

# las cooperativas de salud en brasil y el compromiso con la comunidad

*Rafael Moliterno<sup>1</sup>, Neto, Mohamed<sup>2</sup> Akl y Almir Gentil<sup>3</sup>*

## **Exposición del Dr. Rafael Moliterno Neto**

Me voy a referir a la Aseguradora del Sistema Unimed, que surgió de la necesidad del Sistema de proveer para sus médicos la previdencia privada, porque en nuestro país la oficial ya no funcionaba bien. En 1989 asumimos el Montepío Cooperativista, que era una organización, una mutual cooperativista en Brasil, y creamos la Unimed Aseguradora. El Sistema Unimed, a través de sus cooperativas, detiene el 82,2% del total de las acciones. El Sistema creó la Unimed Participaciones, que es la detenedora de Unimed seguros y es una sociedad anónima de capital cerrado. Es una sociedad anónima porque las aseguradoras en Brasil solamente pueden existir si son sociedades de capital, ya que las cooperativas serían ilegales. Las cooperativas crearon la Holding para que ésta sea la controladora de la Aseguradora.

Hoy, la Unimed Seguros Salud atiende más de 3,8 millones de asegurados, clientes de las cooperativas de trabajo y médicos del sistema Unimed.

La misión es fortalecer el complejo Unimed mediante el desarrollo de productos y acciones de excelente calidad para satisfacer las demandas de los clientes, los accionistas y los colaboradores y promover el bienestar de la comunidad. Nuestra misión es en un futuro ser la Aseguradora del sistema cooperativo en Brasil. Hoy tenemos 23 oficinas regionales en varios puntos de dicho país.

---

(1) Director de planificación de Unimed Seguros, Brasil.

(2) Presidente de la Central Nacional Unimed, Brasil.

(3) Director de marketing y desarrollo, Unimed Brasil.

---

Tenemos como fuente la Agencia Nacional de Salud, la Superintendencia de Asuntos Privados. Estamos en séptimo lugar entre las Aseguradoras de Salud del Brasil; en 17 de la previdencia privada, en 40 aseguradoras; en trigésimo primero en vida, en 107 aseguradoras; es la cuadragésima cuarta en premios totales, entre 115 aseguradoras que trabajan en Brasil.

## **Nuestra historia y situación actual**

La facturación de seguros salud en 2002 cubrió un descompás de la siniestralidad, entonces hemos trabajado con las pólizas para que éstas se equilibrasen y bajamos la facturación. En 2004 empezamos el crecimiento y ahora cerramos en el último día de 2005 con una facturación de 60,5 millones de dólares en la Aseguradora de Salud. En la Aseguradora de Vida, en 2005, 51 millones de dólares. En la cartera, las reservas de los clientes de la previdencia hoy suman 73 millones de dólares, son de los médicos y algunos usuarios. Todas las sociedades aseguradoras han de tener reservas; nosotros constituimos todas las reservas legales, el capital social y ahora tenemos más de 21 millones de dólares de reservas libres, que no tienen ningún compromiso con los seguros ni necesidades gubernamentales de relación. El servicio está en un creciente en 2005. Cerramos el año con 6,1 millones de utilidades y en los tres primeros meses de este año estamos cerca de los 3 millones. Hoy tenemos 27,7 millones de dólares de patrimonio líquido, y de capital social 18 millones de dólares.

Actuamos en las ramas: salud, vida y previdencia privada. Hoy tenemos por necesidad de ley dos aseguradoras: una de salud y otra de vida y previdencia.

En la Aseguradora de Salud tenemos 1.516 empresas contratantes, con 109 mil vidas. Esas empresas son contratadas, porque muchas de ellas quieren una aseguradora y no una operadora, y nosotros les ofrecemos además del seguro productos complementarios a los planes de salud ofrecidos por la operadora de Unimed o por la operadora nacional. En Vida tenemos 3,4 millones de asegurados en grupo, en accidentes personales 360 mil, prestamistas 99 mil. Tenemos también las cooperativas de crédito, que son las Unicred, aproximadamente 120, y desarrollamos el seguro para que los médicos trabajen apoyados en él. El prestamista es un seguro de vida que quita el préstamo del cooperado cuando ocurre su muerte.

En Vida tenemos un seguro de renta que se llama “seguro de vida por incapacidad temporaria”. De los 72 mil clientes, 70 mil son médicos cooperados (hoy en Brasil somos cien mil cooperados aproximadamente, el doctor

---

Almir Gentil va a hablar sobre eso) y en el período en que está en incapacidad temporaria percibe lo mismo que percibía en la cooperativa.

En Previdencia privada, tenemos 15 mil participantes, entre los cuales 14 mil son médicos cooperados.

Como retorno económico, lo que generamos para las cooperativas es muy importante. La Aseguradora de Salud ha repasado el sistema: 36 millones de recetas para las cooperativas de Unimed, porque las cooperativas hacen como prestadoras de servicio para la Aseguradora, son su red. En cuanto a los cooperados, han recibido 15,7 millones de dólares en el seguro por incapacidad temporaria, eso muestra cómo es muy importante socialmente este tipo de seguros. En cuanto a los seguros de vida, 28,6 millones para cooperados, cooperativas y contratantes del sistema Unimed, que son sus usuarios, tanto personas jurídicas como naturales. Nuestro programa de responsabilidad social lo desarrollamos tanto con Unimed como con la Operadora Nacional Unimedes. Esta es la misión de responsabilidad social empresarial de la aseguradora: promover y realizar acciones apoyadas en principios de solidaridad y participación que busca la calidad de vida de todos los públicos con los que se relaciona, lo que contribuye a un país más justo (un valor del cooperativismo: la responsabilidad con la comunidad).

## **Nuestros proyectos**

Tenemos una asociación con una ONG brasileña que integra la mayor red mundial de conservación del medio ambiente. Patrocinamos algunos de sus proyectos. Al mismo tiempo, utilizamos su símbolo en nuestra folletería, con el mensaje de conservación del mundo animal. Participamos en varios eventos para aportar en la educación ambiental. Adoptamos el código de conducta ética del complejo Unimed, que fue desarrollado por la Unimed de Brasil; entonces, las tres empresas centrales de todas las cooperativas lo siguen. Tenemos asociación con la colecta selectiva de basura, que discrimina el papel del plástico, los metales, etc. Lo mismo con el consumo consciente: en el sudeste y sur ya estamos enfrentando problemas con el agua. Para nuestros abastecedores solicitamos cláusulas contractuales que cumplan el código de ética del complejo Unimed, lo que permite también el mensaje de responsabilidad social para los pequeños y medianos empresarios que son nuestros conocedores. Para nuestro público interno, que son nuestros colaboradores, tenemos programas de prevención y subvención de sus estudios en graduación, postgrados, etc., para que con su crecimiento personal hagan que la compañía

---

crezca. Tenemos un trabajo con una entidad que apoya a niños para que se integren en la sociedad y se eduquen. Trabajamos también con el Instituto Crianza y Vida, que hace que desarrollen voluntarios con niños, que hagan acciones de educación y hábitos con ellos. Nuestro slogan es el hacer más por la vida. Con ese compromiso es que Unimed Seguros busca construir una sociedad cada vez más justa, mejorando la calidad de sus relaciones con todos los públicos con que se comunica.

## **Exposición del Dr. Mohamed Akl**

Las cooperativas de salud tenemos un compromiso con la comunidad. La Central Nacional Unimed y la Operadora Nacional de Plan de Salud tienen como foco las empresas que tienen más de 3 mil empleados y que están dispersas por el país. Llevamos diecisiete años de existencia desde la fundación llevando asistencia médica a personas dispersas por el país entero. La cooperativa opera en la Central Nacional, una cooperativa de segundo grado, y los asociados son las personas jurídicas dispersas por el país. Los clientes de la Central Nacional y los clientes de otras Unimed que comercializan planes nacionales también hacen el 30% de utilidad nacional. Los precios ya están estipulados para pagar y remunerar, tanto médicos como laboratorios, etc.

Buscamos la excelencia médica y abogamos por la calidad de vida y el bienestar de los clientes, con responsabilidad social, integrando las cooperativas y asesorando a sus asociados (todas las Unimed son asociadas entre sí), en respeto a las reglas de la legislación brasileña sobre las cooperativas. Esas características están presentes en todas las relaciones con los funcionarios, médicos, clientes y la comunidad.

Un comportamiento que estimula la cooperación entre todos los que hacemos la Operadora Central Unimed y el público que con ella interactúa: con respecto a los recursos humanos, los funcionarios se enfocan con responsabilidad para con la empresa para fomentar experiencias con el público externo. Para ello, hemos capacitado a los funcionarios en cada empresa para que crezcan y se desarrollen. Comenzamos con 48 funcionarios en 1998 y hoy tenemos 365. Hay empresas tercerizadas que realizan tareas de contabilidad y compras del complejo. Hay programas especiales y varios estudios. Se promueve la salud con programas deportivos, campeonatos de fútbol, voley, etc. Se busca la participación de los asociados y de los funcionarios, se promueve un clima propicio para que el funcionario pueda dar su opinión acerca de cualquier tema. Se promueve el trabajo voluntario de los funcionarios para que

---

éstos contribuyan con la sociedad de ese modo (hay varias etapas y acciones que se han desarrollado de ese modo).

2 millones 103 mil consultas médicas para 500 mil usuarios fueron hechas en las Unimed del país entero. De esas 2 millones de consultas, se desprendieron 3 millones 664 mil acciones complementarias, realizadas por los laboratorios propios de Unimed y por contratados. 55 mil internaciones fueron realizadas durante el 2005. El sistema Unimed tiene 55 hospitales propios, los hospitales que atienden esas internaciones son 500. Cada una de esas consultas y sus estudios complementarios en el sistema cooperativo tienen un costo en dólares. Nosotros valorizamos el trabajo médico, que es una de las finalidades del trabajo cooperativo.

Conocemos las penurias por las que atraviesa la gente carenciada en los hospitales, no sólo en Brasil sino en todas partes, en relación a los costos hospitalarios. Con la confianza y transparencia que trabaja la Central Unimed, la garantía de pago, con facturaciones semanales, datos precisos y estipulados, intentamos brindar un servicio de excelencia.

Asimismo, le damos gran importancia a la medicina preventiva. Damos el mayor confort a los pacientes crónicos y a sus familiares, con múltiples especialistas y enfermeras que ponemos a su disposición para dar una atención más humanizada. Médicos y asistentes sociales acompañan no sólo en los hospitales sino que brindan atención domiciliaria.

La Central Nacional Unimed intenta llevar a cabo su trabajo con responsabilidad social y no con utopía, con objetivos definidos y representados con respecto a la salud, educación y vida digna. Participa en proyectos de reciclado, de respeto y cuidado por la naturaleza y el medio ambiente, y promueve proyectos sociales con respecto a hospitales y a niños: - estimular la educación de los niños y su integración en la sociedad; - brindar cursos que preparan a voluntarios para que diseminen principios básicos de salud e higiene, para que personas capacitadas ayuden a los niños; - favorecer la prevención y cura del cáncer infantil, consultas, medicamentos, exámenes, internaciones eventuales a ese respecto; - atender a niños portadores de HIV, adolescentes, internaciones y consultas.

Las cooperativas practican la medicina y la disseminación de sus conocimientos médicos para cada una de sus comunidades. El slogan del 2006 es "*Muchas más vidas*". Así creamos una marca símbolo del cooperativismo que intentamos disseminar entre las cooperativas.

---

## Exposición del Dr. Almir Gentil

Acaban de escuchar dos intervenciones sobre ejemplos claros del tema conceptual al que me voy a referir a continuación, la Central Nacional y el Seguro. Yo voy a referirme al tema de la responsabilidad social y a la percepción del mundo, de las marcas, de las empresas, de las grandes compañías. Si uno no empieza a cambiar sus conceptos y preocuparse por el mundo, el mundo se acaba. Y hoy, el mercado, el consumidor, está muy atento a cómo se porta una empresa, un producto o cualquiera de nosotros. Voy a hablar un poco de la responsabilidad social, la tendencia mundial y un poco de qué es lo que está haciendo Unimed. Ya les han mencionado dos ejemplos de dos empresas: la Central Zonal, que tiene 500 mil clientes (Unimed tiene 13 millones) y la Aseguradora Unimed.

Unimed ha sido creada en 1967 como una alternativa al mercantilismo en la práctica médica en Brasil, y es un importante agente económico con un papel social muy bien definido, que es el cooperativismo, y dentro del principio del cooperativismo tiene todas sus creencias.

Como dicen los brasileños, es la más grande cooperativa en salud del mundo. Tiene 32 mil empleos directos y 290 mil empleos indirectos, y una facturación en el 2005 de 10,5 billones de reales (para traducir esta cifra a dólares hay que dividirla por dos).

¿Por qué creemos que se habla en el mundo tanto de la responsabilidad social, más allá incluso de nuestras creencias acerca del cooperativismo? El Estado ha perdido la capacidad de coordinar y regular las cuestiones sociales, es pequeño y no tiene dinero para todo. Hay un aumento muy importante de los niveles de organización de la sociedad civil a lo largo de la última década, sobre todo por los cambios de la tecnología y la comunicación. Internet nos ha puesto uno al lado del otro; el mundo es un pueblito, se dice: *"usted está a un click de su oponente"*. El que está en China puede ser tu oponente, el que está en EE.UU., a lo mejor, produce lo mismo que usted a un precio más bajo. El mundo ha cambiado, hasta hace poco se hablaba de que estábamos en el mundo de la comunicación y de la información; eso ya ha pasado también. Se fortalece el nuevo estilo de desarrollo, que no sólo se basa en el crecimiento económico sino también en el respeto y garantía de los derechos humanos, políticos, sociales, civiles, culturales y ambientales. Las tonterías que uno podía decir hace 20 años atrás, y se dice mucho, gente de Sudamérica se iba a Europa 20 años atrás y decía: *"ustedes se preocupan por lo ambiental y nosotros no, queremos el progreso, el dinero, queremos desarrollar"*. Ahora decir esto es un peligro para el planeta y quien lo dice al otro día está en la calle. Un Ministro de Estado no puede ni pensar ni decir una cosa

---

así, el mundo ha cambiado porque ha visto que el tema es demasiado serio; eso se ha fortalecido gracias a la información.

La sociedad, gracias a la información, empieza a interesarse por el comportamiento de las empresas, las cooperativas, los productos, los profesionales; la sociedad hoy quiere saber quién eres, cómo piensas, qué es lo que haces, cuáles son tus valores. El ciudadano se da cuenta de que el acto de consumir puede ser un acto de ciudadanía, y esta conciencia de consumo puede cambiar muchos panoramas, y puede cambiar el mundo. Ninguna marca ni empresa ni profesional ni nadie sobrevive en un mundo caótico.

¿Cuál es el panorama ambiental global? El aumento de la temperatura 1,4 hasta 5,8 grados en los últimos cien años. La producción agrícola se va a reducir el 30% en los próximos veinte años, y la productividad agrícola, con la tecnología, sólo puede crecer un 1% por año. 160 billones de toneladas de agua que son retiradas de China, India, norte de Arabia, África, EE.UU., no son repuestas. El panorama global: un 20% de la población detiene aproximadamente el 86% de la renta desde 1998, el mismo 20% detiene el 74% de las líneas telefónicas y un 93% de internet con el 84% de la investigación y el 95% de patentes registradas. El 80% de los países tuvieron renta per cápita más pequeña en 1999 de la que tenían en 1989, diez años después.

Los activos de las tres personas más ricas del mundo son iguales al dinero que tienen 600 millones de personas más pobres. En el año 2000, las cinco mejores empresas americanas tuvieron facturaciones igual al PBI de Brasil, y las diez mejores del mundo obtuvieron una suma igual a la suma del PBI de Brasil, Argentina, México, Venezuela y Ecuador. Las empresas son más que los países. La ONU ya no aguanta, no sabe qué hacer. Las cien mejores empresas americanas aumentaron su lucro del 11% al 18% en los últimos diez años y la renta *per cápita* del mundo, en el 80% de los países, ha disminuido.

¿Cuál es el panorama de Latinoamérica? 218 millones de personas no cuentan con la protección en salud, en un total de 520 millones. 100 millones no tienen servicios de salud, 160 millones no tienen acceso a agua, una de cada 130 madres se muere durante el embarazo; en EE.UU., la cifra es de una cada 3.500. Hoy unos 190 mil niños se mueren al año de enfermedades para las cuales hay tratamiento fácil. 82 millones de niños no tienen acceso a vacunas. El tiempo de escolaridad de los 10% más ricos es de 12 años, mientras el 30% de los más pobres no alcanza los cinco años. La pobreza entre los años '70 y '95 dobló los niveles, la violencia es el más grande índice, segundo puesto en el mundo.

---

Las empresas se han dado cuenta de que a ellas no les cabe apenas el papel de generar riquezas y empleos, producir productos de calidad y pagar impuestos, sino también el de la responsabilidad y obligación de invertir en soluciones a los problemas sociales. Eso que nosotros tenemos como filosofía en el cooperativismo ahora ya es una percepción de todo el mundo. Unimed lo entendió, y fue la primera cooperativa médica en Brasil en crear y desarrollar una política estructurada, fuerte, sólida, de responsabilidad social.

La responsabilidad social es la relación ética de una cooperativa, una empresa, el producto y todos los sectores relacionados: el gobierno, el medio ambiente, los socios; hay que tener ética. *“No hagas con los otros lo que no quieres que hagan contigo”*, eso es ética. El que se comporta de ese modo es un tipo ético; es tener una postura e intentar construir una sociedad mejor. Unimed de Brasil, en el año 2001, que ya tenía muchos compromisos con la sociedad, tiene organizados y medidos indicadores sociales y una política estructurada de responsabilidad social. El objetivo es fortalecer más el séptimo principio del cooperativismo que consiste en cuidar la sociedad, el medio ambiente, la comunidad y la relación del nombre Unimed con Brasil.

A lo largo de esos cinco años se promovieron acciones con el fin de estimular en todas las Unimed la adopción de la responsabilidad social en su gestión de negocios, por medio de estrategias que conduzcan al diálogo con diferentes públicos con los cuales nos relacionamos. ¿Qué es lo que hacemos que en verdad le está cambiando la vida a la gente? Está cambiando el medio ambiente, el empleo, la renta, la calidad, el país que queremos construir. Empezamos con una primera publicación, que es el *Manual de Responsabilidad Social*, con todo este tema conceptual; más que tener dinero para dar a un programa hay que ver qué es lo que se está haciendo con ese dinero, y si está transformándose como hoy es una preocupación nuestra: si está cambiando la vida para mejor.

Hemos puesto en el papel cuáles son nuestros valores, creencias y el código de nuestra conducta ética. Empezamos múltiples programas. En todas las Unimed de Brasil y dentro de la sede de San Pablo, donde coordinamos todo, comenzamos un programa “de consumo consciente”. Empezamos con el tema de la basura y el gerenciamiento de los residuos hospitalarios, y cómo hacer la gestión adecuada de los residuos en salud. Creamos un sello Unimed de responsabilidad social para aquellas Unimed que están haciendo la cosa muy bien hecha, que no solamente están ayudando sino transformando, haciendo la diferencia en sus comunidades. En el 2005, 144 Unimed han tenido la certificación con el sello de responsabilidad social, y esto ha sido un aumento del 65% en relación al 2004. De ahí que nuestro balance social de 2005 muestre que nuestra inversión

---

en reales ha sido 231 millones 586 mil reales en la comunidad: 170 millones en inversiones con el público interno, y 60 millones en la sociedad rural (para traducir esta cifra a dólares hay que dividirla por dos).

Actualmente tenemos 700 proyectos estructurados entre todas las Unimed, relacionados con la educación, la salud, el medio ambiente, el trabajo, la renta; cosas que pueden transformar la sociedad. Éste es un patrocinio de Unimed Brasil para el Comité Paraolímpico brasileño, dejando clara la postura de Unimed de estar junto a ellos.

Unimed ha sido una de las 20 empresas de Brasil llamada (y es la única en el sector salud) para participar en la creación de la futura norma internacional que va a reglamentar la ISO de responsabilidad social, la ISO 15.000. Cada país tiene un consorcio de empresas que ya hacen la práctica de responsabilidad social que están escribiendo una propuesta mundial.

Tenemos mucho reconocimiento: medallas del Trofeo Ecológico, trofeos de empresas de banana, de las grandes confederaciones nacionales, de trabajo, de rentas, y el propio gobierno. Pero creo que esto es lo más importante: una encuesta entre toda la población brasileña donde se preguntó cuál es, quién hace diferencia desde el punto de vista de transformación de la sociedad en el área de salud. En el primer puesto está Unimed, y ésa es una respuesta nacional, es la percepción de la gente. En segundo puesto está un laboratorio y en tercero una empresa que produce celulosa, en cuarto *Red Globo*, la televisión más importante de Brasil. Nadie que trabaje en salud como nosotros está reconocido como transformador real de la sociedad y se le reconoce por su proyección al mercado. No por las características intrínsecas del producto, porque a lo mejor otra operadora cooperativa de salud puede tener planes como los nuestros, pero no puede tenerlos con fuerte transformación social como los nuestros. Esto hay que trabajarlo.

Son las dimensiones intangibles que se les aportan por medio del ejercicio de la ciudadanía corporativa, que es el trabajo muy fuerte que hoy hace Unimed; sobre todo Unimed Brasil, con la orientación de la Fundación Unimed y las empresas del Complejo Central Nacional, Seguros y pasando esos conceptos, esa línea de pensamiento, a todo el sistema Unimed.

Es muy interesante. Hay un señor en Brasil que hoy vende huevos de gallinas felices, y la gente se los compra. Claro, ¿por qué voy a comprar huevos de pollos tristes si puedo comprar los de gallinas felices? El señor nos ha dicho que la mayoría de las gallinas vive muy mal y sufre mucho para poder poner huevos, y ha creado un ambiente bonito, y ellas viven muy bien. Vende

---

más caro, pero vende mucho. Es la percepción que tiene la sociedad: hay que cambiar este mundo y a lo mejor se puede hacerlo comprando huevos así.

Hoy más que nunca la responsabilidad social se ha convertido en una herramienta estratégica de gestión. No se puede apartar de la transformación de la sociedad. Las compañías no solamente ocupan un espacio físico, sino que ocupan un lugar en el corazón de las personas. Se ha creado un círculo muy interesante: empresas cooperativas, productos socialmente responsables, que cambian la sociedad, transforman el mundo, una comunicación institucional. Se crea un ciclo muy interesante: si toda la gente que quiere elegir para su salud elige una cooperativa que de verdad, además de tener buenos hospitales y médicos, hace cambios en la sociedad, si uno va a comprar cualquier producto y está preocupado por el medio ambiente; los productos buenos y que transforman el mundo van a sobrevivir, y los malos van a tener que cambiar porque no habrá quién los compre.

Se trata del concepto de desarrollo humano sostenido. Decíamos que la era de la información se había acabado. Ahora estamos en la era de la conciencia. Quien no tenga conciencia para entender el mundo e intentar transformarlo y hacer un mundo mejor se morirá junto con el mundo; las empresas, las cooperativas que no piensen así se acabarán; nosotros en nuestras prácticas diarias también: hay que hacer la diferencia, tener una visión de responsabilidad social, ser ético con todo el mundo, con el planeta, con los clientes, con todos.

El desafío del siglo XXI será conducir estrategias de crecimiento bajo la nueva realidad de supuestos relacionados a la sustentación del propio planeta.

Finalizo con lo siguiente, un pensamiento de nuestro presidente: *“Ética, transparencia, cooperación, igualdad y responsabilidad social son valores que forman el ADN de Unimed desde su creación”*. Nuestro gran desafío es hacer que esta vocación genética se multiplique en cada ciudad donde exista una Unimed, de modo que la sustentación del bienestar de los futuros niños continúe siendo parte de nuestra historia.