

Contratar el seguro de coche con una compañía de venta directa puede ser un 50% más barato

- El precio medio de los seguros de coche de las compañías tradicionales fue de 1.012 euros en 2013, un 56% más caro que el de las compañías de seguro directo, que ascendió a 646,3 euros¹
- A pesar de ser más baratas, las compañías de seguro directo, que operan por teléfono e Internet, aún no superan el 10%² de la cuota de mercado en el sector del seguro de coche
- La mayor diferencia se encuentra en el seguro a todo riesgo, un 66% más caro de media en 2013 en las compañías tradicionales. En el seguro a terceros y a terceros ampliado la diferencia es de un 44%
- Los asegurados jóvenes que han tenido algún siniestro son los más castigados por las compañías de seguros tradicionales, con pólizas entre un 24% y un 28% más caras

Madrid, 28 de abril de 2014. La mayoría de los conductores prefiere contratar su seguro de coche con una compañía tradicional a pesar de que, de media, sus pólizas son más de un **50% más caras**¹ que en las aseguradoras directas (las que operan por teléfono e Internet), según Kelisto.es, la web del ahorro, que ha analizado la diferencia de precio que existe entre los seguros de ambos tipos de compañías.

El precio medio de los seguros de coche comercializados por las compañías de **seguros tradicionales alcanzó los 1.012 euros de precio medio durante 2013**. En el caso de las aseguradoras **directas el precio medio se situó en los 646,3 euros**, un 56% menos, según el índice de precios del seguro de coche de Kelisto. La mayor diferencia la encontramos en el seguro a todo riesgo, un 66% más caro de media en 2013 en las compañías tradicionales. En el seguro a terceros y a terceros ampliado la diferencia fue de un 44%.

Para Celia Durán, responsable de Contenidos de Seguros de Kelisto.es, **“esta diferencia en la prima se debe, fundamentalmente, a que las compañías que comercializan sus pólizas a través del teléfono o Internet, las denominadas aseguradoras directas, tienen unos costes operativos más reducidos que las compañías tradicionales. Al no tener que mantener una extensa red comercial de oficinas en prácticamente todo el territorio nacional, ni contar con un gran volumen de trabajadores para atender a sus asegurados o vender sus productos pueden ajustar mejor el precio de la prima anual”**.

Las diferencias de precio varían para cada perfil

Las diferencias de precio entre una aseguradora tradicional³ y una de directo⁴ no son siempre las mismas y dependen del perfil de conductor y del vehículo asegurado. Como muestra de ello, Kelisto.es ha analizado las diferencias en la prima media para conductores de 25 y 50 años con y sin siniestros anteriores.

Conductor con 25 años

Conductor sin siniestros				Conductor con siniestros			
Tipo de seguro	Precio medio tradicionales	Precio medio seguro Directo	% diferencia	Tipo de seguro	Precio medio tradicionales	Precio medio seguro Directo	% diferencia
Terceros	349,2	305,4	-12,5	Terceros	501,3	370,7	-26,1
Terceros ampliado	421	346,1	-17,8	Terceros ampliado	581,6	416,2	-28,4
Todo riesgo	1000,9	1097	9,6	Todo riesgo	1.579,3	1.200	-24,0

Fuente: Kelisto.es. Perfil analizado: hombre de 25 años, administrativo, residente en Madrid, con garaje privado, que conduce un Seat Ibiza Style 1.6 TDI 90 CV 2012 y recorre 10.000 Km al año.

Conductor con 45 años

Conductor sin siniestros				Conductor con siniestros			
Tipo de seguro	Precio medio tradicionales	Precio medio seguro Directo	% diferencia	Tipo de seguro	Precio medio tradicionales	Precio medio seguro Directo	% diferencia
Terceros	261,6	249,8	-4,5	Terceros	360,9	285,3	-20,9
Terceros ampliado	383,7	318,8	-16,9	Terceros ampliado	496,3	360,4	-27,4
Todo riesgo	934,6	1043,3	11,6	Todo riesgo	1256,6	1130,5	-10,0

Fuente: Kelisto.es. Perfil analizado: hombre de 50 años, administrativo, residente en Madrid, con garaje privado, que conduce un VOLKSWAGEN PASSAT 2.0TDI BM TECH R-LINE 140 CV y recorre 10.000 Km al año.

A excepción de los seguros a todo riesgo de los conductores que no han tenido ningún siniestro, en todas las modalidades analizadas (terceros, terceros ampliado y todo riesgo) **contratar un seguro de coche con una compañía de seguro directo es más económico**, con diferencias de precio que van desde el 4,5% al 28,4%. Las **diferencias más acusadas se encuentran en los seguros para el conductor de 25 años** con siniestros anteriores, ya que para este perfil contratar un seguro con una compañía tradicional es **alrededor de un 25% más caro** en las tres modalidades.

“Algunas compañías penalizan a los conductores más jóvenes o a los que han tenido algún siniestro recientemente, ofreciéndoles una prima más elevada, mientras que otros asegurados pueden encontrar una tarifa más competitiva en la misma compañía. Por eso, antes de contratar un seguro es necesario comparar entre todas las ofertas del mercado para encontrar la más adecuada al mejor precio, ya que es posible ahorrar hasta un 60% en el precio del seguro de coche”, señala Celia Durán.

Precio más bajo, mismas coberturas

A pesar de la diferencia de precio entre ambos tipos de aseguradoras, **las coberturas que ofrecen son muy similares**. Sin embargo, las compañías tradicionales aún **cuentan con la mayor parte de la cuota de mercado** en el sector del seguro de coche.

No obstante, en los últimos años, como consecuencia de la crisis, la necesidad de ahorrar en los gastos fijos anuales de las familias se ha agudizado, por lo que poco a poco la contratación de seguros de coche en las compañías más económicas, las de directo, va en aumento. De hecho, aunque las aseguradoras tradicionales tienen la mayor parte de la cuota de mercado (más del 80%)², en los últimos dos años **han perdido 0,6⁵ puntos porcentuales de esa cuota**, debido a la pérdida de clientes y la rebaja en las primas, mientras que las principales compañías directas han incrementado su porcentaje en 0,5⁶ puntos desde 2011².

“Actualmente la mayor parte de los conductores tiene su seguro de coche en una compañía tradicional, ya que la confianza y el conocimiento de la marca aún siguen siendo determinantes a la hora de elegir un seguro. Sin embargo, las completas coberturas y los precios mucho más ajustados de las compañías de seguro directo conseguirán que, poco a poco, éstas *arañen* cuota de mercado a las grandes. Los asegurados deberán acostumbrarse a comparar ofertas antes de contratar o renovar su seguro, ya que en un entorno tan competitivo ambos tipos de aseguradoras deben ofrecer productos cada vez más competitivos para no perder clientes”, concluye Celia Durán.

Kelisto.es es una compañía independiente de cualquier tipo de grupo asegurador o entidad financiera y, por este motivo, todas las informaciones emitidas desde Kelisto.es son completamente imparciales y objetivas. Esto nos permite ser libres a la hora de informar al consumidor para que ahorre en sus facturas del hogar y lograr que las compañías sean más competitivas.

Kelisto.es no promueve ninguna marca ni oferta por motivos comerciales; la información (ya sea del comparador o de los contenidos propios) se basa en hechos y datos, de manera que la plataforma es 100% objetiva.

Visítanos en www.kelisto.es/seguros-hogar

Para más Información:

Kelisto.es	Cohn & Wolfe
91 447 26 76 / 661 870 126 rrpp@kelisto.es	91 531 42 67
Cristina Rebollo, Directora de Comunicaciones Celia Durán, Responsable de Contenidos de Seguros	Marta Velasco – Henar López kelisto@cohnwolfe.com



FUENTES

1. Para realizar este cálculo, se han obtenido los precios medios por modalidad y compañía sobre todas las tarificaciones realizadas en los portales kelisto.es y lapoliza.com entre enero y diciembre de 2013.
2. Cuota de mercado por volumen de primas. Datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (ICEA) a cierre de 2013.
3. Compañías analizadas: Mussap, Pelayo, Axa, Plus Ultra, Mutua Madrileña, Allianz, Catalana Occidente, Zurich, Liberty Seguros, Generali, FiatC, Caser, Reale, Mapfre.
4. Compañías analizadas: Direct Seguros, Génesis, Pelayonex, Verti, Fénix Directo, Segurísima, Interauto, Click Seguros y Línea Directa.
5. Aumento de la cuota de mercado de Pelayo, Axa, Plus Ultra, Mapfre, Allianz, Catalana Occidente, Zurich, Liberty seguros, Generali, FiatC, Reale, Mutua Madrileña y Mussap por volumen de primas. Datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (ICEA) a cierre de 2013.
6. Aumento de la cuota de mercado de Direct, Verti, Fénix Directo, Click Seguros y Línea Directa por volumen de primas. No se incluye Génesis al no ofrecer cifra de volumen de primas 2013 de forma independiente. Datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (ICEA) a cierre de 2013.



Mucho más que un comparador

Nota de prensa

Sobre [Kelisto.es](http://www.kelisto.es)

[Kelisto.es](http://www.kelisto.es) (<http://www.kelisto.es>) es un servicio online gratuito e independiente para ayudar a los consumidores a ahorrar en sus facturas del hogar y defender sus derechos mediante investigaciones periódicas, herramientas de comparación de precios y una gran comunidad activa de personas que buscan un consumo inteligente en ámbitos como seguros, comunicaciones y finanzas personales.

[Kelisto.es](http://www.kelisto.es) se lanza en España para revolucionar el espacio de los comparadores de precios con un concepto único en el mercado que, ante todo, quiere combatir la apatía del consumidor, ser un motor de cambio para el consumo inteligente y estimular el ahorro con el fin de fomentar la competitividad de los proveedores. Apostamos por un servicio imparcial, transparente y sencillo que ofrezca de una **manera rápida y eficaz** la información que se busca. Con este fin facilitamos:

- **Herramientas de comparación** de precios objetivas y fáciles de usar que permiten comparar un gran número de productos en un único lugar.
- **Artículos independientes de calidad** basados en la investigación más detallada y elaborados por profesionales y expertos.
- **Una comunidad activa de personas** donde se puede compartir información, denunciar problemas y ayudar a otros consumidores a ahorrar dinero.

[Kelisto.es](http://www.kelisto.es) cuenta con un equipo de más de 20 personas y está respaldada por un grupo de inversión británico con una amplia experiencia previa en Internet.