

Adeslas y Sanitas las aseguradoras con mayor notoriedad según el IIº Observatorio de la Salud de Braintrust

Adeslas, Sanitas, Asisa y Mapfre ocupan las primeras posiciones en notoriedad entre los asegurados y no asegurados. Sanitas, a pesar el descenso respecto al Observatorio de 2018 lidera el ranking top5 en cuanto a conocimiento de marca

BRAINTRUST, en la IIª Edición de su estudio realizado a usuarios y no usuarios de seguros de salud en el marco del Observatorio de la Competencia, ha analizado la notoriedad y el posicionamiento competitivo de las compañías. Adeslas y Sanitas lideran la notoriedad entre los asegurados y no asegurados. En relación con los asegurados de salud, los resultados obtenidos revelan que las compañías Adeslas, Sanitas, Asisa y Mapfre poseen una notoriedad por encima de los competidores. Al comparar estos datos con los arrojados en la Iª Edición del Observatorio en 2018, en todas ellas excepto en Asisa el recuerdo espontáneo ha caído en un 1,3%, 3,9% y 1,1% respectivamente. Asisa, aumentó su notoriedad un 3,8% llegando a alcanzar un 14,3% en esta II edición. Al considerar este indicador entre los usuarios que no disponen de seguro de salud, las mismas cuatro compañías ocupan las primeras posiciones, si bien cambia su orden. En primer lugar aparece Sanitas, después Adeslas, luego Mapfre y en cuarta posición Asisa. Respecto a la anterior edición, los porcentajes de notoriedad fluctúan, mientras que en Sanitas y Asisa descienden (4,3% y -0,6%) en Adeslas y Mapfre suben (+0,3% y +2,95).

El estudio analiza también el recuerdo de la marca entre las compañías top 5 denominado Notoriedad Sugerida. Sanitas, repite en esta segunda edición, tanto entre los asegurados de salud como entre los que no cuentan con seguro de salud, encabeza dicho ranking. En cuanto a las siguientes posiciones que completan este top 5, su orden es diferente entre los asegurados de salud y los no asegurados, así pues, entre los asegurados de salud la disposición es: Sanitas, Mapfre, Asisa, Adeslas y Santalucía, mientras que en los no asegurados es: Sanitas, Mapfre, Allianz y Santalucía con idéntico valor en tercer y cuarto puesto, y en quinto lugar, Axa.

La valoración de las compañías por usuarios con seguros de salud es otro de los parámetros estudiados, el usuario valoraba de 0 a 10 la imagen que tiene de las aseguradoras. La diferencia entre la mejor valorada Sanitas con 6,87 puntos y la menor valorada Santalucía con 5,85 ha sido de poco más de un punto.

El Índice de Recomendación o NPS (Net Promoter Score), que permite a las compañías compararse entre ellas por la recomendación que tienen entre sus clientes, ha sido otro de los indicadores evaluados en la reciente edición del estudio de la Competencia realizado por BRAINTRUST. Este índice está estrechamente relacionado con la experiencia del cliente y se puede utilizar para calcular el potencial de crecimiento de las compañías. Un NPS alto se traduce en una capacidad elevada de retención de clientes y también de recomendación a sus círculos de contacto. La valoración media del NPS medido en el estudio es del 16%, un porcentaje superado por las compañías Asisa, Adeslas, y Sanitas. A su vez, las 3 compañías que cuentan con el mayor porcentaje de promotores son, en primer

lugar, Sanitas, después Adeslas y luego Asisa.

Tras la evaluación y el análisis de los indicadores anteriores, se desprende que la notoriedad y la imagen de marca que proyectan las compañías al mercado, no siempre están relacionadas con la valoración de la experiencia que luego les otorgan sus propios clientes. Las compañías necesitan trabajar en mejorar los resultados del índice NPS, un indicador que no debe pasar desapercibido para ellas porque evalúa dos palancas claves en el crecimiento sostenido: la capacidad de retención y la de recomendación.

BRAINTRUST: Consultora española de carácter multinacional, con 15 años de experiencia dedicada al desarrollo de nuevas metodologías de análisis e innovadoras soluciones en el ámbito de la inteligencia competitiva, gestión de la experiencia del cliente, estudios y modelización cuantitativa, transformación digital, así como la optimización de canales y el control de gestión. Avalada por más de 80 consultores, 900 estudios y proyectos realizados para 14 mercados internacionales. Presente en los sectores telco, banca, seguros, energía, industria, alimentación, retail y turismo. Su central está ubicada en Madrid y posee una sede en Sevilla, así como oficinas a nivel internacional en Argentina, Chile, Brasil y México.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting
912792470

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

Categorías: [Nacional Marketing Sociedad Seguros Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>