

¿Cómo debería ser la aseguradora de salud ideal en opinión de los usuarios?

Un buen cuadro médico y calidad en el servicio, principales demandas de los usuarios de los seguros de salud privados en España. Los atributos más asociados a las compañías líderes como Sanitas, Mapfre, SegurCaixa Adeslas, Asisa y DKV son "Compañía conocida" y "Para toda la familia"

BRAINTRUST, a través de su Observatorio de la Competencia en Seguros de Salud, ha analizado la opinión de los usuarios acerca de cómo debería ser la Aseguradora Ideal. Así, tras un estudio cuantitativo realizado entre titulares de seguros privados y personas no aseguradas de toda España, BRAINTRUST revela que prácticamente la mitad de la marca ideal de una aseguradora estaría configurada por cinco atributos: "buen cuadro médico, calidad de servicio, buena relación calidad-precio, con garantías y tecnología punta", los cuales aglutinarían un peso del 46,8% dentro de los ingredientes que debería incluir la receta de una compañía ideal. Otros atributos también significativos para los usuarios y para las aseguradoras que aspiren a ser reconocidas como la Compañía Ideal deberían cuidar: "seriedad y formalidad, buen trato, calidad del personal, eficiencia y, sobre todo, que sean reconocidas por una buenas instalaciones".

En este contexto, el análisis también revela que para el grupo de compañías top del sector conformado por Sanitas, Mapfre, SegurCaixa Adeslas, Asisa y DKV, los atributos más repetidos por los usuarios son "Compañía conocida" y "Para toda la familia" que curiosamente no se corresponden con los más valorados por los usuarios para una Aseguradora Ideal. De hecho, de los 10 atributos más relevantes "Buen cuadro médico" es el único asociado a estas cinco compañías, esta cualidad es muy importante para que una compañía sea calificada como Aseguradora Ideal.

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 70 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:

Francisco Trejo Jiménez
639334787

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>