



Econsultancy

DATA-DRIVEN HEALTHCARE EXPERIENCES:

UMA NOVA ERA DE PERSONALIZAÇÃO E
PREFERÊNCIAS

EM PARCERIA COM



SUMÁRIO

SOBRE A PESQUISA	1
RESUMO EXECUTIVO	1
INTRODUÇÃO	3
O MÉDICO DIGITAL VAI VER VOCÊ AGORA	4
NUTRINDO RELACIONAMENTOS COM PACIENTES	5
VIVO E CLICANDO: PROMOVA O ENGAJAMENTO DIGITAL	8
SAÚDE É UMA ESCOLHA DE ESTILO DE VIDA	10
A LACUNA DE PERSONALIZAÇÃO	13
MELHOR CUIDADO EQUIVALE A CONFIANÇA MAIS PROFUNDA	15
A TROCA DE DADOS	16
O FUTURO É AGORA	18
METODOLOGIA	20

SOBRE A PESQUISA

Bem-vindo ao report *Adobe Data-Driven Healthcare Experiences 2023: Uma Nova Era de Personalização e Preferências*, baseado em uma pesquisa on-line independente com 2.127 entrevistados dos EUA. Os insights desse grupo diversificado fornecem uma visão abrangente do que os consumidores esperam de seu engajamento com os cuidados de saúde digital.

RESUMO EXECUTIVO

Uma mudança para a autoeducação e cuidados preventivos

Mesmo entre aqueles com acesso conveniente aos cuidados de saúde, as fontes digitais de informação frequentemente servem como ponto de referência. Na verdade, 61% dos adultos nos EUA que têm seguros de saúde e participaram de nossa pesquisa buscam insights relacionados à saúde de forma on-line. Da mesma forma, 60% utilizam tecnologias de diagnóstico em casa, como monitores de pressão arterial, para acompanhar como está sua saúde. Essa tendência indica uma disposição dos consumidores em se educar proativamente sobre questões de saúde e participar de cuidados preventivos, em vez de adiar a procura de tratamento até que um problema médico surja..

Relacionamentos sólidos e compreensão impulsionam a lealdade aos profissionais de saúde

Claro, isso não significa que os profissionais médicos estão prestes a ser substituídos por pesquisas no Google ou ChatGPT tão cedo. Os estadunidenses amam tanto seus profissionais de cuidados primários (PCPs) que quase seis em cada 10 (57%) se qualificam como "promotores" de seus PCPs com base em sua classificação NPS (Net Promoter Score), e apenas 15% são "detratores". Construir relacionamentos é essencial para que um profissional mantenha a lealdade de seus pacientes e aproveite as recomendações futuras. Um exemplo disso: 90% dos promotores concordam que têm um relacionamento com seu profissional, em comparação com apenas 41% dos detratores. Da mesma forma, quase todos os promotores (96%) dizem que seu profissional os entende, em comparação com apenas 47% dos detratores.

O digital é agora

As expectativas dos consumidores em relação aos serviços digitais aumentaram em todos os setores da indústria, incluindo os cuidados de saúde. Ao considerar um novo profissional de saúde, uma maioria significativa dos consumidores 'espera' ou 'gostaria' de receber lembretes on-line ou via texto (89%), ter a capacidade de agendar consultas on-line (83%), e receber suporte on-line para seus condições de saúde (81%). Os profissionais de saúde que não dispõem destes serviços digitais correm o risco de perder novos consumidores em potencial para os profissionais que os oferecem. De fato, uma pesquisa recente da PYMNTS revela que quase 80% dos consumidores desejam uma plataforma digital unificada para gerenciar seus benefícios de seguro e informações de cuidado de saúde¹.

A próxima geração de cuidados com a saúde

Espera-se que os millennials, também conhecidos como Geração Y, contribuam para moldar o cenário de cuidado com a saúde no futuro. Eles mostraram uma forte afinidade com seu serviço de cuidado de saúde on-line e reconhecem seus benefícios além de apenas gerenciar consultas médicas. De fato, 52% acreditam que a saúde on-line fornece uma qualidade de atendimento mais consistente, enquanto 51% a veem como uma prestação de cuidados mais personalizados. Para eles, a rapidez e a facilidade de acesso ao cuidado são importantes, sendo que 32% consideram esse como o principal critério na escolha de um plano de saúde, contra 25% que veem o custo como o principal critério.

Buscando o toque pessoal em um mundo digital

A personalização, definida como engajamento individual guiado pelos dados pessoais de um

indivíduo, é muito procurada, mas muitas vezes não implementada com sucesso. Dois terços (66%) dos consumidores gostariam de receber lembretes por texto ou e-mail sobre suas receitas ou próximos check-ups, mas atualmente 51% não os recebem. Da mesma forma, 52% gostariam de receber comunicação personalizada sobre possíveis tratamentos para os quais podem ser elegíveis, mas apenas 32% conseguem isso hoje. Quase metade (47%) gostaria de receber informações personalizadas sobre bem-estar com base em amplos grupos de idade, gênero e etnia, mas apenas 34% as obtêm hoje.

Use os dados e use-os bem

Os profissionais de saúde não precisam se preocupar se os consumidores confiam seus dados a eles ou não. Quase nove em cada 10 consumidores (86%) estão confortáveis com os profissionais usando seus dados demográficos para adaptar e personalizar suas comunicações. Da mesma forma, 75% se sentem confortáveis com os profissionais de saúde usando suas informações genéticas para comunicações personalizadas.

Ao mesmo tempo, as pessoas têm algumas preocupações sobre permitir que os profissionais de saúde usem seus dados pessoais e de saúde. O custo é uma preocupação, com 46% se preocupando que seus dados possam ser usados para justificar custos mais altos. Essa preocupação é maior entre os millennials (67%).

Sem surpresa, dadas as pontuações mais altas de NPS que os consumidores atribuem aos seus profissionais de cuidados primários, os consumidores têm duas vezes mais probabilidade de confiar neles os seus dados de saúde do que as suas seguradoras de saúde (82% vs. 41%). O principal benefício que os consumidores associaram ao fato de permitir que os profissionais de saúde usem seus dados é a obtenção de um diagnóstico mais preciso (40%), seguido de perto pelo recebimento de cuidados e tratamentos personalizados para o consumidor individual (36%).

¹ <https://www.pymnts.com/healthcare/2022/consumers-see-healthcare-super-app-as-cure-for-fragmented-experience/>

INTRODUÇÃO

As atitudes em relação aos cuidados de saúde estão mudando. Consumidores, profissionais de saúde e até seguradoras estão adotando uma abordagem muito mais proativa em relação à saúde, buscando identificar condições mais cedo do que nunca e tomando medidas para melhorar o bem-estar geral. Em todo o espectro da saúde mental e física, o foco é melhorar os resultados e a qualidade de vida a um custo acessível.

Alcançar esses objetivos significa desenvolver relações pessoais entre todas as partes envolvidas na prestação do cuidado. Profissionais de saúde e seguradoras têm acesso a informações mais íntimas sobre o dia a dia das pessoas do que qualquer outro setor.

A profundidade e a amplitude dos dados disponíveis para os profissionais de saúde representam uma enorme oportunidade para melhorar a vida das pessoas, ainda mais quando reforçadas pela tecnologia.

Desde comunicações personalizadas projetadas para apoiar pessoas em diferentes estágios da vida até monitoramento e tratamento contínuos para condições crônicas, o potencial na utilização de dados profundos e ferramentas digitais é significativo.

Mas o setor de cuidado de saúde traça uma linha tênue. Usar dados e tecnologia de forma ética e responsável, gerenciando riscos e compliance para apoiar os resultados do consumidor, deve ser a prioridade para qualquer organização.

Para entender como os consumidores veem suas experiências de cuidado de saúde e as tendências no horizonte, a Adobe entrevistou mais de 2.000 estadunidenses com seguro de saúde para saber como eles querem que seus dados sejam usados para apoiar sua saúde e bem-estar.

Neste report, exploraremos como:

- A experiência do consumidor é o principal motor do crescimento futuro.
- A eficiência é uma prioridade do profissional, da seguradora e do paciente.
- O autoatendimento está em demanda, mesmo para condições complexas.
- A personalização vai além da comunicação.
- A confiança estará no centro da inovação.

O MÉDICO DIGITAL VAI VER VOCÊ AGORA

No passado, muitos americanos confiavam em seu médico de família como a principal fonte de aconselhamento de saúde. No entanto, essa dinâmica mudou significativamente. Hoje, graças à tecnologia como aplicativos de saúde, smartwatches e sites médicos, os indivíduos são mais proativos no gerenciamento de sua saúde e bem-estar.

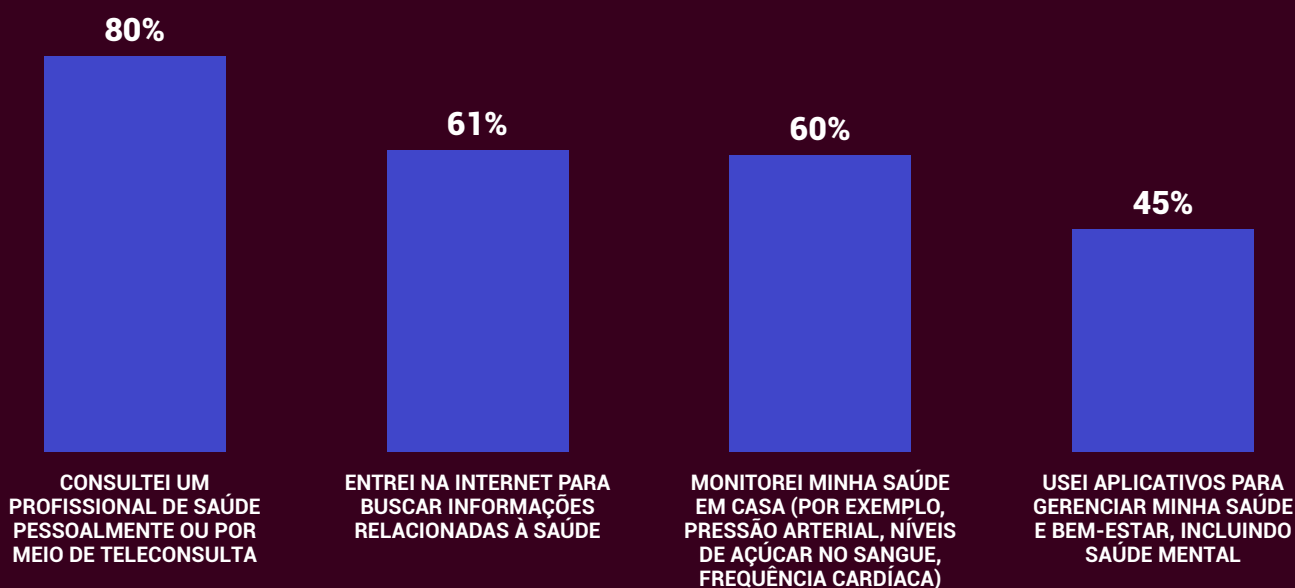
O "Doutor" Google inegavelmente se tornou um recurso importante no autodiagnóstico, com 61% dos adultos americanos segurados recorrendo à internet para obter informações relacionadas à saúde no ano passado (veja a *Figura 1*). Apesar de terem fácil acesso aos profissionais de saúde graças à cobertura de seus seguros, esses indivíduos ainda optam pela exploração autoguiada para obter uma visão mais profunda sobre suas condições de saúde.

O aumento do monitoramento e diagnóstico doméstico apoia essa abordagem de cuidado de saúde de "autoatendimento", com 60% dos entrevistados afirmando que usam tecnologias como monitores de pressão arterial e frequência cardíaca. A ampla disponibilidade e o aumento da acessibilidade da tecnologia de monitoramento e a conveniência de gerenciar as condições de saúde longe da pressão de um estabelecimento voltado para serviços de saúde facilitam essa tendência.

Um monitor de pressão arterial doméstico, por exemplo, pode ser comprado por apenas USD 20 – uma resposta bem-vinda à "Síndrome do Avental Branco", o fenômeno em que a pressão arterial dos pacientes atinge um nível incomum e inaceitavelmente alto no consultório médico, mas está dentro dos parâmetros normais quando é medida em casa.

FIGURA 1

Nos últimos 12 meses, você fez alguma das seguintes coisas?



TAMANHO DA AMOSTRA = 2.127

Smartwatches com monitores de frequência cardíaca, como o Apple Watch, são investimentos maiores e, embora custem várias centenas de dólares, oferecem uma infinidade de funções adicionais de estilo de vida. Os médicos observaram que a precisão do monitoramento do smartwatch pode ser variável; no entanto, eles também concordam que fornecem uma visão ampla da saúde dos indivíduos e oferecem insights sobre quando a intervenção profissional pode ser necessária².

Alguns consumidores estão adotando abordagens ainda mais práticas e diretas para monitorar sua saúde. A empresa de ciências da saúde ZOE lançou um estudo com 1.000 consumidores dos EUA em 2021 usando tecnologia geralmente reservada para pacientes diabéticos³. O estudo reuniu dados detalhados sobre as respostas de açúcar no sangue dos indivíduos aplicando um dispositivo de monitoramento contínuo de glicose. O estudo ajudou os indivíduos a aprender quais tipos de alimentos causaram o aumento do açúcar no sangue e permitiu que eles adaptassem suas dietas.

Embora o objetivo do estudo da ZOE fosse reunir dados para um projeto de pesquisa mais amplo sobre obesidade, açúcar e perda de peso, o projeto se mostrou extremamente popular. Quando foi lançado no Reino Unido, em 2022, estava fortemente superlotado, com uma lista de espera de mais de 220.000 pessoas à medida que os indivíduos buscavam respostas para seus problemas relacionados ao peso⁴.

Existem, é claro, muitos métodos menos intervencionistas de monitoramento de saúde. Por exemplo, 45% dos entrevistados usaram aplicativos para gerenciar sua saúde e bem-estar, incluindo sua saúde mental, no ano passado, e cerca de um terço (32%) relata ser usuários regulares de aplicativos de bem-estar, incluindo Calm ou Headspace.

A saúde e o bem-estar conectados, caracterizados pelo uso da tecnologia digital para facilitar o gerenciamento e o cuidado de saúde personalizados e proativos, está, sem dúvida, cativando o interesse do consumidor. Nossa pesquisa mostra que quatro em cada 10 consumidores gastam pelo menos três horas por mês gerenciando sua saúde e bem-estar on-line.

² <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9695982/>

³ <https://newsdirect.com/news/latest-study-led-by-zoe-reveals-why-some-of-us-are-hungry-all-the-time-129731511>

⁴ <https://www.thetimes.co.uk/article/inside-the-zoe-health-app-with-its-220k-waiting-list-k6dkj66sh>

“Nossa pesquisa mostra que quatro em cada 10 consumidores gastam pelo menos três horas por mês gerenciando sua saúde e bem-estar on-line.”

NUTRINDO RELACIONAMENTOS COM PACIENTES

A abordagem para atender à saúde e ao bem-estar de um consumidor tornou-se muito mais holística, deslocando-se de uma relação estritamente médico-paciente para uma com múltiplos profissionais e influências. Ao mesmo tempo, à medida que cresce a tendência para um gerenciamento de saúde mais remoto, as pessoas estão perdendo a relação *one-to-one* que costumavam ter com o seu médico de família. Com tantas outras fontes de informação e tratamento, se os profissionais de saúde primária quiserem manter seus relacionamentos com os pacientes, eles terão que trabalhar mais – e de forma mais inteligente – para

nutrir essas conexões. Os profissionais de saúde primária estão partindo de uma posição de relativo conforto, com 57% dos entrevistados com plano de saúde se qualificando como "promotores" de seu profissional de saúde primária, dando a eles um Net Promotor Score (NPS) de nove ou 10. Mas eles não podem se dar ao luxo de descansar sobre seus louros. Como qualquer bom conselheiro matrimonial lhe diria, os relacionamentos precisam de trabalho e os resultados da nossa pesquisa confirmam isso.

ESTUDO DE CASO:

Walgreens Boots Alliance (WBA)

A digitalização tem sido um benefício em muitos aspectos – velocidade, conveniência – mas há preocupações de que o toque pessoal tenha sido perdido entre o profissional e o paciente. A Walgreens Boots Alliance (WBA) está tentando acertar isso.

Apesar do tamanho do negócio, a WBA ainda é uma farmácia "local", com a maioria dos consumidores dos EUA e do Reino Unido tendo uma loja a menos de cinco quilômetros de suas casas. Com a digitalização, a empresa pretende trazer de volta a sensação de farmácia do bairro.

As equipes de marketing e TI da WBA trabalham lado a lado para desenvolver experiências do cliente e criar interações personalizadas, mesmo nas comunidades mais carentes. A empresa envia recomendações personalizadas para clientes prestes a ficar sem produtos, lembretes sobre

vacinas anuais contra a gripe e oferece coleta drive-thru de receita.

A entrega no mesmo dia por meio de parceiros de atendimento rápido, chat ao vivo 24 horas por dia, 7 dias por semana, recomendações de bem-estar e muito mais se somaram para colocar a WBA na vanguarda do setor. A satisfação do cliente está aumentando constantemente, com o uso do aplicativo myWalgreens aumentando 30% e o tráfego digital geral aumentando 50% ano a ano. Os clientes Walgreens contatáveis dobraram em 2021 para mais de 50 milhões, e os lucros do 1º trimestre naquele ano mostraram um aumento de 155 pontos-base nas vendas, atribuído à personalização em massa.

FONTE: ADOBE⁵

⁵ <https://business.adobe.com/customer-success-stories/walgreens-boots-alliance-case-study.html>

Como ilustrado na *Figura 2*, enquanto 90% daqueles que são promotores de seu profissionais de cuidados primários dizem que seu PCP "se esforça para desenvolver uma relação", apenas 41% dos detratores (aqueles que avaliam seu profissional de 1 a 6 no NPS) têm essa experiência. Da mesma forma, 96% dos promotores dizem que seu profissional os entende e suas necessidades de cuidados de saúde, em comparação com apenas 47% dos detratores. E, enquanto 96% dos promotores acreditam que são "tratados como um indivíduo", apenas 63% dos detratores se sentem assim.

O digital é uma ferramenta vital para tratar as pessoas como indivíduos, mas na escala exigida

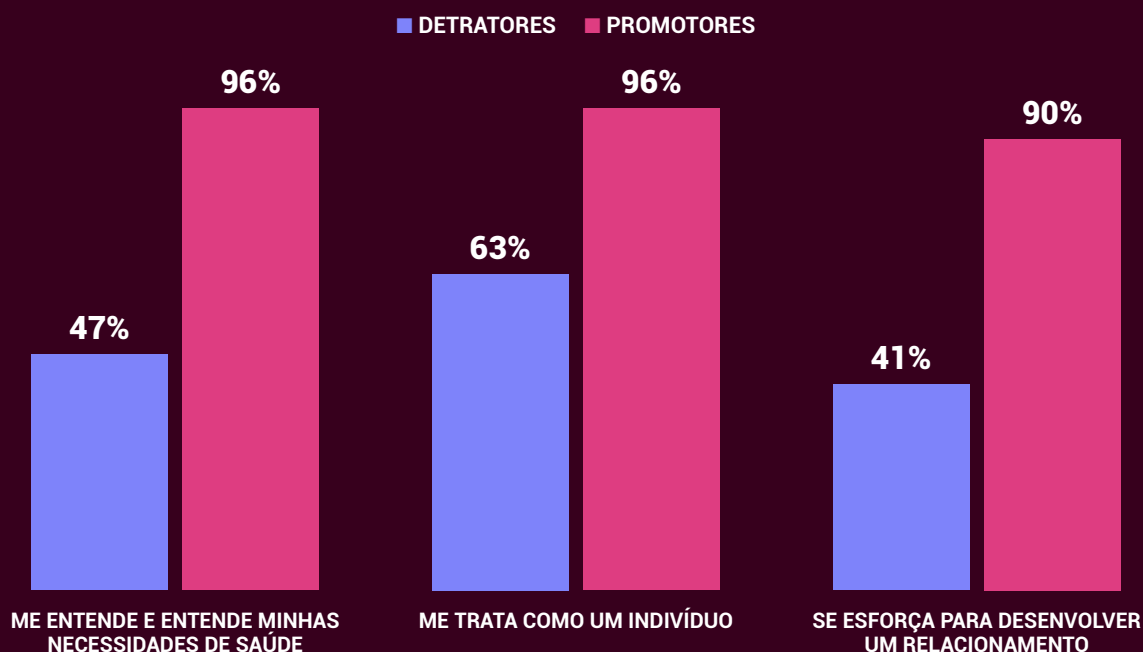
de grandes instituições que atendem milhões de pacientes ou membros. Um grande pagador estava procurando diminuir os custos dos membros para procedimentos de alto custo e, ao mesmo tempo, melhorar os resultados de saúde dos indivíduos⁶.

Era preciso identificar os indivíduos em risco que poderiam precisar de procedimentos e oferecer a eles recursos de comparação personalizados com base em resultados de qualidade e em seu histórico de saúde exclusivo. Usando as soluções da Adobe, a seguradora de saúde conseguiu melhorar as taxas de resposta e alcançar 40% dos usuários desconhecidos.

⁶ Dados do estudo de caso do cliente Adobe

FIGURA 2

Pensando no seu profissional de saúde primária, selecione se concorda ou discorda das seguintes afirmações (% concorda)



TAMANHO DA AMOSTRA = 328 DETRATORES E 1.211 PROMOTORES

PROMOVA O ENGAJAMENTO DIGITAL

Ouvimos muito na esfera mais ampla do marketing sobre a capacidade das marcas de "surpreender e encantar" os consumidores, mas menos em cuidados de saúde. É claro que todos nós queremos bons resultados de cuidados de saúde, mas parece que às vezes a experiência do paciente fica em segundo plano quando o resultado mais importante é "estou bem agora, ou não?".

No entanto, o mercado de cuidado de saúde dos EUA é intensamente competitivo, e tanto os resultados de bem-estar do paciente quanto a saúde financeira de profissionais e pagadores estão intimamente interligados. A satisfação do cliente — como em outros setores — é um indicador tão forte da saúde potencial da organização de saúde quanto do paciente.

Nos EUA, tem havido um esforço para vincular as classificações das seguradoras à experiência do paciente. A partir de 2024, 41% das classificações de cinco estrelas dos pagadores serão baseadas exclusivamente na experiência do membro. Essa mudança não afeta apenas a consideração do cliente, mas também os valores de reembolso, o que torna uma classificação sólida crucial. Para reverter a queda das classificações de cuidados de saúde e melhorar os resultados, as seguradoras precisam se concentrar em melhorar o engajamento digital. Ao alavancar as tecnologias digitais e fornecer plataformas fáceis de usar, as seguradoras podem melhorar a satisfação do paciente e, em última análise, aumentar suas classificações no âmbito da experiência do paciente.

Com o engajamento digital agora formando uma parte tão significativa dessa interação, o desempenho das organizações de cuidados de saúde on-line é um contribuinte significativo para suas próprias fortunas, bem como para a satisfação dos pacientes. Além

ESTUDO DE CASO:

Carelon

A Carelon, uma subsidiária da Elevance Health, desenvolveu uma plataforma para permitir que os indivíduos acessem insights personalizados e gerenciem proativamente sua saúde. Ele vê benefícios não apenas para os indivíduos — tornando os cuidados de saúde mais equitativos, eficazes e eficientes — mas também para seguradoras e profissionais. Ele fornece aos profissionais de saúde insights orientados por dados que ajudam a garantir que cada indivíduo receba o atendimento certo no momento certo, melhorando o relacionamento com o cliente e a eficiência operacional dos planos de saúde⁷.

⁷ <https://www.carelondigitalplatforms.com/>

disso, o engajamento digital ajuda a reduzir o custo dos cuidados de saúde para profissionais, pagadores e pacientes — uma tríade win-win-win. De fato, nossos resultados de pesquisa demonstram isso de forma muito eficaz. Mais de três quartos (78%) dos entrevistados que indicam forte lealdade ao seu profissional de saúde dizem que seu profissional "atende" ou "excede" suas necessidades on-line, em comparação com apenas 34% dos detratores.

Considerando o papel crítico que os serviços on-line desempenham no desempenho de uma organização de cuidados de saúde, nossa pesquisa investigou as expectativas digitais dos consumidores. Constatou que recursos essenciais, como reservas on-line e entrega de lembretes por meio de um canal digital preferido, não são apenas importantes, mas indispensáveis.

De fato, 42% dos entrevistados esperam poder agendar consultas on-line (veja a *Figura 3*), enquanto 44% querem lembretes on-line ou por texto. E, mesmo entre os pacientes que ainda não estão demandando essa funcionalidade, há uma demanda latente. Outros 41% dos entrevistados gostariam de poder marcar consultas on-line, e é um bom palpite que eles não estão esperando por isso em algum momento vago no futuro distante.

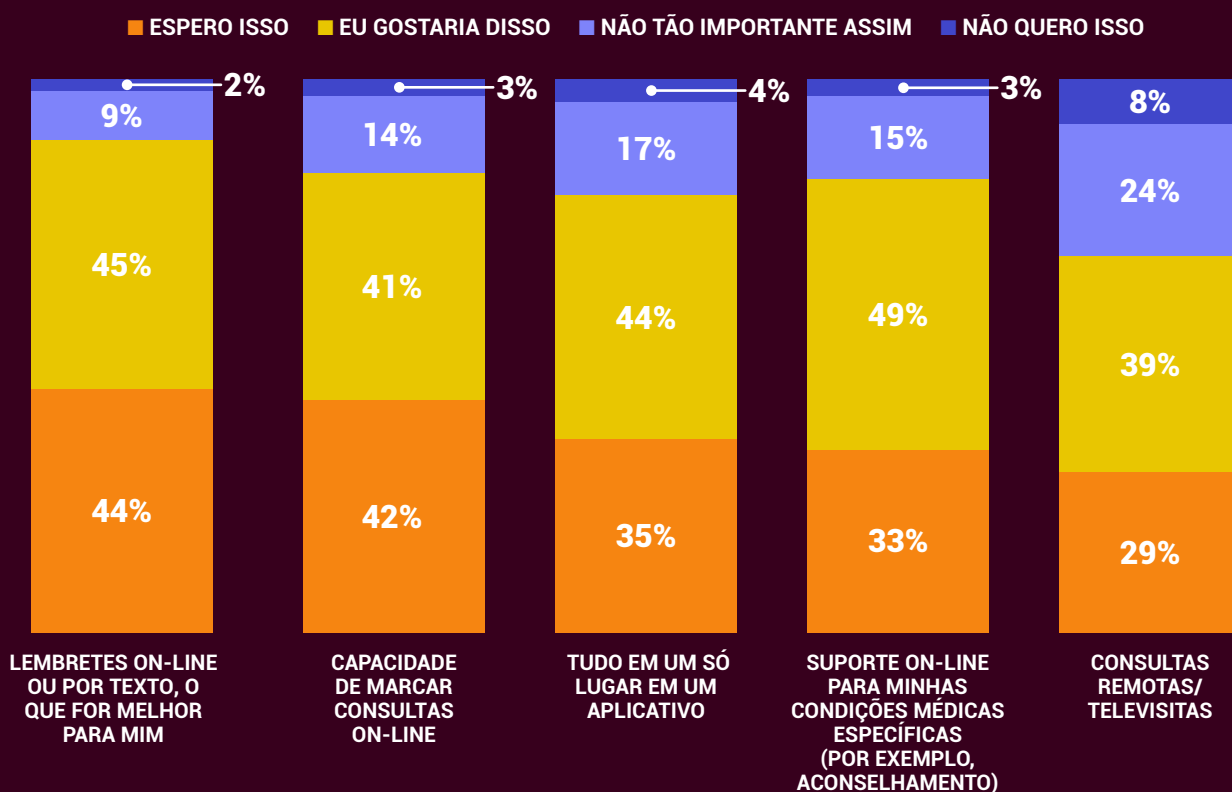
Profissionais que mostram que são líderes, e não retardatários, em ofertas e serviços digitais, também ajudam sua percepção de marca como inovadora, altamente capacitada e de ponta em termos de cuidados de saúde. No entanto, mesmo as organizações que se congratulam por isso já estar em vigor, devem ficar atentas. Sistemas que foram primeira onda e inovadores logo serão julgados como básicos, desajeitados e difíceis de navegar.

As demandas dos consumidores não param por aí. Mais de um terço (35%) espera que seu profissional de saúde ofereça um aplicativo para gerenciar tudo em um só lugar, e 33% esperam suporte on-line para condições de cuidados de saúde específicas. Isso indicaria que os indivíduos estão procurando uma experiência digital mais sofisticada de seu profissional do que simples formulários da web. Isso está alinhado com uma pesquisa recente da PAYMNTS, revelando que quase 80% dos consumidores desejam utilizar uma plataforma digital unificada para gerenciar seus benefícios de seguro e informações assistenciais⁸.

⁸ <https://www.pymnts.com/healthcare/2022/consumers-see-healthcare-super-app-as-cure-for-fragmented-experience/>

FIGURA 3

Se você estivesse escolhendo um novo profissional de saúde, qual seria a importância de oferecer o seguinte?



TAMANHO DA AMOSTRA = 2.093

SAÚDE É UMA ESCOLHA DE ESTILO DE VIDA

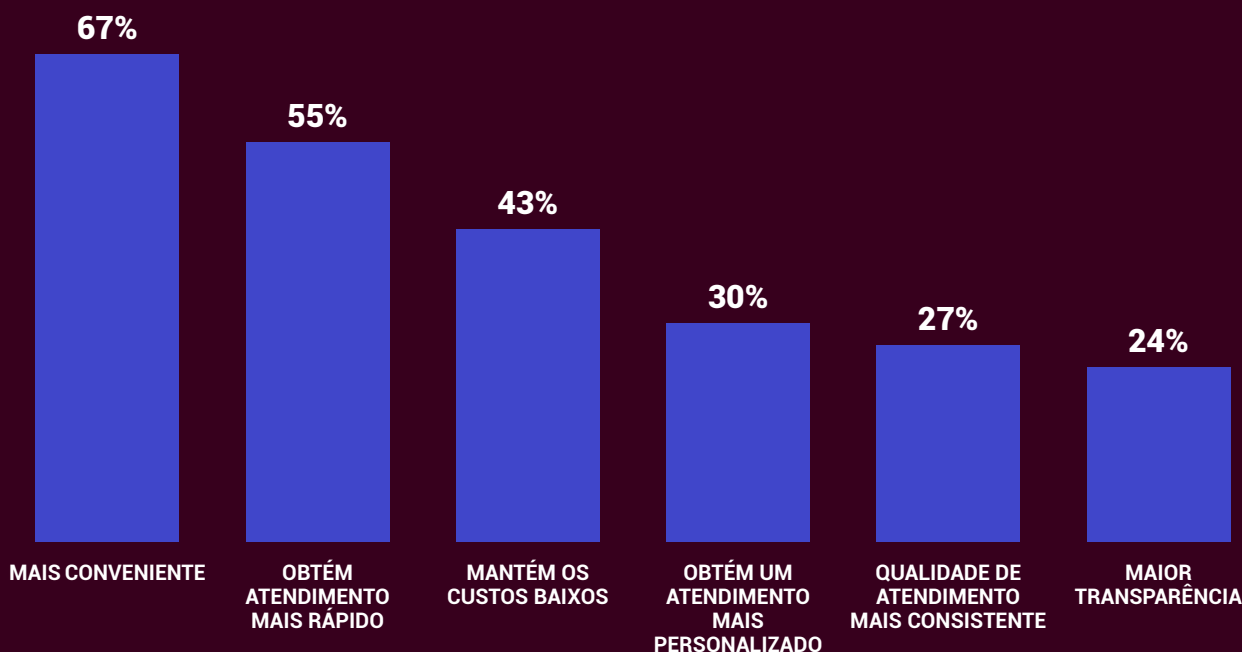
Acima de tudo, o engajamento digital significa que as pessoas podem encaixar suas necessidades de saúde em suas vidas ocupadas. O suporte de saúde on-line é, acima de tudo, conveniente e rápido. Conforme ilustrado na *Figura 4*, dois terços dos entrevistados (67%) concordaram que a conveniência era o principal benefício de acessar o suporte de cuidados de saúde on-line, enquanto 55% o viam simplesmente como uma maneira mais rápida de atender às suas necessidades.

Isso também é um benefício para os profissionais, ajudando-os a atender mais pacientes de forma mais eficiente. Também deve ser notado que o engajamento digital mantém os custos dos profissionais baixos, permitindo que eles operem com o topo da licença.

“Dois terços dos entrevistados (67%) concordaram que a conveniência era o principal benefício do acesso a apoio de cuidados de saúde on-line.”

FIGURA 4

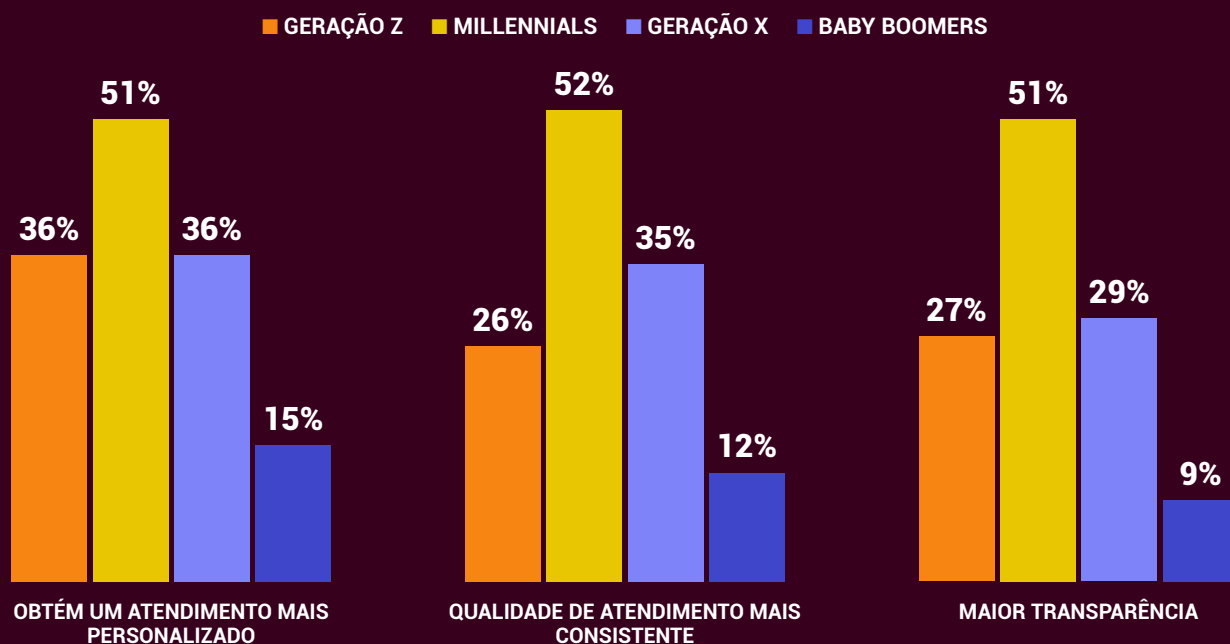
Pra você, quais são os principais benefícios de poder ter acesso ao apoio de cuidados de saúde on-line?



TAMANHO DA AMOSTRA = 2.127

FIGURA 5

Comparação geracional dos benefícios percebidos de poder ter acesso ao apoio de cuidados de saúde on-line



TAMANHO DA AMOSTRA = 2.127

No entanto, é a coorte de 26 a 40 anos — normalmente chamada de Millennials — que adota os cuidados de saúde on-line com mais paixão e entende como o digital agrega valor além da conveniência de reservas e lembretes on-line (veja a Figura 5).

Enquanto a Geração Z (18-25 anos) muitas vezes se sente invencível devido à sua juventude, a geração Millennial está experienciando uma demanda crescente por cuidados de saúde. Com muitos Millennials começando famílias, buscando medidas preventivas de cuidados de saúde ou cuidando de pais idosos, suas necessidades médicas são diversas e crescentes. No entanto, navegar em suas vidas ocupadas significa que eles precisam de soluções de cuidados de saúde que sejam convenientes e adaptáveis ao seu estilo de vida, oferecendo atendimento rápido e eficiente.

Assim, acima da conveniência e velocidade, 52% dos Millennials acreditam que os cuidados de

saúde on-line darão uma qualidade de atendimento mais consistente a eles e 51% acreditam que os cuidados de saúde on-line serão mais personalizados para eles.

No entanto, mais do que qualquer faixa etária, os Millennials querem respostas rápidas. Nosso estudo revela que a facilidade e a velocidade de acesso ao atendimento dominam a escolha do plano de saúde, com quase um terço (32%) no topo do que diz respeito ao custo, à faixa de tratamento ou ao acesso a um médico atual na rede.

O apoio e aconselhamento on-line já são imprescindíveis para este grupo quando escolhem um novo profissional de saúde (55%), enquanto para outros, é em grande parte um "bom de ter". Da mesma forma, 49% dos Millennials esperam acesso a consultas remotas e teleconsultas, novamente, mais do que entre as coortes mais velhas ou mais jovens.

9 https://www.ebri.org/docs/default-source/ebri-press-release/pr-1205-conseng-22mar18.pdf?sfvrsn=7d3a342f_2

Simplificando, os Millennials parecem prontos para impulsionar o engajamento digital de pagadores e profissionais mais do que qualquer outro grupo. Por exemplo, de acordo com uma pesquisa do ERBI, eles provavelmente verificarão a qualidade e as classificações de médicos e hospitais (51%)⁹.

Nossa pesquisa sugere ainda que:

- Ao precisar consultar um médico, os Millennials são a geração que utiliza ferramentas digitais de forma mais confortável para orientá-los ao serviço adequado, com 56% dos Millennials engajados dessa forma, em comparação com a média geral de 28%.
- Além disso, nosso estudo destaca que os Millennials estão mais inclinados a usar a tecnologia para monitoramento de saúde em casa, com 64%, contra a média geral de 44%.

Essa coorte influenciará a forma como os cuidados com a saúde são prestados por pelo menos quatro décadas (até que os mais velhos do grupo atinjam a faixa dos oitenta anos e os mais jovens a faixa dos sessenta e, portanto, entrem no Medicare), portanto, o imperativo de atender às suas necessidades nunca foi tão grande.

No entanto, a narrativa vai além de um segmento de consumo com altas demandas. O impulso para o engajamento digital e o automonitoramento está levando as organizações de cuidados de saúde a explorar tecnologias que podem revolucionar suas operações.

Desafios como questões de reembolso e burnout profissional deixam os profissionais de saúde com poucos recursos e despreparados para prestar o melhor atendimento ao paciente^{10 11}.

Além disso, a transformação digital abriu caminho para que inúmeros recém-chegados ingressassem no mercado de cuidados de saúde. Os prestadores de cuidados primários incapazes de atender às necessidades dos consumidores correm o risco de perder seus pacientes e membros para esses disruptores digitais.

Ao adotar soluções digitais que atendem às necessidades exclusivas da geração Millennial, as organizações de cuidados de saúde podem aliviar os custos e as pressões trabalhistas sem sacrificar a qualidade do atendimento. Além disso, podem introduzir inovações que fomentem a fidelização e os posicionem como líderes no mercado.

¹⁰ <https://www.hhs.gov/about/news/2022/05/23/new-surgeon-general-advisory-sounds-alarm-on-health-worker-burnout-and-resignation.html>

¹¹ <https://www.aha.org/press-releases/2023-04-20-new-aha-report-finds-financial-challenges-mount-hospitals-health-systems-putting-access-care-risk>

ESTUDO DE CASO:

Automonitoramento mesmo para cuidados de saúde complexos

BioButton Recarregável

Este dispositivo utilizável permite o monitoramento contínuo de vários parâmetros de uma gama de mais de 20 sinais vitais e biometria fisiológica. Isso permite a identificação precoce e a detecção de tendências adversas para melhorar o monitoramento do paciente no hospital e em casa. O dispositivo é de grau médico e pode ajudar no manejo de pacientes para aqueles com necessidades crônicas e complexas de cuidados.

"O BioButton Recarregável é o botão fácil para uma força de trabalho de cuidados de saúde em crise, realizando um novo padrão no atendimento remoto que é fácil para o paciente e o médico, permitindo que os profissionais escalem o atendimento sem dimensionar os custos."

James Mault, MD, Fundador e CEO da BioIntelliSense¹².

FONTE: BIOINTELLISENSE, 2022



EMBRaCE – Enhanced Monitoring for Better Recovery and Cancer Experience

Uma colaboração entre os trustes do NHS no Reino Unido e a Universidade de Manchester desenvolveu um teste em 2022 para usar sensores e dispositivos de saúde de ponta, mas disponíveis comercialmente, para produzir uma impressão digital de sinais vitais que poderia permitir que os médicos avaliassem o progresso de seus pacientes.

Os dispositivos incluem um anel inteligente Oura, um Withings ScanWatch e um sistema Isansys usado no peito. A EMBRaCE é parceira da empresa de ciência de dados biomédicos e de saúde Zenziun Ltd para aproveitar o poder da Inteligência Artificial (IA) para analisar e identificar padrões críticos nos dados dos pacientes.

"Este teste avaliará se a mais recente tecnologia utilizável tem um papel no tratamento do câncer. Isso nos ajudará a identificar maneiras pelas quais o corpo clínico pode individualizar o tratamento antes, durante e após a terapia. Vamos descobrir se os dados 24 horas por dia, 7 dias por semana desses sensores utilizáveis podem ser usados para apoiar a recuperação do paciente e fornecer medições precisas fora da clínica."

Dr. Michael Merchant, Professor Sênior de Física da Terapia de Prótons, na Universidade de Manchester¹³.

FONTE: UNIVERSIDADE DE MANCHESTER, 2022

¹² <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/03/15/2403793/0/en/UPDATE-BioIntelliSense-Launches-New-BioButton-Rechargeable-Wearable-Device-for-Continuous-Medical-Grade-Monitoring-of-20-Vital-Signs-and-Biometrics.html>

¹³ <https://www.manchester.ac.uk/discover/news/trial-of-wearable-health-technology-for-cancer-patients-opens/>

A LACUNA DE PERSONALIZAÇÃO

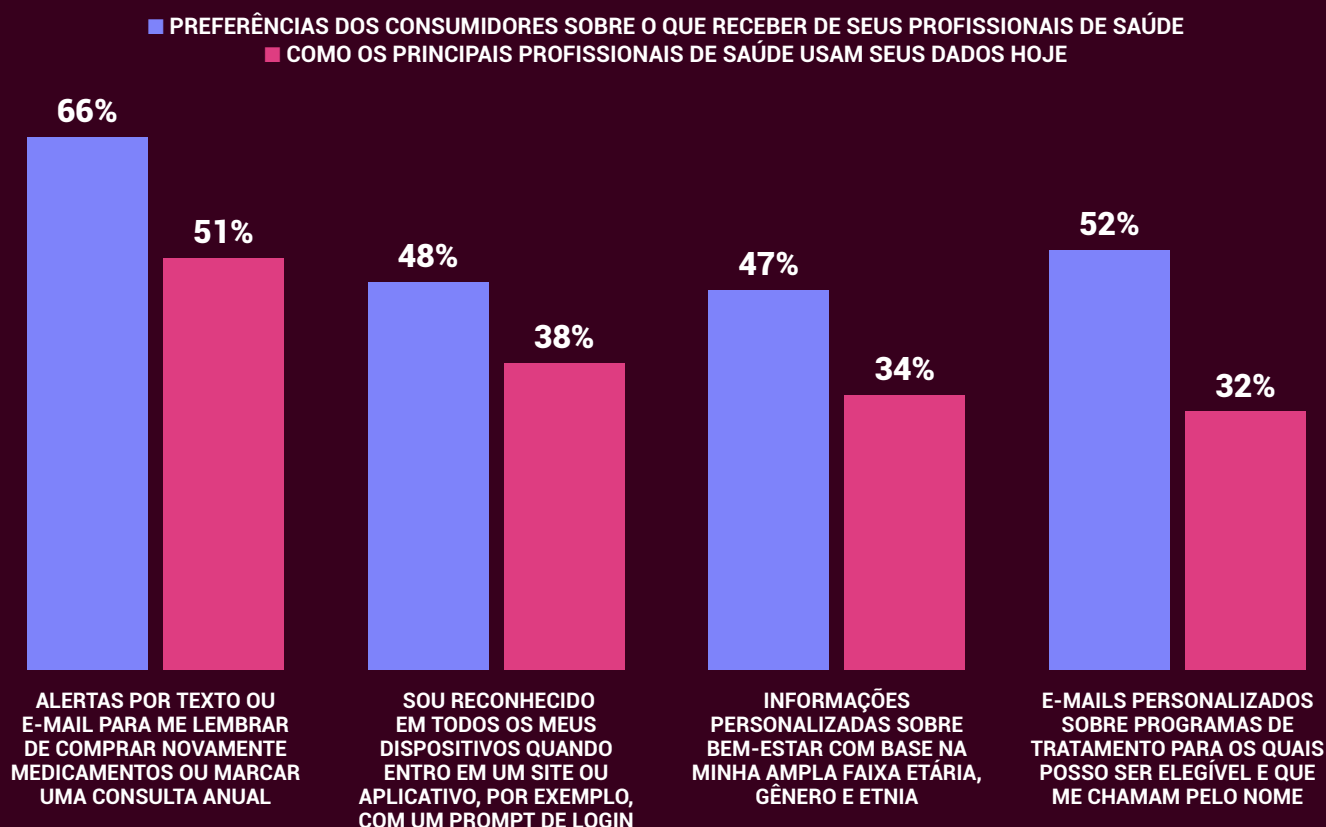
Embora haja avanços encorajadores nos cuidados com a saúde autogerenciados e nos planos de tratamento personalizados, o gerenciamento diário dos cuidados com a saúde parece falhar em alguns dos requisitos mais básicos.

Dois terços (66%) dos nossos entrevistados agora querem receber um lembrete de seus profissionais de saúde para comprar novamente medicamentos ou marcar um check-up de saúde como padrão, e embora cerca de metade (51%) receba isso, isso deixa uma grande lacuna entre aqueles que querem, mas não conseguem (*Figura 6*).

"Dois terços (66%) dos nossos entrevistados querem agora receber um lembrete dos seus profissionais de saúde para comprar medicamentos novamente ou marcar um check-up de saúde"

FIGURA 6

Preferências dos consumidores versus realidade atual no uso de dados personalizados pelos profissionais de saúde



TAMANHO DA AMOSTRA = 2.127

A lacuna de desejo/entrega é ainda mais significativa quando se trata de comunicação personalizada sobre tratamentos que podem beneficiá-los, com 52% dos entrevistados querendo, mas apenas 32% recebendo isso hoje. Outros 47% disseram que gostariam de informações personalizadas sobre bem-estar com base em seus dados demográficos, como gênero e etnia, mas apenas 34% atualmente têm acesso a isso.

Tudo isso pode parecer solicitações básicas do consumidor, mas ainda há desafios para as organizações de cuidados de saúde que tentam fornecê-las – principalmente em relação à proteção de dados. Uma farmácia de varejo com sede nos EUA queria ajudar seus clientes em seu caminho para uma saúde melhor, dando a eles uma experiência personalizada, conectada e perfeita em cada interação. No entanto, as regulamentações de privacidade combinadas com uma proliferação de canais digitais tornaram esse objetivo cada vez mais complicado.

Ao empregar a Real-Time Customer Data Platform

(RTCDP) da Adobe, a empresa pôde visualizar as jornadas abrangentes e multicanal de saúde e bem-estar de seus clientes, respeitando a privacidade do cliente e aderindo às regulamentações. Isso permitiu o acesso a insights para manter as comunicações direcionadas, relevantes e eficazes. O resultado foram experiências individuais do cliente em todos os canais – loja de varejo, farmácia e site¹⁴.

Esse tipo de personalização comprovadamente aprofunda o engajamento do cliente. Um pagador de cuidados de saúde viu o aumento de abertura de e-mails e textos em 40% por meio da personalização de conteúdo impulsionada pela coleta de dados digitais. Uma seguradora nacional definiu seus públicos-alvo e entregou e-mails com base na segmentação. O resultado foi um aumento de 33% nas aberturas de e-mails personalizados.

¹⁴ Dados do estudo de caso de cliente Adobe

“A lacuna de desejo/entrega é ainda mais significativa quando se trata de comunicação personalizada sobre tratamentos que podem beneficiá-los, com 52% dos entrevistados querendo, mas apenas 32% recebendo isso hoje.”

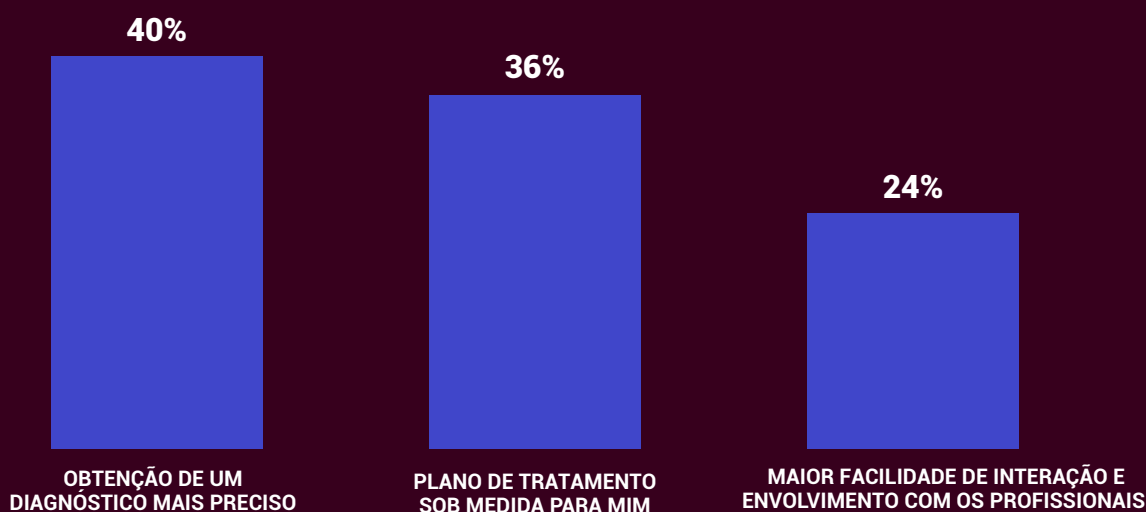
MELHOR CUIDADO EQUIVALE A CONFIANÇA MAIS PROFUNDA

No início do relatório, dissemos que os lembretes automatizados e as marcações de consultas por meio de canais digitais são agora uma aposta. Ao mesmo tempo, recomendamos que profissionais e seguradoras procurem com mais afinco por experiências digitais que aprofundem os relacionamentos do consumidor. É claro que, aos olhos do consumidor, o uso desses dados depende da prestação de melhores cuidados digitais de saúde – uma questão compreensivelmente sensível.

De forma encorajadora, como ilustrado na *Figura 7*, a maioria dos entrevistados entende que, manuseados corretamente, seus dados são a chave para uma melhor qualidade do atendimento. Três quartos (76%) classificaram os fatores de "atendimento" (obter um diagnóstico mais preciso (40%) ou um plano de atendimento e tratamento personalizado para mim (36%)) como o benefício Número 1 de permitir que os profissionais de saúde usem seus dados para auxiliar no atendimento e no tratamento.

FIGURA 7

Desde que seus dados sejam usados de forma segura e com sua permissão, o que você vê como os benefícios para você permitir que os profissionais de saúde usem seus dados para ajudar no cuidado e tratamento? (Classificação 1)



TAMANHO DA AMOSTRA = 2.023

Por outro lado, apenas 24% citaram a facilidade de interação e engajamento com seus profissionais como o benefício Número 1. Ressalte-se que a condição para conceder acesso a esses dados era que eles fossem utilizados de forma segura e somente com a permissão do consumidor.

Olhando para o futuro, os pacientes podem precisar aprender a aceitar um compartilhamento ainda maior de dados se quiserem se beneficiar da compreensão científica sobre sua condição e risco futuro. É cada vez mais reconhecido que a informação não médica pode trazer a maior influência para a compreensão de como as questões de cuidados de saúde se desenrolam.

De acordo com a EY, 80% dos dados que determinam a saúde do paciente vêm de fora do prontuário, o que significa que os profissionais de saúde e, possivelmente, as seguradoras, devem encontrar uma maneira de entender melhor as identidades e situações de seus clientes¹⁵.

Um caminho, diz a empresa, é a tecnologia gêmeo digital de pacientes, que funde fontes de dados abrangentes – como sensores utilizáveis e registros de poluição do ar. O resultado pode prever a saúde dos indivíduos e ajudar os sistemas de saúde a prestar melhores atendimentos¹⁶. Por exemplo:

“A análise de um processo como a geminação digital pode ter um impacto significativo na qualidade de vida e na prestação de cuidados de saúde.”

- A EY observa que dois terços dos 27 milhões de atendimentos de emergência dos EUA teriam sido evitáveis e poderiam ter sido tratados em estabelecimentos de cuidados de saúde primários.
- Entender o que influencia uma pessoa a gerenciar ou negligenciar suas necessidades de saúde pode economizar sofrimento para o paciente e dinheiro para o profissional e a seguradora. Pacientes com diabetes que não a gerenciam adequadamente geralmente têm complicações secundárias, como ataques cardíacos ou insuficiência renal.

A análise de um processo como a geminação digital pode ter um impacto significativo na qualidade de vida e na prestação de cuidados de saúde. Com esse nível de atenção – muito mais do que receber um lembrete oportuno para coletar uma receita – o valor de compartilhar seus dados com seu profissional de saúde e seguradora torna-se cristalino para o indivíduo.

¹⁵ https://www.ey.com/en_fi/life-sciences/how-you-can-create-value-in-an-intelligent-health-ecosystem

¹⁶ https://www.ey.com/en_ch/health/are-digital-twins-key-to-more-personal-equitable-and-efficient-care

A TROCA DE DADOS

Muitas empresas de saúde alegaram que a desconfiança do consumidor está impedindo-os de fornecer o tipo de experiências de cuidados de saúde holísticas e preventivas que os consumidores claramente exigem. Sua aversão ao risco pode muito bem ser deslocada. Nossa pesquisa descobriu que os entrevistados agora estão confortáveis com todos os tipos de dados pessoais e médicos sendo usados para personalizar as comunicações, desde dados demográficos (86%) até informações genéticas (75%) (Figura 8).

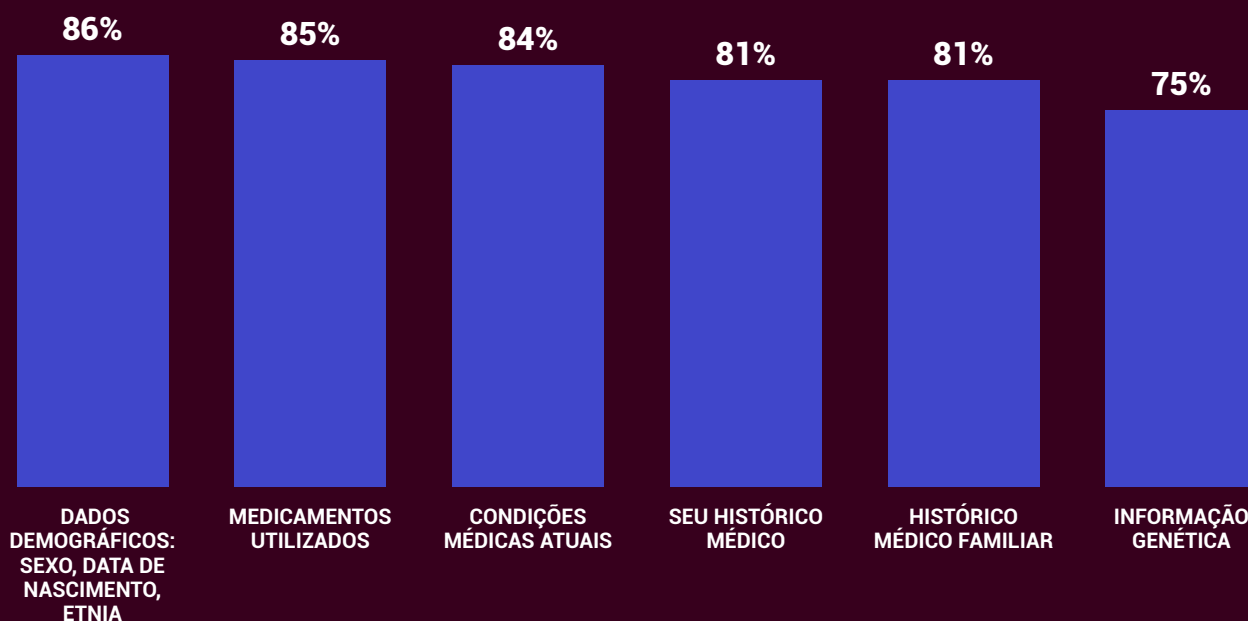
Também é preciso reconhecer que, afinal, o cuidado de saúde é um negócio, e 46% dos entrevistados da

pesquisa temiam que seus dados fossem usados para justificar custos mais altos, aumentando para 67% no caso de pessoas de 26 a 40 anos com mais experiência em dados. A garantia e a transparência das intenções do fornecedor e do pagador em todas as áreas são vitais.

Os profissionais de cuidados primários estão em vantagem aqui. Com os relacionamentos mais duradouros com seus usuários finais e estando na linha de frente do cuidado, os pacientes percebem que têm mais a oferecer ao indivíduo em troca de seus dados.

FIGURA 8

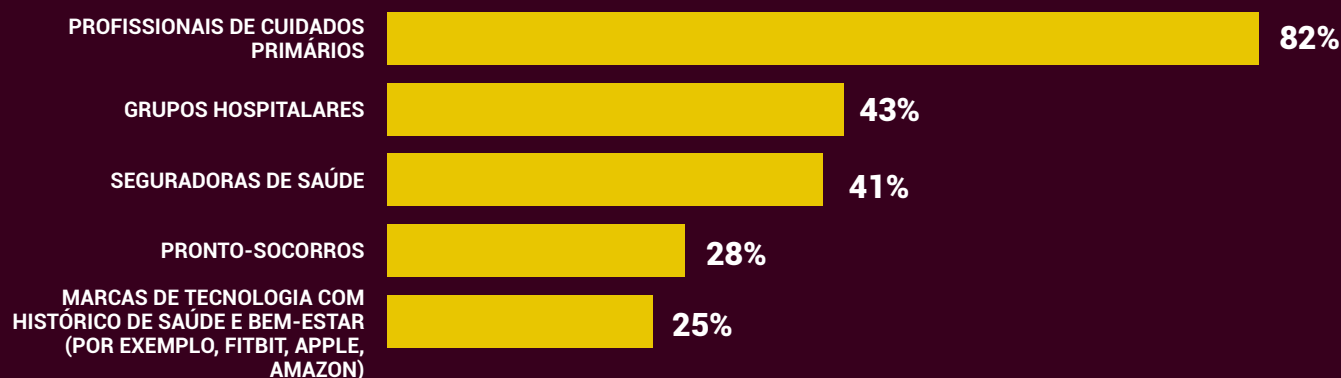
Os profissionais de cuidados de saúde coletam e mantêm uma gama de dados pessoais e de saúde sobre nós. Quão confortável você está para as empresas de cuidados de saúde usarem essas informações para personalizar suas comunicações com você? (% confortável)



TAMANHO DA AMOSTRA = 2.032

FIGURA 9

Em qual dos seguintes tipos de profissionais você confiaria para usar seus dados de saúde para fornecer informações personalizadas e mensagens personalizadas para você?



TAMANHO DA AMOSTRA = 2.127

Para se beneficiar de melhores comunicações e receber aconselhamentos personalizados, 82% dos entrevistados estavam dispostos a confiar nos profissionais de cuidados primários para usar seus dados. Este número desce para 41% no caso das seguradoras (veja Figura 9).

Marcas de tecnologia com histórico de saúde e bem-estar, como Fitbit e Apple, recebem a menor pontuação de confiança, possivelmente devido à sua relativa novidade no mercado e violações de segurança divulgadas. Ainda assim, embora apenas 25% confiem neles em geral, a taxa mais do que dobra quando se olha puramente para a coorte Millennial (54%, não mostrada na Figura 9).

ESTUDO DE CASO:

Confiança é igual a eficácia e satisfação

As seguradoras que trabalham para melhorar a confiança do consumidor colhem os frutos. A Elevance Health investiu significativamente na personalização orientada por dados. A ferramenta digital de engajamento do cliente da empresa permite intervenções mais oportunas e melhora os resultados dos pacientes. Nos dois mercados-piloto em que esses dados foram usados, a taxa de engajamento aumentou 15,3%.

Ao simplificar o processo de autorização por meio do aumento do acesso ao prontuário eletrônico

(electronic medical record - EMR), os consumidores têm acesso mais rápido ao atendimento e a carga administrativa dos profissionais é reduzida. Ao comparar as instalações com acesso ao EMR com aquelas sem, a Elevance Health descobriu que aqueles com acesso ao EMR viram os pedidos de informações clínicas caírem 60%, as recusas por falta de informação caírem 56%, a revisão de especialista para especialista cair 73%, os recursos caírem 79% e o tempo de resposta cair 21%¹⁷.

FONTE: ELEVANCE HEALTH

¹⁷ <https://advancinghealth.elevancehealth.com/collaborating/simplifying-sharing-admin-data.html>

O FUTURO É AGORA

Com a vasta quantidade de informações potencialmente ao alcance dos consumidores, sua impaciência para ganhar uma janela para seu próprio mundo pessoal de saúde é compreensível. Eles não querem apenas saber sobre o aqui e agora, mas olhar para o futuro para preservar a boa saúde em uma velhice madura e enfrentar quaisquer desafios de frente antes que eles se tornem problemáticos.

O apetite está claramente lá, com 55% dos entrevistados querendo ver uma análise de seus dados para identificar possíveis problemas e recomendar o rastreamento preventivo. Essa é uma demanda para hoje, não para amanhã. Ferramentas on-line, como aquelas para rastrear diabetes ou pressão arterial e, posteriormente, fazer recomendações para gerenciar melhor as condições dos indivíduos também estão em demanda agora por mais da metade (52%) dos entrevistados.

Embora o setor de saúde digital esteja crescendo com aplicativos ainda não aprovados pela FDA, isso representa um cenário em evolução propício para inovação. Esses aplicativos estão melhorando continuamente, prometendo insights mais confiáveis no futuro. O aumento de "indivíduos preocupados com a saúde" pode ser visto como um estímulo para o setor se esforçar pela excelência. Em vez de sobrecarregar os profissionais de

saúde, poderia impulsionar os cuidados de saúde digital para ajudar melhor o sistema. À medida que os consumidores usam esses aplicativos com sabedoria, os desenvolvedores são incentivados a aprimorar as medidas de segurança, transformando riscos potenciais em oportunidades de crescimento.

Ferramentas on-line, como aquelas para rastrear diabetes ou pressão arterial e, posteriormente, fazer recomendações para gerenciar melhor as condições dos indivíduos estão em demanda agora por mais da metade (52%) dos entrevistados."

A transformação digital na saúde não visa substituir profissionais qualificados, mas aumentar o engajamento e construir relacionamentos mais fortes. Apesar da crescente demanda por soluções digitais, apenas 35% dos entrevistados se sentiram confortáveis para discutir questões de saúde com um assistente virtual interativo, como ilustrado na *Figura 10*.

Uma exceção notável são os Millennials, com 63% abertos a interagir com assistentes virtuais. Curiosamente, eles mostram mais aceitação do que a Geração Z (38%), um detalhe que não está na figura.

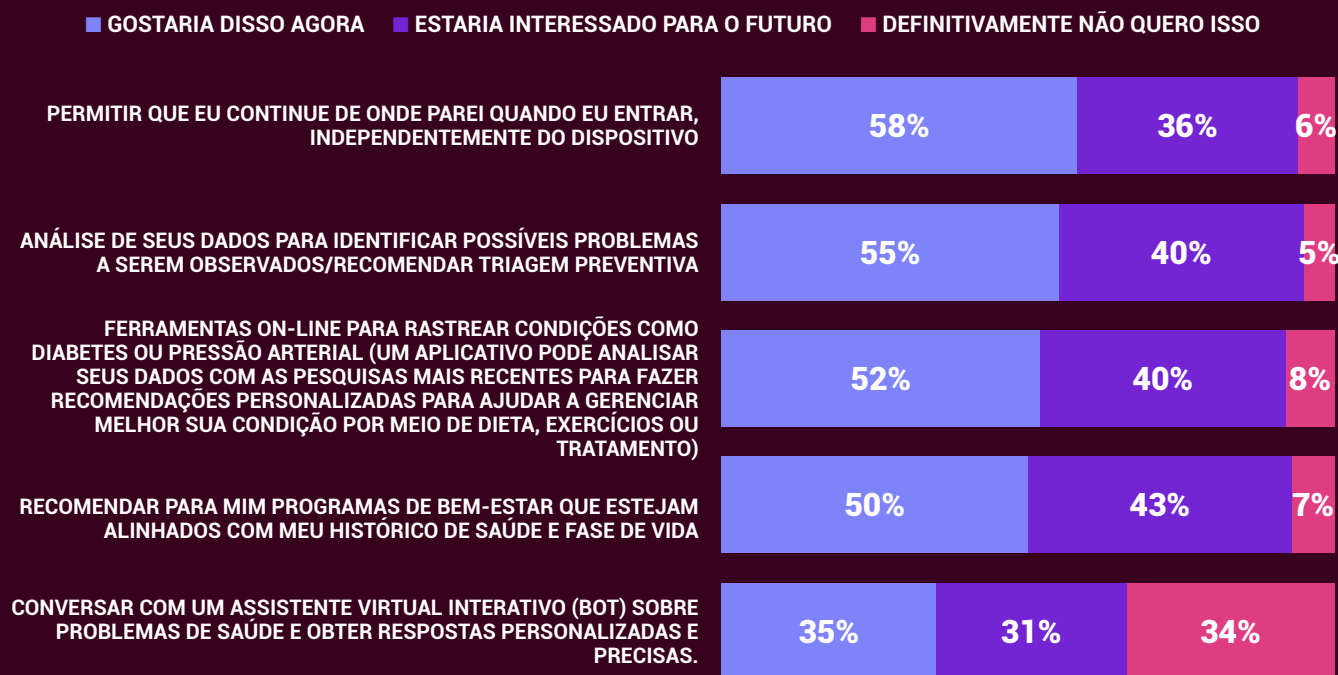
A era do engajamento digital apresenta uma oportunidade de ouro para profissionais de saúde

e pagadores aprofundarem os relacionamentos com o consumidor. As tecnologias digitais e os dados têm um imenso potencial para enriquecer a compreensão dos indivíduos sobre sua saúde e bem-estar, bem como o que eles podem fazer a respeito, permitindo-lhes permanecer mais saudáveis por mais tempo.

Embora o setor dos cuidados de saúde possa se sentir ameaçado por concorrentes que priorizam o digital, os players estabelecidos têm vantagens significativas, incluindo infraestrutura, experiência e confiança. No entanto, os pacientes estão sinalizando sua impaciência. A necessidade de atender às expectativas dos consumidores em evolução é urgente, pois os consumidores não esperarão indefinidamente.

FIGURA 10

Qual dos itens a seguir você acha que pode ser de valor para você ou sua família, agora ou no futuro?



TAMANHO DA AMOSTRA = 1.970

CONCLUSÃO

A inovação digital está transformando rapidamente o setor de cuidados de saúde, e os consumidores, especialmente os Millennials, estão ansiosos para se engajar. No entanto, o elemento essencial para o crescimento do setor será a confiança. Há muitas oportunidades digitais para que os profissionais que não são da área de cuidados de saúde ofereçam serviços de saúde, mas nem todos atendem aos padrões necessários ou demonstram visão de futuro. Embora os consumidores tenham o poder de gerenciar seu bem-estar em detalhes, eles correm o risco da falsa segurança ou de se tornarem excessivamente preocupados com sua saúde.

Profissionais avançados e seguradoras podem se beneficiar significativamente desenvolvendo uma estratégia robusta de cuidados de saúde digital. Utilizando ferramentas digitais de ponta, eles podem fornecer métodos de cuidados de saúde confiáveis com resultados benéficos confirmados e melhorar a experiência do consumidor. Além disso, a adoção digital pode reduzir substancialmente os custos por meio da entrega simplificada de serviços e do aumento da eficiência operacional.

Apesar dessas vantagens, os profissionais avançados devem evitar a complacência. O setor de cuidados de saúde é intensamente competitivo, e profissionais com apenas serviços digitais básicos podem ver sua base de pacientes encolher. À medida que a transformação digital permite serviços mais sofisticados, profissionais menos avançados também podem enfrentar custos operacionais crescentes.

O futuro dos cuidados de saúde é a digitalização, equilibrada com um toque humano. Embora os profissionais avançados atualmente tenham uma vantagem em confiança e eficácia, manter essa posição exigirá inovação contínua para permanecer competitivo no cenário de cuidados de saúde em rápida evolução.

METODOLOGIA

Adobe Data-Driven Healthcare Experiences 2023: Uma Nova Era de Personalização e Preferências foi desenvolvido a partir de uma pesquisa on-line independente envolvendo 2.127 entrevistados qualificados dos EUA, todos com seguro de saúde. A faixa etária dos entrevistados era de 18 a 75 anos, e cada um tinha uma renda familiar de USD 50.000 ou mais. A pesquisa foi iniciada em 1º de março de 2023 e concluída em 8 de março de 2023.

Econsultancy

EM PARCERIA COM

