

## INTRODUÇÃO

Em uma PBM é possível notar uma grande diversidade de consumo e adesão dentro da população de beneficiários, de acordo com os subsídios, descontos e facilidades oferecidos por cada plano.

Para verificarmos se esta relação realmente é plausível analisamos o perfil de adesão aos planos de benefício em medicamentos correlacionando com os tipos de subsídios oferecidos.

## OBJETIVO

Analisar o comportamento de consumo na implantação de benefícios em medicamentos para diferentes clientes com variados percentuais de desconto e reembolso.

## METODOLOGIA

### BANCO DE DADOS UTILIZADO

O banco de dados da empresa Orizon, que além de dados administrativos hospitalares, ambulatoriais, possui também dados de aquisição de medicamentos que apresentam uma média de 219.000 transações mensais por uma população de mais de 11,5 milhões de usuários cadastrados.

### METODOLOGIA ADOTADA

Utilizando esta base dados, verificamos o coeficiente de adesão aos planos mês a mês, através da razão de usuários que utilizaram o benefício para o total de usuários ativos no plano. Com os resultados de adesão, definimos o consumo médio de cada plano. Com este valor em mãos, alinhamos os planos ao instante zero e analisamos o tempo necessário para atingir a adesão maior ou igual a esta média desde o período de implantação até a atualidade.

### CRITÉRIOS DE ELEGIBILIDADE DA AMOSTRA

Para a realização deste estudo selecionamos quatro planos com as seguintes características: Plano 1 que concede subsídios de 40% e 80% de acordo com o medicamento, Plano 2 que não oferece subsídios aos usuários, Planos 3 e 4 que fornecem subsídios de 80 a 100%.

## RESULTADO

### MÉDIA DE ADESÃO

Ao analisarmos a movimentação de cada plano, desde a sua implantação até o último mês de sua movimentação, chegamos aos valores médios de adesão abaixo:

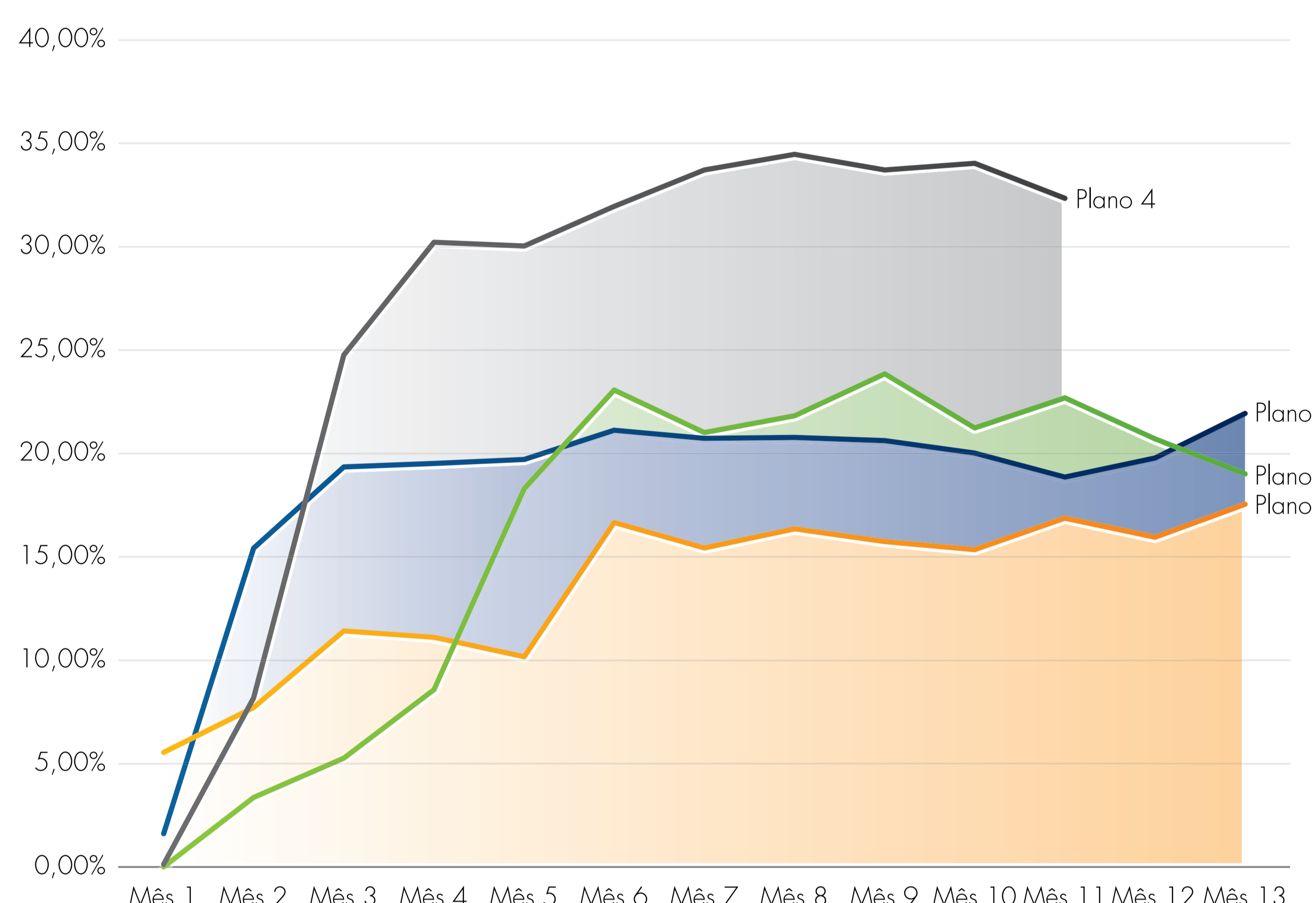
	Plano 1	Plano 2	Plano 3	Plano 4
Média de Adesão	20,16%	17,52%	16,08%	26,69%
Reembolso	40/80	0	80-100	80-100

### ADESÃO AO BENEFÍCIO POR MÊS

Ao trazermos todos os planos ao instante zero, conseguimos analisar o seu percentual de adesão mês a mês, desde a implantação:

	Plano 1	Plano 2	Plano 3	Plano 4
Mês 1	1,63%	5,56%	0,01%	0,14%
Mês 2	15,43%	7,72%	3,37%	8,19%
Mês 3	19,35%	11,42%	5,27%	24,76%
Mês 4	19,52%	11,11%	8,59%	30,22%
Mês 5	19,72%	10,19%	18,30%	30,03%
Mês 6	21,13%	16,67%	23,07%	31,95%
Mês 7	20,74%	15,43%	21,01%	33,72%
Mês 8	20,79%	16,36%	21,83%	34,46%
Mês 9	20,63%	15,74%	23,85%	33,72%
Mês 10	20,03%	15,36%	21,25%	34,03%
Mês 11	18,87%	16,88%	22,69%	32,34%
Mês 12	19,79%	15,95%	20,72%	
Mês 13	21,94%	17,55%	19,02%	

### ADESÃO AO BENEFÍCIO POR MÊS



## RESULTADOS

Dos quatro planos estudados, o Plano 1 que concede subsídios de 40% e 80% de acordo com o medicamento, alcançou a média de adesão em 6 meses; o Plano 2 que não oferece subsídios aos usuários demorou 13 meses para chegar à média de adesão; os Planos 3 e 4 que fornecem subsídios de 80 a 100% aos usuários alcançaram a marca respectivamente em 5 e 4 meses.

## CONCLUSÃO

Observamos que, desde a implantação até a média de adesão de consumo, o tempo foi variado - de 4 a 13 meses - de acordo com cada plano.

Porém, verificamos que em empresas onde os subsídios proporcionados para cada plano é maior, a adesão acontece de forma mais rápida. O Plano 2 que não oferecia subsídio aos usuários apresentou o maior tempo - 13 meses - e o que apresentava maiores condições aos usuários levaram apenas 4 meses.

Sendo assim podemos afirmar que o tipo de subsídio oferecido pela empresa influi diretamente na adesão de um plano de benefício em medicamentos.