

Data Revisão:	23/12/2022	Política de Subscrição, Comercialização e Relacionamento	
Rev.:	00		
Folha:	1 de 6		
Emissão Inicial:	23/12/2022		SUP016

I - ELABORAÇÃO E APROVAÇÃO

	Nome	Data	Assinatura
Elaborado por	Analista Administrativo I	14/12/2022	
	Contadora		
Revisado por	Assistente de Vendas	19/12/2022	
	Gerente de Negócios		
Aprovado por	Superintendente	23/12/2022	

II – HISTÓRICO DAS REVISÕES

Rev. No.	Data	Descrição
00	23/12/2022	Emissão inicial

III – ÍNDICE

Introdução.....	2
1 – Objetivo.....	2
2 – Aplicação.....	2
3 – Definições.....	2
4 – Documentos Associados.....	2
5 – Diretrizes.....	2
5.1 Gestão de Negócios.....	2
5.2 Subscrição.....	3
5.3 Normas comerciais.....	4
5.4 Pilares do relacionamento com clientes e mercado.....	5
6 – Responsabilidades.....	6
Bibliografia.....	6
Anexos.....	6

INTRODUÇÃO

Data Revisão:	23/12/2022	Política de Subscrição, Comercialização e Relacionamento	
Rev.:	00		
Folha:	2 de 6		
Emissão Inicial:	23/12/2022		SUP016

O papel comercial da SERMED SAÚDE é idealizar e implementar negócios que atendam às necessidades do mercado e sejam rentáveis, agregar valor à marca zelando pela sua reputação e ao médico ampliando o seu mercado de trabalho, manter relacionamentos baseados em princípios éticos, de confiança, credibilidade, respeito e uniformidade com seus públicos-alvo – clientes.

1 – OBJETIVO

A Política de Subscrição, Comercialização e Relacionamento, direcionada ao mercado e clientes, tem o objetivo de definir diretrizes mínimas quanto às regras a serem observadas na subscrição - assunção de risco – dentro do objetivo social definido pelo contrato social e acordo de quotistas da Empresa, no posicionamento e reputação da marca, além de princípios de comercialização de produtos, relacionamento com os clientes e parceiros comerciais.

Nas ações de comercialização e campanhas de marketing devem ser observadas ainda, as normas atualizadas da ANS.

2 – APLICAÇÃO

Este procedimento é aplicado na operação de planos de saúde e comercialização de produtos e serviços complementares dentro do objetivo social da operadora, a seus colaboradores, cotistas, conselheiros, dirigentes e parceiros.

3 – DEFINIÇÕES

Não se aplicam.

4 – DOCUMENTOS ASSOCIADOS

- SUP009 – Política de Gestão de Riscos

5 – DIRETRIZES

5.1 Gestão de negócios

A SERMED SAÚDE tem compromisso com a entrega de soluções em saúde ao mercado e clientes, estimulando o autocuidado, assegurando o acesso a um sistema de saúde

Data Revisão:	23/12/2022	Política de Subscrição, Comercialização e Relacionamento	
Rev.:	00		
Folha:	3 de 6		
Emissão Inicial:	23/12/2022		SUP016

qualificado e eficiente, orientado por critérios e normas técnicas, através dos seus médicos, recursos assistenciais próprios e parceiros credenciados ou contratados.

Regidos pelas normas da ANS, em cumprimento a Lei 9656/98, os planos de saúde só podem ser comercializados se registrados junto ao órgão regulamentador, seguidas suas regras de: Nota Técnica Atuarial que descreva todas as regras comerciais e preços, formalização de contrato com cláusulas mínimas padrão de acordo com o tipo de produto, comprovação de suficiência de rede de atendimento – hospitalar e ambulatorial, envio de dados à ANS: SIB – sistema de informações de beneficiários e SIP – sistema de informações de produtos com indicadores de performance.

A gestão dos produtos de planos de saúde é competência de todos os setores que congregam a área comercial: atuarial, vendas, cadastro, relacionamento com clientes, com apoio das áreas operacionais.

Sempre que julgar pertinente, de acordo com as oportunidades do mercado, seguida a missão institucional de prover serviços aos médicos, a Diretoria Executiva e Gestão de Negócios, poderá idealizar novos produtos e serviços a serem comercializados, amparados em critérios técnicos e dentro do escopo do objetivo social da Empresa, aprovados pela Assembleia de Cotistas.

Para lançamento de produtos, estes devem ser planejados e apresentados à Diretoria Executiva, juntamente com as metas a serem alcançadas.

5.2 Subscrição

Em conformidade com as regras de gestão de riscos definidas pela ANS, que objetivam identificar, analisar, avaliar, tratar e monitorar os riscos que possam afetar os objetivos da operadora, bem como sua sustentabilidade no mercado, deverão ser implementadas pela Diretoria Executiva e Gerência de Negócios regras e normas de subscrição, seleção e avaliação de riscos de comercialização de planos de saúde, desde a idealização dos produtos até a contratação e sua manutenção.

A gestão do risco de subscrição é o pilar mais importante na gestão do negócio, respondendo por setenta por cento das exigências de provisionamentos técnicos e patrimônio econômico mínimo (Capital Baseado em Risco) da operadora junto a ANS.

Seguem diretrizes importantes a serem observadas pela Diretoria Executiva:

- Idealização de produtos com base em critérios técnicos, apoiado em Nota Técnica Atuarial;

Data Revisão:	23/12/2022	Política de Subscrição, Comercialização e Relacionamento	
Rev.:	00		
Folha:	4 de 6		
Emissão Inicial:	23/12/2022		SUP016

- Acompanhamento da performance de produtos, identificando desvios e atuando embasado em indicadores mínimos que garantam a rentabilidade dos negócios;
- Mensuração do risco de crédito das pessoas jurídicas para contratação de planos de saúde coletivos, onde a empresa será comunicada no momento da proposta de venda que o CNPJ estará condicionado a análise de crédito;
- Avaliação permanente da sinistralidade e rentabilidade da carteira da operadora, dos produtos e dos clientes, identificando e corrigindo desvios, bem como da variação dos custos assistenciais;
- Monitoramento do desempenho dos clientes, especialmente nas renovações contratuais, alicerçado em análises técnicas com negociações efetivas para ambas as partes;
- Acompanhamento periódico das variáveis: volume de clientes e beneficiários, potencial da região, ações e performance da concorrência, demais parâmetros que sinalizem necessidade de mudanças de rumos;
- Contratação, recebimento e repasse de riscos para outras operadoras, controle e gestão da aceitação e transferência do risco dentro da melhor opção do mercado (Pré pagamento ou Pós pagamento – custo operacional);
- Gestão de todo o fluxo operacional de comercialização – vendas de produtos-foco, aderência de clientes chave e novos clientes potenciais, correta contratualização e identificação dos clientes e beneficiários (elegibilidade), adotando regras internas definidas pela Diretoria, para assunção dos riscos de contratação e liberação de carências, através de instrumentos de pré-seleção documental, situação/histórico do cliente em outra operadora, especialmente nas contratações de planos coletivos, bem como evidências em entrevistas qualificadas prévias.
- Gestão da continuidade de contratos com metas globais de realinhamento ou estratégias de recuperação de carteira ou clientes, sempre envolvendo estudos técnicos atuariais e medidores de desempenho.

Caberá às áreas de vendas, cadastro e relações empresariais, zelar pelo cumprimento das regras definidas pela Diretoria Executiva e cumprimento da política ora definida, prestando contas de suas atividades e resultados.

5.3 Normas comerciais

Serão definidas pela Diretoria Executiva e Gerência de Negócios, as normas e regras de comercialização, operacionalização, prospecção e manutenção de clientes, observadas as diretrizes de subscrição, bem como as normas da ANS.

Data Revisão:	23/12/2022	Política de Subscrição, Comercialização e Relacionamento	
Rev.:	00		
Folha:	5 de 6		
Emissão Inicial:	23/12/2022		SUP016

A norma de comercialização deve prever no mínimo: os objetivos estratégicos, a estrutura organizacional, a forma de relacionamento com parceiros comerciais, a área de atuação comercial, os produtos a serem comercializados, as responsabilidades, metas e forma de remuneração das equipes.

A norma operacional deve prever no mínimo, além da estrutura organizacional, regras operacionais quanto ao controle de produtos, adequação de regras de cobertura e documentação, análise e validação das contratações e renovações, seguidas as regras comerciais definidas pela Diretoria Executiva, Gerência de Negócios e normas regulamentadoras, especialmente quanto à adequação dos dados cadastrais, documentações exigidas e gestão das informações dos clientes. Objetiva estabelecer controles internos voltados a adequação de produtos, contratualizações, seleção e elegibilidade dos clientes, aderência às normas da ANS e aplicação de mecanismos de controle do risco de subscrição.

A norma de relacionamento com clientes, especialmente clientes empresariais, deve prever no mínimo: os objetivos estratégicos das ações de relacionamento, a forma de atuação e estrutura organizacional, as metas de desempenho, responsabilidades e forma de remuneração.

5.4 Pilares do relacionamento com clientes e mercado

O relacionamento da SERMED SAÚDE com seus clientes e mercado deve basear-se, no mínimo, nos seguintes princípios:

- Oferecer atendimento acolhedor e humanizado a todos clientes e não clientes;
- Garantir transparência aos direitos de ambas as partes, com informações claras sobre os produtos, serviços e condições contratuais;
- Assegurar a efetividade dos compromissos assumidos, orientando o cliente sobre os produtos e todo o percurso assistencial, regras de atendimento e regulação, formas de comunicação com a operadora e acolhimento de demandas – sugestões e reclamações;
- Estar sempre disponível ao cliente, assegurando respostas adequadas às suas demandas, de forma ágil e competente, com foco na solução dos problemas;
- Entender suas críticas como forma de oportunidades de melhoria, agindo proativamente, buscando soluções para melhor atender suas necessidades;
- Exercer a concorrência leal e ética, preços justos, parcerias que estejam alinhadas com os valores da SERMED SAÚDE;

Data Revisão:	23/12/2022	Política de Subscrição, Comercialização e Relacionamento	
Rev.:	00		
Folha:	6 de 6		
Emissão Inicial:	23/12/2022		SUP016

- Promover a permanente integração e capacitação das equipes da área comercial, visando dar subsídios para a melhoria contínua dos negócios e boas práticas de relacionamentos com o mercado.

6 – RESPONSABILIDADES

- **Diretoria Executiva:** cumprir e fazer cumprir as diretrizes da Política de Subscrição, Comercialização e Relacionamento com mercado, parceiros e clientes e fornecer recursos necessários ao cumprimento dos objetivos ora definidos.
- **Gerência de Negócios:** prospectar o mercado, identificando novas oportunidades de negócio, realizar manutenção nos atuais clientes objetivando a melhor relação custo benefício entre as partes, bem como fazer um pós-venda.

Observação: cabe a ambos definir o modelo de comercialização, com recursos próprios e/ou de terceiros, com alinhamento do planejamento estratégico ao permanente mapeamento de mercado, aprovação da idealização de produtos e serviços, dentro de parâmetros técnicos e necessidades dos clientes e clientes potenciais, formalização de regras e normas de atuação, definição de metas e resultados a serem alcançados, prestar contas ao Conselho Consultivo e Assembleia de cotistas dos resultados e recursos alocados.

- **Áreas de Gestão de Negócios, Vendas, Cadastro, Relacionamento Empresarial:** coordenar, executar e acompanhar as ações da sua área de atuação, de forma responsável, seguidas as normas e regras definidas pela Diretoria Executiva e o planejamento estratégico comercial, de forma a garantir o cumprimento dos pilares/diretrizes institucionais aqui definidos, além do atingimento das metas e prestação de contas.

BIBLIOGRAFIA

Não se aplica.

ANEXOS

Não se aplicam.