
PESQUISA REVELA

preferências do
consumidor na escolha
de planos de saúde



3R4



PESQUISA

A 3R4 Seguros, corretora de seguros de São Paulo, realizou uma pesquisa para entender quais serviços e produtos são mais importantes para o consumidor na escolha do plano de saúde.



**mais de 50
milhões**

de brasileiros possuem planos de saúde contratados

693

operadoras ativas no Brasil com mais de

13.400

opções de planos com diferentes preços.

Diante de tantas possibilidades, a 3R4 buscou entender os atributos que o consumidor de planos de saúde mais valoriza na hora de decidir qual contratar, realizando uma pesquisa com

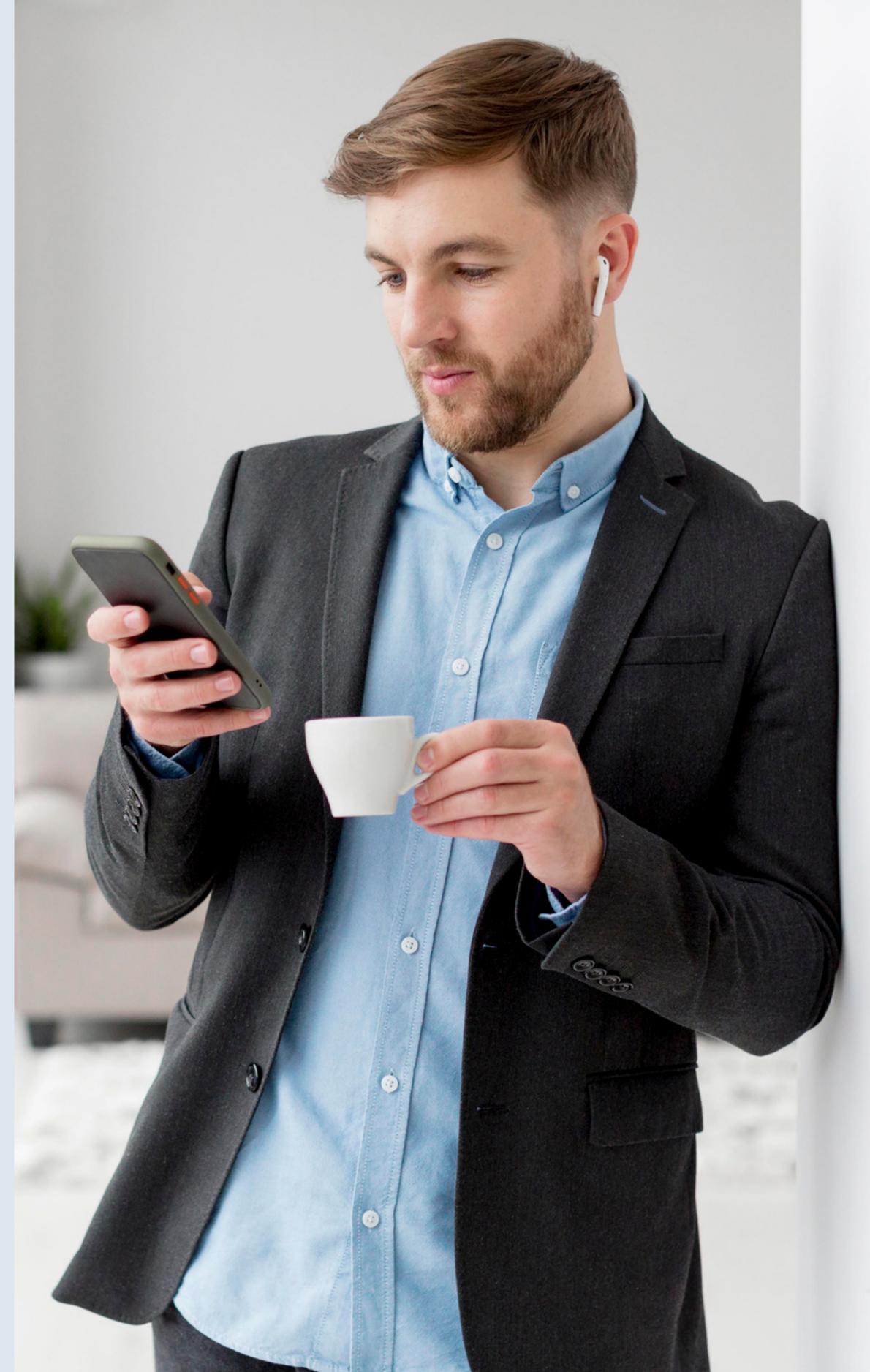
194

respondentes entre os meses de dezembro de 2022 e janeiro de 2023.

Regiões que responderam: Concentração de 90% no Estado de SP.

Idades: Todas as faixas etárias

O formulário continha 9 perguntas relacionadas aos serviços e condições mais comuns apresentados pelos produtos das operadoras, além de perguntas de qualificação demográfica, bem como outras voltadas a entender o processo de compra, como canais de relacionamento e marcas mais lembradas. O consumidor deveria escolher em uma escala de 1 a 5 (sendo 1 nada importante e 5 muito importante) considerando os aspectos de cada item apresentado segundo seu julgamento na escolha de contratação do plano de saúde.



O resultado da pesquisa mostrou que a rede de atendimento é o item mais importante no processo de escolha do consumidor, seguido de preço mensal e previsão de reajuste. Os itens menos importantes são as ofertas de Telemedicina, serviços de conveniência e a marca da operadora.

Por Faixa de Idade

Nota Média Geral

Rede de Atendimento

4,830

Preço Mensal

4,649

Previsão de Reajuste

4,423

Valor de Reembolso

4,397

Apartamento Individual

4,371

Abrangência Nacional

4,345

Marca Operadora

3,861

Conveniências

3,608

Telemedicina

3,314

Quando as respostas foram separadas por faixas etárias, a pesquisa identificou que as pessoas idosas valorizam mais a “previsão de reajuste” do plano e “preços” do que a “rede de atendimento”, alternando os motivadores em relação ao grupo geral (notas: 4,958, 4,875 e 4,708 respectivamente) .

A maior utilização dos serviços por parte dos mais idosos e a renda familiar ser mais estável nessa faixa de idade e sem grandes possibilidades de aumento futuro. Neste caso, o medo de que o plano de saúde possa comprometer a renda é um fator mais importante que a rede de atendimento.

Quanto aos canais de relacionamento, 40% dos consumidores confiam em informações de familiares e amigos e outros 30% de corretores de seguros. Embora o total geral de buscas na internet seja menor, os mais jovens tendem a procurar mais por esse canal do que os mais idosos. 25% dos mais jovens buscam informações na Internet contra apenas 8% dos idosos.

Existe uma quantidade muito variada de opções de planos de saúde e o consumidor pode não obter todas as informações para a melhor tomada de decisão. Este é um problema que é preciso resolver.

SOBRE A PESQUISA

Objetivo da pesquisa

O objetivo da pesquisa foi entender os motivadores de escolha de um plano de saúde dentre os vários serviços que são oferecidos pelas operadoras. Buscamos entender os atributos desejados pelos consumidores para conhecer aqueles que são mais ou menos importantes na tomada de decisão.

Metodologia

Foram utilizados formulários eletrônicos que não identificam dados pessoais de consumidores. O formulário de respostas da pesquisa continha 9 perguntas relacionadas aos serviços e condições mais comuns apresentados pelos produtos das operadoras, além de perguntas de qualificação demográfica. No processo de coleta das informações, também foram perguntadas as questões voltadas a entender o processo de compra, como canais de relacionamento e marcas mais lembradas.

As perguntas apareceram na seguinte ordem para os respondentes e o respondente deveria escolher em uma escala de 1 a 5 (sendo 1 nada importante e 5 muito importante) considerando os aspectos que julgaram para cada item na escolha de seu plano de saúde.

QUESTÕES

1. Em relação ao valor de Reembolso, quão importante é esse fator na decisão de escolha de um plano de saúde?
2. Em relação a rede de atendimento (Hospitais, Clínicas e Consultórios), quão importante é esse fator na decisão de escolha de um plano de saúde?
3. Em relação ao atendimento por Telemedicina, quão importante é esse fator na decisão de escolha de um plano de saúde?
4. Em relação a marca (Exemplos: Amil, Unimed, Bradesco, etc), quão importante é esse fator na decisão de escolha de um plano de saúde?
5. Em relação a disponibilidade de Conveniências como serviços de coleta e entrega de documentos, atendimento exclusivo e concierge, quão importante é esse fator na decisão de escolha de um plano de saúde?
6. O plano de saúde ter abrangência Nacional, ao invés de regional, é um fator decisivo na escolha?
7. Em relação ao Apartamento Individual em caso de internação, quão importante é esse fator na decisão de escolha de um plano de saúde?
8. Em relação ao Preço mensal do Plano de Saúde, quão importante é esse fator na decisão de escolha de um plano de saúde?
9. Em relação a previsão de valores de Reajuste do Plano de Saúde, quão importante é esse fator na decisão de escolha de um plano de saúde?

A margem de erro é de 6% e o nível de confiança de 90%.

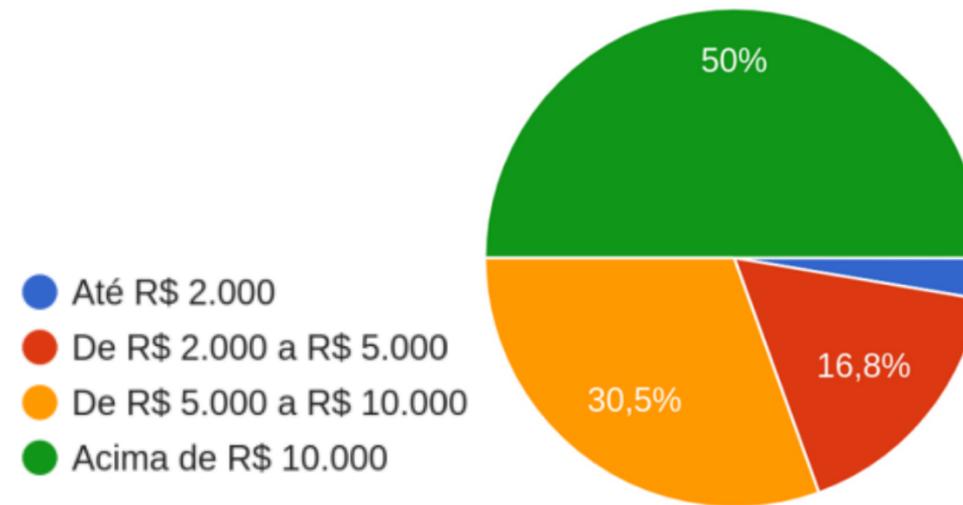
DEMOGRÁFICOS

A pesquisa contou com respondentes de vários Estados do Brasil, porém SP teve uma concentração de 91% das respostas.

Entendendo o perfil dos entrevistados com as informações mais assertivas, podemos direcionar o produto ideal para cada perfil de consumidor, trazendo economia no custo mensal ou melhores benefícios pelo mesmo preço.

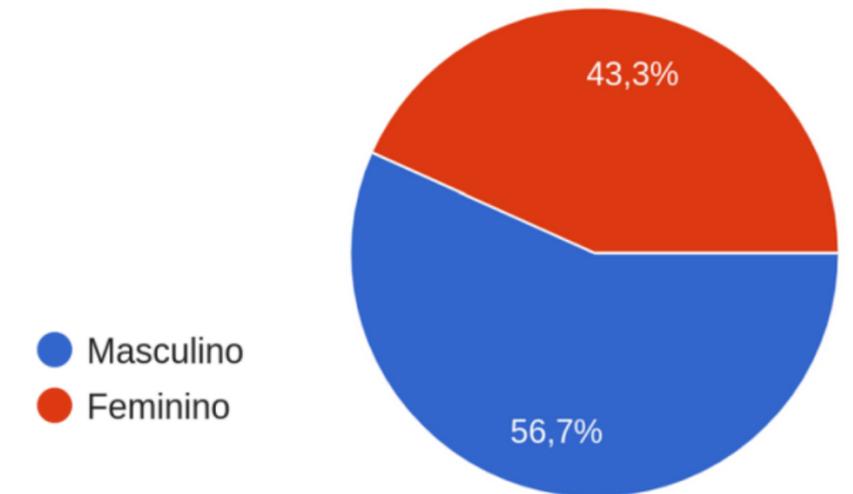
Qual a renda familiar?

190 respostas



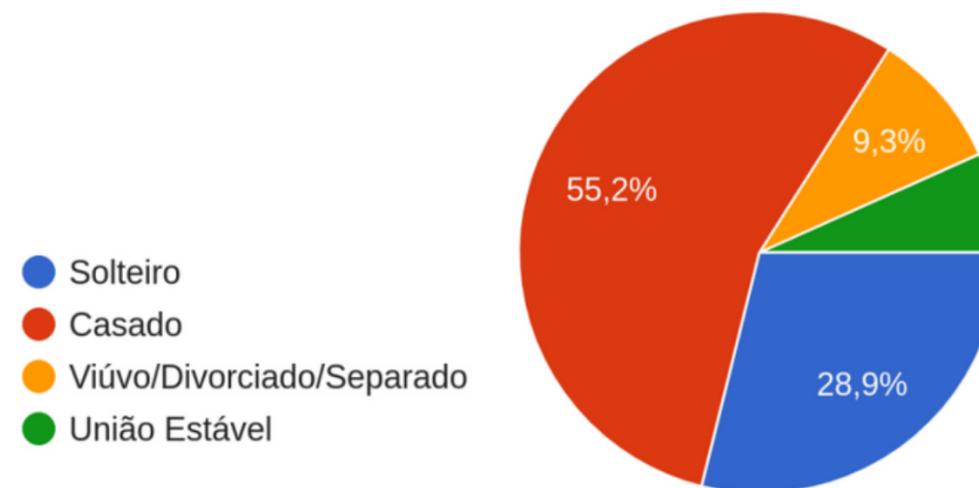
Qual o seu gênero?

194 respostas



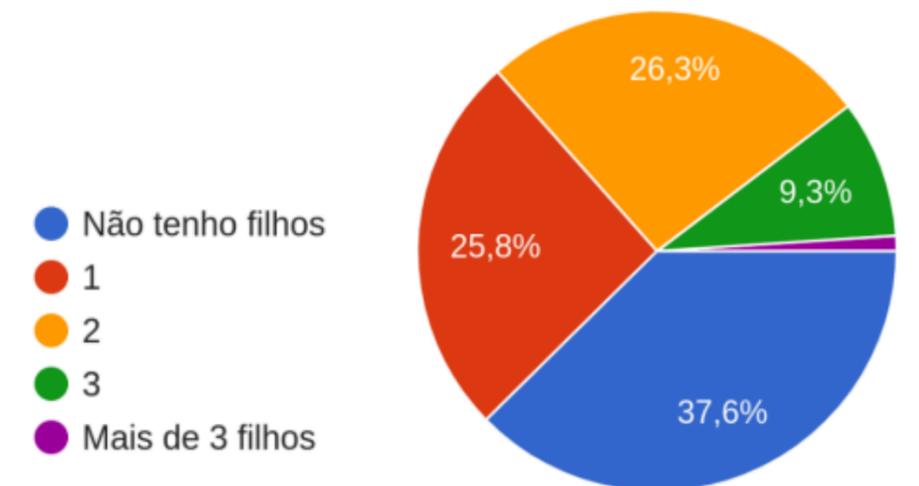
Estado Civil

194 respostas



Tem filhos?

194 respostas



RESULTADOS

Os resultados da média geral de pontuação atribuída a cada fator gerou a tabela abaixo, mostrando que a Rede de Atendimento é o fator mais importante na escolha do consumidor de forma geral, porém para o grupo de Idosos, os itens “previsão de reajuste” e “preço” tiveram as notas mais altas.

Por Faixa de Idade	Nota Média Geral	Jovens	Meia Idade	Idosos
Rede de Atendimento	4,830	4,833	4,853	4,708
Preço Mensal	4,649	4,463	4,690	4,875
Previsão de Reajuste	4,423	4,204	4,414	4,958
Reembolso	4,397	4,444	4,388	4,333
Apartamento Individual	4,371	4,148	4,517	4,167
Abrangência Nacional	4,345	4,241	4,379	4,417
Marca Operadora	3,861	3,963	3,784	4,000
Conveniências	3,608	3,852	3,448	3,833
Telemedicina	3,314	3,556	3,095	3,833

Para as diferentes rendas familiares, nota-se que o item “Telemedicina” é o de mais baixo valor para aqueles que ganham mais de R\$10.000,00 mensais, seguido de “Conveniências” que geralmente são serviços ofertados para planos mais Premium.

Por Faixa de Renda Familiar	Nota Média Geral	Não Informado	Até R\$ 2.000	De R\$ 2.000 a R\$ 5.000	De R\$ 5.000 a R\$ 10.000	Acima de R\$ 10.000
Rede de Atendimento	4,830	4,750	4,600	4,750	4,793	4,895
Preço Mensal	4,649	5,000	4,400	4,719	4,707	4,589
Previsão de Reajuste	4,423	5,000	4,400	4,531	4,586	4,263
Reembolso	4,397	4,500	4,400	4,438	4,483	4,326
Apartamento Individual	4,371	4,250	4,600	4,125	3,897	4,737
Abrangência Nacional	4,345	3,750	4,400	4,500	4,362	4,305
Marca Operadora	3,861	4,250	4,600	3,906	4,138	3,621
Conveniências	3,608	4,250	4,400	4,063	3,828	3,253
Telemedicina	3,314	3,500	4,600	3,781	3,690	2,853

Não foram identificadas diferenças significativas em relação ao Gênero do consumidor nesta pesquisa.

Por Gênero	Nota Média Geral	Feminino	Masculino
Rede de Atendimento	4,830	4,821	4,836
Preço Mensal	4,649	4,750	4,573
Previsão de Reajuste	4,423	4,619	4,273
Reembolso	4,397	4,345	4,436
Apartamento Individual	4,371	4,226	4,482
Abrangência Nacional	4,345	4,429	4,282
Marca Operadora	3,861	3,929	3,809
Conveniências	3,608	3,655	3,573
Telemedicina	3,314	3,488	3,182

Não foram verificadas diferenças significativas em relação a consumidores com filhos ou sem filhos nesta pesquisa.

Tem Filhos?	Não	Sim	Total geral
Rede de Atendimento	4,836	4,826	4,830
Preço Mensal	4,575	4,694	4,649
Previsão de Reajuste	4,329	4,479	4,423
Reembolso	4,384	4,405	4,397
Apartamento Individual	4,288	4,421	4,371
Abrangência Nacional	4,192	4,438	4,345
Marca Operadora	3,890	3,843	3,861
Conveniências	3,767	3,512	3,608
Telemedicina	3,370	3,281	3,314

PRINCIPAIS *INSIGHTS* DA PESQUISA

Sobre atributos de escolha de plano de saúde:

1. A rede de atendimento é o item mais importante no processo de escolha do consumidor, seguido de Preço Mensal e Reajuste.

2. Os itens menos importantes são as ofertas de Telemedicina, serviços de conveniência e a marca da operadora.

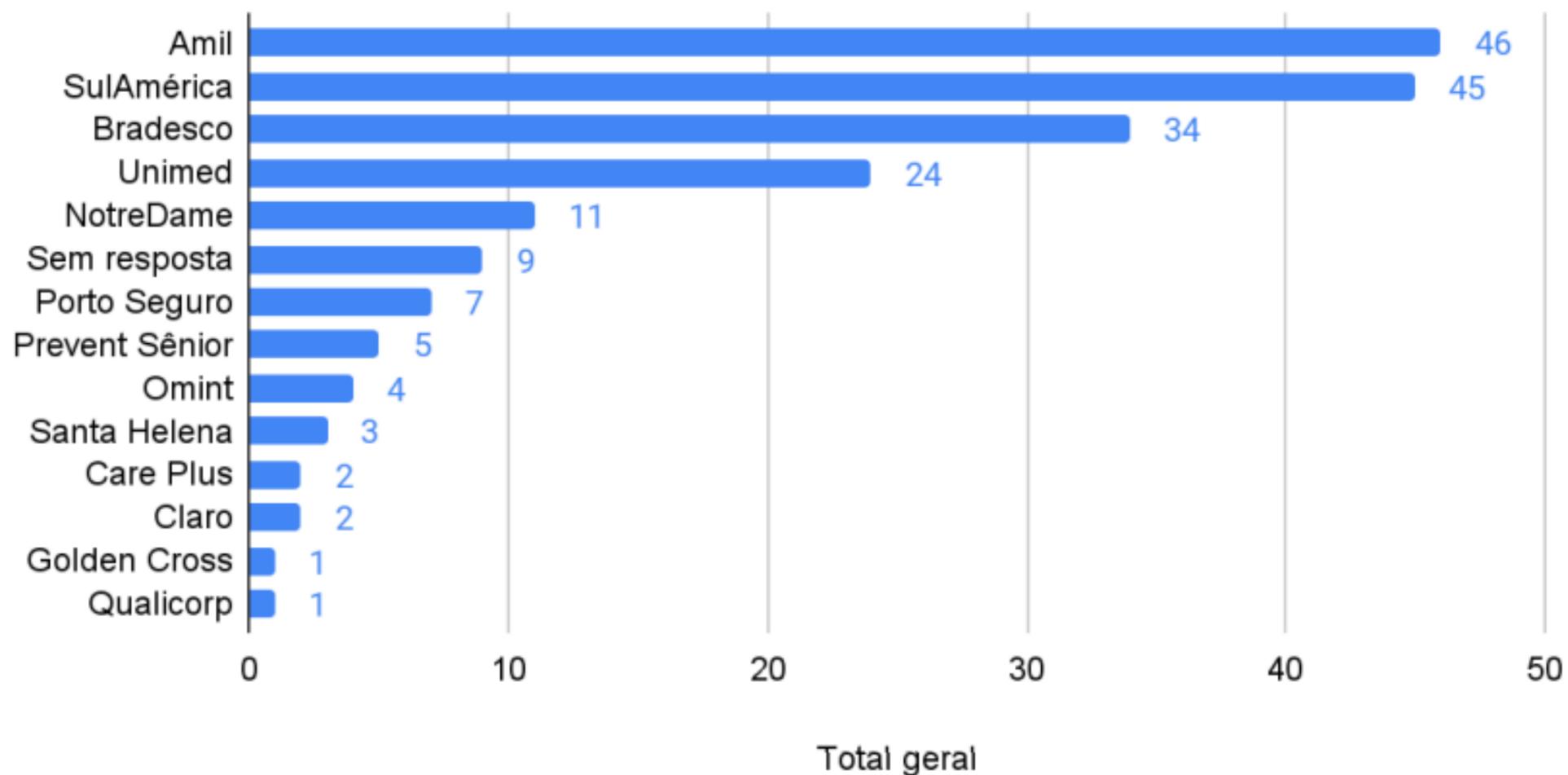
3. As pessoas mais idosas valorizam mais a previsão de reajuste do plano e preços do que a rede de atendimento. Entendemos que isso é reflexo da condição de maior utilização dos serviços por parte dos mais velhos, além de a renda familiar ser mais estável nessa faixa de idade e sem grandes possibilidades de aumento futuro. Neste caso, o medo de que o plano de saúde possa comprometer a renda é um fator mais importante que a rede de atendimento.

4. Esperávamos ter uma resposta com nota alta em relação a importância de “Preços” e “Reajustes” no fator de escolha, porém, verificamos que muitos itens que encarecem os planos de saúde não são igualmente importantes para o consumidor, como por exemplo, serviços de concierge, telemedicina, marca e abrangência nacional. Vemos uma oportunidade de baratear os custos mensais de plano de saúde, retirando itens que possam encarecer e que não se mostraram importantes para o consumidor.

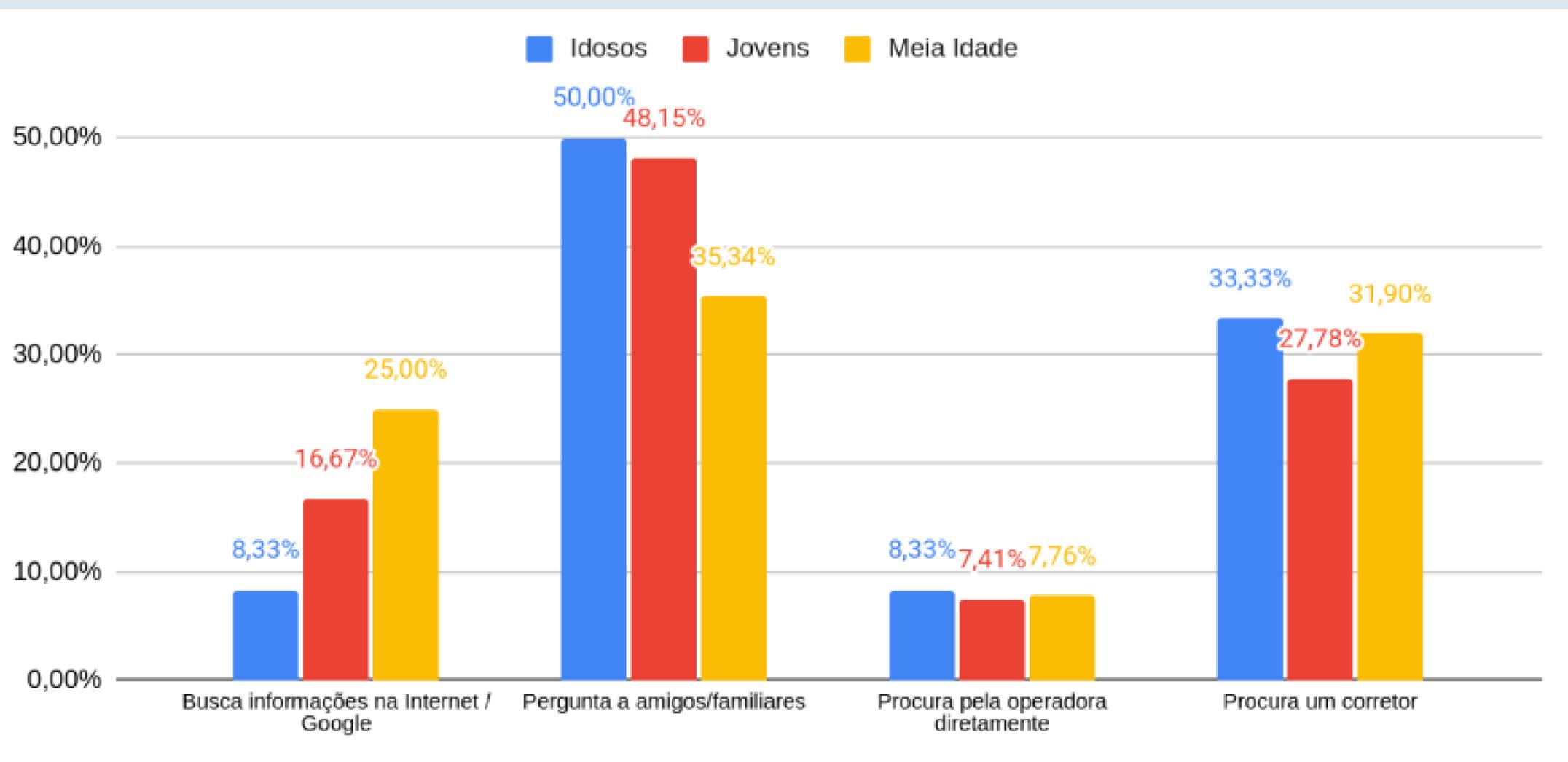
SOBRE MARCAS E CANAIS DE RELACIONAMENTO

1. As marcas de operadoras mais citadas na pesquisa são:

Qual a primeira marca de operadora que vem a cabeça quando pensa em Plano de Saúde?



2. Mesmo que Amil, Sulamérica, Bradesco e Unimed sejam as marcas mais citadas, não verificamos que o consumidor acessa as operadoras diretamente para escolher um plano, sendo o contato com uma pessoa de confiança um fator muito importante na escolha. A referência de familiares e amigos, seguida da consulta a um corretor de seguros são as formas preferidas do consumidor para buscar informações sobre planos de saúde. A busca de informações na Internet está mais presente nos mais jovens do que na faixa etária de idosos. Entendemos que a presença na Internet, do corretor ou da própria operadora é um fator relevante para as próximas gerações de consumidores.



INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Ao final do formulário, era possível utilizar um campo em branco para expressar qualquer tem que fosse importante. Abaixo temos alguns relatos de respondentes, onde a preocupação com o preço ainda se mostrou um item relevante.

“O contrato no meu plano deixa a desejar pq alguns laboratórios e hospitais foram cortados do meu plano inicial. NÃO ACHO JUSTO”

“Os planos de saúde deveriam disponibilizar com mais facilidades exames de imagem e consultas”

“Além de familiares e amigos, também consulto alguns corretores”

“Os planos deveriam ser mais baratos”

“Na nossa idade os planos são caros ,escolhemos pelo valor”

“Ocorre que, os planos de saúde estão caros demais!!”

“Os Valores dos Planos de Saúde são absurdos.”

“Por muitas vezes, pagamos convênio e não utilizamos tanto, meses e meses sem se quer fazer uma consulta, os planos de coparticipação tentam cobrir esses casos, mas não acho que é sempre a melhor escolha. Talvez o ideal seja ter uma cobertura cada vez mais justa e ajustada ao uso do plano.”

SOBRE A 3R4 SEGUROS

A 3R4 Seguros nasceu para simplificar o relacionamento de pessoas físicas e empresas de pequeno e médio porte aos diferentes planos de saúde ofertados, buscando equilibrar o custo-benefício de cada plano para cada perfil de cliente.

CONTATOS

Igor Rodrigues - Sócio

contatos@3r4.com.br

11 97314-4423

