

PESQUISA DE SATISFAÇÃO BENEFICIÁRIOS - RN 277

ANO BASE 2019



SUMÁRIO

01 INTRODUÇÃO 03

02 METODOLOGIA 05

03 PERFIL DA AMOSTRA 09

04 RESULTADOS 12

05 SATISFAÇÃO GERAL 21

06 CONCLUSÕES 30

INTRODUÇÃO



INTRODUÇÃO

EMPRESA

A Zoom Pesquisas foi a empresa responsável pela execução desta pesquisa de satisfação, junto aos beneficiários da Unimed Ibatinga, atendendo os critérios exigidos pela ANS.

RESPONSÁVEL TÉCNICO

Estatística: Priscila Alves Batista
CONRE: 9408-A



CENÁRIO

A Unimed Ibatinga contratou uma pesquisa quantitativa para avaliar a satisfação dos beneficiários, em atendimento aos critérios da RN 277 da Agência Nacional de Saúde Suplementar.

As informações obtidas possibilitarão atender as exigências da Dimensão 4 do Programa de Acreditação de OPS, além de trazer insumos para aprimorar as ações de melhoria contínua da qualidade dos serviços por parte das OPS e gerar subsídios para as ações regulatórias por parte da ANS.



OBJETIVO

Avaliar a satisfação dos beneficiários da Unimed Ibatinga com os serviços prestados pela Operadora.



PÚBLICO-ALVO

Beneficiários da Unimed Ibatinga, com 18 anos ou mais.

METODOLOGIA



METODOLOGIA

O método adotado é o quantitativo. Ele é especialmente projetado para gerar medidas precisas e confiáveis, permitindo uma análise estatística e projeção dos resultados.

Os resultados estão sendo comparados com as pesquisas do Ano Base 2018.

INDICADORES

Para interpretação dos Resultados, adotou-se os seguintes indicadores:

Top2Box: soma dos dois escores mais altos, utilizando apenas as respostas válidas, ou seja, desconsiderando NA/NS.

Bottom2Box: soma dos dois escores mais baixos, utilizando apenas as respostas válidas, ou seja, desconsiderando NA/NS.

Classificação das perguntas no questionário:



Resposta Única: Aceita apenas uma resposta

RU



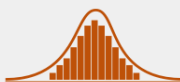
Resposta Múltipla: Aceita mais de uma resposta

RM



TIPO DA AMOSTRA

Probabilística e proporcional.



UNIVERSO, AMOSTRA E MARGEM DE ERRO

O universo total é de 12.828 beneficiários. Considerado os beneficiários com 18 anos ou mais o universo é de 10.082.

Amostra total de 400 entrevistas.
Margem de erro de 4,8% com nível de confiança de 95%.



TÉCNICA

Entrevistas por telefone (CATI).



INSTRUMENTO

Questionário estruturado fornecido pela ANS.



PERÍODO DA COLETA

De 19/02/2020 a 09/03/2020.



METODOLOGIA



CONDUÇÃO DA PESQUISA

A equipe de entrevistadores atuou sob supervisão.

O controle de qualidade interno realizou escuta de 50% das gravações a fim de identificar a necessidade de substituição e ou reorientação dos entrevistadores. Todos os questionários foram devidamente criticados, garantindo 100% de consistência das respostas obtidas.

O número total de beneficiários da Unimed Ibitinga é 12.828. Para a pesquisa foram considerados apenas os beneficiários com 18 anos ou mais, totalizando 10.082 cadastros. Foram abordados no total 3.139 beneficiários, classificados conforme exigência da ANS:

Status	Beneficiários contatados
i) Questionário concluído	416
ii) O beneficiário não aceitou participar da pesquisa	138
iii) Beneficiário é incapacitado por limitações de saúde	26
iv) Não foi possível localizar o beneficiário*	2.559
Taxa de respondentes	13%

*Considerando telefone inválido, responsável ausente, telefone não atende/ocupado e beneficiário não localizado.

Em relação ao item (i), 16 entrevistas foram excluídas pelo controle de qualidade por falhas operacionais ou por ter atingido a cota prevista em determinados estratos.

Em caso de recusa ou beneficiário incapacitado, itens (ii) e (iii), o entrevistador registrava a informação e o beneficiário era retirado da listagem.

Nas situações em que o beneficiário não foi localizado no momento do contato, item (iv), a informação também foi registrada. Foram realizadas até 3 tentativas de contato em dias e horários alternados. Caso não tenha sido possível localizar o contato, este era retirado da listagem e substituído por outro sorteado.



METODOLOGIA



CONDUÇÃO DA PESQUISA

- Os beneficiários menores de 18 anos foram excluídos da população alvo antes do sorteio da amostra.
- O beneficiário, com 18 anos ou mais, incapacitado de responder a pesquisa foi substituídos por outro respondentes sorteado.
- O responsável técnico da pesquisa elaborou e acompanhou o projeto a fim de definir a melhor amostragem, forma de coleta de dados, número de tentativas, representatividade da amostra, segurança dos dados, bem como resguardar as boas práticas, princípios estatísticos e as diretrizes estabelecidas tanto pelo Conselho de Estatística quanto pelo Documento Técnico da pesquisa.
- A participação do beneficiário foi voluntária, ou seja, não houve condução ou coerção para a participação na pesquisa.
- Não foi utilizada nenhuma espécie de incentivos e/ou oferta brindes aos beneficiários.
- Os beneficiários que participaram foram informados que a pesquisa seguia as diretrizes exigidas pela ANS - Agência Nacional de Saúde Suplementar, que a entrevista era gravada e que o beneficiário poderia ser contatado posteriormente para controle de qualidade e auditoria da pesquisa.
- Instrução e treinamento dos entrevistadores, com aplicação simulada da entrevista, com posterior escuta para identificação de oportunidades de melhoria no processo.
- Entrega por parte da supervisão dos mailings de beneficiários fracionados de unidades amostrais (beneficiários) a serem abordados.
- Agendamento prévio das entrevistas conforme disponibilidade dos beneficiários. Nas situações em que o beneficiário no primeiro contato já se mostrou disponível, a entrevista foi realizada.
- Todos os contatos, tentativas de contatos, agendamentos, aplicação efetiva da entrevista e recusa por parte dos beneficiários foram contabilizados em sistema de controle preenchido pelos entrevistadores e conferidas e consolidadas pelo supervisor de pesquisa, gerando a classificação conforme exigência da ANS.

PERFIL DA AMOSTRA



PERFIL DA AMOSTRA



GÊNERO



Masculino
44,25%

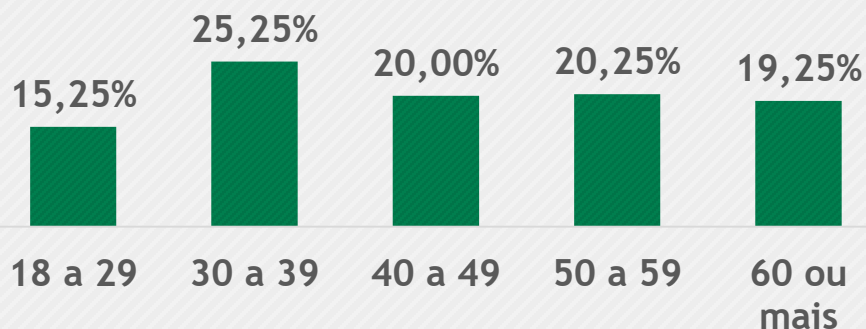


Feminino
55,75%

FAIXA ETÁRIA



Idade Média
45 anos



Base: 400

TIPO DE PLANO



PF
28,75%



PJ
71,25%

PERFIL



Dependente
21,00%

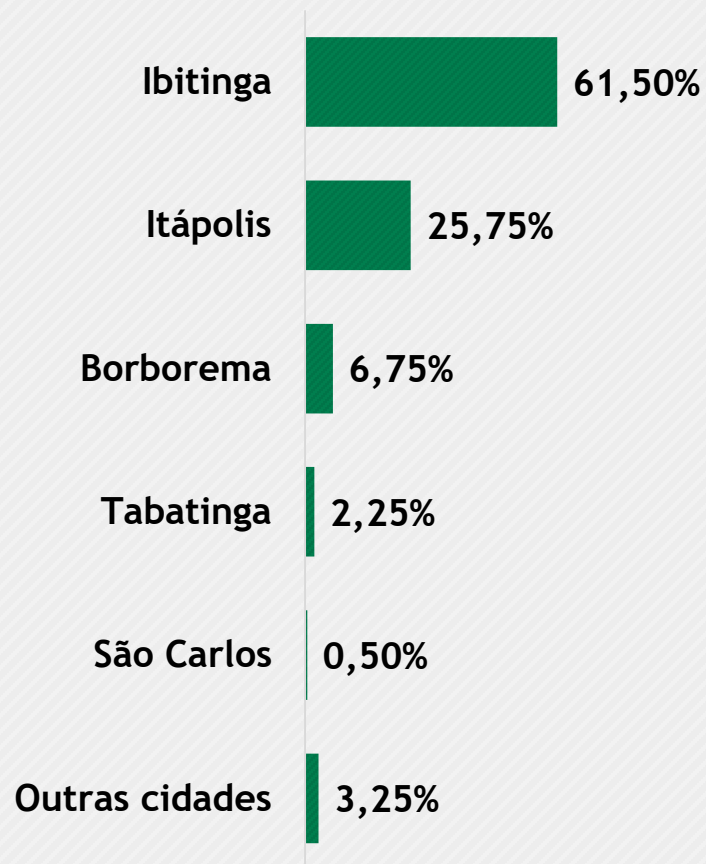


Titular
79,00%

PERFIL DA AMOSTRA



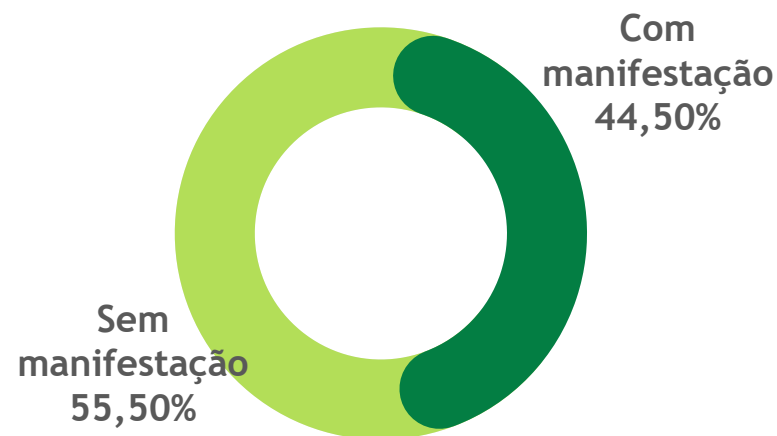
CIDADE QUE RESIDE



Base: 400



MANIFESTAÇÃO



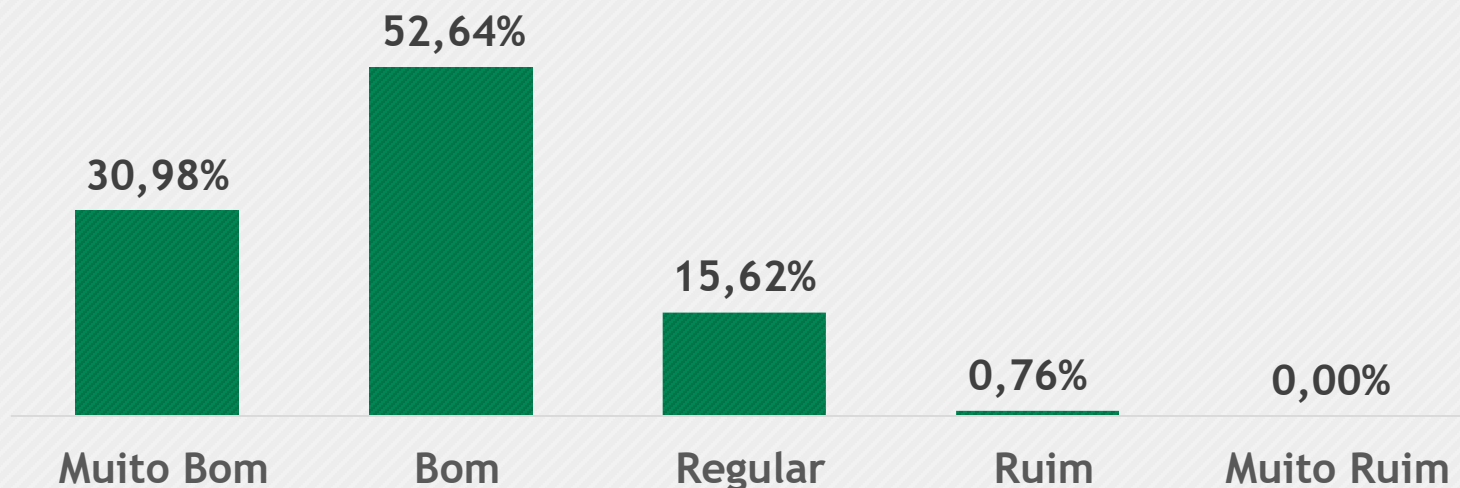
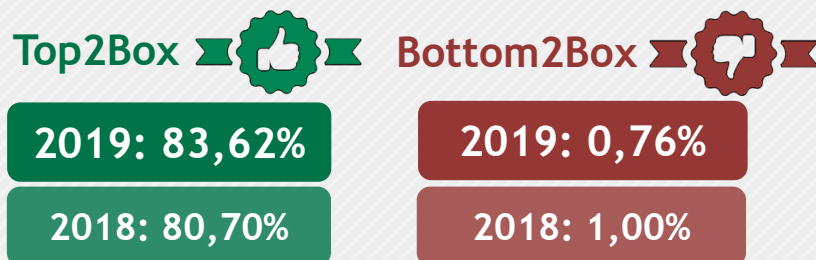
RESULTADOS



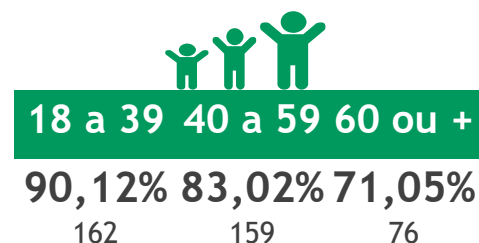
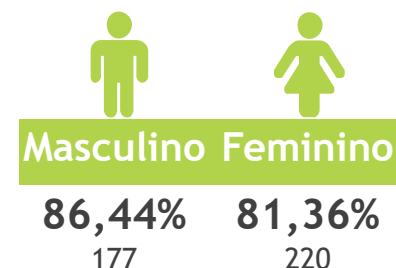
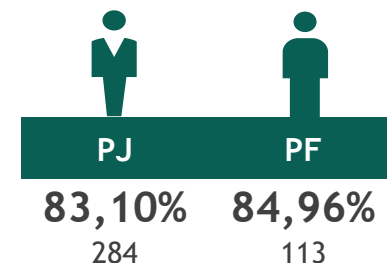
RESULTADOS



Como você classifica seu estado de saúde atual?



Top2Box Por Perfil



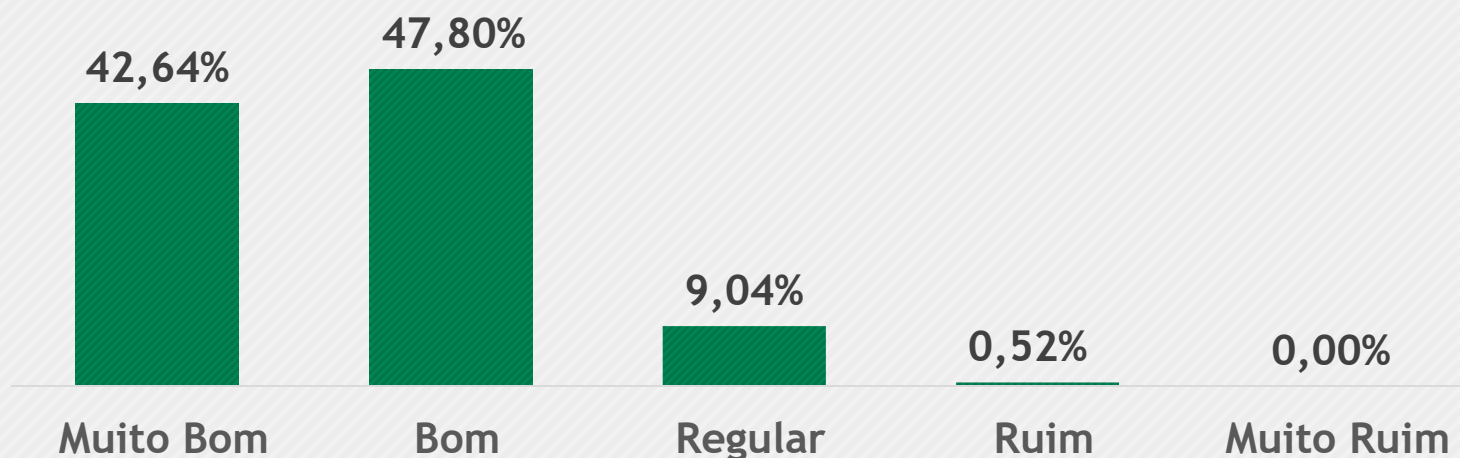
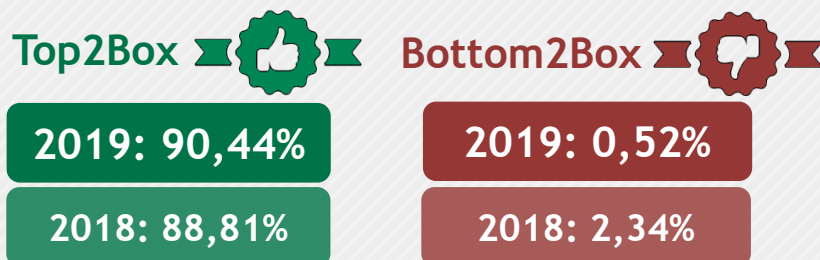
Base: 397*

* Entrevistados que souberam avaliar.

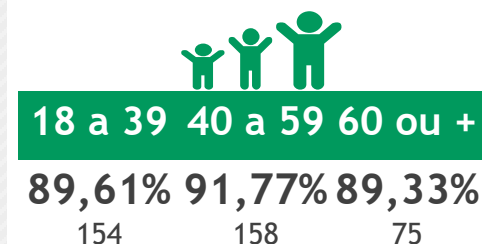
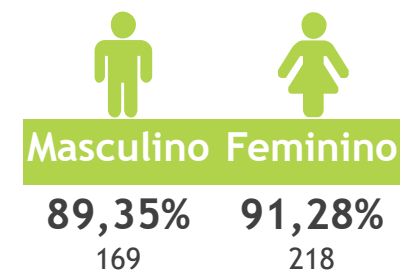
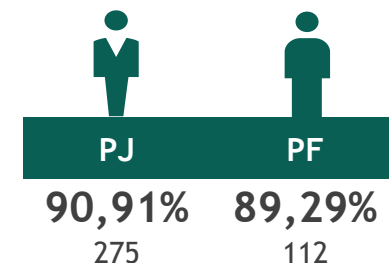
RESULTADOS



Como avalia o atendimento prestado nos consultórios médicos, clínicas, laboratórios e hospitais da rede credenciada?



Top2Box Por Perfil



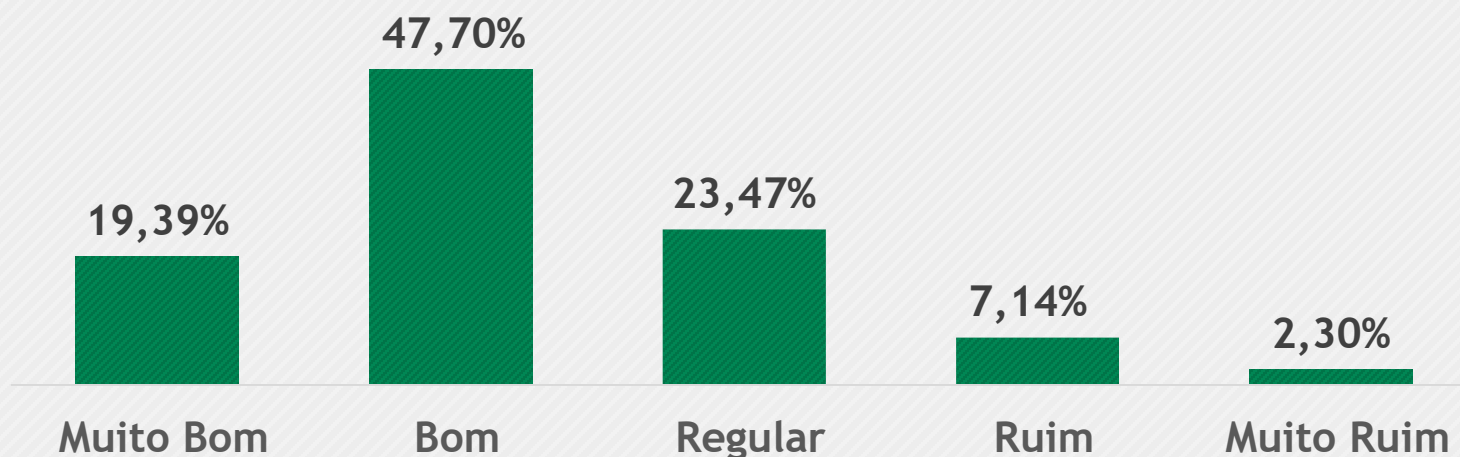
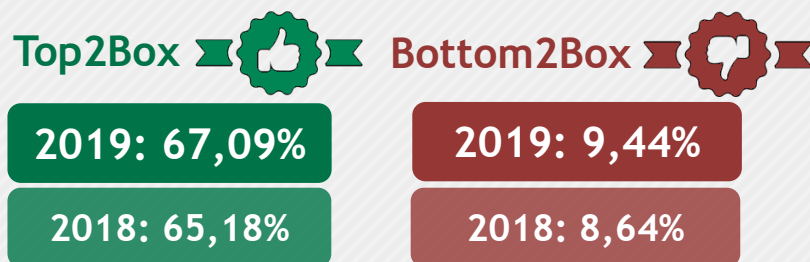
Base: 387*

* Entrevistados que souberam avaliar.

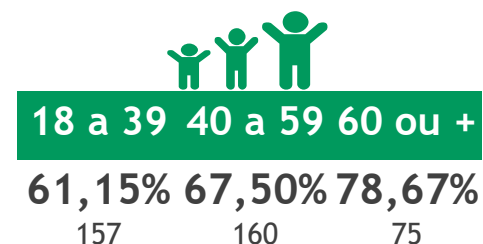
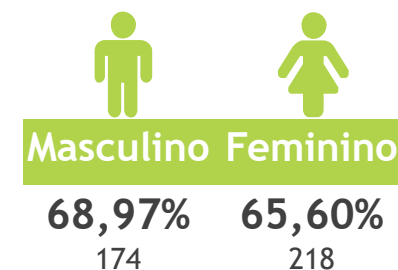
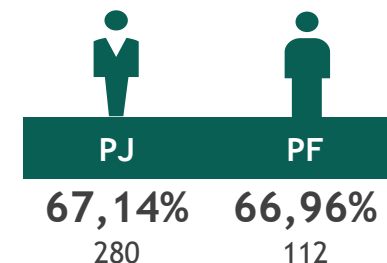
RESULTADOS



Como avalia a facilidade para marcação de consultas na rede credenciada?



Top2Box Por Perfil



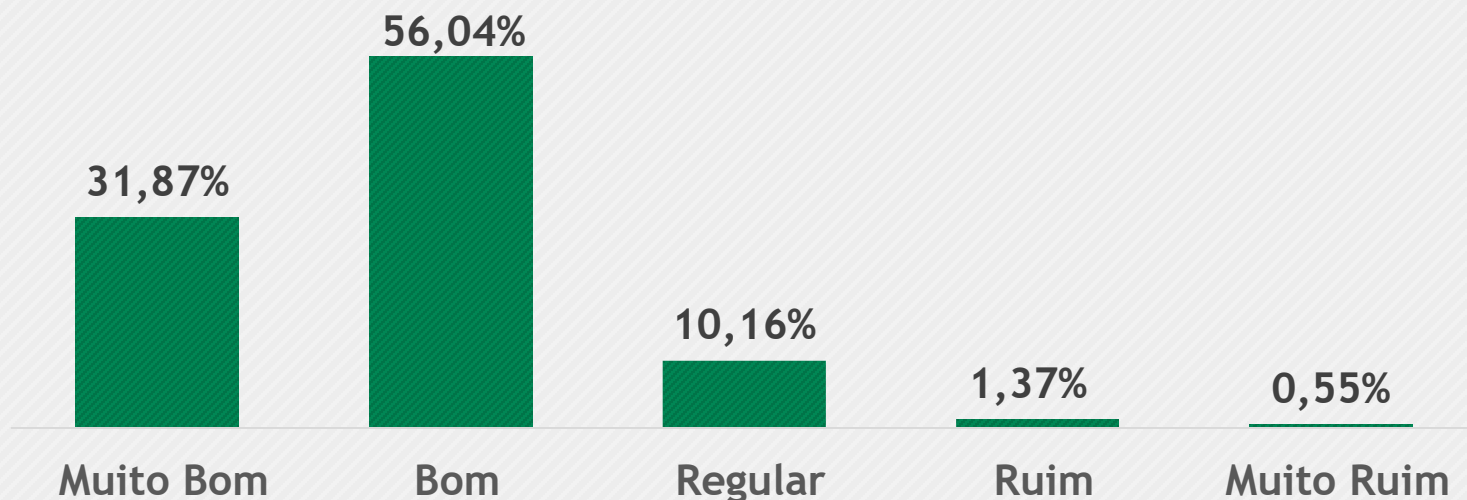
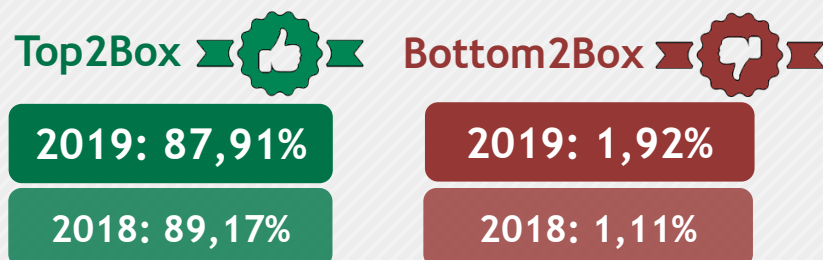
Base: 392*

* Entrevistados que souberam avaliar.

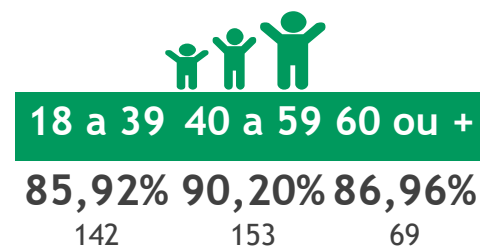
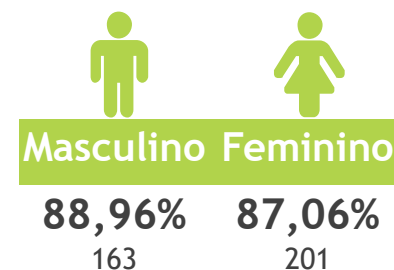
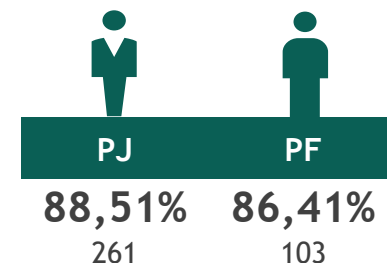
RESULTADOS



Como avalia a facilidade para marcação de exames complementares na rede credenciada?



Top2Box Por Perfil



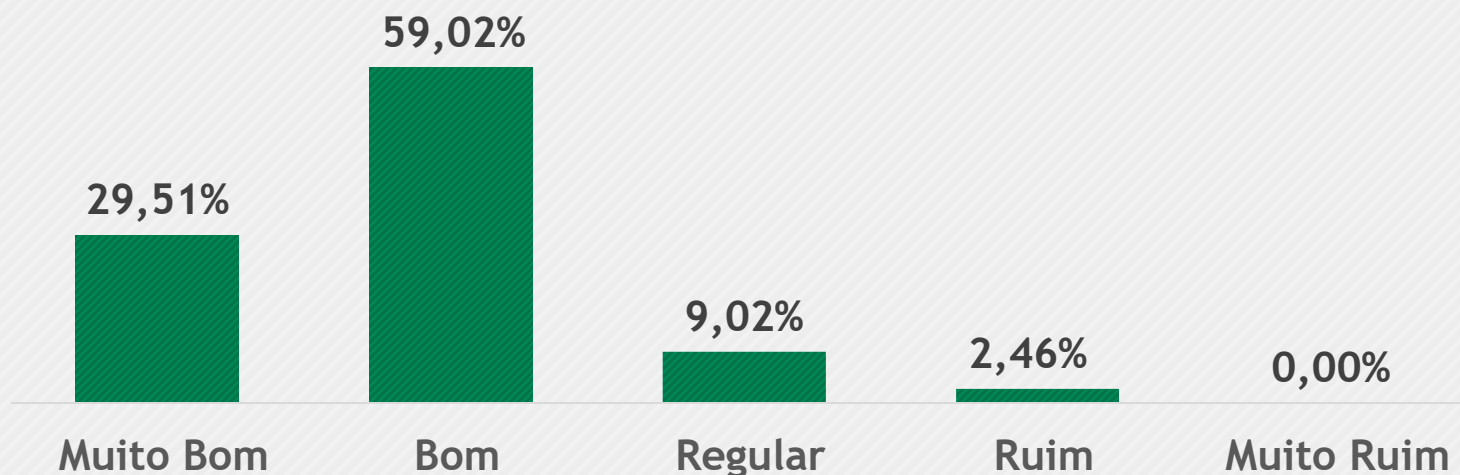
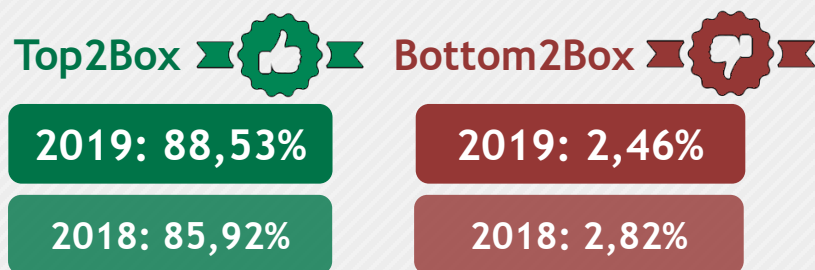
Base: 364*

* Entrevistados que souberam avaliar.

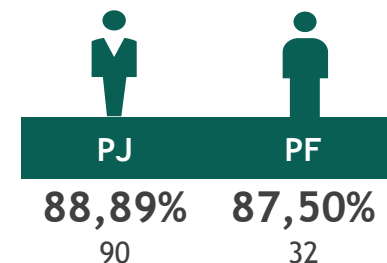
RESULTADOS



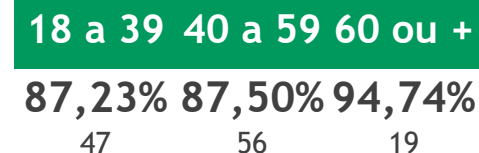
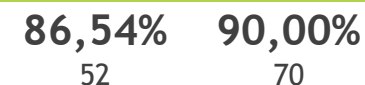
Como avalia a sua satisfação em relação à comunicação com sua operadora pelos canais de atendimento que ela oferece, como, por exemplo, 0800, e-mail e portal?



Top2Box Por Perfil



Masculino Feminino



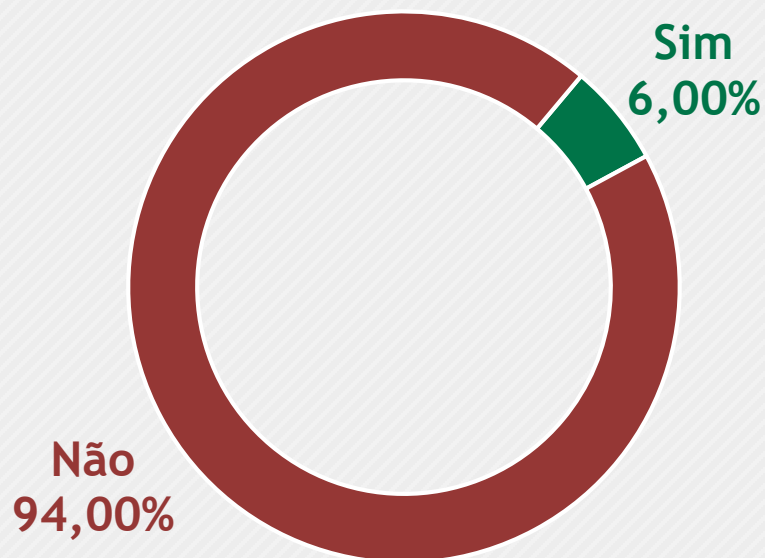
Base: 122*

* Entrevistados que souberam avaliar.

RESULTADOS

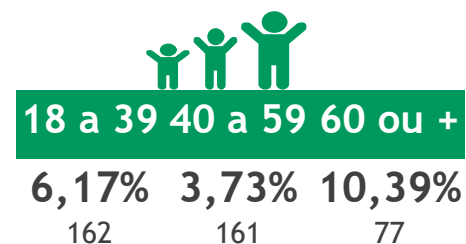
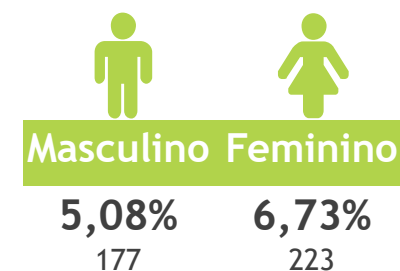
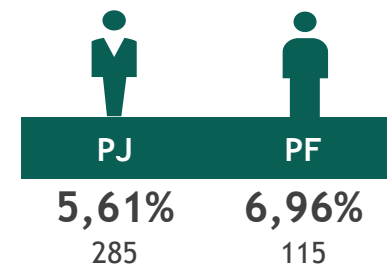


Você fez alguma reclamação, solicitação, elogio ou sugestão através dos meios de comunicação da Unimed Ibitinga?



Sim
2018: 12,50%

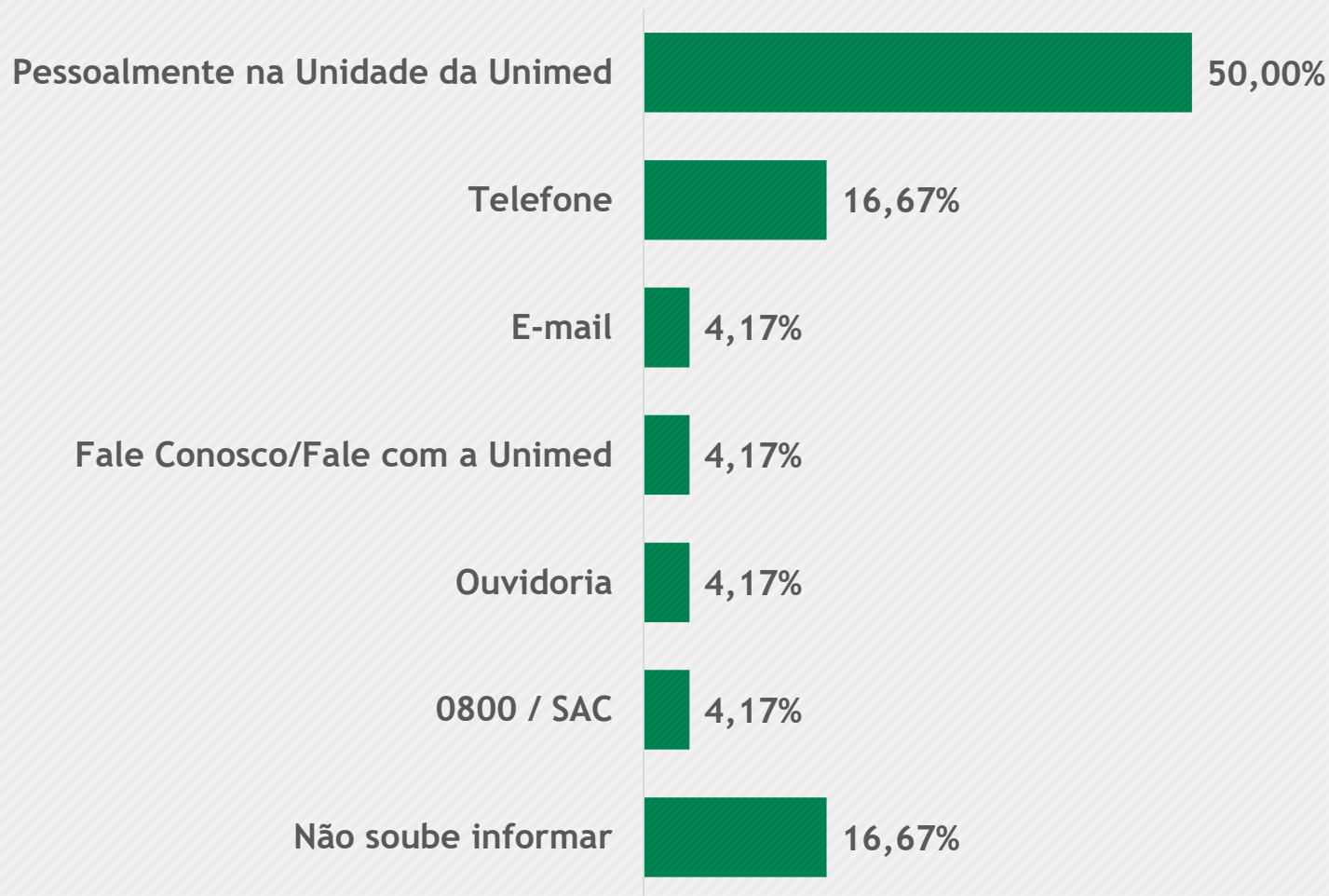
% Sim Por Perfil



RESULTADOS



Em qual canal a manifestação foi registrada?



Espontânea

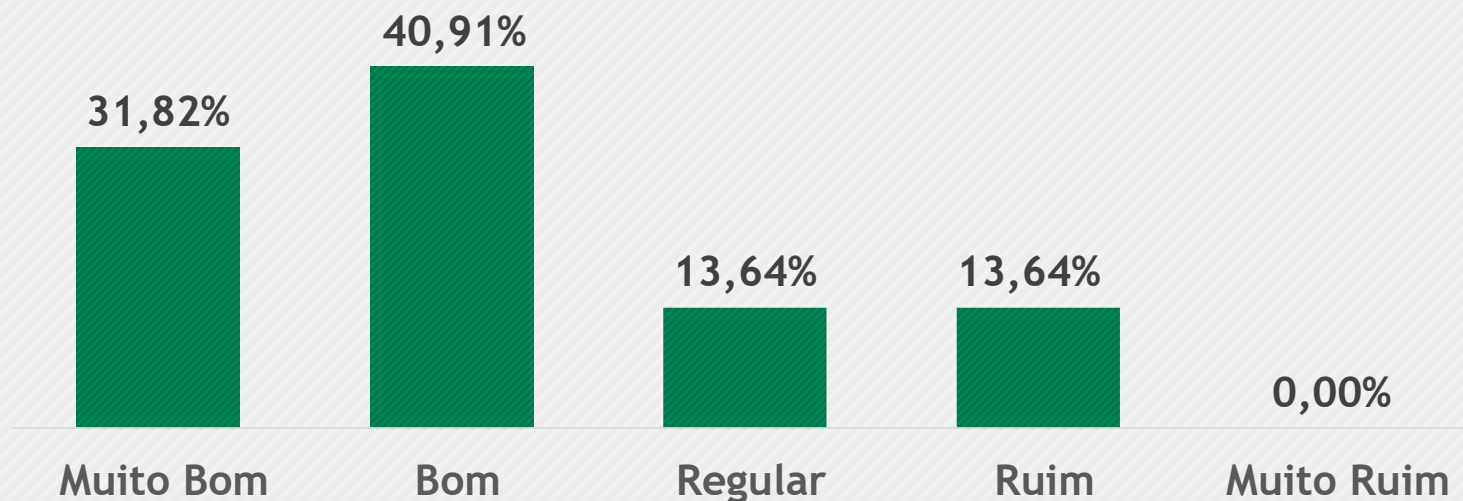
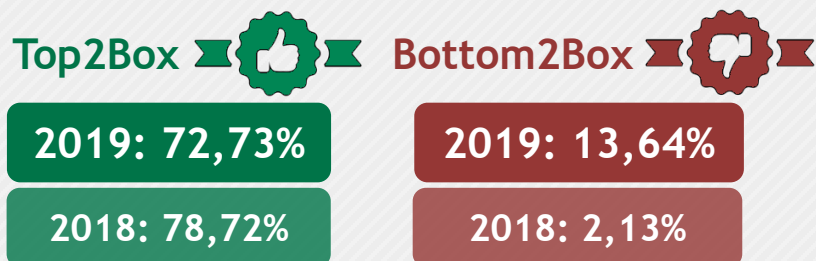
Base: 24

** Entrevistados que registraram alguma reclamação, solicitação, elogio ou sugestão através dos meios de comunicação.*

RESULTADOS



Como avalia a satisfação com o tratamento dado pela Unimed para a sua manifestação (reclamação, solicitação, elogio ou sugestão)?



Base: 22*

* Entrevistados que registraram alguma reclamação, solicitação, elogio ou sugestão através dos meios de comunicação e souberam avaliar.

SATISFAÇÃO GERAL



SATISFAÇÃO GERAL



Considerando todos os itens avaliados e utilizando uma escala de 1 a 5, onde 1 significa muito insatisfeito e 5 muito satisfeito, qual nota atribui para a sua **satisfação geral com a Unimed Ibitinga?**



Média

2019: 4,4

2018: 4,3

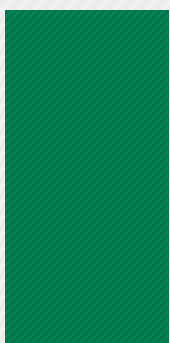
Top2Box



2019: 87,72%

2018: 85,21%

50,88%



Nota 5

36,84%



Nota 4

10,53%



Nota 3

0,75%

Nota 2

1,00%

Nota 1

Base: 399

* Entrevistados que souberam avaliar.

Média e Top2Box Por Perfil



PJ

4,4

88,38%

284



PF

4,3

86,09%

115



Masculino

4,3

88,64%

176



Feminino

4,4

87,00%

223



18 a 39 40 a 59 60 ou +

4,4

89,44%

161

4,4

87,58%

161

4,3

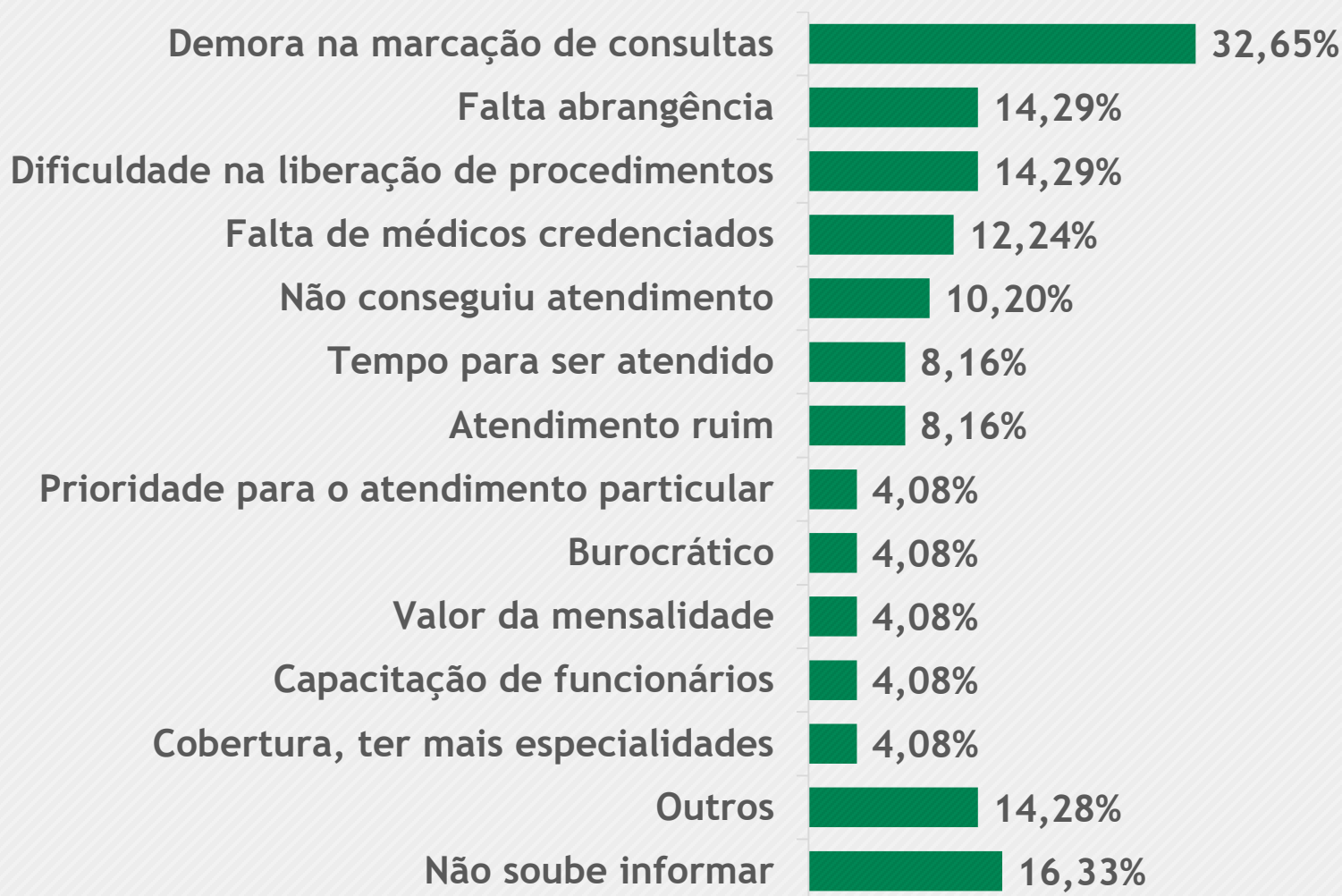
84,42%

77

SATISFAÇÃO GERAL



Por que atribuiu essa nota?



Espontânea
Base: 49*

* Entrevistados que atribuíram nota inferior a 4 para a satisfação geral com a Unimed Ibitinga.

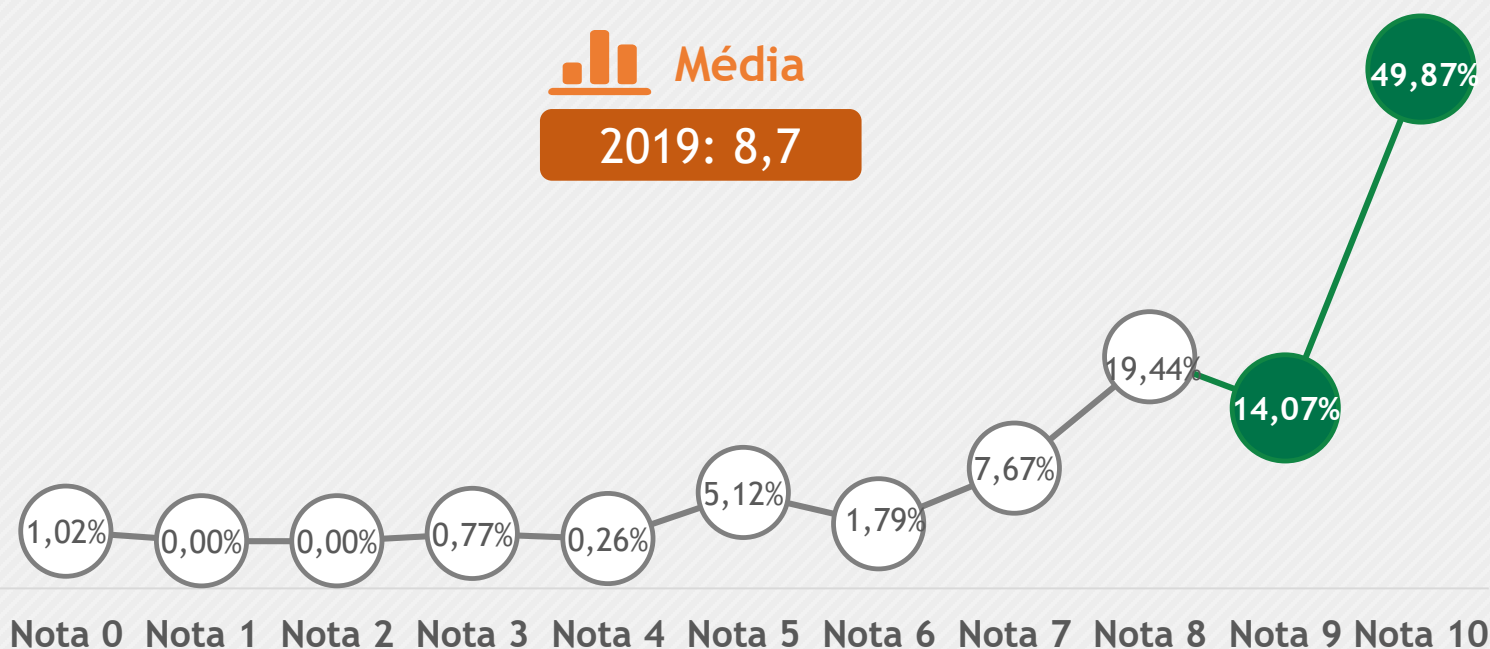
SATISFAÇÃO GERAL



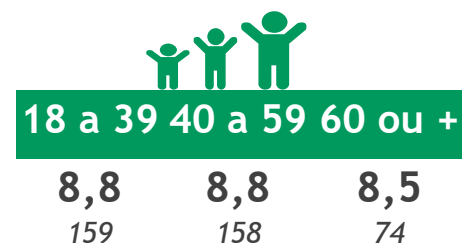
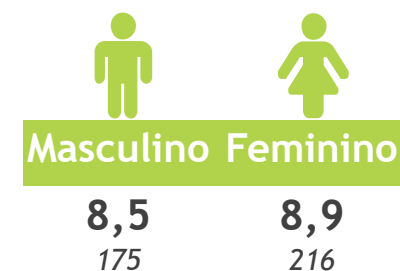
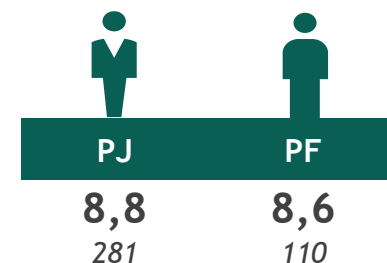
Utilizando uma escala de 0 a 10, onde 0 significa pouco provável e 10 muito provável, qual a **probabilidade de indicar Unimed Ibitinga** para amigos ou familiares?

 **Média**

2019: 8,7



Média Por Perfil



Base: 391*

* Entrevistados que souberam informar

SATISFAÇÃO GERAL

Net Promoter Score (NPS) é uma métrica criada para medir a satisfação e a lealdade dos clientes das empresas, independente da área de atuação.

O NPS é mensurado através de uma simples pergunta:

“Utilizando uma escala de 0 a 10, onde 0 significa pouco provável e 10 muito provável, qual a probabilidade de indicar Unimed Ibitinga para amigos ou familiares?”

Os clientes são classificados de três maneiras:

Detratores (notas de 0 a 6)

São os clientes que criticam a empresa em público e provavelmente não voltariam a fazer negócios com a marca.

Neutros (notas 7 e 8)

Clientes que veem a marca como necessária. Não são leais e não são entusiastas.

Promotores (notas 9 e 10)

Clientes que passaram a ter uma vida melhor depois do início do relacionamento com a marca. São leais, dão feedback e recomendam a marca.

A nota do NPS varia de -100 a 100 e para obtê-lo é feito o seguinte cálculo:

$$\% \text{ Clientes Promotores} - \% \text{ Clientes Detratores} = \text{NPS}$$

SATISFAÇÃO GERAL

Classificação NPS:



Zona de Excelência (76-100 pontos): as empresas nesta zona são referências em experiência do cliente para o mundo.



Zona de Qualidade (51-75 pontos): as empresas nesta faixa demonstram ter uma preocupação em oferecer uma experiência positiva para os seus clientes, fazendo com que o número de promotores seja superior ao de detratores. A partir dessa zona torna-se cada vez mais difícil evoluir o NPS, uma vez que os valores já são considerados altos.



Zona de Aperfeiçoamento (1-50 pontos): nessa faixa as empresas possuem números de promotores e detratores bem parecidos, ou um elevado percentual de clientes neutros. Caso isso seja trabalhado, ela terá grande possibilidade de crescer a nota. Essa é a zona na qual pode ser mais fácil aumentar o NPS dado que o valor atual é baixo.



Zona Crítica (-100 a 0): as empresas que se encontram nessa faixa possuem mais clientes detratores do que promotores. Há, portanto, uma tendência de queda progressiva do NPS ao longo dos anos dado que clientes detratores recomendam negativamente a empresa para amigos ou familiares. É algo urgente, caso a empresa não tome ações para melhoria da experiência, de forma contínua, os clientes deixarão de fazer negócio com a marca, irão procurar a concorrência e recomendarão negativamente cada vez mais a marca.

SATISFAÇÃO GERAL



250 Promotores 63,9%



106 Neutros 27,1%

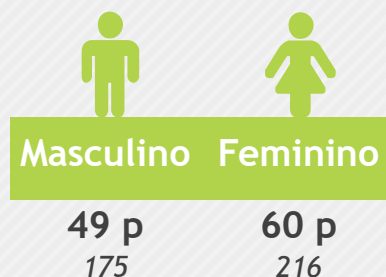
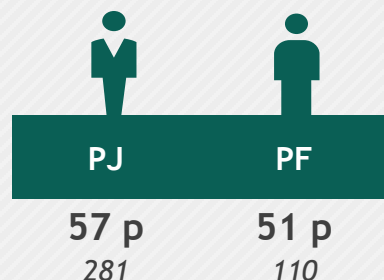


35 Detratores 9,0%

Net Promoter Score (NPS)

55 pontos

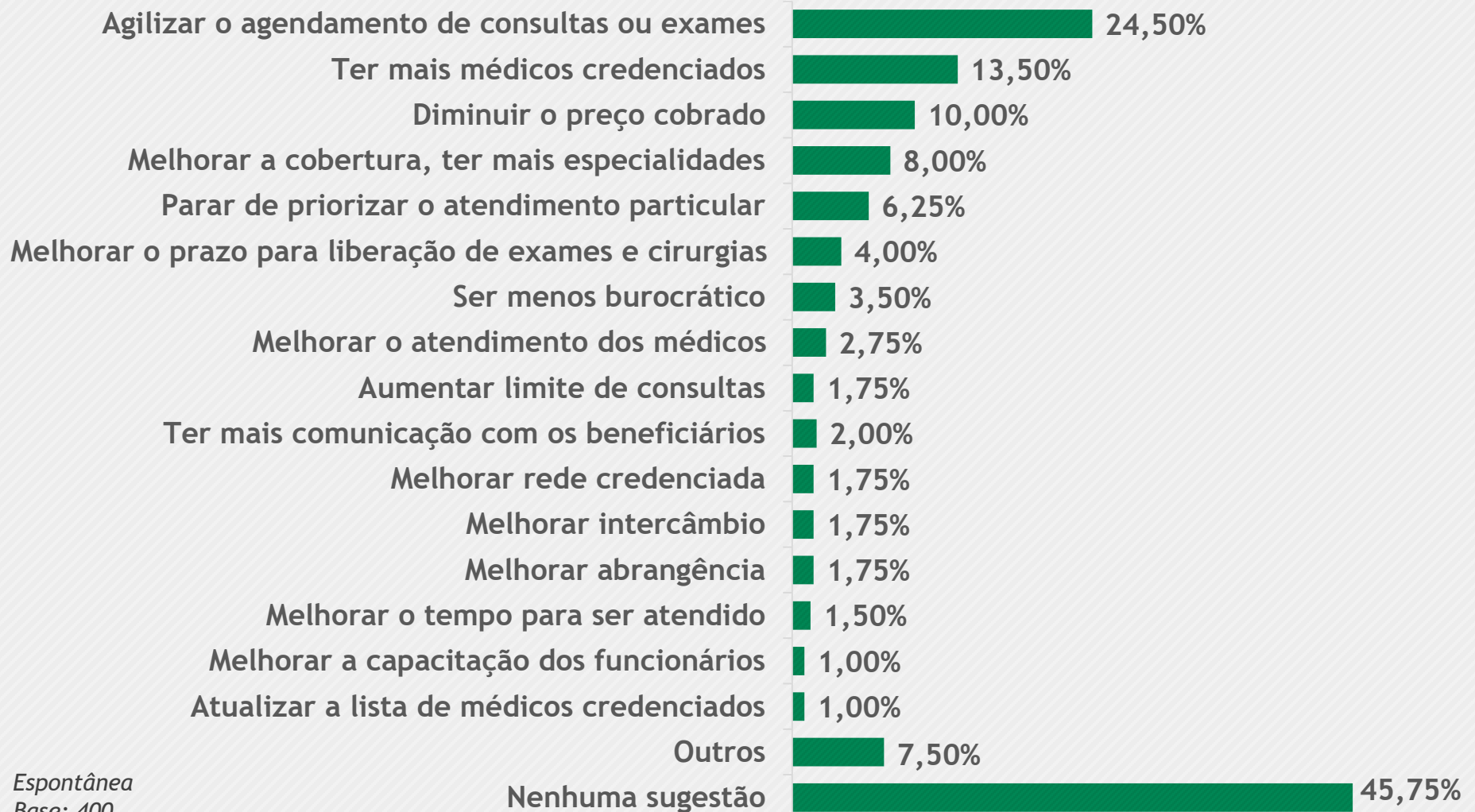
Zona de Qualidade



SATISFAÇÃO GERAL



Quais são as sugestões de melhoria para a Unimed Ibitinga?



Espontânea
Base: 400

SATISFAÇÃO GERAL



Quais são as sugestões de melhoria para a Unimed Ibitinga?
- Por Perfil -

	TOTAL	PJ	PF	Masculino	Feminino	18 a 39	40 a 59	60 ou +
Agilizar o agendamento de consultas ou exames	24,50%	24,91%	23,48%	19,77%	28,25%	27,16%	22,98%	22,08%
Ter mais médicos credenciados	13,50%	11,58%	18,26%	10,73%	15,70%	11,73%	14,29%	15,58%
Diminuir o preço cobrado	10,00%	8,07%	14,78%	10,73%	9,42%	11,73%	7,45%	11,69%
Melhorar a cobertura, ter mais especialidades	8,00%	8,07%	7,83%	6,78%	8,97%	7,41%	7,45%	10,39%
Parar de priorizar o atendimento particular	6,25%	5,26%	8,70%	6,78%	5,83%	6,17%	6,83%	5,19%
Nenhuma sugestão	45,75%	46,32%	44,35%	51,41%	41,26%	45,68%	45,34%	46,75%
Base	400	285	115	177	223	162	161	77

CONCLUSÕES





CONCLUSÕES

RESULTADOS ANO BASE 2019

A maioria dos beneficiários considera seu estado de saúde atual Bom ou Muito Bom e 15,62% consideram sua situação Regular.

O atendimento prestado pela rede credenciada é bem avaliado pelos beneficiários. O Top2Box obtido foi de 90,44%.

A satisfação com a facilidade para marcação de consultas é moderada, o Top2Box foi de 67,09%. Já a facilidade para a marcação de exames complementares é bem avaliada, alcançando o Top2Box de 87,91%, ou seja, 20,82% superior à marcação de consultas.

A comunicação com a Operadora pelos canais de atendimento é bem avaliada, com Top2Box de 88,53%.

Apenas 6% dos beneficiários fizeram alguma manifestação através dos canais de atendimento da Operadora, dentre os que realizaram, a satisfação com a solução dada pela Unimed é moderada, com Top2Box de 72,73%.

A satisfação geral com a Unimed Ibitinga é elevada, com média de 4,4, considerando a escala de 1 a 5, e 87,72% de clientes satisfeitos (notas 4 e 5). O NPS da Unimed Ibitinga alcançou 55 pontos, posicionando a marca na Zona de Qualidade, nesta faixa as empresas demonstram ter uma preocupação em oferecer uma experiência positiva para os seus clientes.

As principais sugestões atribuídas para o plano são agilizar o agendamento e consultas e exames, ter mais médicos credenciados e reduzir o preço cobrado.



CONCLUSÕES

COMPARATIVO

No geral, os resultados obtidos em 2019 demonstram pequenas variações quando comparado à pesquisa realizada em 2018.

Houve evolução no número de beneficiários que consideram seu estado de saúde Muito Bom ou Bom, de 80,70% para 83,62%.

No atendimento prestado nos consultórios médicos, clínicas, laboratórios e hospitais da rede credenciada, o Top2Box cresceu, evoluindo de 88,81% em 2018 para 90,44% em 2019.

Embora tenha obtido um desempenho moderado, a facilidade para marcação de consultas na rede aumentou 1,91% comparada ao ano anterior.

A facilidade para marcação de exames complementares na rede credenciada teve uma ligeira queda de 1,26%,.

O número de manifestações reduziu pela metade comparado ao ano base 2018, porém a satisfação dada pela Unimed também reduziu, de 78,72% para 72,73%.

A satisfação em relação à comunicação com a Operadora através dos canais de atendimento apresentou evolução, crescendo de 85,92% em 2018 para 88,53% em 2019.

A satisfação geral também apresentou evolução em 2019, a média passou de 4,3 para 4,4.

No geral, o resultado da Unimed Ibitinga é positivo e estável, pois as variações estão dentro da margem de erro da pesquisa.



AGÊNCIA DE PESQUISAS

www.zoompesquisas.com.br

41 3092-7505

