

Adevinta  
Spain

# Análisis sobre la percepción de los seguros de automóvil y nuevo panorama

# Índice

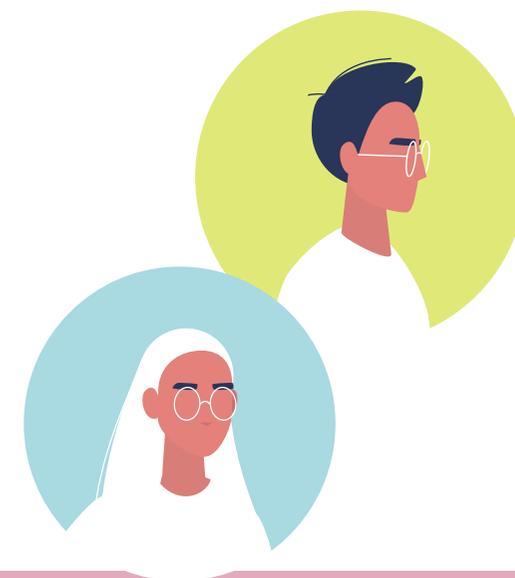
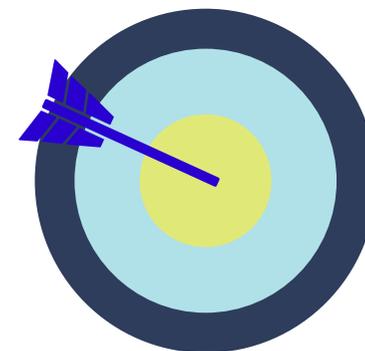
- 01 Objetivos y metodología
- 02 Perfil de la muestra
- 03 Análisis de resultados
- 04 Conclusiones & insights



# 01

## Objetivos del análisis

- 1 Conocimiento espontáneo y sugerido de marcas de seguros de automóvil.
- 2 Motivadores de cambio de seguro y contratación
- 3 Búsqueda de información.
- 4 Valoración de aspectos importantes en los seguros de automóvil.
- 5 Análisis de las diferentes compañías de seguros: posicionamiento, motivos de elección, etc.
- 6 Efecto COVID en la contratación de seguros de automóvil



Población analizada:  
Personas que han contratado un seguro de automóvil en los últimos 5 años y personas que van a contratar un seguro de automóvil en los próximos meses.

# Metodología

## Universo

Residentes en España que hayan contratado un seguro de coche en los últimos 5 años o que vayan a comprar un coche, con edad comprendida entre 25 y 65 años.



## Muestra

600 entrevistas.



## Técnica

Entrevista autoadministrada online (CAWI).



## Cuestionario

Semiestructurado, duración de 12'

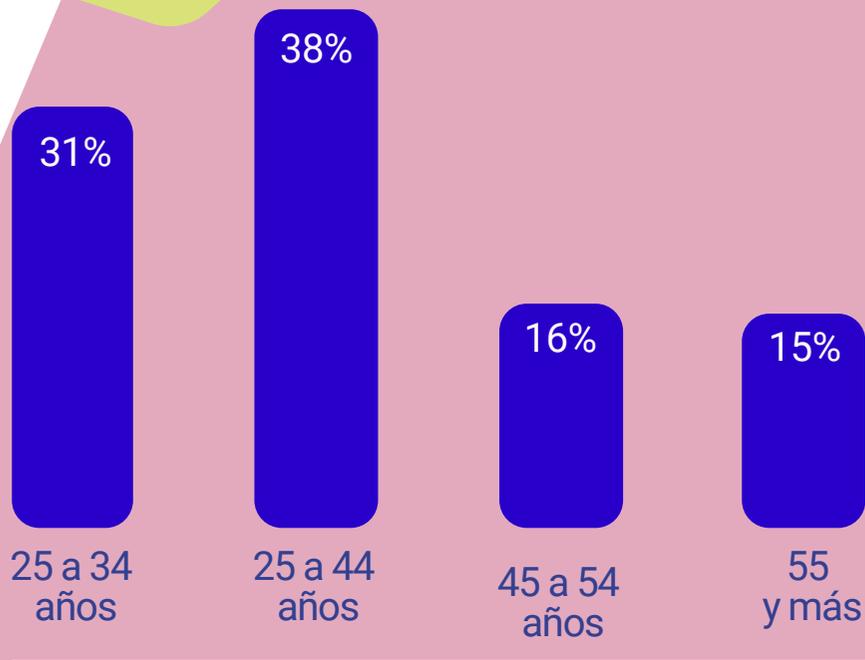
# 02 Perfil de la muestra



50 %

50 %

## Perfil Socio Demográfico



41 años

## Perfil del target

Ha contratado seguro en los últimos 5 años **67%**

Tiene intención de comprar coche **33%**

## Antigüedad del coche comprado

Hace un año **41%**

Entre 2 y 3 años **37%**

Entre 4 y 5 años **23%**

# 03

## Análisis de resultados

Motivadores de cambio de seguro

Recuerdo espontáneo y sugerido de aseguradoras de automóvil

Efecto covid

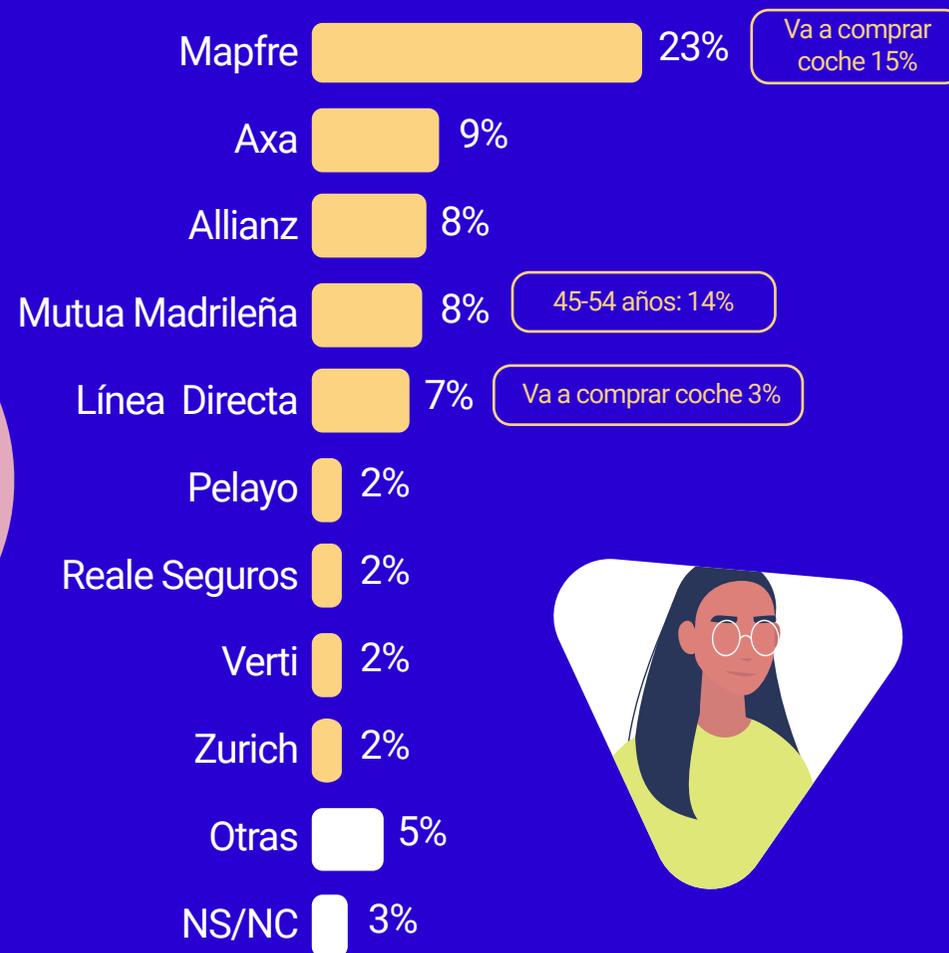
# Recuerdo espontáneo y sugerido de aseguradoras de automóvil

Marcas de seguros de coche con recuerdo superior al 2% de menciones

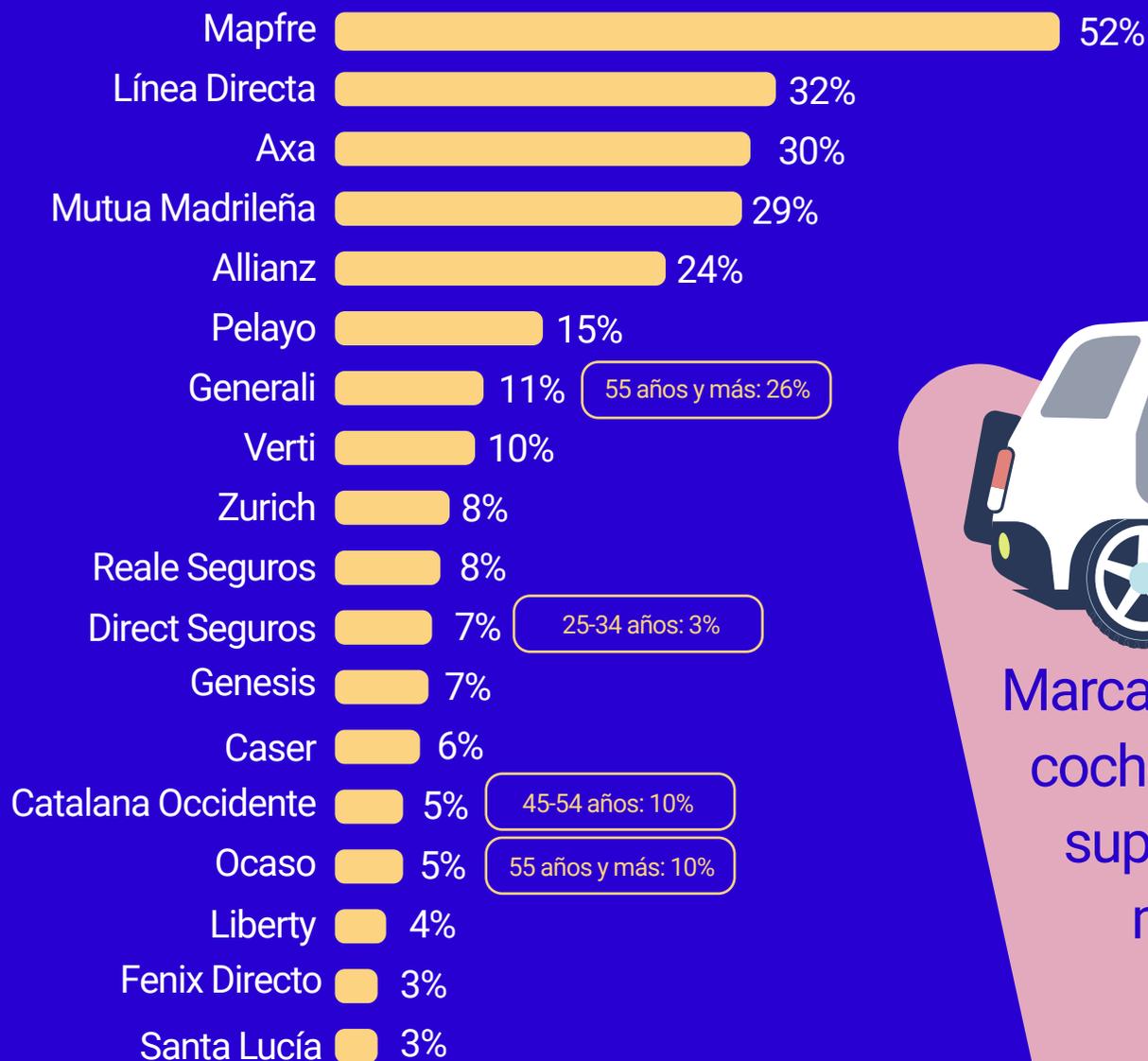


## Recuerdo espontáneo de marca (TOM)

Mapfre es la marca con mayor recuerdo espontáneo en el Top of Mind. El resto de marcas obtienen datos bastante dispersos. Asimismo, cabe señalar que una parte de los encuestados confunden las marcas de seguros con marcas de coches.



# Recuerdo espontáneo de marcas (todas las menciones)



Mapfre es la marca con mayor recuerdo espontáneo de marca de seguro de automóvil. En un segundo escalón se encuentran Línea Directa, Axa y Mutua Madrileña con menciones alrededor del 30%

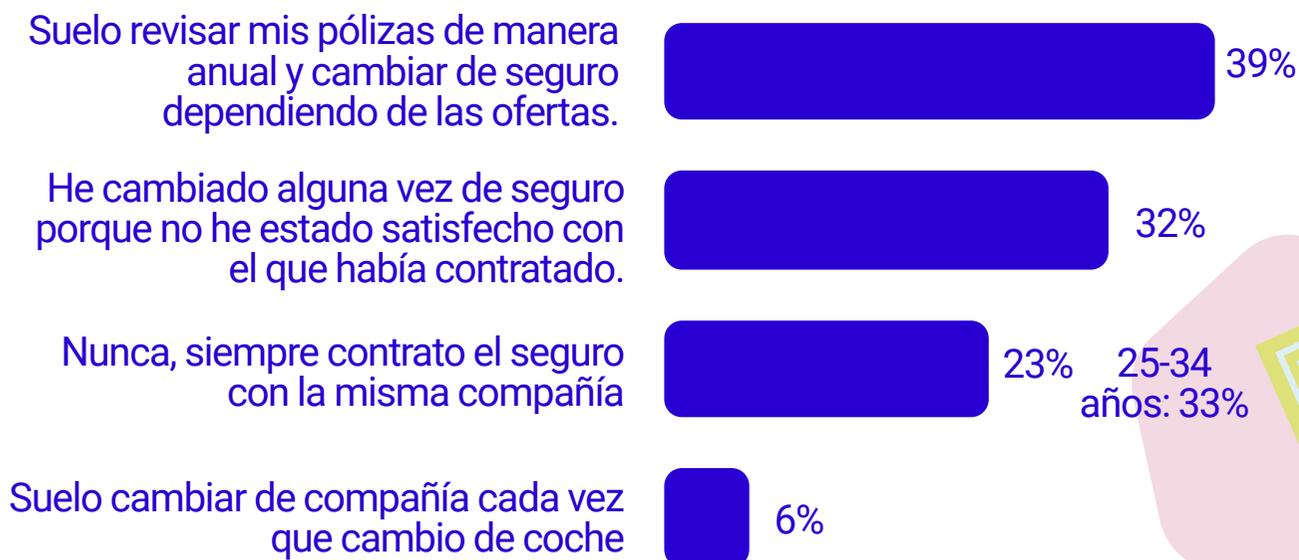


Marcas de seguros de coche con recuerdo superior al 3% de menciones



## Veces que ha cambiado de seguro de automóvil

Dos de cada cinco personas que tienen un seguro de automóvil aseguran revisar su seguro anualmente y cambiarlo dependiendo de las ofertas. Por su parte, tres de cada diez aseguran que suele cambiar de seguro cuando no se encuentra satisfecho con el que tiene contratado.

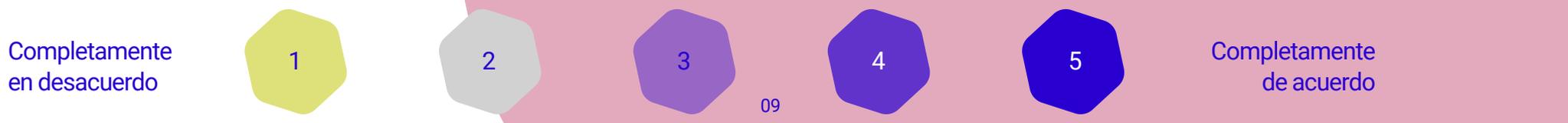
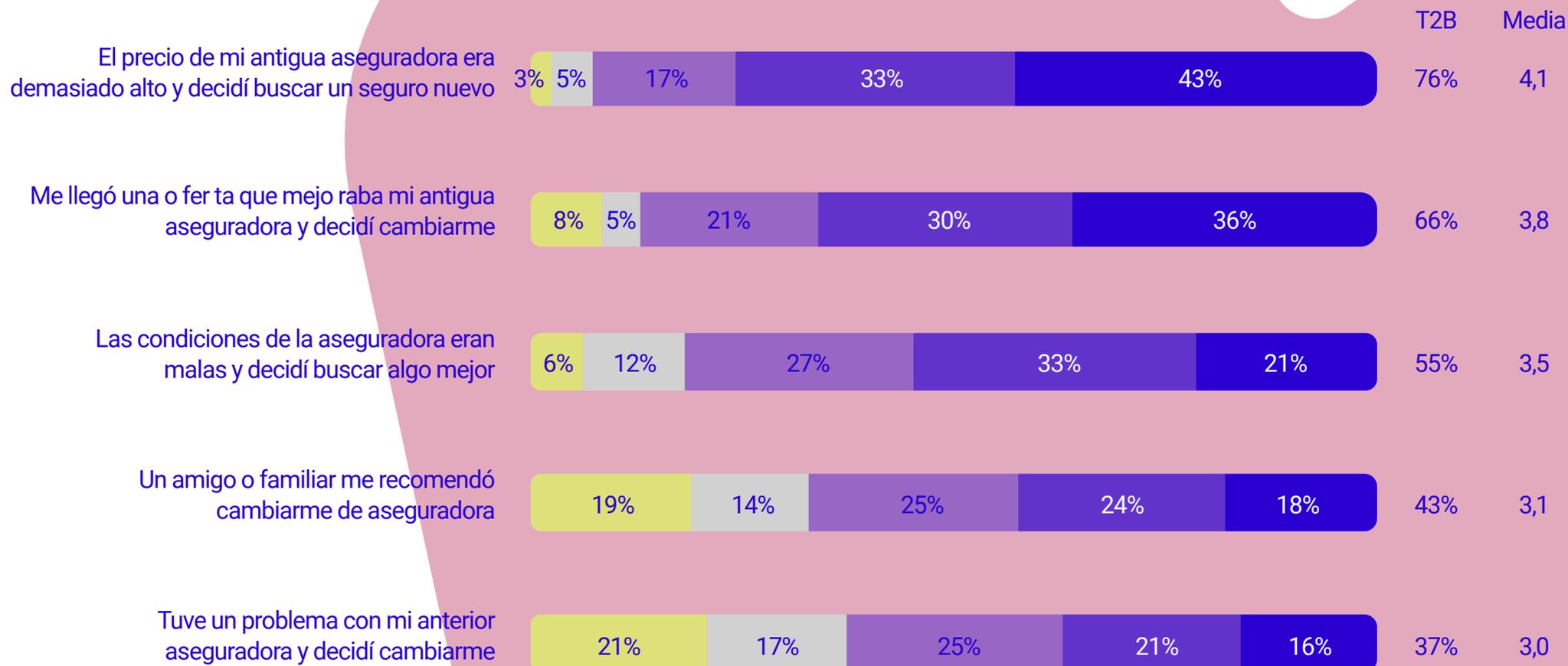


## Motivadores de cambio de seguro

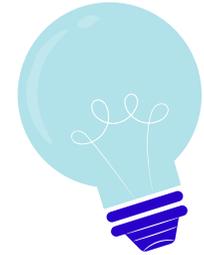
## Tienen seguro de coche

# Motivos de Sí cambio de seguro

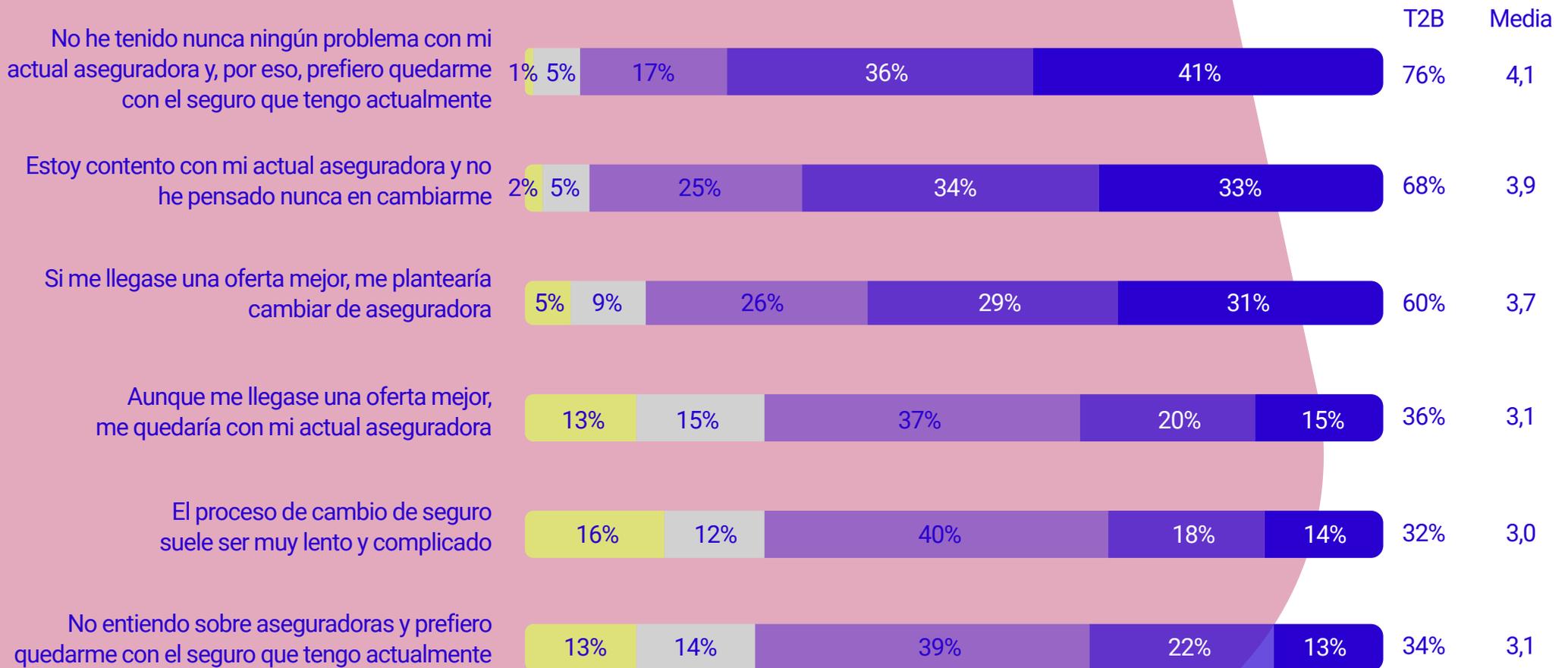
El precio y las ofertas son los principales motivos por los que cambian de seguro.



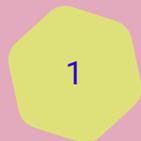
# Motivos de No cambio de seguro



La ausencia de problemas con el seguro actual es el principal motivo por el que no cambian de seguro. A pesar de esto, seis de cada diez personas que no se cambiarían de seguro, lo harían si les enviasen una buena oferta.



Completamente en desacuerdo



Completamente de acuerdo

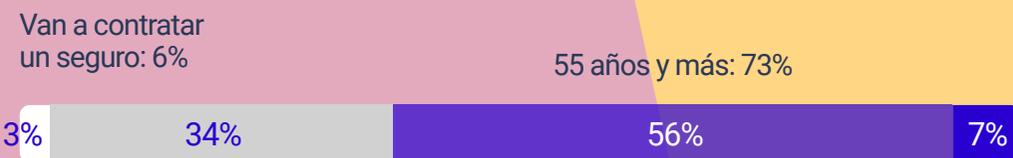
## Cuándo empiezas a plantearte qué seguro contratar

El 36% de las personas con intención de comprar un coche asegura que suele informarse sobre los seguros de automóviles una vez tiene claro el coche que va a adquirir. Asimismo, un 34% de éstos suele informarse incluso antes de saber qué coche comprará.



## Nivel de información sobre seguros de automóvil

El 63% de las personas se consideran que están bastante y muy informados. Los que van a comprar un coche se sienten menos informados.



Van a contratar un seguro



Nada + poco informado: 37%



Bastante + muy informado: 63%

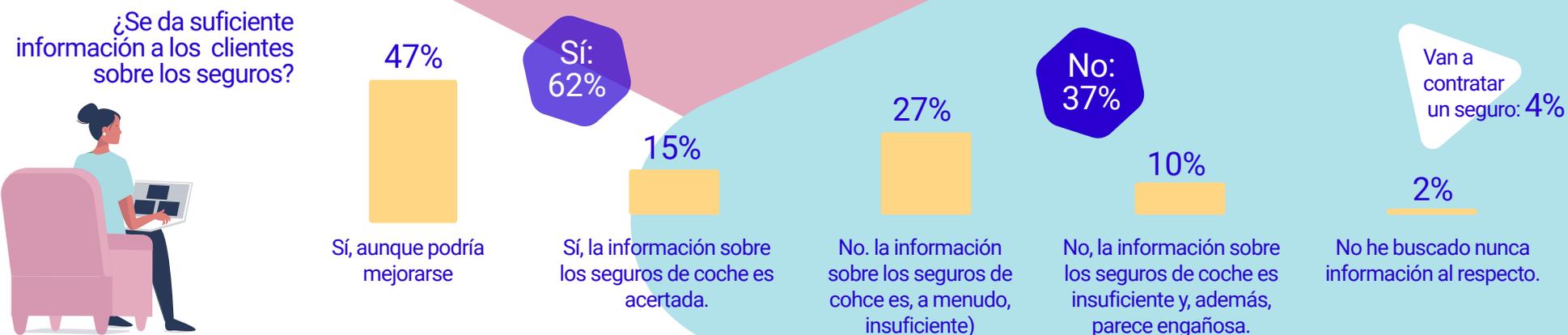
## Dónde buscar información sobre seguros de coche

Internet es la principal fuente para buscar información sobre seguros de coche. Los que van a comprar un coche recurren en mayor medida a los puntos de venta de los automóviles.



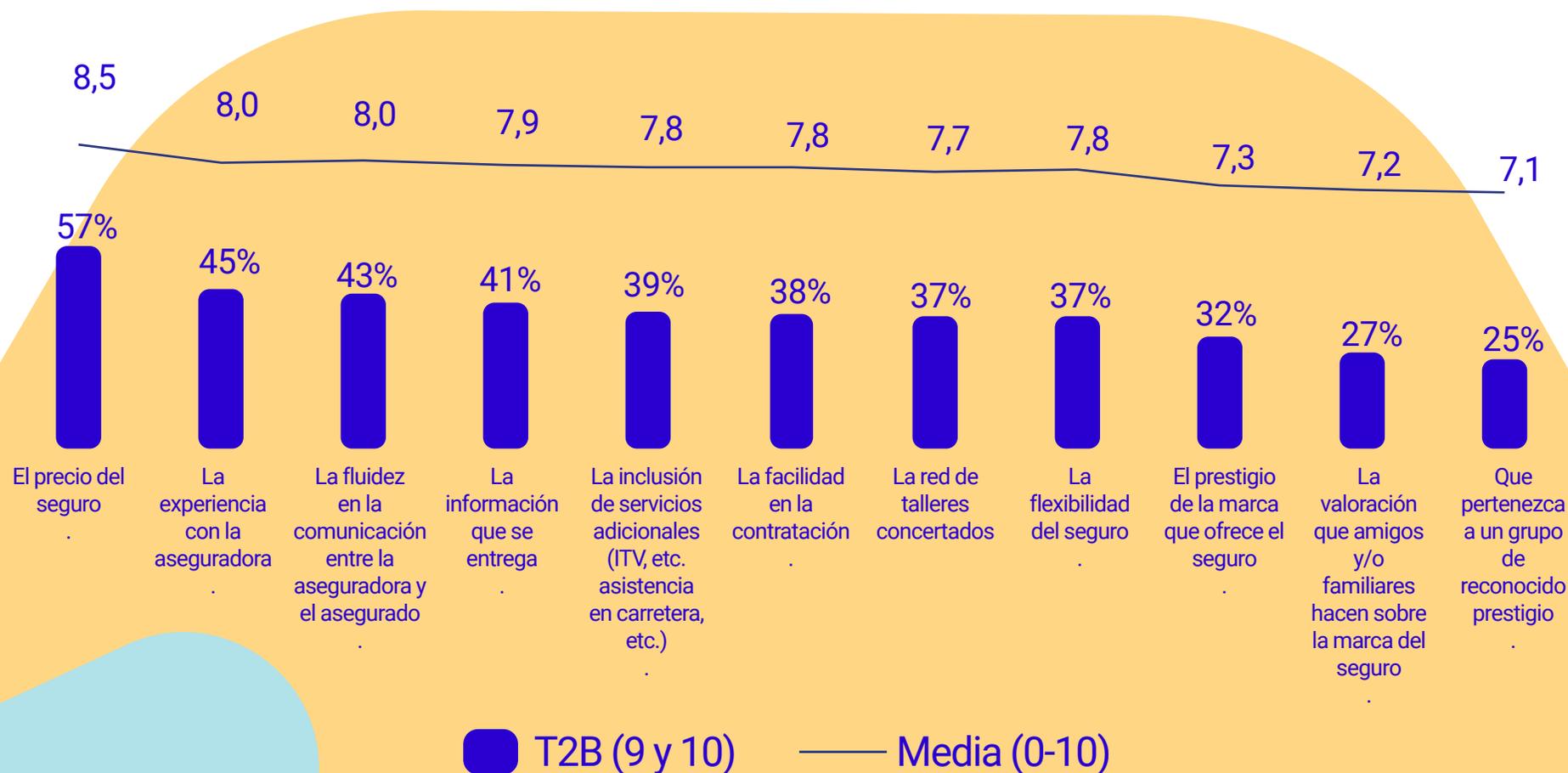
## Nivel de información sobre seguros de automóvil

Seis de cada diez personas consideran que se da suficiente información a los clientes sobre los seguros de automóvil.



# Valoración de atributos en los seguros de automóvil

El precio es, sin duda, lo que más se valora a la hora de contratar un seguro de automóvil. En un segundo escalón se encuentran otros atributos relacionados con la experiencia con la propia aseguradora, la fluidez en la comunicación entre la aseguradora y sus clientes y la información que se entrega.

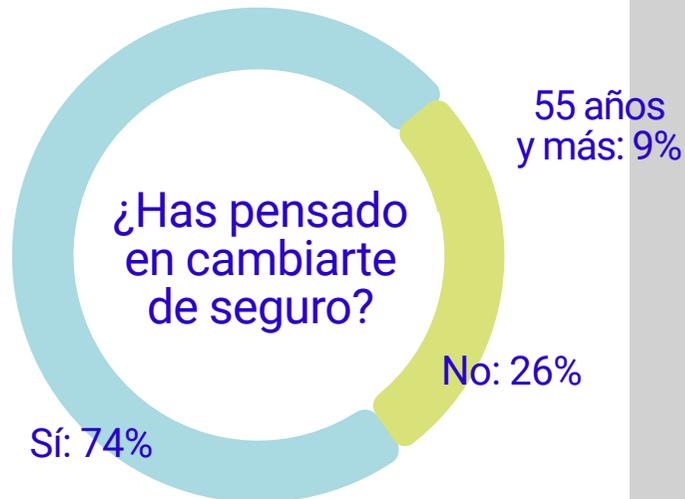


# Efecto covid

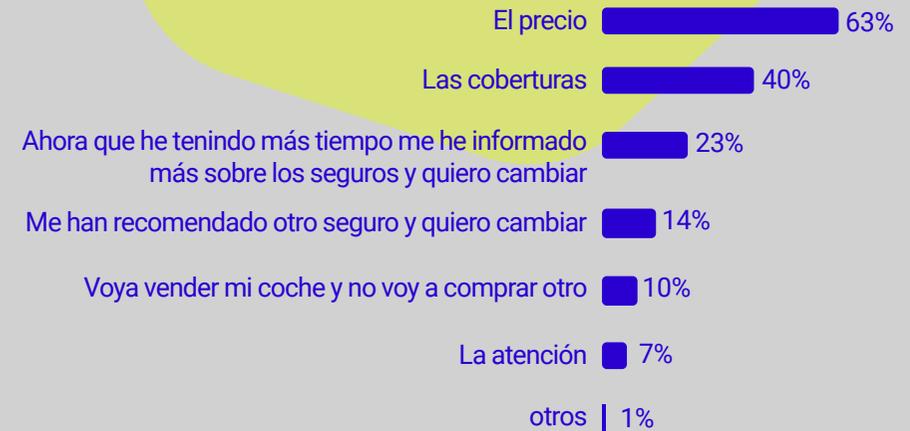


## Cambio de seguro de automóvil durante el confinamiento

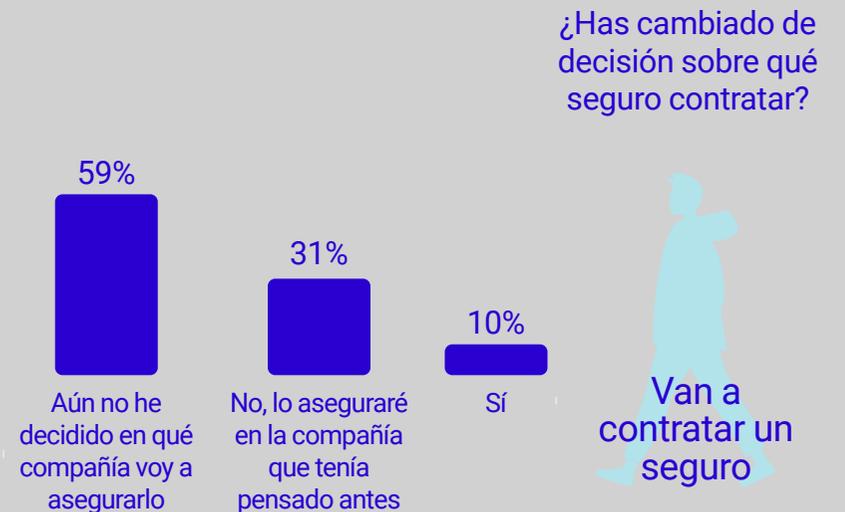
El 26% de las personas que han contratado un seguro en los últimos 5 años ha pensado en cambiarlo durante el confinamiento.



## Motivos de cambio de seguro



6 de cada 10 personas que van a contratar un seguro, aún no sabe dónde va a hacerlo. Solo el 10% ha cambiado de opinión sobre la compañía que tenía pensada antes del confinamiento.



# 04

## Conclusiones

### Conocimiento de marcas de seguro de automóvil

#### Confusión

Un alto porcentaje de individuos confunden las marcas de seguros con las marcas de coches. A menudo, cuando se compra un coche, el mismo punto de venta ayuda a los compradores a contratar el seguro del automóvil. Por ello, algunos clientes podrían creer que tienen contratado un seguro con la propia marca de coche.

#### TV vs Digital

La mayoría de marcas de seguros enfocan sus campañas en la televisión. Así, las marcas más conocidas (Mapfre, Línea Directa, Allianz y la Mutua Madrileña) obtienen porcentajes muy altos de recuerdo en la pequeña pantalla.

# Motivadores de cambio de seguro

## Aseguradoras contratadas, motivadores de cambio y valoración de los seguros



### Revisión anual

La mayoría de las personas que tiene contratado un seguro de automóvil asegura revisar sus pólizas anualmente y cambiar de seguro dependiendo de las ofertas que se encuentre.



### Ofertas y precio

Los principales motivadores de cambio de seguro hacen referencia a las ofertas encontradas y el precio. Asimismo, un estimulante muy importante a la hora de cambiar de seguro es la satisfacción que el seguro le da a sus clientes.



### Comunicación y experiencia

El precio del seguro, la comunicación entre la aseguradora y el asegurado y la experiencia de la aseguradora son los aspectos que más valoran tanto las personas que ya tienen un seguro como aquellas que tienen pensado comprarse un coche.



### Edad

Las personas de mayor edad, sobre todo los grupos de 45 a 55 años así como los de 55 y más años suelen estar más informados sobre los seguros y suelen tener muy en cuenta todas las características del seguro que tienen contratado o que tienen pensado contratar.

# Bloque Covid-19

## Proceso Cambio

En general, el proceso de cambio de seguro de automóvil se ha paralizado debido al confinamiento. Así, seis de cada diez personas que tenían pensado comprar un coche aseguran que todavía no saben qué seguro contratar todavía.

Es reseñable que un 26% sí que lo ha hecho, debido al precio y a las coberturas de su actual seguro.



# Efecto Covid



## Motivador Cambio

El precio es el principal motivador de cambio de seguro.

Por otro lado, las personas de mayor edad suelen valorar de forma significativamente mayor aspectos relacionados con la calidad y las coberturas.



# Adevinta Spain

fotocasa [habitaclia](#) [InfoJobs](#)

[coches.net](#) [motos.net](#) [mifanuncios](#)