

## **El 67% de los viajeros españoles no estaban cubiertos por su seguro ante imprevistos de la pandemia**

**Un estudio revela que el 67% de los viajeros españoles no estaban cubiertos ante eventos ocasionados por la pandemia al adquirir un seguro de viaje, a pesar de haber contratado una póliza de seguro para protegerse de la pandemia. Con el objetivo de aportar una solución a este problema, Cover Genius ha anunciado el acuerdo estratégico que ha llegado con Ryanair para ofrecer a sus clientes una protección total para sus viajes integrada directamente en el proceso de reserva**

Un estudio revela que el 67% de los viajeros españoles no estaban cubiertos ante eventos ocasionados por la pandemia al adquirir un seguro de viaje, a pesar de haber contratado una póliza de seguro para protegerse de la pandemia. Esta cifra es la más alta a nivel global detectada por Momentive.ai, la compañía encargada de llevar a cabo el estudio. Este informe, promovido por Cover Genius, preguntó a 527 viajeros españoles para entender mejor sus percepciones acerca de los seguros de viaje, sus canales favoritos para adquirirlos y su experiencia a la hora de realizar una reclamación.

Con el objetivo de aportar una solución a este problema, Cover Genius, la insurtech líder global que ofrece seguros integrados, ha anunciado el acuerdo estratégico que ha llegado con Ryanair, la aerolínea más grande de Europa, para ofrecer a sus clientes una protección total para sus viajes integrada directamente en el proceso de reserva, aportando así una experiencia más cómoda para ellos.

Integrando a XCover, la plataforma de distribución de Cover Genius galardonada a nivel mundial, los clientes de Ryanair tendrán la oportunidad de adquirir una selección de productos diseñados a medida de su viaje.

“Estamos encantados de colaborar con Cover Genius para ofrecer a nuestra comunidad que no para de crecer un conjunto de opciones de seguro de viaje completo y cómo de adquirir para ellos. A partir de ahora, nuestros clientes dispondrán de paquetes de protección a medida de su itinerario, independientemente de su ubicación o de su idioma, para que viajen tranquilos con Ryanair, la aerolínea número 1 de Europa”. Ha declarado Greg O’Gorman director de ingresos complementarios de Ryanair

El estudio demostró que, a pesar de buscar la tranquilidad para los viajeros, los paquetes de seguros tradicionales no son efectivos en los nuevos escenarios posibles en los que se necesita una cobertura. Para mejorar la experiencia y conseguir un modelo de futuro centrado en el cliente, el sector debe replantearse qué significa realmente la protección de los seguros.

Un estudio elaborado en 20 países

El estudio destaca también que comparando las compras recientes con las preferencias de compra

futuras relacionadas con el seguro de viajes, el 77% de los clientes que adquirieron un seguro directamente desde su operador de viajes lo haría de nuevo. Se trata, según el informe, de la segunda tasa más alta a nivel mundial. Por otro lado, el 38% de los encuestados que adquirieron su seguro de viajes online cambiaría a otro proveedor la próxima vez, un dato que es el mayor de toda la Unión Europea e indica el alto nivel de insatisfacción existente con las aseguradoras online desde el comienzo de la pandemia.

Entre las conclusiones aportadas por el informe también aparece que a pesar de que el 48% de los viajeros españoles que adquirieron un seguro contra eventos relacionados con la pandemia desde marzo de 2020, un 67% de las reclamaciones fueron rechazadas, la tasa más alta de los 20 países encuestados.

El informe también ha mostrado que el 33% de los viajeros tienen pensado cambiar la forma en la que adquieren los seguros de viaje debido a la mala experiencia relacionada con la cobertura y las reclamaciones. De hecho, un alto porcentaje de viajeros españoles (49%) preferiría adquirir la cobertura para su próximo viaje directamente desde la empresa en donde adquiere el billete, mientras que en los últimos 18 meses esta opción era contemplada por un 34% de los encuestados.

“Desde el comienzo de la COVID-19, nuestra red de socios de viajes ha experimentado un crecimiento del 647%”, ha destacado Peter Smith, VP de Asociaciones Estratégicas - Viajes de Cover Genius. “En el entorno actual, las principales empresas digitales o con capacidad digital del país, ya sean aerolíneas, operadores de viajes, líneas de cruceros o incluso bancos y fintechs, necesitan apoyarse en las insurtech para obtener una protección a medida adecuada para sus clientes, en lugar de apoyarse en las empresas aseguradoras y sus sistemas tradicionales para administrar la protección de sus clientes en el momento que lo necesiten”

Cuando se les pidió que calificaran su experiencia relacionada con las reclamaciones, los clientes encuestados calificaron con un NPS (herramienta que mide la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones) de -39 para todos los proveedores de seguros de viaje (operador de viajes, aseguradora online, aseguradora de salud o tarjetas de crédito). Las aseguradoras obtuvieron un NPS después de las reclamaciones de un -43 y tardaron 24 días en tramitarlas. El NPS de COver Genius después de las reclamaciones se sitúa en +65, la puntuación más alta monitorizada de forma independiente para cualquier compañía de seguros en todo el mundo.

“A medida que los clientes esperan una experiencia digital, ha llegado el momento de que las grandes marcas europeas den un paso adelante y protejan a sus clientes con productos integrados y relevantes que reduzcan las incomodidades al usuario y que sean adecuados para un futuro en el que los clientes quieren que su protección provenga de sus marcas de referencia”, ha destacado Smith.

La investigación también mostró una correlación entre el NPS y el tiempo de resolución de las reclamaciones, lo que sugiere que las reclamaciones respaldadas por pagos más rápidos, con actualizaciones de estado de la misma y que eviten la necesidad de volver a introducir datos aumentan los índices de satisfacción.

Entendiendo el sector de los seguros

Este estudio es la continuación de dos informes anteriores que mostraron que los clientes, en general ya que es más práctico, prefieren contar con una protección integrada en su banco basada en el seguimiento de sus transacciones y quieren tener la tranquilidad de saber que sus tiendas de confianza pueden adaptar las garantías y los seguros de envío a los artículos que compran en ella.

**Datos de contacto:**

Alejandro Montaña

+34 627 099 621

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Turismo](#) [E-Commerce](#) [Seguros](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>