

## **El 60% de los españoles ya se plantea contratar sus seguros con una neoaseguradora**

**El precio, mejores condiciones, pólizas más flexibles y un servicio al cliente más cercano: los principales factores para dar el salto a las insurtechs. Un 30% de la población no confía en el sector asegurador y un 56,7% no se lee las pólizas que contrata o lo hace por encima, acorde con el último estudio realizado por Cleverea. Los seguros de bicicleta y patinete, los peor valorados por los españoles, frente a los de mascotas, salud y autos, que cuentan con las valoraciones más positivas**

Cleverea, compañía tecnológica española que diseña y comercializa seguros 100% digitales, transparentes, flexibles y más sencillos que los tradicionales, presenta junto a Sigma Dos un nuevo estudio que analiza la situación actual del sector asegurador en España. El informe desvela que frente a las compañías tradicionales, un 60% de la población ya está abierta a contratar sus pólizas con una neoaseguradora, empujados fundamentalmente por el precio.

Y no solo el motivo económico pesa entre las razones del cambio, los ciudadanos españoles también destacan las mejores condiciones de las pólizas, así como un servicio al cliente más cercano y accesible - Internet ya se sitúa como el canal más usado para la búsqueda de un seguro frente a los medios presenciales - o una mayor flexibilidad en las coberturas, por este orden.

Preguntados por la confianza que les merece el sector asegurador, un 30% de los encuestados manifiesta su baja, muy baja o nula confianza en el sector. Y es que a pesar de que los españoles poseen de media 2,8 seguros, ninguna de las compañías actuales logra satisfacer las necesidades de todos los ramos que se tienen contratados, motivo por el que más del 70% de los españoles posee de media dos, tres o más aseguradoras.

La tasa de rotación es, además, especialmente alta, con un 82,8% de los entrevistados que afirma que ha cambiado alguna vez de compañía y un 19,5% que tiene intención de hacerlo en las próximas semanas.

Por su parte, los principales factores que llevan a la población española a contratar un seguro son la tranquilidad – que, además, adquiere especial valor en la población de más edad - y, en muchos de los casos, la obligatoriedad por ley. Frente a ellos, el 48% de la muestra encuentra los seguros como algo ventajoso para su día a día.

La flexibilidad en el pago y la contratación online, cada vez más relevantes

Cuando se trata de elegir compañía, los motivos para decantarse por una u otra son el precio y los detalles de las coberturas. En concreto, destaca la importancia que los millennials dan a estos dos aspectos, una generación que ante la contratación de su primer seguro declara poner el foco en el detalle de las pólizas así como en el coste que le supondrá.

En contraste con este dato, del total de los encuestados, un 11% reconoce que no lee las pólizas que contrata y un 41,7% solo lo hace por encima, lo que sitúa a más de la mitad de los españoles en un grado de desconocimiento muy alto respecto a lo que tiene asegurado.

Volviendo a los factores más atractivos a la hora de elegir a una compañía, un 52% de los encuestados encuentra muy relevante la flexibilidad en el pago y un 45,9% la posibilidad de contratación online, y aunque son los jóvenes los que le dan especial importancia a estos aspectos, llama la atención el incremento de relevancia que también ha adquirido para la población más senior, que lo tiene en cuenta en un 48% de los casos. Frente a estos datos, la popularidad de la aseguradora ya no resulta tan importante para los españoles y solo un 39% afirma fijar su decisión en la marca.

¿Qué seguros consumen los españoles?

Según los datos obtenidos, los seguros más comunes entre los españoles son el de coche y hogar, con un volumen de clientes significativamente por encima del resto y que supera el 80% en el primer caso y el 70% en el segundo. A continuación se encuentran el de vida, con un 37,3%, y el de salud, con un 35,2%.

El seguro de bicicletas y patinete son los ramos con menor penetración en el mercado, con valoraciones del 2,94 y el 3,49 sobre 5, respectivamente, y que además son los que menos satisfacen a los españoles a la hora de dar un parte: cifras que manifiestan el largo camino que queda por recorrer en la mejora de estos nuevos productos.

En el otro extremo y con el grado de satisfacción del servicio recibido más alto, se encuentran los seguros de salud y de autos.

En general y sometiendo a examen a todos los ramos de seguros en una escala del 1 al 5, los encuestados ponen en primer lugar a los de mascotas, multirriesgo, coche y salud – con valoraciones entre 4 y 5 –, y en último al de bicicleta – con una mayoría de valoraciones situadas entre 1 y 3 -.

En palabras de Javier Bosch, co-fundador y co-CEO de Cleverea, “para nosotros ser conscientes de lo que demandan los consumidores y conocer lo que esperan de sus seguros resulta fundamental para poder seguir mejorando nuestra oferta de productos y satisfacer sus necesidades de la mejor manera posible. A la vista está que el cliente al que nos enfrentamos hoy día es muy diferente al que había hace 20 o 30 años: absolutamente digitalizado y con una capacidad de comparación mucho más amplia. Ahora, las prioridades han cambiado y así lo demuestra el estudio realizado con Sigma Dos, del que desprendemos que la integración de la tecnología para optimizar procesos y la mejora de las condiciones de las pólizas son clave para el negocio, y la industria debe adaptarse si no quiere quedarse atrás. Que un 60% de la población ya se plantee contratar sus seguros con una insurtech es prueba de ello”.

**Datos de contacto:**

Carmen Niso  
640914450

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional Finanzas Sociedad Emprendedores E-Commerce Seguros Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>