

Factores de éxito en el seguro de Gastos Médicos

1st. International Health Seminar

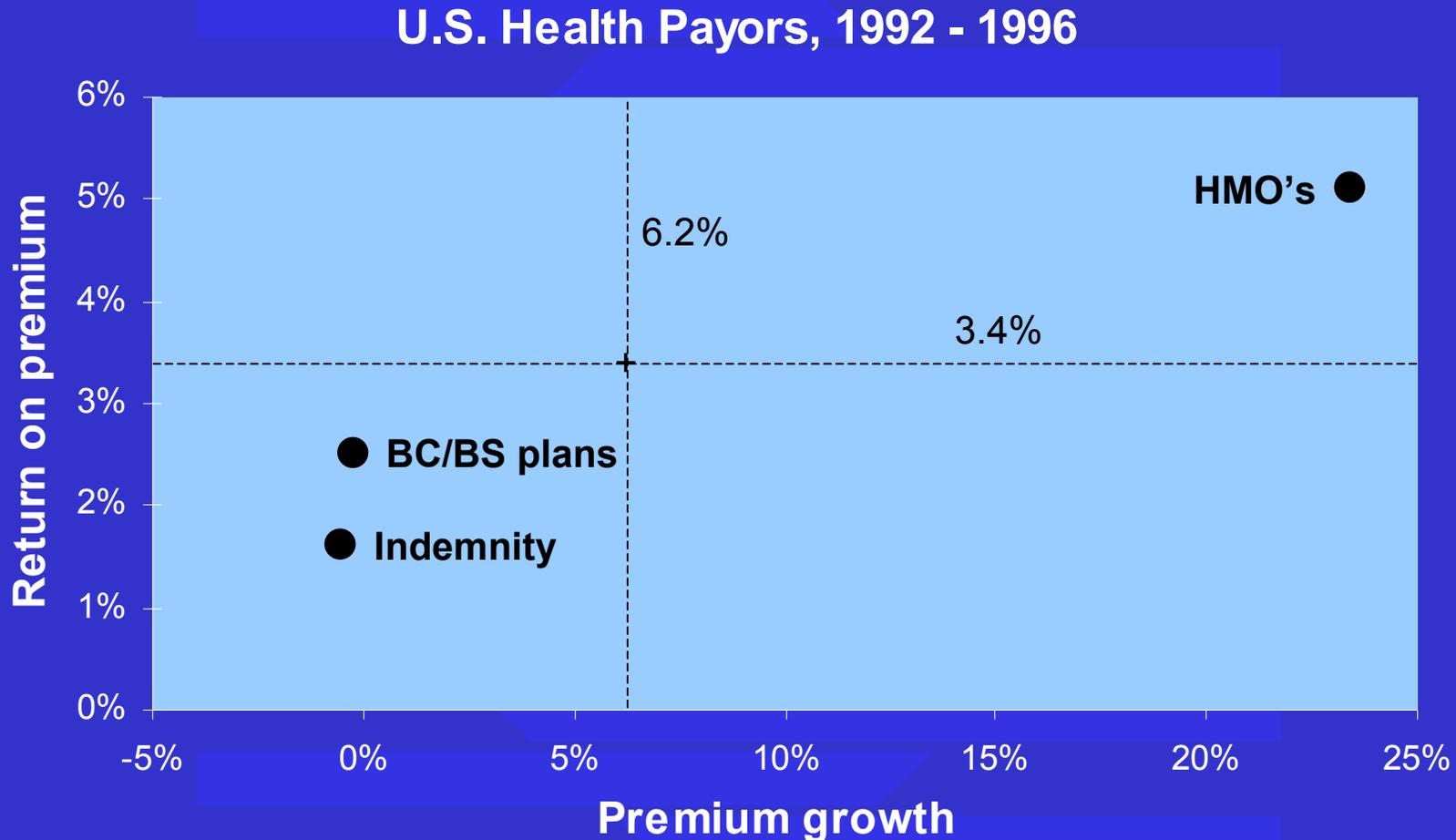
Cancún, México – 18-20 March 2002

Act. Ricardo Casares

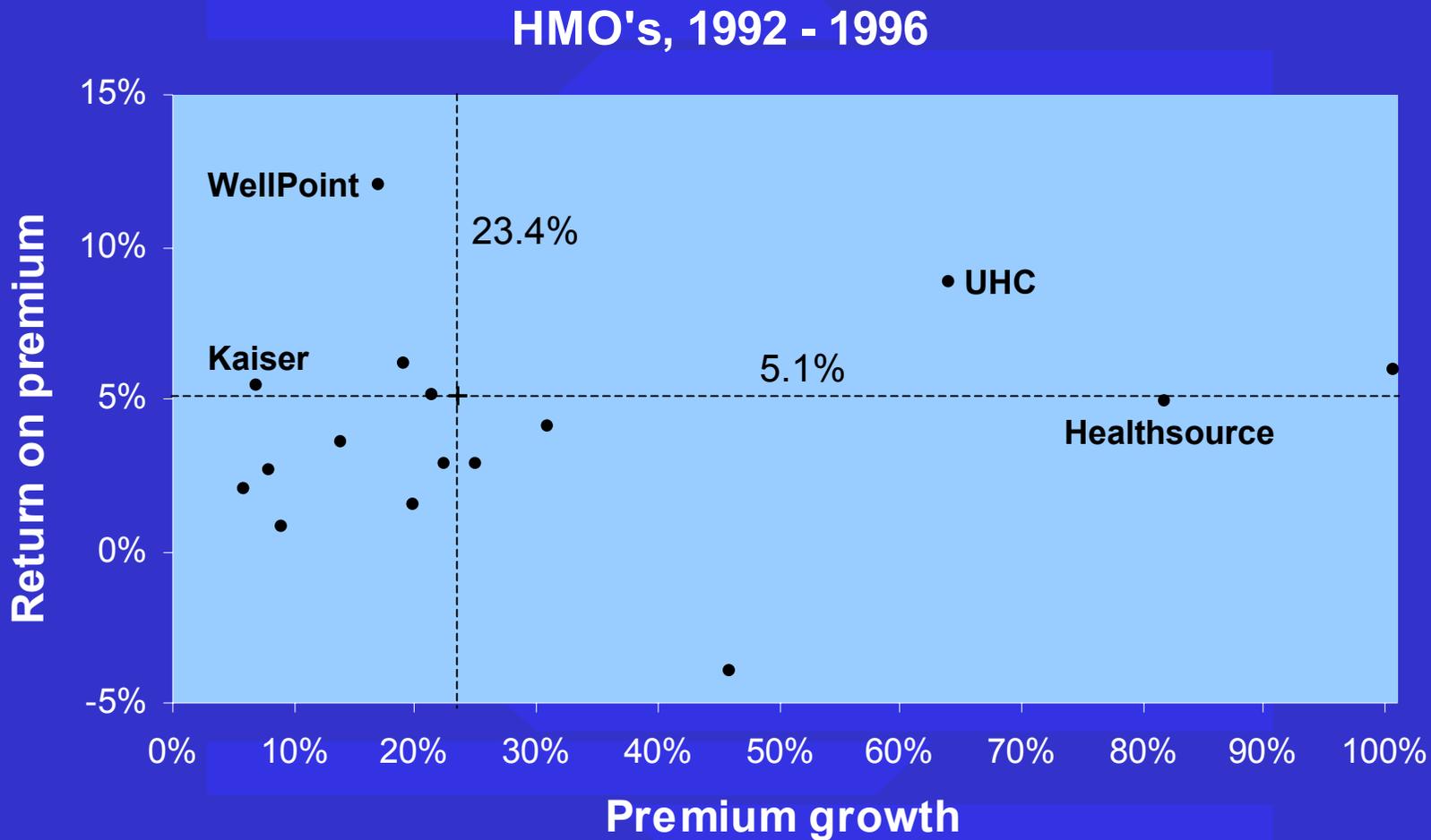


Münchener Rück
Munich Re Group

Premium growth vs. Return on premium



Premium growth vs. Return on premium



¿Qué entendemos por éxito?

Crecimiento sostenido de la cartera

Rentabilidad al Accionista

Satisfacción del cliente

- Valor (relación beneficio/precio)
- Servicio (infraestructura)
- Calidad, “CRM”

Permanencia en el largo plazo



Münchener Rück
Munich Re Group

Creación de Valor

Rentabilidad

Suscripción

Control de costos

Red de proveed.

Costo de adquis.

Costo de operac.

Inversiones

Sistema de Información



Münchener Rück
Munich Re Group

Factores de éxito

- Suscripción
- Control de costos en las reclamaciones
- Calidad y compromiso de la red de proveedores
- Sistema de información
- Creatividad para el crecimiento



Münchener Rück
Munich Re Group

Factores de éxito

- Fuerza de ventas productiva
- Proceso operativo eficiente
- Alineación
- Desarrollo de criterios actuariales
- “Knowledge Management”



Münchener Rück
Munich Re Group

Suscripción

Negocio Individual

- Suscripción médica
- Antecedentes patológicos y heredo familiares
- Bancos de datos
- Genoma humano

Grupos

- Suscripción técnica / actuarial
- Estimación de la siniestralidad esperada

NORMRISK

Sistema experto para la evaluación de riesgos

Suscripción adecuada de los riesgos



Mejor rentabilidad

Mayores posibilidades de respuesta



Mayor captación de negocios

Un criterio uniforme de suscripción en toda la organización

Simplifica el trabajo operativo en suscripción y en reclamaciones



Menores costos y mejor servicio al asegurado



Münchener Rück
Munich Re Group

Suscripción Grupo

La suscripción en grupo es uno de los factores que más incide en la rentabilidad

Existen muchos vicios difíciles de romper

Presiones de mercado y competitividad

- Corredor(es) del negocio
- Competencia
- Desconocimiento en el manejo del negocio



Münchener Rück
Munich Re Group

Suscripción Grupo

Un gran número de compañías tiene una manera muy simplista de cotizar los negocios de grupo:

$$\textit{Prima} = \frac{\textit{Sin}_{n-1} * (1 + \textit{inflación})}{1 - \textit{Gastos} - \textit{Comisiones}}$$



Münchener Rück
Munich Re Group

Suscripción Grupo

$$Prima = \frac{Sin *_{n-1} \bullet \Delta_1 \bullet \Delta_2 \bullet \Delta_3 \bullet (1 + t + m) + CR + CC}{1 - (Gtos. + Util + CAdq.)}$$

Variables que se deben considerar:

- Cambios en la población (N, x, ubic.geog.)
- Cambios en la cobertura
- Cambios en los parámetros del plan
- Inflación vs. tendencia en los costos médicos
- Costo de sin. catastróficos (costo de reaseguro)
- Complemento de reclamaciones catastróficas



Suscripción Grupo

Variables que se deben considerar (cont.)

- Márgen para desviaciones
- Gastos de administración y utilidad
- Comisiones, bonos y otros gastos de adquisición

Factor de credibilidad

Dividendos / bonificaciones de la prima

Derecho de póliza

Financiamiento de la prima (cobranza)



Münchener Rück
Munich Re Group

Tendencia en los costos médicos

Inflación médica
Cambios demográficos
Nueva tecnología
Nuevas enfermedades
Nuevos tratamientos



Münchener Rück
Munich Re Group

Control de costos en las reclamaciones

Diseño del plan

Cultura de la prevención

Apoyo a clientes en la conservación de su salud

Administración de enfermedades

Alianzas con proveedores

Seguimiento y coordinación de enfermedades crónicas / catastróficas
(Case Management)



Münchener Rück
Munich Re Group

Calidad y compromiso de la red de proveedores

Capacitación y desarrollo

Capacidad de negociación (ganar-ganar)

Esquema de pago / transferencia del riesgo

Control de utilización / costos / precios

Información sobre el desempeño de la red
(Utilization Review & Utilization Management)

Garantizar la calidad de la atención a los
asegurados



Münchener Rück
Munich Re Group

**“Lo que no se puede medir,
no se puede controlar”**

Datos → Información → Conocimiento

Debe tener tres características:

Completo, oportuno y confiable

Lenguaje común para toda la organización

Creatividad para el crecimiento

Entorno económico favorable

Incentivos fiscales

Conocimiento del mercado

Productos sencillos y claros

Mercadotecnia en seguros



Münchener Rück
Munich Re Group

Fuerza de ventas productiva

Alineación de la estrategia de ventas

- Otros ramos de seguros
- Plan de incentivos

Conocimiento del producto y de la competencia

Concursos y campañas de ventas

Medición del desempeño:

Ventas, conservación y rentabilidad



Münchener Rück
Munich Re Group

Proceso operativo eficiente

Sistemas automatizados y flexibles

La infraestructura del servicio de reclamaciones (redes, módulos, etc.) y su cobertura geográfica

La capacitación y competencia de los recursos humanos

Costo eficiente → Rentabilidad
Excelencia en el servicio



Münchener Rück
Munich Re Group

Alineación



Münchener Rück
Munich Re Group

Desarrollo de criterios actuariales

Cálculo de tarifas

Suficiencia de reservas

“Calce” de las inversiones

Mapa de riesgos

- Siniestralidad (largo plazo)
- Financiero
- Operativo
- Responsabilidad Civil
- Evolución tecnológica y patológica

Knowledge Management

El activo más valioso de las organizaciones es el Recurso Humano

El activo más valioso del Ser Humano es el conocimiento

Carencia de información explícita

La experiencia es fundamental en la especialización del ramo

¿Existe un plan para mantener y desarrollar gente especializada?

¿Quiénes son las personas clave?



Münchener Rück
Munich Re Group

¡ Muchas gracias !



Münchener Rück
Munich Re Group