

El futuro de los seguros automotrices

El mercado de seguros de autos está atravesando una transformación profunda.

Los cambios en las preferencias de los consumidores, la digitalización de la industria y la irrupción de nuevas tecnologías están reconfigurando un sector tradicionalmente estable. El más reciente informe del mercado asegurador automotriz, Compara Insurance Index 2024, presenta tendencias que no solo marcan el presente del sector, sino que anticipan su evolución en los próximos años.

Históricamente, las coberturas básicas han sido una opción popular debido a su menor costo. Sin embargo, el 2024 ha marcado un punto de inflexión: hoy, 9 de cada 10 conductores optan por coberturas más completas. ¿La razón? Una combinación entre la reducción de precios y una mayor conciencia sobre la importancia de contar con un seguro que realmente proteja ante imprevistos.

Este fenómeno responde a un consumidor más informado y estratégico en su toma de decisiones. Ya no se trata solo de encontrar el seguro más barato, sino de identificar el que ofrezca la mejor ecuación entre precio y protección.

Este cambio de mentalidad exige a las aseguradoras diseñar productos más flexibles y con un valor agregado tangible, adaptándose a perfiles diversos y a necesidades cada vez más específicas.



El informe Compara Insurance Index 2024 destaca que ciertos segmentos de la población están jugando un rol cada vez más relevante en la contratación de seguros. Las personas mayores de 50 años y el grupo de 31 a 40 años concentran 65% de las contrataciones. Esto sugiere la necesidad de estrategias diferenciadas: mientras un segmento busca estabilidad y beneficios a largo plazo, otro valora la flexibilidad y la adaptabilidad de los productos.

Según el reporte, la adopción de vehículos eléctricos e híbridos en el país ha crecido de manera relevante en comparación con 2023. Aunque su participación sigue siendo marginal —menos del 0,1% del total de seguros emitidos—, la tendencia es clara: el futuro de la movilidad será más sostenible. Este escenario representa un desafío para la industria aseguradora, que debe desarrollar modelos de tarificación competitivos para estos vehículos, considerando factores como la vida útil de las baterías, los costos de reparación y la disponibilidad de repuestos. Pero, sobre todo, es una oportunidad para que las compañías que logren anticiparse a esta transición se posicionen como líderes en un segmento con un potencial de crecimiento exponencial.

El informe también destaca que ciertos segmentos de la población están jugando un rol cada vez más relevante en la contratación de seguros. Por ejemplo, las personas mayores de 50 años y el grupo de 31 a 40 años concentran casi el 65% de las contrataciones. Esto sugiere la necesidad de estrategias diferenciadas: mientras un segmento busca estabilidad y beneficios a largo plazo, otro valora la flexibilidad y la adaptabilidad de los productos.

Asimismo, la personalización está dejando de ser una ventaja competitiva para convertirse en un estándar. Los consumidores esperan ofertas ajustadas a sus necesidades específicas, con la

posibilidad de contratar seguros de manera rápida y sencilla, sin trámites innecesarios. Esto obliga a las aseguradoras a invertir en tecnología, big data y analítica avanzada para diseñar productos dinámicos que respondan en tiempo real a las preferencias de los clientes.

El auge del comercio electrónico también ha impactado el mercado asegurador. Durante eventos como el Cyber y el Black Week, las ventas de seguros aumentaron un 20%, demostrando que las promociones bien diseñadas pueden incentivar la contratación. Este comportamiento refuerza la importancia de contar con plataformas digitales ágiles y eficientes que permitan a los usuarios comparar opciones y tomar decisiones en minutos.

El futuro del sector asegurador dependerá de su capacidad de adaptación. La personalización, la sostenibilidad y la digitalización no son tendencias pasajeras, sino pilares que definirán la competitividad en los próximos años. Las compañías que entiendan y capitalicen estos cambios estarán mejor posicionadas para liderar un mercado en constante evolución.

La clave del éxito en esta nueva era no será solo ofrecer seguros, sino garantizar experiencias y soluciones alineadas con las expectativas de un consumidor que exige más y está dispuesto a premiar a quienes realmente le entreguen valor.



NICOLÁS TALAVERA
 COUNTRY MANAGER DE
 COMPARAONLINE