

Des pratiques de médecine preventive dans le secteur privé de la santé au Brésil: étude de 4 entreprises de santé

Andrea De Meo Bancher
a.bancher@uol.com.br
Álvaro Escrivão Júnior
(aescrivao@fgvsp.br)

Escola de Administração de Empresas
de São Paulo Fundação Getulio Vargas

INTRODUCTION

- Medicina preventiva
 - Historicamente: aplicaciones en Salud Pública
 - Recientemente: sectores privados
 - Empresas y sus trabajadores (*Worksite health promotion*)
 - Operadoras de planes de salud y sus beneficiados
 - *Managed care*
- Médecine préventive
 - Historiquement: en santé publique
 - Dernièrement: le marché privé
 - *Les entreprises et leurs travailleurs (worksite health promotion)*
 - *Les entreprises privées de santé et leurs bénéficiaires*
 - *Managed care*

INTRODUCTION

- Managed care
 - *Motivaciones para incorporación*
 - *Contención de gastos*
 - *Racionalidad en el uso de los servicios*
 - *Marketing de los planes de salud*
 - *Prácticas en la literatura*
 - *Consagradas: Educación, inmunización, detección precoz, etc...*
 - *Disease management y Case management*
- Managed care
 - Motifs pour son emploi
 - Réduction des dépenses
 - Racionalité dans l'utilisation des services
 - Marketing des entreprises de santé
 - La littérature montre:
 - traditionnellement: éducation, immunization, dépistage
 - Disease management et case management

Le système privé au Brésil

- _ de la población brasileira
 - Proporcionalmente más ancianos
 - 4 modalidades principales: medicinas de grupo, cooperativas médicas, autogestiones y aseguradoras
 - Regulaciones del sector: Agencia Nacional de Salud Suplementaria (ANS)
- _ de la population brésilienne
 - Plus de personnes âgées
 - 4 modèles: HMOs, coopératives médicales, auto-gestions et assurances médicales
 - Régulation: agence nationale

Le système privé au Brésil

- Pocos estudios abordan el tema
- En general, concluyen que poco se invierte en medicina preventiva en el sector suplementario
 - Motivos relatados:
 - Alta rotatividad del sector
 - Ausencia de analisis de medio y largo plazo
- Peu d'études sur le sujet
- D'habitude la conclusion est qu'il y a peu d'investissement en médecine préventive
 - Raisons:
 - basse stabilité des assurés
 - absence d'analyses de temps moyen et long

OBJECTIF

- Identificar y describir los programas y acciones de medicina preventiva incorporados por algunas operadoras de planes de salud
- Explorar detalladamente el proceso de incorporación de las prácticas de medicina preventiva
- Evidenciar los motivos de las operadoras de planes de salud para la adopción de dichas prácticas
- Identificar mecanismos de evaluación y control de los programas implementados
- Identifier et décrire les programmes et les actions de médecine préventive dans les entreprises de santé
- Exploiter l'incorporation des pratiques de médecine préventive
- Exposer les motivations des entreprises de santé
- Identifier les modes d'évaluation et de contrôle des programmes

METODOLOGIE

- Estudio de caso
- Cuatro operadoras (una de cada modalidad)
 - analisis de documentos organizacionales
 - aplicación de cuestionario
 - entrevistas con informantes clave
- Étude de cas
- Quatre entreprises de santé (une de chaque modèle)
 - Analyse de documents
 - Réponses à un questionnaire
 - Entrevues avec des informants clefs

RESULTATS

- Incorporación no planeada
- Mayor estructuración de programas y acciones a partir de la década de 90
- Las modalidades se diferencian en relación a las prácticas que ofrecen y a la población blanco a quien se destinan las prácticas desarrolladas
- Ces efforts n'ont pas été planifiés
- Programmes et actions surtout après 1990
- Les 4 modèles sont différents par les pratiques qu'elles offrent et par les populations cible qu'elles servent

RESULTADOS

- Principales programas por modalidad
 - Medicina de grupo:
 - *Disease management*
 - Cooperativa:
 - Detección precoz
 - Autogestión:
 - Cambio de estrategia asistencial
 - Aseguradora:
 - Foco en empresas clientes
- Programmes plus fréquemment trouvés:
 - HMO
 - Disease management
 - Cooperatives médicales
 - dépistages
 - Auto-gestions
 - Changement des stratégies de soins
 - Assurances médicales
 - Ciblés vers les entreprises clientes

RESULTADOS

- Motivaciones para la incorporación de prácticas de medicina preventiva:
 - reducción de costos asistenciales
 - estrategia de propaganda para venta de planes colectivos
 - satisfacción y fidelización del cliente
 - mejora de la condición de salud de los beneficiados
- Motifs pour l'incorporation de la médecine préventive:
 - Réduction de coûts
 - Stratégies de marketing pour la vente de leur produits
 - Satisfation des clients
 - Amélioration des conditions de santé des bénéficiaires

CONCLUSIONS

- Las operadoras estudiadas acompañan la tendencia mundial de incorporación progresiva de prácticas de medicina preventiva, considerando sus impactos en terminos financieros y mercadológicos.
- Les entreprises étudiées accompagnent la tendance mondiale d'incorporer progressivement les pratiques de médecine préventive, par leur impacts financiers et de marketing

CONCLUSION (suite)

- De manera general, esa incorporación es incipiente, y se traduce principalmente por acciones de prevención primaria, enfocadas en el estímulo al cambio de comportamiento individual.
- Il s'agit d'une incorporation encore timide, qui se traduit surtout par des actions de prévention primaire, vers le changement des habitudes

CONCLUSION (suite)

- De manera más específica, fueron identificados tres grupos principales de beneficiados a los cuales también se destinan las prácticas de prevención secundaria y terciaria: ancianos, pacientes portadores de enfermedades crónicas y empresas clientes.
- Il y a 3 groupes de bénéficiaires qui sont des cibles pour des activités de prévention secondaire et tertiaire: la population gériatrique, les patients qui ont des maladies chroniques et les entreprises clientes

CONCLUSION

- Dentro de los motivos de las operadoras para la incorporación, se destacaron: reducción de costos asistenciales, estrategia de propaganda para venta de planes colectivos, satisfacción y fidelización del cliente y mejoría de la condición de salud de los beneficiados
- Entre les motifs des entreprises privés sont: la réduction des coûts de soins, stratégie de marketing pour la vente de plans collectifs, satisfaction et fidélité des clients et amélioration des conditions de santé des bénéficiaires