

# PESQUISA DE SAÚDE SUPLEMENTAR

Outubro de 2024

Observatório  
Nacional da  
Indústria

**SESI** Serviço  
Social  
da Indústria

**FIESP**



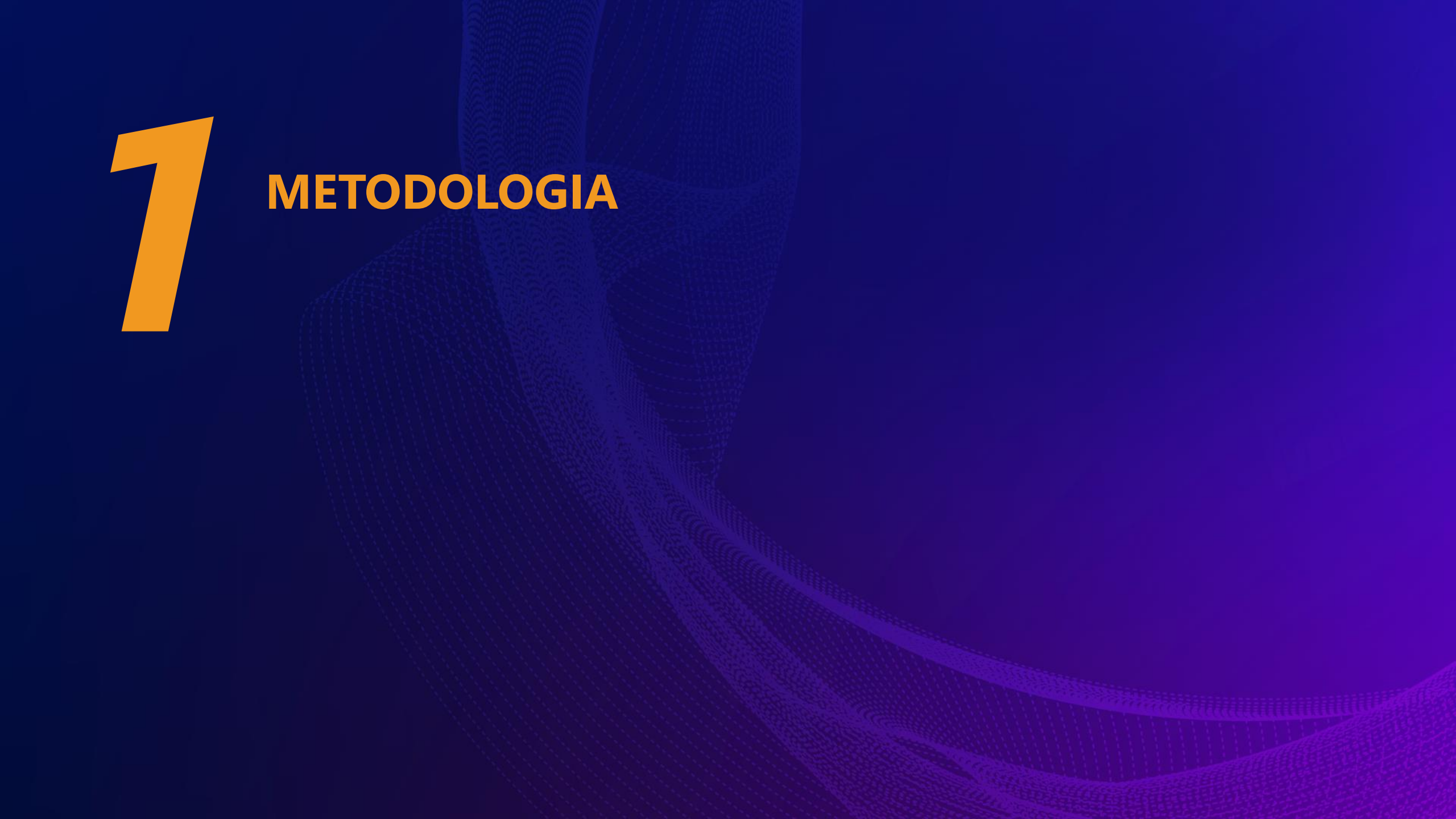
## CONTEXTO

Necessidade de compreender como as empresas industriais brasileiras se relacionam com os planos de saúde contratados.



## OBJETIVOS

Entender os desafios encontrados pelas indústrias na oferta de plano de saúde para seus trabalhadores e na gestão do plano por meio de pesquisas Qualitativa e Quantitativa.



# 1

# METODOLOGIA



## CONSIDERAÇÕES SOBRE A PESQUISA QUANTITATIVA

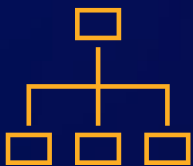
- **Objetivo:** entender os desafios encontrados pela indústria na oferta de plano de saúde para seus trabalhadores e na gestão do plano.
- **Construção do questionário:** ONI, SESI DN e FIESP
- **Respondente:** gestores responsáveis pela área de gestão do cuidado em empresas industriais brasileiras
- **Coleta:** formulário online divulgado por campanha e regionais
- **Período de coleta:** abril de 2024
- **Perfil da amostra:**

| Oferece plano? | Pequeno    | Médio      | Grande     | Total      |
|----------------|------------|------------|------------|------------|
| <b>Sim</b>     | <b>189</b> | <b>235</b> | <b>202</b> | <b>624</b> |
| Não            | 308        | 86         | 21         | 417        |
| Total          | 497        | 321        | 223        | 1.041      |

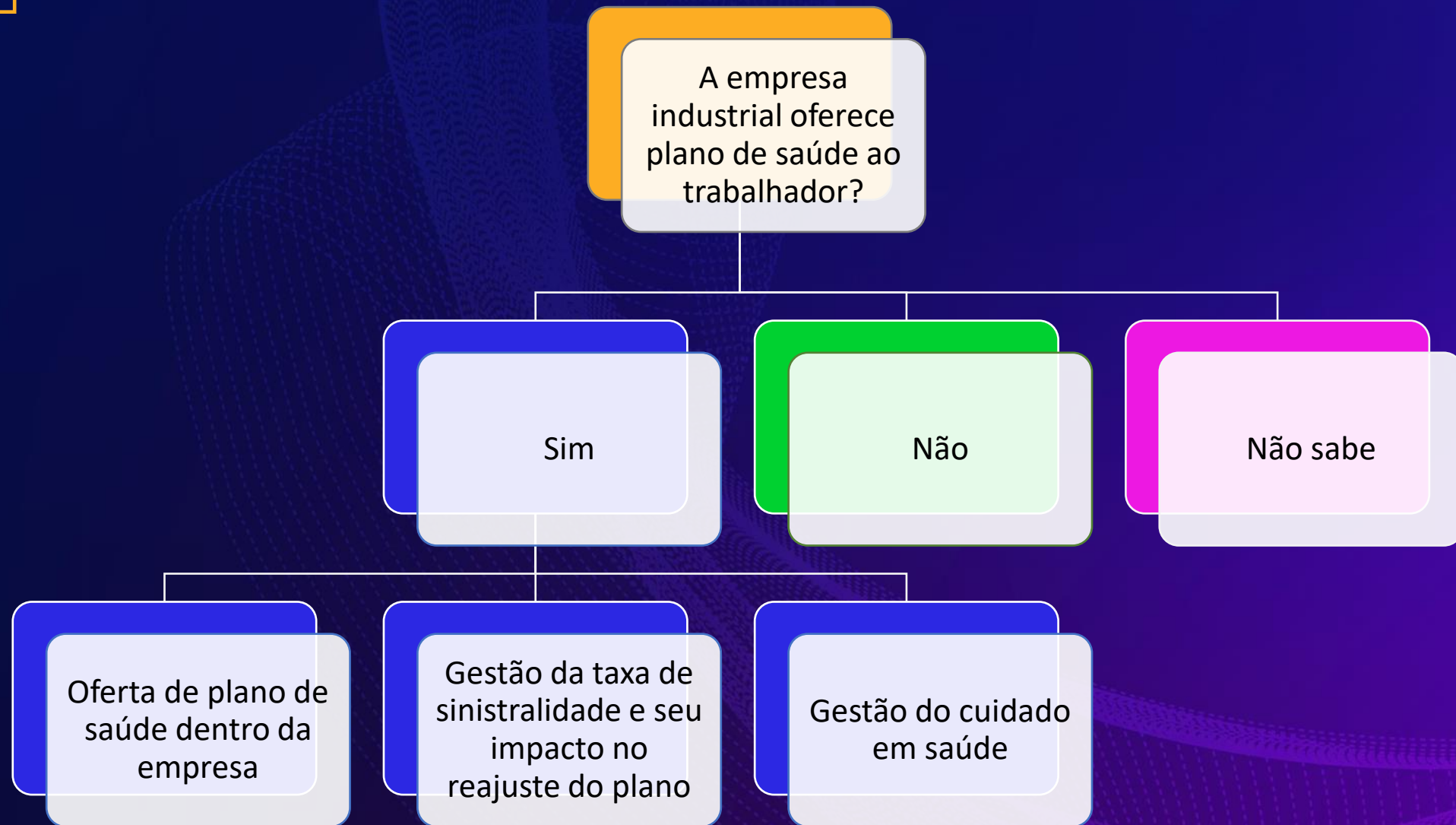


## CONSIDERAÇÕES SOBRE A PESQUISA QUALITATIVA

- **Objetivo:** entender os desafios encontrados pela indústria na oferta de plano de saúde para seus trabalhadores e na gestão do plano.
- **Construção do roteiro:** fornecedor externo com validação do ONI, SESI DN e FIESP
- **Respondente:** gestores responsáveis pela área de gestão do cuidado em empresas industriais brasileiras
- **Coleta:** entrevista em profundidade com duração média de 50 minutos
- **Período de coleta:** julho e agosto de 2024
- **Perfil da amostra:** 26 respondentes sendo
  - 10 de empresa industrial de grande porte,
  - 10 de médio porte e
  - 6 de pequeno porte



## ESTRUTURA GERAL DA PESQUISA





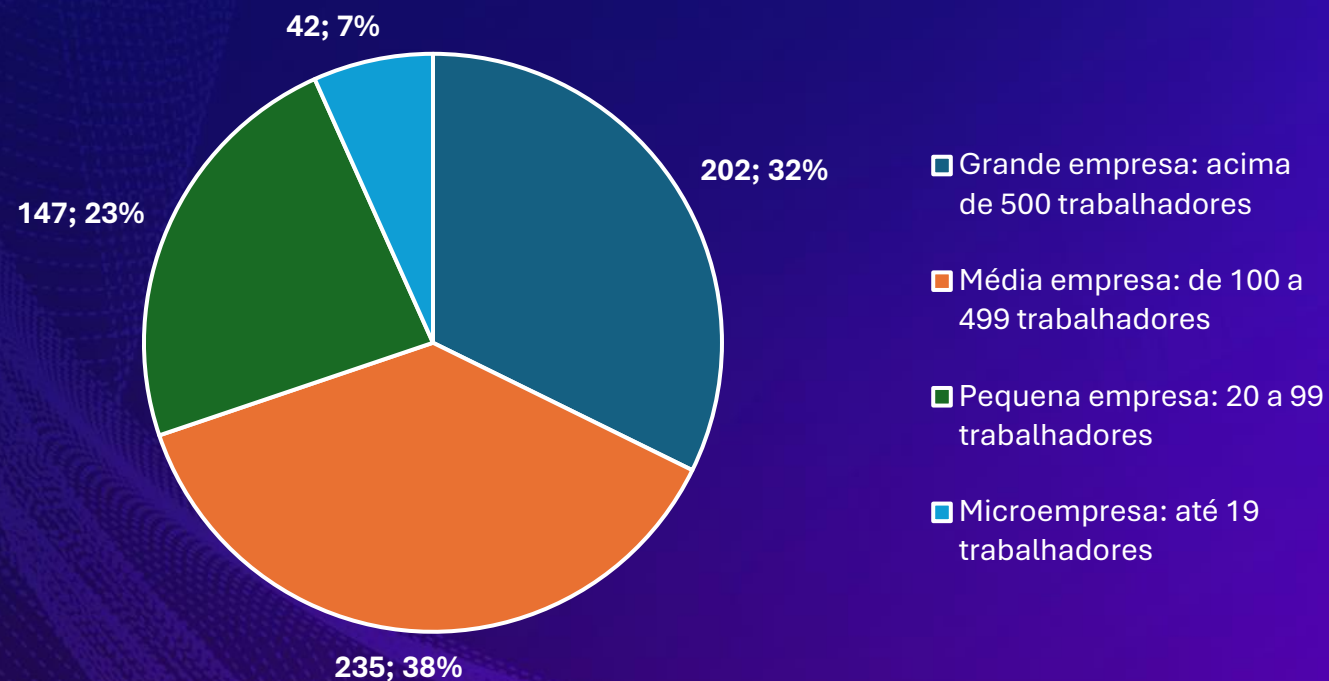
# 2

## PERFIL DOS RESPONDENTES



## PERFIL DAS EMPRESAS QUE RESPONDERAM AO FORMULÁRIO ONLINE DA PESQUISA QUANTITATIVA

**32%** dos respondentes eram de empresas de **grande porte**, **38%** de empresas de **médio porte** e **30%** de **micro e pequenas empresas**.

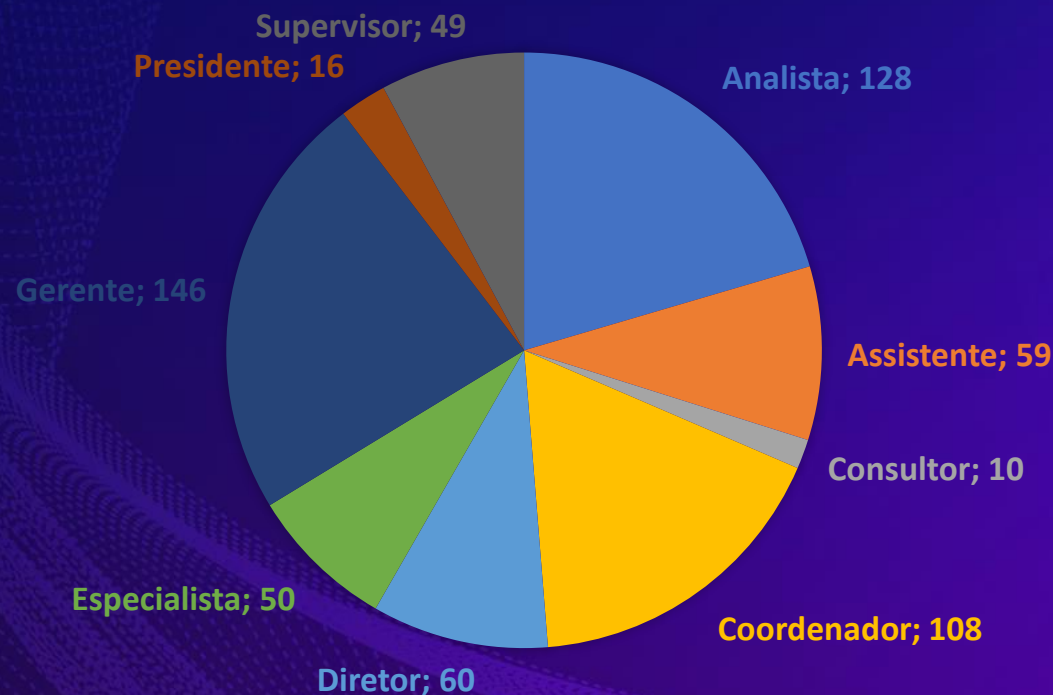




## PERFIL DO CARGO DOS RESPONDENTES DO FORMULÁRIO ONLINE DA PESQUISA QUANTITATIVA

**\*83%** estão em departamento de desenvolvimento humano (RH)

**61%** dos respondentes ocupavam posições de gestão e **39%** ocupavam posições técnicas.





## PERFIL DAS 26 EMPRESAS INDUSTRIAIS REPRESENTADAS NAS ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

### PORTE:

10 empresas de **GRANDE PORTE**  
(acima de 500 colaboradores)

10 empresas de **MÉDIO PORTE** (100 a  
499 colaboradores)

6 empresas de **PEQUENO PORTE**  
(20 a 99 colaboradores)

### LOCALIDADE:

13 empresas estão **LOCALIZADAS** no  
estado de **SÃO PAULO**

13 empresas estão **LOCALIZADAS** em  
**OUTROS ESTADOS** da federação

### INTERMEDIÁRIO:

13 empresas **CONTARAM COM**  
**CORRETORA** no momento da  
contratação do plano

13 empresas **NÃO CONTARAM COM**  
**CORRETORA** no momento da  
contratação do plano



# 3

## OFERTA DE PLANO DE SAÚDE DENTRO DA EMPRESA



# MOTIVAÇÕES PARA A EMPRESA OFERECER PLANO DE SAÚDE AO TRABALHADOR

Melhorar a qualidade de vida do colaborador

Garantir atendimentos de emergência

Reduzir o absenteísmo por razões de saúde que possam ser prevenidas

Gerar dados que permitam atuar mais estrategicamente nos problemas das pessoas

Garantir a segurança do colaborador e da sua família, quase sempre coberta, dar um suporte



Competitividade para captar mão de obra

Reter mão de obra

Faz parte dos valores da empresa-matriz (alemã, espanhola, norte-americana, belga)

Atender obrigação sindical



# MOTIVAÇÕES PARA A EMPRESA OFERECER PLANO DE SAÚDE AO TRABALHADOR

“A gente oferta plano de saúde porque **DIMINUI O ABSENTEÍSMO E O TURNOVER**, então é por isso que a gente tem um plano de saúde aqui na empresa.

*Pequeno porte sem corretora*



“Globalmente a empresa se preocupa muito com o bem-estar e a qualidade dos seus funcionários, então isso, o benefício já existia antes da minha entrada, que tem cerca de nove anos na empresa e esse benefício na verdade é para uma questão de **OBRIGAÇÃO SINDICAL**, existe um alinhamento com o sindicato dessa aqui, indica a oferta de benefício do plano de saúde aos seus funcionários.

*Grande porte com corretora*



“É um benefício em primeiro lugar, faz parte da nossa carta de benefícios. É um **ATRATIVO QUANDO VAI SE BUSCAR POR UM CANDIDATO**, por mão de obra especializada, técnica especializada. Nosso setor é um setor bastante competitivo, muito técnico, e são colaboradores de nível técnico apurado, mesmo os que vão trabalhar na produção, tem bastante nível técnico exigido. Então, precisa ter essa troca. Só um salário não daria. Tem que ter mais, algo a mais para atrair, captar esse candidato, esse colaborador, e acredite, faz muita diferença o plano de saúde. Entre todos os nossos benefícios, chama muita atenção. **RETÉM TALENTOS**.

*Médio porte com corretora*





## CARACTERÍSTICAS MAIS OBSERVADAS DURANTE A CONTRATAÇÃO DE PLANO DE SAÚDE

As empresas desejam um plano que possa atender com rapidez as necessidades dos trabalhadores nas **DIFERENTES PLANTAS OU CIDADES** onde atuam com um **CUSTO-BENEFÍCIO FAVORÁVEL. A OFERTA DE OPÇÕES É, ÀS VEZES, LIMITANTE.**

Abrangência da rede de atendimento local, nacional ou regional, segundo cada necessidade dos negócios das empresas

Qualidade da rede credenciada: amplitude de especialidades cobertas, hospitais e laboratórios

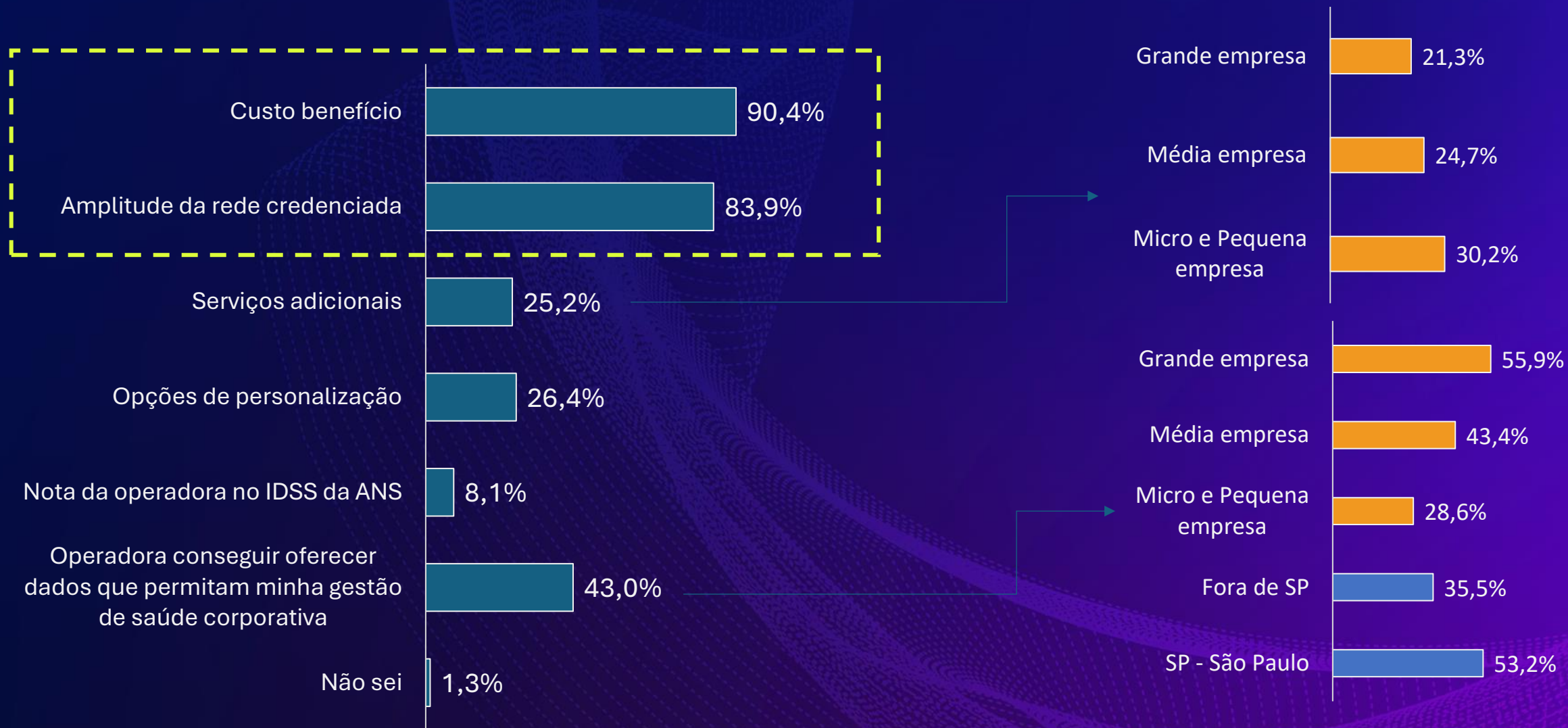
Custo para a empresa (nem sempre determinante em mercados com poucas opções)

Custo para o colaborador (quando adotam coparticipação)

Experiência de longa data com parceria e satisfação no serviço, renovando o contrato

Oferecer sistema pós-pago para desconto na folha de pagamento

# **CARACTERÍSTICAS MAIS OBSERVADAS DURANTE A CONTRATAÇÃO DE PLANO DE SAÚDE**



**Fonte:** Pesquisa Quantitativa de Saúde Suplementar, 2024.

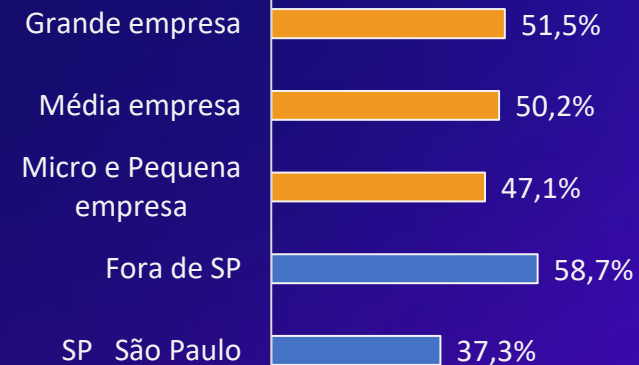


## SATISFAÇÃO COM O PLANO DE SAÚDE CONTRATADO, TANTO NA PESQUISA QUANTITATIVA QUANTO NA QUALITATIVA, TEM **MAIOR CONCENTRAÇÃO EM NOTAS 7 E 8**

50,3%

49,7%

**METADE** dos contratantes  
dão nota de satisfação  
**INFERIOR A 8.**



Em geral, as pesquisas de mercado apontam o valor de referência de 70% como um bom sinal para o indicador de satisfação. Contudo, **apenas 49,7% dos respondentes se declararam satisfeitos com o plano de saúde contratado**. Assim, o fato de a metade dos respondentes atribuir notas de 0 a 6 denota **PONTO DE ALERTA**.



# CANAIS DE **SATISFAÇÃO E INSATISFAÇÃO** COM O PLANO DE SAÚDE CONTRATADO



Cobertura da rede e capilaridade

Flexibilidade no atendimento

Proximidade no relacionamento com a gestão

Aderentes às necessidades da empresa

Ter uma pessoa dedicada para atender a contratante

Relatórios de uso dos serviços

Proatividade em trazer soluções para os problemas detectados



Redução da rede credenciada

Demora na marcação de atendimentos eletivos

Descredenciamentos frequentes de médicos, rotatividade

Demora em autorização de algumas especialidades (psicologia, por exemplo)

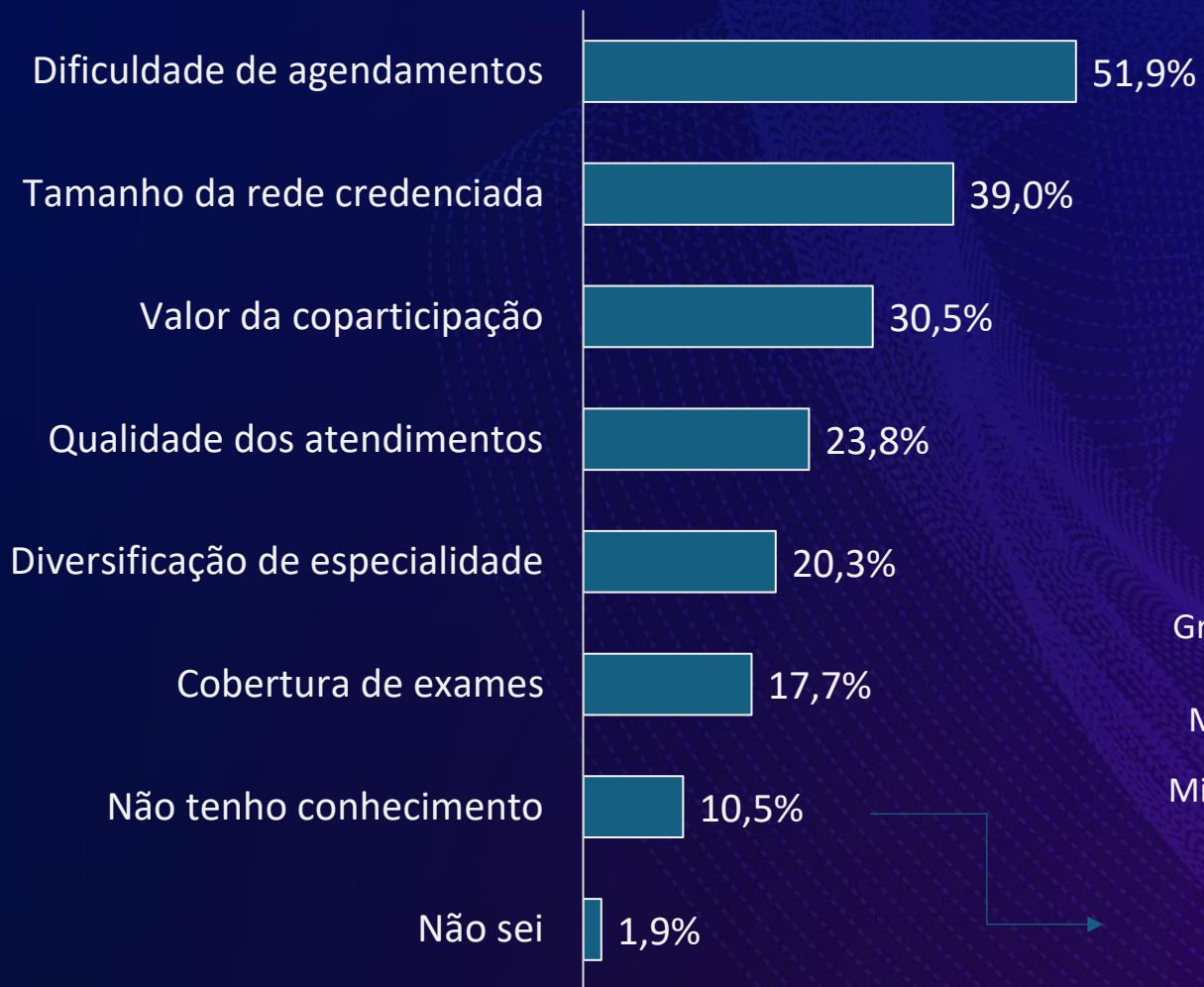
Dificuldade de auditar as contas da seguradora

Aumento dos custos de utilização (percentual do valor do procedimento)

Não haver registro de prontuário do paciente, gerando repetição desnecessária de exames

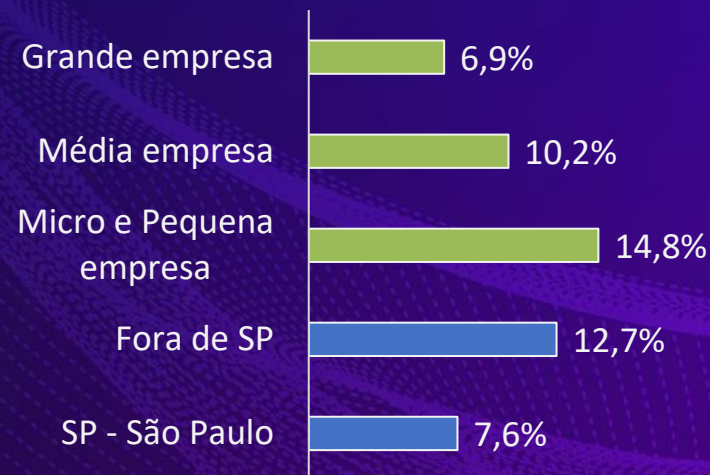
Deficiência de informações sobre rede credenciada nos aplicativos da operadora

# RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES POR PARTE DOS FUNCIONÁRIOS EM RELAÇÃO AO USO DO PLANO DE SAÚDE



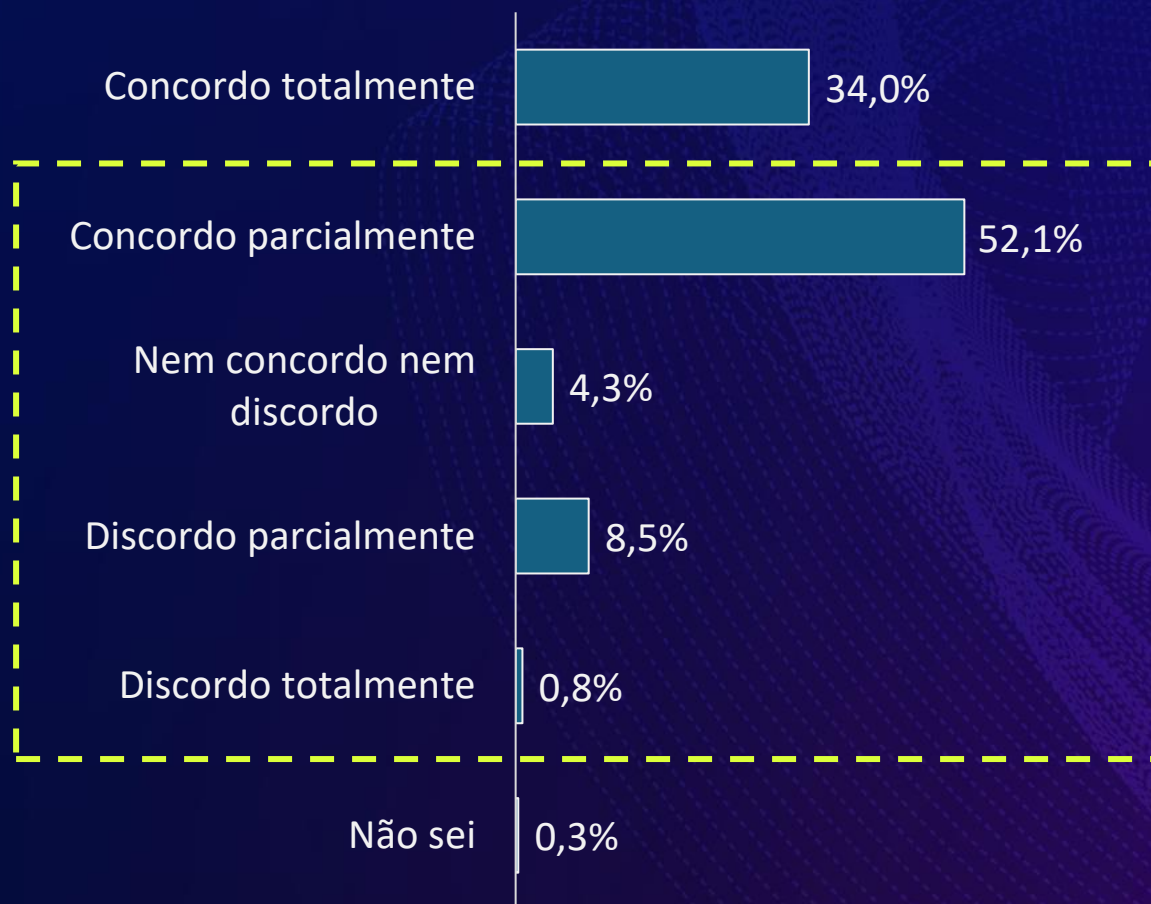
Algumas das reclamações identificadas podem ser **MITIGADAS** pela **BOA GESTÃO DO CONTRATO DO PLANO PELA PRÓPRIA EMPRESA** ao negociar os benefícios. Em especial, as reclamações referentes a:

- 1) Diversificação de especialidades;
- 2) Cobertura de exames;
- 3) Tamanho da rede credenciada;
- 4) Valor da coparticipação.





**APENAS 34% DOS RESPONDENTES CONCORDAM TOTALMENTE COM A AFIRMAÇÃO "O PLANO DE SAÚDE ATENDE AS NECESSIDADES MAIS COMUNS APRESENTADAS PELOS TRABALHADORES DA EMPRESA"**



**64,7%**

**HÁ ESPAÇO PARA A MELHORIA NA OFERTA DOS PLANOS**, em especial sobre a oferta de **SERVIÇOS PERSONALIZADOS** para os perfis do trabalho desempenhado pelas empresas e seus trabalhadores.

## SATISFAÇÃO COM O PLANO



*Se eu for botar dentro de um percentual, eu te diria que eu **estou 80% satisfeita** com os nossos planos de saúde pela escuta que eu tenho dos colaboradores. Então, quando eu estou te falando de **80%, eu estou falando por eles, por aquilo que a gente recebe como demanda.***

*Médio porte com corretora*



***Dou nota 5.** Tem algumas questões que são nebulosas, eu **gostaria muito que o plano de saúde fosse um atendimento pessoal familiar,** porque o funcionário que vai no atendimento de pronto socorro, lhe são solicitados vários exames, uma semana depois se ele vai num atendimento de pronto socorro de novo, vão ser solicitados os mesmos exames, isso não traz benefício nem para o funcionário e nem para o plano e nem pra saúde do plano.”*

*Grande porte com corretora*



***Eles têm muita dificuldade de marcar consulta eu percebo que toda semana eu recebo descredenciamento de médicos e eu percebo que demora para voltar de um novo médico para aquela vaga.** Então, no ano passado eu não tinha grandes informações, porque eu também sou nova na empresa, mas esse ano eu já tenho muitas outras informações que eu vou discutir. **Então eu daria, nesse momento, uma nota 8 para o meu plano,** que eu percebo essa dificuldade de ser fácil você entender com o médico e essa grande rotatividade esse grande turnover do corpo clínico*

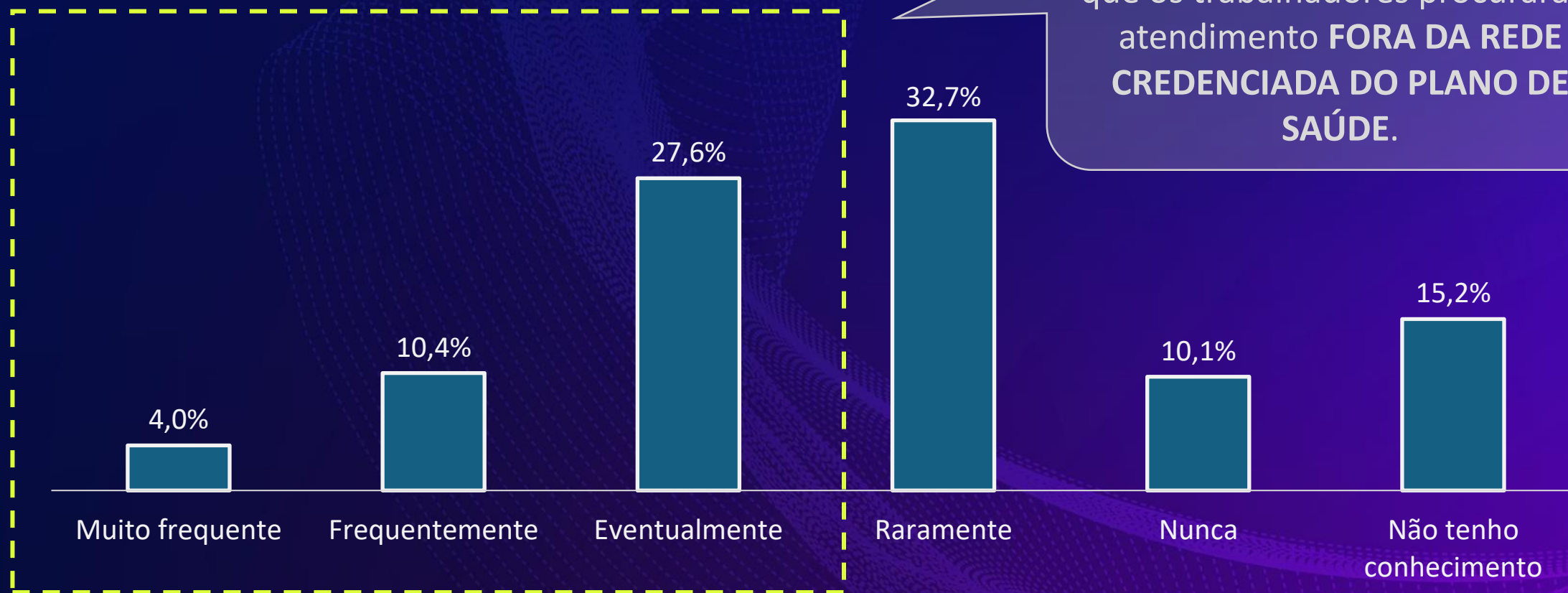
*(Pequeno porte sem corretora)*





## MESMO COM PLANO DE SAÚDE, TRABALHADORES AINDA SENTEM **NECESSIDADE DE RECORRER AO SUS OU À REDE PARTICULAR DE SAÚDE**

42% dos contratantes afirmaram que os trabalhadores procuraram atendimento **FORA DA REDE CREDENCIADA DO PLANO DE SAÚDE.**

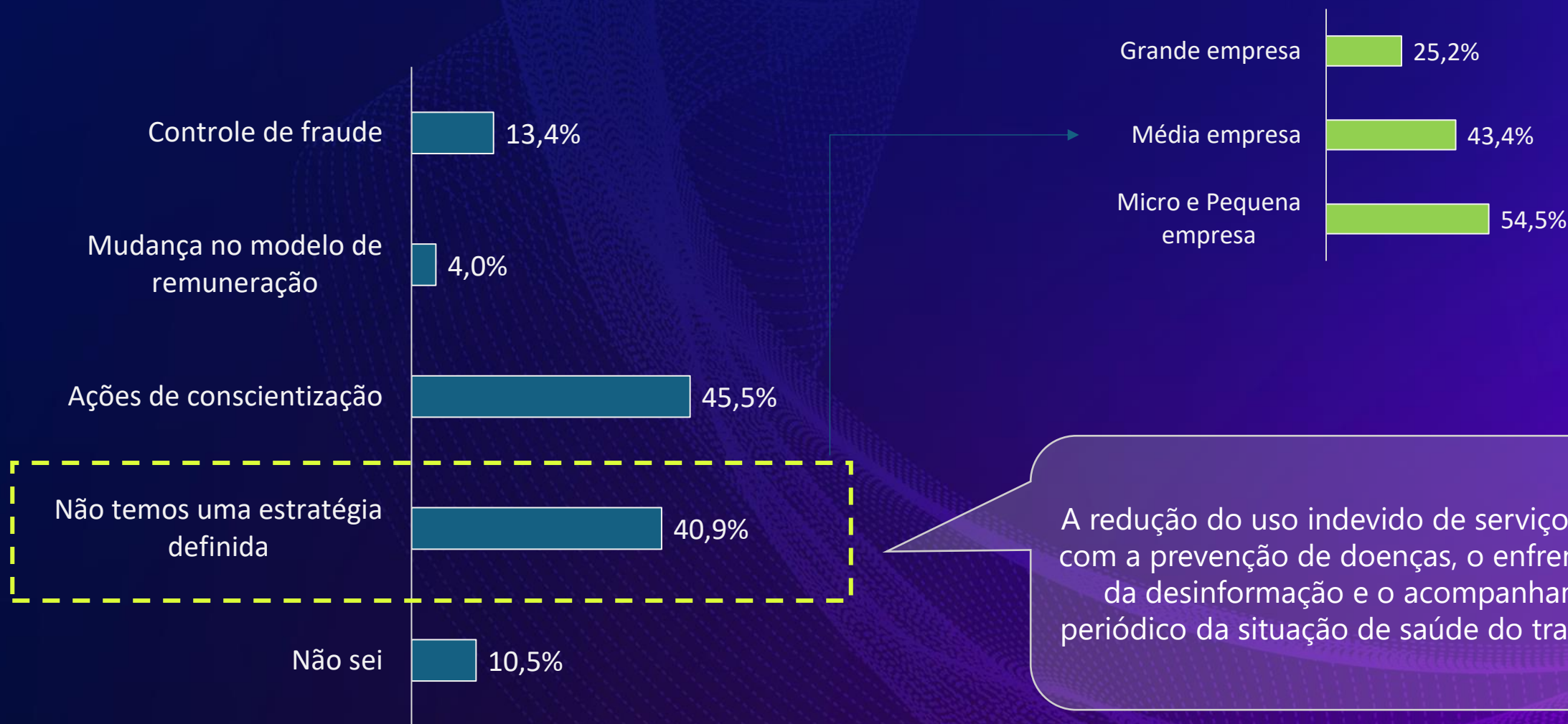


# 4

## GESTÃO DA TAXA DE SINISTRALIDADE E SEU IMPACTO NO REAJUSTE DO PLANO



## 41% DAS EMPRESAS NÃO ADOTAM ESTRATÉGIA PARA GERENCIAR A SINISTRALIDADE





## 45% DAS EMPRESAS ADOTAM AÇÕES DE CONSCIENTIZAÇÃO COMO ESTRATÉGIA PARA GERENCIAR A SINISTRALIDADE





## ESTRATÉGIAS PARA GERENCIAR A SINISTRALIDADE

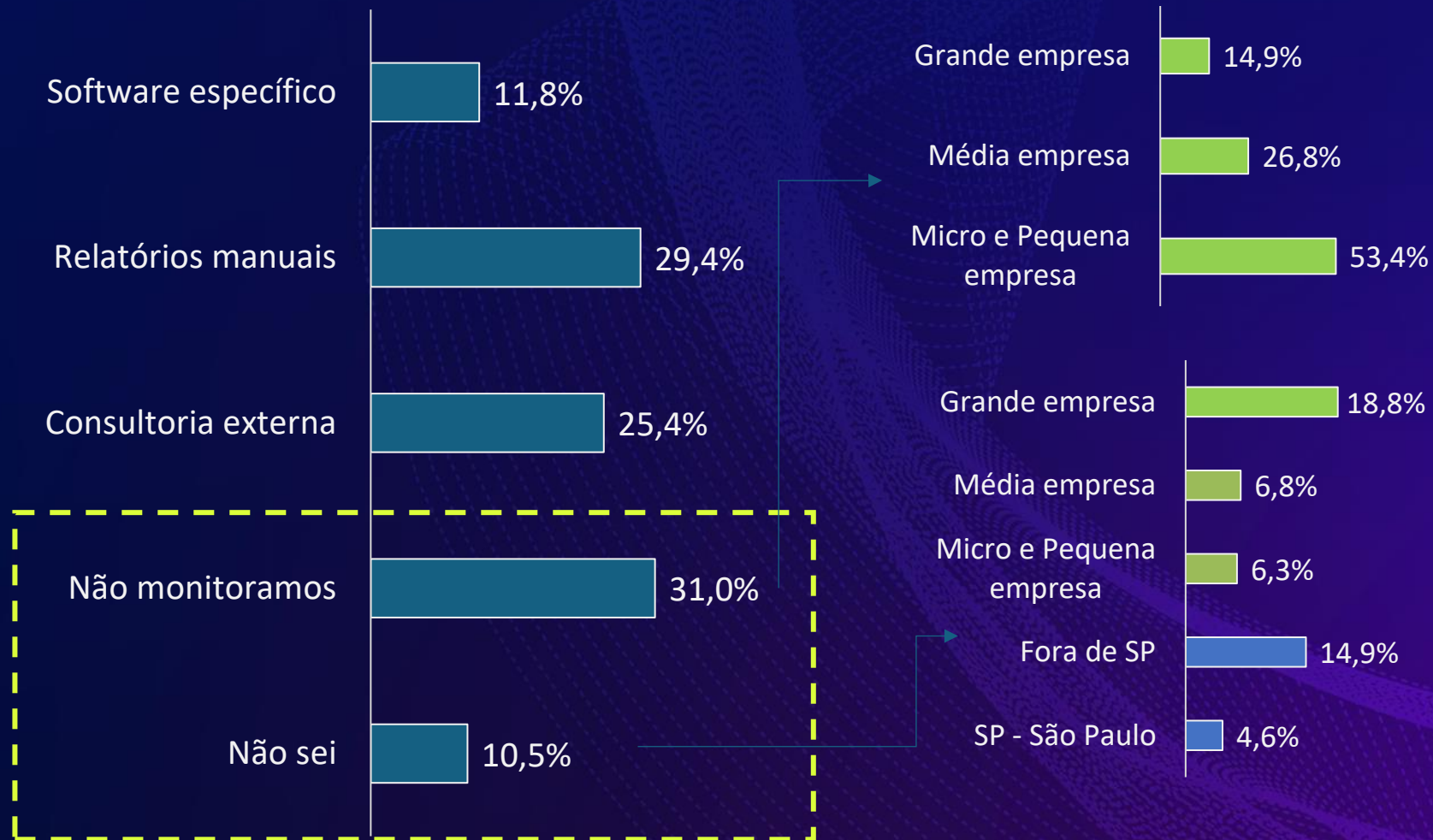
Cada empresa adota seus mecanismos, em alguns casos mais abrangentes que a coparticipação. Nas grandes e em algumas médias empresas a efetividade das ações é medida em pesquisas de clima.

Estratégias adotadas para gerenciar a sinistralidade:

- Adotar a **coparticipação**;
- Acompanhar o nível de **utilização do plano**;
- Dialogar com colaboradores quando **identificado uso excessivo** do plano sem a necessidade, mas por desinformação;
- Estimular o **atendimento virtual**, que tem custo menor para a operadora;
- Buscar alternativas no **SUS** para atendimentos sem custo para o colaborador (psicólogos, por exemplo);
- Promoção de ações de relaxamento, combate ao estresse ou *burn out*, programas de “felicidade”, para reduzir demandas de atendimento de doenças que têm **origem emocional**.



# FERRAMENTAS OU MÉTODOS ADOTADOS PELAS EMPRESAS PARA **MONITORAR A UTILIZAÇÃO E SINISTRALIDADE** DOS PLANOS DE SAÚDE



**Cerca de 40% das empresas **não** monitoram a sinistralidade ou não sabem sobre os métodos utilizados.**



## OUTRAS FORMAS DE MONITORAMENTO DA SINISTRALIDADE LEVANTADOS PELA PESQUISA QUALITATIVA

### Formas de monitoramento adotadas

- Acompanhar o pós-pagamento, identificando **desvios de padrão no faturamento**;
- Acompanhamento do **faturamento, via corretora**;
- Orientando o colaborador a verificar se a **cobrança** dos procedimentos está correta;
- Uso de **ferramenta de dados** (BI) da corretora;

### Formas que poderão considerar para reduzir o custo

- Introduzir um médico do trabalho para **gerir os atestados**;
- **Entender o absenteísmo** que gera custos;
- **Modificar a cobertura** de familiares (limitar a 21 anos idade dos filhos que poderão ter cobertura)



## MONITORAMENTO DA SINISTRALIDADE E DIFICULDADE DE COMPREENSÃO DO SEU CONCEITO

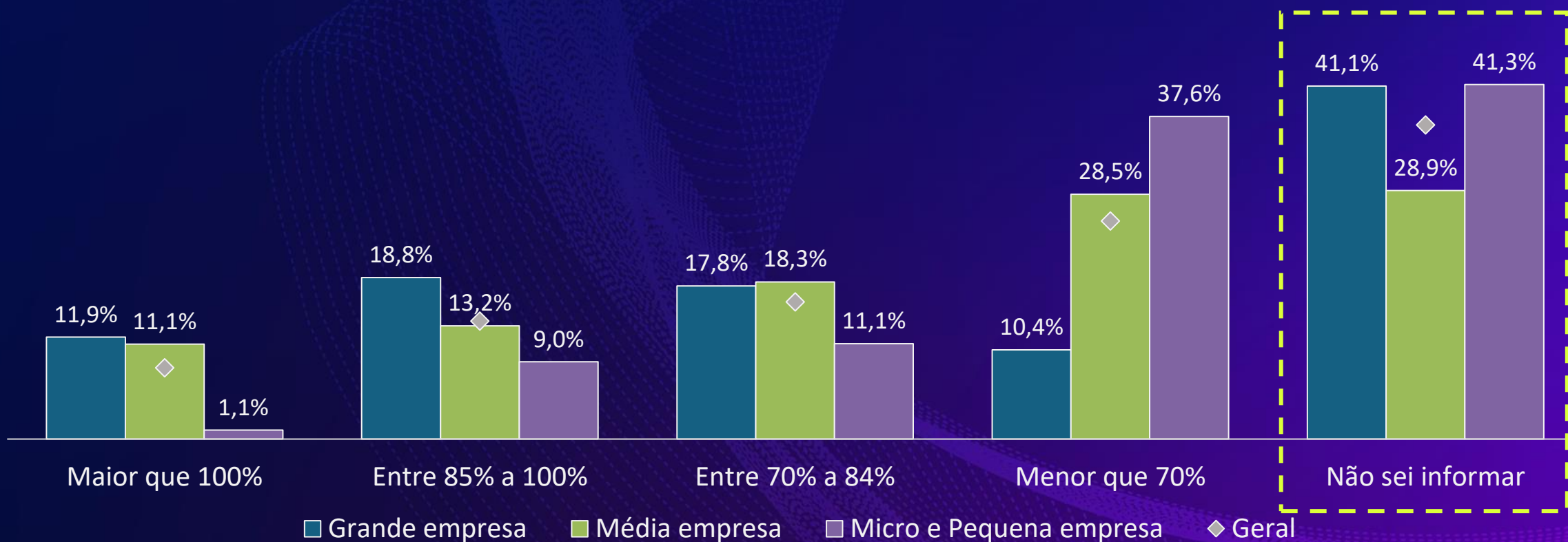
É comum nas grandes e médias empresas o controle de custos decorrentes do **CONSUMO DE PROCEDIMENTOS (SINISTRALIDADE)**. Mesmo entre as poucas empresas que não adotaram coparticipação este índice também tem relevância, pois é usado na negociação. Nas de pequeno porte o custo é muito importante, mas há menos controle sistemático de custos fora do faturamento dos planos.

A Pesquisa Qualitativa alertou para uma **dificuldade de entendimento do termo “sinistralidade”** por parte das pessoas entrevistadas. Após explicação do conceito, os entrevistados acabavam por reconhecer. A sinistralidade foi chamada em alguns momentos de “consumo de procedimentos”.

Se a dificuldade com o conceito for generalizada, ela **pode impactar os resultados da Pesquisa Quantitativa**. Portanto, os resultados referentes à sinistralidade precisam ser analisados com cuidado.

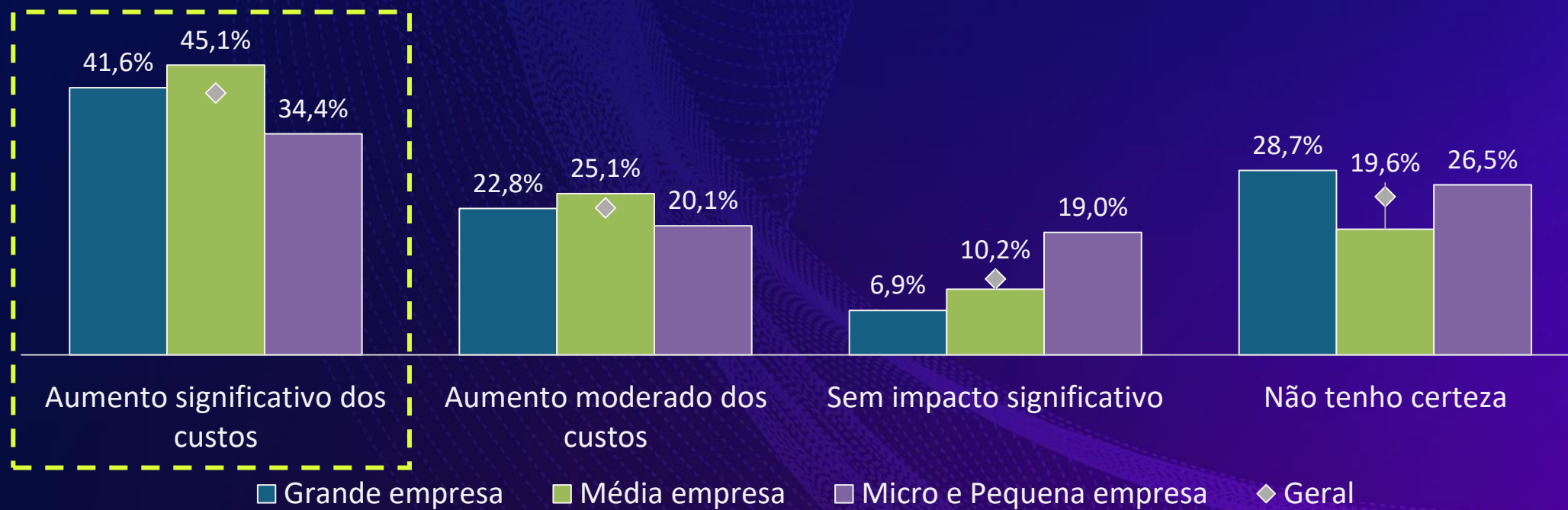


ENTRE AS EMPRESAS QUE CONHECEM A TAXA DE SINISTRALIDADE, O **PORTE** DA EMPRESA SE MOSTRA **RELEVANTE**. CONTUDO, VALE NOTAR QUE **37% DAS EMPRESAS NÃO SABEM INFORMAR A TAXA**





## IMPACTO DA SINISTRALIDADE NOS REAJUSTES DOS PLANOS DE SAÚDE





## 72% DAS EMPRESAS **ADOTAM** MECANISMOS DE **COPARTICIPAÇÃO** AO CONTRATAR PLANO DE SAÚDE PARA SEUS TRABALHADORES

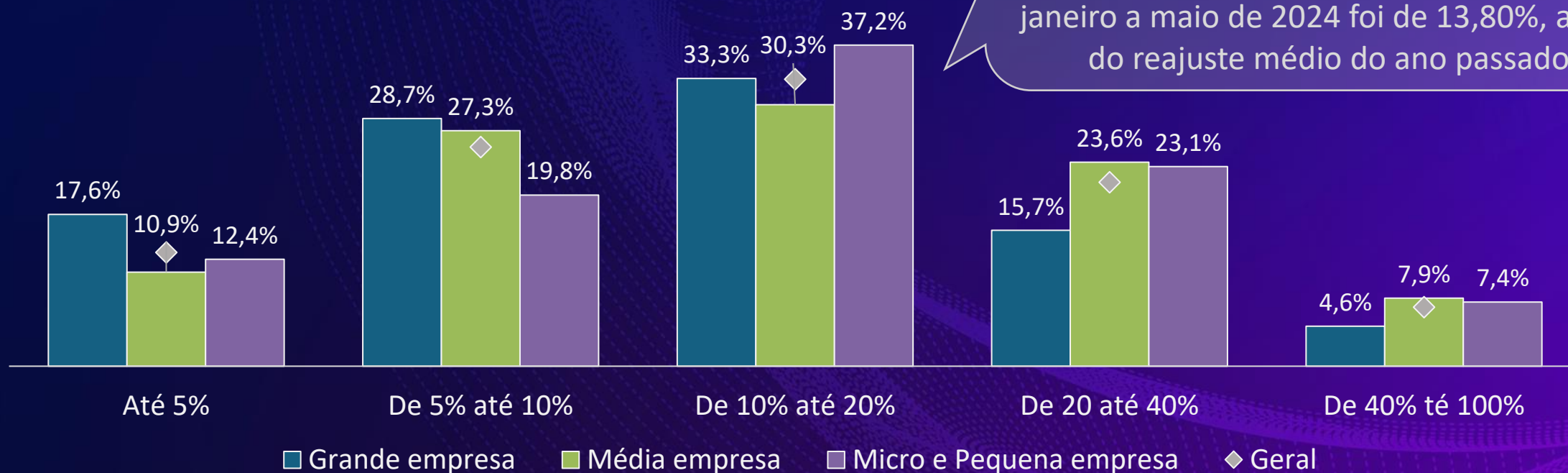
Na Pesquisa Qualitativa, quase todas as empresas consultadas, independentemente de seu porte, adotaram planos de saúde com coparticipação dos colaboradores **VISANDO REDUZIR A SINISTRALIDADE E O CUSTO.**





## QUASE 40% DOS RESPONDENTES NÃO TEM CONHECIMENTO SOBRE O VALOR DO ÚLTIMO REAJUSTE DO PLANO.

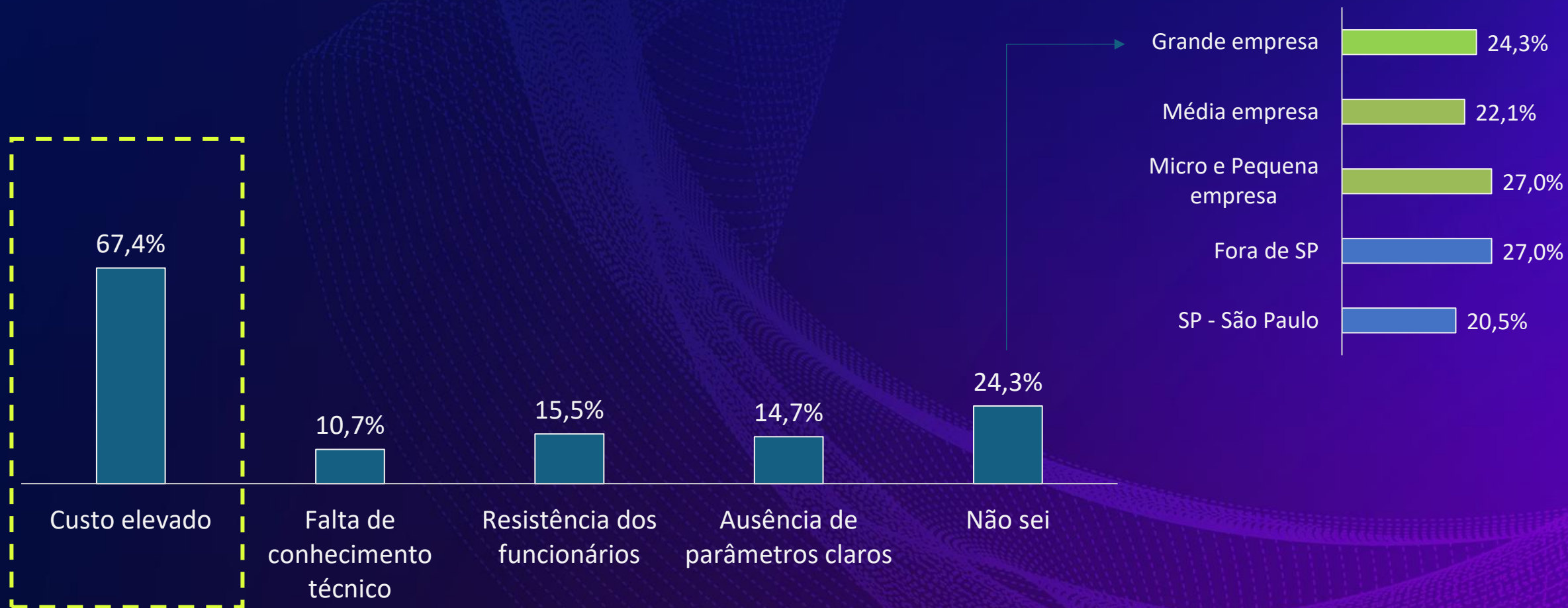
\*OS DADOS ABAIXO SÃO REFERENTES ÀQUELES QUE SABEM O VALOR DO REAJUSTE



**REAJUSTE MÉDIO** das empresas industriais pesquisadas foi de **17,5%**. Segundo ANS, o reajuste médio aplicado aos contratos coletivos de assistência médico-hospitalar de janeiro a maio de 2024 foi de 13,80%, abaixo do reajuste médio do ano passado.



## 67% DAS EMPRESAS CONSIDERAM O **CUSTO ELEVADO** COMO A **PRINCIPAL BARREIRA** PARA IMPLEMENTAR MELHORIAS AOS PLANOS OFERTADOS AOS SEUS TRABALHADORES





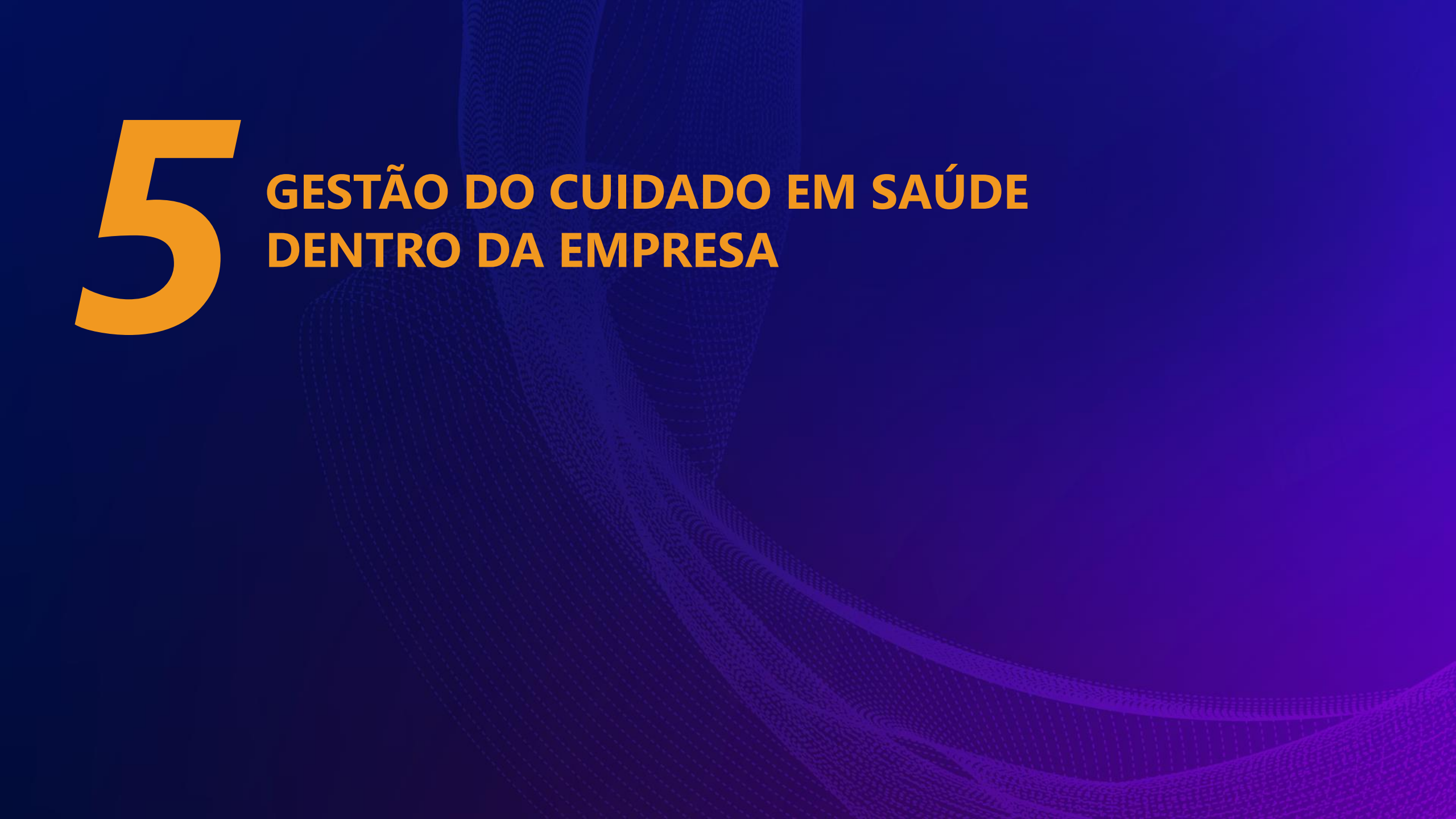
## O PROCESSO DE REAJUSTE É SEMELHANTE ENTRE AS EMPRESAS: QUASE SEMPRE TÊM COMO PARÂMETRO O ÍNDICE DE SINISTRALIDADE E A INFLAÇÃO MÉDICA

### O PROCESSO:

1. É liderado pelas corretoras ou, quando não há o intermediário, pelo RH nas empresas de grande porte. Nas de médio ou pequeno porte, pode envolver outros gestores.
2. Se estão satisfeitas com o atendimento, preferem manter a mesma operadora e tentam negociar. Foi a prática mais frequente.
3. Se não estão satisfeitas com a qualidade do atendimento e não obtiveram melhorias, fazem cotações entre outras disponíveis, quando existem.

### USAM NA NEGOCIAÇÃO:

1. Cotações de outros planos
2. Sinistralidade, geralmente obtida nos relatórios do plano
3. Queixas ou insatisfações dos colaboradores: dificuldade de acesso, descredenciamentos

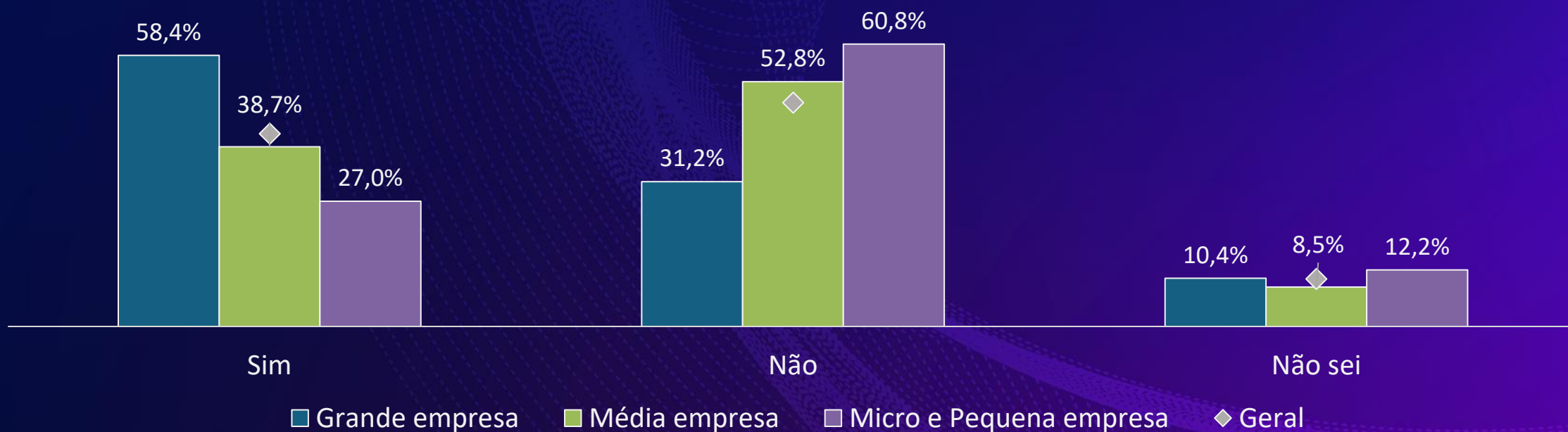


5

## GESTÃO DO CUIDADO EM SAÚDE DENTRO DA EMPRESA

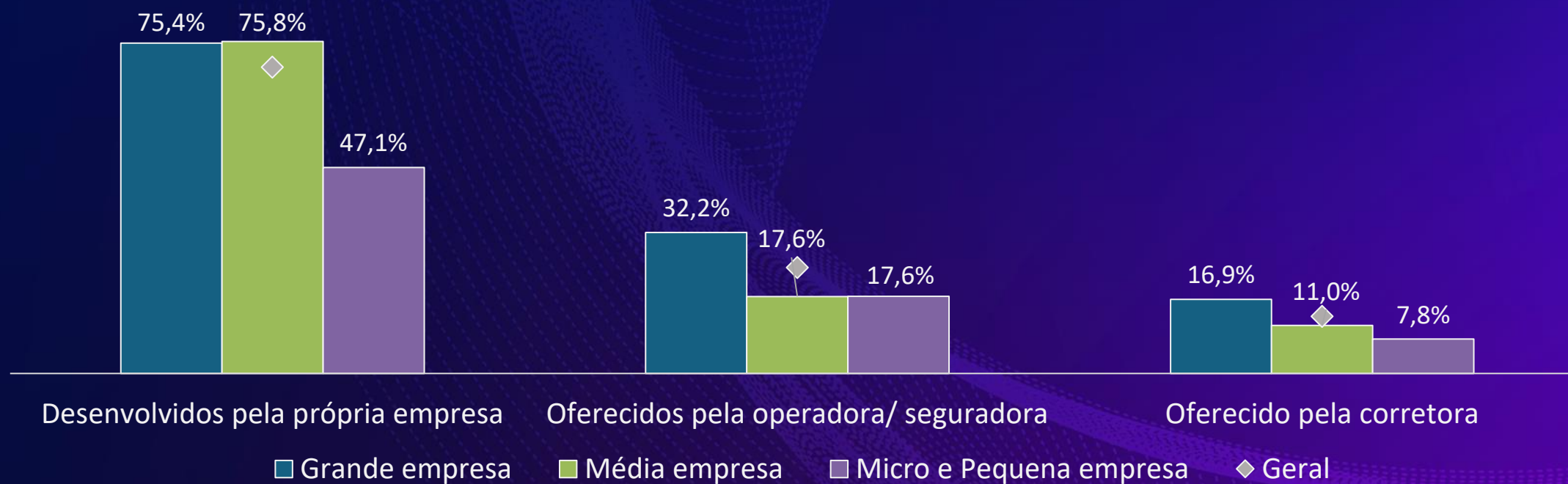


**48% DAS EMPRESAS DECLARAM NÃO HAVER PROGRAMAS DE SAÚDE ATIVOS NA EMPRESA E 10,2% NÃO SABEM SE EXITEM PROGRAMAS**





## O DESENVOLVIMENTO DE PROGRAMAS VOLTADOS À SAÚDE PELA PRÓPRIA EMPRESA SE CONCENTRAM EM EMPRESAS DE GRANDE E MÉDIO PORTE





## MONITORAMENTO DE NECESSIDADES DE SAÚDE DO COLABORADOR

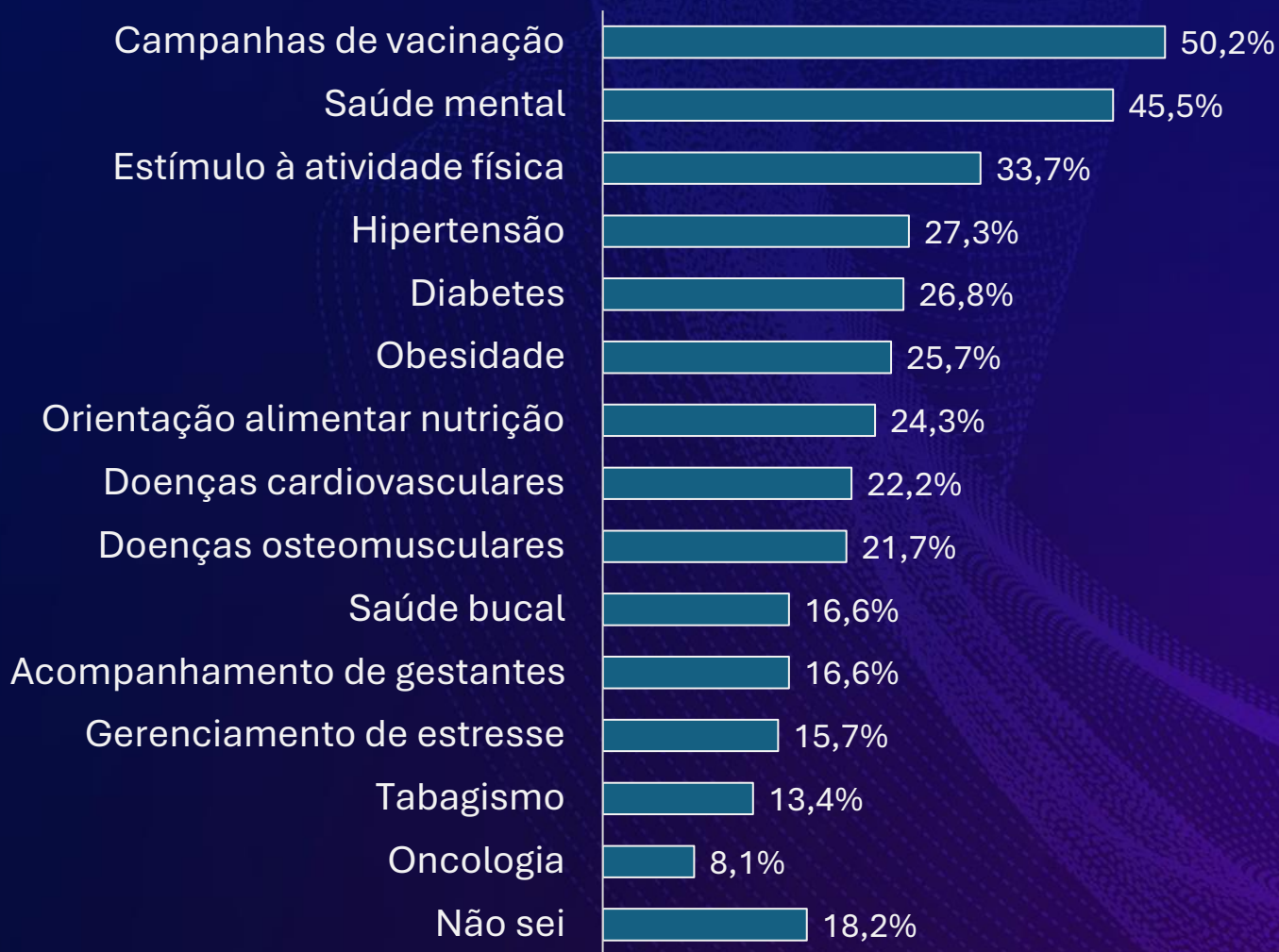
Grandes e médias empresas monitoram formal ou informalmente as necessidades de saúde dos colaboradores. As empresas multinacionais são as mais ativas neste monitoramento e revelam visão mais estratégica, para projetar ações preventivas. As de menor porte acompanham mais informalmente, geralmente sem realizar um monitoramento estruturado

### Formas de monitoramento:

- **Dados de uso** dos planos de saúde que sinalizam incidências que devem gerar ações corretivas ou preventivas
- **Atendimentos de médicos** do trabalho, que geram sinalizações de tendências entre colaboradores
- **Diálogos com as lideranças**, que trazem informações sobre ocorrências potencialmente geradoras de ação preventiva ou adições de benefícios
- Compilação de **atestados médicos** apresentados pós atendimento
- Intercâmbio com **outras empresas** para entender o contexto mais amplo da região e dos colaboradores
- Programa Viva Mais do **SESI**
- Levantamento via **consultoria** do perfil de saúde dos colaboradores (pontual)



## LINHAS DE CUIDADO PRIORIZADAS PELOS PROGRAMAS DE PROMOÇÃO À SAÚDE NAS EMPRESAS



\*Na pesquisa quanti as linhas de cuidado foram pré selecionadas e os respondentes indicavam quais destas linhas eram priorizadas na sua empresa.



## OFERTA DE OUTROS SERVIÇOS VOLTADOS À PROMOÇÃO DA SAÚDE

Cada empresa oferece um perfil próprio de serviços para promover saúde física e mental. Algumas de grande ou de médio porte têm amplo leque de prioridades, principalmente as multinacionais. As de menor porte tendem a ter um ou dois serviços além do plano de saúde.

### O que oferecem:

- Campanhas de vacinação contra a gripe
- Programas de redução do tabagismo
- Ginástica Laboral (parceria com o SESI)
- Incentivo à atividade física com descontos em academias, ioga, pilates
- Oferta de pratos fitness no refeitório interno
- Acompanhamento de gestantes
- Campanha de odontologia ( via SESI) ou plano odontológico)
- Oficinas terapêuticas ( da UNIMED)
- Ergonomia
- **Conscientização sobre vícios de jogos online**
- **Revezamento de atividades para evitar perda auditiva**
- Semana da Saúde bianual
- Programa 0800 ( colaborador liga e tem acompanhamento psicológico)
- Programa de Saúde e Bem estar ( Be well) - abrange muitos aspectos
- **Descontos em farmácias**

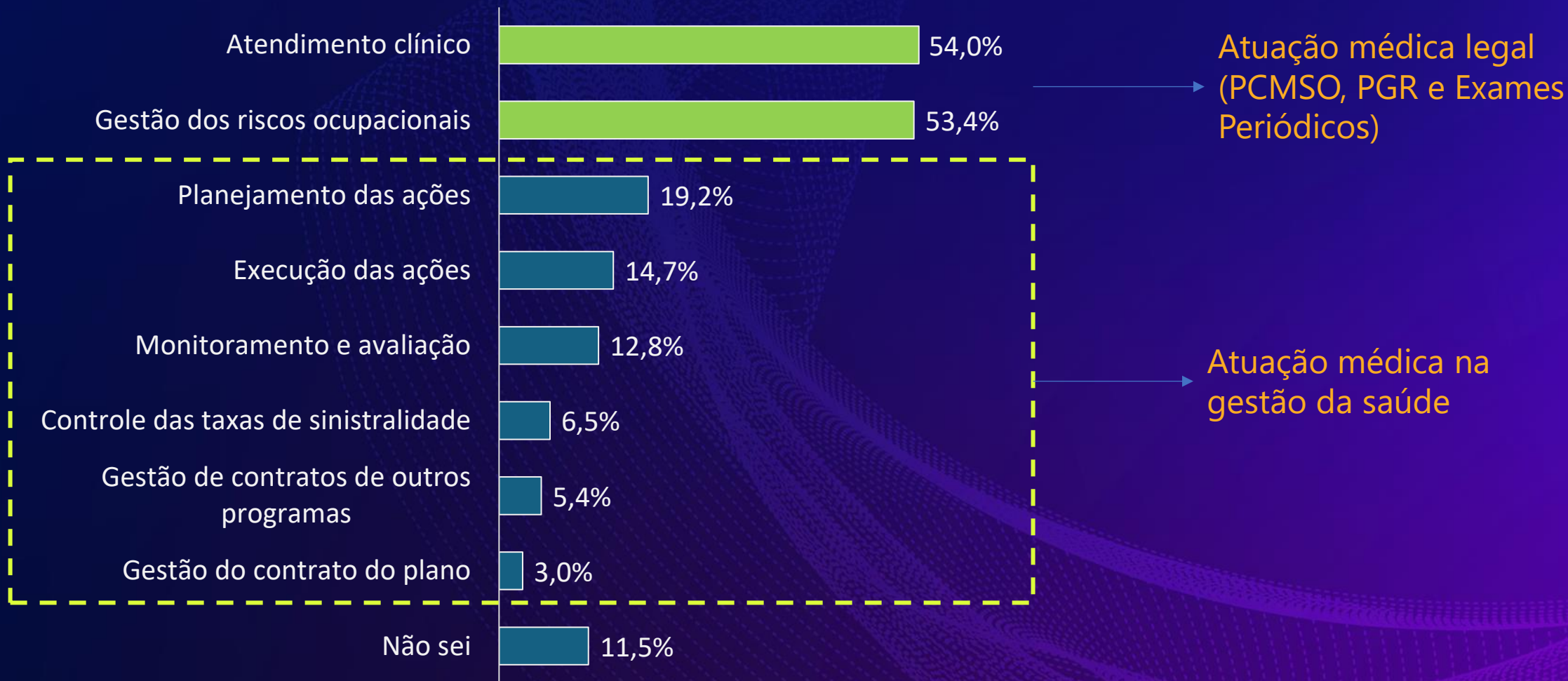


### O que define estas linhas de oferta?

- **Indicadores** de crescimento em determinado tipo de doença
- Comportamento de **uso - atestados**
- **Orientação de médicos** do trabalho e da equipe de SST
- **Área de SST** ter monitorado um processo que requer ação
- **Inspeções**
- Caixa de reclamação e sugestão dos **colaboradores**
- **Pesquisas** de clima
- Colegiado de gestores dentro da empresa, com base em **dados de sinistralidade** e atestados



## PAPEL DO MÉDICO DO TRABALHO NA GESTÃO DO CUIDADO NA EMPRESA





## MONITORAMENTO DE DADOS GERAIS DA POPULAÇÃO E TENDÊNCIAS DE SAÚDE

Uma **minoria** das empresas monitora diretamente dados da população local, mas estão atentas a ocorrências do ambiente externo que requeiram campanhas de prevenção como dengue, gripe, câncer de mama ou de próstata. Esta prática não é comum nas empresas de pequeno porte.

### Formas de monitoramento:

- Acompanhamento de notícias da mídia local
- Intercâmbio com profissionais de RH de outras empresas
- Algumas corretoras fornecem estes dados pontualmente
- Seguradoras fornecem dados de tendências, pontualmente, diretamente ou através das corretoras



# 6 CONCLUSÕES

# SÍNTESE

**40%** das empresas entrevistadas **NÃO OFERECEM** plano de saúde para seus trabalhadores. Essa proporção é de **62%** para empresas de **PEQUENO PORTE** e **9%** para empresas de **GRANDE PORTE**.

**METADE** dos contratantes de planos de saúde dão nota de satisfação **INFERIOR A 8**.

**HÁ ESPAÇO PARA A MELHORIA** na oferta dos planos, em especial sobre a oferta de **SERVIÇOS PERSONALIZADOS** para os diferentes perfis.

A **COPARTICIPAÇÃO** pode ser utilizada como **ESTRATÉGIA PARA REDUZIR A SINISTRALIDADE**.

# SÍNTESE

Cerca de **40%** das empresas **NÃO MONITORAM A SINISTRALIDADE OU NÃO SABEM** sobre os métodos utilizados.

**67%** das empresas consideram o **CUSTO ELEVADO** como a **PRINCIPAL BARREIRA** para implementar melhorias aos planos ofertados aos seus trabalhadores

**48%** das empresas declaram **NÃO HAVER PROGRAMAS DE SAÚDE** ativos na empresa e **10,2% NÃO SABEM** se existem programas



# Observatório Nacional da Indústria

**SESI** *Serviço  
Social  
da Indústria*

**FIESP**