

Amil tem 300 mil associados^o

Ao completar dez anos, a AMIL, Assistência Médica Internacional com sede no Rio de Janeiro, contabiliza faturamento mensal em torno de CZ\$ 800 milhões, pagos por 300 mil associados. A empresa oferece o Plano SISE, para empresas que tenham o mínimo de cinco funcionários, e mais quatro opções no plano individual. Além de um plano odontológico individual ou para a família.

Fundada em 1978, por seis médicos que dirigem a empresa, a AMIL tem convênios com 140 hospitais, 120 laboratórios clínicos e 3.800 médicos, sendo 60 homeopatas, cobrindo 44 especialidades médicas. "Entramos no mercado para competir com a Golden, que estava sozinha. Mesmo sabendo que íamos enfrentar um gigante com mais recursos, porque não paga impostos", revela Paulo Marcos Senra e Souza, diretor de Marketing da AMIL. "A nossa empresa visa lucro, mas oferece qualidade e bom

atendimento ao cliente, mesmo pagando todos os impostos", continua.

Segundo Souza, a classe média recorre à medicina de grupo para se prevenir de uma eventualidade, já que o Estado dá mais atenção à população carente. As pesquisas indicam que, em período de crises no país, as pessoas correm para se associar à medicina de grupo. "Estamos fechando em média 25 mil contratos mensalmente", diz ele. Mesmo assim, ele prevê queda nesse movimento, em função da decisão do governo de congelar a URP de funcionários públicos e de estatais.

Publicidade — A AMIL tem 50% da sua carteira oriundos de contratos com 430 empresas, o restante diluído nos planos individuais. Esse ano a empresa investirá 2% da sua receita em publicidade, e iniciou uma campanha na TV Globo — com três filmes de 30 segundos. São depoimentos de clientes da AMIL — "dós 90 convidados para um debate, 35 compareceram sem saber que estávamos filmando para um comercial", explica Souza. O gasto maior da empresa fica por conta dos honorários médicos, a CZ\$ 1 mil por consulta, seguindo a tabela da Associação dos Médicos do Brasil (AMB) e também pesquisa de mercado.

A ênfase da empresa, esse ano, é a campanha de esclarecimento à população para manutenção da saúde através de vacinação e outros itens. Aliás, uma estratégia correta para quem lida diretamente com seguro saúde. "Quanto mais a população tiver saúde, menos precisa de consultas, hospitais, aumenta a sobrevida e diminui os índices de mortalidade", explica Souza.

Seja como for, o diretor de Marketing da empresa acredita que há espaço para todos atuarem no setor. "A pluralidade é que irá desenvolver a medicina no Brasil. Não há por que temer concorrência, pois reserva de mercado só é bom para os incompetentes", finaliza, mandando um recado: "A Golden que se cuide porque, mesmo pagando impostos, estamos no calcanhar deles".



Souza: "Oferecemos qualidade mesmo pagando todos os impostos"