

Los usuarios demandan cada vez más personalización y flexibilidad en sus servicios

## El 58% de los conductores españoles quiere pagar su seguro según cómo y cuánto conduce

- **Brecha generacional en los conductores españoles: el 54% de los españoles demanda mayor flexibilidad en la elección de coberturas, llegando al 59% en la franja de entre 45 y 54 años, (casi 18 puntos porcentuales de diferencia frente los más jóvenes).**
- **Más de la mitad de los españoles indica que no le importa que las empresas tengan información sobre él si es para mejorar el servicio que ofrecen.**
- **El pago por uso real es lo que demandan también el 85,6% de los consumidores de telefonía e internet.**

Madrid, 5 de diciembre de 2017. En el actual mercado cambiante, con un consumidor que cada día posee más información y tiene más claras las ideas respecto a lo que quiere adquirir o contratar, **la personalización y flexibilización de servicios y productos** se erigen como exigencias claves para los españoles. Así se desprende del análisis efectuado por **Rastreator.com** ([www.rastreator.com](http://www.rastreator.com)), el comparador online líder del mercado; precisamente, según el **'IV Estudio de Comparación Online hacia el Ahorro Inteligente'**, la gran mayoría de los españoles (89,5%) opina que las nuevas tecnologías deberían ayudar a las empresas a ofrecer productos y servicios personalizados.

Las posibilidades que ofrecen las tecnologías para customizar los servicios de las compañías son infinitas. Aunque su aplicación todavía es reciente, esta tendencia está auge y que cada vez se irá implantando más para ofrecer un servicio óptimo y diferencial. **El nuevo consumidor quiere sentirse único y pagar exactamente por lo que consume, según sus necesidades específicas y concretas.** En esta línea, **más de la mitad de los españoles (53,7%) indica que no le importa que las empresas tengan información sobre él si es para mejorar el servicio que ofrecen.** Este porcentaje alcanza el 59% en el caso de los adultos entre 55 y 65 años, frente a los jóvenes entre 25 y 34 años (51,4%), que se muestran más escépticos

### **Análisis por sectores**

Aunque las demandas del nuevo consumidor sobre personalización y flexibilización son claras, nos encontramos con **diferencias significativas por sectores**, así como con la **brecha generacional** según los productos y servicios analizados.

Así, en el sector **seguros**, el 27,1% considera determinante al elegir aseguradora que esta le ofrezca la posibilidad **de personalizar de su póliza**. Este porcentaje llega al 29,5% de los

adultos con una edad entre 45 y 54 años, mientras que no alcanza el 25% de los jóvenes de 25 a 34 años.

Específicamente en el seguro de coche, **más de la mitad de los conductores españoles (54%) demanda mayor flexibilidad en la elección de coberturas**. Este dato es específicamente significativo en el caso de los adultos entre 45 y 54 años (59%) frente al 41,6% de los más jóvenes. Además, el consumidor español quiere pagar por el **uso efectivo que hace de su póliza de coche: el 58% quiere pagar según cómo y cuánto conduzca**. De nuevo vemos una **brecha generacional entre los conductores españoles**, ya que este porcentaje llega hasta el 65,4% para los adultos entre 45 y 54 años, mientras que el porcentaje es del 48,9% para los jóvenes entre 18 y 24 años, con más de 16 puntos porcentuales entre ambos.

En el ámbito de las **finanzas**, la **personalización del servicio al cliente** es fundamental para el 28,2% a la hora de elegir su entidad financiera. Los adultos entre 55 y 65 años son, de nuevo, quienes más demandan esta personalización del servicio (35,7%) frente a los jóvenes entre 18 y 24 años (17,6%), dejando de nuevo de manifiesto la brecha intergeneracional.

También está presente la demanda de personalización y más flexibilidad en **telefonía e internet**. De hecho, un 18,7% de los españoles, al decantarse por un operador u otro, valora este le dé la posibilidad de personalizar los servicios a sus necesidades. Además, la inmensa mayoría de los españoles (85,6%) demanda **elegir su tarifa en función de su consumo real**. Este porcentaje es mayor entre las mujeres (87,6%) frente a los hombres (83,7%) y difiere también entre los adultos entre 35 y 44 años (87,7%) frente a los adultos de entre 55 y 65 años (82,3%).

Sin embargo, es en los **viajes** donde los españoles tienen más claras sus preferencias de personalización y flexibilización. **Dos tercios de los españoles reservan online para poder personalizar al 100% su viaje y su experiencia**. Este porcentaje alcanza el 78,2% en el caso de los jóvenes de 25 a 34 años y no llega al 53% en el caso de los adultos entre 55 y 65 años, dejando de nuevo de manifiesto la **brecha generacional**, pero en este caso de signo contrario a lo que ocurría en los sectores económicos de seguros y finanzas.

Al elegir **hotel**, la posibilidad de **cancelación gratuita es valorada por el 48%** de los españoles, mientras que cuatro de cada diez prefieren poder elegir la hora de entrada y salida. Algo similar ocurre en la compra de un **vuelo**, ya que tres de cada diez encuestados indican que, al reservar, tienen en cuenta que la aerolínea sea flexible a la hora de realizar cambios.

En palabras de **Fernando Summers**, CEO de Rastreator.com, *“el consumidor español quiere pagar exactamente por lo que consume, según sus concretas y únicas necesidades específicas. Por ello, la flexibilización en la configuración del servicio o producto, así como*

la personalización son factores clave que las empresas debemos tener en cuenta para poder ofrecer los que el nuevo consumidor nos pide”.

## Rastreator.com

[Rastreator.com](http://Rastreator.com) es el comparador líder de Seguros, Telefonía, Finanzas, Energía y muchos otros servicios, perteneciente a la división de agregadores de Admiral Group

La web ofrece una comparativa de seguros de Auto y Moto, Vida, Hogar, Furgonetas, Mascotas, Viaje, Esquí, Salud y Decesos, a la que los usuarios pueden acceder rellenando un formulario en un tiempo aproximado de 4 minutos. Del mismo modo, a través de la web puede accederse a los servicios de comparación de Productos Financieros: Hipotecas, Depósitos Bancarios y Préstamos Personales; Viajes: Vuelos, Hoteles, Coches de Alquiler y Traslados al aeropuerto; Telefonía: Tarifas móvil, ADSL/Fibra, Compra de móviles, Venta de móviles, Accesorios; Ofertas online; Coches: Coches segunda mano, Neumáticos e Informes de vehículos; Energía: Tarifas de Luz y Gas y Certificados energéticos; y Proyectos Solidarios. La compañía informa al consumidor y permite a éste la contratación del producto elegido sin realizar ninguna transacción económica.

Rastreator.com cuenta con un pasaporte de la FCA para operar en el mercado español y con el sello de confianza online que certifica la seguridad y transparencia de su actividad.

## Sobre Admiral Group

Desde que se lanzó en 1993, la historia de Admiral ha sido una historia de éxito. La empresa ha crecido desde una pequeña *start up* hasta convertirse en uno de los grupos de seguros de coche más grandes de Reino Unido, con presencia en siete países. Sin embargo, ha conseguido mantener la cultura única de una compañía pequeña y ha ganado varios premios por ser una gran empresa en la que trabajar. La sede sigue estando en Gales del Sur y es una de las compañías que más empleo genera en la región.

La historia de Admiral Group está marcada por un gran crecimiento e innovación. Admiral se lanzó en 1993 con una sola marca, ningún cliente y 57 empleados. En diciembre de 2016, el grupo ya tenía más de 5,1 millones de y 8.000 empleados en todo el mundo. El volumen de negocio de la compañía, incluyendo el total de primas y otros ingresos, se situó en 2016 en 2.580 millones de libras.

### Datos de contacto

#### EDELMAN

Miriam Castellanos | Patricia Cabrero

[rastreator@edelman.com](mailto:rastreator@edelman.com)

Teléfono: 91 556 01 54