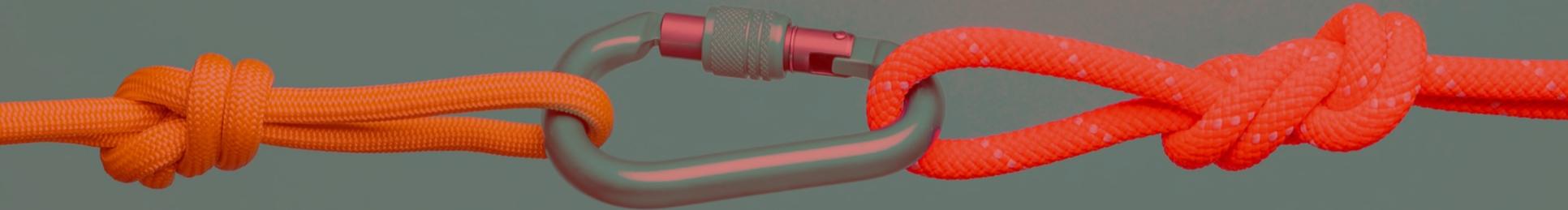


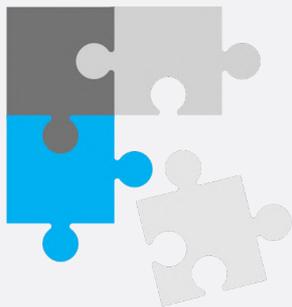
La actividad aseguradora en España

Principales resultados 2022



Queremos...

- Conocer **el tamaño y la distribución del mercado actual y potencial** de las compañías aseguradoras a nivel nacional
- Identificar y comprender **las motivaciones y frenos** de los clientes actuales y potenciales



Dar respuesta a...

- ¿**Cuál es el tamaño de mi marca** en el mercado actual? ¿Y en el potencial?
- ¿**Cuánto vale mi marca** (Brand Equity) en unidades monetarias, es decir, qué gap de precio soporta?
- ¿**Cuál es el precio óptimo al que debo vender** mi producto o servicio que maximiza los ingresos?
- ¿**Cuál sería el Market Share teórico** entre diferentes marcas dado un escenario de precios determinado?



Seguro Médico / de Salud

Entendiendo

El mercado actual del seguro médico privado



El **43,9%** de los españoles entre 18 y 75 años **tienen un seguro médico privado actualmente contratado.**

Se concentran en las comunidades autónomas de Madrid (56,3%), Aragón (53,6%) y Galicia (49,3%).

En mayor medida entre el sexo masculino (46,4%) y menores de 45 años.

43,9%



**Mercado actual
Seguro Médico / de Salud**



46,4%



41,6%



18 a 29 años

54,8%



30 a 44 años

52,8%



45 a 64 años

40,5%



65 a 75 años

24,5%

Entendiendo

El mercado potencial del seguro médico privado (>60% de probabilidad de contratar en los próximos 12 meses)

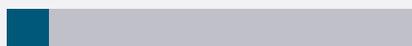


El **10,3%** de los españoles entre 18 y 75 años tienen una probabilidad superior al 60% de contratar un seguro médico privado en los próximos 12 meses.

Se concentran en las comunidades autónomas de Asturias (18,2%), Madrid (14,8%) y Extremadura (12,5%).

En mayor medida entre el sexo masculino (12,4%) y menores de 45 años.

10,3%



Mercado potencial
Seguro Médico / de Salud



12,4%



8,2%



18 a 29 años

11,0%



30 a 44 años

11,7%



45 a 64 años

9,3%



65 a 75 años

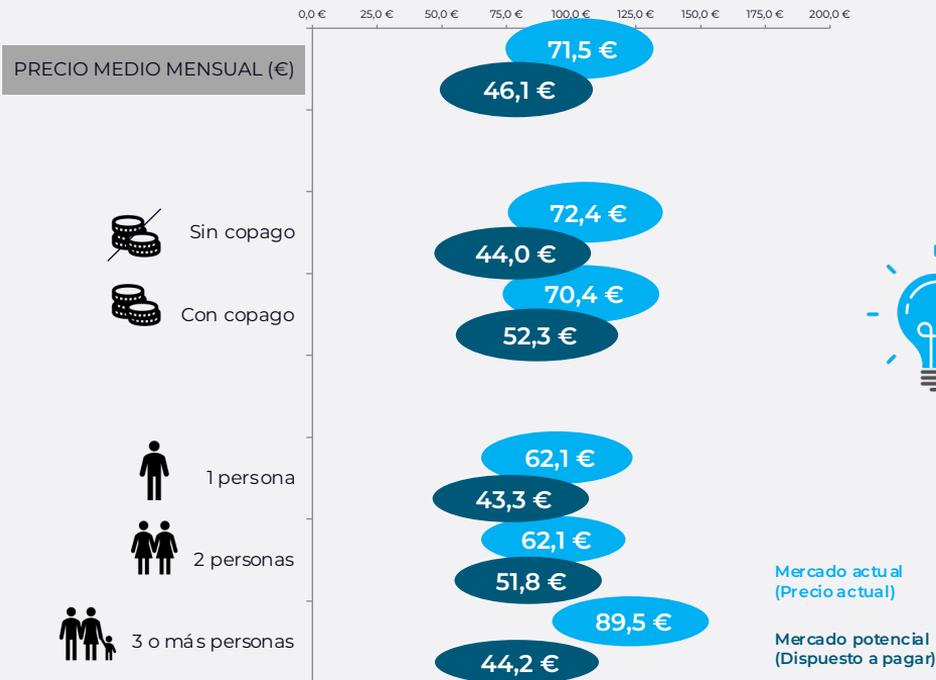
9,3%

Experiencia versus Expectativas

Reducir el GAP es el reto

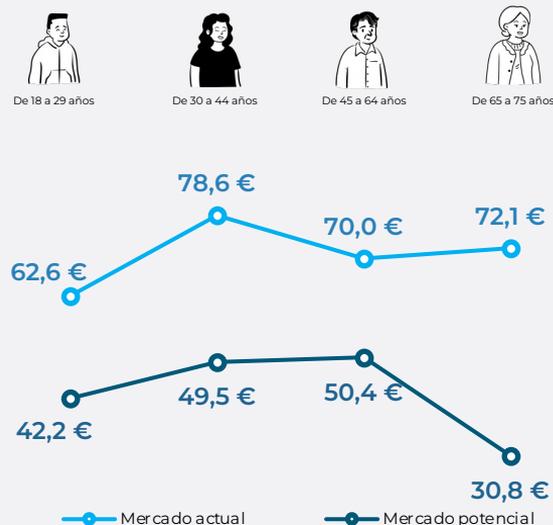


Precio medio del seguro médico privado vs. Precio dispuesto a pagar



El precio medio que se paga por un seguro médico privado serían 71,5€, mientras que los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar 46,1€.

En general se observa como el precio medio de los asegurados es superior al predispuesto a pagar por los clientes potenciales.

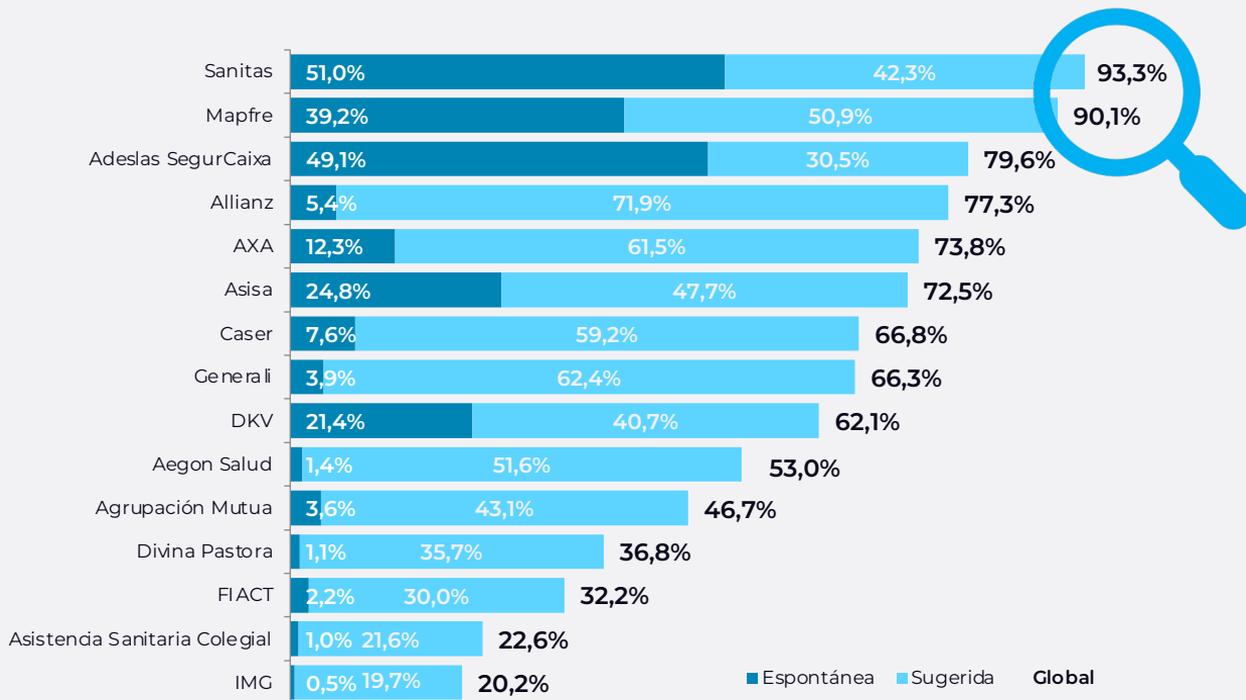


Conocimiento

La importancia de la notoriedad en las compañías aseguradoras



Notoriedad de las compañías aseguradoras



Sanitas y Adeslas son las dos compañías más conocidas a nivel espontáneo, aunque se alza con el segundo puesto Mapfre gracias a su notoriedad sugerida.

Por tramos de edad:



De 18 a 29 años



De 30 a 44 años



De 45 a 64 años



De 65 a 75 años

Espontáneo

35,0%



49,9%



60,4%



69,4%



Global

88,8%



93,0%



96,8%



98,0%



Analizando

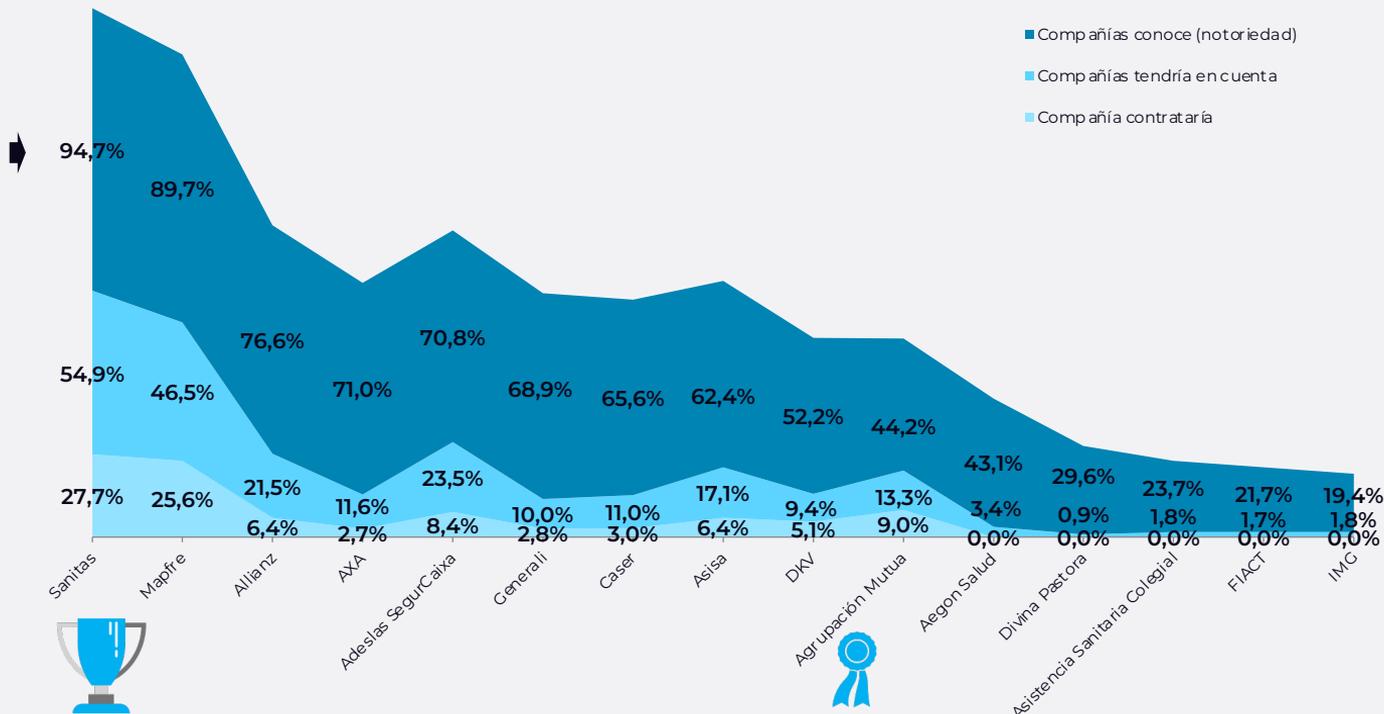
El mercado potencial: Notoriedad y preferencias



La notoriedad de las compañías entre los clientes potenciales y actuales es similar.

Sanitas (27,7%) y Mapfre (25,6%) son las compañías más apreciadas para tener en cuenta a la hora de escoger un seguro médico privado.

Destacar Agrupación Mutua como una compañía con una baja notoriedad, pero bien considerada entre los clientes potenciales (9% la contrataría).



Analizando

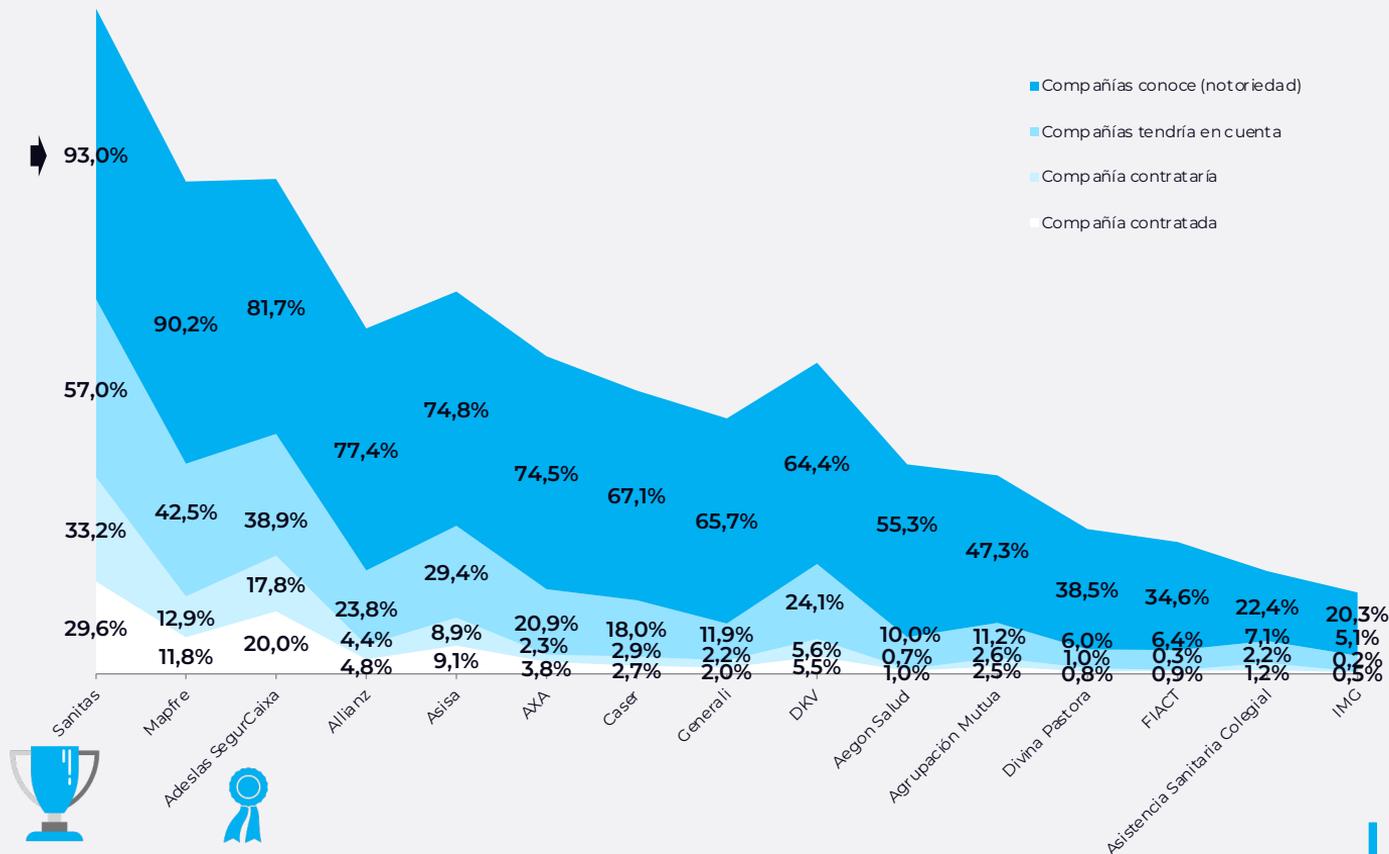
El mercado actual: Notoriedad, preferencias y cuota de mercado



Sanitas se posiciona como la compañía más apreciada y contratada de seguros médicos privados, con una cuota de mercado del 29,6%.

Adeslas es menos deseada, pero cuenta con una elevada contratación (20,0%).

En cambio Mapfre, a pesar de tener una elevada notoriedad y consideración, no destaca en la contratación de seguros médicos.



Identificando

Los motivos de contratación de un seguro médico privado

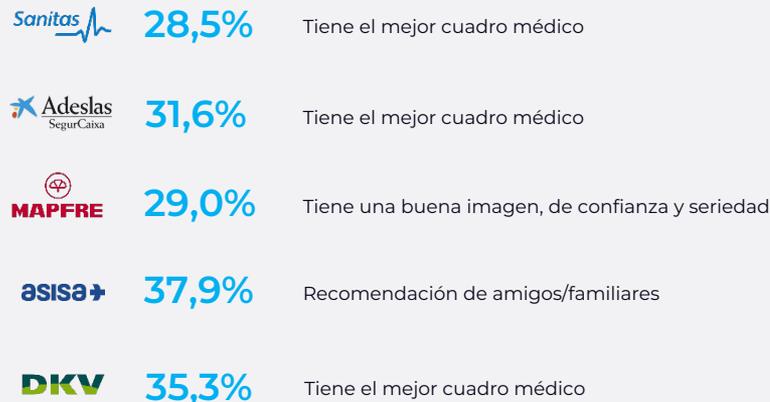


PRINCIPALES MOTIVOS DE CONTRATACIÓN (TOP 10)



Los 3 motivos básicos para escoger una compañía para el seguro médico privado es el **cuadro médico disponible**, la **recomendación** y la **imagen de confianza y seriedad**.

MOTIVO DE CADA COMPAÑÍA



Analizando

La tipología de los seguros médicos privados contratados



71,5 €/ anual

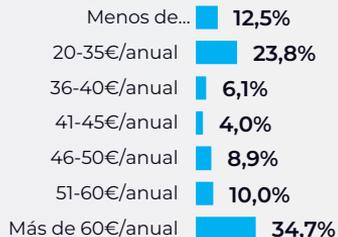
▲
Precio medio anual (€)

2,8 personas

▲
N.º medio de personas en la póliza

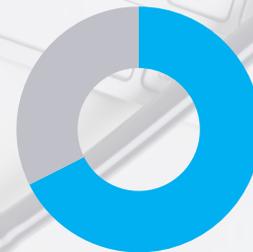
6,1 años

▲
Años que lleva asegurado/a (media)



67,6%

▲
Sin copago



El **55,3%** de los españoles entre 18 y 75 años que **tienen un seguro médico privado actualmente pagan 50€/mes o menos por su póliza.**

Hay que tener en cuenta que **prácticamente 4 de cada 10 pólizas sólo cuenta con un único asegurado.**

El **67,6%** de los seguros médicos privados contratados son **sin copago.**

Destacar que un **23,1%** de los seguros médicos privados **tienen menos de 3 años de antigüedad**, aspecto que se relaciona con el aumento de la importancia de la salud después de la pandemia.

Experiencia del cliente

Una buena experiencia y alta lealtad a la compañía de su seguro médico



TOTAL	Satisfacción (IEX) Aseguradoras	Recomendación (NPS) Aseguradoras	Valoración Imagen Aseguradoras	Probabilidad abandono Aseguradoras	% Cambio de compañía Aseguradoras *
TOTAL	8,1	25,3%	8,1	4,0%	70,6%
SEXO					
	8,0	22,5%	8,1	4,1%	78,0%
	8,2	28,4%	8,1	3,9%	61,6%
EDAD					
 18 a 29 años	7,8	15,7%	8,1	3,6%	76,6%
 30 a 44 años	8,1	24,4%	8,0	4,3%	72,8%
 45 a 64 años	8,2	28,4%	8,0	4,1%	59,5%
 65 a 75 años	8,5	39,8%	8,5	2,9%	88,7%
TOP 5 CONTRATADAS					
	8,1	24,8%	8,1	4,5%	66,7%
	8,2	26,5%	8,0	3,7%	80,2%
	8,1	22,6%	8,3	4,9%	79,5%
	8,0	19,3%	7,9	4,3%	92,1%
	8,5	48,8%	8,3	3,1%	15,8%

Satisfacción notable de las compañías con una nota media de 8,1 (sobre 10), que tan sólo superan DKV (8,5) y Adeslas (8,2).

La recomendación (NPS 25,3%) y la valoración de la imagen (8,1) también son positivas.

Baja probabilidad de abandono, siendo la más elevada en Mapfre (4,9%), los cuales en un 79,5% cambiarían de compañía.

En general, el sexo masculino y el tramo de 30 a 44 años son más críticos.

Nota (*): % cambio de compañía aseguradora: sólo se pregunta aquellos clientes actuales que mencionaban un porcentaje de 70% o más de probabilidad de cambio o de dejar la compañía

Analizando

¿Qué tiene mayor importancia en la elección de un seguro médico privado?



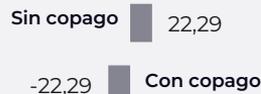
Analizar las utilidades e importancias mediante el conjoint análisis es un buen “ejercicio” para entender el modelo de toma de decisiones del mercado de los seguros médicos privados. A mayor rango en las utilidades mayor importancia, lo que significa que ese atributo se tiene muy en cuenta por la persona para tomar la decisión de compra frente a otros atributos.

Así en la elección de un seguro médico, el 43% prioriza la compañía que lo ofrece, el 37% su precio y el 20% el tipo, si es con copago o no.

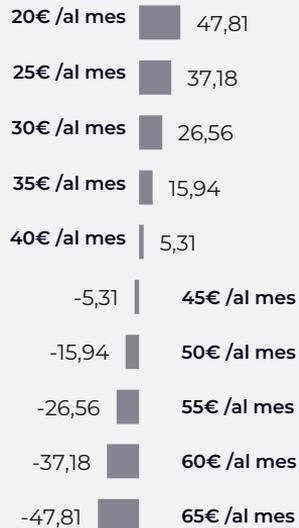
UTILIDAD DE CADA COMPAÑÍA



UTILIDAD DE CADA TIPO

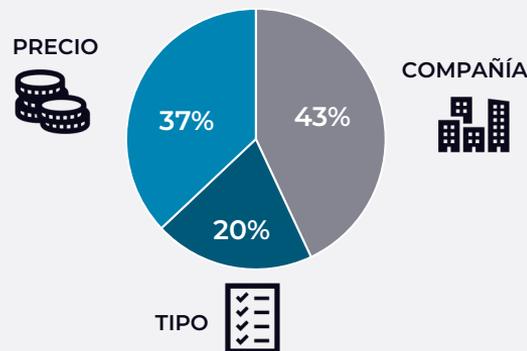


UTILIDAD DE CADA PRECIO



IMPORTANCIA DE LOS ATRIBUTOS

% de la compra se basa en cada atributo





Seguro de Auto

Entendiendo

El mercado actual del seguro de auto



El **78,6%** de los españoles entre 18 y 75 años **tienen un seguro de auto actualmente contratado.**

Se concentran en las comunidades autónomas de La Rioja (100,0%), Galicia (88,2%) y Andalucía (84,6%).

En mayor medida entre el sexo masculino (81,1%) y mayores de 29 años.

78,6%



▲
**Mercado actual
Seguro de Auto**



81,1%



76,3%



18 a 29 años

69,0%



30 a 44 años

80,9%



45 a 64 años

81,7%



65 a 75 años

76,8%

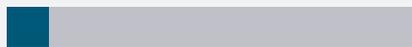
Entendiendo

El mercado potencial del seguro de auto (>60% de probabilidad de contratar en los próximos 12 meses)



El **4,8%** de los españoles entre 18 y 75 años tienen una probabilidad superior al 60% de contratar un seguro de auto en los próximos 12 meses.

4,8%



Mercado potencial
Seguro de Auto

Se concentran en las comunidades autónomas del País Vasco (9,1%), Comunidad Valenciana (8,3%) y Extremadura (8,3%).



5,4%



4,2%



18 a 29 años

10,4%



30 a 44 años

5,5%



45 a 64 años

3,1%



65 a 75 años

1,6%

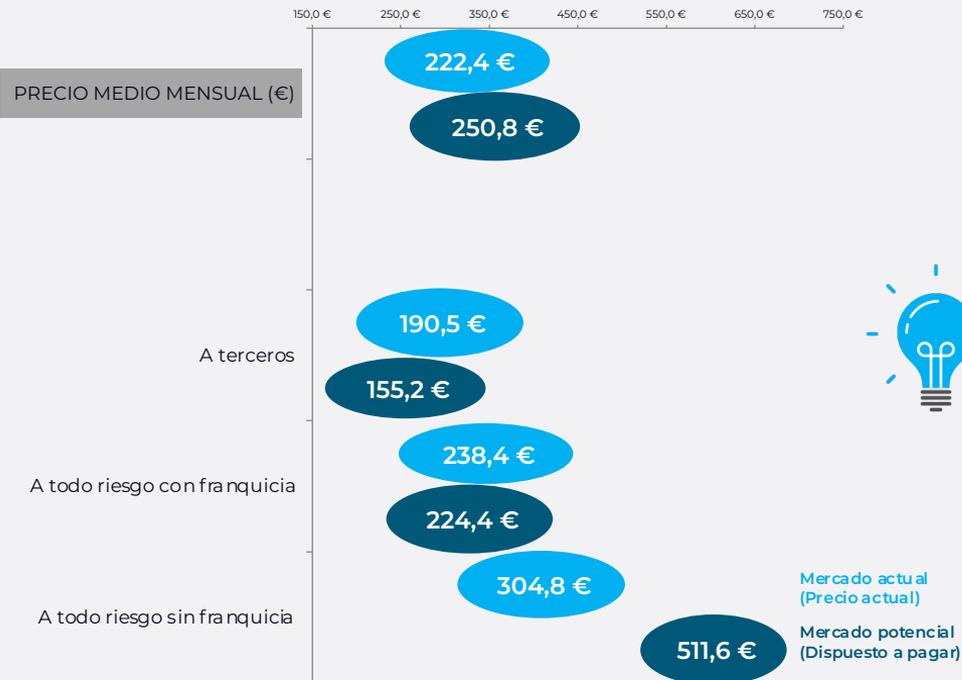
En mayor medida entre el sexo masculino (5,4%) y el tramo de 18 a 29 años (10,4%).

Experiencia versus Expectativas

Reducir el GAP es el reto



Precio medio del seguro de auto vs. Precio dispuesto a pagar



El precio medio que se paga por un seguro de auto sería de 222,4€, mientras que los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar similar (precio medio de 250,8€).

Las expectativas del precio de un seguro de todo riesgo sin franquicia son bastante elevadas, por el contrario del seguro a terceros o todo riesgo con franquicia.



De 18 a 29 años



De 30 a 44 años



De 45 a 64 años



De 65 a 75 años

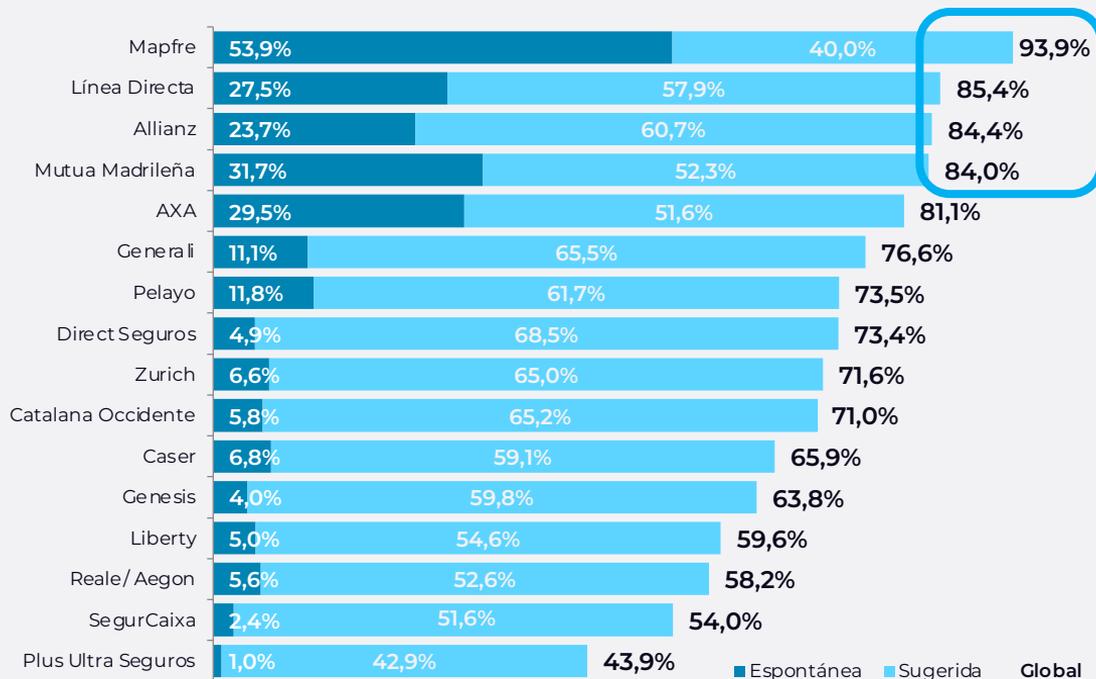


Conocimiento

La importancia de la notoriedad en las compañías aseguradoras



Notoriedad de las compañías aseguradoras



Mapfre, Mutua Madrileña y Axa son las dos compañías más conocidas a nivel espontáneo.

Por tramos de edad:



De 18 a 29 años



De 30 a 44 años



De 45 a 64 años



De 65 a 75 años

Espontáneo

54,9%



50,2%



53,6%



61,4%



Global

89,6%



95,5%



93,6%



96,5%



Analizando

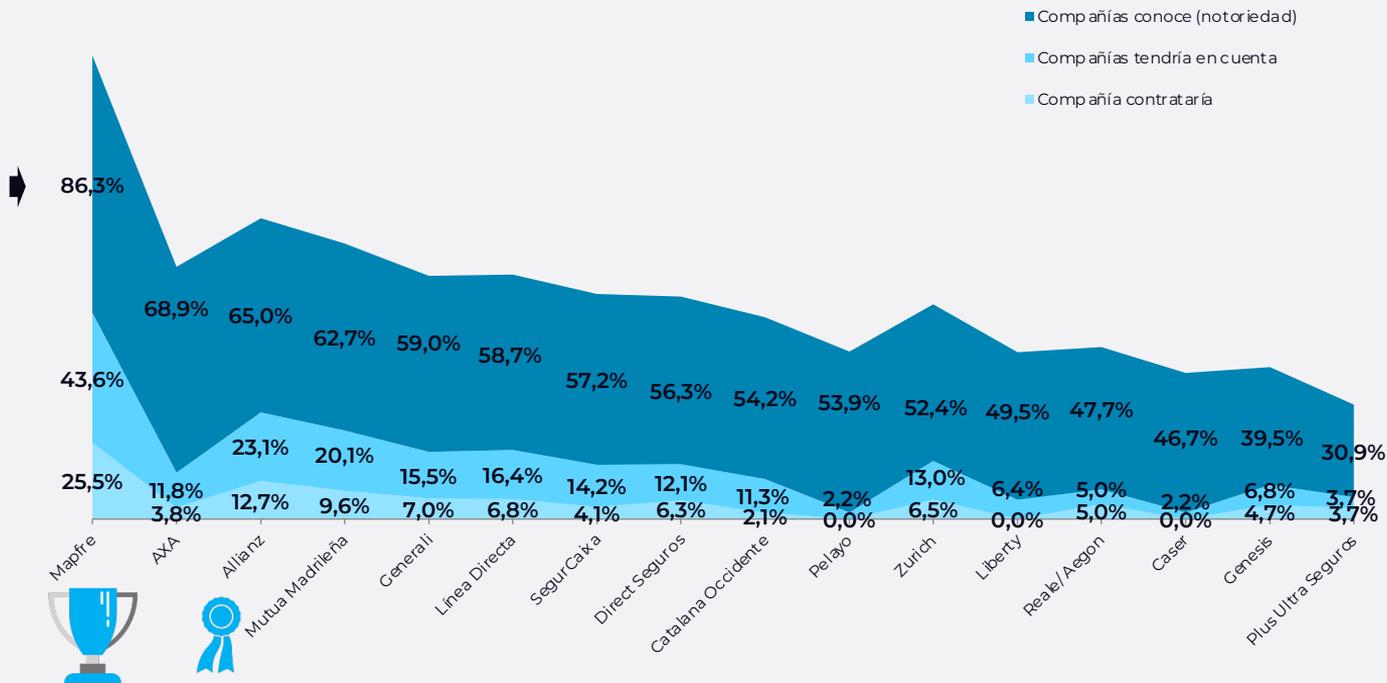
El mercado potencial: Notoriedad y preferencias



La notoriedad de las compañías entre los clientes potenciales es algo inferior a los actuales.

Mapfre (25,5%) y Allianz (12,7%) son las compañías más apreciadas para tener en cuenta a la hora de escoger un seguro de auto.

Destacar AXA como una compañía con una alta notoriedad, pero poco considerada entre los clientes potenciales.



Analizando

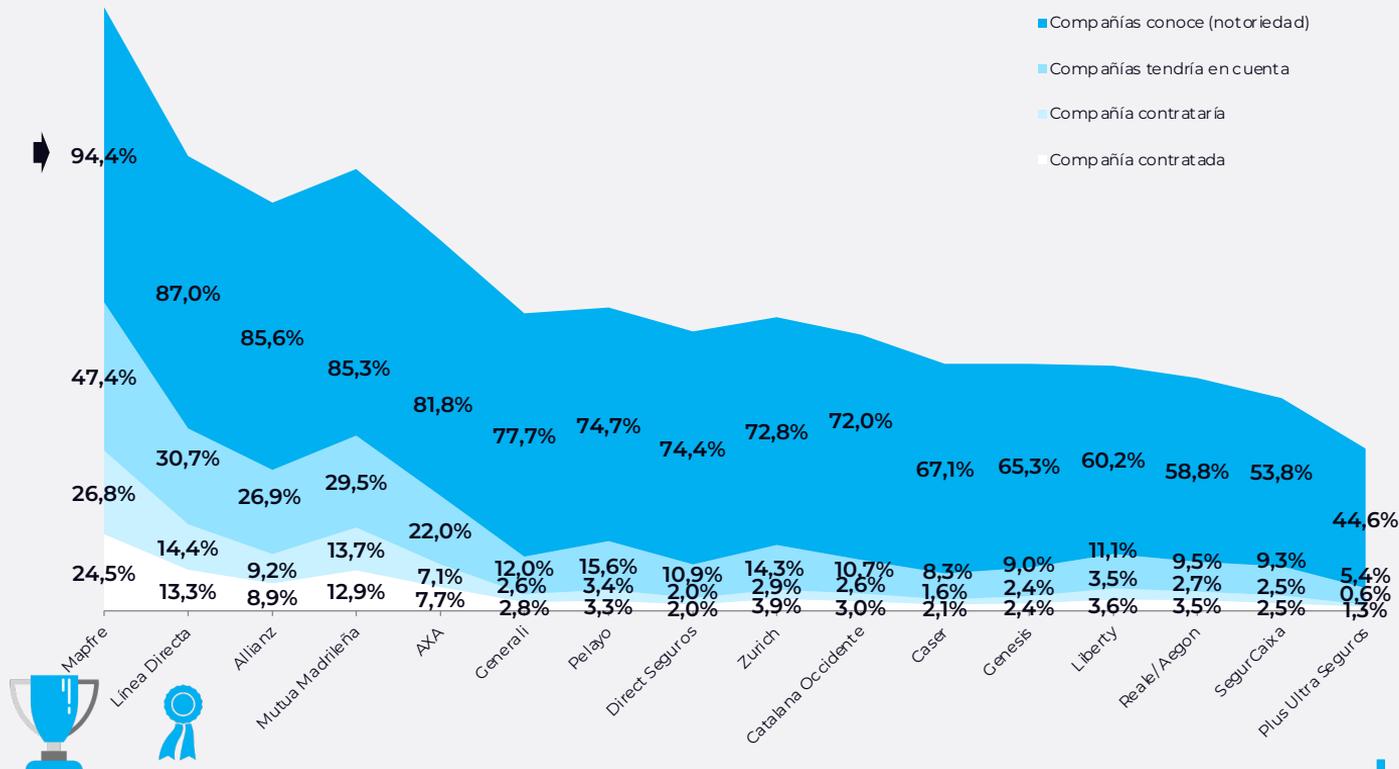
El mercado actual: Notoriedad, preferencias y cuota de mercado



Mapfre se posiciona como la compañía más apreciada y contratada de seguros de auto, con una cuota de mercado del 24,5%.

Línea Directa obtiene un segundo puesto con un 13,3% de cuota de mercado, seguida de cerca por Mutua Madrileña con un 12,9%.

Allianz y Axa, tienen una buena notoriedad, pero menor predisposición para contratarlas.

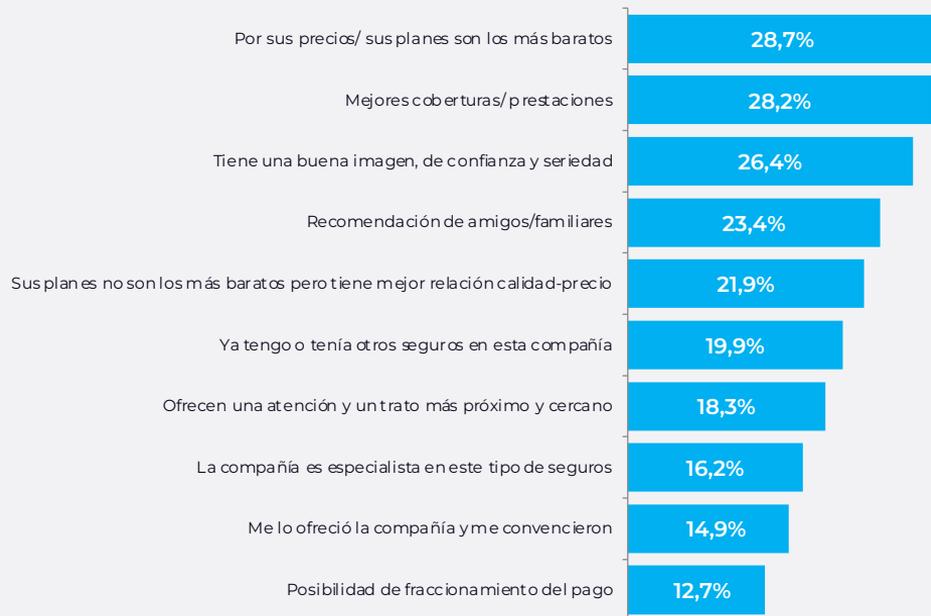


Identificando

Los motivos de contratación de un seguro de auto



PRINCIPALES MOTIVOS DE CONTRATACIÓN (TOP 10)



Los 3 motivos básicos para escoger una compañía para el seguro de auto es que **el precio / sus planes sean más baratos**, las **coberturas/prestaciones** y la **imagen de confianza y seriedad**.

MOTIVO DE CADA COMPAÑÍA



Analizando

La tipología de los seguros de auto contratados



222,4€/año

▲
Precio medio anual (€)



6,3 años

▲
Años que lleva asegurado/a (media)



El **49,2%** de los españoles entre 18 y 75 años que tienen un seguro de auto actualmente pagan menos de 200€/al año.

La media de años que llevan los clientes con la misma aseguradora de auto es de 6,3 años. El 43,8% de los clientes llevan más de 5 años sin haber cambiado de aseguradora.

Experiencia del cliente

Una buena experiencia y alta lealtad a la compañía de su seguro de auto



TOTAL	Satisfacción (IEX) Aseguradoras	Recomendación (NPS) Aseguradoras	Valoración Imagen Aseguradoras	Probabilidad abandono Aseguradoras	% Cambio de compañía Aseguradoras *
SEXO	8,1	24,2%	8,0	4,0%	81,8%
	8,1	21,4%	8,0	3,7%	82,4%
	8,1	27,0%	8,0	4,3%	81,1%
EDAD					
18 a 29 años	7,9	17,9%	7,7	5,4%	81,8%
30 a 44 años	7,9	19,7%	7,8	4,3%	87,6%
45 a 64 años	8,2	22,5%	8,1	4,1%	81,4%
65 a 75 años	8,6	44,0%	8,5	3,1%	56,4%
TOP 5 CONTRATADAS					
	8,4	32,1%	8,3	4,3%	88,6%
línea directa	8,1	29,5%	8,1	4,7%	86,8%
	8,1	24,3%	8,1	4,0%	66,0%
	8,2	30,2%	8,1	2,3%	89,6%
	7,4	-10,7%	7,5	5,8%	78,8%

Satisfacción notable de las compañías con una nota media de 8,1 (sobre 10), que tan sólo superan Mapfre (8,4) y Allianz (8,2).

La recomendación (NPS 24,2%) y la valoración de la imagen (8,0) también son positivas.

Baja probabilidad de abandono, siendo la más elevada en Axa (5,8%), los cuales en un 78,8% cambiarían de compañía.

En general, el sexo masculino y el tramo de 18 a 29 años son más críticos.

Nota (*): % cambio de compañía aseguradora: sólo se pregunta aquellos clientes actuales que mencionaban un porcentaje de 70% o más de probabilidad de cambio o de dejar la compañía

Analizando

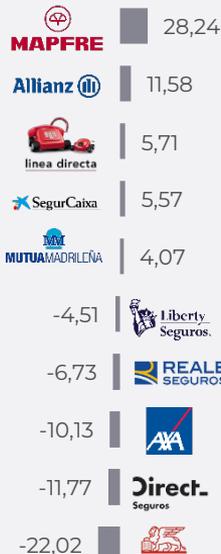
¿Qué tiene mayor importancia en la elección de un seguro de auto?



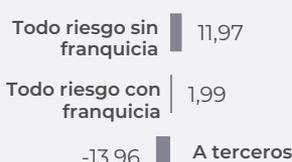
Analizar las utilidades e importancias mediante el conjoint análisis es un buen “ejercicio” para entender el modelo de toma de decisiones del mercado de los seguros de auto. A mayor rango en las utilidades mayor importancia, lo que significa que ese atributo se tiene muy en cuenta por la persona para tomar la decisión de compra frente a otros atributos.

Así en la elección de un seguro de auto, el 54% prioriza el precio, el 27% la compañía que lo ofrece y el 19% el tipo, si es a terceros o todo riesgo.

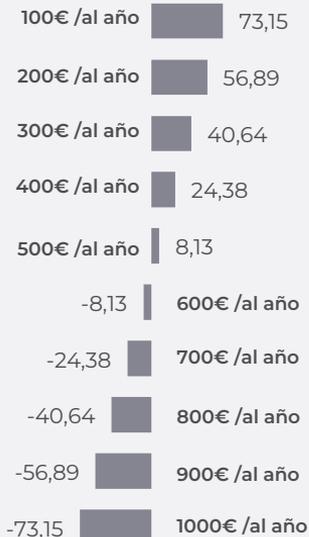
UTILIDAD DE CADA COMPAÑÍA



UTILIDAD DE CADA TIPO

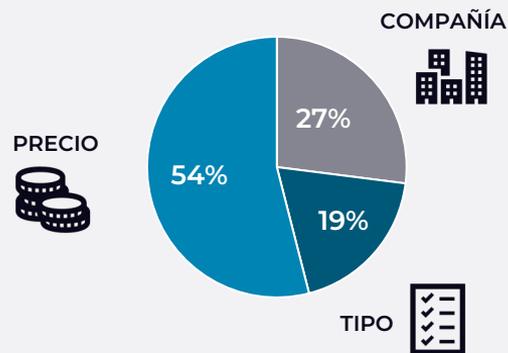


UTILIDAD DE CADA PRECIO



IMPORTANCIA DE LOS ATRIBUTOS

% de la compra se basa en cada atributo





Seguro de Hogar

Entendiendo

El mercado actual del seguro de hogar



El **72,8%** de los españoles entre 18 y 75 años **tienen un seguro de hogar privado actualmente contratado.**

Se concentran en las comunidades autónomas de Cantabria (85,7%), País Vasco (84,8%) y Andalucía (79,7%).

Aumentando conforme aumenta la edad del entrevistado.

72,8%



**Mercado actual
Seguro de Hogar**



73,2%



72,4%



18 a 29 años

50,5%



30 a 44 años

71,9%



45 a 64 años

79,7%



65 a 75 años

80,8%

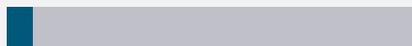
Entendiendo

El mercado potencial del seguro de hogar (>60% de probabilidad de contratar en los próximos 12 meses)



El **6,4%** de los españoles entre 18 y 75 años tienen una probabilidad superior al 60% de contratar un seguro de hogar en los próximos 12 meses.

6,4%



▲
Mercado potencial
Seguro de hogar

Se concentran en las comunidades autónomas de La Rioja (25,0), Extremadura (11,8) y Asturias (9,1).



5,6%



7,3%



18 a 29 años

17,2%



30 a 44 años

7,2%



45 a 64 años

3,6%



65 a 75 años

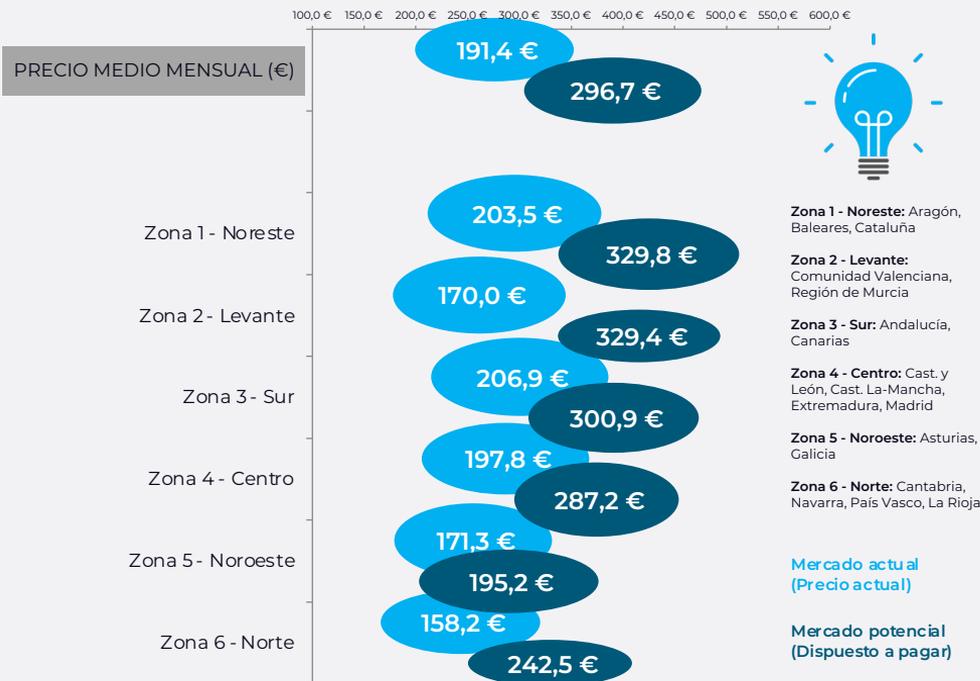
0,5%

Experiencia versus Expectativas

Reducir el GAP es el reto



Precio medio del seguro de hogar vs. Precio dispuesto a pagar



Zona 1 - Noreste: Aragón, Baleares, Cataluña

Zona 2 - Levante: Comunidad Valenciana, Región de Murcia

Zona 3 - Sur: Andalucía, Canarias

Zona 4 - Centro: Cast. y León, Cast. La-Mancha, Extremadura, Madrid

Zona 5 - Noroeste: Asturias, Galicia

Zona 6 - Norte: Cantabria, Navarra, País Vasco, La Rioja

Mercado actual
(Precio actual)

Mercado potencial
(Dispuesto a pagar)

El precio medio que se paga por un seguro de hogar serían 191,4€, mientras que los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar prácticamente 100€ más (296,7€).

En general se observa como el precio del seguro de hogar se percibe mucho más elevado de lo que luego es en realidad.



De 18 a 29 años



De 30 a 44 años



De 45 a 64 años



De 65 a 75 años

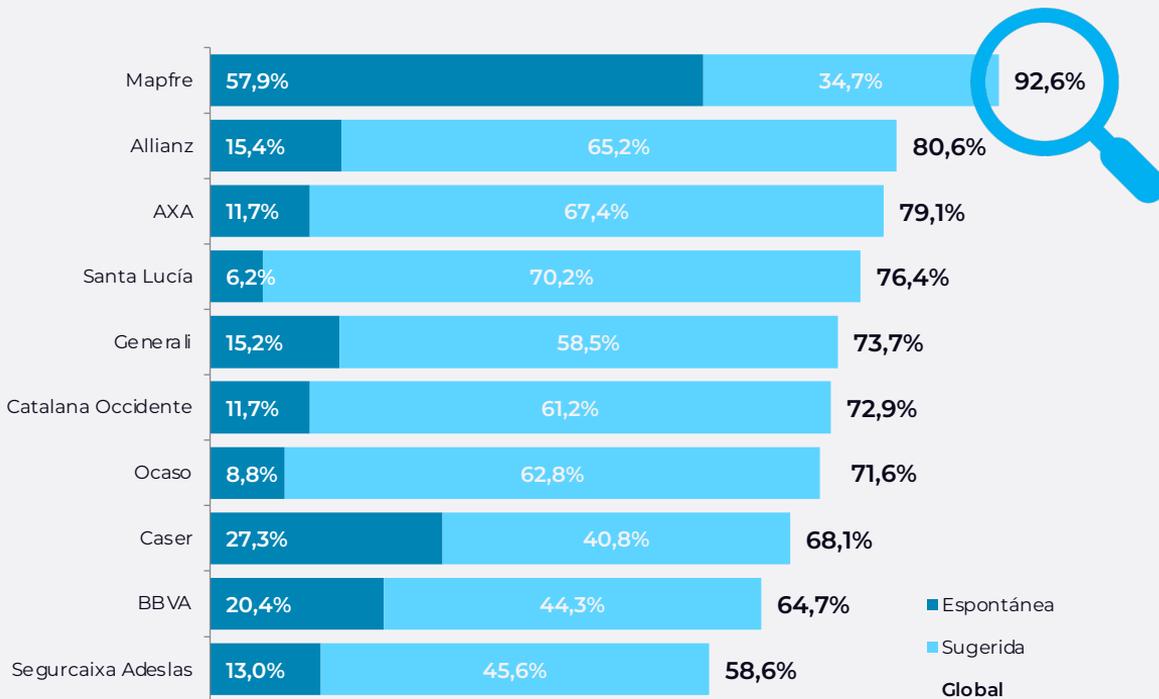


Conocimiento

La importancia de la notoriedad en las compañías aseguradoras



Notoriedad de las compañías aseguradoras



Mapfre presenta la notoriedad más elevada (92,6%), prácticamente 6 de cada 10 la mencionan de forma espontánea.

Su notoriedad es mayor conforme avanza la edad.

Por tramos de edad:



De 18 a 29 años



De 30 a 44 años



De 45 a 64 años



De 65 a 75 años

Espontáneo

48,5%



55,4%



62,2%



59,0%



Global

89,0%



92,2%



93,9%



93,3%



Analizando

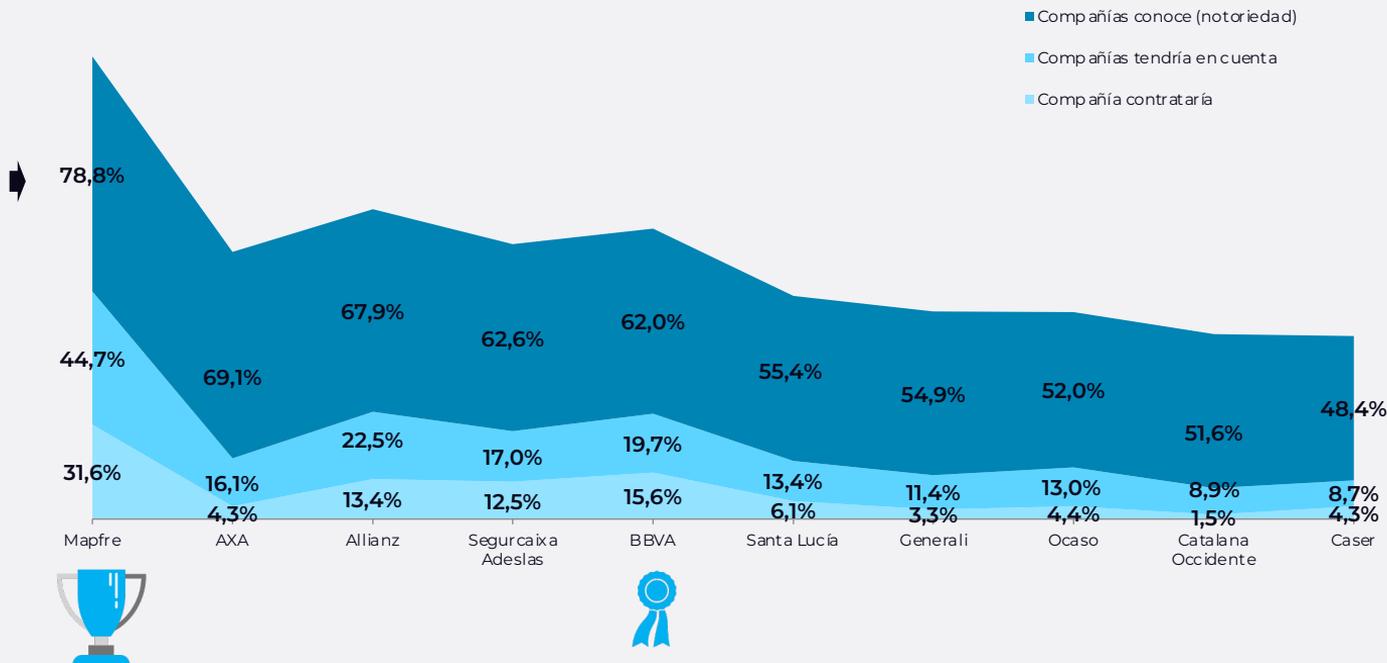
El mercado potencial: Notoriedad y preferencias



La notoriedad de las compañías entre los clientes potenciales es menor que los clientes actuales.

Mapfre es la compañía más apreciada para tener en cuenta a la hora de escoger un seguro de hogar, seguidas de BBVA y Allianz.

Por el contrario, la compañía que menos consideran es Catalana Occidente, que presenta una baja notoriedad.



Analizando

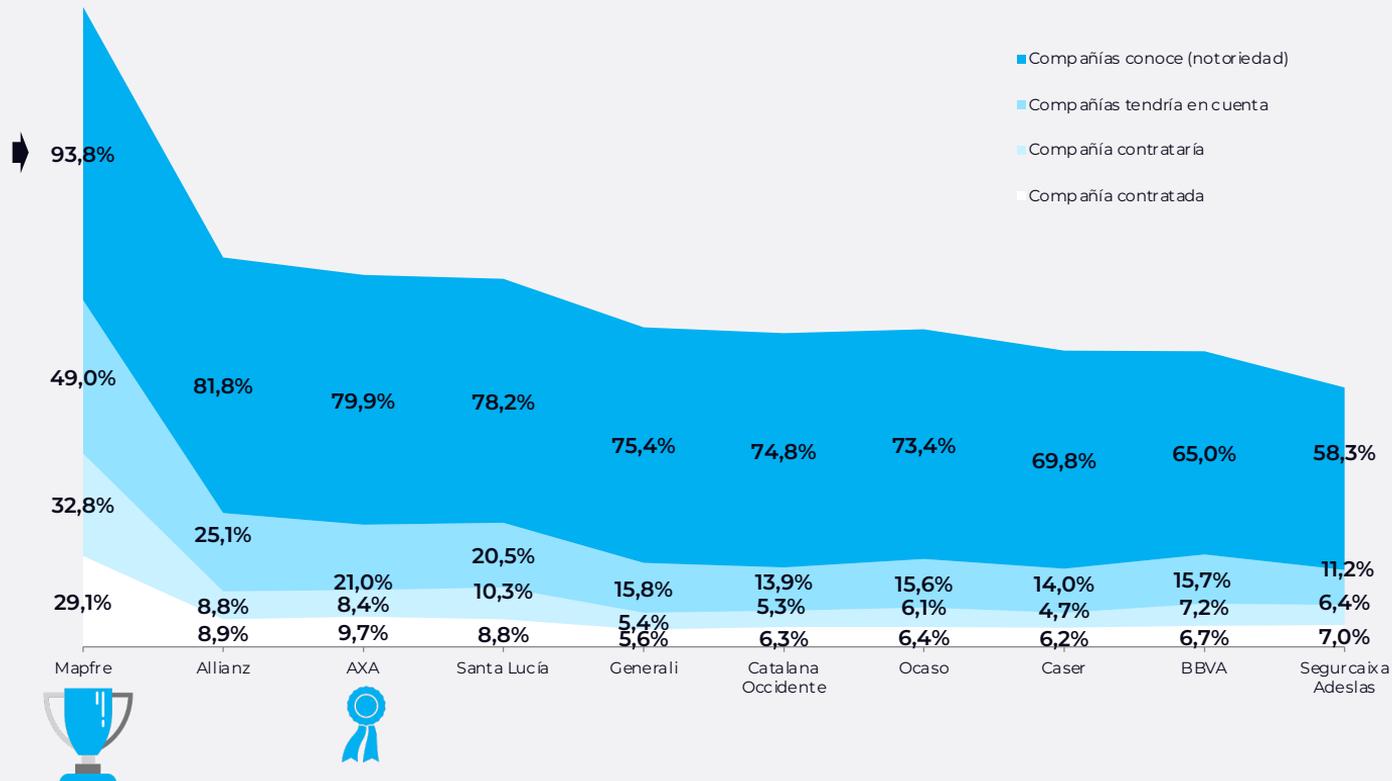
El mercado actual: Notoriedad, preferencias y cuota de mercado



Mapfre se posiciona como la compañía más apreciada y contratada de seguros de hogar, con una amplia cuota de mercado del 29,1%.

Seguida en menor medida de Axa (9,7%), Allianz (8,9%) y Santa Lucía (8,8%).

La compañía menos contratada es Generali (5,6%), a pesar de su notoriedad del 75,4%.

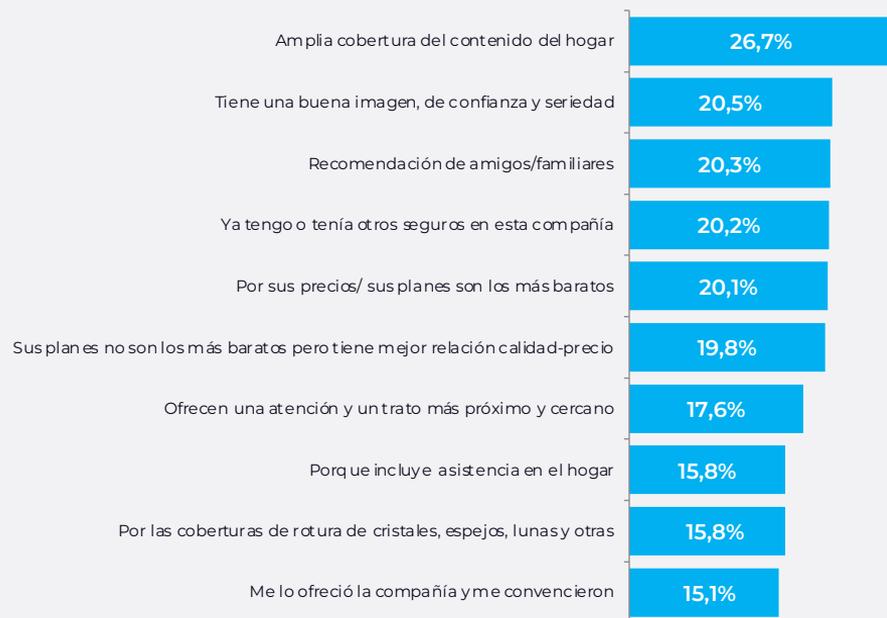


Identificando

Los motivos de contratación de un seguro de hogar

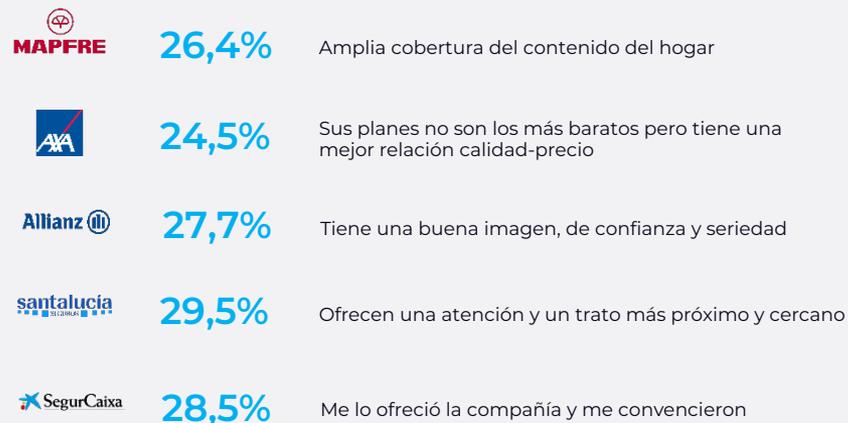


PRINCIPALES MOTIVOS DE CONTRATACIÓN (TOP 10)



Los 3 motivos básicos para escoger una compañía para el seguro de hogar es la **amplia cobertura del contenido del hogar**, las **imagen de confianza y seriedad** y la **recomendación de amigos/familiares**.

MOTIVO DE CADA COMPAÑÍA



Analizando

La tipología de los seguros de hogar contratados



191,4€/ anual

▲
Precio medio anual (€)



17,2 años

▲
Años que lleva asegurado/a (media)



El **38,3%** de los españoles entre 18 y 75 años que **tienen un seguro de auto actualmente pagan menos de 100€/al año y en cambio un 38,8% pagan más de 200€/al año.**

La media de años que llevan asegurados es de **17,2 años.** Destacar que el 50% de los encuestados lleva más de 5 años con la misma aseguradora.

Experiencia del cliente

Una buena experiencia y alta lealtad a la compañía de su seguro de hogar



TOTAL	Satisfacción (IEX) Aseguradoras	Recomendación (NPS) Aseguradoras	Valoración Imagen Aseguradoras	Probabilidad abandono Aseguradoras	% Cambio de compañía Aseguradoras *
SEXO					
	7,7	11,4%	7,8	4,1%	79,5%
	7,7	17,7%	7,7	4,4%	79,6%
EDAD					
18 a 29 años	7,6	2,9%	7,8	7,0%	73,1%
30 a 44 años	7,5	4,8%	7,5	5,2%	83,0%
45 a 64 años	7,7	17,0%	7,7	3,9%	84,1%
65 a 75 años	8,0	32,6%	8,2	3,0%	60,7%
TOP 5 CONTRATADAS					
	8,2	32,8%	8,2	3,9%	68,0%
	7,2	-0,5%	7,1	3,7%	91,3%
	7,9	20,0%	8,0	5,6%	87,2%
	7,8	16,3%	7,9	3,8%	85,5%
	6,9	-3,0%	6,8	4,9%	86,1%

Satisfacción moderada de las compañías con una nota media de 7,7 (sobre 10), que tan sólo superan Mapfre (8,2), Santa Lucía (7,8) y Allianz (7,9).

La recomendación (NPS 14,6%) y la valoración de la imagen (7,7) son moderadas.

Baja probabilidad de abandono, siendo la más elevada en Allianz (5,6%), los cuales en un 87,2% cambiarían de compañía.

En cambio, los más insatisfechos y que no recomiendan son los asegurados de SegurCaixa y AXA.

Nota (*): % cambio de compañía aseguradora: sólo se pregunta aquellos clientes actuales que mencionaban un porcentaje de 70% o más de probabilidad de cambio o de dejar la compañía

Analizando

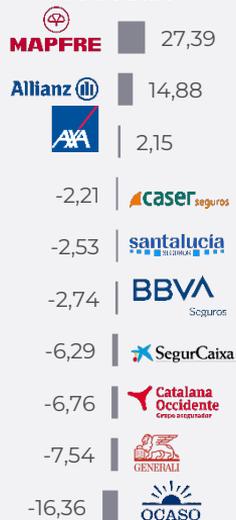
¿Qué tiene mayor importancia en la elección de un seguro de hogar?



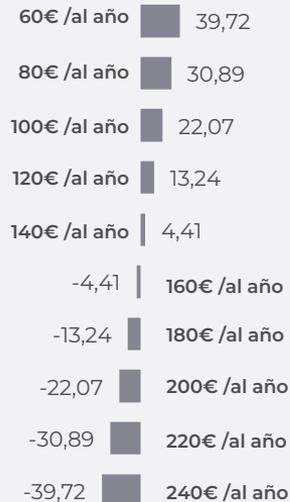
Analizar las utilidades e importancias mediante el conjoint análisis es un buen “ejercicio” para entender el modelo de toma de decisiones del mercado de los seguros de hogar. A mayor rango en las utilidades mayor importancia, lo que significa que ese atributo se tiene muy en cuenta por la persona para tomar la decisión de compra frente a otros atributos.

Así en la elección de un seguro de hogar, el 51% prioriza la compañía que lo ofrece y el 49% su precio.

UTILIDAD DE CADA COMPAÑÍA

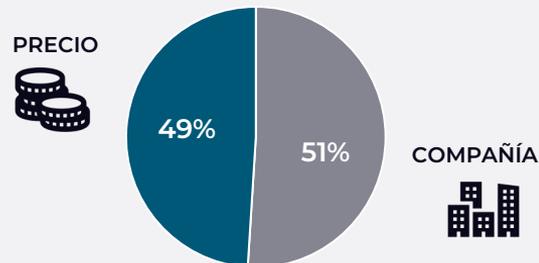


UTILIDAD DE CADA PRECIO



IMPORTANCIA DE LOS ATRIBUTOS

% de la compra se basa en cada atributo



Ficha Técnica



METODOLOGÍA

Entrevista CAWI (on-line)



FECHAS TRABAJO CAMPO

Mayo 2022



MUESTRA

n=1.000 entrevistas muestra representativa de la población española
Distribución aleatoria proporcional
Resultados ponderados



CUOTAS

Sexo
Edad (18 - 75 años)
Comunidad Autónoma

dónde encontrarnos



dirección

Ronda Sant Pere, 52
08010 Barcelona
tel +34 93 272 17 18
mov. +34 619 11 45 01
ven a visitarnos !

online

mdk.es
twitter/mdk_ES

MDK
investigación de
mercados