

## Aseguradores

Las compañías aseguradoras, más allá de ser un actor meramente comercial ofertante de productos para la protección de siniestro, puede ser un constructor de prácticas en como las personas, sus clientes podrían asumir la seguridad, al volante y en su despliegue al movilizarse principalmente en medios como vehículos, bicicletas y motorizados. Las compañías de seguro hoy no tan solo piensan en pólizas sino que en medios para conectar con la seguridad y protección según sus comportamientos a la comunidad de asegurados.

## Tendencia

### Red de Seguridad

**Las personas están adoptando tecnologías digitales que los mantienen seguros.**

**Las personas recurren a los servicios digitales (plataformas en línea, apps y dispositivos conectados) para ayudarles a evitar o reaccionar ante el peligro y minimizar el riesgo personal.**

(fuente: [trendwatching.com](https://www.trendwatching.com))

### Factores clave

#### 1 Tribus en peligro

Por supuesto, un lugar o región no es el único factor importante cuando se trata del riesgo. Es posible pensar también en grupos o tribus que se comparten hábitos, como los ciclistas, motoristas, peatones, entre otros.

#### 2 Usable y deseable

Mitigar el peligro a menudo no es suficiente. Muchas personas no usarán un producto que no sea conveniente, poco atractivo o feo, incluso si este pueda salvar su vida. Es ideal aplicar los estándares mas altos de diseño y usabilidad del producto o servicio.

#### 3 Ser contextual

Un gran activo a considerar en esta tendencia es el contexto. Utilizar datos externos y personales para detectar una posible amenaza antes de que ocurra: pensemos en un estéreo de automóvil que advierta a un conductor que reduzca la velocidad si el clima es malo y llegan tarde a su lugar de destino.

## Oportunidad Aseguradores

Un gran activo de las nuevas tecnologías es la alta capacidad que tienen para segmentar usuarios según comportamientos. Las personas hoy están utilizando servicios digitales para vivir sus vidas, por lo que esta tendencia aparece como una oportunidad de capturar la atención y de acercarse a nuevos nichos con mejores propuestas de valor relacionadas a su seguridad.

## Oportunidad macro / Actores



### Peatones

Los peatones incorporan prácticas para su seguridad vial en su traslado, a partir de los hábitos cotidianos que un nicho según el territorio desarrolla día a día.



### Ciclistas

Las nuevas tecnologías pueden por medio de la segmentación facilitar la comprensión del comportamiento de los distintos tipos de ciclistas y sus prácticas, para conectarlos con nuevas formas que promuevan el autocuidado.



### Conductores

Los conductores a través de nuevas tecnologías, asumen un comportamiento de seguridad a la hora de estar frente al volante y según el comportamiento de un nicho de automovilistas y el punto de la ciudad en el que se encuentre. La forma en como se relacionan con la tecnología estando al volante podría cambiar.



### Motoristas

Las tecnologías podrían promover hábitos de seguridad para motoristas que utilizan este medio como fuente generadora de ingresos, conectando la seguridad con su actividad de sustento económico.