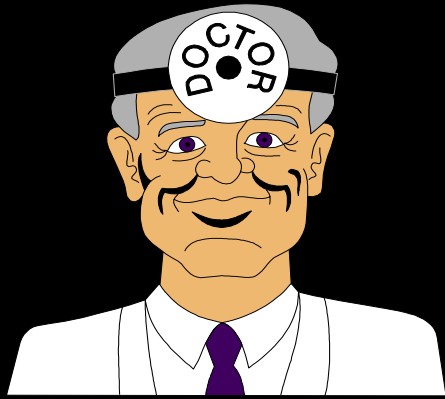




Médico Auditor

AL SERVICIO DE QUIEN?

Dr Eladio C. Mazzón

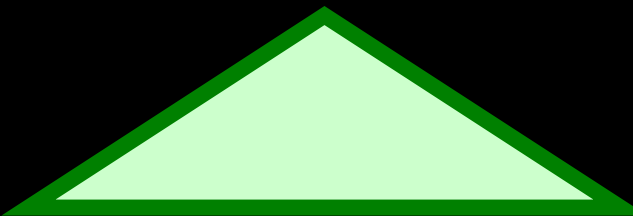


Médico Auditor

FUNCION:

SERVICIO

**RENDA-
BILIDAD**

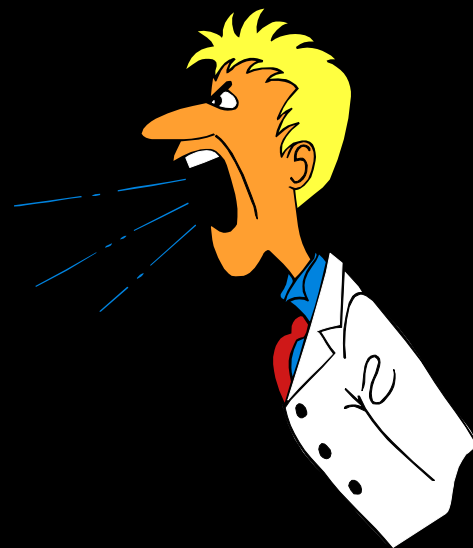


**CONTRIBUIR AL EQUILIBRIO
DEL PREPAGO**

COMO LO VEN ?



COMO REACCIONAN?



QUE PIENSA LA GENTE

(los afiliados y los prestadores)

QUE EJERCEN EL PODER DE “POLICIA”

QUE SOLO CUIDAN “LA GUITA” DE LA OBRA SOCIAL

QUE AUTORIZAN LO MENOS POSIBLE

QUE NUNCA SE PUEDE HABLAR CON ELLOS

QUE SON UNOS FRACASADOS COMO MEDICOS

POR ESO SE DEDICAN A ESO

QUE SE DEDICAN A CASTIGAR A LOS PRESTADORES

QUE NO SABEN NADA DE MEDICINA

QUE SON UNOS MAL EDUCADOS

QUE LE PAGAN UN MONTON PARA HACER NADA

CONSENCUENCIAS

SON MALA PALABRA

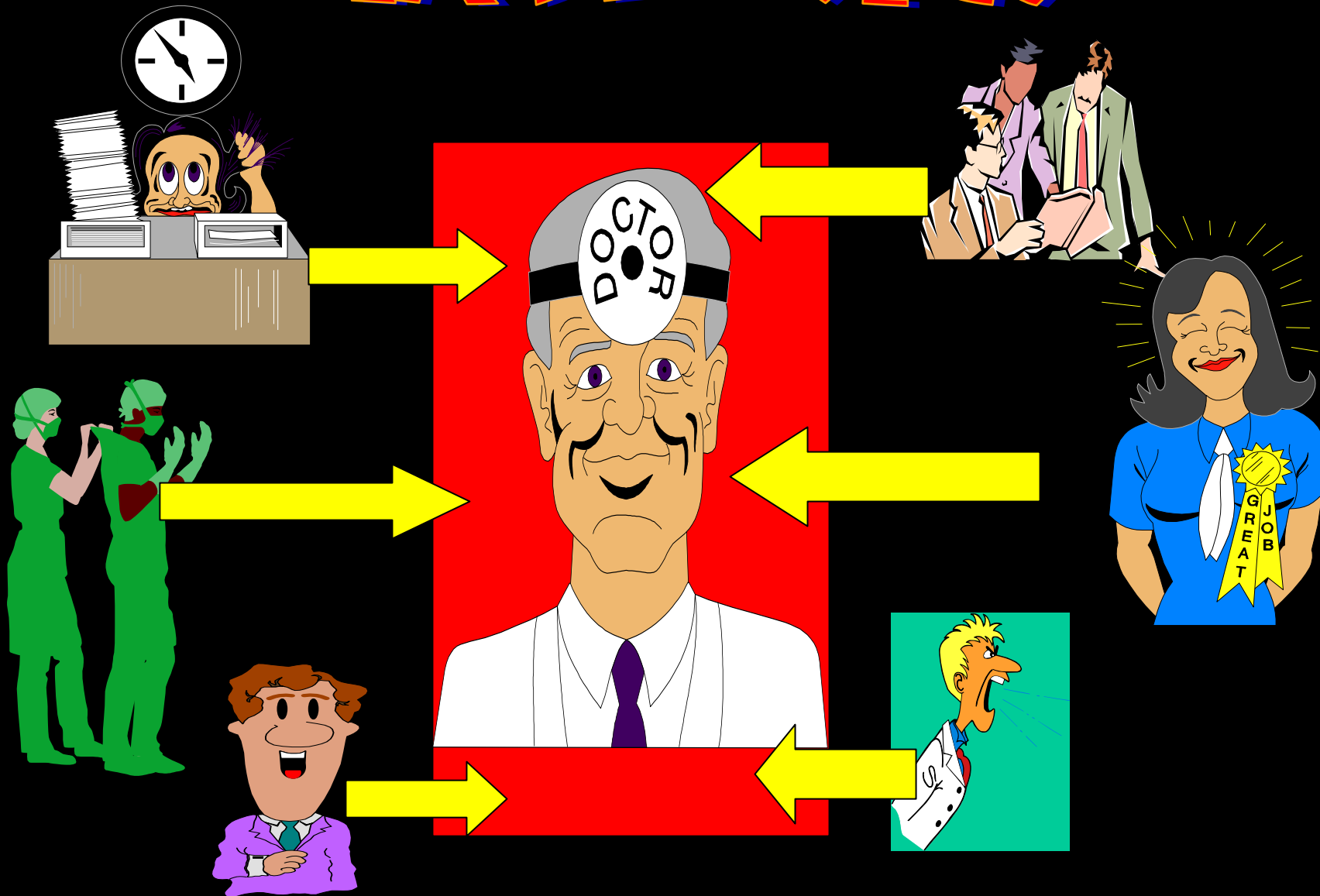
NO LOS QUIERE NADIE
afiliados, los prestadores
¡ni los empleados!

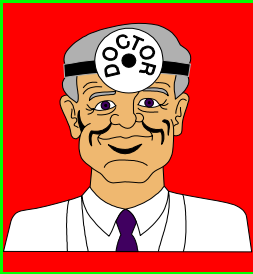
SON AGREDIDOS :

Verbal, epistolar y físicamente!!!

LA VERDAD

LÍNEA DE FUEGO





LO EVIDENTE

**OBLIGADO A MANTENR UNA
SANA ECUACION ENTRE SERVICIO
Y RENTABILIDAD**

Sin preparación adecuada porque son “sólo médicos”

GENERADORES DE IMAGEN DEL PREPAGO

*“me encanta tratar con Ud. Porque entiende los problemas del afiliado”
a”no te pego por que me da lástima!!!”*

RESPONSABLES DE GRAN PARTE

DE LAS BAJAS DEL PREPAGO

DENTRO DEL 70% DE LOS MAL ATENDIDOS

Por razones directas o indirectas

PARA MEJORAR...
PARA MEJORAR...

ERRORES

PROPUESTAS

MEDICO AUDITOR

MEDICO ASESOR

SIN IDENTIFICACION

IDENTIFICACION ADECUADA

NO SABER DELEGAR RESPONSABILIDADES

DELEGAR PRACTICAS MENORES

O SITUACIONES CONOCIDAS POR EL PERSONAL.

PARA MEJORAR...

PARA MEJORAR...

ERRORES

PROPUESTAS

NO SABER MANJERSE POR TE.

**CELULAR 24 HS CONOCIDO POR PERSONAL,
AFILIADOS, PRESTADORES. ¡ENCENDIDOS!**

EXPLICACION DE LOS RECHAZOS A CARGO PERSONAL

**RECHAZO DE PRACTICAS
EN VIVO Y EN DIRECTO “PONER LA CARA”**

DECIR UNA COSA Y HACER OTRA

SER PERSONA “DE PALABRA”

PARA MEJORAR... PARA MEJORAR...

ERRORES

PROPUESTAS

ESCRIBIR CON LETRA O SELLO ILEGIBLE

ESCRIBIR CON LETRA CLARA DE IMPRENTA O POR COMPUTADORA. SELLO CON LETRA CLARA Y DEFINIDA...¡CON TINTA!

PAGAR MAL Y NUNCA

PAGAR EN TIEMPO Y FORMA CON DEBITOS ACLARADOS

NO SER REFERENCIADO POR EL AFILIADO

TRATAR DE SER EL “REFERENTE” DENTRO DEL PREPAGO

PARA MEJORAR...
PARA MEJORAR...

ERRORES

PROPUESTAS

INTERNACION “AUTORIZADA” Y LISTO..

**CONTACTO DURANTE LA INTERNACION
CON PACIENTE , FLIARES O EL PRESTADOR...**

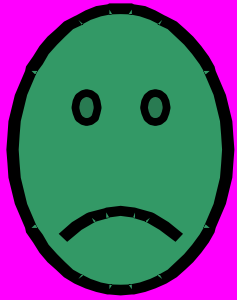
SE PAGA Y YA ESTA:

**CONTACTO POST INTERNACION
(afiliados y prestadores)**

IGNORANCIA DE NUESTROS AFILIADOS

CONSEJOS DE SALUD PREVENTIVOS

RESULTADOS...



CLIENTES



INSATISFECHOS

SATISFECHOS

NOS ABANDONAN LOS MAS RENTABLE

Dejan de pagar y lo interpretamos como que “no tienen plata”

SE QUEDAN CON NOSOTROS

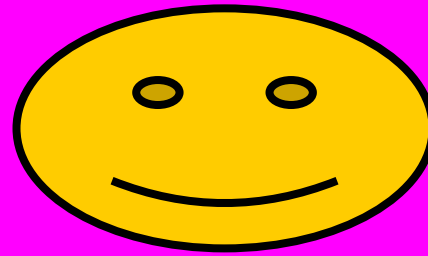
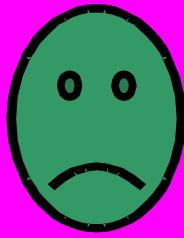
Por que las personas se quedan
junto a las personas que les agradan

BOCA A BOCA NEGATIVO

Hablan mal de nuestro prepago, se lo cuentan a DIEZ

BOCA A BOCA POSITIVO

Aunque mas no sea a TRES se lo van a contar.-



AUMENTA NUESTRO COSTO PUBLICITARIO

Caen las afiliaciones hacemos mas propaganda

DISMINUYEN EL COSTO DE PUBLICIDAD

**Porque se mantienen la cartera o aumenta
sin necesidad de salir a contarle publicitariamente
que tan buenos somos...**

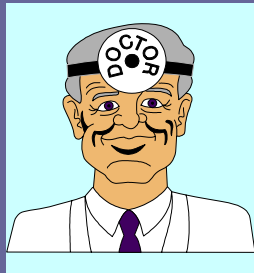
CONTRIBUYEN A LA CAIDA DE LA RENTABILIDAD

Mayor costo de publicidad y producción

**GANAR UN AFILIADO CUESTA 5 VECES MAS QUE RETENERLO
mayor gasto prestacional por envejecimiento de cartera**

AUMENTAN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA

**Se disminuyen los gastos para ingresarlos y
los prestacionales por cartera mas joven**



RESULTADO ECONOMICO



PERDIDA POR BAJA DE ASOCIADOS

(según Del Pino , Zorraquín y asoc.):

CANTIDAD DE AFILIADOS PERDIDO POR MES (promedio)= 40

CANTIDAD POR AÑO (40 x 12 MESES)= 480

VALOR CUOTA MENSUAL PROMEDIO (140.000 / 2900= \$ 48 per capita)

CUOTA ANUAL POR ASOCIADO: (48 x 12 = \$ 579)

PERDIDA ANUAL EN \$ =(480 x 579)=227.920

COSTO DE ADQUICION:

(2,5 CUOTAS + PUBLICIDAD PROMEDIO POR MES Y POR AFILIADO \$30)

48 X 2,5= 120 + 30 = \$ 150

TIEMPO DE PERMANENCIA PROMEDIO LOS AFILIADOS DADOS DE BAJA: (2,9 AÑOS?)

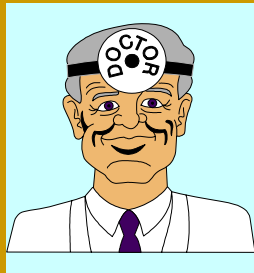
AJUSTE COSTO DE ADQUICION POR TIEMPO DE PERMANENCIA: 150 / 2,9 = \$ 52

ESTE COSTO (\$52) POR LA CANTIDAD DE AFILIADOS PERDIDO ANUALMENTE:

(480) = 52 x 480= \$ 24.825

SUMAR AMBOS VALORES ANUALES: (227.920 +24.825)=252.745)

PERDIDA PROMEDIO POR AFILIADO QUE SE VA 252745 / 480= \$ 527.-



CONCLUSION:

**POR CADA AFILIADO QUE SE VA
UD PIERDE EL VALOR DE 10 CAPITAS**

**UNA CORRECTA ATENCION DEL AFILIADO
AYUDA A RETENERLOS**

**EN GRAN PARTE LA AUDITORIA
ES RESPONBLE
(DIRECTA O INDIRECTAMENTE) DE ELLO**

TAREA PARA EL HOGAR...

EXODO DE AFILIACIONES : ... % ANUAL

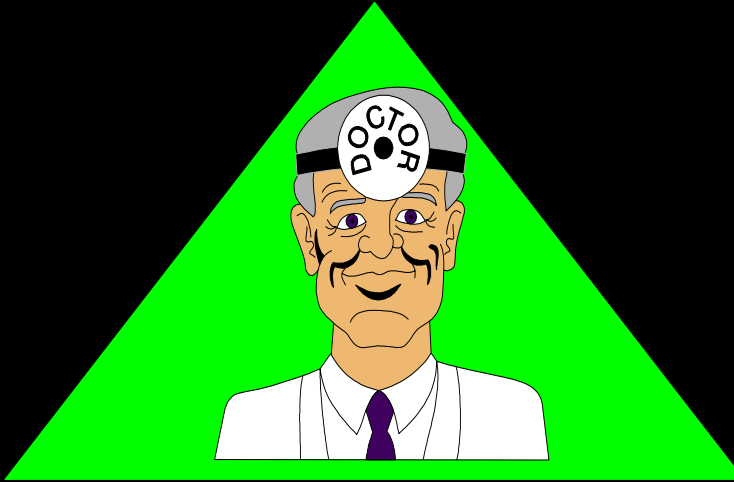
VALOR CUOTA PROMEDIO: \$... POR CAPITA

PONDERAR EL GASTO DE INGRESO

PERDIDA POR CAIDA DE CARTERA...

Y EN CASO DE DUDA... "CONSULTE A SU MEDICO".

RECORDAR ESTA IMAGEN...



POR UNA CUESTION DE \$\$\$\$...

TRATRANDO DE EVITAR

SER VISTO ASI....



“SERVICIO” DE AUDITORIA MEDICA...

CONTINUARÁ EN SU PREPAGO

EN BUSCA DEL MILLON ...-



The End