

Sebastián Fiks

Gerente comercial Omint prepaga y Omint Assistance

DIGITALIZACIÓN DE LA MEDICINA

El grupo apuesta a la digitalización para adaptarse a la nueva realidad marcada por la pandemia. Planes de salud prepago y consultas de telemedicina para todos los usuarios son algunas de las medidas implementadas.

El escenario no es propicio para desarrollar nuevos productos, no obstante desde el grupo los esfuerzos están orientados a fidelizar la cartera. Un parte esencial de esa tarea es la de facilitar el acceso a los servicios. En ese marco incrementamos nuestro modelo de telemedicina para poder contener a los usuarios de la prepaga que no están pudiendo acceder a consultas presenciales debido al aislamiento.

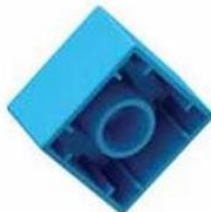
El Médico Online de la compañía, MOLI, antes de la pandemia atendía, en promedio, cerca de 800 consultas mensuales y hoy registra entre 3.000 y 4.000. Además, incrementamos la plantilla de médicos de 20 a 60 que atienden pediatría, dermatología, odontología y clínica.

Nuestro servicio de telemedicina tiene un desarrollo muy importante. En este momento donde la consulta presencial es compleja, permitir a nuestros socios acceder a un médico especialista por videoconferencia es una solución y un beneficio muy importante, por eso le pusimos mucho foco.

Si bien el servicio de momento es sólo accesible a los socios de la prepaga, estamos estudiando la posibilidad de hacerlo extensivo también a los beneficiarios de Omint ART y Omint Seguros.

Algunos de los cambios que trajo la pandemia llegaron para quedarse. Todos los canales alternativos como el telefónico, videollamada, email y WhatsApp tuvieron un crecimiento exponencial y probablemente se dé una gran migración de lo presencial a lo digital. Esto exigirá inversiones para robustecer y desarrollar todavía más ese tipo de aplicaciones.

La pandemia también generó conciencia sobre el valor de las prestaciones. La gente se está fijando más en cuanto gasta, por la realidad económica que nos está tocando vivir, y los clientes van a buscar alternativas que les resulten convenientes y se ajusten a su contexto. Las compañías de servicios nos vamos a tener que adaptar a esta situación y ofrecer productos acordes a las necesidades de la gente.



Qué esperar

El mercado en el próximo año y medio no va a tener un gran crecimiento, sino que probablemente se vea una disminución tanto en prepago como seguros. En ese sentido, el mercado va a buscar alternativas de planes y pólizas para llegar a los clientes.

Este será uno de los temas a tener en cuenta porque la situación económica nos va a impactar a todos y la gente no va a dejar de asegurarse, ni de tener prepaga. Va a ser muy importante encontrar productos accesibles para todas las necesidades porque seguramente haya una migración a planes alternativos. En esa línea, dentro de la prepaga diseñamos planes pospagos que le permiten a los asociados reducir su plan de salud entre un 20% y 30%.

Ahora, para el mundo que viene, creo que se va a optimizar, y valorar todavía más, el tiempo que se destina a los encuentros, tanto laborales como personales. Vamos a ser mucho más conscientes y la calidad de las relaciones presenciales va a ser más importante y valorada. Además, va a cambiar la perspectiva de la vida familiar.

En cuanto al negocio, seguiremos apostando al desarrollo de los seguros de vida que Omint Seguros está emitiendo desde abril del año pasado y trabajaremos en una serie de acciones conjuntas entre prepaga y seguros.



“La gente se está fijando más en cuanto gasta, por la realidad económica que nos está tocando vivir, y los clientes van a buscar alternativas que les resulten convenientes y se ajusten a su contexto.”