

Alianza
Insurtech
Panamericana



SEGURO CONECTADO EN AUTOS Y FLOTAS

Evolución Global y
Perspectivas en Latam





SEGURO CONECTADO EN AUTOS Y FLOTAS

Evolución Global y Perspectivas en Latam

INDICE

**Evolución Global del Seguro
Conectado en Seguros de Autos**

6

**Seguro Conectado en LATAM:
Antecedentes y Estado Actual**

10

**De Productos de
Nicho a Integración Transversal**

13

**Impacto Comprobado: Fraude,
Siniestralidad y Resultados**

15

**Aplicaciones Prácticas,
Engagement y Fidelización**

17

**Hacia la Fidelización y el
Engagement: Más Allá del Siniestro**

19

**Perspectivas: LATAM ante la
Aceleración Digital y Fintech**

21

**Conclusiones y próximos pasos
para aseguradoras en LATAM**

23



SEGURO CONECTADO EN AUTOS Y FLOTAS



Este whitepaper está dirigido principalmente a:

- Ejecutivos y equipos técnicos de aseguradoras de autos y flotas en Latinoamérica.
- Líderes de innovación, data & analytics y canales digitales.
- Reguladores y actores del ecosistema.

INTRODUCCIÓN

Seguro Conectado vehicular se refiere al uso de dispositivos y sensores (como GPS, acelerómetros y sensores de los smartphones) para recolectar datos en tiempo real sobre la conducción. En el sector asegurador, esta tecnología ha permitido crear seguros basados en el uso y el comportamiento del conductor (Usage-Based Insurance, UBI), ajustando primas según kilómetros recorridos o hábitos de manejo.

Durante más de una década, los programas telemáticos fueron iniciativas de nicho; sin embargo, en los últimos 5 años han tomado un impulso exponencial a nivel mundial. Este whitepaper revisa la historia y evolución de los seguros telemáticos en el mundo —con énfasis en Europa y Estados Unidos— y su adopción en Latinoamérica (LATAM). Se analizan casos emblemáticos, tanto en vehículos personales como en flotas comerciales, los resultados obtenidos (reducción de fraudes, accidentes y costos) y el potencial de la telemática para mejorar la fidelización y el engagement de los clientes. Finalmente, se discuten las perspectivas para LATAM, donde la penetración de seguros de autos sigue baja, pero podría aumentar al calor de estas tecnologías y la creciente inclusión digital en la región.



SEGURO CONECTADO EN AUTOS Y FLOTAS



Hugues Bertin, Presidente, AIP

"El Seguro Conectado sigue siendo, en muchos aspectos, una incógnita. Sabemos que tiene un impacto virtuoso tanto para los clientes como para las aseguradoras y, por extensión, para la sociedad en su conjunto, ya que la tecnología permite reducir la accidentabilidad, en particular integrando prevención o nuevas propuestas de valor.

Sin embargo, todavía está lejos de haber alcanzado su madurez.

¿Va a explotar? Es muy probable.

¿Cuándo? Esa es la gran pregunta.

En el caso de Auto, en los últimos años una proporción muy relevante de las nuevas pólizas en Estados Unidos ya integra soluciones de Seguro Conectado. En Vida, el caso de Vitality en Sudáfrica sigue siendo, con diferencia, la best practice de referencia a nivel global.

Por primera vez, la AIP pone a disposición de todo el ecosistema un whitepaper que ofrece una visión amplia, estructurada y optimista del Seguro Conectado en autos y flotas en América Latina.

Sin duda, en los próximos años, el auge de la inteligencia artificial acelerará fuertemente la adopción de los seguros conectados, no solo en auto y vida, sino también en hogar y en los riesgos industriales."





SEGURO CONECTADO EN AUTOS Y FLOTAS



Nicolás Dujovne, Chief Product Officer, Jooycar

En Jooycar desarrollamos el modelo de Seguro Conectado mobile-based para que la telemática deje de ser solo una herramienta de medición de riesgo y se convierta en un motor continuo de interacción con el asegurado. A través de datos de conducción capturados desde el smartphone, transformamos cada viaje en un punto de contacto natural entre cliente y aseguradora, generando feedback accionable.



Los viajes son el eje de nuestras mecánicas de engagement. Cada trayecto produce eventos relevantes —aceleraciones, frenadas o uso del celular— que permiten generar un score por viaje y evaluaciones periódicas, facilitando que el asegurado comprenda su desempeño de forma simple y motivadora.

Sobre esta base diseñamos mecánicas de gamification que refuerzan hábitos positivos y reconocen la buena conducción. Incorporamos niveles evolutivos que segmentan perfiles, ayudan a retener mejores riesgos e incentivan la mejora continua. Así, fortalecemos la relación aseguradora - cliente, impulsamos mejor comportamiento vial y reducimos la siniestralidad.



Gamification:

El motor de la adopción del Seguro Conectado.

EVOLUCIÓN GLOBAL DEL SEGURO CONECTADO EN SEGUROS DE AUTOS

Europa como pionero (el caso Italia)

La adopción masiva de Seguro Conectado inició en Europa, destacando Italia como caso pionero. Hace más de una década, aseguradoras italianas comenzaron a instalar cajas negras en vehículos para combatir la alta siniestralidad por fraude y robo, especialmente en el sur de Italia. Este esfuerzo fue impulsado tanto por la industria como por medidas regulatorias: en 2012 el gobierno introdujo el "Decreto Monti" y en 2017 aprobó la Ley 124/2017 que recomendó la telemática para todos los seguros de auto, obligando a las aseguradoras a costear los dispositivos y a ofrecer descuentos a quienes los usaran.

El resultado fue una adopción acelerada: para 2015 un 16% de los autos asegurados en Italia ya tenían pólizas telemáticas, y hoy se estima que más del 25% del parque asegurado italiano está "conectado". Italia cuenta con unos 8 millones de pólizas UBI activas (aprox. 70% de todas las de Europa), la penetración más alta a nivel mundial.

→ Italia en cifras

- **Más de 8 millones de pólizas UBI activas.**

- **Aproximadamente 25% del parque asegurado con caja negra (dispositivo de monitoreo que se instala típicamente cerca de la batería y sirve para el recupero, el hábito de conducción, la notificación y la reconstrucción de accidentes).**
- **Cerca de 40% de caída en la prima media de seguro auto entre 2012 y 2024 (de €558 a €333).**

Gracias al Seguro Conectado, las aseguradoras italianas han logrado detectar fraudes, optimizar el proceso de siniestros y reducir los costos. Matteo Carbone, experto italiano en seguros conectados, destaca que el enfoque telemático mejoró la rentabilidad técnica vía una selección más depurada de riesgos y ahorros en indemnizaciones, permitiendo trasladar parte de este valor al cliente en forma de descuentos y servicios adicionales. En síntesis, Italia demostró que la telemática puede ser una solución win-win: reduce pérdidas técnicas y a la vez abarata las primas para los buenos conductores, aumentando la seguridad vial.

“El Seguro Conectado dejó de ser un experimento para convertirse en infraestructura básica del ramo autos en Italia”.



ESTADOS UNIDOS: DEL PIONERO PROGRESSIVE AL “SALTO” DE LA ÚLTIMA DÉCADA

En EE.UU., la telemática en seguros tuvo sus primeras incursiones hace 15 años. Progressive fue pionera con su dispositivo Snapshot a inicios de la década de 2010, ofreciendo descuentos según la forma de manejar. Durante varios años la adopción fue lenta, en parte por recelo al monitoreo y la incomodidad de instalar dispositivos en los vehículos.

El punto de inflexión llegó con la generalización de los smartphones como plataforma telemática predominante. Usar el teléfono del asegurado (en vez de equipos dedicados) redujo costos y barreras de entrada, facilitando que más compañías lanzaran programas UBI.

Para fines de 2021 había unos 12 millones de pólizas UBI activas en EE.UU., y Norteamérica se convirtió en el mayor mercado UBI (más de 13,4 millones de pólizas activas). Prácticamente todas las grandes aseguradoras estadounidenses (State Farm, Allstate, GEICO, USAA, etc.) cuentan hoy con programas telemáticos basados en app móvil.

Un hito simbólico fue la admisión pública de GEICO —a través de Ajit Jain, vicepresidente de Berkshire Hathaway— de que habían sido “tardíos en apreciar el valor de la telemática” y que se habían “perdido el bus”, lo que los obligó a acelerar para no quedarse atrás. Este reconocimiento consolidó la telemática como una capacidad estratégica, no solo táctica.

EXPANSIÓN A ASIA Y OTROS MERCADOS

En Reino Unido el Seguro Conectado despegó enfocándose en conductores jóvenes de alto riesgo. En Sudáfrica, el programa Vitality Drive de Discovery innovó al otorgar recompensas en formato de vouchers para comprar combustible y otros servicios vinculados a la movilidad, según el puntaje de conducción, en lugar de brindar descuentos en dinero al cliente.

En Japón y otros países asiáticos, Seguro Conectado avanza tanto en flotas como en autos personales, con resultados como reducciones de siniestros cercanas al 16% en algunos programas. Corea del Sur, India y China han comenzado también a liberar regulatoriamente estos seguros, abriendo espacio para su masificación.

PTOLEMUS estima que el mercado de UBI (Seguros Basados en uso) alcanzará \approx 180 millones de vehículos asegurados globalmente para 2035, de conductores con seguros basados en telemática, lo que refleja una expectativa de crecimiento exponencial y señala a LATAM como la región con mayor potencial de crecimiento a nivel global.

Aunque no todos los mercados avanzan al mismo ritmo, la tendencia global es clara: tras cerca de 15 años de maduración lenta, la telemática en seguros de auto ha entrado en una etapa de crecimiento acelerado, apalancada en:

- Menor costo tecnológico.
- Una propuesta de valor centrada en el cliente
- Evidencia robusta en la reducción de siniestralidad, de fraudes y una mayor retención de clientes



SEGURO CONECTADO EN LATAM: ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL

En México, AIG Seguros lanzó en 2017 el "Seguro de Auto por Kilómetro" en alianza con la insurtech local SXKM. Ofrecían paquetes prepago de kilómetros y beneficios como deducible 0 en robo y premios a buenos conductores.

Pese al enorme mercado potencial (baja penetración de la aseguradora), el programa no logró escala y fue discontinuado. Entre los factores señalados:

- Bajo conocimiento del público.
- Complejidades operativas (instalación y lectura de dispositivos).
- Propuesta de valor que no terminó de convencer al público masivo.
- El conflicto con el canal de ventas (si el intermediario no ve beneficios adicionales y, en cambio, sólo ve una prima potencialmente más baja y más compleja de explicar, es difícil contar con su compromiso con el éxito de este tipo de iniciativas)

La experiencia aceleró el aprendizaje sobre qué frena la adopción en LATAM.

Brasil y otros mercados: experiencias parciales y foco en seguridad

En Brasil, Porto Seguro impulsó hace más de 10 años el programa Trânsito+Gentil, una app con recompensas por conducción amable. Aunque no ajustaba la prima en tiempo real, instaló cultura de telemática y dispositivos de seguimiento en autos, generando descuentos al renovar.

En Colombia, Perú y otros países se han visto pilotos y lanzamientos de seguros "por kilómetro" y programas basados en apps, con resultados mixtos pero valiosos en términos de aprendizaje regional.

De la primera ola (hardware) a la segunda ola (mobile-first) en LATAM

Hasta 2022, la telemática en LATAM se había centrado en esquemas con hardware dedicado (GPS, dongles), consolidando algunos nichos pero sin generar todavía el "salto exponencial" observado en mercados líderes.

Esto comenzó a cambiar con la irrupción de modelos mobile-based. Un hito es el lanzamiento de la app Movilidad SURA en Chile (2025), desarrollada junto a la insurtech Jooycar, disponible para todos los clientes de autos SURA sin costo adicional:

- Usa sensores del smartphone para calificar hábitos de conducción.
- Entrega incentivos económicos (cashback) por manejar bien.
- Incluye detección automática de accidentes graves y asistencia inmediata.

Movilidad SURA es la primera iniciativa móvil de alcance masivo en la región con incentivos tangibles, marcando un posible punto de inflexión hacia el despegue de la telemática en LATAM.



LATAM: dónde estamos hoy

- **Penetración de seguros de auto aún baja (en varios mercados menor al 30%).**
 - **Experiencias UBI exitosas pero acotadas (Chile, iniciativas puntuales en Brasil, Colombia, Perú, México, Argentina).**
 - **Transición en curso desde hardware dedicado a modelos app-based, más escalables y de menor costo.**

En síntesis, Latinoamérica ha tenido avances aislados y aprendizajes importantes, pero todavía no ha vivido la adopción masiva. Las condiciones (digitalización, presión por rentabilidad técnica, ejemplos globales y la fácil adaptación de la propuesta de valor) sugieren que el "salto" está cerca.

SEGUROS SURA

PRIMER PROGRAMA MASIVO DE SEGURO CONECTADO EN AMÉRICA LATINA

Un programa de movilidad para el crecimiento sostenible

Suramericana es una compañía latinoamericana con más de 80 años de experiencia en seguros y gestión de riesgos. Opera en siete países y atiende a más de dos millones de clientes en Chile. Clasificada entre las cinco principales aseguradoras de Autos en el país, con más de 100.000 vehículos asegurados, su propósito es entregar bienestar y competitividad sostenibles a personas y empresas.

Para ello, ha desarrollado una propuesta de valor basada en soluciones multisegmento y multicanal, apalancadas en un sólido relacionamiento con sus clientes a lo largo de todo el ciclo de negocio.

En este contexto, el lanzamiento del Programa de Movilidad Sura resulta estratégico. Este programa utiliza datos de conducción para segmentar el perfil de riesgo de los asegurados y diseñar productos con precios justos y adaptados a cada cliente. Asimismo, promueve una conducción responsable y recompensa con beneficios tangibles a quienes cumplen con los objetivos y desafíos definidos.

En 2024, Sura eligió a Jooycar para desarrollar un piloto exhaustivo que permitió recopilar información robusta para modelar la propuesta de valor y la experiencia de los futuros clientes del Programa de Movilidad Sura.

Los resultados fueron altamente positivos y, en mayo de 2025, el programa se lanzó oficialmente al mercado, quedando disponible sin costo adicional para todos los clientes de Autos de Sura.

"En SURA estamos comprometidos con nuestra estrategia de entregar bienestar a la comunidad, acompañando a las personas en la adopción de hábitos de conducción más seguros y responsables. Junto a nuestros socios Jooycar, hemos desarrollado productos y servicios innovadores que materializan este propósito. Nuestra oferta de Seguro Conectado se compone de dos productos únicos en el mercado: Seguro por Kilómetro, que —entre otras variables— prioriza los kilómetros conducidos mensualmente, y el Programa de Movilidad Sura, que premia con importantes beneficios y descuentos a los clientes de Seguros de Auto Sura que trabajan día a día por convertirse en conductores más responsables."

Sofía Frascaroli, Gerente Clientes, Marketing y Transformación Digital, Seguros SURA



DE PRODUCTOS DE NICHO A INTEGRACIÓN TRANSVERSAL

Originalmente, las aseguradoras implementaron la telemática para crear productos diferenciados de nicho:

Pay As You Drive / Pay How You Drive: modelos iniciales centrados en tarificación actuarial basada en kilómetros o comportamiento, con interacción mínima del usuario.

Programas para jóvenes con tarifas muy altas: esquemas diseñados para corregir asimetrías de riesgo mediante medición técnica del uso, más que como productos de engagement.

Pólizas con branding específico (Snapshot, Drivewise, etc.): iniciativas tratadas como productos separados que aplicaban análisis telemático acotado a segmentos particulares, sin integración transversal con el resto del portafolio.

En esta fase, la telemática fue, sobre todo, una herramienta actuarial y técnica, con bajo involucramiento del usuario y una propuesta de valor limitada o poco visible para el asegurado.

Hoy, la industria se mueve hacia una integración transversal:

- Progressive incorporó detección de accidentes en su app para toda la base de clientes, no solo para los inscritos en UBI.
- Allstate migró de un programa separado a integrar el puntaje de manejo directamente en la póliza estándar.
- En LATAM, Movilidad SURA sigue esa lógica: complemento gratuito vinculado a cualquier seguro de auto SURA, no un producto aislado.

El Seguro Conectado pasa de ser un “nuevo producto” a convertirse en una capacidad horizontal que soporta:

- Marketing
- Experiencia del Usuario
- Un enfoque más holístico que simplemente técnico

Hoy, la industria se mueve hacia una integración transversal:

- Progressive incorporó detección de accidentes en su app para toda la base de clientes, no solo para los inscritos en UBI.
- Allstate migró de un programa separado a integrar el puntaje de manejo en la póliza estándar.
- En LATAM, Movilidad SURA sigue esa lógica: complemento gratuito ligado a cualquier seguro de auto SURA, no un producto aislado.

La telemática pasa de “nuevo producto” a capacidad horizontal que soporta:

- Tarificación más precisa.
- Una experiencia integral y amigable para el usuario, que accede a beneficios claros
- Gestión de siniestros más eficiente y automatizada.
- Servicios proactivos de prevención y asistencia.

“El Seguro Conectado juega un rol muy importante en emparejar la tarifa con el riesgo de cada asegurado”.
(Berkshire Hathaway)

La visión de futuro: el seguro auto se ofrece “telematizado de fábrica”, donde la conectividad del vehículo es el estándar y no una capa opcional. El cliente puede elegir qué compartir, pero la propuesta de valor se construye sobre sensores y datos nativos del auto. Tesla ya opera bajo este modelo: tarifas dinámicas basadas en un “Safety Score” generado por el propio vehículo, sin dispositivos externos. McKinsey y otras consultoras proyectan que esta integración nativa permitirá productos más precisos, con menor fraude, mejor experiencia de usuario y una reducción estructural de siniestros gracias a analítica avanzada y ADAS, consolidando un seguro más eficiente, personalizado y de mayor valor para todas las partes.



IMPACTO COMPROBADO: FRAUDE, SINIESTRALIDAD Y RESULTADOS

Fraude y reclamaciones

Los programas telemáticos han demostrado ser especialmente efectivos para reducir fraude:

- Registros de velocidad, aceleraciones y horarios permiten detectar incoherencias en relatos de accidentes.
- La información telemática ha sido reconocida como evidencia en tribunales (caso Italia).
- Dispositivos antirrobo y rastreo GPS disuaden robos y facilitan recuperación de vehículos.

El efecto neto es una reducción material del costo medio del seguro, lo que se refleja en la caída de la prima promedio en mercados como Italia.

Siniestralidad y seguridad vial

Estudios de Cambridge Mobile Telematics y otros actores muestran:

- Reducción de conducción distraída, excesos de velocidad y frenazos bruscos entre usuarios UBI.
- Disminución de la probabilidad de choques con lesiones.
- Impactos de 10% a 20% en frecuencia de siniestros en programas bien ejecutados (Discovery Vitality, UBI jóvenes en España, etc.).

Este efecto combina auto-selección (se suman perfiles más responsables) con cambio de comportamiento (coaching, feedback, gamificación).

Resultados técnicos y competitivos

Para las aseguradoras, los beneficios se traducen en:

- Mejor ratio combinado (por ejemplo, UnipolSai con valores menores a 90 en autos).
- Mayor rentabilidad técnica y crecimiento de cuota (caso Progressive).
- Retención superior en clientes telemáticos (tasas de renovación hasta 76% mayores en algunos programas).

Desde el punto de vista del cliente:

- Descuentos significativos para buenos conductores (30-40% en algunos programas).
- Mayor percepción de justicia en el precio.
- Mejor experiencia en siniestros (detección automática, resolución más rápida).

Tres impactos clave probados:

1. Menos fraude.
2. Menos accidentes.
3. Más lealtad y mejor NPS.

APLICACIONES PRÁCTICAS, ENGAGEMENT Y FIDELIZACIÓN

Seguro Conectado aplicado a Flotas Comerciales

El uso de Seguro Conectado en flotas (camiones, reparto, taxis, delivery) precede a muchas aplicaciones en autos personales. Tradicionalmente se aplicaba para:

- Optimizar rutas y combustible.
- Controlar tiempos de conducción.
- Mejorar seguridad y productividad.
- Gestionar y dimensionar las flotas con datos de la operación

Lo nuevo en los últimos años es la integración entre telemática y seguro de flotas, impulsada por insurtechs como Fairmatic, HDVI, Koffie Labs, Samsara, Geotab o Fleetr:

- Se recolectan métricas de cada conductor (aceleraciones, frenadas, velocidad, uso del celular, horas al volante).
- Se genera un score de riesgo por conductor y por flota.
- La prima se ajusta periódicamente (mensual o trimestral) según el desempeño real.
- Los administradores reciben insights para gestionar seguridad y capacitar.

Resultados reportados:

- Reducciones de aproximadamente 25% en accidentes en flotas que adoptan modelos telemáticos de forma activa.
- Ahorros de 15-20% en primas para las empresas, derivados de menor siniestralidad.

En LATAM, el uso de telemática en flotas grandes ya es común por motivos corporativos (seguimiento, seguridad, control de combustible), pero la integración con el seguro apenas empieza. Se observan:

- Programas de carga donde la prima se recalcula según kilómetros y eventos.
- Startups y proveedores telemáticos que se asocian con aseguradoras para ofrecer descuentos y bonos por buena conducción.

La telemática en flotas representa una convergencia de intereses:

- El asegurado quiere menos accidentes y menor costo total de riesgo.
- La aseguradora quiere menos siniestros y mejor desempeño técnico.
- Y el chofer comprometido con los estándares desea ser reconocido

Ambos objetivos se alinean mediante datos y feedback en tiempo real.

HACIA LA FIDELIZACIÓN Y EL ENGAGEMENT: MÁS ALLÁ DEL SINIESTRO

Una de las mayores oportunidades de Seguro Conectado es redefinir la relación aseguradora-cliente:

- Del contacto esporádico (pago de prima y siniestro)
- A una interacción continua basada en datos de conducción y recompensas.

Programas de fidelización y gamificación

La lógica es similar a programas de millas de aerolíneas o puntos bancarios:

- Los clientes acumulan puntos por manejar bien (km sin incidentes, menos distracciones, mejoras en el score).
- Esos puntos se canjean por beneficios tangibles: descuentos en combustible, gift cards, rebajas en primas, dinero en efectivo, etc.
- Se introducen elementos de gamificación (rankings, badges, desafíos).



Ejemplos

- **Movilidad SURA (Chile):** entrega cashback en efectivo por mantener buen puntaje mensual.
- **Discovery Vitality Drive (sudafrica):** hasta 50% de cashback en combustible para los mejores conductores.
- **Allstate Drivewise (USA):** medallas y sorteos para usuarios con puntajes altos.
- **Programas en México como iDriving (HDI),** que combinan score con recompensas en gift cards y una filosofía de no castigar, solo incentivar, o como el de Banorte, que usa tecnología mobile-based.

“Seguro Conectado permite pasar del seguro como ‘mal necesario’ a una propuesta que premia activamente al cliente por hacer las cosas bien”.

Está demostrado que pequeñas recompensas frecuentes pueden modificar comportamientos de manera más efectiva que descuentos lejanos o poco tangibles. Desde la neurociencia, esto se explica por la activación constante del circuito dopaminérgico, que responde mejor a estímulos inmediatos y repetidos que a recompensas diferidas. En esta línea, el modelo Octalysis de gamificación —basado en motivadores intrínsecos como logro, progreso, escasez y sentido de propósito— se ha convertido en un marco de referencia para generar engagement. Jooycar aplica estos principios en su diseño de experiencia, combinando retroalimentación frecuente, recompensas inteligentes y dinámicas de progreso para motivar al usuario y activar comportamientos de conducción más seguros y consistentes.

Educación, seguridad y percepción de valor

Las apps telemáticas brindan feedback después de cada viaje:

- Alertas de frenadas bruscas o exceso de velocidad.
- Sugerencias para anticipar riesgos.
- Comparativas con el promedio (por zona, segmento, etc.).

Esto aumenta la conciencia de riesgo, mejora hábitos y refuerza la idea de que la aseguradora “ayuda a manejar mejor”, no solo paga siniestros.

Los resultados en satisfacción son claros: cuando la tecnología telemática detecta un choque y activa asistencia inmediata, el NPS del asegurado hacia la compañía se dispara respecto al promedio. La telemática se convierte así en un motor de recomendación orgánica.

PERSPECTIVAS: LATAM ANTE LA ACELERACIÓN DIGITAL Y FINTECH

La evolución de Seguro Conectado en autos en LATAM ocurre en paralelo con:

- El boom de fintechs y neobancos, que han demostrado la capacidad de la región de adoptar soluciones digitales en masa cuando entregan valor claro.
- La alta penetración de smartphones, especialmente en segmentos masivos que hoy están sub-asegurados.
- El foco creciente de gobiernos y organismos internacionales en la seguridad vial y la reducción de muertes por accidentes.

Brecha de protección y oportunidad de inclusión aseguradora

En los principales mercados (Brasil, México, Argentina, Colombia, Chile), una proporción relevante de vehículos aún circula sin seguro. La telemática puede ayudar a cerrar esta brecha mediante:

- Productos más asequibles (pay-per-use para quienes manejan poco, microseguros por periodos o kilómetros).
- Mayor percepción de valor (apps que entregan recompensas y servicios, no sólo una póliza "invisible").
- Distribución digital integrada a wallets, neobancos y ecosistemas de movilidad.

Condiciones habilitantes: Regulación, Datos y Colaboración

Los reguladores pueden impulsar el uso de telemática:

- Incentivando descuentos por adopción de programas que reduzcan la siniestralidad, junto con campañas de concientización desarrolladas en alianza con actores especializados. Estas iniciativas también pueden involucrar a grandes marcas que promueven la seguridad vial y que ven valor en los datos —por ejemplo, concesionarios de autopistas, estaciones de servicio o empresas ligadas a la movilidad— permitiendo modelos de colaboración donde todos capturan beneficios económicos y reputacionales.
- Facilitando el uso de datos agregados para gestionar la seguridad vial.
- Promoviendo pilotos y sandboxes con insurtechs e incumbentes.

Al mismo tiempo, la IA y el análisis de big data permiten modelos de riesgo más precisos, tarifas más dinámicas y mejor detección de fraude, lo que refuerza la viabilidad económica de estos programas.

LATAM como “fast follower” inteligente

La región tiene la oportunidad de:

- Aprender de los aciertos y errores de Europa, EE.UU., Asia y África.
- Saltar etapas, pasando directamente de modelos tradicionales a esquemas mobile-first y customer-centric.
- Construir desde el inicio programas que equilibren adecuadamente privacidad, transparencia y valor para el cliente.

En este contexto, aseguradoras como SURA, Mapfre, Porto Seguro, HDI y otras que ya experimentan con telemática pueden transformarse en referentes regionales, mientras que nuevos jugadores (insurtechs, neoseguros digitales) presionan por acelerar el cambio.

CONCLUSIONES Y PRÓXIMOS PASOS PARA ASEGURADORAS EN LATAM

1. Oportunidades clave

- Mejorar radicalmente la técnica del ramo autos

Reducir fraude y siniestralidad con datos de conducción, mejorando el ratio combinado en un ramo históricamente complejo.

- Diferenciar la propuesta de valor frente al cliente final

Pasar de un seguro "pasivo" a una solución que entrega recompensas, coaching y seguridad en tiempo real.

- Aumentar la inclusión aseguradora

Ofrecer productos más asequibles y segmentados (pay-per-use, microseguros, modelos on-demand) a segmentos hoy no asegurados.

- Potenciar la relación con flotas y pymes

Integrar telemática y seguro para reducir accidentes, mejorar productividad y dar certeza de costos a empresas de transporte.

- Aportar a objetivos de política pública

Contribuir a la reducción de muertes y lesiones viales en la región, apoyando metas como la de la ONU de 50% menos mortalidad vial al 2030.

2. Próximos pasos recomendados (ejecutivos y accionables)

- 1) Definir una visión de Seguro Conectado corporativa
 - Establecer si la compañía aspira a que la telemática sea producto de nicho, capacidad transversal o pilar estratégico del ramo autos y flotas.
 - Alinear a las áreas clave (actuariado, siniestros, canales, TI, legal, compliance).

- 2) Partir con uno o dos casos de uso concretos y medibles
 - Ejemplos: programa de recompensas mobile-based para la cartera de autos; piloto de seguro de flotas con ajuste mensual según score.
 - Definir KPI claros: reducción de siniestros, mejora de ratio combinado, incremento de retención, NPS.

- 3) Elegir el modelo tecnológico adecuado
 - Priorizar soluciones mobile-first para maximizar alcance y reducir costos.
 - Evaluar socios tecnológicos (insurtechs, proveedores de telemática, analytics) en lugar de desarrollar todo internamente.

- 4) Diseñar una propuesta de valor centrada en incentivos positivos
 - Enfatizar beneficios tangibles para el cliente (ahorro, cashback, servicios) por manejar bien.

 - Evitar la narrativa de "castigo" por mal comportamiento, al menos en las primeras etapas de adopción masiva.

- 5) Integrar telemática en la experiencia de siniestros
 - Pilotear detección automática de accidentes con asistencia inmediata.
 - Simplificar trámites de reclamación usando datos de impacto y fotografías autogestionadas, donde la regulación lo permita.

- 6) Construir un marco robusto de privacidad y transparencia
 - Comunicar claramente qué datos se capturan, para qué se usan y cómo se protegen.
 - Entregar al usuario control sobre su participación y uso de la información, generando confianza desde el inicio.

7) Explorar alianzas con bancos, retailers y actores de movilidad

- Integrar puntos de conducción segura con programas de lealtad existentes.
- Conectar la telemática con beneficios financieros y de movilidad (descuentos en combustible, peajes, transporte público).

8) Contribuir a la conversación pública y regulatoria

- Compartir resultados de pilotos con asociaciones gremiales y reguladores.
- Promover marcos normativos que faciliten la adopción responsable de la telemática en la región.

En definitiva, el Seguro Conectado en seguros de autos y flotas ha pasado de promesa a realidad en varios mercados desarrollados. Latinoamérica se encuentra hoy en una posición privilegiada para aprovechar esa experiencia acumulada, adaptar los modelos a su realidad y avanzar hacia un ecosistema donde:

- Las primas reflejan mejor el riesgo real de cada conductor.
- Las aseguradoras se convierten en aliados activos de la seguridad vial.
- Los clientes obtienen valor visible y frecuente por conducir mejor.

El "bus" de la telemática ya está en marcha. La decisión para las aseguradoras de LATAM no es si subir o no, sino cuán rápido y con qué ambición quieren hacerlo.

Sponsored By



Alianza
Insurtech
Panamericana

