

**Gestión 7/2006 - 6/ 2007**

**Gerencia Comercial**

**SANMIL**

The background of the slide features a coastal city skyline under a clear blue sky. The buildings are densely packed along the shore. In the foreground, the ocean is visible with white-capped waves breaking. A large, semi-transparent logo for 'SANMIL' is overlaid on the water, with the letters in a bold, white, sans-serif font. The logo is partially obscured by the text 'Gerencia Comercial' and 'Gestión 7/2006 - 6/ 2007'.

# Departamento Comercial

## Quienes somos, que hacemos



# Departamento Comercial

Quienes somos, que hacemos



**Daniel Stratico**  
Gerente Comercial

**Andrea Arce**  
Recup de bajas y morosidad  
Telemarketing, adm. gral  
Control, fact (mano der)  
Generacion ABM, at pub

**Lucia Sánchez**  
SC IOMA, facturacion, control,  
Carga liquida, atenc reclamos  
(mano izquierda)  
Generacion ABM, at pub

**Fabio Tarricone**  
Promotor  
(motor out board)

**Marcelo Rando**  
Promotor

**Nestor Reynoso**  
Promotor

**Acrlos Cutura**  
Promotor

**Silvana Azzi**  
Promotora

**Vacante**

**Jorge Ringa**  
Promotor

# Departamento Comercial

## Resultados de Ventas y Facturación 7/06 – 6/07

MES	JULIO 06	AGOSTO 06	SETIEMBRE 06	OCTUBRE 06	NOVIEMBRE 06	DICIEMBRE 06	TOTAL
CAPITAS	434	333	402	401	381	342	2293
FACTURACION	\$26299	\$21358	\$25411.50	\$25411	\$25913	\$20267.50	\$147660
MES	ENERO 07	FEBRERO 07	MARZO 07	ABRIL 07	MAYO 07	JUNIO 07	TOTAL
CAPITAS	342	364	408	341	324	387	2166
FACTURACIÓN	\$20267	\$22520	\$23816.50	\$19307.50	\$19323.50	\$24027	\$129261.5



**4459 Capitas ingresadas**  
**\$276921.50 en cobro 1º cuota**



# Departamento Comercial

## Venta no consolidada:

MESES	JULIO 06	AGOSTO 06	SETIEMB R 06	OCTUBRE 06	NOVIEMB R 06	DICIEMB R 06	TOTAL
PLANES	10	8	3	10	9	3	43
COMPOSIC.	J7 C2 B1	J7 E1	J3	J8 JF1 C1	J5 JF1 C3	J1 C1 B1	
MES	ENERO 07	FEBRERO 07	MARZO 07	ABRIL 07	MAYO 07	JUNIO 07	TOTAL
PLANES	9	10	15	6	7	3	50
COMPOSIC.	J4 JF3 C2	J8 C1 E1	J14 E1	J3 C1 E2	J3 JF4	J3	

Durante el periodo 7/06 – 6/07, y en el 1º trim de afiliado solo se produjo la baja de **93** grupos, sobre **2412** grupos ingresados. Descontándose las comisiones percibidas. La mayoría corresponden al plan Joven. El resto son ventas consolidadas. Resultado neto **2319** grupos.

# Departamento Comercial

## Publicidad y Comunicación: Valor agregado

### Acciones 2006/2007

Gráfica aumentos de planes

Los aportes para mejorar la salud no llegan al médico, por eso no mejora la salud.

Para mantener la calidad del servicio brindado hasta ahora, y para permitir crecer a todos los pacientes que sufren los beneficios de la actividad en los últimos años, los médicos necesitan recomponer sus honorarios.

Desde momento del proceso del traslado, nuestro más valioso activo, los aportes que los beneficiarios hacen a los médicos, que a su vez los recomponen de acuerdo a las necesidades de ellos.

Para mantener este nivel de calidad del servicio, lo único que necesitamos es que los aportes lleguen al médico, en que el paciente pague el honorario. Por eso, hay que desatar este nudo.

Todos necesitamos mejor salud.

Centro Médico de Mar del Plata

Si los aportes para mejorar la salud no llegan al médico, no mejora la salud.

Para mantener la calidad del servicio brindado hasta ahora, y para hacerle frente a todos los aumentos que sufrieron los médicos en los últimos años, los médicos necesitan recomponer sus honorarios.

Todos necesitamos más y mejor salud.

Por eso, hay que desatar este nudo.

Centro Médico de Mar del Plata

» Medianeras

**SAMI**

Poder elegir

RED DE SALUD

Centro Médico de Mar del Plata

SAN LUIS 1978 / 492-2040

**SAMI**

Poder elegir

RED DE SALUD

Centro Médico de Mar del Plata

SAN LUIS 1978 / 492-2040

**SAMI**

Poder elegir

Cartilla Médica

**SAMI**

Poder elegir

Cartilla Médica

Ley de las probabilidades:  
Es bastante improbable que su médico no atienda con SAMI.

**SAMI**

Poder elegir

NOMINA DE PRESTADORES		PLANES
PRESTADOR	PLANES	
DR. ALBERTO...	PLANES...	
DR. ANTONIO...	PLANES...	
DR. CARLOS...	PLANES...	
DR. DANIEL...	PLANES...	
DR. ENRIQUE...	PLANES...	
DR. FERNANDO...	PLANES...	
DR. GUSTAVO...	PLANES...	
DR. HECTOR...	PLANES...	
DR. JUAN...	PLANES...	
DR. LUIS...	PLANES...	
DR. MARCELO...	PLANES...	
DR. NESTOR...	PLANES...	
DR. OSCAR...	PLANES...	
DR. RAFAEL...	PLANES...	
DR. ROBERTO...	PLANES...	
DR. TITO...	PLANES...	
DR. VICTOR...	PLANES...	
DR. WALTER...	PLANES...	
DR. XOSAR...	PLANES...	
DR. YANIS...	PLANES...	
DR. ZORNO...	PLANES...	

# Departamento Comercial

## Publicidad y Comunicación: Valor agregado

### Acciones 2006/2007



» Gráfica Website



» Papelería



» Flyer



# Departamento Comercial

## Publicidad y Comunicación: Valor agregado

### Proyectos 2007



PUBLICITY ARGENTINA

2007A



#### SAMI - Plan Anual de Comunicación 2007

Medio	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTALES
TV					CAMPAÑA 1 \$20.000		CAMPAÑA 2 \$20.000		CAMPAÑA 3 \$20.000		CAMPAÑA 4 \$15.000		TV \$89.000
				Producción 1 \$6.000				Producción 2 \$3.000		Producción 2 \$5.000			
Radio	LU9 \$ 2.400	Campaña 0 \$6.500	Campaña 0 \$6.500	CAMPAÑA 1 \$6.500	\$6.500	CAMPAÑA 2 \$6.500	\$6.500	CAMPAÑA 3 \$6.500	\$6.500	CAMPAÑA 4 \$6.500	\$6.500	\$6.500	Radio \$75.700
			Producción 1 \$600		Producción 1 \$600		Producción 2 \$600		Producción 3 \$600				
Vía Pública	Medianeras x 2 (Moreno e Independencia - Luro y Catamarca)												Vía Pública \$31.620
Eventos	Estática eventos artistas locales										Semana de la salud		Eventos \$2.000
TOTALES	Enero \$5.035,00	Febrero \$9.135,00	Marzo \$9.735,00	Abril \$15.135,00	Mayo \$29.735,00	Junio \$9.135,00	Julio \$29.735,00	Agosto \$12.135,00	Septiembre \$29.735,00	Octubre \$14.135,00	Noviembre \$24.135,00	Diciembre \$9.135,00	\$198.320,00

Nota: Presupuesto para acciones de comunicación para el corriente año.

# Departamento Comercial

## Publicidad y Comunicación: Valor agregado

### Proyectos 2007



» Rediseño Planes

**SAMI CENTRO**  
San Luis 2019 / 400 2019 (Calle Rosales) de 1 a 18,30 hs.  
**SAMI LA PUEBLA**  
Av. Libertad 102 / 400 2019 de 1 a 18,30 hs.  
**SAMI PUERTO**  
Ez 24 de Mayo 2002 / Tel. 400 500 100 de 1 a 18,30 hs.  
**EMERGENCIAS**  
400 010 / 400 000 / 400 000 (Calle Rosales)

**PLAN A CERO**

0800 666 5922

**SAMI**  
Poder elegir

Centro Médico de Mar del Plata

**SAMI CENTRO**  
San Luis 2019 / 400 2019 (Calle Rosales) de 1 a 18,30 hs.  
**SAMI LA PUEBLA**  
Av. Libertad 102 / 400 2019 de 1 a 18,30 hs.  
**SAMI PUERTO**  
Ez 24 de Mayo 2002 / Tel. 400 500 100 de 1 a 18,30 hs.  
**EMERGENCIAS**  
400 010 / 400 000 / 400 000 (Calle Rosales)

**PLAN B**

0800 666 5922

**SAMI**  
Poder elegir

Centro Médico de Mar del Plata

**SAMI CENTRO**  
San Luis 2019 / 400 2019 (Calle Rosales) de 1 a 18,30 hs.  
**SAMI LA PUEBLA**  
Av. Libertad 102 / 400 2019 de 1 a 18,30 hs.  
**SAMI PUERTO**  
Ez 24 de Mayo 2002 / Tel. 400 500 100 de 1 a 18,30 hs.  
**EMERGENCIAS**  
400 010 / 400 000 / 400 000 (Calle Rosales)

**Rediseño Planes**

**PLAN E ULTRA**

0800 666 5922

**SAMI**  
Poder elegir

Centro Médico de Mar del Plata

» Rediseño Planes

**SAMI CENTRO**  
San Luis 2019 / 400 2019 (Calle Rosales) de 1 a 18,30 hs.  
**SAMI LA PUEBLA**  
Av. Libertad 102 / 400 2019 de 1 a 18,30 hs.  
**SAMI PUERTO**  
Ez 24 de Mayo 2002 / Tel. 400 500 100 de 1 a 18,30 hs.  
**EMERGENCIAS**  
400 010 / 400 000 / 400 000 (Calle Rosales)

**PLAN C**

0800 666 5922

**SAMI**  
Poder elegir

Centro Médico de Mar del Plata

**SAMI CENTRO**  
San Luis 2019 / 400 2019 (Calle Rosales) de 1 a 18,30 hs.  
**SAMI LA PUEBLA**  
Av. Libertad 102 / 400 2019 de 1 a 18,30 hs.  
**SAMI PUERTO**  
Ez 24 de Mayo 2002 / Tel. 400 500 100 de 1 a 18,30 hs.  
**EMERGENCIAS**  
400 010 / 400 000 / 400 000 (Calle Rosales)

**PLAN Joven**

0800 666 5922

**SAMI**  
Poder elegir

Centro Médico de Mar del Plata

# Departamento Comercial

## Publicidad y Comunicación: Valor agregado

### Proyectos 2007



**sami es poder elegir.**

Sami Centro: Avda. 1000 1978 / Tel. 4022-492 2040  
Sami Puerto: 12 de Octubre 3227 / Tel. 480-2629  
Sami La Plata: Av. Libertad 4281 / Tel. 402-4581  
Miembro de La Red Argentina de Salud

Centro Médico de Mar del Plata

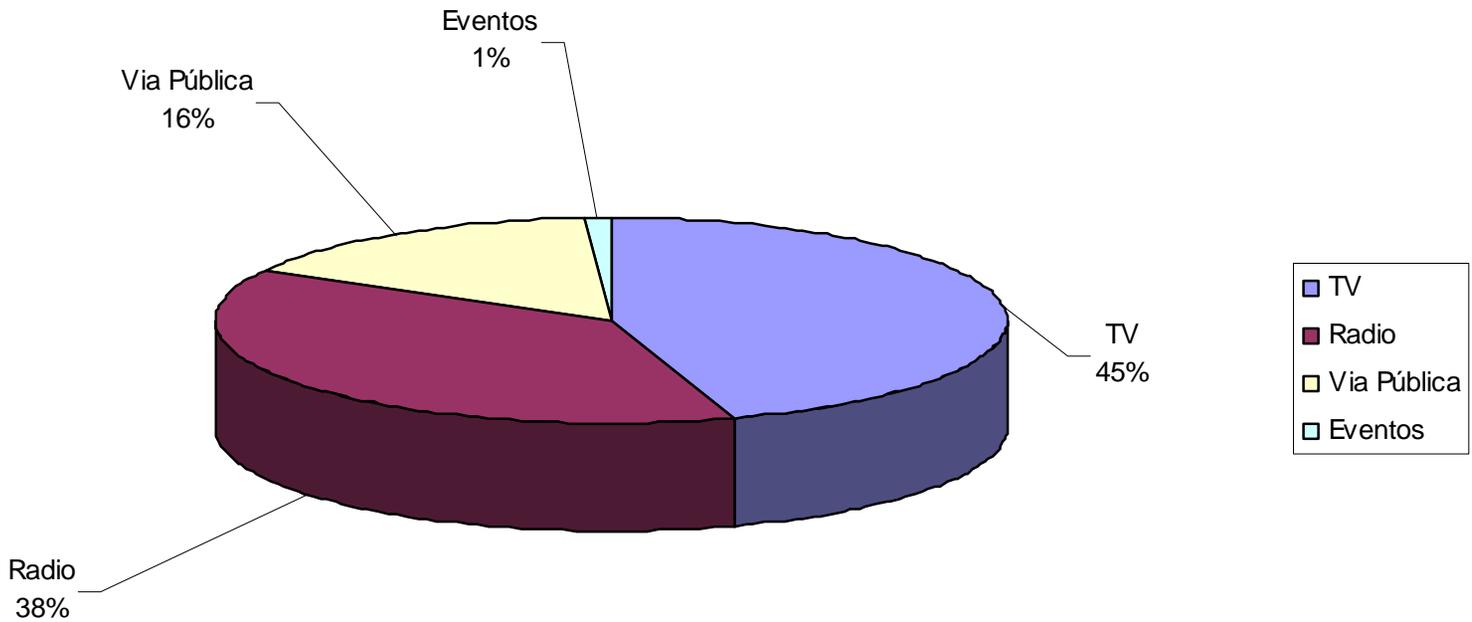


# Departamento Comercial

## Publicidad Comunicación:



Inversión por Medio - 2007A

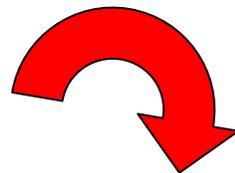


# Departamento Comercial

## Enero 2007: Crisis

Contexto: El gobierno interviene en el Sector Salud limitando los aumentos de cuota desfinanciando al sector, dejando en una delicada situación a SAMI y obligando a retraer el aumento del 20% anunciado en Octubre del 2006. Se modifican arbitrariamente las reglas del juego, y se enfrenta a la prepaga con sus afiliados. Sami debe aumentar drásticamente los copagos para mantener las cuentas en orden y financiar prestaciones. SAMI afronta reclamos ante organismos oficiales. Además quedan en medio del conflicto los prestadores con los que había un compromiso de recomposición, la cual se vuelve difícil de cumplir sin el aumento de cuota.

La Gerencia Comercial asume la crisis y plantea las sig. acciones:



## Departamento Comercial

- 1) Campaña de Up Grade al plan B
- 2) Fuerte acción motivacional a la Fuerza de Ventas (soporte Gcia. Gral)
- 3) Rápido cambio de la argumentación de venta de beneficios en línea con la idea de transformar las debilidades en atributos atractivos.
- 4) Centrar la gestión más sobre los planes E y E Ultra, por sus atributos inalterados y condiciones competitivas.
- 5) Análisis de mercado, generando un informe de competencia, descripción de acciones y planes, y posición que tomaron las otras empresas.
- 6) Basado en el punto anterior, se presenta una descripción de fortalezas de la competencia y de debilidades de SAMI. Esto genera una serie de requerimientos a otras áreas para que en Equipo se enfrente la crisis.
- 7) Se inicia la tarea de diseño de nuevos productos basado en el punto 6. Actualmente en proceso conjunto con los demás sectores de SAMI.
- 8) Plan de neutralización de reclamos en Defensa del Consumidor. (Gcia. Operativa)

# Departamento Comercial

## Campañas Especificas: Up grade plan B

### UPGRADE PLAN B

febrero

Plan ant. Cap	IMP ANT.	IMP ANT SIIVA	Plan act.Cat. Cap	IMP ACT.	IMP ACTSIIVA	DIF CUOTA
<i>C X73</i>	\$ 6,312.50	\$ 5,713.00	B	\$ 10,952.00	\$ 9,911.00	\$ 4,158.00
<i>DSG X8</i>	\$ 1,255.50	\$ 1,136.00	B	\$ 1,612.00	\$ 1,459.00	\$ 323.00
<i>Joven</i>	\$ -	\$ -	B	\$ -	\$ -	\$ -
<i>R X1</i>	\$ 108.00	\$ 98.00	B	\$ 211.00	\$ 191.00	\$ 53.00
	\$ -	\$ -	B	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total 83 CAPITAS</b>		<b>\$ 6,547.00</b>		<b>\$ 11,561.00</b>		<b>Total \$4,614.00</b>

marzo

Plan ant. Cap	IMP ANT.	IMP ANT SIIVA	Plan act.Cat. Cap	IMP ACT.	IMP ACTSIIVA	DIF CUOTA
<i>C X160</i>	\$ 13,605.00	\$ 12,312.00	B	\$ 23,591.50	\$ 21,350.00	\$ 5,638.00
<i>DSG X38</i>	\$ 5,823.00	\$ 5,270.00	B	\$ 7,169.00	\$ 6,488.00	\$ 1,218.00
<i>Joven X3</i>	\$ 192.00	\$ 174.00	B	\$ 495.00	\$ 448.00	\$ 274.00
<i>R</i>	\$ -	\$ -	B	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	B	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total 201 CAPITAS</b>		<b>\$ 17,756.00</b>		<b>\$ 28,286.00</b>		<b>Total \$10,530.00</b>

abril

Plan ant. Cap	IMP ANT.	IMP ANT SIIVA	Plan act.Cat. Cap	IMP ACT.	IMP ACTSIIVA	DIF CUOTA
<i>C X82</i>	\$ 7,647.50	\$ 6,921.00	B	\$ 13,402.50	\$ 12,129.00	\$ 5,268.00
<i>DSG X31</i>	\$ 3,885.50	\$ 3,516.00	B	\$ 4,970.00	\$ 4,498.00	\$ 582.00
<i>Joven X4</i>	\$ 255.00	\$ 231.00	B	\$ 766.00	\$ 693.00	\$ 462.00
<i>R</i>	\$ -	\$ -	B	\$ -	\$ -	\$ -
<i>D X3</i>	\$ 358.50	\$ 324.00	B	\$ 555.00	\$ 502.00	\$ 178.00
<i>G X4</i>	\$ 814.50	\$ 737.00	B	\$ 897.00	\$ 812.00	\$ 75.00
<b>Total 124 CAPITAS</b>		<b>\$ 11,729.00</b>		<b>\$ 18,634.00</b>		<b>Total \$6,585.00</b>

mayo

Plan ant. Cap	IMP ANT.	IMP ANT SIIVA	Plan act.Cat. Cap	IMP ACT.	IMP ACTSIIVA	DIF CUOTA
<i>C X57</i>	\$ 8,578.00	\$ 7,763.00	B	\$ 15,067.50	\$ 13,636.00	\$ 5,873.00
<i>DSG X16</i>	\$ 2,284.50	\$ 2,067.00	B	\$ 2,743.00	\$ 2,482.00	\$ 415.00
<i>Joven</i>	\$ -	\$ -	B	\$ -	\$ -	\$ -
<i>R X2</i>	\$ 232.50	\$ 210.00	B	\$ 422.00	\$ 382.00	\$ 172.00
<i>GS0 X1</i>	\$ 245.00	\$ 222.00	B	\$ 262.00	\$ 237.00	\$ 15.00
	\$ -	\$ -	B	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total 116 CAPITAS</b>		<b>\$ 10,262.00</b>		<b>\$ 16,737.00</b>		<b>Total \$6,475.00</b>

**Total 524 CAPITAS**

**Total \$28,524.00**

**SIMULACION INCREMENTO DE FACT X 12 MESES \$342288**

(SE CALCULA DE MAYO 2007 A ABRIL 2008)

# Departamento Comercial

## Campañas Especificas:

### Traspaso Afiliados OSJERA a OSMEDICA

En 2006 >>>>>>>>>>>> 154 grupos >>>>>>>>>>>> 335 capitas

En 2007 >>>>>>>>>>>> 13 grupos >>>>>>>>>>>> 36 capitas

**92% de traspasos efectivos**

Responsable: Andrea Arce con asistencia de la Gerencia Comercial

Metodología: Telemarketing

Seguimiento de cuentas en Equipo con Dto. Corporativo

Seguimiento de plazos administrativos p/ Traspaso

Asesoramiento afiliados sobre aportes y facturación

Resultados: Se regularizaron los pagos de los aportes

Monto aprox de aportes no recibidos x mes: **\$7000**



# Departamento Comercial

## Recupero de bajas y morosidad

Responsable: Andrea Arce (Asistente) y Gerente Comercial

Metodología: Telemarketing. Control consumos de prestaciones.

Entrevistas personalizadas. Refinanciación.

Resultados periodo 6/06 – 7/07:

Recuperos de planes: 101

Recupero de capitas: 185

Recupero cuotas refinanciadas: \$56941.11



# Departamento Comercial

## Informe comparativo

(planes, empresas)

Planes	SAMI C Cerrado	SAMI B Cerrado
URG. Y EMERGEN.	Emergencias: inmediato, cubre 100% Servicio de Ambulancias Urgencias: acceso cobertura 180 d. Antes a cargo afil a valores SAMI	Emergencias: inmediato, cubre 100% Servicio de Ambulancias Urgencias: acceso cobertura 7 d. S/C 100%
CONSULTA	En consultorio: inmediato C/C \$2 En domicilio: a cargo del afiliado. En dom. con serv. amb. C/C \$10	En consultorio: inmediato C/C \$7.5. En domicilio: a cargo del afiliado. En dom. con serv. amb. C/C \$10
LAB Y DIAG	Bioquimicos rutina: acceso serv. y baja comp. C/C \$2 por determinacion media y Bioq alta comp: 33% del valor pract 90 dias: Eco: \$30 TAC: \$60 RNM: RX: \$20	Acceso a servicio S/C 7 dias: Rutina S/C 60 dias: mediana comp S/C 90 dias: Bioq alta comp: 33% del valor pract Diag x Imag med y alta comp 90 dias
ACCESO A SERVICIOS COPAGOS	Con autorizacion en puestos SAMI. Acceso serv.: Con autorizacion en Puestos SAMI. Todos los planes.	Acceso serv.: Con autorizacion en Puestos SAMI. Todos los planes.
PAGOS Y APORTES	Variables entre \$5 y \$200 según plan Centros de pago: (Pago Facil, etc) Debito autom: distintas modalidades	En consultorio: inmediato C/C \$7.5. Bioq alta comp: 33% del valor pract Centros de pago: (Pago Facil, etc) Debito autom: distintas modalidades
INTRNAC.	Acceso servicio: 180 dias C/C Internacion quir. \$200 C/C Ambulatorio \$150	Acceso servicio: 180 dias S/C 100%
ACCESO A BS. AS.	No Solo por derivacion a la RAS si no hubiera prestador en Mar del Plata	No Solo por derivacion a la RAS si no hubiera prestador en Mar del Plata.
MEDICAM.	40% Farmacias del Colegio de Farm Yademecum SAMI Acceso 30 dias	50% Farmacias del Colegio de Farm Yademecum SAMI 40% Pto. Sifar. 25% resto. Acceso 30 dias
ASISTENCIA AL VIAJERO COB. FALLEC. CIR REF	Acceso 30 dias Universal Assistance Internacional \$10000 Cob por fallecimiento del titular 12 meses	Acceso 30 dias Universal Assistance Internacional \$10000 Cob por fallecimiento del titular 12 meses
ODONTO:	No	No
Grat: 70%	Kinesio: 20 sesiones C/C \$10 x sesion	Kinesio: 20 sesiones S/C
Prot y Ort: 60%	Fono: 20 sesiones C/C \$10 x sesion	Fono: 20 sesiones S/C
Psicologia: Reintegro \$10 x sesion año PMO	ODONTO: Grat: 70%	ODONTO: Grat: 70%
	Prot y Ort: 60%	Prot y Ort: 60%
	Psicologia: Reintegro \$10 x sesion 30 sesiones PMO	Psicologia: Reintegro \$10 x sesion 30 sesiones PMO
CUOTAS:	CUOTAS: Ind: \$211 Mat: \$199,5	CUOTAS: Ind: \$211 Mat: \$408,5
	Ind: \$121,5 Mat: \$235	

Este análisis comparativo entre empresas y planes nos permite diseñar los nuevos productos con una margen de certeza sobre la competitividad que necesitamos para tomar franjas de mercado y crecer sostenidamente.

# Departamento Comercial

PLANES	GALENO 3	MEDIFE 3
IRG / EMER	Azul 200 Plata 250 Oro 300 Inmediatas	Bronce (Cerrado) Plata (Combinado) Oro (Combinado) Inmediatas
CONSULTA	Inmediata S/C 100% en Azul en dom: \$10	Inmediata S/C 100% en dom: C/C Acceso a cons de Clinicas y Guemes
LAB Y DIAG	Inmediato S/C 100%	Inmediato S/C 100% Alta, Media y Baja complejidad
ACCESO A SERVICIOS	Inmediato C/ credencial, sin autorizacion C/ credencial y DNI	Inmediato C/ credencial, sin autorizacion
COPAGOS	En Azul: Psicologia: \$5. Centros de pago: (Pago Facil, etc) Debito autom: distintas modalidades Unifican aportes de regim gral, muni.	Oro y Plata: en dom C/C Todos: Psicologia C/C Centros de pago: (Pago Facil, etc) Debito autom: distintas modalidades Unifican aportes de regim gral, muni. Funciona como cuenta corriente.
PAGOS Y APUHES	Funciona como cuenta corriente. Inmediata. S/C 100%	Inmediata. S/C 100% Hab. compartida
INTERNAC.	En BS. AS. hab individual Resto pais hab compartida.	Inmediata. S/C 100% Hab. compartida
ACCESO BS A	Directo Con credencial	Directo Con credencial
MEDICAM.	Inmediato Listado de farmacias adheridas Desc. 40%	Inmediato Listado de farmacias adheridas Desc. 40%
ASISTENCIA AL VIAJERO	Azul y Plata: Nacional Oro: Internacional	Bronce: no Plata: Regional (Arg. y paises limit) Oro: Internacional con franquicia
COB. FALLE	Azul: 12 meses Plata y Oro: 15 meses	2 años \$1600 por gasto sepelio titular \$700 por gasto sepelio adh.
CIRUJIA REFRAC.	Mayores de 24 años y menores de 60 Azul y Plata: C/C x ojo Oro: 100%	Bronce: 50% Plata: 100% Oro: 100%
OTROS:	Condicion todos: 12 meses permanen	Kin: Br. 25 ses PI. 30 ses Or. 40 ses Fono: Br. 40 ses PI. 46 ses Or. 56 ses
ODONTO.	Azul y Plata: Gral. 100% / Ort. 100% hasta 8 años Oro: Gral 100% / Ort. Hasta 18 c/ reintegro \$600 Ort. 100% hasta 8 años Prot. Reintegro \$200 x año x persona	ODONTO. Bronce: Gral. S/C inmediato Plata y Oro: Gral. 100% inmediato Prot y Ort. Por reintegro 12 meses carencia.
CUOTAS:	Azul 200: Ind: \$199. Mat: \$360,85 Plata 250: Ind: \$223. Mat: \$105,61 Oro 300: Ind: \$253,30 Mat: \$461.	CUOTAS: Bronce: Ind: \$197 Mat: \$332 Plata: Ind: \$219 Mat: \$367 Oro: Ind: \$283 Mat: \$472

Informe comparativo  
(planes, empresas)



# Departamento Comercial

# Informe comparativo

(planes, empresas)

SMG	
PLANES	SM01 (cerrado) SM062 (combinado)
URG. EMERG.	Inmediatas S/C
CONSULTA	SM01 Inmediata SM062 S/C 100%
LAB Y DIAG ACCESO A SERVICIOS	SM01 Inmediato S/C 100% Alta, Media y Baja complejidad Med: cl credencial, sin autorizacion Med: cl credencial y DNI
COPAGOS	SM01 Cons. \$11 Kin. \$22 despues tope Fono. \$7 despues tope SM062 S/C
PAGOS Y APORTES	Centros de pago: (Pago Facil, etc) Debito autom: distintas modalidades Unifican aportes de regim gral, muni. Funciona como cuenta corriente.
INTERNAC.	Inmediata. S/C 100% Hab individual
ACCESO BS AS	SM062 cob acomp. X 3 dias Directo con Credencial
MEDICAM.	Inmediato Listado de farmacias adheridas
ASISTENCIA VIAJERO	SM01: no SM062: Internacional
COB. FALLEC.	SM01 3 meses SM062: 1 año
CIRUJIA REFRAC.	SM01 no SM062 100% mayores 27 años
ODONTO:	SM01: Gral. 100% / Ort. 50% hasta 14 años SM062: Gral 100% / Ort. 100% hasta 14
CUOTAS:	
SM01	
SM01-25 a	Ind: \$231,5 Mat: \$446
SM062:	Mat:1: \$481
	Ind: \$120 Mat: \$220
	Ind: \$360
	Mat:1: \$761

	THEMA	HPC
PLANES	"1 Joven" Todas las clinicas C/C "1" Todas las clinicas C/C "2" Una clinica a eleccion con C/C "4" Todas las clinicas sin copagos	"H" Joven
URG. Y EMERGEN.	Inmediato	Urg a dom: C/C Emergencias: Solo Acc de transito y apendicitis.
CONSULTA	En consult: \$10 ("1", "2", "4" y "1J") En Dom: \$15 ("1", "2", "4" y "1J")	Acceso 30 dias S/C 100%
LAB Y DIAG	C/C Bioquim. \$2 por determinacion RX \$5 Mamo \$50 Eco \$5 TAC \$30 RNM \$40	Acceso 90 dias C/C se adjunta detalle impreso.
ACCESO A SERVICIOS	Autorizacion en Clinicas, Thema. Junto al pago de copagos según el plan.	Practicar, estudios y consultas C/C se adjunta detalle impreso.
COPAGOS	Mismos Copagos todos los planes Bioquim. \$2 por determinacion RX \$5 Mamo \$50 Eco \$5 TAC \$30 RNM \$40 cons \$10 dom \$15	Se adjunta detalle impreso por su variedad y cantidad
PAGOS Y APORTES	Centros de pago: (Pago Facil, etc) Debito autom: distintas modalidades Unifican aportes de regim gral, muni.	Centros de pago: (Pago Facil, etc) Debito autom: distintas modalidades Unifican aportes de regim gral, muni. En Centros de atencion HPC
INTERNAC.	S/C cobertura 100%	S/C 100%
ACCESO BS AS	no	Solo por derivacion al Hosp Italiano por convenio
MEDICAM.	40 farmacias desde 30% a 50% de descuento.	30% en Farmacias adheridas
ASISTENCIA AL VIAJERO	"1" cobertura Regional acceso 90 d "2" cobertura Nacional acceso 30 d "4" cobertura Regional acceso 90 d (Regional= Arg y paises Limit)	No Solo ciudades predeterminadas. Bs As, Bariloche, La Plata, Cordoba, Rosario Cobertura 80%
COB. FALLEC.		
CIR. REFRAC.		
OTROS:		
ODONTO:	Gral. tratamiento anual. Abona 1ª consulta \$10	ODONTO: General: 60% de cobertura Prot y Ort. 35% de cobertura
CUOTAS:		
	"1" "2" "4" "1J"	CUOTAS: "H" "J"
	x1 \$123 \$103 \$177 \$86,10	x1 \$137 \$63
	x3 \$253 \$189 \$342	x2 \$224 de 18 a 35 a
		x3 269

# Departamento Comercial

## Aumento de cuotas y modificaciones 6/06 – 7/07

(Como fue la película)

6/06 Aumento general de cuota



8/06 Envío carta de aumento para Enero 2007 (60 días)

1/07 Aumento del 20% en la cuota de los planes

1/07 Nota retracción del aumento. Nota de crédito para cuota Febrero. Aumento del 2% en cuotas de planes, menos planes E y E Ultra.

1/07 Aumento de los copagos de todos los planes menos planes E y E Ultra. Se aplican los copagos sugeridos por las Autoridades

4/07 Envío carta aumento planes E y E Ultra (60 días)

6/07 Aumento del 17% en la cuota de los planes E y E Ultra

6/07 Envío carta de aumento para Agosto 2007 todos los planes prepagos menos planes C, B, SCIOMA y Reactivos 15%.

# Departamento Comercial

- **Proyecto para la creación del puesto “Ejecutivo de Cuenta”:**
- **Objetivos y descripción de tareas:**
  - **1) Contar con datos estadísticos que permitan medir el grado de satisfacción del afiliado.**
  - **2) En los casos de insatisfacción, determinar las causas, tratando de contener al cliente evitando la baja y el daño a la marca.**
  - **3) Esta información permitirá tomar las medidas correctivas para mejorar la performance general.**
  - **4) Se impulsará el sistema de referidos. El Ejecutivo de Cuenta utilizará argumentos comerciales y promocionales para generarlos con el cliente, o utilizará estrategias de comunicación y negociación.**
  - **5) Los referidos se categorizarán por la potencialidad para generar más datos. Paso seguido se distribuirán entre los promotores para cerrar las entrevistas.**
  - **6) Para los Planes E y E Ultra tendrá la responsabilidad de crear el nexo en las empresas con los funcionarios de las mismas y se asignará el promotor más apropiado buscando concordancia entre el perfil del cliente y el del vendedor a fin de facilitar el cierre de la operación.**

Departamento Comercial

Para terminar, solo...

*Gracias por su atención!!!*

El Equipo de Ventas.