

MAPFRE es la aseguradora que más crece en notoriedad durante la pandemia

En la tercera edición del Estudio entre asegurados y no asegurados de Salud, realizado por NEMESIS EXPERIENCE, queda patente el incremento de notoriedad espontánea de MAPFRE en este último año, en contraposición a ASISA, SANITAS, ADESLAS. Buen cuadro médico, buena relación calidad-precio los principales atributos que debería tener cualquier aseguradora de salud tanto para asegurados como no asegurados

La crisis covid-19 ha supuesto un verdadero tsunami de magnitud internacional, una grave crisis mundial. Todos los sectores económicos han sido fuertemente golpeados y sus secuelas económicas y sociales tardarán tiempo en superarse, porque lejos de afirmar que se ha superado esta pandemia, la segunda ola está azotando con mayor ímpetu, en España ya se ha superado el millón de contagios. Este sector, según ICEA, ha crecido un 5,36% en volumen de primas en mayo en comparación con el mismo mes del año anterior.

La consultora Nemesis Experience ha realizado en plena pandemia, abril 2020, la tercera edición del Estudio entre asegurados y no asegurados de Salud distribuidos proporcionalmente por el censo de hogares. Es imprescindible valorar tanto la opinión de los asegurados como la de los no asegurados, los primeros, por su experiencia, tienen un mayor conocimiento de su compañía aseguradora y de otras, mientras que en los no asegurados, los marcos de referencia son diferentes.

En lo que respecta al análisis del posicionamiento e imagen de marca de las compañías se pregunta qué aseguradoras conocen, aunque no tengan seguro de salud, con qué atributos las asocian y cuáles debería tener la aseguradora ideal. El top of mind de los encuestados sitúa a Adeslas en primer lugar (20%) seguida de Sanitas. Adeslas es la aseguradora que mayor notoriedad ha perdido con respecto a 2019 (-8,6%), frente a MAPFRE, que ha ganado un 7,5% y ha logrado posicionarse en tercer lugar. Entre los asegurados, Adeslas es la compañía con mayor notoriedad espontánea (28,5%), seguida de MAPFRE(16,1%). Entre los no asegurados, Sanitas lidera el ranking con MAPFRE en segundo lugar. En ambos casos se constata que MAPFRE ha ganado notoriedad y ha mejorado su posicionamiento, 8,1 puntos porcentuales entre los asegurados y 4,3 puntos entre los no asegurados.

A la hora elegir los atributos que debería tener la aseguradora ideal de salud, entre los asegurados, los diez primeros son: buen cuadro médico, buena relación calidad-precio, calidad servicios, con garantía, qué responde/ eficiente/especialistas en salud/ fiable/honesta y transparente/para toda la familia y preocupada por el paciente. Atributos que suman el 70% del total de la marca ideal. Estos atributos se encuentran en Asisa en un 44,2%, en DKV en un 43,5%, en Adeslas 42,8%, en Sanitas 42,5% y en MAPFRE en un 39,2%. Entre los no asegurados estos diez atributos a su vez, suman un 69,4% en la aseguradora ideal. Fijándose en las marcas, en MAPFRE un 55,9%, en AXA 45,3%, en Sanitas 42,2%, en Asisa 41,9% y en Adeslas un 35%. Entre los no asegurados, MAPFRE es la que más se acerca a la marca ideal.

Por último, a la hora de evaluar las características de la demanda, se les ha preguntado a los usuarios

y no usuarios sobre qué compañía de otro sector le gustaría que le ofreciera un seguro de salud, los que tienen compañía de seguros, contratarían en primer lugar una del sector de la alimentación y después al retail. La respuesta de los no asegurados es diferente, en primer lugar, aparece el sector energético y después el sector de la alimentación. Las marcas más nombradas en espontáneo son: en alimentación, Mercadona; en el retail, Inditex y en Energía, Iberdrola.

La actual crisis ha conllevado un incremento de la preocupación de la ciudadanía por su salud. Hacer de la crisis una oportunidad, es un reto que algunas aseguradoras han sabido ver y hacer, según los resultados del estudio. Así lo ha entendido MAPFRE, que ha apostado por la inversión, flexibilidad y adaptabilidad para incrementar su notoriedad.

NÉMESIS EXPERIENCE: Centro de excelencia especializado en análisis y seguimiento de mercados altamente competitivos y en el diseño, la gestión y la mejora de la experiencia de cliente Presente en los sectores seguros y energía principalmente. Su central está ubicada en Madrid.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting
912792470

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

Categorías: [Nacional](#) [Medicina](#) [Sociedad](#) [Seguros](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>