



La protección familiar en España y el Seguro de Vida



SEGUROS VIDA

La protección **familiar**  
en España  
y el **Seguro de Vida**

**ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN**  
Estudios de Mercado, Marketing y Opinión

**U** Universidad  
Rey Juan Carlos



La protección **familiar**  
en España

y el **Seguro** de **Vida**



# Índice

<b>1. PRESENTACIÓN</b>	<b>5</b>
1.1. Presentación Director Técnico del Estudio	5
<b>2. METODOLOGÍA</b>	<b>7</b>
2.1. Antecedentes y objeto general	7
2.2. Metodología	8
<b>3. CONCLUSIONES</b>	<b>13</b>
3.1. El papel del seguro de vida-riesgo como instrumento de protección familiar	13
3.2. La situación del seguro de vida-riesgo en España	17
3.3. Aspectos a tener en cuenta para la contratación de un seguro de vida-riesgo	25
3.4. Líneas de avance para el desarrollo del seguro de vida-riesgo en España: decálogo de recomendaciones	31
<b>4. AGRADECIMIENTOS Y CRÉDITOS</b>	<b>35</b>

## Presentación

### 1.1. Presentación Director Técnico del Estudio

La crisis económica actual está teniendo un impacto importante en la seguridad financiera de los españoles. Así, la red de seguridad familiar y social que las familias españolas gozaban en el pasado se está viendo erosionada por la reducción del ahorro, el paro y las dificultades de las finanzas públicas. En particular, las familias españolas se encuentran especialmente desprotegidas frente a eventos catastróficos como la muerte o la invalidez del cabeza de familia, que resulta, en la mayoría de los casos, no sólo en una tragedia personal, sino que también desemboca en un grave déficit económico.

Aunque existen productos de seguros orientados a reducir este riesgo, como son los seguros de vida-riesgo, dichas soluciones son poco usadas en España y muy desconocidas para el público en general, en comparación con el peso que tienen en los países más desarrollados.

Desde ese contexto hemos abordado el estudio sociológico "La protección familiar en España y el Seguro de Vida Riesgo", con el fin de analizar, de una parte, hasta qué punto los españoles son conscientes de los riesgos económicos que corren las familias ante la posible muerte o invalidez de alguno de los miembros que aportan los ingresos al hogar, ya que un porcentaje muy alto de las mismas sufrirían una reducción muy importante de sus ingresos. Al hilo de ello, hemos encontrado que las razones de esta falta de concienciación son múltiples, y van desde carencias culturales y de formación en cuanto a los

temas financieros y de seguros, pasando por el papel de padre protector que se le otorga al Estado, hasta un bajo nivel de concienciación del español medio en cuanto al riesgo y la necesaria responsabilidad social individual.

De otra parte, la investigación ha profundizado en los aspectos que, aún siendo conscientes de los riesgos, actúan como frenos a la hora de tomar medidas para mitigar éstos. En este sentido, de nuevo nos hemos topado con varias barreras, entre las que destacan: la falta de carácter previsor de la sociedad española, una arraigada cultura de adquisición de inmuebles como solución de inversión y prevención, y un componente de lejanía emocional hacia los seguros en general y los seguros de vida en particular: alejamiento asentado en la falta de cultura sobre los seguros y su utilidad social.

Desde estos escenarios, y como objetivos ineludibles, el estudio también establece posibles líneas de avance para el desarrollo del seguro de vida-riesgo en España, y para acercarlo al papel relevante que ya tiene en otros países de nuestro entorno y, asimismo, pretende orientar al público interesado en el tema acerca de las cuestiones que se deben considerar a la hora de plantearse la posibilidad de contratar un seguro de vida.

**José M<sup>a</sup> San Segundo Encinar**  
*Director Técnico del Estudio*

## Metodología

### 2.1. Antecedentes y objeto general

El presente Estudio pretende profundizar en la actual situación del mercado español para analizar las principales causas que están incidiendo en el retraso de España en la penetración de los seguros de vida-riesgo respecto a otros países del entorno. Asimismo, dado su carácter sociológico, el Estudio pretende ayudar a la sociedad a entender la necesidad de protección en un escenario en el que el papel del Estado 'protector' se está viendo erosionado día a día. Como principales objetivos concretos del estudio se pueden señalar los siguientes:

- Conocer la situación actual de los seguros de vida-riesgo en España:
  - Comparativa con su entorno socioeconómico.
  - Evolución.
  - Situación actual.
  
- Analizar los factores que inciden en la situación de los seguros de vida-riesgo en España:
  - Factores exógenos.
  - Factores endógenos.
  
- Profundizar en las preocupaciones de los españoles:
  - Valoración de su situación actual.
  - Importancia concedida a la protección familiar.

- Explorar la percepción sobre el nivel de protección con el que se cuenta:
  - Efecto de la invalidez o fallecimiento en la economía familiar.
  - Conocimiento de la protección que ofrece la Seguridad Social.
  - Medidas de protección que se consideran y contratan.
- Identificar la percepción existente sobre los seguros de vida-riesgo:
  - Papel como protectores de la familia.
  - Imagen general.
  - Beneficios asociados.
  - Motivaciones y frenos de contratación.
  - Importancia concedida a la protección familiar.
- Definir las principales líneas de desarrollo para la potenciación de los seguros de vida-riesgo como instrumento de protección familiar.

## 2.2. Metodología

Dado el carácter holístico e integrador que persigue el Estudio, la metodología se ha diseñado en 3 grandes fases que buscan recoger el mayor número de opiniones, perspectivas y bibliografía disponible sobre el Objeto de Estudio. Esta riqueza de metodologías empleadas garantiza un diagnóstico exhaustivo sobre la situación y las líneas de avance de cara al futuro.

1

Punto de partida: Desk Research sobre el Seguro de vida-riesgo

2

La visión de la sociedad: Macroestudio cuantitativo con Población

3

La visión de los expertos: Mesas Redondas

## FASE 1. PUNTO DE PARTIDA: DESK RESEARCH SOBRE EL SEGURO DE VIDA-RIESGO

En esta fase inicial del Estudio, se ha realizado una labor de búsqueda de bibliografía y documentación que permitiera contextualizar adecuadamente el trabajo, haciendo foco en algunos aspectos de especial interés:

- Los factores que han incidido en el desarrollo del seguro de vida-riesgo en España.
- La comparativa España vs. los países más representativos del entorno.
- La radiografía de la situación actual de España en seguros de vida-riesgo.

### BIBLIOGRAFÍA EMPLEADA PARA LA ELABORACIÓN DEL DESK RESEARCH

- BERMÚDEZ, L., CASANOVAS, J. y SANTOLINO, M.: *"El seguro español en 2011-2012"*. RISC-IREA, Universidad de Barcelona.
- COUCEIRO RODRÍGUEZ, Adrián (2009). *Inversiones en el seguro de vida en la actualidad y perspectivas de futuro*. Madrid, Fundación Mapfre.
- FUNDACIÓN MAPFRE: *"La percepción social del seguro en España"*, Enero 2012.
- FUNDACIÓN MAPFRE: *"El mercado español de seguros en 2011"*, Julio 2012.
- GALINDO VÁCHA, Juan Carlos (2011). *La salud y su aseguramiento en Argentina, Chile, Colombia y España*. Madrid, Fundación Mapfre.
- ICEA: *El comprador del Seguro de Vida. Estadística año 2011*, Informe nº 1241, Abril 2012.
- ICEA: *El comprador del Seguro de Vida. Estadística año 2012*, Informe nº 1282, Abril 2013.
- ICEA: *El Seguro de Vida. Estadística a diciembre. Año 2012*, Informe nº 1274, Febrero 2013.
- JURADO GIL, José (2009). *El seguro de vida en España: Factores que influyen en su progreso*. Madrid, Fundación Mapfre.
- SIGMA: *El Seguro Mundial en 2011*, Informe nº 3/2012, Mayo 2012.
- SWISS RE: *Informe de Seguros Europeo 2010: Clientes de por vida*, 2010.
- TATUM: *Evolución de los Canales de Distribución del Sector Asegurador*. Febrero 2011.



## FASE 2. LA VISIÓN DE LA SOCIEDAD: MACRO-ESTUDIO CUANTITATIVO CON POBLACIÓN

Para recoger la visión de la población, se ha realizado un sondeo cuantitativo con una muestra consistente (2.112 casos) que ha permitido extrapolar las conclusiones obtenidas al conjunto del territorio nacional y ha servido como base para establecer un diagnóstico sobre las necesidades de protección de las familias y la perspectiva social sobre los seguros de vida-riesgo.

### FICHA TÉCNICA

- Universo: Población española de 25 a 75 años.
- Técnica: Encuesta de cumplimentación telefónica (CATI).
- Ámbito: Nacional.
- Muestra: 2.112 casos.
- Error de muestreo:  $\pm 2,16\%$  para el total de la muestra bajo el supuesto de máxima heterogeneidad del universo de estudio ( $P=Q=50\%$ ) y de muestreo aleatorio simple, y con un nivel de confianza del 95,5%.
- Diseño muestral: muestreo estratificado. Los estratos han sido definidos por las variables: Comunidad Autónoma, género y edad. La afijación de la muestra de cada Comunidad se ha realizado mediante un sistema aporportional que permite obtener una muestra suficiente en cada región. La afijación de la muestra por sexo y edad en cada Comunidad se ha realizado por un sistema proporcional.
- Ponderación: los datos se han ponderado para reasignar a cada Comunidad Autónoma el peso que le corresponde en el conjunto poblacional.
- Cuestionario: Elaborado por Análisis e Investigación de 18 minutos de duración.
- Fechas: Abril de 2013.
- Tratamiento Estadístico: Tabulación simple y cruzada de frecuencias. Análisis multivariados.
- Control de calidad: De acuerdo a la NORMA ISO 20252 certificada por AENOR. y el Código de Conducta Internacional ICC-ESOMAR.

### FASE 3. LA VISIÓN DE LOS EXPERTOS: MESAS REDONDAS

Para recoger la perspectiva de expertos de distintos ámbitos y disciplinas, se han realizado 17 Mesas Redondas celebradas en las correspondientes Comunidades Autónomas durante los meses de Mayo y Junio de 2013.

En la celebración de estas mesas redondas, se han recogido las opiniones de 130 profesionales: notarios, profesores de universidad en psicología, sociología y economía aplicada, abogados, representantes de asociaciones de consumidores y usuarios, periodistas especializados en finanzas y seguros, corredores de seguros, registradores de la propiedad, funcionarios de la Seguridad Social, etc.

## Conclusiones

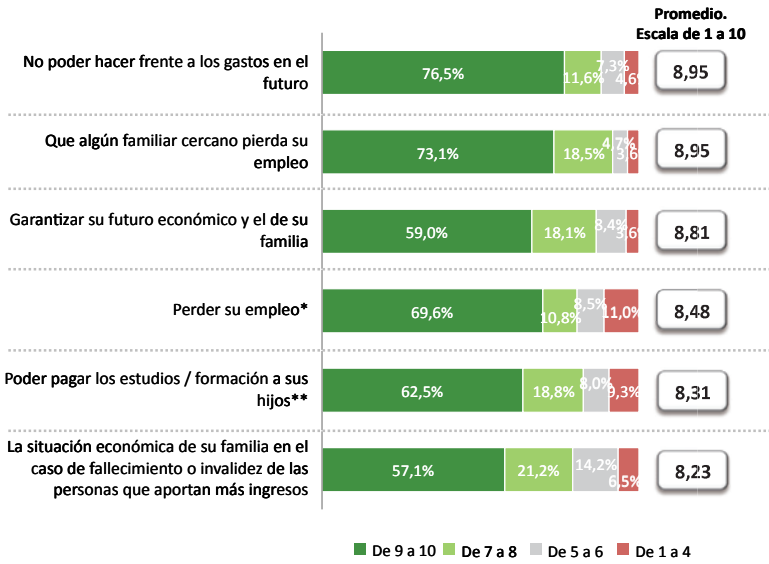
- 3.1. El papel del seguro de vida-riesgo como instrumento de protección familiar*
- 3.2. La situación del Seguro de vida-riesgo en España*
- 3.3. Aspectos a tener en cuenta para la contratación de un seguro de vida-riesgo*
- 3.4. Líneas de avance para el desarrollo del seguro de vida-riesgo en España: decálogo de recomendaciones*

### 3.1. El papel del seguro de vida-riesgo como instrumento de protección familiar

La protección familiar se sitúa como una de las preocupaciones de primera magnitud para el conjunto de la sociedad. Tal y como han puesto de manifiesto los expertos participantes en las Mesas Redondas, tradicionalmente, la institución familiar ha supuesto un pilar y un elemento de cohesión social en la cultura española y, a la luz de los datos, sigue teniendo un importante arraigo en el momento actual.

Consecuentemente, aunque la coyuntura económica y el problema del paro monopolizan –en un primer momento– el discurso de los ciudadanos y se sitúan como las problemáticas de mayor importancia, los aspectos relacionados con el bienestar familiar (hacer frente a los gastos, garantizar el futuro económico...) se revelan como preocupaciones de primer orden cuando se sugieren.

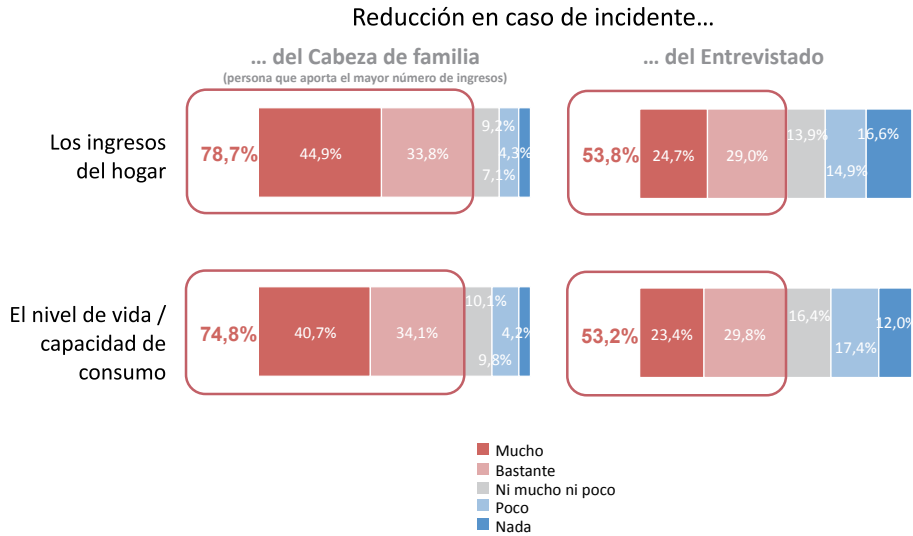
LA PREOCUPACIÓN POR LA FAMILIA



Base: Total Muestra (2112 casos) \* Base: Están trabajando (959 casos) \*\*Base: Tienen hijos (1301 casos)  
 FUENTE: Encuesta sociológica. Elaboración propia

Por otro lado, existe una elevada conciencia de que el nivel de vida de la unidad familiar afrontaría un importante revés en caso de fallecimiento o invalidez. Tal y como se pone de manifiesto en los datos obtenidos a través de la encuesta realizada, las tres cuartas partes de los españoles creen que tanto los ingresos de su hogar como su propio poder adquisitivo se verían muy afectados si le sucediera algo al cabeza de familia (persona que aporta el mayor número de ingresos en la unidad familiar).

EFFECTOS DE LA MUERTE O INVALIDEZ EN EL NIVEL DE INGRESOS Y EL PODER ADQUISITIVO DE LOS ESPAÑOLES



Base: Total Muestra (2112 casos)  
 FUENTE: Encuesta sociológica. Elaboración propia

En este sentido, existe un marco motivacional y actitudinal claramente favorable para adoptar soluciones que aporten seguridad y salvaguarden el bienestar del núcleo familiar.

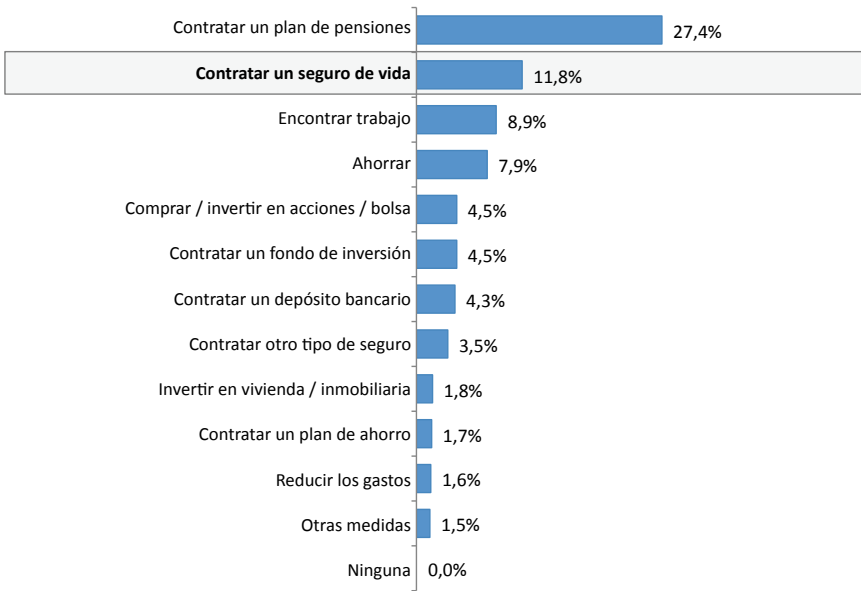
Sin embargo, a pesar de esta base motivacional claramente favorable, se observa un importante desconocimiento de las posibles alternativas / productos que existen actualmente en el mercado para proteger a los seres queridos de las consecuencias de determinados sucesos imprevistos.

Cuando se pregunta de manera espontánea (sin sugerir ninguna posible respuesta a los encuestados) por las medidas que se conocen para garantizar económicamente el futuro propio y el de la familia, no existen respuestas mayoritarias y la alternativa más mencionada, los planes de pensiones, no alcanza ni tan siquiera un 30% de menciones.

Los seguros de vida son citados por poco más de un 10% de los entrevistados. Este volumen reducido de menciones implica que en la mente de los ciudadanos este tipo de seguros no son una alternativa a considerar: no tienen presencia.

En este sentido, existe una importante labor de los agentes comercializadores para crear una *cultura* del seguro de vida para que se considere como opción.

### MEDIDAS PARA GARANTIZAR EL FUTURO ECONÓMICO DE LA FAMILIA QUE SE CONOCEN

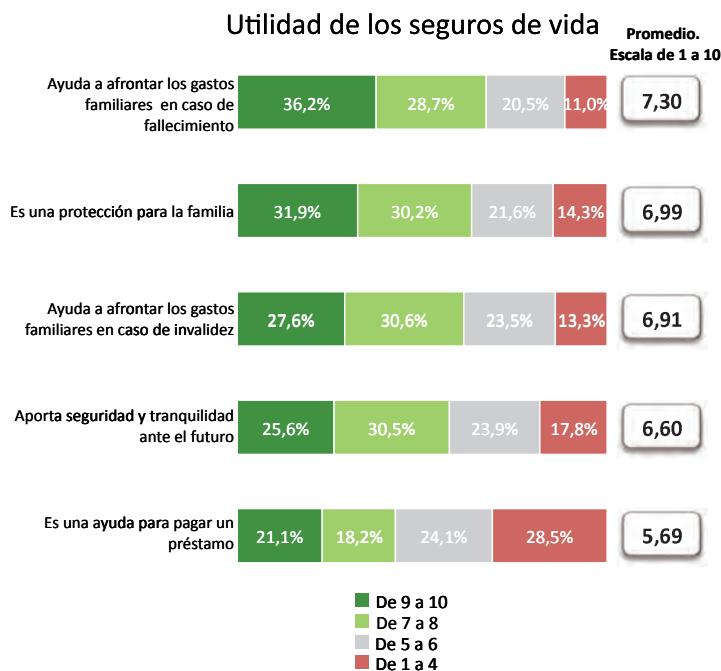


Base: Total Muestra (2112 casos)

FUENTE: Encuesta sociológica. Elaboración propia

Esta falta de consideración y presencia en la mente del usuario de los seguros de vida no impide sin embargo, que se reconozca mayoritariamente su utilidad básica: para la mayoría de los españoles, se trata de un producto que implica una ayuda en caso de percance y supone un elemento de protección familiar.

## UTILIDAD DE LOS SEGUROS DE VIDA



Base: Total Muestra (2112 casos)

FUENTE: Encuesta sociológica. Elaboración propia

En definitiva, los españoles, a pesar de reconocer la utilidad del seguro, no lo consideran como una opción posible, no lo tienen presente y como veremos más adelante, no tienen una imagen especialmente positiva del producto.

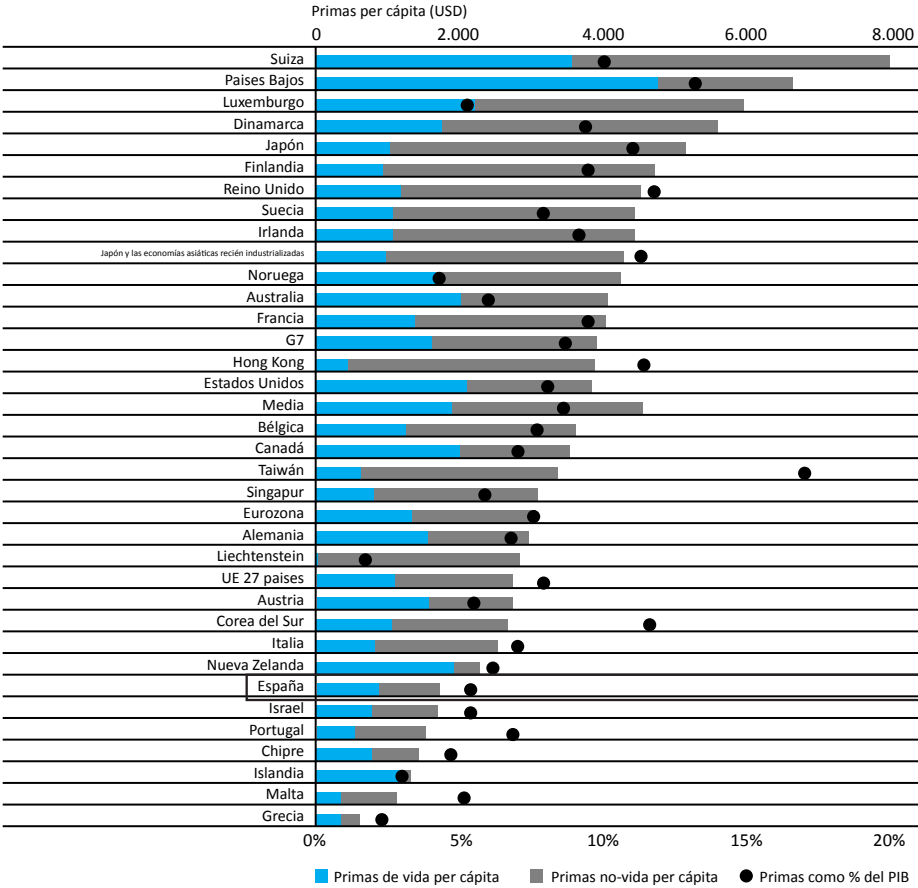
### 3.2. La situación del seguro de vida-riesgo en España

El seguro de vida es un producto que, hasta la fecha, no ha tenido la penetración que se esperaba en cuanto a volumen de primas y número de contratos en nuestro país.

Si se compara los datos con los de otros países, se observa como España se sitúa a la cola en el ranking de contratación de seguros de vida (incluye riesgo y ahorro): en términos de volumen de primas per cápita apenas supera los

1.200 dólares, frente a otros países donde se llega a triplicar esta cifra como Suiza o EE.UU, y apenas el 3% de la renta per cápita en España es utilizada para la dotación de riesgos de vida.

PRIMAS DE VIDA PER CÁPITA EN DISTINTOS PAÍSES (incluye Seguros de Riesgo y de Ahorro)



FUENTE: SIGMA 2011

Esta situación de *infra-desarrollo* contrasta con el hecho de que, los principales productos sustitutivos de los seguros de vida (el ahorro personal, la cobertura por parte de la familia y las prestaciones públicas) han sufrido un importante deterioro en el actual contexto de crisis económica y, en este sentido, el nivel de riesgo asumido por los ciudadanos tiende a ser cada vez más elevado.



Sin embargo, a pesar del continuo deterioro de los productos sustitutivos, el seguro de vida asociado al riesgo no se ha desarrollado en la misma medida que en otros países de nuestro entorno.

La situación actual de menor desarrollo de los seguros de vida en el mercado español tiene que ver con tres factores esenciales:

- Una renta per cápita inferior a la media de la UE, que se traduce en menor poder adquisitivo y, en último término, en una menor capacidad de contratación de seguros de vida.

De hecho, según los datos de la encuesta realizada, más allá de los productos bancarios contratados, la variable que más determina el hecho de tener un seguro de vida es el estatus: la cifra de encuestados sin hipoteca con seguros de vida entre las personas de estatus alto duplica a la de estatus medio-bajo o bajo.

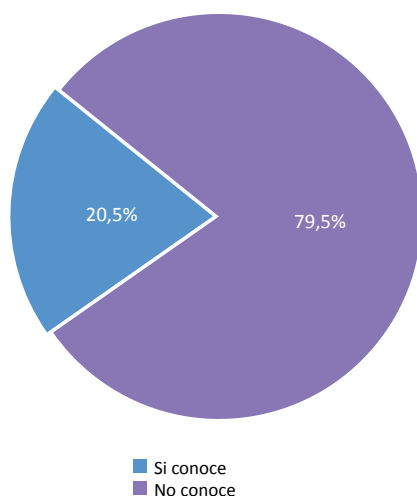
- Las prestaciones públicas en el resto de la UE son sustancialmente inferiores a las de España. De esta forma, la necesidad percibida para la contratación de seguros es significativamente menor que en otros países. El sistema de Seguridad Social español ha sido, hasta el momento, relativamente intervencionista, prestando coberturas tanto en el caso de jubilación como por incapacidad laboral, viudedad y orfandad que resultan en salarios bajos. Esto origina, como mostró el informe *Customers for Life* publicado por Swiss Re a partir de datos de 2010, un exceso de confianza de los españoles en el Estado para suplir la fuente de ingresos perdida en caso de fallecimiento o invalidez, infravalorando la necesidad de un seguro de vida que cubra estas contingencias.

En esta misma dirección se manifiestan los expertos participantes en las Mesas Redondas. Tradicionalmente, en España, se ha visto en el Estado la figura de 'padre protector'. Hasta el momento, se consideraba que el Estado actuaba como garante ante cualquier situación imprevista:

la Seguridad Social era la responsable de resolver las situaciones de fallecimiento vía pensiones de viudedad y orfandad.

No obstante, hay que considerar el *papel protector* que los españoles conceden al Estado se sitúa más en el terreno de las creencias que en el conocimiento real: 8 de cada 10 encuestados desconoce la pensión / protección social que cobrarían en caso de que se produjese una situación dramática.

### CONOCIMIENTO SOBRE PENSIÓN / PROTECCIÓN SOCIAL EN CASO DE INVALIDEZ O FALLECIMIENTO

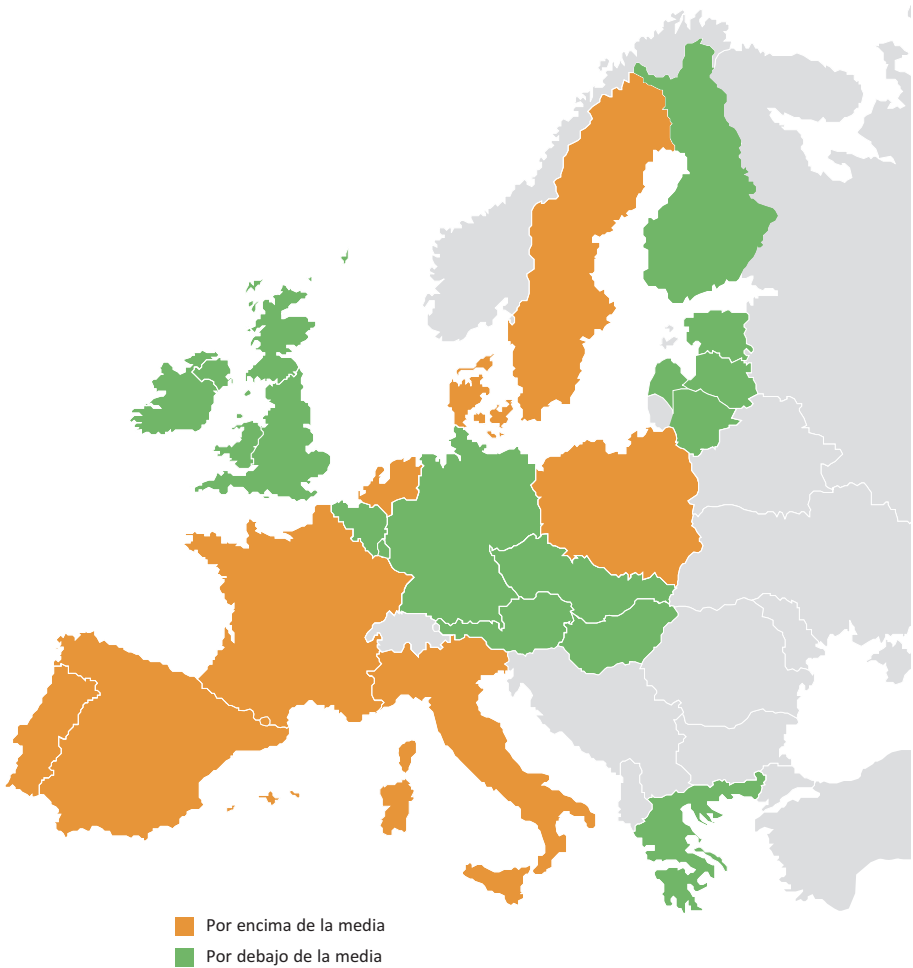


Base: Total Muestra (2112 casos)

FUENTE: Encuesta sociológica. Elaboración propia

- Más allá de las consideraciones sobre la política comercial y de marketing que han realizado los principales agentes de este tipo de seguros, la percepción del seguro de vida en España es más negativa que la media Europea. Si atendemos a los datos facilitados por la Comisión Europea, la percepción de los españoles sobre este tipo de productos es significativamente inferior a la del conjunto de países de Europa.

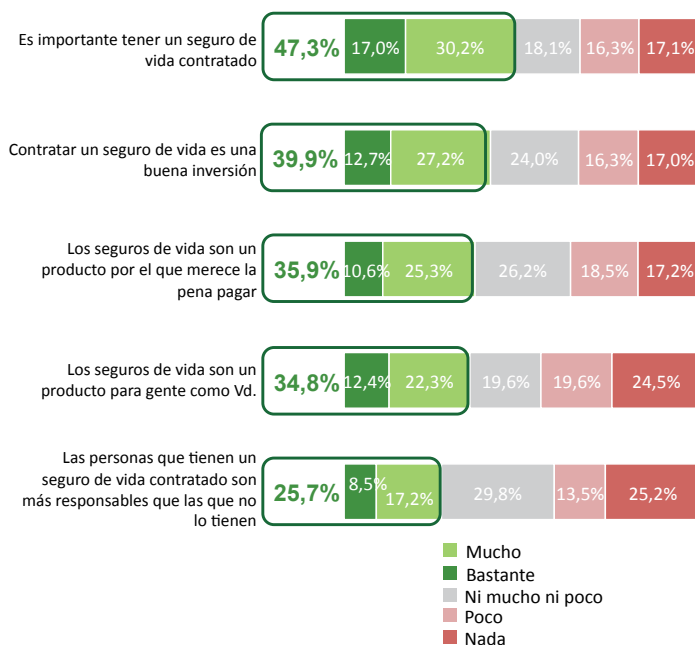
IMAGEN GLOBAL DEL SEGURO EN EUROPA EN CUANTO A COBERTURAS Y PRESTACIONES



FUENTE: Comisión Europea. DGSPC

Según los datos de la encuesta realizada, la percepción que el conjunto de los españoles tiene de este tipo de productos no es especialmente positiva: no se considera una buena medida para asegurar el futuro (recibe una valoración de 5,62 en una escala de 1 a 10) y menos de cuatro de cada diez entrevistados los considera una buena inversión, un producto por el que merezca la pena pagar, o algo para gente como ellos.

## PERCEPCIÓN SOBRE LOS SEGUROS DE VIDA ENTRE LOS ESPAÑOLES (incluye seguros de ahorro)



Base: Total Muestra (2112 casos)

FUENTE: Encuesta sociológica. Elaboración propia

Profundizando en la evolución de seguros de vida (riesgo + ahorro) en España, se puede concluir que su contratación ha sufrido una evolución constante e importante. Sin embargo, es en la última década cuando su penetración en el mercado ha sido más relevante.

En el volumen de primas de seguro de vida de riesgo podemos observar tres grandes etapas en el conjunto de los años analizados:

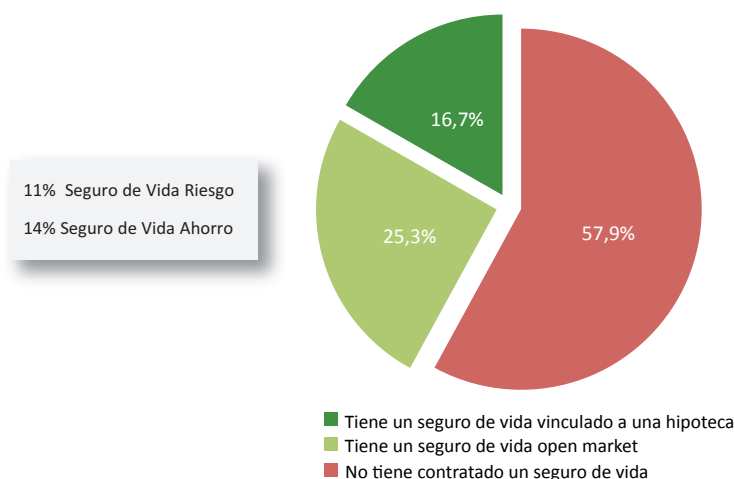
- En 2008 y 2009 un estancamiento en el volumen de primas.
- En 2010 se produce un crecimiento del 10%.
- En 2011 cae el volumen contratado, llegando en 2012 a los mismos volúmenes de 2008.

	2008	2009	2010	2011	2012
Seguros de Vida Riesgo	2.573	2.535	2.747	2.611	2.560

FUENTE: ICEA

Según las respuestas de los entrevistados registradas en la macroencuesta realizada, el 42% de los españoles mayores de 18 años tiene en la actualidad contratado un seguro de vida: el 16,7% vinculado a una hipoteca y el 25,3% sin vincular a ningún producto bancario.

### PENETRACIÓN DE LOS SEGUROS DE VIDA



Base: Total Muestra (2112 casos)

FUENTE: Encuesta sociológica. Elaboración propia

No obstante, hay que tener en cuenta el profundo desconocimiento sobre el producto contratado entre aquellos que han declarado tener un seguro **open market** (\*). La mayoría (60%) no sabe el importe que paga por el producto, una quinta parte no puede precisar la compañía con la que lo tiene contratado, y una quinta parte desconoce el tipo de beneficio que obtendría en el caso de hacer uso del seguro.

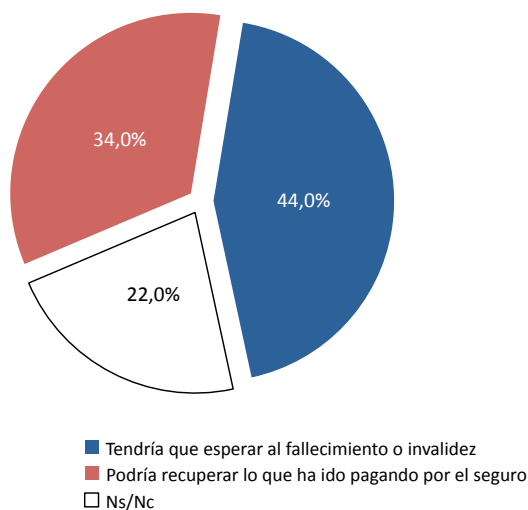
(\*) Seguros open market: seguros de vida riesgo con cobertura de fallecimiento e invalidez no asociados a otro producto financiero.

Este elevado desconocimiento sobre las características del producto debe hacer reflexionar sobre varios aspectos: la importancia / relevancia que se concede al mismo y la labor de comercialización del producto en la que no se han comunicado de manera clara las características básicas de lo que se vende.

En cualquier caso, sólo el 44% de los que tienen un seguro no vinculado a una hipoteca saben exactamente que se trata de un seguro de vida riesgo (frente al 34% que identifica el producto que ha contratado como un seguro de vida ahorro).

En este escenario de elevado desconocimiento sobre el tipo de seguro que se ha contratado, se puede estimar que entre un 11% y un 17% de los españoles han contratado un seguro de vida riesgo *open market*.

#### BENEFICIO DEL SEGURO DE VIDA CONTRATADO: MOMENTO DEL COBRO DE LA INDEMNIZACIÓN



Base: Tienen un seguro *open market* (534 casos)

FUENTE: Encuesta sociológica. Elaboración propia

### 3.3. Aspectos a tener en cuenta para la contratación de un seguro de vida-riesgo

En la decisión de contratación de un seguro de vida-riesgo entran en juego una serie de atributos que tienen que ver, tanto con el propio carácter y esencia del seguro de vida-riesgo (factores endógenos), como con la tendencia y evolución del mercado y las políticas públicas (factores exógenos).

#### SEGURO DE VIDA-RIESGO



FUENTE: Elaboración propia

En cuanto a los factores endógenos que mediatizan la penetración del seguro de vida-riesgo en el conjunto de la sociedad española, se debe destacar:

- **La imagen del sector asegurador.** En general, tal y como reconocen los expertos consultados, el sector de los seguros no tiene una imagen especialmente positiva en España.
- **La falta de especialización.** En general, los canales de venta no se focalizan exclusivamente en el seguro de vida-riesgo, sino que ofrecen una gama de productos amplia, lo que provoca que, en muchas ocasiones, los esfuerzos de marketing y la especialización de los

profesionales se centren en los productos con más salida comercial, como los seguros obligatorios (automóvil, hogar o responsabilidad civil), relegando al seguro de vida-riesgo a un segundo plano.

- **La competencia.** La principal competencia a la que se enfrenta el seguro de vida es la competencia interna, es decir, el resto de productos de seguro enfocados al ahorro o al riesgo, ya que muchos incluyen coberturas que compiten directamente con el seguro de vida-riesgo.
- **La falta de un ADN común.** Cada entidad ofrece el seguro de vida de manera diferente con primas, coberturas y riesgos distintos, lo que dificulta al usuario la comprensión del producto y la capacidad de comparar distintas ofertas para saber cuál es la más adecuada para su caso. Es por lo que se demanda una mayor claridad en el lenguaje del clausulado de los contratos. También los expertos consultados coinciden en señalar la falta de especialización en la comercialización, y que ésta no siempre se ha hecho con el asesoramiento adecuado y con la confección de una oferta individualizada para cada caso / familia, una política que ha generado una elevada desconfianza en los consumidores.

En cuanto a los factores exógenos que están influyendo en el desarrollo y penetración de los seguros de vida-riesgo, se debe destacar:

- **El nivel de renta / riqueza.** Los estudios publicados al respecto, coinciden en señalar que a mayor nivel de renta per cápita, mayor propensión a la adquisición de un seguro de vida-riesgo.

La adquisición de un seguro de vida-riesgo supone un acto de contratación voluntaria que implica la inversión de una parte de la renta actual. Dada la protección de la Seguridad Social y las prestaciones públicas existentes hasta el momento ante contingencias sociales, el seguro de vida-riesgo ha sido contemplado en nuestro país como un bien secundario o de lujo, lo que ha limitado la demanda y la ha condicionado al nivel de renta disponible, existiendo una relación directa.



- **La Seguridad Social y las prestaciones públicas en España.** La Seguridad Social y las prestaciones públicas ante contingencias de salud, viudedad y jubilación juegan un papel importante en la demanda del seguro de vida-riesgo. Mientras el sistema público de previsión pueda mantener los actuales niveles de prestaciones antes mencionados, los seguros de vida-riesgo no serán considerados imprescindibles para los niveles salariales bajos.

Nuestro sistema de Seguridad Social y prestaciones públicas se basa en un método de cotización activa o de reparto. Por ello, su sostenibilidad depende de la proporción entre población activa y población no activa. Este hecho genera que, ante fuertes tasas de desempleo, el sistema tienda a sufrir y producir desequilibrios que pueden requerir un ajuste, lo que introduce desconfianza en el agente que debe tomar la decisión de consumir o no un seguro privado.

Hasta hace unos años, el sistema de Seguridad Social español se percibía como sostenible a largo plazo. Sin embargo, tras los primeros síntomas de crisis, el sistema de pensiones ha dado muestras de debilidad y se ha puesto en entredicho su sostenibilidad futura.

La ausencia de datos actuales impide determinar en qué situación nos encontramos a día de hoy. Aunque la falta de confianza en el sistema de pensiones (incluyendo viudedad y orfandad) ha seguido creciendo, la renta disponible también ha disminuido, lo que contrarresta la posibilidad de contratación (aunque no la *deseabilidad*) de este tipo de producto.

## PRINCIPALES INDICADORES DE NATALIDAD Y FECUNDIDAD

Años	Nacimientos	Tasa Natalidad	Indicador Coyuntural de Fecundidad
1981	532.601	14,1	2,0
1986	438.303	11,4	1,6
1990	401.073	10,3	1,4
1995	363.467	9,2	1,2
2001	405.313	10,0	1,2
2002	417.688	10,1	1,3
2003	440.531	10,5	1,3
2004	453.172	10,6	1,3
2005	464.811	10,7	1,3
2006	481.295	10,9	1,4
2007	491.138	10,9	1,4
2008	518.503	11,4	1,5
2009	493.717	10,7	1,4
2010	485.252	10,5	1,4
2011	470.553	10,2	1,4

FUENTE: UNESPA

Una vez analizados los factores que están influyendo en el desarrollo de los seguros de vida-riesgo en España extraídos de las distintas fuentes secundarias consultadas y que confirman los expertos convocados en las Mesas Redondas, conviene detenerse en los drivers y barreras de contratación de este tipo de seguros que señala directamente el conjunto de la población a través de la macro-encuesta realizada.

Entre las palancas de contratación de los seguros de vida open market, los argumentos de más peso son los relacionados con la garantía del bienestar familiar: 'tener ahorros para la familia' con un 32,1% de menciones y 'por

tranquilidad / seguridad ante una desgracia' con un peso del 17,7% centran los drivers de contratación de los clientes que ya tienen un seguro de vida open market contratado.

## MOTIVOS DE CONTRATACIÓN DE UN SEGURO DE VIDA OPEN MARKET

(clientes)

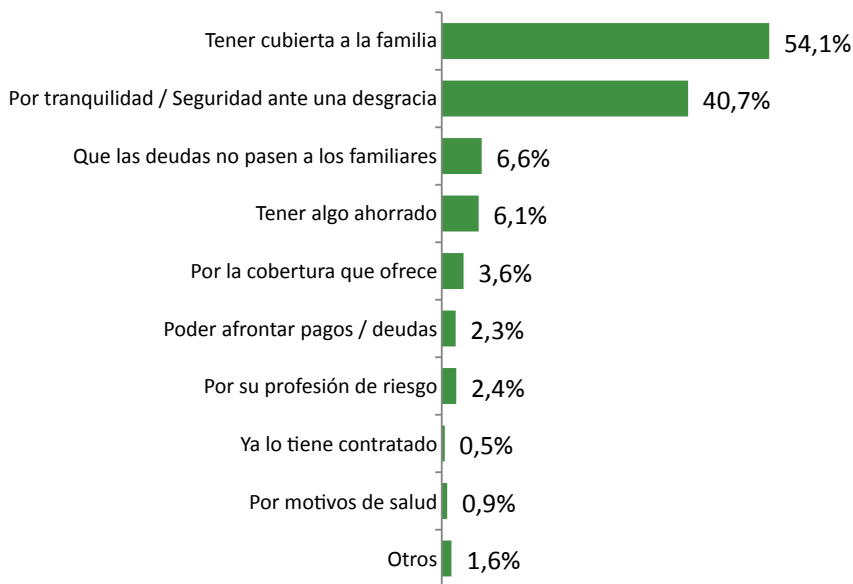


Base: Tienen un seguro de vida no vinculado a la hipoteca (556 casos)

FUENTE: Encuesta sociológica. Elaboración propia

De hecho, entre aquellos clientes que tienen un seguro de vida riesgo vinculado a una hipoteca / préstamo y que se plantearían contratar un seguro de vida-riesgo sin vincular (un 8,1% sobre el total de encuestados), algo más de la mitad lo haría por el deseo de 'tener cubierta a su familia' (54,1%) y cuatro de cada diez 'por tranquilidad / seguridad ante una desgracia' (40,7%). De nuevo, se pone de manifiesto la importancia de la protección del núcleo familiar a la hora de considerar la contratación.

## MOTIVOS DE CONTRATACIÓN DE UN SEGURO DE VIDA OPEN MARKET (no clientes)



Base: Contrataría un seguro de vida aunque no lo tuviera vinculado a la hipoteca (155 casos)  
FUENTE: Encuesta sociológica. Elaboración propia

En cuanto a los frenos, los efectos de la crisis económica suponen una importante barrera para la contratación. Así, más de una tercera parte manifiesta que 'no puede permitírselo económicamente', si bien, el estudio demuestra que la gran mayoría de los consumidores desconoce el precio real del seguro de vida-riesgo. Además existen otras barreras que tienen que ver con la falta de valor concedido a este tipo de productos y con su escasa visibilidad / presencia en la mente del usuario potencial: el 22,9% de los no clientes reconoce que no lo considera útil y el 11,2% declara que nunca se ha planteado contratar un seguro de vida-riesgo.

Estos frenos vienen a confirmar los problemas de comercialización de este tipo de seguros que señalaban los expertos: frecuentemente, desde las redes de ventas no se ha prestado especial atención a los seguros de vida-riesgo y los gestores no han sabido transmitir al consumidor su principal beneficio / valor: la protección del bienestar familiar en el caso de que se produzca una tragedia.

**MOTIVOS DE NO CONTRATACIÓN DE UN SEGURO DE VIDA OPEN MARKET  
(no clientes)**



Base: No tiene un seguro de vida (1.156 casos)

FUENTE: Encuesta sociológica. Elaboración propia

**3.4. Líneas de avance para el desarrollo del seguro de vida-riesgo en España: decálogo de recomendaciones.**

1. Crear un marco legislativo estable a largo plazo que proporcione incentivos fiscales para estos seguros de protección familiar. El enorme coste social de la desprotección familiar justifica con creces el uso de estos incentivos.
2. Aumentar la concienciación de los ciudadanos sobre el nivel real de protección de que disponen las familias en caso de muerte o invalidez de los proveedores económicos de la familia. En este sentido, las administraciones públicas deben dar a conocer la cuantía y funcionamiento de las pensiones en estos casos y las aseguradoras y agentes comercializadores deben promover la educación de la

población sobre la función del seguro de vida y su concienciación sobre la situación en las que quedan las familias no cubiertas.

3. Las compañías aseguradoras deben desarrollar productos de vida riesgo claros, fáciles de entender y que permitan a sus clientes identificar íntegramente las coberturas y las limitaciones.
4. Las compañías aseguradoras deben potenciar la oferta y la comercialización diferenciada de los seguros, poniendo en el centro de las estrategias de marketing los problemas y necesidades de los consumidores, de una forma segmentada.
5. Los seguros de vida-riesgo aún tienen margen para adecuarse a economías familiares más bajas; racionalizar su gestión y sus canales de contratación para hacerlos accesibles a economías más bajas será fundamental para su desarrollo futuro en España.
6. Los agentes comercializadores deben asegurar que sus procesos de venta incluyen un elemento importante de asesoramiento al cliente sobre las razones por las que el seguro de vida es importante, y qué situaciones vitales están protegiendo con los seguros. Es conveniente el uso de herramientas (simuladores, folletos, etc.) que simplifiquen la información y den una visión clara sobre las situaciones protegidas.
7. Las aseguradoras y agentes comercializadores deben recuperar la confianza de los clientes mediante un ejercicio de transparencia en el proceso de contratación, claridad en la documentación contractual, el envío de documentación periódica relevante para los clientes sobre los productos contratados y la gestión proactiva y transparente de los siniestros.
8. Se debe clarificar la denominación de los seguros de vida riesgo respecto de otros seguros, tanto de vida (ahorro) como de no vida (accidentes), para evitar la falsa convicción de muchos ciudadanos

que se creen cubiertos. El nombre de "*Seguro de vida*" ha ido perdiendo valor explicativo y su utilización comercial ha ido desvirtuando el auténtico significado del mismo. De hecho el "*seguro de vida ahorro*" pesa ya más que el "*Seguro de vida riesgo*". Ante esta situación parece obligado encontrar un nuevo nombre que permita:

- Explicar lo que es,
- Superar el problema de los que creen ya tenerlo,
- Tener una palanca de argumentación.

En este sentido parece adecuado incorporar en la arquitectura del nombre, el concepto de protección familiar.

9. Potenciar la implantación reciente del Registro de Seguros de Vida en el que los Notarios pueden consultar en las testamentarías, mediante su vinculación con el Registro Civil, así como su extensión a otras modalidades de seguros y otros colectivos, como son los seguros de las mutualidades. Estas medidas pueden suponer factores que contribuirán de forma importante a aportar confianza e interés por este tipo de seguros.
10. Se debe mejorar el actual sistema de arbitraje extrajudicial, para resolver los conflictos que se suscitan entre los usuarios y las compañías, lo cual redundaría en potenciar la confianza de los ciudadanos en los seguros, en general, y en los de vida en particular.

## Agradecimientos y créditos

A las entidades elaboradoras y patrocinadoras del presente estudio nos complace reiterar nuestro profundo y sincero reconocimiento a todos los profesionales que, de forma altruista y desde diferentes experiencias profesionales, han contribuido a la realización de este estudio a través de su participación en las Mesas Redondas celebradas en las 17 capitales de las Comunidades Autónomas de España.

Ciudad	Nombre	Cargo	Empresa
A Coruña	Amalia Blanco Louro	Vicerrectora de planificación Económica e Infraestructuras	Universidad de A Coruña
A Coruña	Eugenia Mariño López	Responsable Santiago Compostela	ADICAE
A Coruña	Evaristo Portela Acuña	Ciclista	
A Coruña	José Luis Quintela Julián	Técnico Servicios Sociales	Ayuntamiento A Coruña
A Coruña	Carlos Roas Teijeiro	Empresario	Asesoría Iberfis
A Coruña	José Luis Veira Veira	Catedrático de Sociología en la Facultad de Sociología	Universidad de A Coruña
Badajoz	Artemio José Baigorri Agoiz	Profesor en Dirección de Empresas y Sociología/ Grupo de Investigación en Estudios Sociales y Territoriales (GIESyT)	Facultad de CC. Económicas y Empresariales de la Universidad de Extremadura
Badajoz	Lorenzo Canal Ripado	Presidente	Colegio de Mediadores de Seguros de Badajoz



Ciudad	Nombre	Cargo	Empresa
Badajoz	Petra María Fernández Sánchez	Técnico en Consumo	Unión de Consumidores de Extremadura-Badajoz
Badajoz	Juan García Borrego	Vicepresidente	Asociación de Peritos de Seguros y Comisarios de Averías de Extremadura (APCAS)
Badajoz	Juan Antonio Menaya Nieto-Aliseda	Abogado	Despacho Menaya Abogados
Badajoz	Juan Enrique Pérez y Martín	Director	Cáritas Diocesana de Mérida-Badajoz
Badajoz	Jose María Reino Amador	Presidente	Federación de Comercio, Servicios e Industria de la provincia de Badajoz
Badajoz	Jaime Rojas López	Agente exclusivo	Caser
Badajoz	Agustín Sanabria Crespo	Notario	Ilustre Colegio Notarial de Extremadura
Barcelona	Santi Bujons Sampere	Director	Bujons Correduría de Seguros (Seguros)
Barcelona	Miguel Ángel Fraile Villagrasa	Secretario general	Confederació Catalana de Comerç
Barcelona	Raúl Gaitán Alcaide	Coordinador	Aicec-Adicae. Associació d'Usuaris de Bancs, Caixes i Assegurances de Catalunya
Barcelona	Jordi Parrilla Navarro	Director	Centro de Estudios del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros de España (CECAS)
Las Palmas	Sergio Barrera Falcón	Presidente	Colegio de Mediadores de Seguros de Las Palmas de Gran Canaria
Las Palmas	Jerónimo Barrera Hernández	Delegado en Canarias	AUSBANC
Las Palmas	Juan Lorenzo Campos Pineda	Presidente Provincial	Cruz Roja Española Las Palmas

Ciudad	Nombre	Cargo	Empresa
Las Palmas	M <sup>a</sup> Eugenia Cardenal de la Nuez	Profesora de Sociología	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Las Palmas	Gonzalo Díaz Meneses	Profesor de Economía y Empresa	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Las Palmas	María Victoria Ruiz Mallorquí	Profesora del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Las Palmas	Pedro Javier Viñuela Sandoval	Notario	
Logroño	Josu Ahedo Ruiz	Vicerrector de Estudiantes y Calidad Académica. Doctor en Filosofía. Licenciado en Filosofía, Derecho y Ciencias Políticas	Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)
Logroño	Javier Alonso García	Presidente	Asociación de la Prensa de La Rioja
Logroño	M <sup>a</sup> Ángeles Matute Bobadilla	Presidenta AAW	Federación de Asociaciones de Vecinos de La Rioja
Logroño	Carlos Miguel Sáenz	Presidente	Colegio Oficial de Mediadores de Seguros de La Rioja
Logroño	M <sup>a</sup> Cruz Navarro Pérez	Profesora de Economía Aplicada. Vicerrectora de Estudiantes y Empleo UR	Universidad de la Rioja
Logroño	Carlos Ruiz Marín	Director de Servicios Jurídicos	ADICAR (Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas de Ahorros y Seguros)
Logroño	Carmen Sabater Fernández	Profesora de Sociología UR	Universidad de La Rioja
Madrid	Francisco Betés de Toro	Presidente	Instituto para la Mediación Aseguradora y Financiera-IMAF
Madrid	Itziar Marín Aguilauume	Presidenta	Confederación de Consumidores y Usuarios de Madrid (CECU Madrid)
Madrid	Lorenzo Navarrete Moreno	Decano del Colegio de Madrid y secretario del Colegio Nacional	Colegio de Politólogos y Sociólogos de Madrid

Ciudad	Nombre	Cargo	Empresa
Madrid	Javier Navas Olóriz	Profesor del Curso Experto en seguros de la UNED, Director General de la Asociación de Gerentes de Riesgos IGREA y socio- director de SRM- Consultoría	SRM Consultoría
Madrid	José Ignacio Navas Olóriz	Notario	
Madrid	Mariola Olivera Fernández	Directora de Desarrollo Empresarial	Cámara comercio
Madrid	Luis Pineda Salido	Presidente	AUSBANC
Murcia	Pedro Alcázar Moreno	Economista y auditor	Dasem
Murcia	Luis Javier Cabezudo Vidal	Vicedecano	Colegio de Abogados de Murcia
Murcia	Adoración Carballo Orozco	Responsable área	Consumur. Área de Servicios Jurídicos
Murcia	Manuel Funes Díaz	En representación de	Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas de Ahorro y Seguros (ADI-CAE-MURCIA)
Murcia	Pedro Javier Martínez Franco	Responsable servicio Estudios Económico	Cámara de Comercio de Murcia
Murcia	Javier Morales Ortiz	Responsable Acción Social	Cáritas diocesana
Murcia	José Palazón Mondéjar	Mediador	Asociación Murciana de Mediadores
Murcia	María Robles Mateo	Vicesecretaria	Consejería de Universidades, Empresa e Investigación. CARM
Oviedo	Santiago Álvarez García	Vicerrector de Planificación Económica y profesor de Economía Aplicada	Universidad de Oviedo
Oviedo	Victor Barril Testera	Presidente	Colegio Oficial de Trabajo Social-COTSA
Oviedo	Jacobo Blanco Fernández	Profesor asociado de Sociología	Universidad de Oviedo
Oviedo	Ignacio Friera Acebal	Vicepresidente	Colegio de Mediadores de Seguros del Principado de Asturias

Ciudad	Nombre	Cargo	Empresa
Oviedo	Carmen García-Trelles Fernández	Diputada 4ª de la Junta de Gobierno y con experiencia profesional en seguros	Ilustre Colegio de Abogados de Oviedo
Oviedo	Fernando Leal Paraiso	Secretario de la Junta Directiva	Colegio Notarial de Asturias
Oviedo	Ramiro Lomba Monjardín	Director	SADEI-Sociedad Asturiana de Estudios Económicos e Industriales
Oviedo	José María Muñoz Paredes	Catedrático de Derecho Mercantil	Universidad de Oviedo
Oviedo	María Prado Fernández	Técnica de consumo	ADICAE
Palma de Mallorca	Víctor Alonso-Cuevillas Sayrol	Notario	
Palma de Mallorca	Agustín Buades Rul-lán	Notario	
Palma de Mallorca	Jesús Cuartero Sáiz	Experto en Derecho del Consumo	
Palma de Mallorca	Pedro Gallo Martínez	Director	AON-Baleares
Palma de Mallorca	David Gui Parets	Experto Seguros	Allianz
Palma de Mallorca	Juan Bautista Llorens Beltrán de Heredia	Responsable	Registro de Mediadores de Seguros de Baleares
Palma de Mallorca	Rosario Monter Espinosa	Profesora de Economía UIB	Universidad de las Islas Baleares
Palma de Mallorca	Luis Quetglas Alonso	Vicepresidente	Cercle D'Economia de Mallorca
Palma de Mallorca	Daniel Salamanca Rivero	Presidente	Colegio de Mediadores de Seguros de Baleares
Pamplona	Manuel Arizcun Biurrún	Presidente	Irache Asociación de Consumidores
Pamplona	Ángel Chocarro Abalos	Decano	Colegio Oficial de Economistas de Navarra
Pamplona	Miguel Martínez de Lecea Placer	Letrado y miembro de la Junta de Gobierno	Colegio de Abogados

Ciudad	Nombre	Cargo	Empresa
Pamplona	Patxi Pérez Fernández	Vicepresidente Económico de la Asociación	Asociación de Periodistas de Navarra
Pamplona	David Sainz Jiménez	Vocal Sociólogo	Colegio Oficial de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología de Navarra
Pamplona	Fernando Simón Yarza	Profesor Facultad de Derecho	Facultad de Derecho Universidad de Navarra
Santander	Jaime Acebes Fernández	Presidente	Colegio de Mediadores de Seguros de Cantabria
Santander	David Cantarero Prieto	Economía de la Salud	Universidad Cantabria
Santander	Jorge de Tomás Cuevas	Responsable	Secot (Seniors para la Cooperación Técnica)
Santander	Epifanio Díez Izquierdo	Socio Fundador	Edisa Asesores
Santander	Ana España Ganzarain	Directora General	Dirección General de Comercio y Consumo-Gobierno de Cantabria
Santander	María del Mar García de los Salmones Sánchez	Profesora titular y directora de comunicación de la Universidad de Cantabria.	Universidad Cantabria
Santander	María Concepción López Fernández	Universidad Cantabria	Vicerrectora de Internacionalización
Santander	Santiago Rego Rodríguez	Representante	Asociación de la Prensa de Cantabria
Santander	Alejandro San Millán Goya	Portavoz	Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas de Ahorro y Seguros de Cantabria (ADICAE-CANTABRIA)
Sevilla	Vicente Soriano García	Abogado	
Sevilla	Jose Asian Bizcocho	Vocal de la Junta de Gobierno del Colegio	Colegio de Mediadores de Seguros de Sevilla
Sevilla	Carmen Fernández de Villavicencio Álvarez-Ossorio	Profesora Titular	Facultad de Derecho
Sevilla	Rafael Fernández Morenas	Coordinador	ADICAE

Ciudad	Nombre	Cargo	Empresa
Sevilla	Manuel Marín Sánchez	Catedrático de Universidad	Facultad de Psicología
Sevilla	Ana Moreno Sánchez-Moraleda	Profesora del Departamento de Derecho Civil y Derecho Internacional Privado.	Facultad de Derecho de la Universidad de Sevilla
Sevilla	María Ángeles Muñoz Serrano	Decana	Ilustre Colegio de Procuradores de Sevilla
Sevilla	Ana Serrano Santamaría	Profesora del Departamento de Derecho Civil y Derecho Internacional Privado.	Facultad de Derecho de la Universidad de Sevilla
Toledo	Manuel Casado Martín	Responsable Seguros	Maphre
Toledo	José Enrique García Mérida	Miembro de la Junta Directiva	Colegio de Mediadores de Seguros de Toledo
Toledo	Nicolás Moreno Badía	Censor 3º	Ilustre Colegio Notarial de CLM
Toledo	Alberto Redondo de la Serna	Profesor	Facultad de Sociología
Valencia	Joaquín Borrell García	Notario	
Valencia	Enrique Devesa Carpio	Profesor Titular	Economía Financiera y Actuarial - Facultad de Economía- Universidad de Valencia
Valencia	Máximo Ferrando Bolado	Vicerrector de Economía	Universidad de Valencia - Asesor del IBEX
Valencia	Fernando Giner Grima	Consultor de Marketing estratégico.	
Valencia	Ricardo Guerrero Diáñez	Periodista y vicepresidente	Fundación Mundo 21
Valencia	Mónica Herrera del Río	Vicepresidenta	Colegio de Mediadores de Seguros
Valencia	José Antonio Pérez-Vercher	Delegado	Ausbanc
Valladolid	Pablo de la Rosa Gimeno	Director del Departamento de Sociología y Trabajo Social	Universidad de Valladolid
Valladolid	Juan Carlos de Margarida Sanz	Decano	Colegio Oficial de Economistas de Valladolid
Valladolid	Cristina Fernández Ramos	Profesora Economía financiera y contabilidad	Universidad Europea Miguel de Cervantes

Ciudad	Nombre	Cargo	Empresa
Valladolid	Ignacio Fernández Sobrino	Director	Onda Cero y Antena 3 Castilla y León
Valladolid	Pablo Fernández-Prida Casado	Representante	Colegio Oficial de Notarios
Valladolid	Adoración Reyes Gómez de Liaño Polo	Decana autonómica	Decanato de Registradores de la Propiedad de Castilla y León
Valladolid	Antonio J. Piñeyroa de la Fuente	Profesor titular de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social. Ha realizado una publicación sobre cobertura y normativa de la Seguridad Social	Universidad de Valladolid
Valladolid	Francisco Santos Hernando	Representante	Asociación de Corredores de Seguros de Castilla y León
Vitoria	Jorge Azcárraga Garagalza	Presidente	Colegio Mediadores de Seguros en Álava
Vitoria	Aitor Barañano Abasolo	Profesor de Economía Financiera	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Sarriko), Universidad del País Vasco
Vitoria	Luis Alberto Cristóbal Recio	Gestor del área de Gerencia de Riesgos y Seguros	Grupo Vadillo Asesores
Vitoria	Juan Kutz Azqueta	Vicedecano	Colegio Notarial del País Vasco
Vitoria	Arantza López Molpeceres	Asesora Jurídica	Organización de Consumidores y Usuarios Vasca
Vitoria	Iñaki Martínez de Zuazo	Comercial	Gasteiz On
Vitoria	Enrique Morán Aláez	Responsable de área socio-demográfica	Instituto Vasco de Estadística
Zaragoza	Dioscórides Casquero Vega	Economista, colaborador habitual de medios de comunicación	
Zaragoza	Mariano Espallargas Monserrate	Director del Área de Creación de Empresas	Cámara Oficial de Comercio e Industria de Zaragoza

Ciudad	Nombre	Cargo	Empresa
Zaragoza	Luis Ferruz Agudo	Catedrático de Contabilidad y Finanzas	Facultad de Económicas y Empresa de la Universidad de Zaragoza
Zaragoza	José Ignacio Fortea Muñoz	Miembro del Colegio de Economistas y Director de Bayo Correduría de Seguros	
Zaragoza	Miguel Giménez Palacio	Director de Proyectos	AICAR-ADICAE (Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas de Ahorros y Seguros)
Zaragoza	Jorge González de la Huerta	Miembro del Colegio	Colegio de Mediadores de Seguros de Aragón
Zaragoza	Jorge Mateo Carrillo	Director	ESIC-Zaragoza
Zaragoza	Jaime Minguijón Pablo	Profesor de Sociología	Universidad de Zaragoza
Zaragoza	Vicente Morató Izquierdo	Vocal	Ilustre Colegio Notarial de Aragón
Zaragoza	Rafael Zapatero González	Secretario general	CEPYME-Aragón

*Lista alfabética de provincias y relación de asistentes de las Mesas Redondas celebradas durante el periodo 30 de mayo a 27 de junio de 2013.*



Investigación técnicamente diseñada y realizada, durante la primavera y verano de 2013, por el Instituto de Investigación de Mercados y Estudios de Opinión Análisis e Investigación y la Universidad Rey Juan Carlos, con el patrocinio de Banco Santander Seguros Vida-Aegon.



SEGUROS VIDA

Las conclusiones del presente estudio sobre "La protección familiar en España y el Seguro de Vida" han sido elaboradas íntegramente por el instituto Análisis e Investigación, fruto de un exhaustivo estudio, por lo que no contienen ninguna manifestación, ni en consecuencia vinculan en modo alguno a las entidades patrocinadoras del mismo.