



Panorámica del seguro de salud



ANTONI M. FUSTER

Gerente de UBES

La accesibilidad y los tiempos de respuesta de la sanidad de titularidad privada son algunas de las ventajas que más aprecian sus usuarios. Reducir la incertidumbre y obtener respuestas rápidas en la atención ante un episodio clínico influye directamente sobre el estado de salud del paciente. La toma de conciencia, por parte de la sociedad, de este punto fuerte de la sanidad privada explica relativamente bien que el seguro de salud crezca año tras año y que, de hecho, las familias, aun en época de crisis, hayan optado por intentar mantener su protección a través de un seguro de salud privado, aunque represente una doble cobertura, asumiendo así un coste de oportunidad significativo.

Unespa, la patronal del seguro, afirma

que uno de cada cinco españoles cuenta con la protección de un seguro de salud, ya sea a título particular o a través de colectivos. Cada vez son más las empresas que como beneficio social para sus empleados optan por ofrecerles un seguro de salud.

Según la Fundación IDIS, tanto el número de asegurados como el volumen de primas ha ido incrementándose en Balears en el período 2011-2014, años de plena crisis económica. El último informe publicado este año apunta que en el período 2014-2018, las Illes Balears han registrado un incremento anual del 2,5% en el número de asegurados y del 5,1% en volumen de primas. Las Islas representan el 3,9% del mercado nacional, superando en 2018 los 329.000 asegurados.

Un aspecto que ha favorecido la penetración de seguro de salud es la transformación y el cambio de estrategia en los canales de venta tradicionales. Por una parte, la contratación de pólizas priva-

Uno de cada cinco españoles cuenta con la protección de un seguro de salud privado

das a través de internet ha crecido entre 2017 y 2018 un 140%. Por otra, ha habido un fuerte incremento de la promoción publicitaria en medios de gran impacto como la televisión. Todos tenemos bien presente a un conocido y reputado presentador de televisión anunciado en prime time las ventajas de una marca de seguro de salud.

Igual que ocurre en otros sectores como el textil o el de viajes, el sector asegurador de salud se ha visto sometido a una fuerte disputa comercial entre compañías. Buscando estas mantenerse en los primeros puestos del ranking a fin de obtener la máxima cuota de mercado, se han apuntado a la moda low cost. Comercializan pólizas a precios muy por debajo de lo que se venía ofreciendo y han desatado un auténtico tsunami. Estas políticas tan agresivas parecen, a simple vista, favorables a los intereses del consumidor. Sin embargo, pueden llegar a ser altamente perniciosas por generar tensión en una parte de la cadena de valor de la prestación. La guerra de precios en una prestación como es la sanidad no es deseable ni aceptable porque su valor reside en la calidad percibida y recibida por el paciente y su entorno y del factor humano que realiza la prestación.