

PlantaDoce.

Empresa

Mapfre y Catalana Occidente, las marcas españolas de seguros de salud más valiosas

El valor total de las cien principales marcas de seguros más valiosas del mundo ha disminuido un 11% como consecuencia de la pandemia.

PlantaDoce
28 abr 2021 - 11:48



Dos marcas españolas se mantienen entre las cien marcas aseguradoras más valiosas del mundo. Con un valor de 3.000 millones, Mapfre (puesto 41) continúa siendo la marca nacional en el sector asegurador más valiosa del mundo. Le sigue, aún a distancia, Catalana Occidente, en el puesto noventa. Son los datos del informe anual de Brand Finance. **El ránking lo encabeza de nuevo la china Ping An, con 38.000 millones de euros.**

Como es tendencia en las marcas del sector, este año Mapfre cae un 13,6% en valor de marca, que se sitúa en 3.100 millones de euros, lo que la hace descender tres puestos en el ránking, en concreto hasta el número 41 de la lista.

PlantaDoce.

La aseguradora española acaba de anunciar la formación de una *joint venture* con Swiss Life para invertir en el mercado inmobiliario. Con ello, Mapfre sigue sumando alianzas a las ya realizadas con Santander o Iberdrola fruto de su estrategia por ampliar su diversificación.

Mapfre encabeza el listado de marcas nacionales en el sector asegurador, con 3.000 millones

Aunque lejos de Mapfre, Catalana Occidente presenta resultados positivos, contracorriente del sector, y aumenta un 1,8% su valor de marca subiendo dos puestos en el ranking internacional (puesto 90).

Catalana Occidente es parte del *hólding* del sector asegurador español y del seguro de crédito que agrupa compañías aseguradoras conocidas como Plus Ultra Seguros, NorteHispana Seguros, Crédito y Caución Atradius. La empresa se encuentra inmersa en el proceso de consolidación de su red comercial potenciando la digitalización.

El valor total de las cien marcas de seguros más valiosas del mundo ha caído un 11%, disminuyendo de 415.000 millones de euros en 2020 a 368.000 millones en 2021, según el último informe Brand Finance Insurance.

Teresa de Lemus, directora gerente de Brand Finance España, comenta que “la tendencia está en la asistencia online en este sector la cual ha cobrado una relevancia indescriptible; la limitación de las visitas a domicilio y el uso de la inteligencia artificial (IA) acabará siendo un *commodity* para muchos de los ramos asegurados”.