

Se presenta el Estudio Marco sobre “La cultura financiera de la familia española, el ahorro y sus medidas de protección”

Nace el Instituto para la Protección Familiar con el objetivo de mejorar la cultura financiera de las familias en España y contribuir a la planificación responsable de su mejor futuro económico

## **4 de cada 10 hogares españoles con hijos menores de edad no cuenta con ninguna medida para proteger el futuro económico de su familia**

- Los españoles se dan un simple aprobado en cultura financiera, un 5,58. Un 60,6% de los que se puntúan por debajo de 6 reconoce que su nivel de conocimientos en este ámbito puede estar haciéndole perder oportunidades para proteger mejor a su familia
- Uno de cada cuatro hogares españoles manifiesta no dedicarle “nada de tiempo” a planificar su futuro económico
- Sólo la mitad de los encuestados se muestran interesados en mejorar su educación financiera de manera gratuita
- 6 de cada 10 hogares en los que se ha vivido una tragedia, donde no contaban con un seguro que paliara las consecuencias, no tomaron posteriormente medidas de protección familiar
- El Estudio Marco ha sido presentado por el Instituto para la Protección Familiar ([www.institutoparalaproteccionfamiliar.com](http://www.institutoparalaproteccionfamiliar.com)), una iniciativa de Análisis e Investigación y la Universidad Rey Juan Carlos que cuenta con la colaboración de Aegon-Santander Vida
- Los datos cuantitativos corresponden a la Macro Encuesta del Estudio, realizado a nivel nacional, que ha contemplado, entre otras técnicas, 2.100 entrevistas a personas de entre 30 y 65 años que participan en la decisión y contratación de las principales compras de su hogar

Una iniciativa de:



Colabora:



**Madrid, 25 de noviembre de 2014.- El 42,7% de los hogares españoles con hijos menores de 18 años no ha tomado ninguna medida para proteger el futuro económico de su familia, según constata el Estudio Marco sobre “La cultura financiera de la familia española, el ahorro y sus medidas de protección”, presentado hoy en Madrid por el Instituto para la Protección Familiar.**

**El índice de hogares españoles que no ha tomado ninguna medida de protección familiar se eleva, por su parte, al 49,1%.** Entre los hogares consultados, que aseguran estar tomando alguna medida (un 50,9%), tres de cada cuatro mencionan hacerlo a través de alguna solución de ahorro (un 73,1%). En segundo lugar, aunque a cierta distancia, se sitúan los seguros en general (un 38,2%), con el de vida a la cabeza (27,5%).

Con esta investigación se presenta públicamente el Instituto para la Protección Familiar, entidad que nace “con el objetivo de mejorar la cultura financiera de las familias en España y concienciar de la necesidad de tomar las medidas más adecuadas en cuanto a la protección familiar, así como contribuir a la planificación responsable de su mejor futuro económico”, según explica su Director, Eduardo Creagh (más información en el anexo). Se trata de una iniciativa del instituto de estudios sociológicos Análisis e Investigación y la Universidad Rey Juan Carlos, y cuenta con la colaboración de Aegon-Santander Vida.

El Estudio Marco se ha elaborado a partir de Focus Group para orientar el cuestionario de una Macro Encuesta a hogares en España (con 2.100 entrevistas a personas de entre 30 y 65 años que son protagonistas en la decisión y contratación de las principales compras de su hogar), un Panel de Familias (estudio cualitativo con grupos de discusión presenciales y foros on-line con diferentes tipologías de hogares), un Desk Research y Entrevistas en Profundidad (a personas que han vivido un drama en el hogar, como el fallecimiento o invalidez del cabeza de familia o un siniestro importante en la vivienda).

### **La protección familiar, clave en los hogares con hijos**

De la Macro Encuesta se desprende que los hijos son un factor clave en la planificación de la protección familiar. **Para 1 de cada 3 encuestados (31%), el hito más importante en temas de protección familiar lo marca la llegada del primer hijo;** para el 18,1%, cuando se tienen los hijos pequeños en casa (de hasta 12 años); y para un 15,4%, cuando los hijos se encuentran en la universidad.

Es por lo que, tal y como se constata en el Panel de Familias del Estudio Marco, el nacimiento de los hijos marca un punto de inflexión en el ciclo vital familiar: supone la formación de la propia familia, donde además de vivirse desde la ilusión, afloran sentimientos de inseguridad y miedo a “no hacer bien las cosas” y se refuerza la percepción de responsabilidad (protección física y emocional, cuidado y atención, necesidad de contar con un colchón económico, etc.).

### **Medidas de protección familiar, pero no siempre idóneas**

Según apunta la investigación, un 49,4% de los encuestados afirma que no conseguirá ahorrar en 2014. La capacidad de ahorro está ligada a la adopción de medidas de protección familiar; de hecho, entre los que prevén ahorrar, el 62,8% está tomando alguna medida de este tipo, un dato que alcanza el 70,5% en los hogares con hijos menores de 18 años. Así, el 52,3% de los que prevén ahorrar afirma estar protegiendo a su familia con ahorros; el 29,5% con un seguro de vida y el 25,2% con un plan de pensiones.

Por otro lado, entre los que aseguran que no podrán ahorrar este año, el 55% no cuenta con medidas de protección económica para sus hogares; pese a esa falta de capacidad de ahorro, el 45,1% sí han suscrito y mantienen alguna solución de protección para los suyos.

Sin embargo, las medidas adoptadas por los entrevistados no siempre coinciden con las que más valoran para afrontar los gastos familiares en el caso de que ocurra una situación trágica en el hogar, como es el fallecimiento o invalidez del cabeza de familia. Así, el 51,5% cita el seguro de vida como la solución idónea para afrontar las consecuencias del fallecimiento del cabeza de familia y el 33% para paliar los casos de invalidez/accidente.

En cuanto a los gastos, **las primas de seguros se convierten en la tercera partida más frecuente en los hogares consultados (90,3%)**, sólo por detrás de alimentación y facturas de casa; sin embargo, su peso promedio relativo en el presupuesto anual del hogar se sitúa por debajo del 4%. Las principales decisiones de compra/gasto en el hogar se comparten entre la pareja.

**A pesar de reconocer una baja cultura financiera, 3 de cada 4 españoles afirman sentirse capacitados para tomar las decisiones más adecuadas para planificar el futuro económico de la familia**

Al abordar el **nivel de cultura financiera es destacable señalar que los encuestados se otorgan a sí mismos un simple aprobado, un 5,58** (en una escala de 0 a 10) en lo que a sus conocimientos financieros se refiere -el 49% se otorga una nota de entre un 5 y un 6, y el 19,5% se da un suspenso-. A pesar de ello, **las tres cuartas partes de los encuestados consideran que están suficientemente capacitados para tomar las decisiones más adecuadas para planificar el futuro económico de su familia (75,3%)**. Son los hombres los que más presumen de esta capacidad, con un 81,8% frente al 68,6% que declaran las mujeres.

Sin embargo, **el 60,6% de los encuestados que se puntúan por debajo de 6 admite que su nivel de cultura financiera podría estar haciéndole perder oportunidades para proteger mejor a su familia**. Pese a ello, sólo la mitad de los entrevistados se mostraron interesados en mejorar sus conocimientos sobre el tema de manera gratuita (51,9%). Los que tienen entre 30 y 40 años, los que no se consideran adecuadamente capacitados para tomar decisiones financieras y los que prevén ahorrar este año, se muestran más abiertos a adquirir conocimientos en este ámbito.

Los encuestados con niveles formativos inferiores y de clase baja/media-baja tienen una peor percepción sobre su nivel de cultura financiera. En cambio, los universitarios y los que tienen entre 30 y 40 años se califican por encima del resto. Entre los que consideran que tienen una elevada cultura financiera (por encima de 7), son la experiencia propia y el entorno los principales canales que utilizan para adquirir estos conocimientos.

En cuanto al **tiempo que se dedica a la planificación del futuro económico de la familia, el 24,6% de los hogares reconoce no dedicarle nada de tiempo: “es algo en lo que no pienso habitualmente”, afirman los encuestados. Por su parte, casi la mitad de los entrevistados, un 45,7%, declara que dedica más de 7 días al año a este tema**. A menor edad de los encuestados, mayor es el tiempo dedicado a la planificación económica de la familia.

### **Los dramas familiares, tema ‘tabú’ que genera alta preocupación entre los españoles**

Las preocupaciones de los españoles, en el contexto de crisis actual, se centran en el trabajo y la estabilidad laboral con la prioridad de poder afrontar los gastos mensuales. Cuando se plantean las situaciones de drama (invalidez, fallecimiento, accidente del cabeza de familia, etc.) generan entre los encuestados un nivel de preocupación muy elevado (por encima del 8, en una escala de 0 a 10). Según se constata en el Panel de Familias realizado para el Estudio Marco, las situaciones de drama son un tema “tabú” del que no se quiere tomar conciencia pero que producen un alto nivel de inquietud y ansiedad al ser abordados.

**Por otro lado, el 13,3% de los hogares consultados ha vivido una situación dramática. En el momento del suceso, prácticamente la mitad de los encuestados carecía de algún seguro o solución que les cubriera (47,6%).** El valor de los seguros en esos momentos es innegable: siete de cada diez hogares que tenía alguna medida de este tipo contratada, cuando sucedió la tragedia, reconocen que esta solución les ayudó mucho a afrontar las consecuencias; y cuatro de cada diez señalan que, de no haberla adoptado, la situación económica de su familia sería aún peor.

A pesar de todo, la vivencia de un drama causa una toma de conciencia moderada: **6 de cada 10 encuestados que ha sufrido una tragedia y que no disponía de un seguro en ese momento, no decidió posteriormente tomar alguna medida para proteger a su familia (60,6%).** Entre los que sí adoptaron medidas tras una vivencia dramática, la contratación de un seguro fue la principal solución de protección adoptada, en un 65,1% de los casos, (con el de accidentes 29,3% y vida 26,3% a la cabeza), seguida del ahorro, con un 49,7%, y la realización de algún tipo de inversión, con un 10,9%.

### **Las entidades financieras, en tercer lugar como prescriptores sobre la protección familiar**

En cuanto a las figuras o entidades a las que acudir a la hora de informarse o tomar las decisiones más acertadas en el ámbito de la protección familiar, los encuestados citan en primer lugar su entorno; se trata del principal prescriptor para el 74,4% de los entrevistados y es, además, el que genera más confianza, con una nota de 7 en una escala del 0 al 10. En segundo lugar, se sitúan las asociaciones de consumidores, a las que dicen acudir seis de cada diez encuestados y que son puntuadas con un 6,30 en cuanto a su credibilidad. En tercer lugar, se encuentran las entidades financieras, que tienen en cuenta el 42% de los entrevistados con un nivel de confianza de 4, puntuación similar al que obtienen internet y los mediadores de seguros.

#### **Para más información:**

Mónica de Miguel / Rocío Roldán  
Comunicación y Relaciones Externas  
Tel. móvil: 686 943 433 / 607 159 741  
monica.demiguel@analisisinvestigacion.com  
roocio.roldan@analisisinvestigacion.com

## Nace el Instituto para la Protección Familiar

**Entre sus objetivos se encuentra el de mejorar la cultura financiera de las familias españolas y concienciar de la necesidad de que planifiquen y tomen las medidas más adecuadas para proteger su futuro económico en cada etapa del ciclo familiar**

**Madrid, 25 de noviembre.-** El Instituto para la Protección Familiar es una entidad privada de ámbito nacional con sede en Madrid que nace con el objetivo de mejorar la cultura financiera de las familias en España, concienciar de la necesidad de tomar las medidas más adecuadas en cuanto a la protección familiar y contribuir a la planificación responsable de su mejor futuro económico en cada una de las etapas del ciclo de vida familiar. Se trata de una iniciativa del instituto de estudios sociológicos Análisis e Investigación y la Universidad Rey Juan Carlos, y cuenta con la colaboración de Aegon-Santander Vida.

El Instituto nace tras la publicación del **Libro Blanco sobre “La protección familiar en España y el seguro de vida”**, una investigación realizada en 2013 por estas mismas entidades. Este estudio puso de manifiesto el bajo nivel de protección familiar privada de los hogares españoles con respecto a otros países desarrollados, y su desconocimiento generalizado en este campo.

Para desarrollar su labor, el Instituto para la Protección Familiar se articula en dos órganos:

El **Observatorio de la Protección Familiar**, a través del cual el Instituto realiza y difunde estudios y análisis sociológicos para contar con un diagnóstico actualizado de la situación económica de las familias españolas, en cuanto a las medidas de protección y planificación económica que adoptan. Gracias al análisis de las conclusiones de estos estudios impulsa, además, iniciativas para contribuir a la mejor protección familiar e influir en la mejora de las prácticas comerciales para tales fines.

El Centro de Gestión del Conocimiento, del que depende un **Aula Financiera** destinada a ayudar a las familias españolas en la planificación y protección de su futuro económico.

A través de su página web **[www.institutoparalaproteccionfamiliar.com](http://www.institutoparalaproteccionfamiliar.com)**, esta entidad divulgará los estudios realizados y otros, de fuentes secundarias, que considere destacables. Bajo la conceptualización de un faro que sirve a los usuarios de guía en las finanzas personales y en la planificación de su futuro económico, la web recopilará consejos prácticos sobre economía doméstica, abordará aspectos socioeconómicos como las etapas del ciclo de vida de la economía familiar, analizará temas de actualidad con distintos expertos, pondrá a disposición de los ciudadanos un consultorio, un test de cultura financiera, recopilará en su agenda los principales eventos sobre este ámbito, e incluso enseñará a los más pequeños, a través de cuentos y juegos, el significado de conceptos económicos como el ahorro. Todos estos contenidos se divulgarán también a través de las cuentas del Instituto para la Protección Familiar: en Facebook -[www.facebook.com/institutoparalaproteccionfamiliar](https://www.facebook.com/institutoparalaproteccionfamiliar)- y en Twitter @aulafinanciera.

Una iniciativa de:



Colabora:



## Entidades impulsoras y colaboradoras:

### Acerca de Análisis e Investigación

Análisis e Investigación, líder de los institutos independientes de investigación de mercados de España, cuenta con una trayectoria de más de veinticinco años en nuestro país. Con sede en Madrid, es responsable, entre otros, de la realización de Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) en once países europeos e iberoamericanos.

### Acerca de la Universidad Rey Juan Carlos

La Universidad Rey Juan Carlos es la más joven de las universidades públicas madrileñas. Su trayectoria se ha caracterizado por una actitud abierta a la sociedad en general y al tejido empresarial en particular, promoviendo de forma constante la cooperación en materia de docencia e investigación, tanto en el panorama nacional como en el contexto internacional.

### Acerca de Aegon-Santander Vida

Banco Santander y Aegon firmaron en 2012 una alianza estratégica a 25 años para distribuir Seguros de Vida y Generales conjugando la experiencia en bancaseguros de Aegon y la gran capacidad de distribución y conocimiento asegurador de Banco de Santander.

### Para más información:

Mónica de Miguel / Rocío Roldán  
Comunicación y Relaciones Externas  
Tel. móvil: 686 943 433 / 607 159 741  
monica.demiguel@analisisinvestigacion.com  
rocio.roldan@analisisinvestigacion.com

Una iniciativa de:



Colabora:

