



Lincx permanecerá fiel aos planos para a alta renda

"Jamais seremos massificados", garante o médico **Silvio Corrêa da Fonseca**, fundador do plano de saúde Lincx, dirigido a pessoas de alta renda. Ele se baseia em suas próprias projeções sobre o futuro do setor, que ficará dividido entre gigantes, como a Amil, competindo com grandes seguradoras do porte da Bradesco e Sulamérica, enquanto outro grupo de planos disputará, de um lado, o público de menor poder aquisitivo e, de outro, o segmento de alta renda. Fonseca prevê faturamento de R\$ 200 milhões este ano, com alta de 20% sobre 2009, e 36 mil beneficiários, cerca de 10% acima do registrado no final do ano passado. — P28

Clientes mimados fazem Lincx dobrar de tamanho em três anos

Plano de saúde de luxo diferencia-se pelos serviços diante da padronização da concorrência

Regiane de Oliveira
roliveira@brasileconomico.com.br

O médico Silvío Corrêa da Fonseca, fundador do plano de saúde Lincx, tem uma visão clara de como ficará dividido o mercado de operadoras de plano com as recentes mudanças da área. Gigantes como a Amil vão posicionar-se no segmento intermediário, tendo a concorrência de grandes seguradoras, como Bradesco e Sulamérica. Outras empresas disputarão, de um lado, os clientes de menor poder aquisitivo, e de outro, o do público de alta renda, no qual a Lincx concentra seus esforços. "Essa realidade mostra que jamais seremos massificados", afirma Fonseca.

Com 16 anos de mercado e 34 mil beneficiários, a Lincx é considerada uma empresa pequena no setor de planos de saúde. No entanto, está entre as mais cobiçadas que atuam no segmento intermediário, voltados para os clientes corporativos. Mas Fonseca não fala em venda e afirma que a empresa encontrou um modelo de negócios para diferenciar-se em um mercado cujo serviço tornou-se commodity. "Com as novas regras da ANS [Agência Nacional de Saúde Suplementar], todos os planos vendem a mesma coisa. O que diferencia as empresas são os serviços prestados", diz o empresário.

Dentre os mimos aos clientes endinheirados, vale ter um diretor exclusivo para visitar pacientes internados, enfermeiras obstetras que ensinam mães de primeira viagem a dar banho e cuidar do bebê e mesmo contratar os serviços da rede de laboratórios Fleury para prestar atendimento aos pacientes crônicos. "Em 1994, 85% de nossos clientes tinham planos individuais. Hoje isso se inverteu, temos 80% de clientes do mercado corporativos. E neste nicho, oferecemos planos modulares que atendem todos os níveis hierárquicos, menos enfermagem", afirma.

As ações têm trazido resultado. A empresa prevê fechar este ano com 36 mil beneficiários, um número quase 10%

“

Pelas normas da ANS, temos os mesmos reajustes hoje para Marajó, no Pará, ou para São Paulo. Isso inviabiliza a operação das empresas de saúde

Silvío Corrêa da Fonseca



Silvío da Fonseca,
presidente da Lincx:
segmento precisa de
índice nacional de preços

superior ao do ano passado. "Nossa meta é crescer cerca de 6 mil vidas por ano", afirma.

O faturamento deve chegar a casa de R\$ 200 milhões, com alta de 20% em relação ao registrado em 2009. "Dobramos o faturamento desde 2007, e vamos repetir esse desempenho nos próximos três anos", afirma Fonseca. Em 2007, a empresa obteve uma receita de

R\$ 100 milhões e tinha 24,9 mil clientes cadastrados.

Fonseca prevê grandes mudanças para quando a empresa chegar a 100 mil vidas. "Acredito que esse é um número limite para o atendimento diferenciado", afirma. Mas até lá, muita coisa ainda deve mudar no segmento da saúde. "Temos muita gente entrando no mercado de saúde suplementar, mas ainda

precisamos de mudanças na regulamentação, para que os planos de saúde não desapareçam", diz. Segundo Fonseca, medidas como a recentemente anunciada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária de criar um banco de dados com preços de 300 produtos de cardiologia vendidos no país, para evitar cobranças abusivas, vai dar mais transparência ao negócio. Mas

não é suficiente. "Precisamos da criação de um índice nacional de preços, como o existente na construção, por exemplo. Além de um índice regional de reajuste para os planos de saúde individuais, a fim de corrigir as discrepâncias entre os estados", afirma. "Ter os mesmos reajustes para Marajó, no Pará, ou para São Paulo inviabiliza a operação das empresas". ■