

Ciudad de México, 8 de mayo de 2018.

**Versión estenográfica de la presentación “¿Realmente tenemos que transformarnos hacia lo Digital en Seguros de Vida?” presentada por Alan Watts, Senior Vicepresidente Global Health, efectuada en el Salón Diezmo 2, del Centro Banamex, dentro del marco de la 28 Convención de Aseguradores AMIS.**

**Presentadora:** Nuestra última ponencia del día de hoy se ha denominado “¿Realmente tenemos que transformarnos hacia lo digital en los seguros de salud?” Esta plática está a cargo de Alan Watts.

Él es Senior Vice President of Global Health para RGA, es responsable del desarrollo global de los negocios de reaseguro en salud. Tiene más de 35 años de experiencia en la industria de reaseguro en Vida y Salud y ha supervisado la entrada de RGA al negocio de reaseguro internacional en salud.

Actualmente está guiando el desarrollo del mercado de reaseguro en salud en Latinoamérica, India, los países del Golfo Pérsico, China, Sudeste de Asia e Italia.

Les pido un aplauso para darle la bienvenida a nuestro ponente.

**Alan Watts:** Gracias, Lupita y gracias a la AMIS por la invitación y gracias para todos ustedes al quedarse porque somos la exposición más tarde esta tarde y esto implica que ustedes son los más inteligentes, en el sentido de con tanta gente que hay en el congreso de AMIS cuando vamos al estacionamiento vamos a encontrar nuestros autos y espero que vaya a ser salida al mismo tiempo.

Esta es más o menos una pregunta, ¿Realmente tenemos que transformarnos hacia lo digital en seguros de salud? La respuesta es sí y gracias por la intensión.

Yo estuve hablando sobre el tema de digitalización en salud el año pasado, solo voy a hacer como una conexión a ésta.

Voy a hablar sobre algunos ejemplos de diferentes partes del mundo que otros aseguradores en salud que está haciendo y voy a tomar unos ejemplos de compañías totalmente nuevas, hasta los que sí tienen muchos años en el ramo y vamos a ver una impresa digital y después de

esto vamos a aterrizar en México y voy a sacar el tema del Dorado. Yo soy historiador de formación y El Dorado era como el país maravilloso donde todo el oro o en América Latina que primero los españoles y después los portugueses, los ingleses y todo buscamos, nunca encontramos, muchos murieron pero también muchos salían muy ricos y muy bien haciendo otras cosas, o sea, vamos a ver El Dorado en seguros de salud en México.

Antes de esto, digital es una de estas como frases muy moderna, cómo entendimos, proponemos en el mismo lugar. Digital es una definición, lo que sé es que éste habla, por digital entendemos un amplio rango de tecnologías y aplicaciones y esa es la verdad, si uno ve cuántas aplicaciones, tecnología encuentra, está en el mercado en este momento, la cantidad es enorme.

Nosotros fuimos buscando un socio para ver una aplicación para manejo y algunos enfermedades y hablando con el dueño de esta empresa, él me dijo: “Alan, hay más de 160 mil aplicaciones en este momento sobre salud”, o sea, eso también es un reto cómo buscamos los que funcionan, que van a hacer así aquí cinco años, diez años en el futuro.

Primero, muchas nuevas tecnologías y aplicaciones que permiten una utilización eficiente, el mundo de salud y el mundo de seguros de salud es procesos manuales y papel; y claro, todo la parte digital es una oportunidad a cambiar esto, todo eso nos da una habilidad de hacer mejores, toma de decisiones y claro, parte de esto es en base de Big Data, inteligencia artificial.

También se habla sobre conectividad, escuchamos esto varias veces el día de hoy y claro, una parte es conectividad con nuestros clientes.

Después también nos pueden ayudarnos con conectividad con interesados externos, los proveedores, por ejemplo, y con todo esto se va a dar un mayor avance en innovaciones a partir de información y datos. Este es el digital.

Si vemos el mundo de salud, volviendo en la parte de seguros por el momento, en cualquier parte de sistemas de salud, datos, consultorías, farmacias, formas del cuidado, etcétera, etcétera, hay ojos digitales mirándolo para ver qué podemos hacer por mejorar lo que se está haciendo ahorita en los sistemas de salud.

Con todo esto que está pasando, lo que estamos mirando es la calma antes de la tormenta porque sí, con todos estos avances digitales va a haber cambios brutales, tanto es como los sistemas de salud, que pasen como entregamos cuidados de salud, etcétera, etcétera, y claro, si vemos la parte de nosotros que ofrece productos de seguros de salud, no tome las mismas recuperaciones.

Yo estoy convencido, sí, estamos enfrentando una tormenta, pero lo bueno con una tormenta se vuelve fresco, después las calles son limpias y todo, o sea, sí, va a ser algunos años con muchos cambios la tormenta pero mirando uno, dos, tres, cuatro, cinco años de futuro vamos a tener un mundo de salud mejor del que tenemos ahorita.

Estos temas ya, como hablamos varias gentes el día de hoy pero para retomarlo los retos o los temas que hay en salud como tal, costos de salud que siempre incrementan, ese es un hecho, este no va a cambiarse. Creo que una pregunta temprano en las sesiones hoy sobre la nueva tecnología siempre aumenta los costos.

General Electric está ahorita desarrollando ahorita un nuevo *scan* que cuesta 270 millones de dólares, no sé cuántos hospitales pueden comprarlo pero sí es así, ¿quién va a pagar? La gente que tiene seguro, sin duda.

Pero la otra cosa porque hay tanto enfoque en salud es el gasto social, el mundo del gasto del hoy decimos que en dos años a nivel mundial vamos a gastar 8.7 millones de dólares, es un montón de dinero que es casi imposible pensar. Lo que implica esto es, con tanto dinero que entra en el sistema hay tanta gente mirando qué puedo hacer yo, atesorar para ganar .00001 por ciento de esto, yo voy a salir multimillonario.

Las enfermedades, hablamos mucho de esto que la liga de estilo de vida contra las consecuencias de opacidad y diabetes tipo 2 también cansan y las enfermedades del corazón.

Si vemos cómo los temas de salud construimos en México o en todo el mundo, es un sistema construido de ladrillos y mortero, edificios. Si vamos al médico vamos a un médico que tiene un consultorio, puede ser en la torre al lado del hospital o pueden ser a la vuelta, puede ser en la farmacia, pero es un lugar físico donde vamos, igual, si vamos a tomar nuestros diagnósticos, etcétera, etcétera, la parte digital abrió la posibilidad hacia éste en forma virtual con la telemedicina, sí, este puede ser un cambio radical.

Y claro, los sistemas de salud también producto de gastos médicos en México es enfocado, estoy enfermo trátenme y paga el seguro, yo tengo un mal estilo de vida, cómo yo puedo cambiar esto para prevenir que voy a tener mi ataque al corazón o voy a caer en diabetes tipo 2.

Normalmente, mis pláticas, yo insulto a los actuarios, hoy es el día de los médicos, perdón por los médicos que están aquí, pero el cuidado médico para nada está empezado y deben ser, mirando otra vez, alguien que es hipertensivo, etcétera, etcétera, hay 10 protocolos cómo se deben tratar a las personas pero son pocos médicos que siguen estos, desafortunadamente son pequeños dioses.

Los modelos de pago, pago por servicio y no por la calidad o la salida del tratamiento es una forma perversa y no tiene mucho sentido y final de cuentas el mensaje es claro a los servicios de salud deben ser, hay acceso, el precio es razonable y claro, son de alta calidad.

Bueno, vamos a nuestro mundo, desafortunadamente en México el ramo de gastos médicos, claramente no es un ramo de salud porque éste existe al lado, pero a final de cuentas el producto de gastos médicos nos dan una relación sólo es puramente financiero, pensando en estilo de vida, enfermedades crónicas, todo lo que sabemos que está pasando en salud y lo que podemos hacer con cosas digitales en el futuro, si el producto que tenemos es puro, un producto financiero, esto no tiene mucho sentido.

Y si ligamos ese punto pensando en nuestras relaciones con nuestros proveedores, hospitales médicos, etcétera, etcétera, cuando la relación financiera lo único que hablamos y peleamos es sobre por qué cuesta, inyécteme ésta y la semana pasada no me costaba esto, porque las discusiones, bueno, tengo un paciente que va a entrar con este, con este perfil y vamos al mejor hospital por esto con el mejor médico y mejor no en costo o precio, mejor el (...) hacia el resultado es lo mejor.

Hace una bronca fatal en esta, si vemos nuestro modelo de negocio, suscripción, manejo de siniestros, etcétera, manual y papel, otra vez, digital cuando damos oportunidades cambia ésta, nuestra reputación tampoco es lo mejor, nuestros resultados financieros son marginales y hay un marco regulatorio en México que complica el asunto, pero cómo te diriges a ésta.

Okey, esta es como está nuestro mundo, si vamos a ver algunos ejemplos, este es en francés, pero la parte a enfocarse es aquí, el nombre de la empresa nuevo de seguros de salud en Francia se llama Alan ¡qué buen nombre! La gente está con ésta y esta es una compañía totalmente nueva, empezó hace tres años, el mercado de seguros de salud en Francia es particular porque allá sí hay un servicio público universal muy bien hecho, que cubre todo, pero cada vez que alguien va al médico hay pagos deducibles en el sistema, sólo los productos de salud en Francia cubren esto, esta frecuencia no severidad y con mucha frecuencia.

Esta empresa empezó hace tres años, se dicen aquí que son Alan y son seguros de salud fácil y su enfoque es como los PyMes, las pequeñas y medianas empresas y lo que dicen es todo es digital, la venta, todos los servicios, todo, todo, no hay papel y ¿son exitosos? Bueno, vamos a ver, tiene pocos años en existencia pero tienen inversionistas fuertes detrás que ésta metiendo en esto, es la primera nueva compañía de seguros, no se está metiendo con nuestra salud en Francia en 30 años, tiene como más o menos 10 mil afiliados ahorita, vamos a ver si tiene éxito o no, pero lo interesante es todo, todo lo que se hace es digital.

Vamos a Estados Unidos que una empresa que se llama (...),(...) está muy limitado gráficamente, desde el inicio se enfoca en el estado de New Jersey y lo venden, en Estados Unidos hay la parte privada y pública y en el público hay el (...) para eso son las medidas de seguridad y hay un mercado privado que (...), suplemento para vender productos complementarios a lo que trae el sistema América y (...) venden puro, por el momento en este mercado, son gente de la tercera edad y claro pensando en Estados Unidos, son gente amplia, hay una gran frecuencia de diabetes tipo 2. Entonces, lo que hace esta empresa, venden sus productos normales, pero lo que hacen es, tiene ciertos algoritmos que se usan de accesos a datos diferentes de sus siniestros y cada semana están monitoreando y pueden identificar quién está en riesgo para tener un evento de salud.

Y si se sacan estas personas y sus médicos y enfermeras se ponen contacto con ellos para ver, cómo se puede ayudar, no tomaste tu medicamento, etcétera, etcétera, están proactivos para prevenir que viene un evento de salud.

Estos son dos nuevos, nadie puede leer éste pero es un ejemplo de los grandes compañías de seguros de salud a nivel mundial, Bupa que están aquí también, pero Bupa es grande en Gran Bretaña, en España,

en Australia, en Saudí y varios otros países y lo que ellos están haciendo, todo este mundo digital yo necesito meterme pero yo no tengo los recursos, los conocimientos, no sé.

Ellos en enero de este año anunciaron una alianza estratégica con una empresa que se llama Health y Health hablan que tienen muchos costos virtuales, acceso médico horas, siete días por semana, pero virtual y varios otros temas, pero es un ejemplo de una compañía de seguros de salud tradicional que dice: “Yo necesito apoyo de los conocimientos expertise afuera”.

Hay pequeño detalle, aquí se llama sobre, los seguros de Bupa y Health, en enero el señor Ron Goodman que eran el senior, en enero lo quitaron hace una semana por comportamiento con las mujeres de la empresa no tan aceptables, el mensaje y este no es la única de la historia de la Bupa el senior, etcétera, hay otro tipo de riesgo para ir a la cama con el nuevo digital.

Y este Cigna no me gusta mucho, ese es bien diferente, Cigna agrandó, tiene en Estados Unidos también a nivel mundial, lo que tienen aquí es un juego que tú puedes bajar y éste es para niños que tienen cáncer y son juegos que meten al niño en el mundo de cáncer y el mundo del tratamiento y ¿cómo funciona? La idea, ayuda al niño a manejar una enfermedad severa que es difícil entender pero da un apoyo impresionante en cómo el niño va a manejar su cáncer.

Estas son dos que están en el mercado y viene Google, Google igual como Amazon está mirando el mundo de salud, la parte de arriba es Alphabet que es la compañía dueño de Google están haciendo varias apuestas en salud y su forma de verlo es la parte de abajo usando inteligencia artificial y por ejemplo, unas cosas que hacen es con Senofi que son los grandes farmacéuticos que está en el área de diabetes, claro, pensando de una empresa farmacéutica, si logramos cambiar el estilo de vida va a hacer mucho menos gente con diabetes 2 en equis años y ops no venden tanto medicamentos.

Ahorita, Senofi con Verily Life la parte de Google que hacen están esperando, okey, si nuestro pastel disminuye, necesita mi pastel, yo voy a meterme en el juego cómo yo voy a cuidar a la gente y no solamente la pastilla, pero también voy a meterme, si yo puedo identificar a la gente y hacer productos para ellos.

Pero también Google está mirando la parte de seguros, (...) que vemos antes, uno de sus socios es Google y hay dos otras compañías, (...), también le estamos dedicando donde Google son inversionistas y la otra es, recientemente y salió que ellos estaban contratando gente del ramo de seguros, claramente jugadores como Google que sabe digital va a meterse.

Llegamos El Dorado, uno puede ver dónde estamos con gastos médicos en México del vacío o medio lleno o vacío medio vacío, el vaso, perdón, yo lo veo medio lleno, totalmente lleno y la razón de esto es mirando las oportunidades los que podemos utilizar con digital, yo creo que si pensamos o miramos todo lo que hay ahorita y pensamos en cinco, diez años de vivir el futuro, ¿cómo luce El Dorado de seguros de salud en México? Hemos doblado y triplicado nuestra base de clientes, estamos con menos de 10 por ciento de la población, sobre todo, escuchamos la salud pública no va a mejorarse, hay una oportunidad, bueno, podemos hacer esto, este 20 reclamamos sólo usamos procesos digitales, olvidamos la solicitud, olvidamos el papel que viene el médico a la esquina, todo ya tenemos en una forma u otra, digitalizado, nuestros productos son más simples, más flexibles y fáciles a comparar.

Ahorita, si yo quiero realmente mirando el producto de gastos médicos sí viene GNP o quien sea en el mercado, son muy similares, pero valga, si te quieres hacer una comparación online y vea cómo está, yo no pude hacerlo.

Las ventas, podemos hacer ventas con esto, tú ves que compañías en África, en la India está haciendo, ni piensa en lap top porque todos tienen ésta, muchos no tienen un computador y esto puedes hacerlo.

Esto es como podemos hacer el negocio pero también ahorita pensando en gastos médicos, productos financiero, si movemos hasta salud podemos ponernos relevante hasta indispensable a nuestros clientes.

Busca servicios de salud y es como ir a la selva, a qué médico voy, a qué hospital voy, quién puede ser la guía, nosotros sí podemos, no podemos hacer ahorita pero podemos y debimos hacerlo.

Vamos a ayudar a nuestros asegurados a vivir una vida saludable y vamos a premiarlos, ellos puesta, no es solamente de dar un (...) o un (...) y dice, bueno, ya contado los pasos, etcétera, etcétera, esos son elementos, eso podemos hacer, pero lo interesante es, si gente

obviamente cambia su estilo de vida y esto implica que no vamos a ver un siniestro mañana, pero en 10 años y posiblemente casi nunca.

Debemos hasta algunos premios, la gente no cambia, yo no cambio mi estilo de vida, si no recibe algo por esto, me gusta vivir o me gusta mi puro, me gusta la buena comida, no tanto el ejercicio, pero bueno, y claro, somos socios confiables y al final, si hacemos todo esto, llegar como dos puntos abajo que podemos tener buenos márgenes y podemos ser relevante en los sistemas de salud en México que por el momento no somos.

Pero El Dorado muy bien y cómo llegamos a esto, primer impedimento, las regulaciones que tenemos con la división de salud y gastos médicos, al final de cuentas si realmente queremos cambiar, hacer un socio con cliente, metemos en el juego de la salud de ellos, necesitamos discutir, ir a la comisión y poner protesta para cambiarlo, pero claro, si metemos dos más o más en salud no va a ser solamente la comisión de seguros pero las Secretarías de salud van a poner ojos como sea bajo, realmente ISES, pero es algo a sentarse a negociar.

Cómo llegamos al regalo, muy bien, cómo llegas a este, cómo hacen eso, lo primero dónde empezamos, yo creo que debimos con el cliente en el centro y debemos pensar en estas cosas y realmente lo que quiero es esta, si vamos a digital, necesitamos a pensar, si tratamos a nuestros clientes como Amazon y Apple y hace rato estaban hablando (...) lo hace al ofrecer sin fricciones un servicio digital, personalizado...

Este no explica que no podemos hacerlo, sí, empezamos a pensar primero en el cliente y pone a él en el centro y construir, las cosas de aquí son las palabras que premiaba vida saludable, etcétera, pero yo creo que si vamos a un camino digital, el cliente es el primero.

El producto de gastos médicos tengo pocos cambios de desarrollo en todos los años que yo conozco y tengo 24 años de México.

Podemos estar preparados, para la gente que no puede pagar gastos médicos ahorita.

Las cosas digitales podemos pensar en productos especiales, por ejemplo para la gente tiene enfermedades crónicas.



Asma crónica no es la enfermedad como tal pero es un manejo de la enfermedad, hay gente que sí tienes diabetes 2, que tiene asma, que tiene hipertensión, que maneja...

Y lo importante aquí es la parte de arriba, si vemos cómo hacemos productos ahorita, bueno, cada empresa ya tiene su grupo de desarrollo de productos con actuarios y suscriptores y bla, bla, muy bien y cuando terminaron se van al departamento informático, si tengo ésta ya, vamos a ponerlo en nuestros sistemas y venderlo, no, si vamos al mundo digital...vía teléfono, etcétera y ya después vamos a construir el producto.

Suscripción y siniestros, procesos manuales lleno con papeles, hay mucho, no solamente en la parte salud o también en vida que muchas cosas está pasando.

Voy a hablar sobre dos, reconocimiento corporal o facial. Tú vas a una máquina, pones tu cara, se toma una foto digital, se va a la aseguradora y ahí ellos pueden con ésta ver, hacer el peso, etcétera, y con ésta reciente información para suscribir y emitir una póliza, claro, no una póliza grande sin límite y de gastos médicos pero algo.

Si pensamos sobre salud histórico actual, va el suscriptor, muy bien, bueno, podemos pensar en una suscripción dinámica.

Estoy conectado con la empresa, dejan de fumar, etcétera, etcétera, monitoreando gente al lado del año, segundo año o tercer año yo puedo cambiar la decisión de suscripción, claro, esta abre la discusión, si uno se pone enfermo qué hacemos, pero sí, para la gente que se da oportunidad, puede ser gente que entra no tan bueno, da los retos para cambiar, se cambia y cambia la decisión inicial de suscripción.

Siniestros, claro, lo interesante es moverse a la prevención, quitar los papeles, haciendo cosas como (...) está haciendo con Big Data, yo puedo empezar, no esperar a que la persona tiene su infarto, pero busca la gente que está en riesgo y ya llamarlos, ayudarlos para evitar el evento.

Conclusiones, sí debemos hacerlo y por qué, bueno, crecer y abrir nuevos mercados, acércanos más a nuestros clientes y sí claro, si estamos en una relación digital.

Ahorita, uno de los líos para mí en México con gastos médicos individuales es que realmente los clientes no son clientes y las compañías de seguros de la gente porque se mueven y yo creo que si vamos a hacer cosas en salud necesitamos que estar de nuestros clientes y digital nos ayuda en ésta.

Ya los otros ya lo hablamos, pero no es con todo esto una cosa mágica y todo cambia, claro que no va, va a requerir un pensamiento nuevo de acciones estratégicas.

También si vamos a hacer debe ser una prioridad para las empresas, tenemos dos chavos o un actuario que no está muy bien por esta y en esta y ya sale esta debe ser prioridad, es gratis, las empresas que se guía necesita entender que va a ser inversiones y esta no va a ser fácil, pensando en yo quiero invertir en salud y voy a la dirección o el consejo y dice: "Bueno, Alan, ¿por qué quieres esta? No ganamos nada en gastos médicos y tú quieres venderme una historia de ésta, esto no va a ser fácil pero va a necesitar inversiones.

Regresando a pensar en Google, ellos están haciendo apuestas y lo que esto implica es, vamos a fallar, vamos a tener cosas equivocadas, pero eso es también, si no tratamos de hacer algo con esta, no vamos a movernos, está bien que hay que nos equivoquemos.

La otra también es, yo también voy a Hong Kong y Hong Kong creo que es el mercado de seguros donde los productos vida, salud, beneficios adicionales tienen (...) porque viene la nueva versión.

Mover en algo digital, yo creo que una de las cosas que podemos hacer es ser mucho más rápidos y ágiles en nuevos productos.

Hay actuarios, suscriptores, todos aquí, los hombres, casi todo, con corbata y traje muy bien, necesitamos trabajar con socios externos bien diferente, que piensa diferente, con vestidos diferente y también necesitamos contratar estas personas, perdóneme para trabajar con nosotros y esto va a ser un reto porque tenemos una forma de pensar, actuar y lantía y este va a romper y está bien.

Discusión con los reguladores, y la última es, todo esto a final de cuentas vamos a poner o necesitamos definir una propuesta de valor muy clara.

Si por ejemplo, mi compañía de seguros quiere conectarme 24 horas del día y enviando información cómo duermo, cuántos pasos diarios y no me pregunte qué otra cosa se va a monitorear.

Yo voy a aceptar esto, valga, yo necesito una propuesta fuerte al otro lado y a esta creo que le falta algo, la tecnología ya voy rápido y la propuesta de valor a mí no es tan clara y nos vamos a hablar, sobre todo, los problemas con Facebook y qué pasa con los datos que su usan, que claro está bien.

¿Qué ánimo vamos a tomar? El bueno con los digitales se abren nuevos caminos, no son los mismos caminos, cada una de las compañías que quieren empezar a pensar en ésta no es como gastos médicos donde todos hacemos los mismos, aquí se abren muchos puertos, muchos de diferentes caminos.

Quién va a ser el socio fuerte con sus clientes, quién va a buscar los riesgos saludables, si alguien vende un producto nuevo para la gente de 20 a 35 años que hacen ejercicio, etcétera, etcétera, no me preocupo por ellos, no hay nadie que hace esto.

Quién va a hacer producto en línea que va a los lugares de México, la gente con clase B menos y C y D porque ellos pagan por servicios de salud, ¿dónde están los productos de salud para ellos? Claro, la distribución va a ser diferente, digital, teléfono.

Quién hace exactamente en Big Data y una cosa bien clara que no existe en México, realmente los resultados de los hospitales, los proveedores que usamos, quién es el mejor para este tipo de cáncer, quién es el mejor o quién es el peor, no vamos para allá, pero sí hacer, debemos empezar a ver, el socio con un cliente, él va con nosotros a preguntar.

Y claro, hay también como lo hablé antes, la oportunidad también para especializarse en gente que tiene enfermedades crónicas y ayuda a ellos y hacer productos que realmente manejen muy bien su enfermedad; y ustedes pueden poner otra en la lista, lo que quiero decir con esto es, digital es un reto, es una oportunidad enorme para pensar en forma bien diferente que estamos acostumbrados, la oportunidad hacia allá, 5 por ciento del gasto de salud en México, hay 45 por ciento para ir, vamos a lo digital.

Gracias.

**Presentadora:** Muy interesante su punto de vista, muy útil para nosotros.

¿Alguien quiere hacer una pregunta a nuestro expositor?

**Alan Watts:** Voy a hacerlo en forma digital después, si quieren.

**Presentadora:** Muchísimas gracias. A nombre de AMIS le agradecemos y agradecemos a todos ustedes su asistencia a este evento, muchas gracias.

Los esperamos mañana.

---ooo0ooo---