



Planos coletivos: cinco pontos para avaliar antes de contratar

Com 44,7 milhões de vínculos na modalidade, consumidor deve entender diferenças entre empresarial e adesão, critérios de reajuste, carência e permanência no contrato. Os planos coletivos concentram a maior parte do mercado de saúde suplementar brasileiro. Em junho de 2026, o país tinha 53,1 milhões de vínculos em planos de assistência médica, dos quais 38,9 milhões estavam em coletivos empresariais e 5,8 milhões em coletivos por adesão. Juntas, as 2 modalidades somavam aproximadamente 44,7 milhões de vínculos, ou 84% do total, enquanto os planos individuais ou familiares reuniam 8,4 milhões. O peso dos coletivos no mercado torna especialmente importante entender suas particularidades antes da adesão. Diferentemente de uma contratação individual, esses planos dependem de vínculo com uma empresa, associação, sindicato ou outra entidade elegível e possuem características próprias em pontos como reajuste, carência e permanência. “O primeiro cuidado é entender exatamente qual modalidade está sendo oferecida e de onde vem o direito de participar daquela contratação. Muitas pessoas chegam à contratação olhando primeiro para preço e rede, mas, nos planos coletivos, é fundamental compreender também quem é o contratante, qual é o vínculo exigido e quais regras acompanham essa relação ao longo do tempo”, afirma Adriana Mello, CEO da Click Planos. Os coletivos são divididos entre empresariais, contratados por uma pessoa jurídica para pessoas que mantêm vínculo empregatício, estatutário ou equivalente, e por adesão, destinados a grupos ligados a associações profissionais, sindicatos ou entidades de caráter profissional, classista ou setorial.

1. Saiba se o plano é empresarial ou por adesão

Embora ambos sejam coletivos, os critérios de entrada são diferentes. No coletivo empresarial, o acesso decorre do vínculo com a empresa contratante. No coletivo por adesão, é necessário comprovar vínculo com a entidade que representa aquela categoria profissional ou setorial. Antes de assinar, o consumidor deve identificar quem contratou o plano, qual relação permite sua inclusão e quem será responsável pela administração da relação contratual. Essa distinção também ajuda a evitar a contratação de um coletivo apresentado como se fosse um produto individual. A própria ANS alerta para ofertas desse tipo e recomenda que o consumidor confirme a modalidade antes da adesão.

2. Entenda como funciona o reajuste do contrato

Nos planos coletivos, o consumidor deve conhecer previamente a lógica de reajuste e não considerar apenas o preço apresentado na entrada. Atualmente, contratos com menos de 30 beneficiários são, em regra, agrupados pela operadora para receber um mesmo percentual de reajuste. Já nos contratos com 30 ou mais beneficiários, as cláusulas de reajuste são objeto de negociação entre a pessoa jurídica contratante e a operadora ou administradora de benefícios. Por isso, antes de aderir, é importante perguntar quando ocorre o aniversário do contrato, como o reajuste é definido e onde consultar os percentuais aplicados. A ANS também informa que, depois da aplicação, o consumidor pode solicitar a memória de cálculo e a metodologia utilizada.

3. Confira se haverá carência no seu caso

As condições de carência também podem variar dentro dos próprios planos coletivos. Nos empresariais com 30 ou mais beneficiários, há situações em que não pode ser exigido o cumprimento de carência, desde que o ingresso ocorra até 30 dias após a celebração do contrato ou após a vinculação à empresa. Nos coletivos por adesão, também existem hipóteses de ingresso sem carência associadas aos períodos definidos pela regulamentação. Assim, duas pessoas que aderem a planos coletivos semelhantes podem encontrar condições diferentes dependendo do tamanho do grupo, do momento da entrada e da forma de contratação. Conferir essas regras antes da assinatura é especialmente importante para quem prevê utilização do plano no curto prazo.

4. Descubra o que acontece se o vínculo terminar

Como o plano coletivo nasce de uma relação com uma empresa ou entidade, o consumidor deve entender o que acontece caso esse vínculo seja encerrado. Em planos empresariais, por exemplo, uma demissão, aposentadoria ou mudança de empregador pode alterar a permanência no contrato. Existem situações específicas em que ex-empregados podem manter a cobertura ou exercer a portabilidade de carências, desde que cumpridos os requisitos previstos. No coletivo por adesão, a elegibilidade também depende da manutenção do vínculo com a entidade contratante. O ideal é esclarecer antes da adesão quais são as condições de permanência e quais alternativas estarão disponíveis se essa relação terminar.

5. Identifique quem administra o plano e leia as regras do contrato

No coletivo por adesão, a contratação pode envolver uma administradora de benefícios, além da operadora e da entidade à qual o beneficiário está vinculado. Por isso, o consumidor deve saber quem é responsável por cada etapa, quem realiza a cobrança, quem comunica reajustes e para quem deve recorrer diante de dúvidas. Também vale solicitar e guardar as condições contratuais. Nos planos coletivos, a operadora não é obrigada a entregar diretamente uma cópia do contrato a cada beneficiário, mas o documento pode ser solicitado à pessoa jurídica que fez a contratação. “No coletivo, comparar significa ir além de mensalidade, hospitais e laboratórios. É preciso entender a estrutura do contrato: quem pode entrar, como funciona o reajuste, quais são as condições de carência e o que acontece quando o vínculo com a empresa ou entidade termina. Essas informações dão ao consumidor uma visão muito mais realista do plano que está contratando”, afirma Adriana.

Com aproximadamente 44,7 milhões de vínculos, os planos coletivos representam hoje cerca de 84% dos contratos médico-hospitais registrados no país. A dimensão desse mercado reforça a importância de uma decisão que considere não apenas o valor mensal ou a rede disponível, mas também as características específicas de uma modalidade em que empresa, entidade contratante e, em alguns casos, administradora de benefícios participam da relação com o consumidor.



Ana Luisa Winckler

A Outra Sala

Você conseguiria um trabalho sem LinkedIn?

Eu consegui meu primeiro emprego numa coluna de empregos do jornal. Sim. Jornal. De papel. Para os mais jovens: era uma espécie de LinkedIn que não sabia quem você era, não sugeria “pessoas que talvez você conheça” e, principalmente, não esperava que você produzisse conteúdo sobre liderança enquanto procurava emprego.

Você abria o caderno de classificados, circulava uma vaga com caneta e pensava: **“Essa aqui talvez dê”**.

Era praticamente o Tinder profissional, só que sem foto e com vale-transporte. E aqui começa uma história interessante sobre o que aconteceu com o trabalho. Naquela época, você procurava uma vaga. Hoje, além de procurar uma vaga, precisa ser procurável. E parece pouca diferença. Não é.

No caminho entre o jornal de domingo e o LinkedIn, nasceu uma nova exigência profissional: não basta ter uma carreira. Você precisa parecer que tem uma.

E essa segunda carreira dá um trabalho de lascar.

Foto.
Headline.
Palavras-chave.
Networking.
Engajamento.
Posicionamento.
Publicação.

Você precisa trabalhar e produzir conteúdo sobre como trabalha. Liderar e contar que lidera. Aprender e anunciar o aprendizado. Sair da empresa e publicar que “ciclos se encerram”. Ser demitido e publicar que “ciclos se encerram”. Alguns, inclusive, por decisão unilateral. Porque aparentemente ficar P da vida prejudica o employer branding.

Às vezes eu acho que o capitalismo conseguiu uma façanha extraordinária: terceirizou para o próprio trabalhador o marketing do trabalhador. Mas seria simplista transformar o LinkedIn no vilão. Ele apenas tornou visível uma mudança muito maior.

Hoje não basta produzir valor. É preciso produzir evidências públicas de valor. E isso cria uma distorção interessante.

Tem gente extremamente competente que é péssima em se narrar. Resolve problema. Forma gente. Segura crise. Entrega resultado. E quando perguntam o que fez: “Ah, eu só fiz meu trabalho.”

Enquanto isso, alguém fez três workshops e já está construindo seu “legado de transformação”. O problema não é essa pessoa saber se vender. O problema começa quando aprendemos a confundir visibilidade com competência. Porque são coisas diferentes.

Existe: ser competente, ser reconhecido como competente e ser encontrável como competente.

O mercado digital aproximou as duas últimas perigosamente da primeira. E aí quem não sabe narrar o próprio valor corre o risco de parecer que não tem valor. Talvez essa seja uma das mudanças mais silenciosas do trabalho contemporâneo: a carreira deixou de ser apenas uma trajetória profissional. Virou também uma narrativa pública.

Isso significa que todo mundo precisa virar criador de conteúdo corporativo? Misericooooorrrrdiaaaa, que Deus nos proteja.

Mas significa que posicionamento deixou de ser apenas vaidade. Virou parte da infraestrutura da carreira. Só que existe uma fronteira importante aqui. Uma coisa é construir visibilidade para uma competência. Outra é construir visibilidade no lugar dela.

Daí meu pequeno teste de sanidade profissional: **Se amanhã o LinkedIn desaparecesse, quem saberia o que você sabe fazer?** E, talvez mais incômodo: **se desaparecessem seu cargo, sua empresa, sua headline e seus seguidores, o que sobraria profissionalmente de você?**

Porque meu primeiro emprego veio de uma coluna de jornal. O jornal desapareceu. Minha carreira, felizmente, não. Plataformas passam. Algoritmos mudam. Crachás vencem. E talvez uma carreira sustentável seja justamente aquela que consegue sobreviver ao desaparecimento da vitrine.

Afinal: LinkedIn é vitrine. Carreira é percurso.

Reputação é o que circula sobre você quando você não está na sala. Competência é aquilo que você consegue fazer mesmo quando ninguém está olhando. E posicionamento é fazer essas coisas conversarem. Sem precisar escrever “apaixonada por pessoas”.

Porque eu trabalho com RH há mais de 25 anos. Conheço pessoas. Não recomendo tanta empolgação.

E agora, seguindo rigorosamente o protocolo contemporâneo: Se esse texto fez sentido para você, curta. Se fez muito sentido, comente. Se conhece alguém para quem faria sentido, compartilhe. Se não fez sentido, comente também, porque aparentemente discordância dá engajamento.

E, se você chegou até aqui sem curtir, comentar, compartilhar, salvar, me seguir ou ativar algum sininho... tudo bem. Você leu. Houve uma época em que isso já era considerado bastante.

Saudades do jornal de papel. Ele nunca me pediu engajamento.

A OUTRA SALA
Porque o trabalho também precisa de terapia.

(*) - Psicóloga por formação e inconformada por vocação. Há mais de 25 anos atua na transformação de culturas organizacionais, desenvolvimento de lideranças e reinvenção de modelos que aproximem empresas das pessoas — e não o contrário. Já esteve à frente de áreas estratégicas de RH em grandes corporações nacionais e multinacionais, do chão de fábrica ao boardroom, do Norte ao Sul do Brasil.



Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL 33º Subdistrito - Alto da Mooca ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **ERIVAN DIAS DA SILVA**, estado civil solteiro, filho de José Alves da Silva e de Maria Lucia Dias da Silva, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **JADIANE DA SILVA BARBOSA**, estado civil solteira, filha de Reginaldo Barbosa de Oliveira e de Maria Gilvania Raimundo da Silva, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **AUGUSTO FABRICIO DE SOUZA**, estado civil solteiro, filho de Antonio Lkeandro de Souza e de Maria da Consolação de Jesus Souza, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP. Apreendente: **INGRID SILVEIRA SILVA**, estado civil solteira, filha de Daniel Ramos da Silva e de Selma Silveira Silva, residente e domiciliada neste Subdi strito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS 15º Subdistrito - Bom Retiro Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **ALAN ZABALA ORTIZ**, nascido nesta Capital, Bom Retiro, SP, no dia 08/10/1993, profissão empresário, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Marco Aurélio Ribeiro Ortiz e de Esther Silva Zabala Ortiz. A pretendente: **JOYCE CAROLINA DE AMORIM BARBOSA**, nascida em Mogi das Cruzes, SP, no dia 09/10/1999, profissão empresária, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de José Nilton Barbosa e de Edith Batista de Amorim Barbosa.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios



PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <http://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/303D-6C58-7160-8ADA> ou vá até o site <http://assinaturas.certisign.com.br> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 303D-6C58-7160-8ADA



Hash do Documento

9CB927B449AFD0679B864300F841CE83E55A3014E2858D605742865B69595377

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 01/09/2026 é(são) :

- ☒ Lilian Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 01/09/2026 18:58 UTC-03:00
- Nome no certificado:** Jornal Empresas E Negocios Ltda
- Tipo:** Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

Evidências

Geolocation: Location not shared by user.
IP: 172.16.4.9
AC: AC Certisign RFB G5

