

# CONSULTORIA, PESQUISA E CONHECIMENTO



# As empresas buscam melhoria, a Litz apresenta a solução

**Estratégia e Marketing** são assuntos dominantes e de interesse prioritário para grande parte das organizações, independente do segmento de atuação.

Nesse sentido, a utilização intensiva do conhecimento e das ferramentas de Marketing, é valiosa e fundamental para que as empresas possam mais facilmente organizar suas ações em prol de seus objetivos junto ao público-alvo.

A Litz tem como **objetivo prover soluções** inovadoras, confiáveis e estratégicas para seus clientes atuando de acordo com as características essenciais de cada um.



# Clientes

<b>Unimed</b> Apucarana	<b>Unimed</b> Norte Pioneiro - PR	<b>Unimed</b> Costa Oeste
<b>Unimed</b> Londrina	<b>Unimed</b> Maringá	<b>Unimed</b> Uruguaiana
<b>Unimed</b> Paraná	<b>Unimed</b> Ponta Grossa	<b>Unimed</b> Oeste do Paraná
<b>Unimed</b> Guarapuava	<b>Unimed</b> Cascavel	<b>Unimed</b> Presidente Prudente
<b>Unimed</b> Pato Branco	<b>Unimed</b> Paranaguá	<b>Unimed</b> Paranavai
<b>Unimed</b> Sul Capixaba	<b>Unimed</b> Encosta da Serra	<b>Unimed</b> São José do Rio Preto
<b>Unimed</b> Uberaba	<b>Unimed</b> São José dos Campos	<b>Unimed</b> Norte Capixaba
<b>Unimed</b> Marília	<b>Unimed</b> Encosta da Serra	<b>Oralls</b> Inovação em Saúde Bucal

<b>HOSPITAL SÃO LUCAS DA PUCRS</b>	<b>Hospital São José</b> Clínica - Sta. Catarina	<b>MEGA IMAGEM</b> diagnóstico por imagem
<b>vale verde</b>	<b>HA Hospital AUXILIADORA</b>	<b>ANIMA SAÚDE</b>
<b>HOSPITAL ARAUCÁRIA</b>	<b>Farmácias NISSEI</b>	<b>Drugstore</b>
	<b>ORTHODONTIC Franchising</b>	<b>SANDOZ</b>
	<b>SRAgroup</b> DIAGNÓSTICO POR IMAGEM	<b>ULTRAMED</b>

**APP**  
ASSOCIAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE PROPAGANDA LONDRINA

**SEBRAE**

**LONDRINA convention**  
visitors bureau

**ACIL**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LONDRINA

**IRIB**  
Instituto de Registro Imobiliário do Brasil

**Fórum Desenvolve Londrina**

**SUPERMERCADOS Cidade Canção**

**Norpave** .com.br

**HAYAMAX** DISTRIBUIDORA

**catuai Shopping Londrina**

**catuai Shopping Maringá**

**SHOPPING CIDADE MARINGÁ**

**ENZZO** street shopping

**Klabin**

**oBoticário**

**HIPPO**

**MARAU**

**SÁVIO** alimentos

**Mundomax**

**MOINHO GLOBO**

**Arinaldo's**

**NOTEBOOK CENTURY**

**Concord** Electronic & Music Store

**TRUBERPELS**

**sonkey**

**refnko!**

**colibri**

**Frimesa**

**Castrolanda**

**VISCARDI**

**CASA SÃO PAULO**

**apiguana**

**PVC BRAZIL**

**Hydronorth**  
Preservando o seu bem estar

**GMAC**

**HAYONIK**

**Alakazoo!**

**Sonhart**

**PARANÁ**

**DIVA**

**top**

**nikkey**

**TOP UNIVERSITÁRIO**

**TOP DE MARCAS APUCARANA 2012**

**TOP DE MARCAS**

**CRCOM**  
COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

**GRUPO OM DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA**



# Clientes



# Diretores

## **Prof. Dr. Mario Nei Pacagnan**

Pós Doutor em Administração – PUC/PR;

Doutor em Administração – FEA/ USP;

Mestre em Administração – PUC/ SP;

Pós Graduado em Administração Financeira – Inbrape / Unifil

Pós Graduado em Administração Rural – UEL/ PR;

Pós Graduado em Marketing e Propaganda – UEL/ PR;

Graduado em Administração – UEL/ PR;

Outras atividades: Professor dos programas de MBA e Pós-graduação da: FGV-RJ, ISAE-PR, PUC-Pr, UEL, UNIVEL - Cascavel, UNIVEM- Marília, INBRAPE, FECEA – Apucarana.

## **Prof. Msc. Renato Rocha Neto**

Mestre em Administração – UEL/ PR;

Graduado em Administração – UEL/ PR;

Aperfeiçoamento em Pesquisa de Mercado e Planejamento Estratégico de Marketing – ESPM/ SP

Outras atividades: Atua ou atuou como professor de graduação e pós-graduação da Positivo, UEL, Faculdade Arthur Thomas, ISAE/FGV, Unopar, PUC-PR, Univel, Univem, TEAR Escola de Negócios, Fafipa, Fafijan.



# Unimed Encosta da Serra | Beneficiários 2018

AVALIAÇÃO DE SATISFAÇÃO DOS BENEFICIÁRIOS QUANTO  
A CADEIA DE SERVIÇOS DA COOPERATIVA



# Metodologia

A pesquisa é caracterizada como descritiva e quantitativa em decorrência da quantificação no tratamento dos dados. A técnica de amostragem foi probabilística, com seleção dos entrevistados por estratificação.

## OBJETIVO GERAL

✓ Identificar e hierarquizar os pontos críticos na experiência do cliente em toda a cadeia de serviços da Unimed Encosta da Serra.

## TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

A pesquisa foi quantitativa. Neste caso, foi utilizado um questionário estruturado e não disfarçado, **sendo que sua aplicação ocorreu por meio de pesquisadores devidamente treinados para a abordagem telefônica.**

A equipe foi composta por um supervisor de pesquisa, sendo este responsável pelo controle de desempenho dos entrevistadores e verificação dos questionários aplicados, **sendo esta última possibilitada devido a gravação das entrevistas.**

## POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população da pesquisa se refere aos clientes da Unimed Encosta da Serra com idade superior a 18 anos. A amostra foi de 400 entrevistados, totalizando 5% de margem de erro e 95% de nível de confiança. Destaca-se que o planejamento amostral e estratificações são apresentados no documento técnico da pesquisa.

## TÉCNICAS PARA ESTRATIFICAÇÃO DA AMOSTRA

De modo a não correr o risco de direcionar as respostas para um perfil específico de respondentes, **destaca-se que a amostra foi estratificada levando-se em consideração a proporcionalidade dos seguintes perfis na base de clientes** da Unimed Encosta da Serra:

- Gênero, Faixa Etária, Abrangência (Nacional, Regional), Tipo de Produto (Individual/ Familiar e Coletivo Empresarial), Região Geográfica e Segmentação do Produto.

# Metodologia

## PERÍODO DA PESQUISA:

A coleta de dados foi realizada entre os dias 18 de setembro e 12 de dezembro de 2018.

## ANÁLISE E TRATAMENTO DOS DADOS

A aplicação da pesquisa ocorreu via telefone com alimentação dos dados em software para tabulação e também para acompanhamento em tempo real da pesquisa. Posteriormente, a análise e tratamento dos dados ocorreu por meio de software para pesquisa quantitativa e em seguida as informações foram transferidas para o Microsoft PowerPoint para melhor visualização dos resultados.

## TAXA DE RESPONDENTES\*

CCO	V.ABSOLUTO	%
i) Questionário concluído	400	5,6%
ii) O beneficiário não aceitou participar da pesquisa	251	3,5%
iii) Não foi possível localizar o beneficiário	6.519	90,9%
Total de pessoas contatadas para a pesquisa	7.170	100,0%
<b>Taxa de Respondentes (i) / (iii)</b>	<b>5,6%</b>	

\* Corresponde a razão do número de pessoas que responderam sobre o número total de pessoas que foram contatadas para a pesquisa.

Destaca-se o alto indicador de “não foi possível localizar o beneficiário” visto que, conforme nota técnica, caso o contato não fosse encontrado, a próxima tentativa ocorreria em próximo contato sorteado dentro do perfil proposto.



# Metodologia

## REQUISITOS PARA SELEÇÃO DOS ENTREVISTADOS

Para seleção dos entrevistados, levou-se em os clientes da Unimed Encosta da Serra com idade superior a 18 anos. Na tabela abaixo demonstra-se o cumprimento da cota planejada de acordo com o perfil do público alvo definido para a pesquisa.

UNIMED ENCOSTA DA SERRA - ESTRATIFICAÇÃO CONFORME AMOSTRA DE BENEFICIÁRIOS				
Critério	Cota Planejada		Cota Realizada	
Gênero				
Feminino	59,3%	237	59,3%	237
Masculino	40,8%	163	40,8%	163
Faixa Etária				
De 18 a 23 anos	8,5%	34	8,5%	34
De 24 a 28 anos	11,0%	44	11,0%	44
De 29 a 33 anos	14,5%	58	14,5%	58
De 34 a 38 anos	15,0%	60	15,0%	60
De 39 a 43 anos	13,3%	53	13,3%	53
De 44 a 48 anos	10,3%	41	10,3%	41
De 49 a 53 anos	8,5%	34	8,5%	34
De 54 a 58 anos	5,8%	23	5,8%	23
59 anos ou mais	13,3%	53	13,3%	53
Abrangência				
Regional	63,5%	254	63,5%	254
Nacional	36,5%	146	36,5%	146
Tipo de Produto				
Coletivo Empresarial	83,3%	333	83,3%	333
Individual ou Familiar	16,8%	67	16,8%	67

# Metodologia

UNIMED ENCOSTA DA SERRA - ESTRATIFICAÇÃO CONFORME AMOSTRA DE BENEFICIÁRIOS				
Critério	Cota Planejada		Cota Realizada	
Região Geográfica				
Canela	21,3%	85	21,3%	85
Taquara	19,3%	77	19,3%	77
Gramado	17,3%	69	17,3%	69
Igrejinha	9,5%	38	9,5%	38
Sapiranga	8,8%	35	8,8%	35
Parobé	8,5%	34	8,5%	34
Três Coroas	6,0%	24	6,0%	24
Outros na área de abrangência	3,8%	15	3,8%	15
Outras fora da área de abrangência	5,8%	23	5,8%	23
Segmentação de Produto				
Ambulatorial + Hospitalar Com Obstetrícia	67,3%	269	67,3%	269
Ambulatorial	29,8%	119	29,8%	119
Ambulatorial + Hospitalar Sem Obstetrícia	3,0%	12	3,0%	12
Hospitalar Sem Obstetrícia	0,0%	0	0,0%	0

## OUTRAS DEFINIÇÕES

- As verificações dos respondentes ocorrem mediante supervisão in loco dos pesquisadores, e, gravação das pesquisas realizadas;
- Há monitoria in loco da aplicação da pesquisa, e, além disso, há um segunda monitoria da produtividade e atuação de cada Ponto de Aplicação.

# Metodologia

## RESPONSÁVEIS DA PESQUISA

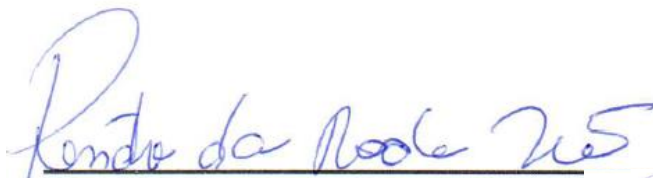


**Prof. Dr. Pedro Henrique Ramos Cerqueira**

**CONRE:10463**

**Responsável Técnico da Pesquisa**

**CPF: 39739698-09**



**Prof. Msc. Renato da Rocha Neto**

**Diretor de Operação – Litz**



**Prof. Dr. Mario Nei Pacagnan**

**Diretor de Projetos - Litz**

# Unimed Encosta da Serra | Beneficiários 2018

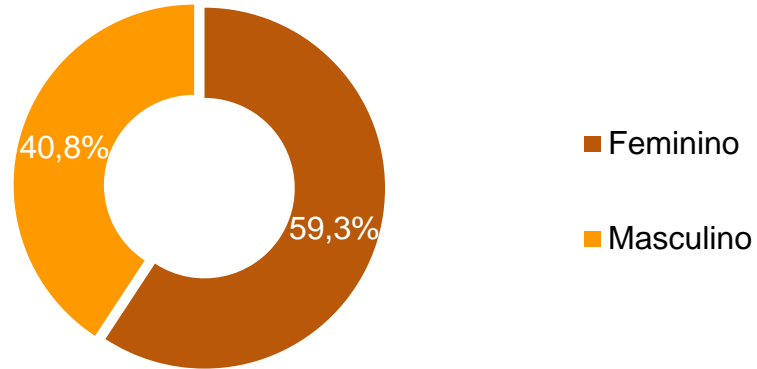
## PERFIL DO ENTREVISTADO



# Perfil do Entrevistado

## GÊNERO

Base 400 entrevistados



## SEGMENTAÇÃO

Base 400 entrevistados

Segmentação	%	V. Absoluto
Ambulatorial + Hospitalar Com Obstetrícia	67,3%	269
Ambulatorial	29,8%	119
Ambulatorial + Hospitalar Sem Obstetrícia	3,0%	12
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>400</b>

\* Foi utilizado o cadastro recebido pela Unimed para este indicador

## TIPO DE PLANO

Base 400 entrevistados

Tipo	%	V. Absoluto
Coletivo Empresarial	83,3%	333
Individual ou Familiar	16,8%	67
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>400</b>

## ABRANGÊNCIA

Base 400 entrevistados

Abrangência	%	V. Absoluto
Regional	63,5%	254
Nacional	36,5%	146
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>400</b>

\* Foi utilizado o cadastro recebido pela Unimed para este indicador

# Perfil do Entrevistado

## FAIXA ETÁRIA

Base 400 entrevistados

Faixa Etária	%	V. Absoluto
De 18 a 23 anos	8,5%	34
De 24 a 28 anos	11,0%	44
De 29 a 33 anos	14,5%	58
De 34 a 38 anos	15,0%	60
De 39 a 43 anos	13,3%	53
De 44 a 48 anos	10,3%	41
De 49 a 53 anos	8,5%	34
De 54 a 58 anos	5,8%	23
59 anos ou mais	13,3%	53
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>400</b>

Respostas	Limite Inferior	Média	Limite Superior	Desvio Padrão	Erro Padrão
Idade Média	39,7	41,1	42,5	14,1	0,7073

## CIDADE

Base 400 entrevistados

Cidade	%	V. Absoluto
Canela	21,3%	85
Taquara	19,3%	77
Gramado	17,3%	69
Igrejinha	9,5%	38
Sapiranga	8,8%	35
Parobé	8,5%	34
Três Coroas	6,0%	24
Outros na área de abrangência	3,8%	15
Outras fora da área de abrangência	5,8%	23
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>400</b>



# Unimed Encosta da Serra | Beneficiários 2018

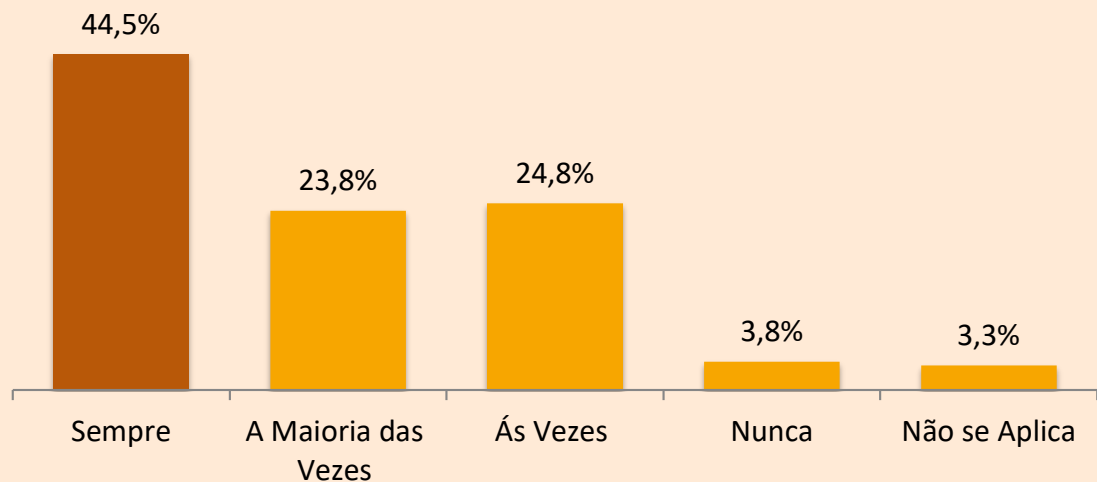
ANS – ATENÇÃO À SAÚDE



# ANS – Atenção à Saúde

**NOS ÚLTIMOS 12 MESES COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ CONSEGUIU TER CUIDADOS DE SAÚDE (CONSULTAS, EXAMES OU TRATAMENTOS) POR MEIO DE SEU PLANO DE SAÚDE QUANDO NECESSITOU**

Base 400 entrevistados



\*Margem de Erro de 5%

\*Nível de confiança de 95%.

Respostas	Limite Inferior	Proporção	Limite Superior	Desvio Padrão	Erro Padrão
Sempre	39,6%	<b>44,5%</b>	49,4%	0,4970	0,0248
A Maioria das Vezes	19,6%	<b>23,8%</b>	27,9%	0,4256	0,0213
Às vezes	20,5%	<b>24,8%</b>	29,0%	0,4316	0,0216
Nunca	1,9%	<b>3,8%</b>	5,6%	0,4316	0,0216
Não se Aplica	1,5%	<b>3,3%</b>	5,0%	0,1900	0,0095

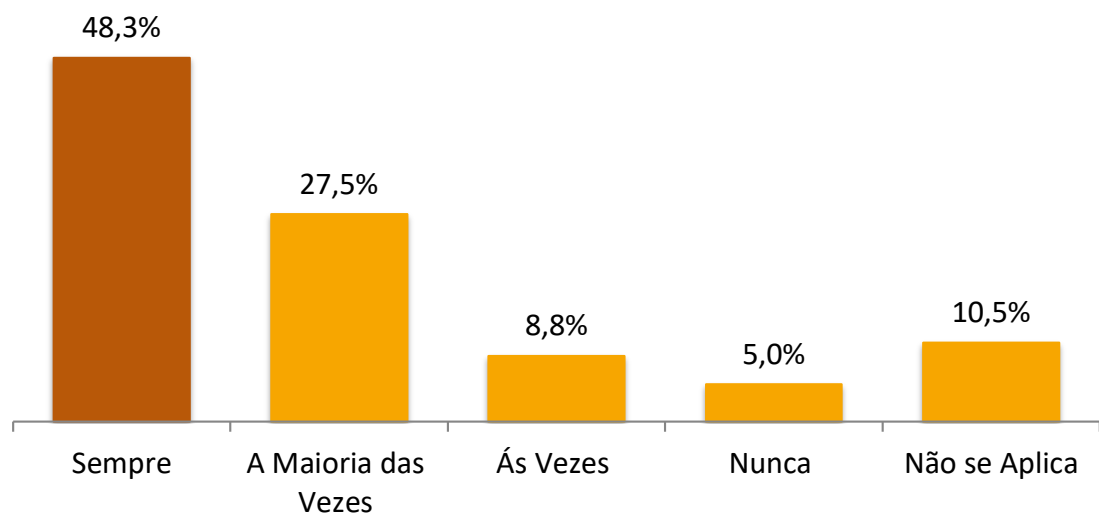
Observa-se no gráfico que a maioria dos beneficiários apresentaram que sempre (44,5%) ou na maioria das vezes (23,8%) conseguiram ter cuidado de saúde por meio do plano de saúde quando necessitou.



# ANS – Atenção à Saúde

## NOS ÚLTIMOS 12 MESES QUANDO NECESSITOU DE ATENÇÃO IMEDIATA COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ FOI ATENDIDO ASSIM QUE PRECISOU

Base 400 entrevistados



\*Margem de Erro de 5%  
\*Nível de confiança de 95%.

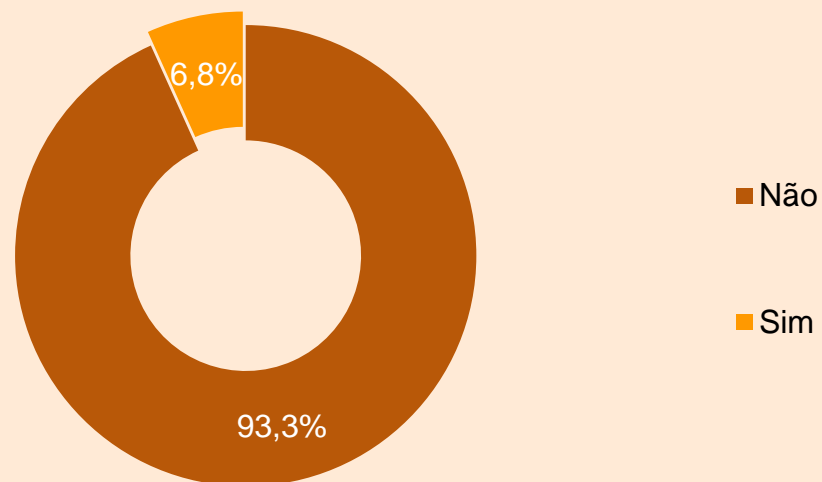
Respostas	Limite Inferior	Proporção	Limite Superior	Desvio Padrão	Erro Padrão
Sempre	43,4%	<b>48,3%</b>	53,1%	0,4997	0,0250
A Maioria das Vezes	23,1%	<b>27,5%</b>	31,9%	0,4465	0,0223
Às vezes	6,0%	<b>8,8%</b>	11,5%	0,2826	0,0141
Nunca	2,9%	<b>5,0%</b>	7,1%	0,2179	0,0109
Não se Aplica	7,5%	<b>10,5%</b>	13,5%	0,3066	0,0153

Observa-se no gráfico que a maioria dos beneficiários apresentaram que sempre (48,3%) ou na maioria das vezes (27,5%) conseguiram ter atenção imediata assim que precisou.

# ANS – Atenção à Saúde

**NOS ÚLTIMOS 12 MESES, VOCÊ RECEBEU ALGUM TIPO DE COMUNICAÇÃO DE SEU PLANO DE SAÚDE (CARTA, E-MAIL, TELEFONEMA, ETC.) CONVIDANDO E/OU ESCLARECENDO SOBRE A NECESSIDADE DE REALIZAÇÃO DE CONSULTAS OU EXAMES PREVENTIVOS, TAIS COMO: MAMOGRAFIA, PREVENTIVO DE CÂNCER DE COLO DE ÚTERO, CONSULTA COM UROLOGISTA, CONSULTA PREVENTIVA COM DENTISTA, ETC**

Base 400 entrevistados



\*Margem de Erro de 5%  
\*Nível de confiança de 95%.

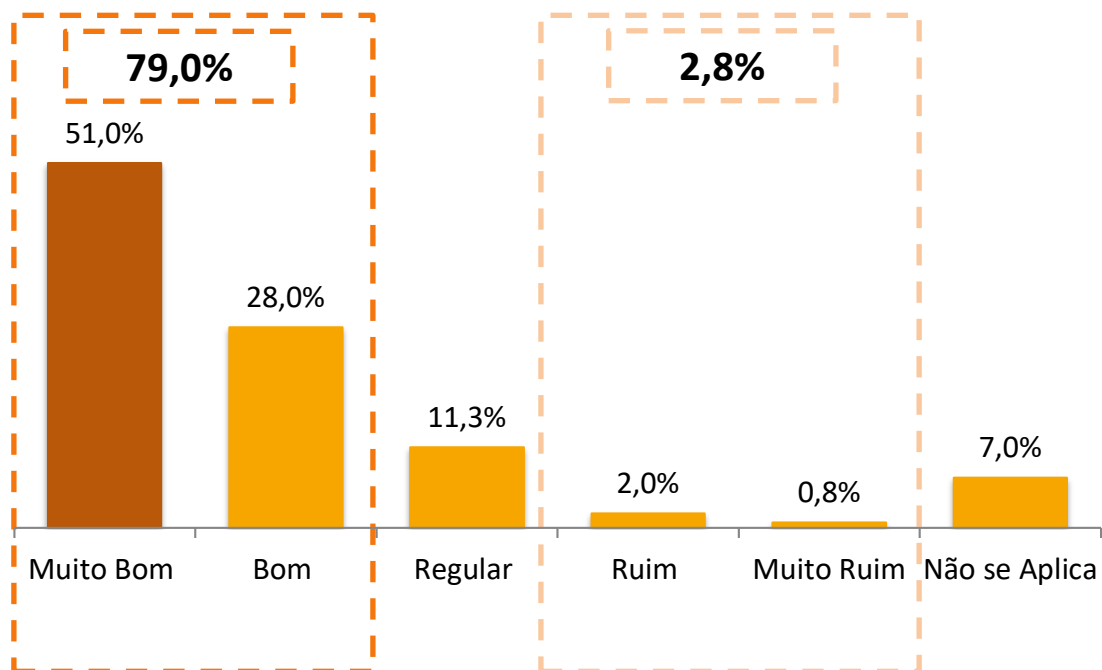
Respostas	Limite Inferior	Proporção	Limite Superior	Desvio Padrão	Erro Padrão
Sim	4,3%	<b>6,8%</b>	9,2%	0,2509	0,0125
Não	90,8%	<b>93,3%</b>	95,7%	0,2509	0,0125

**Apenas 6,8% dos beneficiários mencionaram ter recebido algum tipo de comunicação do plano de saúde, convidando e/ ou esclarecendo sobre necessidade de realização de consultas ou exames preventivos.**

# ANS – Atenção à Saúde

**NOS ÚLTIMOS 12 MESES, COMO VOCÊ AVALIA TODA A ATENÇÃO EM SAÚDE RECEBIDA (HOSPITAIS, LABORATÓRIOS, CLINICAS, MÉDICOS, DENTISTAS, FISIOTERAPEUTAS, NUTRICIONISTAS, PSICÓLOGOS E OUTROS)**

Base 400 entrevistados



\*Margem de Erro de 5%  
\*Nível de confiança de 95%.

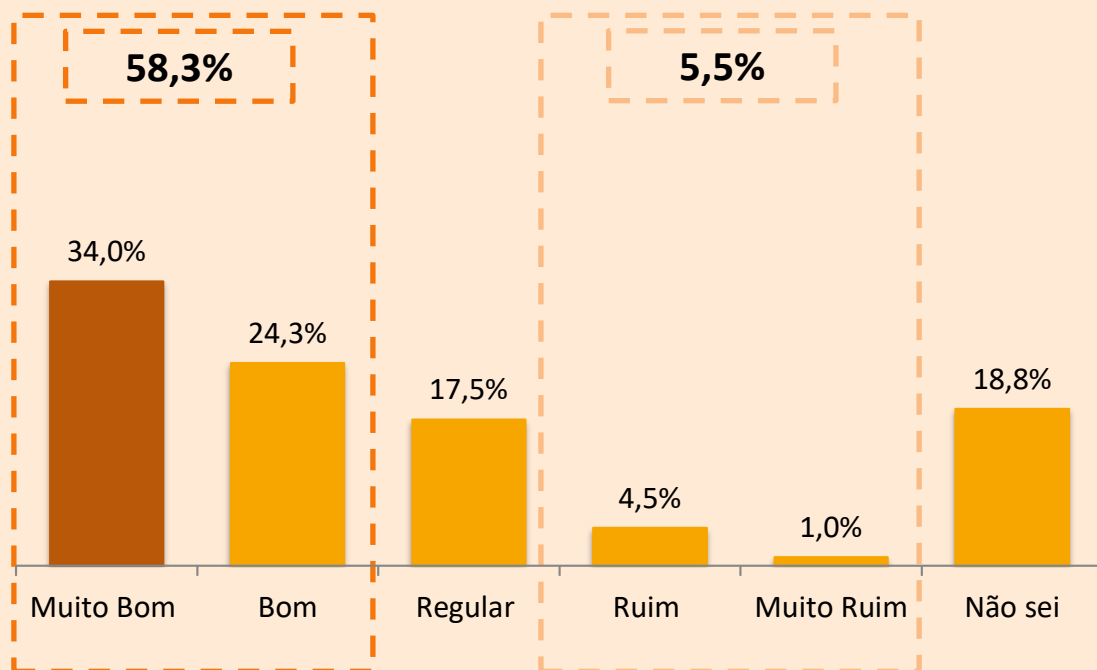
Respostas	Limite Inferior	Proporção	Limite Superior	Desvio Padrão	Erro Padrão
Muito Bom	46,1%	<b>51,0%</b>	55,9%	0,4999	0,0250
Bom	23,6%	<b>28,0%</b>	32,4%	0,4490	0,0224
Regular	8,2%	<b>11,3%</b>	14,3%	0,3160	0,0158
Ruim	0,6%	<b>2,0%</b>	3,4%	0,1400	0,0070
Muito Ruim	0,0%	<b>0,8%</b>	1,6%	0,0863	0,0043
Não se Aplica	4,5%	<b>7,0%</b>	9,5%	0,2551	0,0128

Observa-se como positiva a atenção recebida na rede credenciada, sendo que, **79,0%** avaliam o mesmo como sendo “muito bom” ou “bom”, e, apenas **2,8%** avaliam a atenção como “ruim” ou “muito ruim”.

# ANS – Atenção à Saúde

COMO VOCÊ AVALIA O ACESSO À LISTA DE PRESTADORES DE SERVIÇOS CREDENCIADOS PELO SEU PLANO DE SAÚDE (POR EXEMPLO: MÉDICOS, DENTISTAS, PSICÓLOGOS, FISIOTERAPEUTAS, HOSPITAIS, LABORATÓRIOS E OUTROS), POR MEIO FÍSICO OU DIGITAL (POR EXEMPLO: LIVRO IMPRESSO, APLICATIVO DE CELULAR, SITE NA INTERNET)

Base 400 entrevistados



\*Margem de Erro de 5%

\*Nível de confiança de 95%.

Respostas	Limite Inferior	Proporção	Limite Superior	Desvio Padrão	Erro Padrão
Muito Bom	29,4%	<b>34,0%</b>	38,6%	0,4737	0,0237
Bom	20,0%	<b>24,3%</b>	28,5%	0,4286	0,0214
Regular	13,8%	<b>17,5%</b>	21,2%	0,3800	0,0190
Ruim	2,5%	<b>4,5%</b>	6,5%	0,2073	0,0104
Muito Ruim	0,0%	<b>1,0%</b>	2,0%	0,0995	0,0050
Não sei	14,9%	<b>18,8%</b>	22,6%	0,3903	0,0195

Nota-se que **18,8%** não sabe avaliar o acesso a lista de prestadores de serviços, mas a maioria que sabe avaliar, classifica como positivo (**58,3%**) o acesso, sendo “muito bom” ou “bom”, e, apenas **5,5%** avaliam como “ruim” ou “muito ruim”.

# Unimed Encosta da Serra | Beneficiários 2018

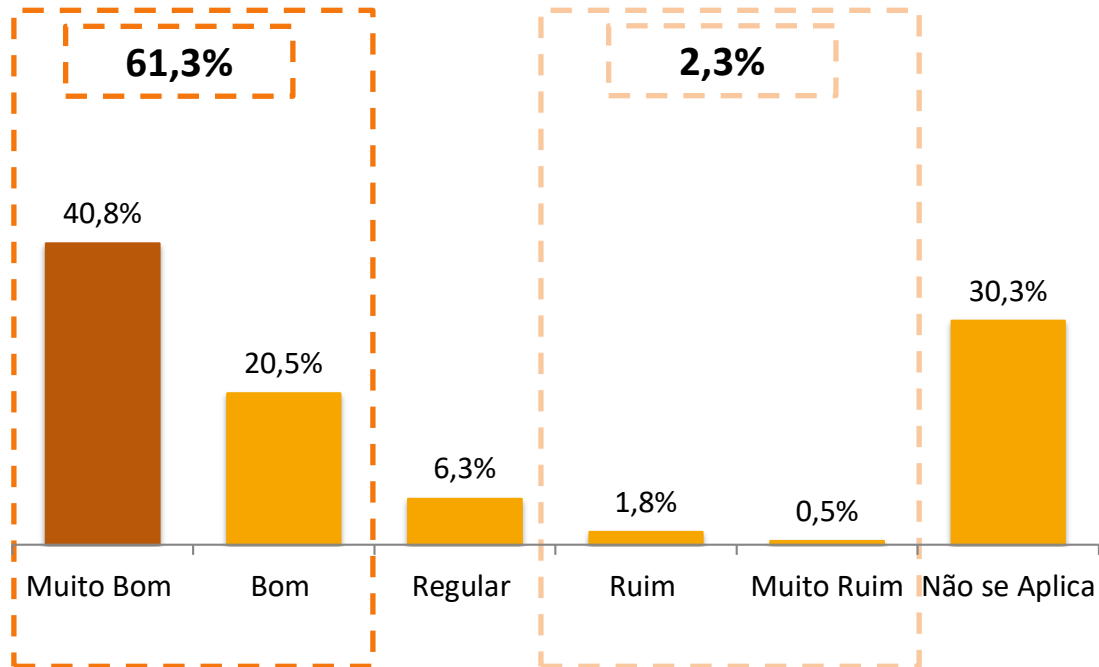
ANS – CANAIS DE ATENDIMENTO DA OPERADORA



# ANS – Canais de Atendimento da Operadora

**NOS ÚLTIMOS 12 MESES, QUANDO VOCÊ ACESSOU A OPERADORA (SAC PRESENCIAL, TELE ATENDIMENTO OU ELETRÔNICO), COMO VOCÊ AVALIA SEU ATENDIMENTO CONSIDERANDO OS QUESITOS RESPEITO E ACESSO AS INFORMAÇÕES OU AJUDA QUE PRECISAVA**

Base 400 entrevistados



\*Margem de Erro de 5%  
\*Nível de confiança de 95%.

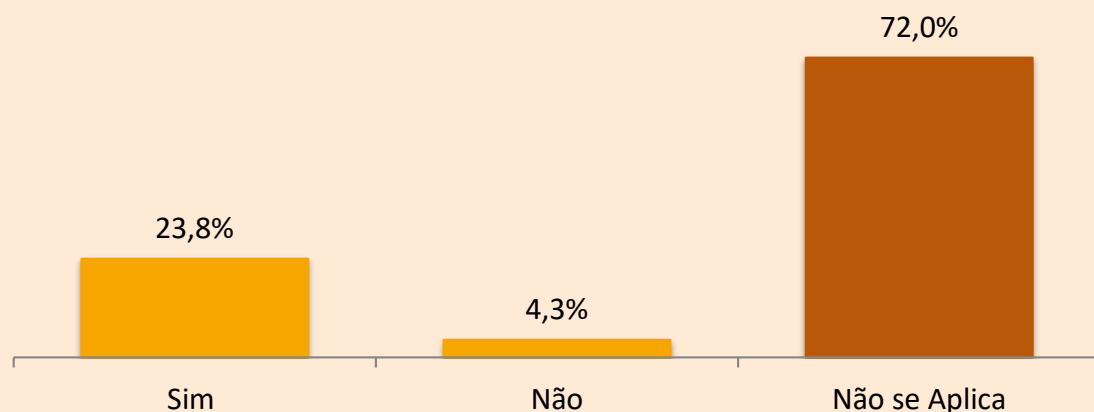
Respostas	Limite Inferior	Proporção	Limite Superior	Desvio Padrão	Erro Padrão
Muito Bom	35,9%	<b>40,8%</b>	45,6%	0,4914	0,0246
Bom	16,5%	<b>20,5%</b>	24,5%	0,4037	0,0202
Regular	3,9%	<b>6,3%</b>	8,6%	0,2421	0,0121
Ruim	0,5%	<b>1,8%</b>	3,0%	0,1311	0,0066
Muito Ruim	0,0%	<b>0,5%</b>	1,2%	0,0705	0,0035
Não sei	25,7%	<b>30,3%</b>	34,8%	0,4593	0,0230

**Nota-se que 30,3% não sabe avaliar o atendimento quanto ao respeito e acesso as informações, mas a maioria que sabe avaliar, classifica como positivo (61,3%) o atendimento, sendo “muito bom” ou “bom”, e, apenas 2,3% avaliam como “ruim” ou “muito ruim”.**

# ANS – Canais de Atendimento da Operadora

**NOS ÚLTIMOS 12 MESES, QUANDO VOCÊ FEZ UMA RECLAMAÇÃO PARA SUA OPERADORA, VOCÊ TEVE SUA DEMANDA RESOLVIDA**

Base 400 entrevistados



\*Margem de Erro de 5%  
\*Nível de confiança de 95%.

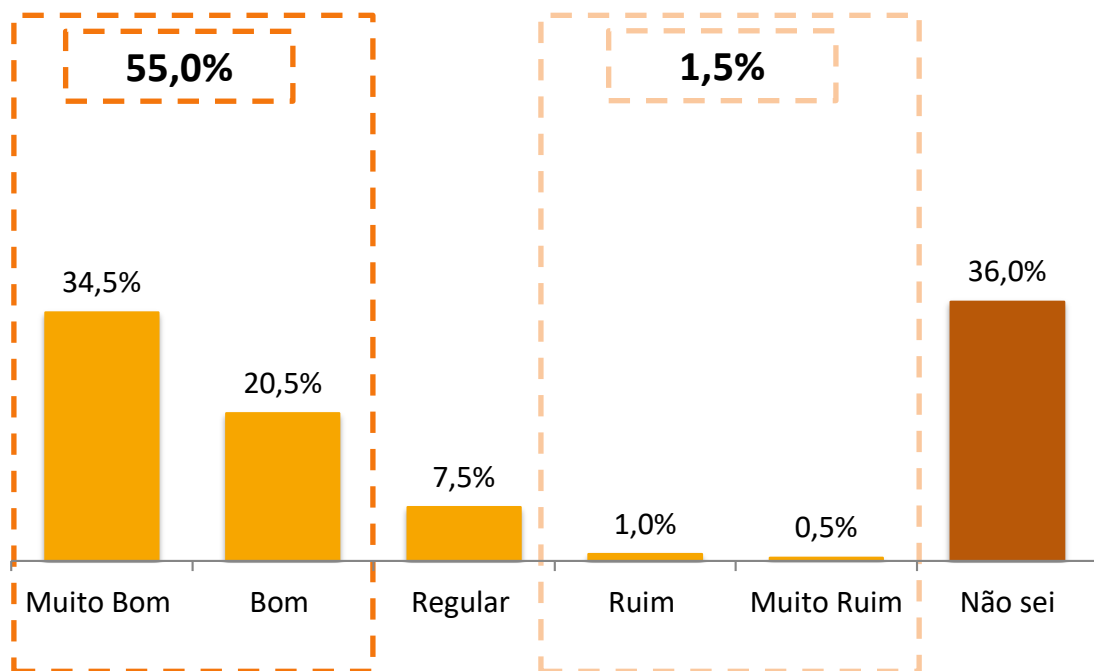
Respostas	Limite Inferior	Proporção	Limite Superior	Desvio Padrão	Erro Padrão
Sim	19,6%	<b>23,8%</b>	27,9%	0,4256	0,0213
Não	2,3%	<b>4,3%</b>	6,2%	0,2017	0,0101
Nao se Aplica	67,6%	<b>72,0%</b>	76,4%	0,4490	0,0224

A maioria dos beneficiários (72,0%) não fizeram nenhuma reclamação à operadora, e, entre os que fizeram alguma reclamação, apenas 4,3% não teve sua demanda resolvida. Entretanto, observa-se que proporcionalmente aquele que mencionaram “sim”, há um indicador expressivo que mencionam não ter tido a demanda resolvida.

# ANS – Canais de Atendimento da Operadora

## COMO VOCÊ AVALIA OS DOCUMENTOS OU FORMULÁRIOS EXIGIDOS PELA OPERADORA DO SEU PLANO DE SAÚDE QUANTO AO QUESITO FACILIDADE NO PREENCHIMENTO E ENVIO

Base 400 entrevistados



\*Margem de Erro de 5%  
\*Nível de confiança de 95%.

Respostas	Limite Inferior	Proporção	Limite Superior	Desvio Padrão	Erro Padrão
Muito Bom	29,8%	<b>34,5%</b>	39,2%	0,4754	0,0238
Bom	16,5%	<b>20,5%</b>	24,5%	0,4037	0,0202
Regular	4,9%	<b>7,5%</b>	10,1%	0,2634	0,0132
Ruim	0,0%	<b>1,0%</b>	2,0%	0,0995	0,0050
Muito Ruim	0,0%	<b>0,5%</b>	1,2%	0,0705	0,0035
Não sei	31,3%	<b>36,0%</b>	40,7%	0,4800	0,0240

Nota-se que (36,0%) não sabe avaliar a facilidade no preenchimento e envio de documentos, mas a maioria que sabe avaliar, classifica como positiva (55,0%), sendo “muito bom” ou “bom”, e, apenas 1,5% avaliam como “ruim” ou “muito ruim”.



# Unimed Encosta da Serra | Beneficiários 2018

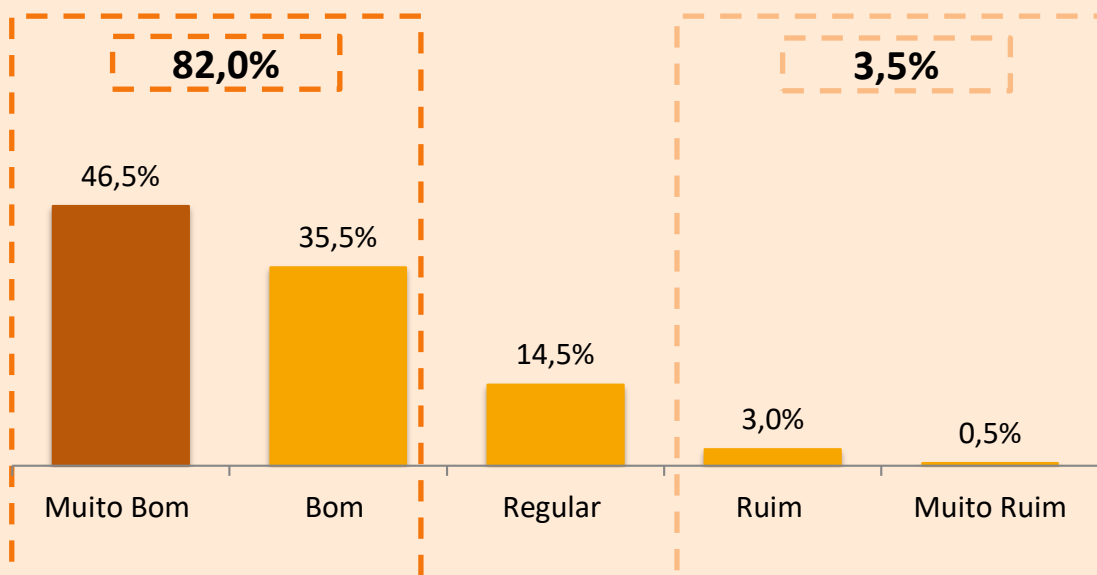
ANS – AVALIAÇÃO GERAL



# ANS – Avaliação Geral

## QUE NOTA VOCÊ USARIA PARA QUALIFICAR O SEU PLANO

Base 400 entrevistados



\*Margem de Erro de 5%  
\*Nível de confiança de 95%.

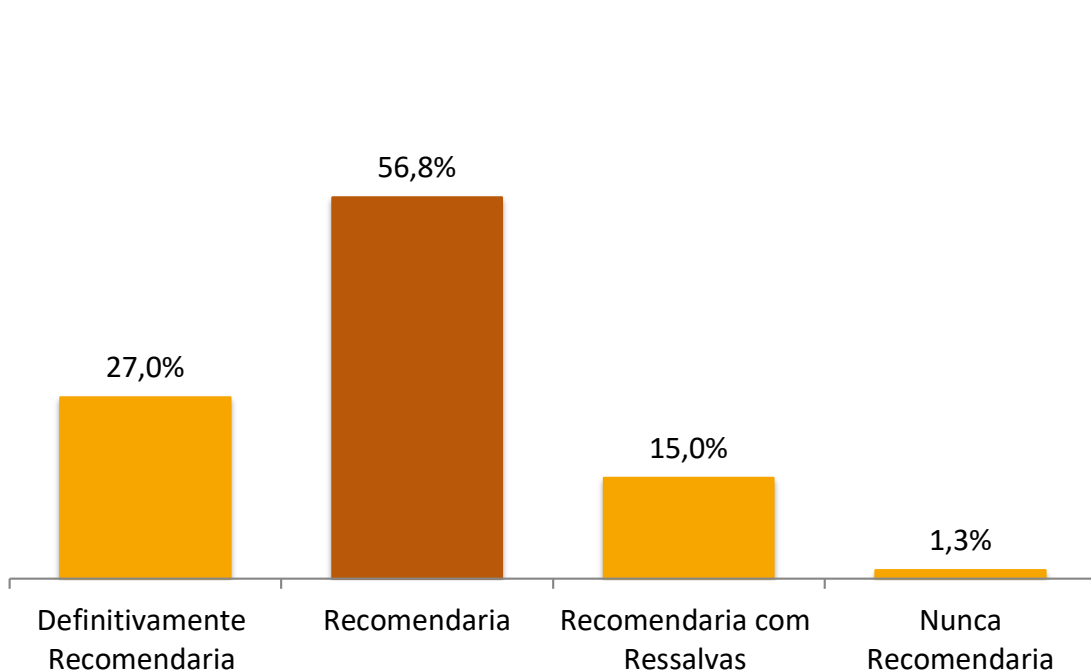
Respostas	Limite Inferior	Proporção	Limite Superior	Desvio Padrão	Erro Padrão
Muito Bom	41,6%	<b>46,5%</b>	51,4%	0,4988	0,0249
Bom	30,8%	<b>35,5%</b>	40,2%	0,4785	0,0239
Regular	11,0%	<b>14,5%</b>	18,0%	0,3521	0,0176
Ruim	1,3%	<b>3,0%</b>	4,7%	0,1706	0,0085
Muito Ruim	0,0%	<b>0,5%</b>	1,2%	0,0705	0,0035

Observa-se como positiva a qualificação do plano de saúde, sendo que, **82,0%** avaliam o mesmo como sendo “muito bom” ou “bom”, e, apenas **3,5%** avaliam o plano como “ruim” ou “muito ruim”.

# ANS – Avaliação Geral

## VOCÊ RECOMENDARIA O SEU PLANO PARA AMIGOS OU FAMILIARES

Base 400 entrevistados



\*Margem de Erro de 5%  
\*Nível de confiança de 95%.

Respostas	Limite Inferior	Proporção	Limite Superior	Desvio Padrão	Erro Padrão
Definitivamente Recomendaria	22,6%	<b>27,0%</b>	31,4%	0,4440	0,0222
Recomendaria	51,9%	<b>56,8%</b>	61,6%	0,4954	0,0248
Recomendaria com Ressalvas	11,5%	<b>15,0%</b>	18,5%	0,3571	0,0179
Nunca Recomendaria	0,2%	<b>1,3%</b>	2,3%	0,1111	0,0056

Observa-se que os beneficiários na grande maioria recomendam o plano para algum amigo ou familiar, sendo que, apenas 1,3% mencionaram que nunca recomendariam o plano.

# Unimed Encosta da Serra | Beneficiários 2018

Considerações ANS



# Conclusões Finais – ANS

**No que tange as questões aplicadas e decorrência das sugestões da ANS, tem-se como principais conclusões da pesquisa:**

Observa-se ainda espaço para melhoria na percepção dos beneficiários sobre o plano de saúde, na relação da operadora junto aos mesmos e no conhecimento de algumas ações efetuadas pela operadora.

Quando questionados com que frequência os beneficiários conseguiram ter cuidados de saúde por meio do plano, observou-se que 3,8% mencionaram “nunca” e 24,8% “às vezes”. No caso de necessidade de atenção imediata, 5% mencionaram que “nunca” tiveram e 8,8% “às vezes”. Já no caso de avaliação sobre toda a atenção em saúde recebida, observa-se que 11,3% avaliam como “regular”, 2% “ruim” e 0,8% como “muito ruim”. Ambos os números sinalizam a existência de um ainda espaço para melhoria no acesso dos beneficiários a cuidados de saúde quando necessário.

No momento em que foram questionados se nos últimos 12 meses receberam algum tipo de comunicação do plano de saúde (carta, e-mail, telefonema, etc) convidando e/ou esclarecendo sobre a necessidade de realização de consultas ou exames preventivo, destaca-se o baixo indicador, visto que apenas 6,8% dos beneficiários mencionaram que sim, sendo baixa a percepção de pró-atividade do plano junto ao beneficiário.

Ao se questionar se o plano oferece lista de médicos, dentistas, psicólogos, hospitais, laboratórios e outros serviços de saúde credenciados de fácil compreensão e de fácil acesso, notou-se que 18,8% dos entrevistados não souberam mencionar uma resposta para o item, 17,5% mencionaram regular, 4,5% como ruim e 1% muito ruim.

Observa-se nas duas questões acima, uma oportunidade para estreitamento da relação junto aos beneficiários, ampliando assim a percepção positiva dos mesmos sobre o plano, além, do maior cuidado e atenção dada aos consumidores.

Observa-se como positivo o atendimento nos canais de comunicação e contato com o cliente; visto que, quando avaliado o acesso à operadora mediante o atendimento, sendo considerado os quesitos respeito e acesso as informações ou ajuda que precisava, tem-se que 6,3% consideram regular, 1,8% ruim e 0,5% muito ruim.



# Conclusões Finais – ANS

**No que tange as questões aplicadas e decorrência das sugestões da ANS, tem-se como principais conclusões da pesquisa:**

Embora 72% mencionaram não se aplicar a questão sobre resolução de demanda resolvida em caso de reclamação junto à operadora (o que sinaliza que a maioria dos clientes provavelmente não realizaram reclamações nesse período), tem-se que 4,3% mencionaram que não foram resolvidas e 23,8% que foram resolvidas. Embora seja muito superior o indicador positivo, nota-se que ainda há pessoas que não possuem suas demandas resolvidas pela operadora.

Quanto à avaliação dos documentos ou formulários exigidos pela operadora quanto ao quesito facilidade no preenchimento e envio, destaca-se que 36% não sabe avaliar, 7,5% consideram regular, 1% ruim e 0,5% muito ruim. Os indicadores apontam que há um grande número de consumidores que provavelmente não demandam esse tipo de documentação, e, ainda, um indicador baixo daqueles que passam por essa necessidade que questionam a mesma – porém ainda havendo espaço para facilitação do processo aos beneficiários.

Em relação à qualificação geral do plano, tem-se que 82% consideram o mesmo Muito Bom ou Bom – com predomínio de 46,5% para aqueles que mencionaram a primeira alternativa. Já 14,5% consideram o mesmo como regular, 3% como ruim e 0,5% como muito ruim. Além dessa avaliação, tem-se que apenas 1,3% dos entrevistados destacam que nunca recomendariam o plano da operadora, demonstrando que para a grande maioria, os aspectos que foram negativados geram ressalvas em relação ao plano, porém, não impactando de maneira significativa na não indicação do mesmo.





*Consultoria • Pesquisa • Conhecimento*



(43) 3323-3883



Avenida Juscelino Kubitscheck, 1400 - Sala 12  
Londrina/PR



[www.litzestrategia.com.br](http://www.litzestrategia.com.br)