Los usuarios elegirían empresas tecnológicas no especializadas en salud para contratar un seguro sanitario

BRAINTRUST, en su IIº Observatorio de la Competencia del Sector Seguros: Ramo Salud analiza entre otras cuestiones la caracterización de la demanda tanto de titulares de seguro de salud como de los que no lo son. Ha estudiado con detalle el perfil del tomador de seguro de salud, su patrón de uso, cómo se produce el proceso de contratación y cuáles son las expectativas

Los usuarios de productos de salud en caso de contratar seguros sanitarios apostarían por empresas tecnológicas y compañías de luz y/o gas, así lo confirma el IIº Observatorio de la Competencia del Sector Seguros realizado por BRAINTRUST. A su vez se ha detectado que, entre los servicios de valor no cubiertos por las compañías en sus seguros de salud, los más deseados serían la asistencia para personas mayores, las pruebas y perfiles genéticos y los chequeos médicos deportivos.

Las expectativas de los usuarios y no usuarios de los seguros de salud resultan esenciales para marcar las directrices futuras. En este IIº Observatorio realizado por BRAINTRUST se ha constatado que, en caso de que los usuarios tuvieran que contratar los seguros de salud con compañías no especializadas en este campo, estos depositarían su confianza principalmente en empresas tecnológicas (Google, Microsoft, Apple, etc.) en un 20,5% y en compañías de luz y/o gas (Naturgy, Endesa, Iberdrola, etc.) en un 18,74%. Posiciones más rezagadas las ocuparían los operadores de telecomunicaciones (p.e. Movistar, Vodafone, Orange, etc.), grandes almacenes (IKEA, Leroy Merlin, Media Markt, etc.), compañías e-commerce (p.e. Amazon, Aliexpress, Vente privée, etc.), empresas de transporte (aerolíneas, tren, autobuses, ferrys, etc.) y en último lugar optarían por las Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.)

Es determinante para las compañías saber y conocer las expectativas y necesidades de los tomadores del seguro de salud como el perfil y necesidades de los no asegurados. La experiencia de las compañías con el cliente les permitirá definir y trazar sus estrategias, así como detectar las carencias y deficiencias para ampliar y diversificar los segmentos de mercado e incrementar la contratación. Conocer las necesidades de ambos grupos permitirá captar el resto de los grupos de edad y ampliar los servicios ofrecidos. Así por ejemplo, en este estudio se constata que entre los servicios de valor añadido más deseados por los tomadores y no cubiertos por sus compañías en sus seguros de salud destacan la asistencia para personas mayores (73%), las pruebas y perfiles genéticos (72,9%) y los chequeos médicos deportivos (59,3%).

La demanda de los usuarios y no usuarios de salud no debiera pasar desapercibida para las aseguradoras, señala la consultora. Sus necesidades o preferencias, en la mayoría de las ocasiones va a marcar las directrices y estrategias a corto y medio plazo a seguir por las aseguradoras de salud. Saber innovar y adaptarse a la demanda de los clientes, sumado a la experiencia propia serán las pértigas necesarias para arriar velas del éxito y estar a la vanguardia del sector. Será posible, detectar nuevos nichos de mercado si se conocen de antemano las preferencias que demandan los usuarios y

no usuarios sólo así podrán ofrecerse o mejorar los servicios de valor añadidos deficitarios o no cubiertos por las compañías.

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:

En Ke Medio Broacasting
912792470

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

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Turismo](#) [Seguros](#) [Recursos humanos](#) [Dispositivos móviles](#)
[Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>