

## KELISTO LANZA HOY UNA CAMPAÑA PARA AUMENTAR LA TRANSPARENCIA EN LA RENOVACIÓN DE LOS SEGUROS DE COCHE

### 7,4 millones de asegurados creen que su compañía no es transparente al calcular el precio del seguro de coche<sup>1</sup>

*Los consumidores fieles a su compañía pueden pagar más de la cuenta en sus primas. Aumentar la información en las cartas de renovación del seguro de coche, obligando a que las compañías incluyan el precio actual de la prima y el del año anterior, ayudaría a mejorar la transparencia y, en definitiva, a ahorrar dinero. Actualmente sólo el 8% recibe esta información y sólo el 4% recibe las cartas a tiempo para poder cancelar la póliza. En Kelisto, queremos un cambio en la ley que garantice que el consumidor reciba toda la información necesaria para decidir si ser fiel a su compañía o buscar otras alternativas en el mercado.*

- Para el 59% de los consumidores el precio es el aspecto más importante del seguro de coche, pero más de 7,4<sup>1</sup> millones de asegurados creen que su compañía no es transparente al calcular el precio de su seguro
- El 50% de los asegurados no recuerda lo que pagó por su seguro de coche el pasado año y el 95% cree que las cartas de renovación deberían incluir el precio del seguro del ejercicio actual, el del año anterior y el por qué de la variación en la prima - algo que actualmente solo recibe el 8% de los clientes\*
- Solo el 4% de los asegurados recibe la carta de renovación dentro del plazo legal de dos meses establecido para cancelar el seguro de coche y un 6% ni siquiera la recibe\*
- Cerca de un 40% de los asegurados cambiaría de compañía ante un incremento de precio en su prima inferior al 5% y para otro 30% sería suficiente una subida de entre el 5% y el 10% \*
- Uno de cada cinco asegurados (21%) no ha cambiado nunca de aseguradora y sólo el 14% cambió el año pasado, lo que supuso una pérdida de más de 2.000 millones de euros en posibilidad de ahorro<sup>2</sup>

**Madrid, 7 de octubre de 2014.** Las compañías de seguros de coche no son siempre transparentes con sus clientes a la hora de calcular el precio de su póliza, al menos así lo cree el 36% de los asegurados, o 7,4 millones de conductores. La mayoría de los problemas surgen en el momento de la renovación del seguro de coche, ya que sólo el 4% de los asegurados recibe la carta de renovación dentro del plazo legal para poder cancelar su seguro y solo el 8% recibe en estas cartas información sobre el precio actual de su seguro, el precio del año anterior y el por qué de las variaciones, algo que el 95% cree que se debería incluir siempre.

Estos datos se desprenden de un estudio independiente elaborado para **Kelisto, la web del ahorro**, por el centro de estudios You Gov, que ha entrevistado a más de 3.000 tomadores del seguro de coche.

Para Celia Durán, portavoz de seguros de Kelisto: “Para que los conductores puedan tomar una decisión informada y valorar un cambio de compañía es necesario que conozcan cómo la aseguradora ha variado su prima con respecto al año anterior. Sobre todo si tenemos en cuenta que el 50% de ellos no recuerda lo que pagó por su seguro el pasado ejercicio pero para el 59% el precio es la principal motivación para el cambio. Además, deben recibir la carta de renovación con tiempo suficiente para poder anular la póliza, es decir, con más de dos meses de antelación, el plazo legal actual para darse de baja en su compañía – algo que según los consumidores, no sucede actualmente”.

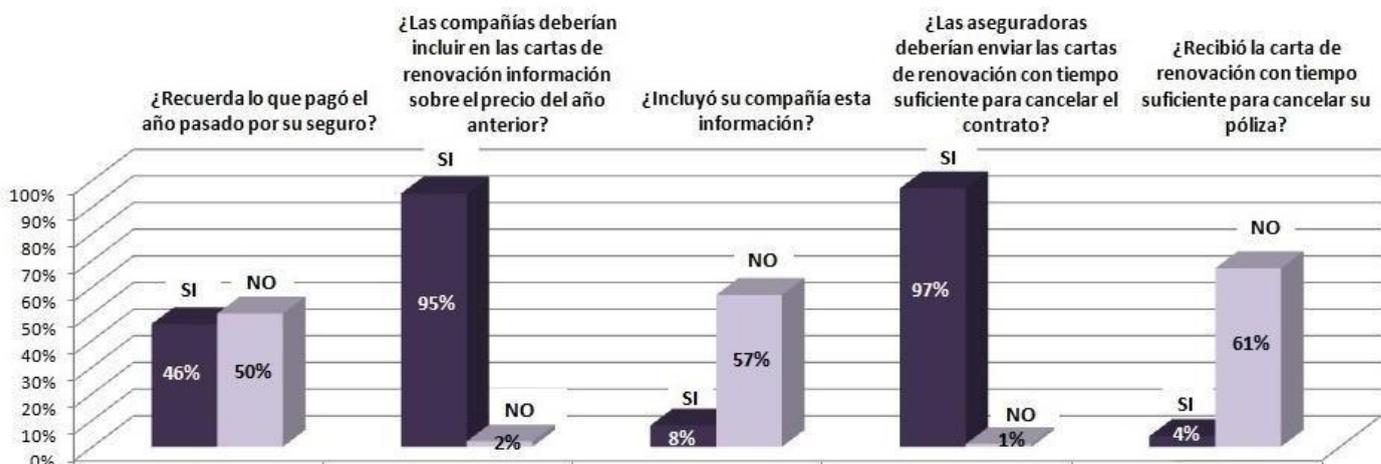
### Una Ley insuficiente que no protege al asegurado

La actual Ley de Contrato de Seguro no cuida lo suficiente al consumidor y deja en manos de las compañías la información que estas envían a sus clientes en el momento de la renovación de la póliza. Según la ley, para cancelar un contrato de seguro de coche, el consumidor debe avisar a su compañía al menos con dos meses de antelación. Sin embargo, **solo el 4% de los asegurados recibió la carta de renovación antes de dicho plazo, 5 de cada 10 recibieron la carta con 30 días o menos de aviso y un 6% ni siquiera la recibió.**

Además, las cartas de renovación **no aportan información suficiente para que los asegurados puedan tomar una decisión informada** sobre si ser fieles a su compañía o buscar alternativas en el mercado, lo que obstaculiza la competencia y el ahorro. Actualmente, **solo el 8% recibe en sus cartas de renovación información sobre el precio actual de su seguro, el precio del año anterior y el por qué de las variaciones**, a pesar de que el 95% de los asegurados cree que se deberían incluir siempre esos datos.

Por otro lado, **los dos meses de aviso exigidos** para cancelar una póliza no se justifican con las gestiones que debe realizar la compañía para dar de baja al cliente y **son una traba más para cambiar de seguro**. **Para el 40% de los asegurados el plazo adecuado para cancelar un seguro es de 30 días** y un 36% cree que con 15 días o menos sería suficiente.

### Opinión de los asegurados sobre la información de las cartas de renovación :



### Alta sensibilidad al precio pero apatía hacia el cambio

En España hay más de 20,5<sup>3</sup> millones de pólizas de automóviles y cada asegurado paga una media de 409,3 euros al año por su seguro. Sin embargo, aquellos que se mantienen **fieles a su compañía pueden sufrir importantes incrementos en sus primas que pueden ser de hasta el 60%**<sup>4</sup> si han sufrido algún siniestro. **De media, no comparar ofertas ni cambiar de compañía cuesta 120<sup>2</sup> euros al año o más de 2.000 millones de euros** si tenemos en cuenta que el pasado año **17,6 millones de asegurados, el 86% del total, no cambiaron de aseguradora.**

En los últimos años, la crisis económica ha provocado que los consumidores presten más atención a lo que pagan por sus productos y servicios. Por ello, **el precio es la principal razón para cambiar de compañía de seguro de coche para el 59% de los asegurados**, por delante de las coberturas (19%) o el servicio (9%). De hecho, cerca de **un 40% de los conductores afirma que cambiaría de compañía con un incremento de precio en su seguro inferior al 5% y para otro 30% sería suficiente una subida de entre el 5% y el 10% para buscar otra aseguradora**, entre 20,4 y 40,9 euros sobre la prima media.

A pesar de ello, **más de 4,3 millones de conductores (21%) no han cambiado nunca de compañía de seguro de coche**, otro 21% no ha cambiado en los últimos cinco años **y solo el 14% cambió de aseguradora el año pasado**. Además, cerca del 40% de los asegurados ni siquiera consultó otras ofertas de seguro de coche antes de la renovación de su póliza.

*El siguiente gráfico muestra las posibilidades de ahorro existentes al comparar ofertas y cambiar de compañía de seguro de coche, frente a aquellos asegurados que optan por no hacer nada y ser fieles a su aseguradora<sup>3</sup>:*



Fuente: Kelisto-elaboración propia<sup>2</sup>

“Los resultados del estudio muestran que la apatía de los consumidores ante el cambio de aseguradora se debe en muchos casos a la falta de información que reciben. No recibir la carta de renovación con tiempo suficiente para cancelar la póliza y la escasa información que incluyen dichas cartas es, sin duda, un obstáculo para la competencia y el ahorro de los asegurados, más aun en un momento donde existe una alta sensibilidad al precio. De hecho, 3,9<sup>5</sup> millones de conductores hubieran cambiado de compañía este año pero recibieron la carta de renovación demasiado tarde para hacerlo, o ni siquiera la recibieron y su seguro se renovó de forma automática”, comenta Celia Durán.

## **Kelisto exige mayor transparencia para favorecer la competencia y el ahorro:**

*Las conclusiones y datos revelados por Kelisto muestran la necesidad de un cambio en la Ley de Contrato de Seguro, con los siguientes objetivos:*

### **1. Que los consumidores puedan cancelar su seguro a tiempo: la ley debería exigir que las aseguradoras envíen la carta de renovación del seguro de coche con tiempo suficiente para cancelar la póliza.**

- La ley establece que la compañía debe avisar al cliente al menos dos meses antes del vencimiento de la póliza en caso de que se produzca un incremento de precio en su seguro. Sin embargo, solo el 4% de los asegurados afirma haber recibido la carta de renovación antes de dicho plazo y el 6% ni siquiera la recibió.
- La carta de renovación debe llegar con tiempo suficiente para que el asegurado pueda valorar si quiere continuar con la misma compañía: el 55% de los asegurados afirma haber recibido la carta con un plazo de 30 días o menos antes del vencimiento de la póliza.
- Las compañías deberían enviar la carta de renovación no sólo cuando se produzca un incremento en el precio de la prima, como obliga actualmente la ley, sino también cuando ésta se mantenga igual o sea inferior.

### **2. Aumentar la transparencia para fomentar la competencia: las cartas de renovación deberían incluir el precio del seguro del ejercicio actual, el del año anterior y el por qué de la variación en la prima.**

- Para tomar una decisión informada, los asegurados deben conocer cómo ha variado su prima y por qué, ya que para el 59% el precio es la principal motivación para cambiar de compañía.
- El 50% no recuerda lo que pagó por su seguro de coche el pasado año pero para el 39% un incremento inferior al 5% sería suficiente para cambiar de compañía.
- No incluir estos datos obstaculiza la competencia y el ahorro del consumidor, que pierde la posibilidad de ahorrar una media de 120 euros al año si se mantiene fiel a su aseguradora.

### **3. Reducir el plazo de cancelación para facilitar el cambio: es necesario un cambio de ley para acortar a un mes el plazo mínimo exigido para cancelar un seguro de coche, actualmente fijado en dos meses.**

- El plazo actual de dos meses fijado por ley para cancelar una póliza de coche no se justifica con los procesos internos que la compañía debe llevar a cabo para dar de baja al cliente.
- Un plazo de 30 días es un margen suficiente para las compañías de seguros y favorecería la toma de decisiones de los asegurados.

- El 40% de los asegurados considera que el plazo adecuado para cancelar un seguro es de 30 días y un 36% cree que con 15 días o menos sería suficiente.

**Para impulsar estos cambios y lograr que las aseguradoras ofrezcan más y mejor información a sus clientes para favorecer la competencia y el ahorro, Kelisto inicia hoy una campaña que tiene como objetivo recoger 5.000 firmas.**

**AYÚDANOS A CONSEGUIR NUESTRAS REIVINDICACIONES FIRMANDO NUESTRA PETICIÓN AQUÍ.**

*Kelisto es una compañía independiente de cualquier compañía de seguros o entidad financiera y, por este motivo, todas las informaciones emitidas desde Kelisto 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 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.*

#### Para más Información:

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



#### FUENTES

##### \* Metodología del estudio:

Para la realización de este estudio, You Gov ha entrevistado a 3.491 asegurados, de los cuales 3.123 eran los responsables de asegurar su vehículo. Las cifras han sido ponderadas y son representativas de todos los adultos españoles (mayores de 18 años). El margen de error máximo de las respuestas contempladas en este estudio es del 2%.

<sup>1</sup> La cifra se ha obtenido sabiendo que el 36% de los usuarios encuestados por Kelisto cree que su compañía de seguro de coche no es transparente a la hora de calcular el precio de su seguro. A partir del número de pólizas de coche existentes en España según datos de Investigación Cooperativa de Entidades Aseguradoras (ICEA) a cierre de 2013, 19.075.448, correspondientes a una cuota de mercado del 92,9% se ha extrapolado al 100%, por lo que el número de pólizas de automóviles a cierre de 2013 alcanza las 20.533.313. Partiendo de esa cifra y tomando el número de pólizas como número de asegurados, se puede afirmar que 7,4 millones de asegurados creen que sus compañías no son transparentes al calcular el precio de sus primas.

<sup>2</sup>Análisis de Kelisto sobre las variaciones de 100 pólizas reales del seguro de coche, teniendo en cuenta la prima que pagaron en 2013, la prima que pagaron en 2014 con la misma compañía y la diferencia entre dicha prima y el mejor precio del mercado para un producto similar para su mismo perfil y características. Con dichos datos se ha calculado el ahorro medio posible al cambiar de compañía. El resultado, 120 euros, se multiplicó por el número de pólizas en las que no se cambió de compañía el pasado año (86% de 20.533.313 pólizas- 17,6 millones).

<sup>3</sup>A partir del número de pólizas de coche existentes en España según datos de Investigación Cooperativa de Entidades Aseguradoras (ICEA) a cierre de 2013, 19.075.448, correspondientes a una cuota de mercado del 92,9% se ha extrapolado al 100%, por lo que el número de pólizas de automóviles a cierre de 2013 alcanza las 20.533.313.

<sup>4</sup>Estudio de Kelisto sobre el incremento de precio de la prima del seguro de coche tras sufrir un siniestro

<sup>5</sup> La cifra se obtiene sabiendo que, según la encuesta, el 19% de los asegurados encuestados hubiera cambiado de seguro de coche pero no recibió la carta de renovación o la recibió tarde para cambiar de compañía.

## Sobre Kelisto

Kelisto 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 periodísticas, herramientas de comparación de precios y una gran comunidad activa de personas que buscan un consumo inteligente en ámbitos como seguros, comunicaciones, energía y finanzas personales. Pincha aquí para conocer más.

Kelisto 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 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.