



Aseguradora Southbridge alcanza 25% del mercado SOAP y supera 1,3 millones en ventas

POR SOFÍA FUENTES

Durante febrero y con mayor intensidad en marzo, las compañías de seguros despliegan diversas estrategias para captar a los clientes que deben adquirir el Seguro Obligatorio de Accidentes Personales (SOAP), exigido para renovar la patente de su vehículo.

En los últimos años, uno de los actores que viene metiendo ruido en este negocio es Southbridge, una aseguradora del holding canadiense Fairfax, que tiene presencia en más de 30 países y en Chile es comandada por su presidenta, Fabiana De Nicoló.

La ejecutiva aseguró a DF que el año pasado alcanzaron más de 1,3 millones de ventas de pólizas, tomando el 25% de la torta del parque automotor local.

De acuerdo con la ejecutiva, en 2024 se vendieron 1.020 seguros por

■ De acuerdo con la presidenta de la entidad, Fabiana de Nicoló, en 2024 se vendieron 1.020 seguros por minuto.

minuto, lo que fue posible gracias a la venta digital de estos. “Esto nos ha permitido posicionarnos en un sector clave del mercado”, afirmó.

En el caso de los seguros no obligatorios, De Nicoló adelantó que la compañía lanzará un nuevo producto automotriz denominado “Light”, que cubrirá pérdidas y robo total.

Industria

Aunque la operación en Latinoamérica de Southbridge representa

menos del 10% de la operación global de la canadiense, De Nicoló destacó que Chile es el país con mayor penetración de la región, liderado por las pólizas de rentas vitalicias.

“Con una penetración del 4%, no estamos tan lejos del 10% que existe en Estados Unidos o Europa, por lo que aún hay espacio para crecer”, agregó.

Sin embargo, afirmó que la compañía y la industria en general, enfrentan un entorno desafiante, con factores como la devaluación del peso en 2024 y la incertidumbre económica global que afectaron la rentabilidad de las aseguradoras.

Pese a ello, De Nicoló se mostró optimista respecto del desempeño del mercado asegurador en 2025, el que será apoyado en un mayor crecimiento económico y un impulso gracias al desarrollo de herramientas digitales más



De Nicoló destacó que el canal digital de la compañía fue un factor clave en el crecimiento de la firma en el Seguro Obligatorio de Accidentes Personales (SOAP).

avanzadas.

En el caso particular de Southbridge, la ejecutiva adelantó que el objetivo en 2025 es expandirse en nuevas líneas de negocio, incluyendo seguros dentales, vida, vehículos y grandes empresas.

Según las últimas cifras disponibles en la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), en el primer trimestre de 2024, la industria aseguradora chilena registró ventas por US\$ 3.381 millones, con un crecimiento real del 4,2%. Este resultado estuvo impulsado principalmente por los seguros de vida, mientras que los seguros generales mostraron un crecimiento marginal.

Bomberos y Cecilia Bolocco

Como parte de su estrategia de crecimiento, Southbridge reforzó su vínculo con diversas fundaciones e instituciones. Desde hace tres años, la compañía apoya a Bomberos mediante el SOAP Solidario, una iniciativa que permite a los clientes realizar una donación al contratar su póliza.

Para este año, la aseguradora acordó una nueva alianza con la Fundación CARE, liderada por Cecilia Bolocco, con el objetivo de promover la educación sobre el cáncer y brindar apoyo a pacientes oncológicos.

Con esta iniciativa, Southbridge proyecta vender entre 400.000 y 600.000 nuevas pólizas en 2025, reforzando su presencia en el mercado.