



# TENDENCIAS

FRANÇOIS JACQUEMIN  
CEO DE FOYER GLOBAL HEALTH



**Las personas con movilidad internacional tienen necesidades sofisticadas, y sus expectativas son muy avanzadas en cuanto a una oferta que incluya un enfoque más holístico del bienestar.**

## TENDENCIAS EMERGENTES EN EL MERCADO DE SEGUROS MÉDICOS INTERNACIONALES PARA PERSONAS EXPATRIADAS

*François Jacquemin, CEO de Foyer Global Health, nos ofrece una visión experta sobre las tendencias emergentes en el mercado de seguros internacionales para expatriados/as. Con una trayectoria destacada en el desarrollo estratégico y la digitalización de programas internacionales, Jacquemin se unió a Foyer Global Health en octubre de 2021. Desde entonces, ha estado al frente de la transformación digital de la empresa. Foyer Global Health se distingue por su enfoque en proporcionar soluciones de seguro y bienestar integral, asegurando que los profesionales expatriados y sus familias tengan acceso a una red de atención médica global y servicios de telemedicina.*

**François, nos gustaría saber qué tendencias del mercado detectáis desde la compañía en el sector seguros internacionales para expatriados. ¿Consideráis que estamos en fase de crecimiento y se está tendiendo a una sofisticación en la oferta de productos?**

El mercado de seguros médicos internacionales para personas expatriadas está experimentando un aumento de la demanda de cobertura personalizada, servicios digitales y pólizas adaptadas a la movilidad global.

Las personas con movilidad internacional tienen necesidades sofisticadas, y sus expectativas son muy avanzadas en cuanto a una oferta que incluya un enfoque más holístico del bienestar. La demanda y el uso de servicios de telemedicina y de apoyo a la salud mental están aumentando considerablemente. Por otra parte, **los proveedores de seguros se están centrando en la flexibilidad, la portabilidad transfronteriza y una amplia oferta de cobertura para satisfacer las necesidades cambiantes de este mercado en expansión.**



Es una realidad que la disrupción geopolítica y socioeconómica actual está cambiando las dinámicas de las relaciones internacionales, y esto afecta directamente a las empresas que están inmersas en procesos de internacionalización. ¿Cómo impacta esta situación tan cambiante en vuestro sector y cómo adaptáis la estrategia de producto para seguir ofreciendo valor añadido?

Los cambios geopolíticos y socioeconómicos han reconfigurado los negocios internacionales, impulsando la demanda de seguros adaptables, soluciones digitales y políticas de apoyo a la movilidad global. Se ha creado una mayor conciencia y necesidad de cobertura para los segmentos existentes y nuevos. **Trabajar en un entorno internacional exige un alto nivel de flexibilidad para poder adaptarse en todo momento a los cambios y alteraciones mundiales.**

Es fundamental centrarse en encontrar las mejores soluciones posibles para nuestros socios y clientes y afrontar los retos y los cambios venideros de la mejor manera posible. **Nuestro enfoque de los productos ha evolucionado significativamente, pasando de una simple línea de productos a un conjunto más completo y específico de ofertas dirigidas a segmentos del mercado o del sector.** Hemos añadido coberturas y opciones alternativas no médicas para crear una oferta más holística y resolver en mayor medida el problema tradicional de la persona en movilidad.



“Trabajar en un entorno internacional exige un alto nivel de flexibilidad para poder adaptarse en todo momento a los cambios y alteraciones mundiales”.



Hablemos de tendencias tecnológicas: La inteligencia artificial está en centro de la transformación tecnológica, ¿en qué fase de implementación se encuentra la compañía ahora mismo en este sentido? ¿Qué aspectos consideráis que se mejoran con el uso de la IA aplicado a vuestro negocio? Experiencia cliente, agilidad en procesos, automatización de tareas, seguridad, etc. Entendemos que lo que es una oportunidad empresarial es también un desafío.

Foyer Global Health está bajo el paraguas de Foyer Group y, más concretamente, del departamento de innovación que tomó la iniciativa en Luxemburgo en la aplicación de las nuevas tendencias y la IA. Fomentamos iniciativas ascendentes a través de *hackathons*, por ejemplo, que este año se han convertido en varias iniciativas que mejoran tanto la experiencia de los clientes como la eficiencia. **El papel de la IA en el sector IPMI (*International Private Medical Insurance*) ofrece una calidad de los clientes potenciales en línea y puede acelerar la automatización de la tramitación de siniestros, mejorar las recomendaciones personalizadas en el proceso de solicitud, la detección del fraude y el análisis predictivo para mejorar la evaluación del riesgo y la fijación de precios.** La aplicación de la IA mejora el servicio y la atención al cliente. Sin embargo, **la IA debe estar vinculada con las emociones humanas.** La salud de alguien, cuando está en peligro, es uno de los temas más emotivos que experimentamos y requiere elementos humanos. Con la IA, nos encanta la capacidad que nos dará para mejorar nuestro servicio en cualquier momento y lugar.

Más allá de la eficiencia y los aspectos emocionales, **también debemos considerar los retos normativos y de seguridad que plantea la nueva tendencia.** La normativa en Luxemburgo se está desarrollando con rapidez para que las aseguradoras dispongan de un marco jurídico del más alto nivel. Estamos invirtiendo mucho para cumplir esos requisitos, porque así protegemos a nuestros clientes y su confianza en nuestra capacidad para alcanzar nuestros compromisos a largo plazo.

“La IA debe estar vinculada con las emociones. La salud de alguien, cuando está en peligro, es uno de los temas más emotivos que experimentamos y requiere elementos humanos”.





Coméntanos, por favor, cuáles son las demandas actuales de las personas expatriadas, ¿detectáis algún cambio en las expectativas de los clientes? ¿Qué valoran más? Servicios rápidos y personalizados, telemedicina, cobertura en áreas como salud mental, salud reproductiva, maternal, etc.

Las expectativas básicas de los expatriados/as en materia de seguros de salud incluyen una cobertura completa, un acceso fácil a una asistencia sanitaria de calidad, una tramitación rápida y sin problemas de las solicitudes de reembolso y una asistencia personalizada.

Sin embargo, esto ya no es del todo cierto; **la población itinerante, a menudo joven, pero también multigeneracional, busca una cobertura sencilla y más barata que pueda utilizarse en varios países a medida que se desplazan.**

Para las empresas, los servicios de apoyo a la salud mental se han convertido en algo más que un elemento de marketing en el seguro de salud que se proporciona a las personas en movilidad, y los servicios se están implementando y utilizando de manera efectiva.



La cobertura de afirmación de género se ha convertido en un requisito más común en el que las compañías pueden demostrar realmente su compromiso con los empleados.

**“Además, los programas de bienestar han evolucionado, con un mayor enfoque en la salud holística, incluida la aptitud física, la nutrición o la atención preventiva”.**

Estos programas se están convirtiendo en una parte integral de las ofertas de seguros de salud a medida que las empresas reconocen su importancia en la promoción del bienestar más allá de la cobertura de salud básica.

El cambio más importante se puede denominar "tiktokización", donde los clientes esperan una solución inmediata antes de poder seguir adelante con su día a día. Todas las aseguradoras están prosperando para adaptarse, y esta es un área en la que se puede ver mucha creatividad.



En qué momento se encuentra la integración entre Foyer Group y Globality Health, ¿Qué valoración se hace tras este periodo de tiempo? ¿Qué retos hay por delante? ¿Cómo se ha reforzado la propuesta de valor de la compañía en el mercado internacional de seguros de salud para personas en movilidad internacional tras la fusión?

La integración va por buen camino. Nuestra prioridad número uno era mantener nuestro nivel de servicio a todos los clientes y socios de distribución. Decidimos que la estabilidad era la prueba tangible de nuestro compromiso a largo plazo con nuestros clientes.

En este contexto, por ejemplo, seguimos utilizando las dos marcas. Hemos demostrado una gran mejora y estabilidad en el tiempo de pago de las reclamaciones y en la coherencia del proceso. Racionalizar nuestra infraestructura informática hacia un sistema unificado es una de las prioridades.

**Trabajando juntos, enriquecimos nuestra oferta individual y vamos a lanzar dos nuevos productos de grupo a finales del tercer trimestre de este año que amplían significativamente nuestra oferta y servicio a clientes existentes y nuevos.**

Además, lleva algún tiempo unificar dos culturas y se requiere paciencia a todos los miembros del equipo y a los directivos para mantener la coherencia y el movimiento continuo hacia nuestro objetivo. En esta transición, nadie se queda al margen. Seguimos alimentando la cultura de colaboración que ya existe y nos centramos en garantizar una comunicación fluida en todos los niveles de la empresa. El valor añadido es tomar las mejores partes de ambas empresas y hacer la mejor versión de ambas en una nueva compañía. Esto exige flexibilidad, compromiso y valentía por parte de todos y una amplia comprensión de hacia dónde nos dirigimos. Hemos sentado las bases y estamos convencidos de que esta integración ofrecerá importantes y brillantes oportunidades de futuro para Foyer Global Health.

**¿Necesitas ayuda para elegir un seguro médico internacional  
adecuado para profesionales expatriados de tu compañía?  
Estaremos encantados de asesorarte.**



**François Jacquemin**  
**[www.globality-health.com](http://www.globality-health.com)**  
**[contact@globality-health.com](mailto:contact@globality-health.com)**