



Laboratório Santander vai ajudar as pessoas a tomarem as melhores decisões na área da Saúde

- *Santander vai ajudar as pessoas a tomarem decisões mais racionais e menos emocionais sobre a forma como tratam da sua saúde*
- *Nova campanha baseia-se em três experiências sociais concretas, para demonstrar a forma por vezes errada como o nosso cérebro toma as decisões na escolha de um seguro de saúde*
- [Vídeo](#) da primeira experiência já está disponível

Lisboa, 07 de fevereiro 2022. NOTA DE IMPRENSA

O Santander quer trazer uma nova perspetiva sobre Saúde a quem confia na marca. É esse o objetivo da nova campanha que o Banco está a lançar, e onde é apresentado o [Laboratório Santander – uma experiência sobre Saúde](#), que pretende ajudar as pessoas a tomar decisões mais racionais relativamente à sua saúde, presente e futura.

Segundo as estatísticas, mais de um quarto da população portuguesa corre o risco de desenvolver algum tipo de cancro até aos 75 anos. Mas quantos de nós estamos disponíveis para fazer um seguro de saúde que nos possa proteger no futuro de doenças potencialmente mortais?

Por vezes, existem desvios emocionais que interferem nas nossas tomadas de decisão. Para demonstrar como o nosso cérebro nos engana numa das escolhas mais importantes da nossa vida – a maneira como protegemos a nossa saúde – o Santander promoveu três experiências sociais, colocando a ciência comportamental ao serviço do cliente, para que este faça sempre as melhores escolhas para proteger a saúde.

As três experiências comportamentais respondem a três questões: “Será que somos bons a prever o futuro?”, “Sabemos avaliar riscos?” e “Sabemos priorizar o que é importante?”. Diogo Gonçalves, professor universitário, investigador na área de tomada de decisão e ciência comportamental, e fundador do Nudge Portugal, é o especialista que conduz as experiências reveladoras: “somos particularmente bons a ignorar probabilidades, e ainda melhores a justificar esse comportamento. Estamos frequentemente errados, mas raramente temos dúvidas.”



Os resultados das experiências demonstram que as previsões que as pessoas fazem para o futuro são predominantemente otimistas, que os nossos medos irracionais se sobrepõem às probabilidades e que sobrevalorizamos ganhos concretos no presente em detrimento de ganhos mais abstratos no futuro.

Com base nestes dados, o Banco criou o [Laboratório Santander – uma experiência sobre Saúde](#), onde serão disponibilizados os vídeos das experiências e um conjunto de quatro questionários, para ajudar as pessoas de um modo descontraído a definir o seu perfil na tomada de decisões e a escolher o seguro de saúde mais adequado. Estes conteúdos vão sendo disponibilizados ao longo do período da campanha.

O Laboratório reúne, também, vários conteúdos informativos que explicam, por exemplo, como escolher um seguro de saúde ou a diferença entre um seguro e um plano de saúde.

A campanha, desenvolvida pela agência Plot Seven, já está no ar, com a disponibilização da primeira experiência, e terá uma forte presença nos meios digitais, redes sociais e canais do Banco.