apenas para descobrir reservas, explorar e refinar petróleo — mas também, e principalmente, para prover a energia que move a sociedade a realizar seu potencial. Esse é o propósito da companhia, que foi construído com base na trajetória trilhada desde sua fundação, há 64 anos, na sua capacidade técnica única e no conhecimento que acumulou, gerando movimento e tempo todo.

O poder de realização das pessoas, das cidades e das empresas é impulsionado pela relevância do papel desempenhado pela Petrobras que, no fundo, está presente de forma muito relevante em todas as atividades da sociedade. A companhia, um dos símbolos mais importantes para os brasileiros, precisa se manter em movimento para que a sociedade possa se mover, evoluir e se transformar.

Movidos pela curiosidade, pela descoberta e pelo conhecimento, a gente vai longe!

PRODUZIDO POR **C&L**