

Nº 2-fevereiro 2025

**Sú**

**Saúde**

# PLANOS DE SAÚDE

Contacte a  
nossa equipa:

Margarida Moura  
saude@deco.pt

**DECO**

Associação Portuguesa para a  
Defesa do Consumidor

# CARTÕES COM DESCONTOS

**MAS SEM REGRAS**



# Voz dos Consumidores

## Síntese

Há já alguns uns anos, surgiram os “Planos de Saúde”, também conhecidos por “Cartões de Saúde”, que são produtos que permitem aos consumidores aceder a um conjunto de serviços de saúde a um valor mais reduzido.

Sucedo, porém, que muitos consumidores que adquirem ou possuem Planos de Saúde não conhecem a natureza e características deste tipo de produto, sendo que alguns até julgam, verdadeiramente, estar a comprar ou ter um seguro de saúde.

Acontece, também, que muito consumidores contratam Planos de Saúde que não respondem às suas reais necessidades e que por essa razão, depois, dificilmente deles conseguem beneficiar, seja porque posteriormente descobrem que não existem prestadores de serviços de saúde na sua área de residência (na rede de prestadores dos seus Planos de Saúde), seja porque, afinal, os Planos que adquiriram não abrangem todos os serviços de saúde que julgavam que estavam que estavam abrangidos, aquando da celebração dos contratos.

A tudo isto acresce a circunstância de muitos consumidores enfrentarem dificuldades quando querem pôr termo aos contratos, nomeadamente porque desconhecem a existência de um período de duração mínima (fidelização), bem como de uma renovação automática do contrato, caso não o denunciem .

## Pontos de Discussão

### I. Breve caracterização dos Planos de Saúde

Os Planos de Saúde são produtos que permitem aos consumidores aceder a um conjunto de serviços de saúde a um valor mais reduzido, junto de um ou de vários prestadores de cuidados de saúde que integram uma determinada rede associada, mediante pagamento. Este pagamento, habitualmente, é efetuado através de uma prestação periódica. Na prática, assemelham-se a “cartões de desconto”.

O conjunto de serviços de saúde abrangidos depende do estabelecido no contrato (que pode abranger vários tipos de serviços, desde a realização de exames até ao internamento), sendo que, em regra, estão abrangidos os seguintes serviços:

- Consultas médicas de especialidade;
- Assistência médica e/ou de enfermagem ao domicílio;
- Transporte em ambulância;
- Aconselhamento clínico por telefone.

A rede de prestadores pode ser mais ou menos abrangente, nomeadamente de âmbito nacional ou regional.

O valor a pagar pelo consumidor varia em função do prestador (sendo um valor mais reduzido, face ao habitualmente praticado por este).

Os serviços de saúde abrangidos são contratados pelas entidades que comercializam os Planos de Saúde, junto de diferentes prestadores. O pagamento dos serviços é efetuado pelo consumidor, diretamente aos prestadores e na sua totalidade (apesar de a preço reduzido), sendo estes que emitem o respetivo recibo.

Um Plano de Saúde pode abranger um ou mais consumidores/beneficiários, nomeadamente, outros elementos do agregado familiar, mas não só, sendo que um consumidor pode ter mais do que um Plano de Saúde.

Os Planos de Saúde são comercializados por entidades de diferente natureza e variados objetos sociais, alheias ou não ao setor da saúde, nomeadamente e entre outras, por entidades ligadas às atividades bancária e seguradora, do setor das telecomunicações ou da energia, de natureza associativa ou mesmo comercializados diretamente pelos próprios prestadores de cuidados de saúde.

## II. Da necessidade de uma legislação específica para os Planos de Saúde

A atividade económica de comercialização dos Planos de Saúde não se encontra regulamentada em legislação específica e como também não se enquadra num setor de atividade específico, não se encontra sujeita a regulação setorial.

Esta circunstância já há muito que foi evidenciada pela Entidade Reguladora da Saúde (ERS), nomeadamente num estudo que promoveu em 2014, intitulado “Os cartões de saúde em Portugal<sup>1</sup>”.

Apesar de os Planos de Saúde não serem contratos de seguro e de não estarem sujeitos às mesmas regras legais que os contratos de seguro, nem tão pouco à supervisão da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (ASF), são facilmente confundíveis com os contratos de seguro.

Aliás, tal confundibilidade também foi evidenciada pela ERS no referido estudo, nomeadamente com base no teor das reclamações recebidas relativamente a Planos de Saúde, onde refere, ainda, intervenções neste âmbito por parte de entidades terceiras, nomeadamente por parte da DECO.

De facto, há muito que a DECO vem alertando para a questão da confundibilidade entre Planos de Saúde/Cartões de Saúde e Seguros de Saúde - muitas das vezes gerada pela própria publicidade e práticas comerciais associadas à comercialização destes Produtos<sup>2</sup> – bem como para a necessidade de regulação e fiscalização desta atividade económica.

Há uma franja considerável da população que se encontra coberta por Planos de Saúde<sup>3</sup>. Na verdade, por um lado, este tipo de produto permite a muitos consumidores, mormente aos que não dispõem de condições económicas para subscrever um seguro de saúde - “solução de proteção mais onerosa” - aceder a um conjunto de serviços de saúde em condições mais favoráveis, nomeadamente em termos de preço. Por outro lado, os Planos de Saúde, por não terem períodos de carência, exclusão de doenças pré-existentes e limitações de acesso em função da idade, apresentam-se como uma “boa solução” para muitos consumidores, nomeadamente para os que têm necessidade de cuidados imediatos, doenças pré-existentes ou, até, que enfrentam dificuldades no acesso a seguros de saúde (agravamento do prémio ou mesmo recusa de contratação).

Com efeito, considerando estas circunstâncias, a que acrescem as atuais insuficiências do Serviço Nacional de Saúde (SNS) - nomeadamente os elevados tempos de espera para a

---

<sup>1</sup> Disponível em <https://www.ers.pt/m>

<sup>2</sup> É frequente o uso de expressões como “sem limite de idade”, “sem exames médicos”, “sem períodos de carência”, “sem limite de utilização”.

<sup>3</sup> Segundo dados do Observatório dos Seguros de Saúde (<https://observatoriosegurossaude.pt/>), em 2023, 11,2% da População adulta residente estava coberta por Planos de Saúde.

marcação de consultas, mormente de consultas de especialidade, cirurgias e exames - é expectável o crescimento do mercado de Planos de Saúde/Cartões de Saúde.

Importa, pois, proteger os consumidores no âmbito da contratação deste tipo de produtos, face à qual, atualmente, se encontram manifestamente desprotegidos, por ausência de uma regulamentação específica.

### III.O que achamos fundamental numa legislação específica para os Planos de Saúde

É crucial uma regulamentação dos Planos de Saúde, nomeadamente que assegure a proteção dos direitos e interesses dos consumidores, em especial no que respeita às seguintes áreas e nos seguintes termos :

- **Definição/caracterização dos Planos de Saúde**

É essencial que a legislação consagre uma clara definição de Plano de Saúde, com “características mínimas”, que garanta a proteção dos interesses e, simultaneamente, assegure as legítimas expectativas dos consumidores, quando celebram estes contratos.

Por um lado, entendemos que, para que um produto seja considerado um Plano de Saúde, mormente quando tenha uma natureza não específica (por oposição aos planos com uma cobertura específica, como por exemplo, os Planos de Medicina Dentária) deverá apresentar uma proteção/cobertura mínima, em termos de serviços de saúde. Para esse efeito, deverá determinar-se que abranja, pelo menos, um mínimo de tipos de atos, de entre um elenco de tipologia de atos definido na Lei, o qual deverá incluir os atos tipicamente abrangidos e que os consumidores têm a legítima expectativa de encontrar num Produto desta natureza, nomeadamente e entre outros : consultas de especialidade, meios complementares de diagnóstico e terapêutica, Médico ao Domicílio, Transporte em ambulância.

Os Planos de Saúde geram a legítima expectativa de uma “proteção/cobertura mínima”, sobretudo por parte de quem os adquire de forma onerosa, mas também por parte de quem deles beneficia gratuitamente, porque associados a outros produtos/serviços, cuja aquisição por parte do consumidor, no limite, poderá até ter sido determinada em função desse benefício.

Por outro lado, a definição legal deverá consagrar as características específicas dos Planos de Saúde, tradicionalmente associadas à sua natureza e diferenciadoras dos seguros de saúde, nomeadamente :

- A inexistência de períodos de carência;

- A ausência de limitações de idade;
  - A abrangência de doenças pré-existentes.
- 
- **Acesso e Exercício da Atividade**

É fundamental a consagração de regras de acesso e de exercício para as entidades que comercializam Planos de Saúde, que garantam a proteção dos direitos e interesses dos consumidores, nomeadamente :

- **Requisitos mínimos de acesso**, em termos de gestão e solvabilidade, por forma a garantir que os consumidores - que investem quantias relevantes em Planos de Saúde - não sejam surpreendidos, por exemplo, por uma insolvência repentina, quando mais necessitam da prestação de cuidados.
- **Princípios e Deveres Gerais das entidades que comercializam Planos de Saúde**, extensivo, quando aplicável (nomeadamente quando o Promotor/Comercializador do Produto não é o próprio prestador dos cuidados de saúde), **aos prestadores de cuidados de saúde que integram a rede associada**, em especial :
  - ✓ Princípio da não discriminação dos beneficiários do Produto em relação aos outros utentes, nomeadamente no acesso aos cuidados de saúde e na qualidade dos serviços prestados;
  - ✓ Garantir a capacidade de resposta no acesso a todos os serviços de saúde e, quando aplicável, em toda a rede de prestadores de cuidados de saúde associada, que sejam objeto do contrato e nos respetivos termos, por parte dos beneficiários;
  - ✓ Responsabilidade solidária do Comercializador do Produto perante os beneficiários, pela pontual prestação de cuidados de saúde em conformidade com os termos do Produto contratado, por parte dos prestadores de cuidados de saúde que integram a rede associada, nomeadamente no que respeita aos atos e descontos/preços abrangidos.
- **Obrigatoriedade de uso de advertência**, de forma legível, audível e perceptível, em quaisquer formas de comunicação comercial relativas a Planos de Saúde, **de que o produto não é um seguro de saúde**.
- **Obrigatoriedade de disponibilização**, de forma permanente e atualizada (em especial, no fase pré-contratual), **dos descontos/preços** dos cuidados de saúde abrangidos (quando for o caso, dos descontos/preços convencionados com os prestadores), nomeadamente nos canais digitais. A informação deverá ainda ser prestada, sempre que solicitada pelo consumidor.

- **Informação pré-contratual**

A informação pré-contratual é fundamental para que o consumidor adote decisões conscientes e esclarecidas. Neste âmbito, o direito constituído já prevê que, antes da celebração do contrato, deva ser prestada informação ao consumidor sobre as características “principais”/“essenciais” do produto, seja quando o contrato é celebrado no estabelecimento comercial, seja quando contratado à distância.

Não obstante, e conforme já referido, os consumidores continuam a desconhecer as características dos Planos de Saúde de que são beneficiários. É fundamental a consagração de normas que garantam uma adequada informação aos consumidores sobre o Produto, que lhes permita adotar decisões contratuais informadas, prevenir a conflitualidade e promover a segurança e certeza jurídicas, nomeadamente :

- **Norma que defina quais as características “principais”/“essenciais” deste tipo de produto**, que devem ser comunicadas aos consumidores para efeitos de informação pré-contratual. Neste âmbito, deverão considerar-se as informações suficientes para permitir que os consumidores decidam se irão ou não adquirir o produto, por um preço específico. Em especial, devem ser consideradas todas as características e condições restritivas do produto que o consumidor médio habitualmente não espera neste tipo de produto e que são suscetíveis de afetar as suas decisões de transação.
- **Possibilidade de a informação pré-contratual relativamente às características “principais”/“essenciais” (definida nos termos propostos), ser prestada através de modelo**, a aprovar em anexo ao diploma. O modelo deverá apresentar um grafismo apelativo, simples e intuitivo e consistir numa súmula, simplificada numa tabela, do que se encontra incluído e excluído no Produto, incluindo, quando for o caso, os limites e condições associados aos serviços abrangidos (como por exemplo, limites anuais de consultas de especialidade).

- **Contratos celebrados com os consumidores**

A Lei deverá prever disposições específicas para os contratos de aquisição de Planos de Saúde, quando celebrados com consumidores, nomeadamente:

- Consagração da obrigatoriedade de forma escrita e de entrega ao consumidor de uma cópia do contrato assinado, nos contratos celebrados no estabelecimento comercial (nos contratos celebrados à distância, o regime aplicável já determina a obrigatoriedade de entrega das informações pré-contratuais previstas, em suporte duradouro).

- Quando o contrato for celebrado por telefone, o beneficiário só deverá ficar vinculado depois de assinar a oferta ou de enviar o seu consentimento escrito ao comercializador do Plano de Saúde, incluindo nos casos em que o primeiro contacto telefónico tenha sido efetuado pelo consumidor.
- Caso o contrato preveja um período de fidelização, deverá o mesmo identificar quais as vantagens de ordem comercial que, em contrapartida, são conferidas ao consumidor.
- Caso o contrato preveja um período de fidelização e esteja prevista a respetiva renovação automática :

Antes da prorrogação automática do contrato, os consumidores devem ser informados de forma clara, atempada e num suporte duradouro, sobre a data de fim do período de fidelização, os meios disponíveis para denunciar o contrato e os descontos/preços dos cuidados de saúde abrangidos (quando for o caso, dos descontos/preços convencionados com os prestadores), aplicáveis em caso de renovação.

- Em caso de renovação automática do contrato, possibilidade de os consumidores denunciarem o contrato a qualquer momento, com um pré-aviso não superior a 30 dias, sem incorrer em quaisquer custos, exceto os relativos à utilização do Plano de Saúde, durante o período de pré-aviso.
- Para os contratos celebrados à distância, fixação da forma de cálculo do “montante proporcional” a pagar pelo consumidor ao profissional, quando o primeiro tenha expressamente solicitado o início da execução do contrato durante o prazo de livre resolução e exerça o direito de livre resolução, nomeadamente para efeitos de aplicação do previsto no n.º 2 do art.º 15.º do Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de fevereiro, na sua atual redação. Nos termos desta disposição, tal montante é calculado com base no preço contratual total, pelo que entendemos que há que ter em conta o preço acordado no contrato para o conjunto das prestações nele previstas e calcular o montante devido *pro rata temporis*.
- Proibição de exigência de pagamento de quaisquer encargos relacionados com o incumprimento do período de fidelização, ao consumidor, em caso de cessação antecipada do contrato, em virtude de alteração da morada, desde que o Promotor/Comercializador não possa assegurar os benefícios contratados, ou não os possa assegurar de forma equivalente, na nova morada, nomeadamente em termos de cobertura da rede de prestadores de cuidados de saúde associada.

- **Publicidade**

Sem prejuízo de, em matéria de publicidade a Planos de Saúde, eventuais alterações deverem ser efetuadas nos diplomas próprios, nomeadamente em sede do Decreto-Lei n.º 238/2015, de

14 de outubro, que aprovou o Regime jurídico das práticas de publicidade em saúde e, bem assim, do Código da Publicidade, entendemos ser de considerar o seguinte :

- Obrigatoriedade de uso de advertência, de forma legível, audível e perceptível, em quaisquer formas de comunicação comercial relativas a Planos de Saúde, de que o produto não é um seguro de saúde.
- Expressa proibição de qualquer associação ou menção à expressão “seguro de saúde”, sem prejuízo do anteriormente proposto. A proposta contratual, o convite a contratar, ou mesmo a marca não devem fazer qualquer associação a seguro(s) de saúde;
- Ponderação da eventual proibição de publicidade testemunhal, por meio de recomendações ou tendo como intervenientes na mensagem, figuras públicas e influenciadores, que pela sua exposição mediática, podem influenciar indevidamente os destinatários, nomeadamente por limitarem ou serem suscetíveis de limitar, significativamente, a sua liberdade de escolha ou o seu comportamento e, assim, conduzirem-nos ou serem suscetíveis de conduzi-los a tomar uma decisão de transação que, sem essa prática publicitária, não teriam tomado. Entendemos, contudo, que atentos todos os interesses em causa, sem esquecer os concorrenciais, tal deverá ser ponderado numa perspetiva mais ampla, considerando as práticas de publicidade em saúde em geral.
- Sem prejuízo do anteriormente proposto, mas caso se não opte por consagrar tal restrição, deverá ser alterado o Código da Publicidade, prevendo-se expressamente a aplicação do regime da publicidade testemunhal, previsto no artigo 15.º, à publicidade em que os depoentes são figuras públicas e influenciadores.
- Deverá ainda consagrar-se expressamente que a publicidade testemunhal deve ser inequivocamente identificada como publicidade.

#### IV.O que já fizemos

- Desde 2014 que a DECO vem acompanhando a temática dos Planos de Saúde/Cartões de Saúde, aliás, conforme evidenciado no citado Estudo da ERS.
- Em abril de 2024, sendo do conhecimento público que a ASF iria apresentar ao Governo uma iniciativa de âmbito legislativo que visaria assegurar uma adequada distinção entre Planos de Saúde e Seguros de Saúde, a DECO enviou uma carta a esta entidade reguladora, não só dando conhecimento dos principais problemas enfrentados pelos consumidores que adquirem Planos de Saúde, como apresentando, também, propostas de soluções legais para a regulação dos Planos de Saúde.
- Em maio de 2024, a ASF veio responder à DECO, agradecendo os seus contributos, que seriam ponderados na sua esfera de intervenção, pois algumas das áreas abordadas

pela DECO, na sua carta, extravasavam o âmbito do anteprojecto legislativo que estava a ser elaborado pela ASF.

- Na sequência do lançamento pela ASF da Consulta Pública n.º 1/2025, de 2 de janeiro, relativa ao Projeto de Recomendações sobre a diferenciação entre seguros de saúde e planos de saúde<sup>4</sup>, a DECO enviou os seus contributos.
- Após o envio de contributos no âmbito da consulta pública relativa ao Projeto de Recomendações sobre a diferenciação entre seguros de saúde e planos de saúde, a DECO enviou carta ao Secretário de Estado Secretário de Estado da Economia, alertando para a necessidade de regulação dos Planos de Saúde e apresentando as suas propostas de soluções legais nesta matéria.

---

<sup>4</sup> Disponível em <https://www.asf.com.pt/w/asf-lan%C3%A7a-consulta-p%C3%BAblica-relativa-ao-projeto-de-recomenda%C3%A7%C3%B5es-sobre-a-diferencia%C3%A7%C3%A3o-entre-seguros-de-sa%C3%BAde-e-planos-de-sa%C3%BAde>



# DECO

SEMPRE CONSIGO

deco.pt



## CONTACTE-NOS:

### DECO LISBOA (SEDE)

R. de Artilharia Um, n.º 79, 4.º  
1269-160 Lisboa  
Tel.: 21 371 02 00  
deco@deco.pt

### DECO DELEGAÇÕES

#### DECO MINHO

Av. Batalhão Caçadores 9,  
n.º 279 4900-341 Viana do Castelo  
Tel.: 258 821 083  
deco.minho@deco.pt

#### DECO NORTE

R. da Torrinha, n.º 228 H, 5.º  
4050-610 Porto  
Tel.: 223 391 960  
deco.norte@deco.pt

#### DECO CENTRO

R. Padre Estevão Cabral,  
n.º 79, 5.º, Sala 504  
3000-317 Coimbra  
Tel.: 239 841 004  
deco.centro@deco.pt

#### DECO RIBATEJO E OESTE

R. Eng. António José Souto  
Barreiros Mota, n.º 6 L  
Tel.: 243 329 950  
deco.ribatejoeoeste@deco.pt

#### DECO ALENTEJO

Travessa Lopo Serrão,  
n.º 15A e 15B, r/c  
7000-629 Évora  
Tel.: 266 744 564  
deco.alentejo@deco.pt

#### DECO ALGARVE

R. Dr. Coelho de Carvalho, n.º 1 C  
8000-322 Faro  
Tel.: 289 863 103  
deco.algarve@deco.pt

#### DECO MADEIRA

Loja do Município do Caniço  
Rua Doutor Francisco Peres  
9125-014 Caniço  
Tel.: 968 800 489  
deco.madeira@deco.pt

fale connosco ↴



WhatsApp 966 449 110