

OPORTUNIDADE QUE A PANDEMIA TROUXE PARA APROXIMAR, OUVIR E ORIENTAR OS BENEFICIÁRIOS DE UM PLANO DE AUTOGESTÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO.

Lázaro, Rosângela – AFRESP Associação dos Agentes Fiscais de Rendas do Estado de São Paulo.

OBJETIVO: No ano de 2020 aconteceu uma das maiores pandemias dos últimos tempos. No Estado de São Paulo, em 25 de fevereiro, a Secretaria Estadual de Saúde confirmou o primeiro caso de COVID-19 no Brasil. Uma doença altamente contagiosa e sem tratamento e em 12 de março, iniciou-se o período de isolamento social em várias cidades do país. Com a pandemia, a entidade disponibilizou o trabalho em Home Office aos colaboradores a partir de 23 de abril, e com isso, os gestores iniciaram uma série de atividades de acompanhamento dos trabalhos e continuidade dos projetos. A gerência de relacionamento com o associado apresentou um projeto de aproveitar o momento de pandemia, onde as pessoas estão isoladas em suas residências, fragilizadas com todo o momento vivido no Brasil e no mundo, com centenas de mortes anunciadas diariamente e ainda, sem perspectiva de desenvolvimento da vacina ou medicamento a curta ou médio prazo e ouvir os beneficiários do plano de saúde. Os idosos são de acordo com os estudos divulgados, bem como estatísticas de mortes, os mais vulneráveis, e, portanto, com maior necessidade de atenção e cuidados. O fato de deixar de praticar atividades sociais e também de convivência com a família seriam fatores preponderantes para uma observação mais próxima dessa população. Com base nisso, foi estabelecido o objetivo do contato direto com 3.624 famílias para identificar como estavam passando pelo período de isolamento social, informar sobre as principais formas de atendimento com a entidade, bem como os caminhos para acessar as informações sobre o plano, oferecer uma escuta empática, para que ele se sentisse acolhido e também aproveitar a ocasião para receber eventuais sugestões, reclamações ou elogios sobre os serviços prestados pelo plano de saúde.

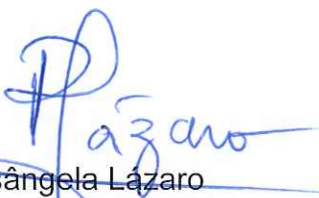
MÉTODOS: Identificamos 6.490 associados residentes nas diversas cidades do estado de São Paulo, com 60 anos de idade ou mais, ativos no plano de saúde. Os associados foram agrupados por família, já que seria uma única ligação. Portanto foram consideradas para o trabalho 3.624 famílias na região acima especificada. Foi elaborado um script com os temas que seriam abordados com os associados e foi desenvolvido um sistema web para o registro de todas as respostas.

RESULTADOS: Tivemos 1.718 respondentes no período de 12/05/2020 a 31/08/2020, o que significa que conseguimos contato com 47,41% do total de famílias selecionadas. 88,82% dos entrevistados estavam cumprindo totalmente o isolamento social, 78,46% dos entrevistados não moram sozinhos e possuem algum familiar na mesma residência, 50,93% deixaram de fazer alguma atividade externa e dedica-se apenas à casa, 31,72% pagam suas contas pela internet e as compras de mercado são realizadas por algum familiar ou amigo, 87,72% possuem itens de segurança como máscara, luvas e álcool em gel, apenas 23,63% conheciam o serviço de telemedicina do plano,

38,59% conheciam o 0800 de urgência/emergência contratado pelo plano, 39,40% dos respondentes conheciam os canais de contato com as regionais e com a sede, 52,8% dos que responderam a pesquisa elogiaram o plano de saúde e ficaram satisfeitos pelo contato e apenas 15,2% têm alguma reclamação.

CONCLUSÕES: Pudemos concluir que existe a necessidade de uma estratégia de comunicação para divulgar melhor os serviços do plano de saúde, já que alguns serviços essenciais como a telemedicina são extremamente importantes, principalmente numa situação de isolamento social. Observamos que as pessoas gostam de seus sentimentos, opiniões, gostos, vontades, mesmo não relacionadas ao plano. Ouvir o cliente é uma excelente oportunidade para se criar diferenciais competitivos atrelados às suas necessidades. A pandemia nos trouxe essa excelente oportunidade. Além disso, como um plano de autogestão, à medida que estamos mais próximos de nossos beneficiários e entendendo as suas necessidades, podemos estabelecer uma relação de confiança, estimular outras ações preventivas e de cuidado e, assim, adquirir o tão esperado engajamento nos projetos estabelecidos pela instituição.

São Paulo, 15 de outubro de 2020.



Rosângela Lázaro

Gerente de Relacionamento com o Associado

Afresp/Amafresp