

Queria começar esta minha breve intervenção com uma nota de atualidade:

A Saúde é um Setor económico, um importantíssimo Setor da Economia, onde operam mais de 4.500 empresas que empregam cerca de 100 mil pessoas e geram um volume de negócios anual superior a 10 mil milhões de Euros.

A Saúde tem sido terreno fértil para o debate ideológico.

Tem-se perdido imenso tempo, demasiado tempo em discussões estéreis que acabam invariavelmente em “tiro ao privado”.

Por outro lado, começa finalmente a ser reconhecido por todos que é preciso mais dinheiro para a Saúde.

Quando se fazem contas sobre a Saúde, em Portugal, contabiliza-se apenas a despesa.

Ora, os ganhos em Saúde representam importantes dividendos para a Economia, em geral.

Com uma população mais saudável poupa-se muito na despesa social, como sejam desde logo, as baixas por

doença, que custam ao País mais de 400 milhões de Euros ano.

Também é fácil de entender que uma população saudável produz mais e melhor.

Esta manhã, foi apresentado aqui mesmo, no CCB, um estudo da Universidade Nova que conclui que o SNS gerou cinco mil milhões de Euros para a economia, em 2017, contabilizando o absentismo evitado, a produtividade e o impacto por via dos salários.

Ou seja, o SNS recuperou metade do seu Orçamento com faltas evitadas e aumento de produtividade.

Por outro lado, um sistema de saúde de qualidade e eficiente, traz competitividade acrescida ao País. É o turismo de Saúde e a prestação ao abrigo da Diretiva dos cuidados transfronteiriços, é a questão das estadias de longa duração ou residência permanente para seniores da Europa Central e Setentrional, habituados a sistemas de saúde de grande eficiência com cuidados de proximidade e de facilidade de acesso. É a deslocação de centros regionais de decisão de empresas transnacionais.

Os custos com a Saúde não devem ser encarados como uma mera despesa mas antes como um importante investimento com impactos significativos no crescimento económico e na coesão social.

Mas passando ao que aqui nos traz,

A marca que hoje e aqui vamos apresentar tem um percurso peculiar, um pouco ao contrário do que normalmente acontece neste tipo de ação.

O lançamento de uma marca representa normalmente, a introdução no mercado de um produto (bem ou serviço) representado por esse elemento identificador – a marca.

A RCS – Rede Convencionada de Saúde é diferente.

Por um lado, não é propriedade de uma empresa comercial.

Está registada em nome da FNS – Federação Nacional dos Prestadores de Cuidados de Saúde, organização que está no topo da pirâmide do movimento associativo da atividade económica da prestação de cuidados de saúde.

Resulta daí que a RCS pertence a todos os associados das associações empresariais filiadas na FNS, a saber:

ANACARD - Associação Nacional de Cardiologia

ANADIAL - Associação Nacional de Centros de Diálise

ANAUDI - Associação Nacional de Unidades de Diagnóstico por Imagem

ANL – Associação Nacional dos Laboratórios Clínicos

APHP – Associação Portuguesa de Hospitalização Privada

APMFR - Associação Portuguesa de Medicina Física e Reabilitação

ASSOMED – Associação Portuguesa de Endoscopia Digestiva.

Por outro lado, esta marca pretende representar não um novo produto ou serviço mas antes uma realidade que existe há mais de trinta anos – a rede de cuidados de saúde convencionada com o Serviço Nacional de Saúde.

No fundo, a RCS pretende ser um selo de garantia de acesso e liberdade de escolha numa rede que conta com mais de 3.000 locais de atendimento, construída através

de investimento exclusivamente privado e que dá trabalho a cerca de 40.000 pessoas, na sua maioria, trabalho qualificado.

O setor privado, convencionado com o SNS, constitui uma rede de proximidade que coloca a quase totalidade da população portuguesa a menos de meia hora de distância dos meios complementares de diagnóstico e terapêutica (análises clínicas, medicina física e reabilitação, radiologia, cardiologia, hemodiálise, gastroenterologia, medicina nuclear, etc.).

A rede produz para o SNS mais de 300.000 atos por dia, mais de 100 milhões de atos por ano, dando resposta a cerca de 60.000 requisições médicas ao dia, ou seja, mais de 20 milhões de requisições por ano, o que representa mais de 90% da produção total do SNS, em ambulatório.

Acresce a convenção de cirurgia que, através da participação da hospitalização privada no programa SIGIC – Sistema Integrado de Gestão de Inscritos para Cirurgia,

tem tido um contributo decisivo, nos últimos anos, na recuperação das listas de espera para cirurgia.

O setor tem sido resiliente e eficiente.

Resiliente porque tem aguentado, até ao limite (com algumas baixas pelo caminho, é certo), as sucessivas crises e restrições orçamentais e a crónica suborçamentação, que invariavelmente, acabam em reduções das tabelas de preços.

Eficiente porque, apesar do crescimento significativo do número de atos produzidos neste percurso de trinta anos, o seu peso relativo no Orçamento da Saúde, baixou para metade do que tinha na década de 80 do século passado. Em 1985, os meios complementares de diagnóstico e terapêutica convencionados, representavam cerca de 14 % do Orçamento da Saúde. Baixaram na década de 90 para, em média, 10 % e atualmente, segundo os números inscritos no Relatório e Contas de 2016 do Ministério da Saúde, representam (MCDT'S + hemodiálise) cerca de 697

milhões de Euros, o que equivale a apenas 7 % da despesa total do SNS.

A articulação entre o Setor público e o Setor privado tem sido determinante para o êxito do Sistema de Saúde e em particular, do SNS, desde a sua criação em 1979.

As constantes necessidades de investimento ditadas pela pressão da inovação tecnológica, são incompatíveis com um quadro de instabilidade da relação contratual, como o que, infelizmente, temos vivido nos últimos anos.

O modelo contratual da Convenção com o SNS foi, desde o início, o contrato de adesão. Este modelo contratual funciona como uma espécie de oferta pública de contratação, através do qual a Administração Pública fixa unilateralmente todas as normas contratuais bem como os requisitos para ser parte e ao qual poderão aderir todos os operadores que reúnam as condições previamente conhecidas e iguais para todos. Foi este modelo que permitiu constituir a rede com a sua atual

configuração: multiplicidade de prestadores; cobertura geográfica; proximidade; liberdade de escolha.

No que toca à concorrência e transparência, o contrato de adesão é neste e em qualquer setor de atividade com preços administrativos, o modelo, por excelência, para as atingir.

É também este o modelo de relacionamento contratual que permite, com maior fluidez, o acesso de novos operadores ao mercado.

A rede agora representada por esta marca, em face da cobertura que faz de todo o território nacional, aproximando os cuidados de saúde da residência e do local de trabalho dos portugueses, é provavelmente, desde a fundação do Serviço Nacional de Saúde, o melhor exemplo de facilidade de acesso e liberdade de escolha dos cidadãos face ao sistema de saúde.



O setor convencionado com o SNS desempenha, como os números demonstram, um papel absolutamente decisivo para o sistema de saúde português.

Não obstante, entendemos que esta dimensão não tem sido percebida por diversos setores da sociedade, nomeadamente por alguns extratos da classe política e até pela opinião pública, em geral.

Sendo certo que os portugueses estão habituados à facilidade de acesso aos MCDT's, quando saem da consulta com o seu médico de família, munidos de uma credencial e encontram perto de si, do seu local de trabalho ou da sua residência, um local onde, com rapidez e comodidade, podem fazer o exame ou tratamento prescrito, sem ter que despender recursos financeiros ou pagando apenas (no caso dos não isentos) uma taxa moderadora, a percepção que temos é que têm de facto, conhecimento de parte mas desconhecem o todo – a verdadeira dimensão da rede, a sua capilaridade e cobertura territorial.

Esta iniciativa da FNS pretende exatamente dar visibilidade e identidade a esta realidade da qual todos, prestadores, financiadores, utentes e população em geral, nos devemos orgulhar.

A marca assenta em cinco pilares: Proximidade, Confiança, Rapidez, Qualidade e Facilidade.