

El 53% de los profesionales del seguro afirma que la fiabilidad del precio es el factor más importante para aumentar la venta digital

- El 53% de los profesionales y directivos de las aseguradoras y corredurías de cabecera del país opinan que evitar el cambio de los precios durante la contratación es el factor más determinante para consolidar la venta de seguros por internet
- Al mismo tiempo, el sector ve como el mayor desafío evitar cambios de precio, seguido por la madurez digital de los españoles y de la capacidad de dar un buen servicio por parte de las aseguradoras

Madrid, 22 de febrero de 2023. El sector asegurador coincide: **los precios fiables son el factor más determinante para que la distribución digital de seguros sea una realidad en España, pero también el principal desafío.** La encuesta, realizada por el [comparador CHECK24](#) durante su panel en la Semana del Seguro, recoge las respuestas de los asistentes a las jornadas, entre los que se encuentran profesionales y directivos de las principales aseguradoras de nuestro país, así como intermediarios y miembros de consultorías y asociaciones vinculadas al sector.

Durante la jornada de CHECK24 en la Semana del Seguro, enfocada en la venta 100% online de seguros, la fiabilidad de los precios fue protagonista.

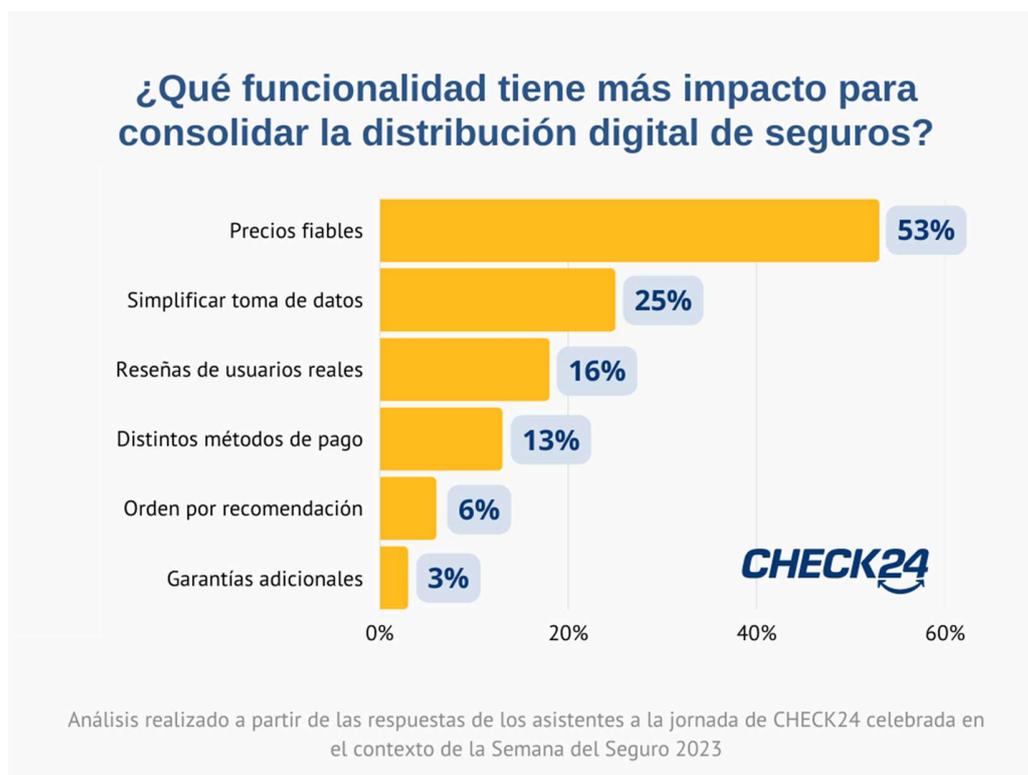
Consolidar la venta online de seguros mediante experiencia de usuario

Para ser el motor de un cambio de paradigma, no se pueden perder de vista la experiencia de usuario y la satisfacción de este, tanto con el servicio contratado como durante el proceso de compra. Así, se preguntó a los asistentes qué funcionalidad o factor tendría mayor relevancia a la hora de consolidar la distribución digital de seguros. En este caso, una mayoría absoluta de los encuestados, en concreto **el 53%, se decantó por la fiabilidad de los precios. En segundo lugar, el 25% de las respuestas fueron para la simplificación de la toma de datos del cliente** a través de funcionalidades como la búsqueda del vehículo mediante matrícula. **Les siguieron en tercer lugar la disponibilidad de opiniones de usuarios reales (16% de las respuestas) y ofrecer distintos métodos de pago (13% de las respuestas) en cuarto lugar.**

En conjunto, la opinión general de los asistentes al evento plasmó la necesidad de acercar el sector a una experiencia de usuario que en otros sectores como el ecommerce o los comparadores de viajes es ya habitual. Una toma de datos del cliente simplificada, la posibilidad de consultar comentarios de otros compradores, diferentes alternativas de pago y, especialmente, evitar subidas de precio en las etapas finales de la contratación.

Tras recabar las respuestas a esta pregunta, **desde CHECK24 mostraron cómo sus esfuerzos también se encuentran alineados con las prioridades de todos los presentes.** Así, mostraron las funcionalidades más elegidas por los encuestados ya implantadas en su comparador. **Desde la posibilidad de buscar el vehículo por matrícula hasta la confirmación del precio sin salir de la página, requisito fundamental para ofrecer la contratación 100% online por primera vez en un comparador español, algo ya disponible para el cliente final en CHECK24.**

Como guinda del pastel, los datos de uso del comparador confirmaron que el usuario también forma parte de este consenso: **En diciembre de 2022, el número de clientes que optaban por finalizar la contratación en la web de CHECK24, sin contacto telefónico, superaba ya el 50% de las contrataciones.** Una muestra de que el auténtico límite para



que los clientes suscriban seguros de forma digital hasta la fecha ha sido la falta de un canal para hacerlo. **El ejemplo a seguir: CHECK24 Alemania, donde se contratan ya un 90% de pólizas de manera 100% online, según Timm Sprenger, CEO de CHECK24 España.**

Los precios fiables, tanto factor diferenciador como desafío

Llegado el momento de reflexionar acerca de los **principales desafíos para extender el modelo de venta online**, los precios fiables volvieron a quedar en primer lugar, aunque en este caso no por mayoría absoluta. **El 36% de los asistentes a la jornada de CHECK24 eligieron la fiabilidad de precio como principal desafío; el 28% votó por la madurez digital de los usuarios y el 23% se decantó por la capacidad de las aseguradoras por dar un buen servicio a sus clientes.** Entre las opciones menos populares se encontraron el interés de las aseguradoras por apostar por la venta online a nivel estratégico (18% de los encuestados) y el control del fraude e impagos (10% de los encuestados).

Que el consenso fuera menos marcado en el segundo y tercer puesto de esta cuestión supuso debate durante las mesas redondas. Tras la inevitable reflexión sobre los cambios de precio y los factores que los provocan, que llevó a Martín Martínez de **Hello Auto** a anunciar que **habían denunciado a TIREA a la CNMV por limitar la libre competencia en el sector**



mediante el fichero de siniestralidad SINCO, la conversación se trasladó una vez más al usuario y a lo que este tiene a su disposición. Se llegó, finalmente, a un consenso entre los ponentes en cuanto a que **la madurez digital de los clientes españoles está condicionada por lo que el sector asegurador les pueda ofrecer**. Como ejemplo **Sita Schwenzer**, actual CEO de Allianz Direct en España, **citó su experiencia anterior trabajando con el grupo Admiral en Alemania. Dicha aseguradora, en su primera etapa de venta digital de seguros en el país germano, recibía el 80% de sus ventas a través de CHECK24.**

Información y contacto

CHECK24 (www.check24.es) es el mayor comparador de precios de Europa. Con 24 millones de visitantes mensuales a nivel europeo, aterriza en España en 2020 y en la actualidad ofrece herramientas de comparación de hoteles, coches de alquiler, productos financieros, seguros, energía y planes de internet y telefonía. Contratar un seguro de coche a través de CHECK24 permite comparar entre más de 20 compañías aseguradoras, contando en todo momento con la ayuda de expertos con amplia experiencia en el sector.

Los datos ofrecidos en este comunicado proceden de la intervención de los asistentes a la Jornada "Ni el mayor comparador de Europa podría vender seguros online en España: Retor imposibles con David Meca", organizada por CHECK24 durante la Semana del Seguro celebrada del 14 al 16 de febrero de 2023.

*Para información adicional sobre este análisis, póngase en contacto a través de seguros@check24.es, o llamando al **924 924 050**.*