[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)Publicado en Madrid el 22/09/2020

# [A pesar de la Covid-19, persisten las barreras para contratar un seguro de decesos](http://www.notasdeprensa.es)

## Sigue habiendo un importante rechazo incluso a pensar en este tipo de seguros: a pesar de que 25% de los entrevistados pareciera estar más dispuesto a contratar un seguro de decesos ante la crisis sanitaria del COVID-19, este porcentaje se reduce al 9%, cuando se pregunta la probabilidad de contratarlo en los próximos 12 meses

EKMB.- La Consultora NEMESIS EXPERIENCE, en la edición 2020 de su “Barómetro del mercado del seguro de decesos”, revela que, en el contexto actual de pandemia, en el que la Covid-19 ha causado un enorme número de fallecimientos entre personas de todas las edades afectando a muchas familias, existen barreras que persisten en la cabeza del consumidor para la contratación de un seguro de decesos. Así, entre quienes no cuentan con un seguro de decesos, los principales frenos para la contratación de este tipo de seguros son el rechazo a ‘tener que pensar en temas relacionados con la defunción’ (un 30%), la ‘no percepción de necesitar este tipo de servicios’ (un 26%) y el ‘precio’ (otro 26%). Es de destacar que estos tres motivos suponen cerca de un 80% del total. Se constata pues que sigue habiendo un importante rechazo a siquiera pensar en este tipo de seguros pese a la importancia de la crisis actual, siendo esta cuestión en la que más tienen que incidir las compañías de seguros para tratar de atraer a nuevos clientes. Por otro lado, preguntados, esta vez los clientes sobre cuál es su predisposición y los factores que para ellos serían relevantes para el cambio de compañía aseguradora, el ‘precio’, ‘la búsqueda de mejores coberturas’ y la ‘recomendación…’ se mostrarían como los aspectos más relevantes para los asegurados a la hora de darse de baja de su compañía actual y contratar el seguro de decesos con una nueva compañía. En la investigación también se preguntó cómo de cerca o lejos están las principales compañías de la “marca ideal” definida por los clientes. Se ha constatado que, entre las personas que no cuentan con un seguro de decesos, los 10 principales atributos de la aseguradora ideal suman el 70,7% de la composición de la marca. Los tres principales atributos, como se aprecia en el gráfico, son: relación Calidad/Precio (10%) Honestidad (9%) y Facilidad en la relación con la Compañía y los trámites (8%). Entre las compañías posicionadas más cerca de la marca ideal aparece Meridiano, la compañía que mayor peso tiene estos atributos (46,6%) y, Santalucía y Preventiva en las que menor peso tienen los principales atributos de la marca ideal. El estudio se ha realizado en abril 2020, sobre una base muestral de 375 personas (51% mujeres y 49% hombres), de los cuales un 58% no contaba con un seguro de decesos en el momento de la entrevista. NÉMESIS EXPERIENCE Lab: Consultora española de carácter multinacional, dedicada al desarrollo de nuevas metodologías de análisis e innovadoras soluciones en el ámbito de los estudios sectoriales 360 y la gestión de la experiencia del 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: [https://www.notasdeprensa.es/a-pesar-de-la-covid-19-persisten-las-barreras](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Medicina Derecho Finanzas Sociedad Emprendedores Seguros Recursos humanos

[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)

[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)