

Instituto de Ciencias del Seguro

El Seguro de Vida en España: Factores que influyen en su progreso

José Jurado Gil



FUNDACIÓN MAPFRE no se hace responsable del contenido de esta obra, ni el hecho de publicarla implica conformidad o identificación con la opinión del autor o autores.

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra sin el permiso escrito del autor o del editor.

© 2009, FUNDACIÓN MAPFRE
Paseo de Recoletos 23
28004 Madrid

www.fundacionmapfre.com/cienciasdelseguro
publicaciones.ics@mapfre.com

ISBN: 978-84-9844-159-8
Depósito Legal: SE-3349-2009

PRESENTACIÓN

La FUNDACIÓN MAPFRE desarrolla actividades de interés general para la sociedad en distintos ámbitos profesionales y culturales. En el marco de la Fundación, el Instituto de Ciencias del Seguro promueve actividades de formación y de investigación en el campo del Seguro y la Gerencia de Riesgos tanto en España como en América Latina.

Para el mejor desarrollo de la labor formativa e investigadora, la Fundación cuenta con un centro de información documental con más de 100.000 referencias y una biblioteca que da soporte a las actividades anteriores y que presta sus servicios al sector profesional especializado en el ámbito del Seguro, la Gerencia de Riesgos, la Seguridad y el Medio Ambiente: www.mapfre.com/documentacion

El Instituto promueve la edición impresa y en formato electrónico de libros, cuadernos de trabajo, informes y estudios de investigación y además, edita una revista especializada en Gerencia de Riesgos y Seguros.

Estas publicaciones, constituyen el medio de divulgar los resultados de investigaciones o estudios cuya actualidad o temática pueden resultar de interés para el público especializado.

José Jurado es licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Madrid. Se ha graduado en estudios post grado en IMI (IMEDE) de Suiza y en Harvard Business School de Estados Unidos.

Comenzó su carrera profesional como interventor de una sucursal bancaria en Madrid. Continuó en Estados Unidos como responsable de control de costes en Maislin Bros. Compañía internacional de transportes. En España, de nuevo, prestó sus servicios en Chrysler Financial Corporation y desde los 24 a los 26 años ejerció como director financiero de M. Ferrer, sociedad de brokerage y armadora de buques. De ahí ingresó en ICEA como director de marketing, de planificación estratégica y finalmente como consejero director general. En ICEA prestó sus servicios durante 36 años.

José Jurado ha escrito numerosos libros e informes técnicos y de gestión en materias de seguros y financieras y ha impartido cursos y conferencias en España, en distintos países de Europa y en América del Norte y del Sur.

ÍNDICE

PRÓLOGO	9
1. IMPORTANCIA DEL SEGURO DE VIDA	13
2. FACTORES EXÓGENOS QUE HAN INFLUIDO EN EL DESARROLLO DEL SEGURO DE VIDA EN ESPAÑA	35
2.1. El nivel de renta y riqueza	35
2.2. La imagen y actitud de los ciudadanos	52
2.3. Factores legislativos y fiscalidad	67
2.4. El papel de la Seguridad Social y las prestaciones públicas .	77
3. FACTORES INTERNOS QUE HAN INFLUIDO EN EL DESARROLLO DEL SEGURO DE VIDA EN ESPAÑA	87
3.1. Escasa especialización de las compañías de seguros	88
3.2. Insuficiente personalidad del seguro de Vida	95
3.3. Competidores del seguro de Vida	97
3.4. Productos del seguro de Vida	101
3.5. Promoción y publicidad del seguro de Vida	103
4. SÍNTESIS DE INFLUENCIAS ENTRE FACTORES EXTERNOS E INTERNOS	109
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	113
6. APÉNDICES	121
Apéndice 1. Dimensión del seguro de vida. Ránking por países	121
Apéndice 2. Artículo de Business Week. Los problemas de jubilación de los <i>baby boomers</i>	123
Apéndice 3. Normativa del IRPF. (Modificaciones legislativas)	131
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	133
Colección <i>Cuadernos de la Fundación</i> Instituto de Ciencias del Seguro	139

PRÓLOGO

La labor de analizar la importancia que tiene el seguro de vida en los países más desarrollados del mundo y comparar dicha importancia con el grado de avance que se ha conseguido en España tiene numerosos precedentes, pues ha sido materia que ha interesado al sector asegurador desde hace mucho tiempo. Cabe citar a este respecto los trabajos realizados por la subponencia de seguros del III Plan de Desarrollo, llevados a cabo en el seno del entonces Sindicato Nacional del Seguro en la década de los años setenta.

Asimismo, merecen especial mención las iniciativas de análisis y propuestas de solución que se realizaron y formularon en el seno de ICEA –Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras – a través del Plan Estratégico del Seguro Español del año 1975, y sus seguimientos posteriores, que fueron culminando a lo largo del tiempo en otro importante libro de consulta, publicado por la asociación con el título “*El Seguro de Vida en España. Clave para el Bienestar Social*” (2000).

Han constituido también precedentes de esta inquietud los distintos trabajos realizados por las instituciones que forman parte del sector de seguros español, incluidas las organizaciones privadas, la propia Administración Pública y las compañías de seguros, individualmente consideradas, en su afán por desarrollar esta parte tan importante del mercado, que llevaba y lleva un retraso casi secular con respecto a lo que cabía y cabe esperar en una economía y una sociedad como la española. Sin embargo, el trabajo que tiene el lector en sus manos cuenta con un precedente más inmediato. No hace mucho, en la reunión de aseguradores de la *International Insurance Society* se entregó a los asistentes un informe de la revista *Sigma* sobre el seguro mundial que publica regularmente la compañía Suiza de Reaseguros y que hacía referencia a los datos del año 2006. En él aparece el *ranking* de los diferentes países del mundo ordenados por volumen de primas, de mayor a menor, distinguiendo los seguros de vida del resto de los seguros.

Dicha estadística, cuyo extracto figura como apéndice en el texto, refleja con toda claridad que España ocupa una posición menos favorable cuando se analizan las primas de seguros de vida que cuando se trata de las de no vida. En estas últimas, nuestro país ocupa el lugar número ocho del *ranking* mundial (detrás de Estados Unidos, Alemania, Gran Bretaña,

Japón, Francia, Italia y Canadá, por este orden), mientras que en los seguros de vida ocupa el dieciséis, detrás de los países mencionados más Holanda, Bélgica, Suiza, Corea del Sur, China, Taiwán, África del Sur y Australia. ¿Por qué ocurre esto? ¿Por qué en España el seguro de vida es menos importante que los seguros generales, a diferencia de lo que ocurre en otros países? ¿Cuáles son las causas o cómo se justifican las diferencias?

Aún más destacado que el tamaño total de la industria es el ratio de primas de seguros per cápita, pues el volumen de primas totales no toma en consideración los habitantes de cada uno de los países considerados. España ocupa el puesto número veinticuatro en importancia de primas de seguro de vida por habitante, con 651 dólares, mientras que el Reino Unido, que es el primero, alcanza los 5.139 dólares: es decir, un múltiplo de cerca de ocho veces lo logrado por nuestro país. La renta per cápita del Reino Unido no se separa de la de España en la misma proporción, sino sólo en algunos puntos porcentuales. Las diferencias son por tanto muy importantes.

En fin, si se observan las primas en relación con el Producto Interior Bruto, nuestro país ocupa el lugar número veintisiete de la estadística con un 2,8%, mientras que el Reino Unido alcanza un 13,1% con una ganancia, por tanto, de más de cuatro veces y media la de España.

¿Qué ocurre en nuestra sociedad para que el seguro no ocupe el lugar que le corresponde en función de nuestra riqueza y de nuestra renta? Y más aún, ¿qué ocurre en nuestro seguro de vida para que el retraso y las diferencias sean especialmente profundas?

¿Acaso el ciudadano español no se inclina, como lo hacen los ciudadanos de los demás países, por este producto o servicio porque su mentalidad y valores hacen que se resistan a ello? ¿Es posible que el consumidor español no haya alcanzado el nivel de vida necesario para dedicar suficiente ahorro al seguro de vida? ¿O quizá el defecto, o mejor la insuficiencia, debiéramos de buscar en el lado de la oferta, o sea, en las propias entidades de seguros, que no hacen los esfuerzos necesarios para ello o los hacen con reducida eficacia? ¿A lo mejor el entorno institucional, como por ejemplo las prestaciones públicas o la fiscalidad vigente del seguro de vida, es el principal causante de este retraso?

El presente estudio tratará de acercarse a estas cuestiones, reflexionará sobre las mismas y buscará respuestas a estas preguntas que, al menos, parezcan razonables. Con estas reflexiones en la mano se propondrán algunas recomendaciones para la actuación futura en los dos campos que nos parecen posibles: en el de orden exógeno a la propia industria aseguradora (legislación, entorno institucional, costumbres, valores, competidores del seguro, etc.) y en el de orden endógeno al sector, que

no es otra cosa que la calidad de la actuación de las entidades aseguradoras sobre el mercado potencial y sobre sus clientes (campañas de información e imagen, productos adaptados a las necesidades, precios, calidad de gestión, eficiencia de empresa, etc.).

Quizás la respuesta correcta sea una fina mezcla de elementos de orden exógeno y endógeno. Lejos de ser cada uno de ellos un compartimento estanco, son como vasos comunicantes: lo interno afecta a lo externo y, sobre todo, lo externo afecta a lo interno.

Si esto es así, el estudio se encontrará ante la oportunidad de recomendar algunas líneas de actuación estratégica que, partiendo de un análisis lo más objetivo y realista posible del sector asegurador y de las compañías que lo componen, actúen sobre la demanda de seguros de vida —consumidores potenciales y reales, así como las instituciones— y a su vez sobre ellas mismas, mejorando la eficacia de su actuación como entidades individuales y del conjunto de la industria.

Todo empresario sabe muy bien que el éxito de un producto o, en definitiva, de una empresa, y sobre todo el éxito a largo plazo, se consigue cuando hay una buena sintonía (como cuando sintonizamos una emisora de radio) entre lo que se ofrece —en precio, calidad y tiempo— y lo que el cliente quiere o necesita.

Si no hay sintonía entre la oferta y la demanda no se alcanzará el éxito y menos aún un éxito sostenible en el tiempo. Si por el contrario existe sintonía entre lo que se ofrece y lo que se necesita, el triunfo estará casi asegurado.

Esta última es la opción que sin lugar a dudas le corresponde al seguro de vida, que es un producto que cuenta con todas las condiciones éticas y objetivas precisas, que es un bien necesario para el ciudadano, rentable para el consumidor en términos de calidad /precio y bueno para la sociedad y el país en su conjunto.

Si se conocen las causas que frenan la compra del seguro de vida, se corrige la posible insuficiencia de la oferta y se promueve un entorno institucional favorable para el aseguramiento, el sector de vida español alcanzará la debida sintonía con el público y será uno de los productos estrella de la sociedad que se nos avecina. Una sociedad donde la preocupación por el riesgo de muerte prematura, dejando sin suficiente amparo a los familiares, y por el alargamiento constante de la vida sin suficientes recursos de sostenimiento serán primordiales. Sería justo entonces añadir un subtítulo a este trabajo que dijera algo así como: “El seguro de vida en España, un gran mercado potencial para un sector preparado y especializado”.

IMPORTANCIA DEL SEGURO DE VIDA

El seguro de vida se concibe en todos los países avanzados del mundo como una de las palancas fundamentales para el desarrollo económico y social. Entre sus principales virtudes se pueden mencionar las siguientes:

- A. Contribuir a la formación de un hábito generalizado y sistemático de ahorro entre los ciudadanos.

El seguro de vida no ha de desarrollarse exclusivamente a través de un ahorro de carácter sistemático y continuado en el tiempo. Existen las llamadas primas de pago único (un solo pago por parte del cliente en todo el periodo de vigencia del seguro), las de carácter flexible (mayor o menor importe según las capacidades en cada momento del tomador del seguro), las adicionales o esporádicas (acumulando un importe superior a las primas y por tanto al capital) e incluso la ausencia de pago de prima en ciertos momentos según las circunstancias personales por las que atravesara el cliente.

Sin embargo, y a pesar de todo ello, la experiencia ha demostrado a lo largo de la historia del seguro de vida que el pago sistemático y planificado de la prima del seguro durante extensos periodos de tiempo es lo que ha dado mayor sustentividad y solidez a este sector en todos los países del mundo.

- B. Cubrir las consecuencias económicas que lleva consigo el riesgo de fallecimiento prematuro de las personas.

A través de su funcionamiento técnico, el seguro de vida dispersa los riesgos y asegura los mismos produciendo una sensación real de tranquilidad al sentirse los individuos cubiertos ante las consecuencias de orden económico que produce un fallecimiento prematuro sin dejar a los dependientes en una situación de precariedad o insuficiencia.

- C. Contribuir a la constitución de ahorro entre los ciudadanos a fin de formar un patrimonio familiar o individual asegurado que les cubra las necesidades inherentes a una vida madura cada vez más larga.

Dicho en otras palabras, si en el caso anterior se mencionó que el seguro de vida cubre la contingencia de vivir demasiado poco tiempo, en el presente se hace referencia a que el seguro de vida cubre también la contingencia de vivir demasiado tiempo, es decir, vivir una vida tan larga que esté por encima de los recursos económicos disponibles. Este riesgo es cada día más real y próximo, en la medida en que está aumentando de forma extraordinaria la longevidad de las personas en todos los países desarrollados del mundo y, sin embargo, no lo está haciendo con similar ritmo el ahorro finalista.

- D. Contribuir al desarrollo sostenido y estable de la economía de los países, mejorando la calidad de vida mediante la inversión, normalmente a largo plazo, de las importantes reservas que constituyen las provisiones técnicas de las compañías de seguros de vida.

Merece la pena desarrollar, aunque sea sólo de forma sucinta, los anteriores puntos de manera que se obtenga una mejor apreciación de su significado y esta argumentación nos lleve, con una cierta sistemática, hacia los objetivos que se persiguen en este informe.

A. Contribuir a la formación de un hábito de ahorro

El ser humano siempre ha sentido y siente la necesidad de consumir una amplia variedad de bienes, tanto de aquellos cuyo consumo es inmediato como de aquellos en los que no lo es. Para satisfacer estas necesidades ha tenido que esforzarse, trabajar y obtener determinados ingresos, pues dichos bienes nunca se han encontrado a su libre disposición ni en forma ni en tiempo.

Si los ingresos obtenidos con su esfuerzo superaban el costo de los bienes, guardaba el exceso para cubrir necesidades futuras. Si no era así, sabía que pronto habría de esforzarse de nuevo con el fin de obtener otros ingresos para satisfacer necesidades inmediatas, ya fuesen complejas o elementales, como por ejemplo alimentarse o vestirse.

En el mundo actual la situación descrita no ha cambiado en su concepción de fondo. Las necesidades actuales de consumir —sean estas reales o sean imaginarias, provocadas por hábitos, modas o simplemente por el efecto que se ha llamado “demostración” o imitación— se han incrementado de tal forma que en la práctica son infinitas. Hoy se

adquieren más bienes que nunca; estos son más sofisticados, complejos y atractivos que lo fueron antes y, como consecuencia razonable de ello, el esfuerzo que se requiere para su obtención es hoy mayor de lo que lo fue nunca.

Los avances en la economía fiduciaria, el crédito y los medios de pago han contribuido a mejorar y facilitar la compra de productos por parte de los ciudadanos, pero al mismo tiempo han contribuido también a dar mayor complejidad a sus decisiones y a añadir una nueva necesidad que hace tiempo no existía: la de la planificación financiera personal y familiar. Si el individuo no planifica su economía es muy probable que el flujo de sus ingresos sea inferior al flujo de sus gastos, provocándose así un déficit de recursos que la experiencia demuestra que es muy difícil de corregir en el tiempo.

La constitución de un ahorro personal pretende fundamentalmente corregir estos desfases en el flujo temporal de ingresos y gastos, reduciendo el riesgo de permanencia de déficit a largo plazo, pues ello colocaría en serio riesgo a la economía personal y familiar.

El hecho de conseguir el ajuste necesario comporta normalmente sacrificios en el sentido de reducir o aplazar el gasto de consumo a un momento posterior. El ahorro personal y familiar implica por tanto un sacrificio que para amplias capas de la población en España, las estadísticas hablan de hasta un 60%, suele ser difícil de lograr e incluso de comprender en cuanto a sus ventajas. Es aquí donde entra el seguro de vida y con un decidido papel.

La actividad aseguradora en general y muy especialmente la del seguro de vida está dedicada, o incluso está centrada, en convencer y en conseguir que ese ahorro se lleve a cabo por parte de los ciudadanos. El objetivo sería que retrasen en el tiempo determinados gastos para ajustarlos a los ingresos, y que constituyan un ahorro que les permita atender necesidades futuras, algunas de las cuales son predecibles en el tiempo y otras no, como las que sobrevienen en caso de fallecimiento prematuro dejando sin cubrir a los dependientes, o no consiguiendo crear un patrimonio para atender a la cada día más larga vida que afortunadamente nos espera.

Para asesorar y convencer a los ciudadanos sobre la importancia de estas cuestiones, las compañías de seguros han realizado inversiones importantes en la creación de las llamadas redes de distribución del seguro, tanto las de tipo general, o sea para todos los ramos, como las del seguro de vida en particular. Los caminos que suelen utilizar las entidades para conseguir este propósito son los siguientes:

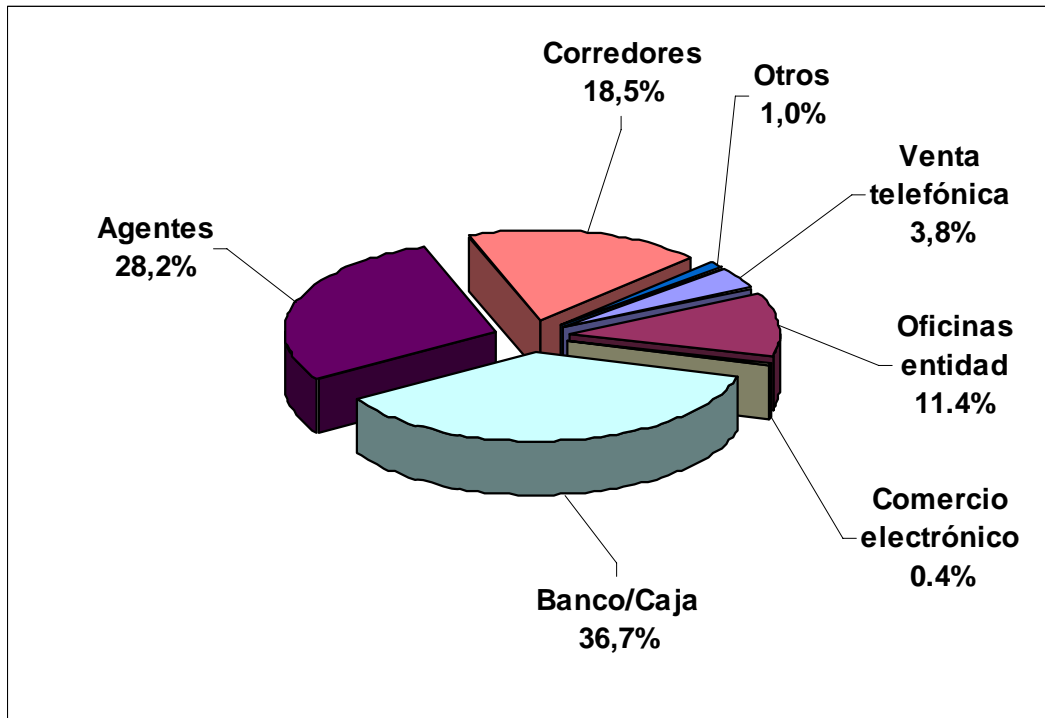
- Sensibilización ciudadana a través de variados canales de comunicación, disponibles en cada momento, como promociones, relaciones públicas y publicidad en diferentes medios.
- Desarrollo de una fuerte actividad comercial (promoción, visitas y entrevistas de venta) por parte de las redes de mediadores que trabajan en la producción de seguros de vida para sus entidades, ya sea dedicando su tiempo únicamente a este tipo de seguros o compartiéndolo con la producción de otros seguros que complementan las necesidades de las familias. Se estima en 150.000 el número de mediadores operativos en España.
- Utilización de redes de distribución independientes de las propias compañías de seguros. Los llamados corredores de seguros que actúan en defensa de los intereses de los asegurados proporcionándoles el producto y la compañía que más se ajusta a sus deseos y necesidades. Se estima en 3.500 el número de corredores (personas individuales) y corredurías de seguros (empresas) activos en España

Venta directa, como se llama a la que se realiza directamente en las oficinas de la entidad (sean las centrales o las sucursales), a través del teléfono, correo, Internet; o sea sin la presencia física del mediador de seguros.

En los siguientes gráficos se ilustran de una forma muy clara los distintos medios o canales de distribución de los que dispone el seguro para alcanzar los objetivos mencionados (se distinguen los referentes al seguro en general y a los seguros de vida en particular).

Se observa en el gráfico la respectiva importancia de los distintos canales de distribución del seguro y vemos que el que componen los agentes más los corredores independientes representa el 46,67% de las primas de seguro, constituyéndose así como un canal principal.

Grafico 1
 Cuota de mercado por canales. Todos los ramos. Volumen de negocio.
 Datos 2006. Fuente: ICEA



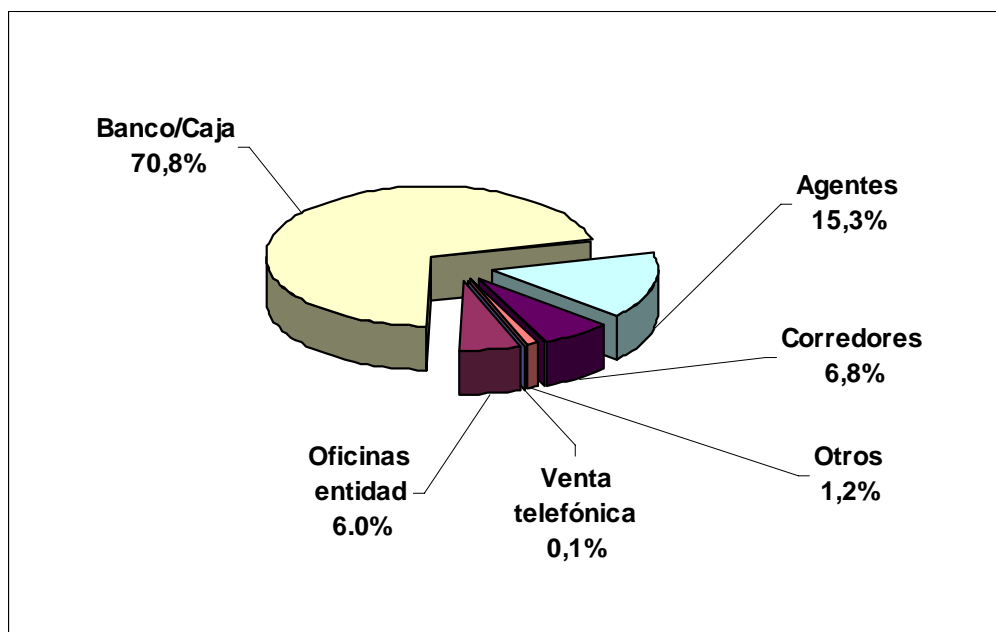
A continuación figura la banca seguros, que hace referencia a la distribución de seguros en las oficinas bancarias de las que se hablará más adelante (un 36,67% de las primas) y las oficinas de las propias entidades de seguros, que representan un 11,35% de toda la cartera nacional de seguros en España.

Si se suman las primas producidas en las oficinas de bancos y cajas de ahorros y las que se venden directamente en las propias oficinas de las compañías de seguros, la participación de este grupo asciende a un 48,02%.

Finalmente, hay que citar la llamada venta telefónica con un 3,84% de la producción total y que está principalmente centrada en el seguro de automóviles. Además está la venta por Internet, en la que se han depositado grandes esperanzas pero que por ahora sólo ocupa el 0,44% de las primas de seguro.

Especial interés tiene el análisis de los canales de distribución referidos exclusivamente a la producción de seguros de vida.

Gráfico 2
Cuota de mercado por canales. Ramo de Vida. Volumen de negocio. Datos
2006. Fuente: ICEA



Tanto en este gráfico como en el anterior aparece la banca seguros separadamente de los demás y como un canal diferenciado de distribución del seguro: el epígrafe banco/caja.

La razón de separarlo en las estadísticas y cuadros que maneja normalmente el sector asegurador no es otra que la gran importancia que ha adquirido este canal en España (cerca del 71% de las primas de cartera de seguros de vida) y también en otros países de nuestro entorno, como Francia o Italia, por ejemplo.

Se incluye en el canal banca seguros, hablando con propiedad y exactitud, la producción de seguros que realizan no sólo las oficinas de los bancos sino también las de las cajas de ahorros, y se refiere normalmente con esta denominación a los seguros producidos por las compañías aseguradoras de las que el banco o la caja son propietarios o tienen establecido un contrato de agencia.

En otras palabras, la oficina bancaria actúa de mediador de sus propias compañías (no como asegurador) y, como consecuencia de ello, todo hace pensar que en la clasificación sectorial habría de figurar bajo el epígrafe de los mediadores (como son los agentes y corredores). Sin embargo, su importancia, como se observa en el cuadro y habrá ocasión de insistir más adelante, hace que la banca seguros figure comúnmente por separado en la generalidad de las estadísticas de la profesión.

Digamos finalmente que se puede estimar en cerca de 40.000 el número de oficinas de bancos y cajas de ahorro existentes en nuestro país con potencial capacidad para vender seguros, principalmente de vida.

Cuadro 1
Número de oficinas bancarias y de cajas de ahorro a 31 de diciembre de 2006
Fuente: AEB y CECA

Comunidad Autónoma	Bancos	Cajas de Ahorro	Total
Andalucía	1.881	3.578	5.459
Aragón	418	884	1.302
Asturias	459	349	808
Baleares	549	626	1.175
Canarias	566	629	1.195
Cantabria	221	247	468
Castilla-La Mancha	477	993	1.470
Castilla-León	981	1.622	2.603
Cataluña	2.360	5.410	7.770
Comunidad Valenciana	1.680	2.260	3.940
Extremadura	426	615	1.041
Galicia	1.229	1.183	2.412
Madrid	2.465	3.022	5.487
Murcia	350	661	1.011
Navarra	229	283	512
País Vasco	763	737	1.500
La Rioja	120	296	416
Ceuta	8	13	21
Melilla	11	7	18
TOTAL	15.193	23.415	38.608

El potencial de esta importante red se destaca aun más por el hecho de que España es el país del mundo con más sucursales por habitante (95,87 por cada 100.000 personas), por delante de Austria (53,87), Bélgica (53,15), Italia (52,07), Portugal (51,58), Alemania (49,41) o Estados Unidos (30,86), según un estudio de FUNCAS¹.

Si se tienen en cuenta todos los canales de distribución en conjunto, no es arriesgado afirmar que el papel del sector de seguros en la mentalización ciudadana sobre la importancia de ahorrar es decisivo en

¹ Fundación de las Cajas de Ahorro españolas.

nuestro país, como lo es también en otros muchos países del mundo. La labor es diaria, constante, y cercana al cliente, tanto en su domicilio como en los lugares y momentos que más le convengan a este, como las oficinas de su entidad aseguradora o de la institución financiera, entre otros.

▪ *B. Cubrir las necesidades que sobrevienen de un fallecimiento prematuro*

Esta cobertura es la principal que ha tenido siempre el seguro privado de vida, hasta el punto de que en numerosos países del mundo la cobertura de fallecimiento *per se*, aunque unida también a cierta componente de ahorro, es a lo que siempre se ha llamado estrictamente seguro de vida. A través de este seguro —también llamado de riesgo, refiriéndose al riesgo de muerte y para diferenciarlo de los de constitución de un ahorro para la supervivencia— el asegurador cubre al tomador de la póliza con un capital previamente estipulado, de forma que, o bien durante un tiempo determinado (seguro temporal a diez, quince, veinte años, etc.) o bien durante toda la vida del sujeto, los derecho-habientes están cubiertos en caso de fallecimiento del cabeza de familia por un capital que permita atender a las necesidades de vida de esposa o esposo e hijos y ascendientes.

Numerosos estudios realizados en diferentes países del mundo han tratado de estimar el importe idóneo de las sumas que se deben alcanzar en el seguro de muerte según los diferentes casos, pues son diferentes también las necesidades de protección que puede tener una familia: con hijos o sin hijos, pequeña o numerosa y otros variados supuestos de necesidades y situaciones familiares que requieren normalmente diferentes importes de cobertura de seguros.

Uno de los estudios con mayor impacto que se han realizado a este respecto, hace ya un buen número de años, fue el llamado *The Widows Study*, de LIAMA-LUTC de Estados Unidos, o estudio de las necesidades económicas de las viudas en aquel país.

Los resultados de esta investigación, que consta de dos partes denominadas *The Onset of Widowhood* y *Adjustment to Widowhood* suministraron una información de gran utilidad práctica para las compañías de seguros norteamericanas, lo que permitió orientar el servicio del sector hacia los asegurados y dar una adecuada formación a los agentes de seguros y a los vendedores en general.

El estudio permitió también estimar con mayor precisión cuáles eran los capitales del seguro de vida que deberían suscribir los asegurados con el fin de que los derecho-habientes vieran cumplidas sus necesidades

económicas durante el tiempo mínimo necesario para restablecer su economía después del fallecimiento del cabeza de familia. Este capital no habría de ser una cifra absoluta e igual para todos los individuos, sino que habría de estar relacionado con los ingresos anuales que obtenía el tomador del seguro antes de fallecer, además del volumen de ahorros constituidos a lo largo de su vida.

A ello se llegó a través de la realización de encuestas a una muestra representativa de viudas norteamericanas a las que se preguntó qué gastos tuvieron que afrontar y en qué condiciones, como resultado de la muerte de su esposo, y en consecuencia cuánto tiempo tuvo que transcurrir para restablecer su nivel de vida gracias a sus ahorros, planes de pensiones, seguridad social, seguro de vida y otro tipo de patrimonio que tuvieran.

Las conclusiones obtenidas fueron muy interesantes y permitieron a algunos aseguradores estimar que el tiempo promedio para alcanzar esta situación estaba comprendido entre siete y diez años, si bien los capitales promedios asegurados por los ciudadanos estaban lejos de alcanzar ese nivel (unas familias más y otras familias menos en función de sus circunstancias).

Este estudio y el *gap* o brecha encontrado entre la realidad del servicio de los seguros adquiridos por los ciudadanos y los objetivos deseables tuvieron una gran relevancia en su tiempo y fueron objeto de mención y recomendación por parte de miembros de la cámara de representantes norteamericana, promoviéndose desde entonces numerosos estudios y recomendaciones de aseguramiento para el público.

Uno de los instrumentos más utilizados fue el llamado “*capital need analysis*” o análisis de las necesidades de capital, que fue utilizado por gran número de compañías de seguros de vida de aquel país. Consistía en elaborar un “balance económico de la familia” en el que se contaran los activos y derechos por un lado, y los pasivos y deudas de la familia por otro. La diferencia entre los activos y los pasivos era el punto de partida para establecer el capital mínimo necesario para el seguro de vida.

La imagen del seguro de vida, y el sentimiento de necesidad del mismo para los ciudadanos, recibió un empujón que sin duda ha contribuido a dar una gran solidez a la industria del seguro de vida de aquel país, desconocida en otras muchas naciones y particularmente en la nuestra. Permitted también confirmar la idea de que una de las mejores formas de evaluar la evolución del seguro de vida debería ser la medición de los capitales asegurados totales en vigor a fin de compararlos con la renta nacional, fijando como objetivo ideal que estos habrían de ser un múltiplo de entre siete y diez veces el importe de aquella.

En España no se disponen de estadísticas sectoriales exactas sobre capitales asegurados en vigor en el ramo de vida, si bien se conoce que el capital medio, sin desglosar las modalidades de este seguro y sin distinguir los seguros de grupo de los seguros individuales, fue del orden de 30.000 euros en el año 2006. Ello vendría a corresponder a un año de la renta media bruta de las familias de este país.

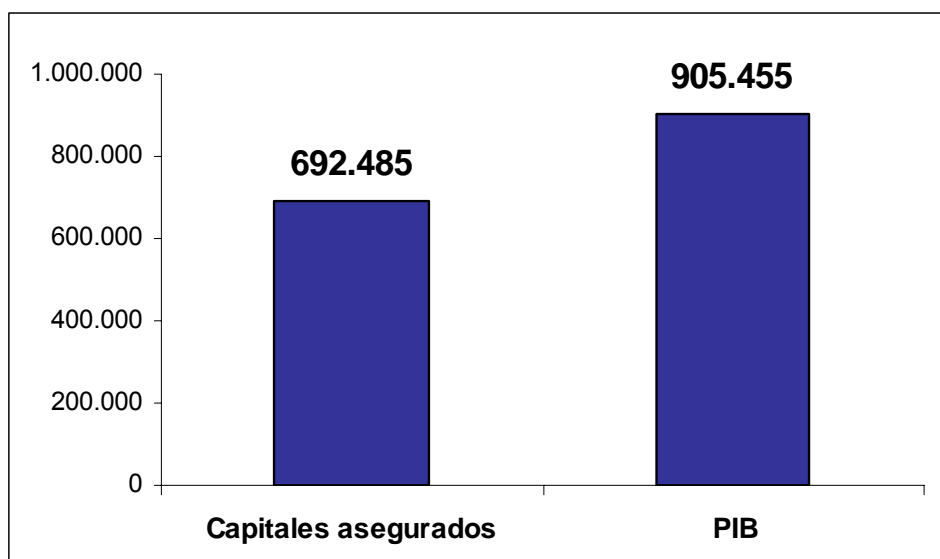
Falta mucho para llegar al múltiplo de siete veces la renta o ingresos anuales familiares que elevaría el capital medio asegurado a 210.000 euros y las primas ingresadas por las entidades en unas proporciones correlativas. El avance del sector español, de producirse esta circunstancia, sería extraordinario.

Las cifras suministradas dan una idea suficiente del reto a largo plazo que tiene la industria aseguradora española en este segmento del negocio y de la importancia que ha de alcanzar el seguro de vida en nuestra sociedad si se quieren llegar a cumplir los objetivos de trascendencia social que esta se ha propuesto.

Las primas totales de seguros de vida de riesgo en vigor en España pasarían de los 3.700 millones de euros que alcanzaron en 2007 a los más de 21.000 millones de euros que serían el objetivo ideal, y todo ello sin necesidad de ampliar el número de personas aseguradas en España, o sea, sin necesidad de ampliar el mercado actual ni potencial.

A continuación figura un gráfico que recoge una estimación de los capitales asegurados en vida en relación con el producto interior bruto español referido al año 2005.

Gráfico 3
Capitales asegurados en Vida en comparación con el PIB (millones de euros).
Datos 2005. Fuente: UNESPA



El siguiente cuadro suministra información de interés sobre el seguro de fallecimiento en España, con datos a 31 de diciembre de 2007.

Cuadro 2
Seguros de Vida Riesgo. Reparto por tipo de negocio y evolución interanual a 31 de diciembre de 2007. Fuente: ICEA

Modalidad	Asegurados	% Incto.	Primas¹	% Incremento
Individual	15.960.594	6,8%	2.645	12,8%
Colectivo	7.119.137	-2,9%	1.069	1,1%
Total Riesgo	23.079.731	3,6%	3.714	9,1%

¹ Millones de euros

Destaca en el cuadro el número de asegurados en vida que existen en el país (más de 23 millones). Esta cifra, sin embargo, puede confundir en lo que se refiere al número de personas y familias que poseen un seguro de vida adquirido de forma autónoma en España, si no se aclara que las dos terceras partes de la misma corresponden a cobertura de impago de créditos hipotecarios o créditos personales en el caso de fallecimiento de los asegurados.

Asimismo, en la tabla figuran como aseguradas las diferentes cabezas que cubren los llamados seguros colectivos o de empresas, lo cual, siendo totalmente cierto que se trata de seguros de vida —como en el caso anterior—, desvirtúa en cierta medida las estadísticas de seguro (hay personas que disponen a su vez de seguros individuales y de seguros colectivos). Por la misma razón se reduce el importe promedio de los capitales asegurados en vigor, dados los reducidos importes que normalmente alcanzan las pólizas colectivas de seguro de vida en España.

Cabe pensar, por estas y otras razones, que la cifra suministrada se refiera más bien al número de pólizas o contratos y no al número de asegurados en vida que existen en España.

La simple división de las primas de riesgo entre el número de asegurados que aparecen en la tabla da una idea suficiente de las circunstancias que estamos tratando de explicar. Cabe decir, por otra parte, que la hipoteca media para viviendas en vigor en España en diciembre de 2007 ascendió a casi 144.000 euros, lo cual vendría a representar aproximadamente el capital promedio de los seguros temporales de amortización de créditos de viviendas en nuestro país.

A continuación se incluye un cuadro que contiene una estimación del número de contratos de seguros de vida en vigor en diferentes países europeos.

Cuadro 3
Estimación del número de contratos de seguro de Vida en vigor en diferentes países europeos. Fuente: Comité Europeo de Seguros

País	Total Contratos de Vida	Crecimiento Promedio 1996-2005
Austria	10.415.811	5,1%
Suiza	5.942.179	9,4%
Alemania	94.132.000	-0,8%
Francia	72.121.000	6,6%
Reino Unido	97.175.304	-4,5%
Italia	31.088.255	11,0%
Holanda	41.000.000	0,0%
España	28.290.137	6,3%
Portugal	7.810.642	7,6%
Suecia	31.752.217	4,2%
Total EU (25)	450.600.000	1,8%

- *C. Contribuir a la formación de un ahorro y un patrimonio a largo plazo entre los ciudadanos*

Las sociedades desarrolladas se enfrentan en la actualidad a unos desafíos extraordinarios y desconocidos hasta la fecha y que tienen a su vez una gran incidencia sobre distintas vertientes que afectan a la vida humana y, más concretamente, a los seguros de vida.

Estos desafíos hacen referencia a dos grandes tendencias, que se están produciendo simultáneamente en la actualidad y a las que tiene que dar cumplida respuesta la sociedad moderna. Son, por un lado, el extraordinario alargamiento del horizonte de vida de las personas en relación con el que existía en periodos pasados; y, por otro lado, la reducida tasa de natalidad en las parejas jóvenes. Ambos aspectos son especialmente críticos en nuestro país.

Efectivamente, en la actualidad las personas viven, en promedio, más tiempo del que se ha vivido nunca, estimándose que en cada decenio que pasa se aumenta la esperanza de vida de los ciudadanos entre uno y dos años, por lo que cabe esperar, de seguir así las cosas, que la inmensa

mayoría de las personas superará, de forma muy amplia —entre quince y veinte años como mínimo— la edad de jubilación establecida oficialmente en España, que es de 65 años (la real, como se sabe, es aún menor, pues en 2007 se situó en los 63,5 años).

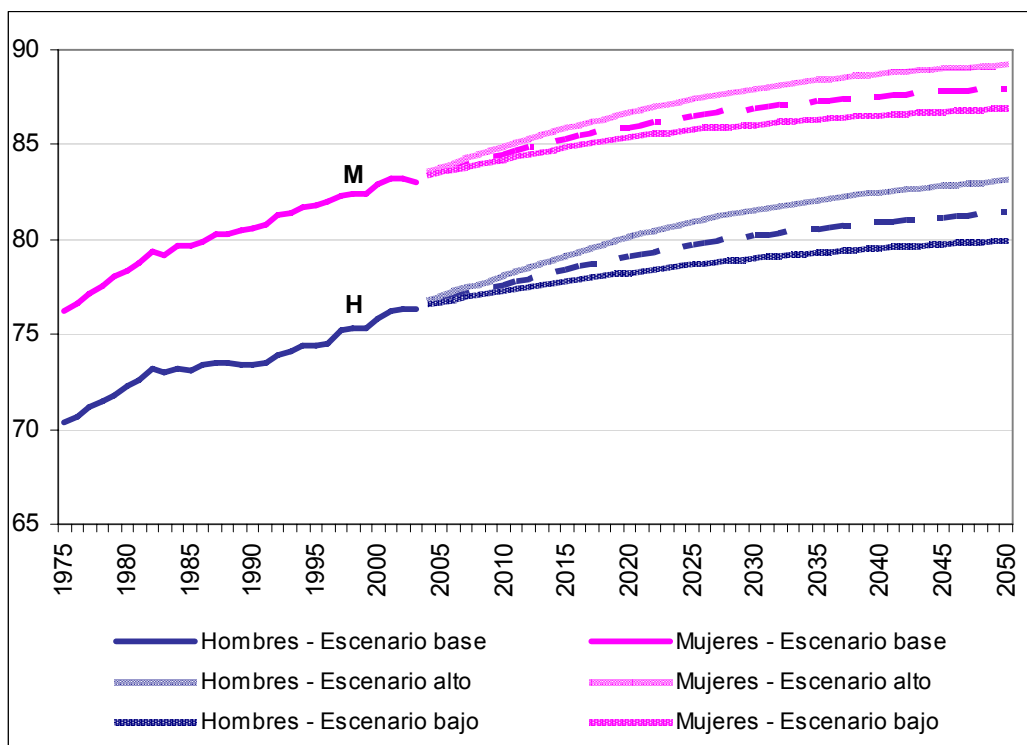
Por otro lado, los estudios llevados a cabo por diferentes organismos públicos reflejan que el promedio de hijos de las parejas actuales españolas no alcanza el nivel necesario para la repoblación del país, establecido en algo más de dos hijos por pareja (2,1), sino que se sitúa en 1,37, de manera que la población irá disminuyendo de una forma rápida en los próximos decenios, aumentando la proporción de personas mayores y disminuyendo paralelamente aquellas en edad de trabajar. Los siguientes cuadros y gráficos muestran de manera clara los retos a los que se está haciendo referencia.

Cuadro 4
Esperanza de vida al nacer en España. Proyecciones 2005-2050
Fuente: Proyecciones demográficas. Variantes base. Eurostat

Sexo	2005	2010	2020	2030	2040	2050
Hombres	76,8	77,6	79,1	80,2	80,9	81,4
Mujeres	83,6	84,4	85,9	86,9	87,5	87,9

Gráfico 4
Esperanza de vida al nacer, para hombres (H) y para mujeres (M) en España.
 Datos 1975-2003: Estimados.
 Datos 2004-2050: Proyectados según un escenario base, uno de alta esperanza de vida y otro de baja

Fuente: EUROSTAT, EUROPOP 2004



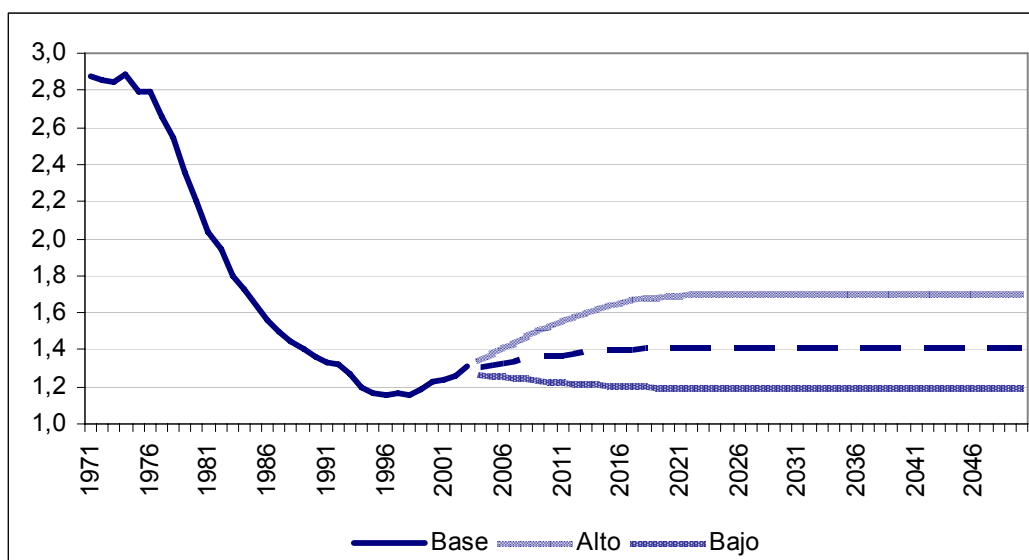
El gráfico refleja los datos y las tendencias que existen en el conjunto de países de la Unión Europea y que son similares a los de España. La esperanza de vida de las mujeres es más alta que la de los hombres, tanto en las estimaciones de valores reales como en las proyecciones que se presentan. Los valores no cesan de crecer en este largo horizonte de observación, siendo especialmente altos a mitad del siglo. La esperanza de vida de los ciudadanos de Europa seguirá creciendo de forma continuada a largo plazo.

La cifra del número de hijos por mujer en España parece que seguirá decreciendo hasta el año 2010, recuperándose un poco a partir de entonces. Las proyecciones hasta 2050 mantienen las mismas magnitudes de la tasa de natalidad, que son, como se ha dicho, de un nivel insuficiente. La situación a nivel europeo ofrece las mismas tendencias que en España, como se puede apreciar en los gráficos respectivos.

Cuadro 5
 Número de hijos por mujer en España. Datos históricos y proyecciones.
 Fuentes: Indicadores Demográficos Básicos. INE. Proyecciones demográficas.
 Variante base EUROSTAT

1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2006	2010	2020	2030	2040	2050
2,80	2,22	1,64	1,36	1,17	1,23	1,35	1,37	1,36	1,40	1,40	1,40	1,40

Gráfico 5
 Número de hijos por mujer en la Unión Europea.
 Tasa de fertilidad total en España.
 Datos 1971-2003: estimados
 Datos 2004-2050: proyectados según tres escenarios: base, tasa alta y tasa baja
 Fuente: EUROSTAT, EUROPOP 2004



Estas dos circunstancias, que como decimos se están produciendo al mismo tiempo, tienen diversas consecuencias. Una primera a considerar sería que las promesas que realizan los gobiernos a través de las respectivas instituciones de la seguridad social, en el sentido de atender a las necesidades económicas de los individuos en el momento de la jubilación, serán bastante complicadas de mantener, al menos en los niveles cuantitativos proporcionales a los salarios reales, y en las condiciones y requisitos con los que se está haciendo en los momentos presentes.

El sistema de financiación de las pensiones públicas, como se sabe, está establecido en la mayoría de los países de manera que las percepciones de los jubilados en cada año son pagadas con las aportaciones de los trabajadores en ese año. Será preciso entonces modificar la estructura del sistema incluyendo, entre otras posibles, la opción u obligatoriedad de

trabajar y cotizar más años y jubilarse más tarde de lo que se hace en la actualidad. Existen experiencias de nuevas normativas legales en Europa y Estados Unidos en el sentido de ampliar la edad de jubilación hasta los 66, 67 y 68 años, así como de modificar el cómputo de pago de cotizaciones. España no es ajena a estas iniciativas. Otro tipo de reformas más de fondo se podrán encontrar en el capítulo de referencias bibliográficas al final de este trabajo.

La falta de seguridad en la continuidad de las pensiones públicas en la medida en que existen en la actualidad (ya sea de su importe como de su cálculo), en una situación en la que menos personas financian a más población, provocará una tensión sobre el sistema, de forma que obligará a los individuos a cuidarse más de su propia jubilación, generando más ahorro y haciéndolo con vistas a un horizonte más largo de tiempo, dada su mayor esperanza de vida.

El ciudadano tendrá que modificar su mentalidad, tanto en España como en todos los países desarrollados del mundo, de forma que no podrá depender en exclusiva de las prestaciones públicas durante su edad madura (que, como se ha dicho, será afortunadamente mucho más larga que la de sus antepasados), sino que deberá proveerse a sí mismo de un ahorro que le permita —junto con las prestaciones públicas— que su nivel de vida no supere la cuantía de sus recursos económicos.

A continuación figuran dos gráficos que recogen las respuestas de los ciudadanos españoles a preguntas sobre cómo prepararon en el pasado su jubilación y cómo la están preparando en la actualidad.

Gráfico 6
Opinión de los jubilados de cara a su estrategia de jubilación.
Fuente: UNESPA. Memoria Social del Seguro 2006.
Fecha de entrevistas: febrero 2007

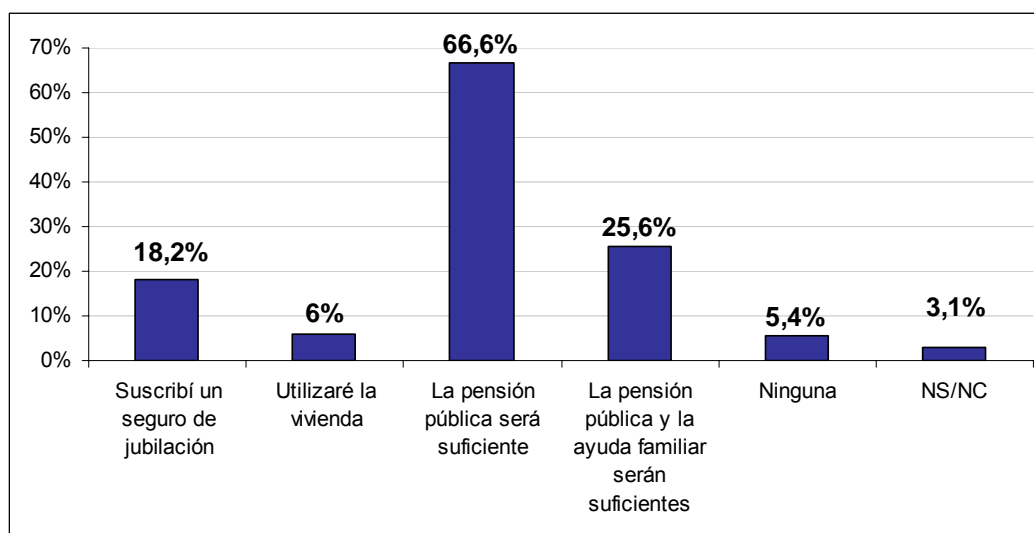
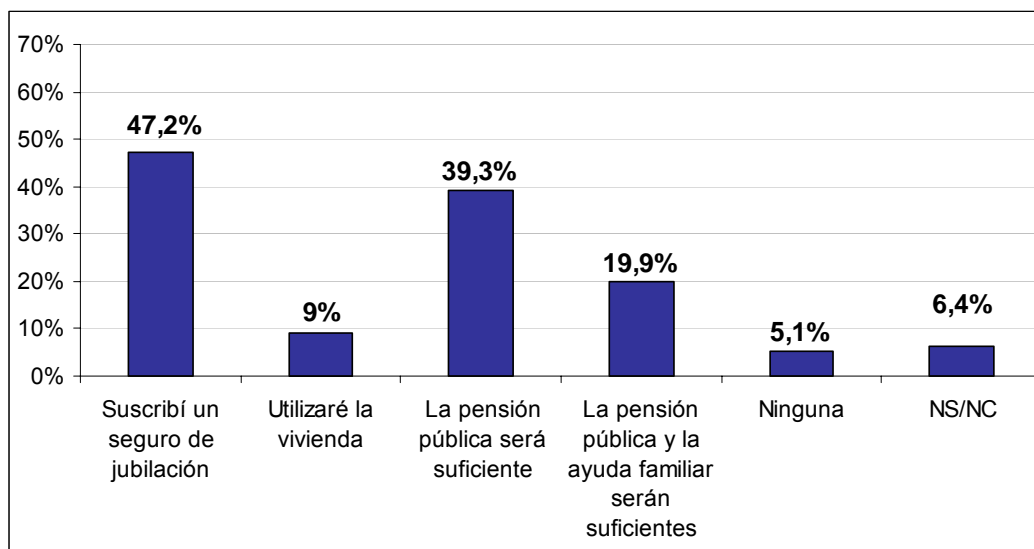


Gráfico 7
Estrategia ante la jubilación de las personas activas
Fuente: UNESPA. Memoria Social del Seguro 2006.
Fecha de entrevistas: febrero, 2007



Como se puede ver al comparar los dos gráficos anteriores, el 18,2% de la población jubilada que cita la suscripción de un seguro de vida para la jubilación se convierte en un 47,2% en las personas que están en situación activa. El salto es importante y de cumplirse elevaría también los pronósticos de desarrollo del seguro de vida en España, en este caso en las modalidades de ahorro. Inversamente, aquellos que citan la pensión pública disminuyen notablemente en los activos respecto a los jubilados. Estos datos merecen una reflexión por parte del lector.

También merece una reflexión el aumento del número de personas que piensa utilizar su vivienda para recibir una renta de jubilación, lo que se ha llamado hipoteca inversa, y el descenso de los que creen que la ayuda familiar jugará un papel importante en la vejez.

Para alcanzar estos objetivos, no cabe duda que el seguro de vida tendrá un importante papel en el futuro próximo, un papel muy superior al que tiene en la actualidad, en la medida en que a través de los productos de ahorro ya existentes, especialmente las rentas vitalicias, los planes y fondos de pensiones, así como los diferentes productos que estén a disposición masiva de los ciudadanos en un futuro (seguros de dependencia, por ejemplo), puedan complementar las prestaciones de la seguridad social para esos largos periodos. (A 31 de diciembre de 2007 la pensión media de jubilación de la seguridad social era de 766,52 euros al mes, y el número de beneficiarios era de 4.895.540).

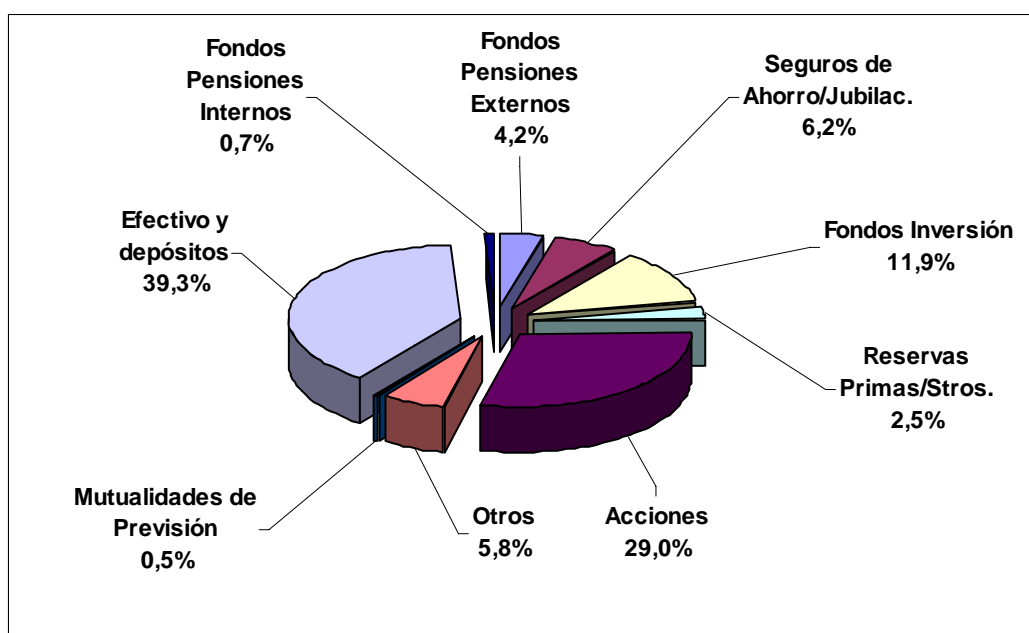
Las rentas vitalicias y temporales que la nueva legislación fiscal está promoviendo en nuestro país serán un instrumento muy importante de complementariedad de las pensiones públicas.

Las compañías de seguros están en disposición de realizar los estudios necesarios para calcular el ahorro mínimo requerido para ello, facilitando que ese ahorro llegue a todas las clases sociales en mayor o menor importe según las circunstancias, comenzándolo desde una edad temprana. Las sociedades financieras y los bancos de inversión también utilizan sofisticados programas informáticos para “modelizar” escenarios económicos de jubilación a largo plazo (ver apéndice a este respecto).

Según algunos estudios, los jubilados españoles comenzaron la preparación de su jubilación a los 50 años de edad, si bien los trabajadores en activo actuales manifiestan que comienzan en promedio a hacerlo a los 33 años como única forma de poder alcanzar el capital necesario. Sea esta una situación real y verdadera o un simple deseo expresado por el público (la adquisición de la vivienda, considerada como elemento básico del ahorro, ha debido de influir en la respuesta de los jóvenes), lo importante es el cambio que está experimentando la tendencia.

Los siguientes cuadros suministran información de los diferentes productos a disposición del público para conseguir estos objetivos, tanto los referidos al seguro de vida como a toda la serie de instrumentos de ahorro y financieros.

Gráfico 8
Activos financieros de las familias a 30 de septiembre de 2007. España
Fuente: ICEA



A continuación se incluyen datos globales del seguro de vida español distinguiendo los de riesgo y los de ahorro a la altura de finales del año 2007. Se distingue tanto el número de asegurados (pólizas) como el volumen de provisiones técnicas en valores absolutos y en tasa de crecimiento.

Cuadro 6
Seguro de Vida en España en 2007
Fuente: ICEA

MODALIDADES	NÚMERO DE ASEGURADOS		PROVISIONES TÉCNICAS (€)	
	2.007	% Δ	2.007	% Δ
Planes de Previsión Asegurados	164.450	12,4	861.909.160	23,0
Capital Diferido	4.951.493	-1,3	48.356.154.595	-0,2
Rentas	2.847.417	0,2	65.803.729.343	1,6
P.I.A.S.	177.403		546.530.023	
Vinculados a Activos	807.934	8,1	13.770.537.793	7,7
Total Seguros de Ahorro	8.948.697	2,2	129.338.860.913	2,1
Total Seguros de Riesgo	23.079.731	3,6	4.375.456.918	9,5
TOTAL VIDA	32.028.428	3,2	133.714.317.832	2,3

- *D. Contribuir al desarrollo económico nacional a través de las inversiones de sus provisiones técnicas*

El Seguro en su conjunto de ramos y modalidades diferentes, y muy particularmente el seguro de vida, se ha convertido en uno de los inversores a largo plazo más importantes de las economías de todos los países del mundo y por lo tanto también de España.

Los compromisos del seguro con sus clientes y asegurados no son a corto plazo sino que, por el contrario, lo son fundamentalmente a largo. Tómese por ejemplo un seguro típico del ramo de vida que se suscribe para un periodo de diez o veinte años e incluso de forma vitalicia, o sea hasta el fallecimiento del asegurado.

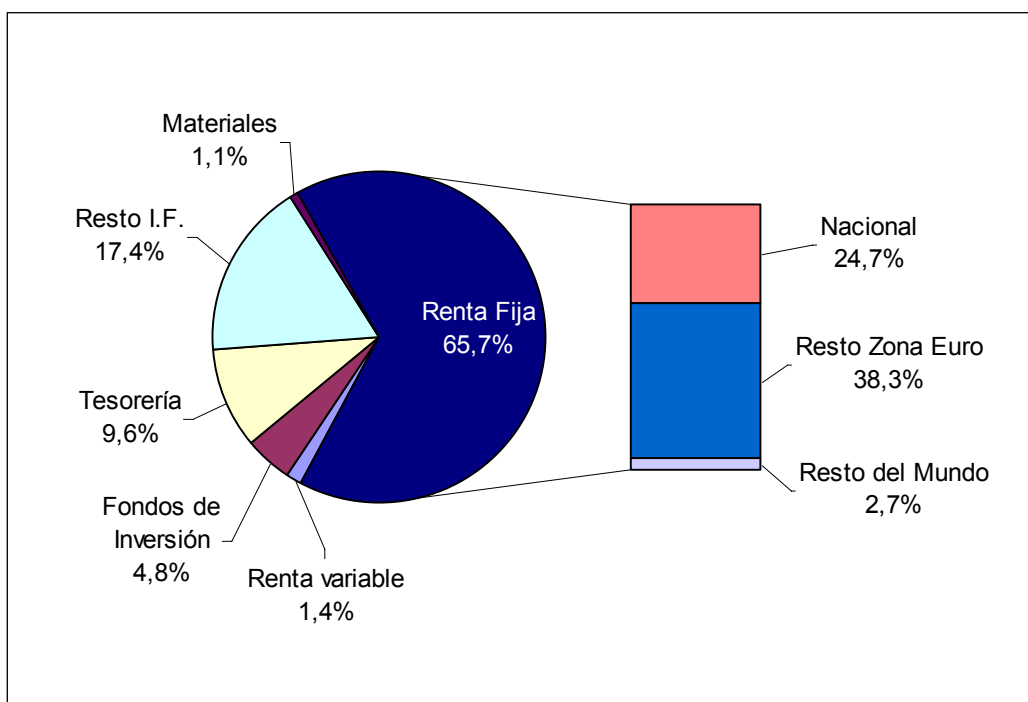
Las inversiones que realizan las compañías para atender a estos seguros han de ser lógicamente de similar duración. Para atender a los pagos comprometidos en los contratos de seguros de vida, la actividad inversora de las entidades necesita gozar de al menos dos características fundamentales para que estas puedan cumplir sus objetivos.

Por un lado, está la dimensión de largo plazo ya mencionada; los fondos han de estar reservados en los balances de las compañías de seguros e invertidos a fin de que puedan cumplir los compromisos que han adquirido a un plazo como se ha dicho muy largo, y ello no sólo por razones técnico-financieras, lo que se suele denominar casamiento de los compromisos con los activos, sino también por exigencias legales, que no son otra cosa que la consecuencia lógica de lo anterior.

La otra característica fundamental es la exigencia de una alta seguridad y solvencia. Las sociedades de seguros tienen que honrar sus obligaciones, como se ha dicho, en un horizonte de tiempo largo y por lo tanto están más sujetas que otros sectores a las diferentes fases de los ciclos económicos por los que atraviesan las economías y los negocios en todo el mundo.

Como se aprecia en el siguiente gráfico, con el objetivo de lograr una alta seguridad la parte más importante de las inversiones de las aseguradoras de vida en 2006 fue la renta fija, que supuso un 65,3% del total.

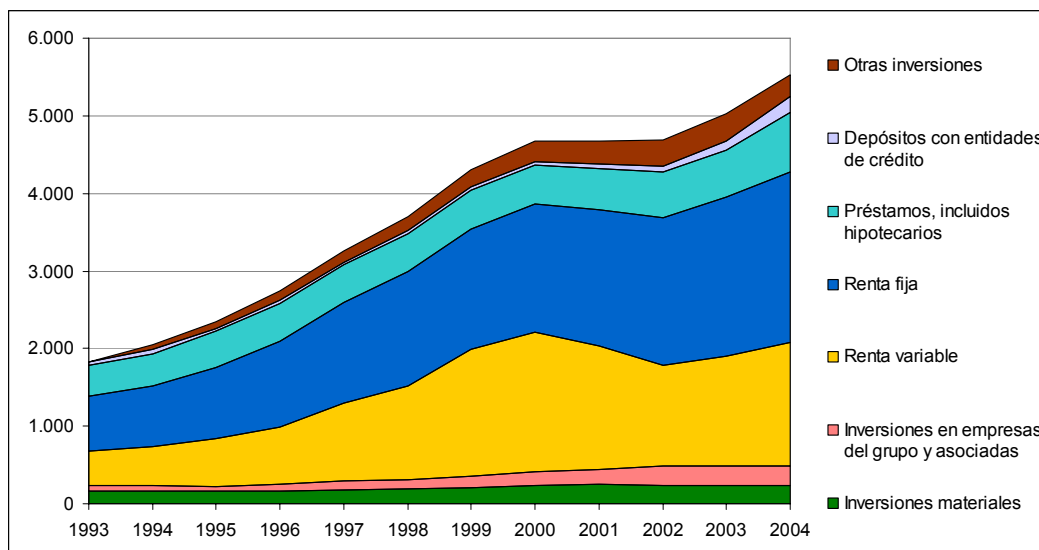
Gráfico 9
Ramo de Vida. Datos 2007. Tipología de Inversiones
Fuente: ICEA



A nivel europeo, podemos ver asimismo el desglose de las inversiones del ramo de vida en el tiempo, destacando el elevado papel de la renta fija (aunque algo inferior al que tiene en España) y también el volumen

alcanzado por estas inversiones, gracias a los importantes crecimientos del seguro durante los últimos años en numerosos países del continente.

Gráfico 10
Inversiones de las entidades de seguros en la Unión Europea- UE25
Fuente: CEA



La solvencia de las entidades de seguros está estrictamente regulada y controlada, por razones no sólo de plazo, sino también por la especial sensibilidad social del sector, por parte de organismos específicos del Estado, que en España es la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, dependiente del Ministerio de Hacienda, y en otros países son instituciones similares en su función y en sus objetivos.

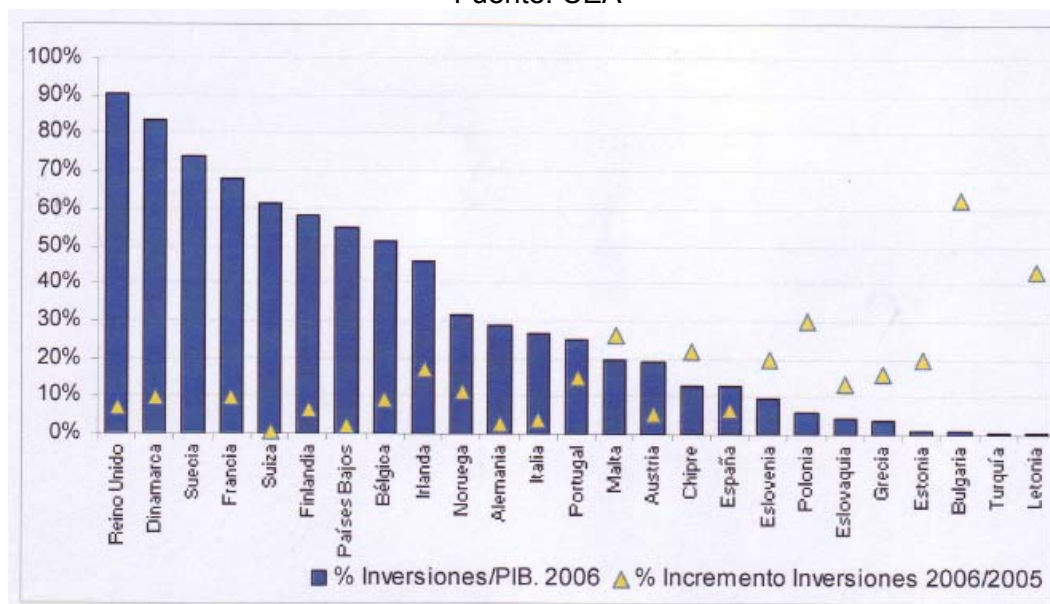
Las economías nacionales necesitan de una inversión de capital fijo a medio y largo plazo además de las de tipo primordialmente especulativo, con el objetivo de comprar y vender activos de forma rápida y recurrente. Un país precisa del concepto de plazo a fin de poder poner en marcha las necesarias infraestructuras y equipamientos sociales que, como se sabe, son siempre a largo. La experiencia nacional, al igual que la internacional, demuestra que a través de las inversiones del seguro de vida en títulos de renta fija, tanto del Estado como también privados, se contribuye a la consecución de estos imprescindibles objetivos.

El seguro de vida constituye por tanto un instrumento importante para la financiación a largo plazo de los países y contribuye a alcanzar una mayor estabilidad económica, reduciendo en lo posible los vaivenes de renta y riqueza que los ciclos económicos nacionales e internacionales causan a la inversión, al empleo y al bienestar económico y social.

En los ciclos recesivos o de estancamiento de la economía —o en los de reducción del pulso económico, con fuertes volatilidades de mercados financieros, como ocurrió en España en anteriores decenios y como se está observando a partir del 2008—, la estabilidad y permanencia del seguro de vida como sector económico resultan especialmente evidentes en beneficio de la sociedad y de los ciudadanos.

El siguiente gráfico ofrece una panorámica de las inversiones de los seguros de vida en relación al Producto Interior Bruto en diferentes países de Europa. Los índices son muy destacados en algunos casos. España ocupa una posición que debe mejorar con el tiempo. El seguro de vida español es un negocio relativamente joven si se compara con el de otros países desarrollados y ello influye en el montante de sus inversiones. Habrá ocasión de insistir en estos aspectos.

Gráfico 11
Panorámica de las inversiones de los seguros de Vida
en relación al PIB en diferentes países de Europa
Fuente: CEA



El seguro español ocupa el puesto 17 de la lista de países europeos considerados, representando en el año 2000 menos del 20% del Producto Interior Bruto. El Reino Unido ocupa el primer puesto de la relación con unos volúmenes de inversión del seguro del orden del 100% de su Producto Interior Bruto nacional.

FACTORES EXÓGENOS QUE HAN INFLUIDO EN EL DESARROLLO DEL SEGURO DE VIDA EN ESPAÑA

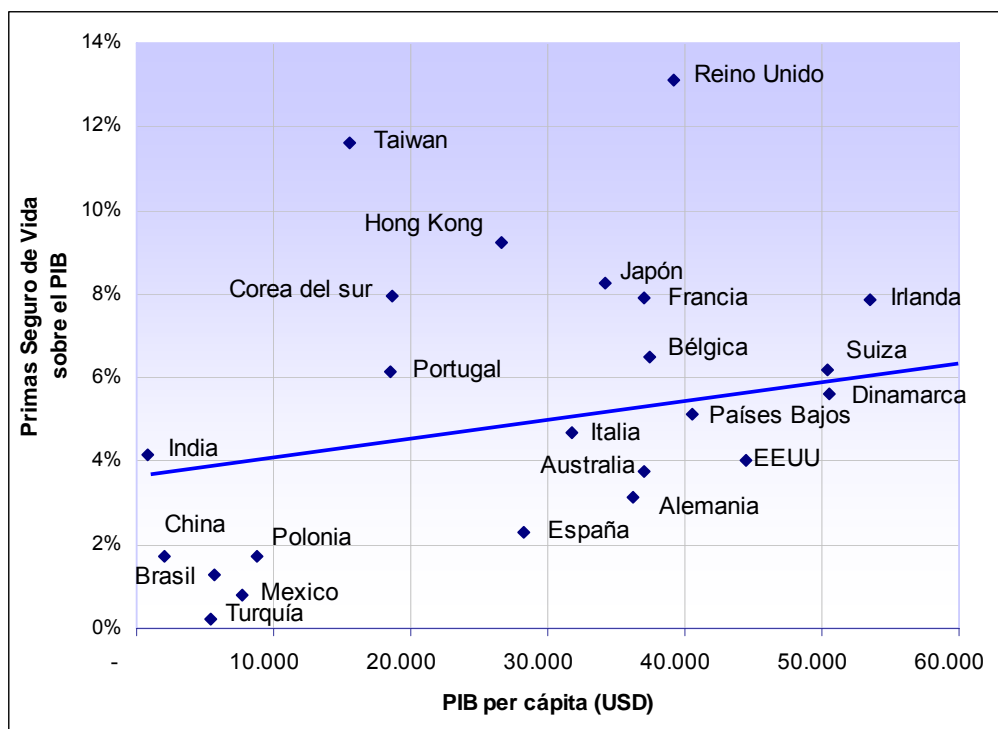
2.1. El nivel de renta y riqueza

Se conoce, a partir de los estudios realizados a lo largo de mucho tiempo y por la simple observación de los hechos, que existe una relación entre la renta nacional alcanzada por un país y la importancia del seguro, en la medida de que en los países de mayor desarrollo económico y social suele existir una mayor presencia y unas mayores dimensiones en la industria del seguro que la que tienen los países más atrasados o menos desarrollados.

Una correlación del mismo tipo se suele observar cuando se compara la renta nacional con el seguro de vida en particular, pues la mejora de los ingresos de los ciudadanos de un país se ve acompañada casi sin excepción con aumentos de las primas del seguro de vida que cubren a sus ciudadanos tanto en las modalidades de riesgo como de ahorro, tal y como ya se ha citado en páginas precedentes.

El siguiente gráfico nos da una idea de esta relación. En él se compara la “riqueza” de un país (medida en PIB per cápita y en dólares) con la importancia del seguro de vida (medida en primas sobre el PIB). Hemos agregado también una línea de tendencia, para comprobar la relación entre estos dos parámetros.

Gráfico 12
Relación entre riqueza y seguro de Vida
Fuente: SIGMA



Como se puede observar, los países más ricos que España obtienen, en términos generales, una tasa de penetración del seguro de vida superior a la española, excepto en algún caso quizás poco representativo. Se aprecia también una cierta tendencia que indica que, a mayor riqueza, mayor peso de los seguros de vida. Sin embargo, la tasa de España es muy inferior a la tasa promedio del conjunto de los países importantes.

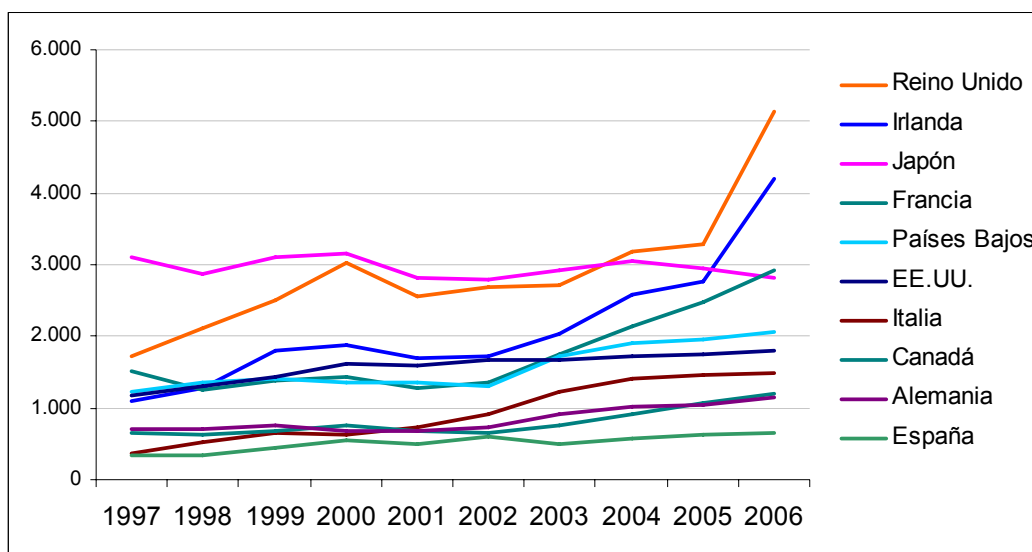
Algunos de los más avanzados, como el Reino Unido, Francia o Bélgica, se encuentran en el cuadrante superior derecho (más renta/más seguro de vida) y otros países menos desarrollados, como China, México o Brasil, se encuentran en la parte inferior izquierda del cuadro, llegando a la situación de ciertos países en los que, por disponer de una renta muy baja o por otras circunstancias, el seguro de vida prácticamente no se ha desarrollado.

Otra forma de comprobar este fenómeno consiste en observar, dentro de un determinado país y a lo largo de una serie de años, cómo van evolucionando los ingresos por primas del seguro de vida por persona, tal como expresan los cuadros y gráficos siguientes:

Cuadro 7
Primas Vida per cápita

País	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
EE.UU.	1.167	1.292	1.447	1.611	1.602	1.663	1.661	1.718	1.753	1.790
Japón	3.092	2.857	3.103	3.165	2.806	2.784	2.928	3.044	2.956	2.829
Reino Unido	1.721	2.114	2.503	3.029	2.568	2.679	2.725	3.190	3.287	5.140
Francia	1.511	1.257	1.392	1.437	1.268	1.350	1.740	2.150	2.475	2.923
Alemania	694	711	762	683	674	737	921	1.021	1.042	1.136
Italia	376	518	658	638	721	905	1.237	1.419	1.450	1.493
Canadá	643	616	675	757	676	657	756	926	1.072	1.204
Irlanda	1.092	1.289	1.812	1.888	1.700	1.712	2.028	2.591	2.760	4.204
Países Bajos	1.233	1.369	1.397	1.357	1.345	1.296	1.726	1.911	1.954	2.072
España	341	351	455	556	491	588	492	572	616	651

Gráfico 13
Primas Vida per cápita
Fuente: SIGMA



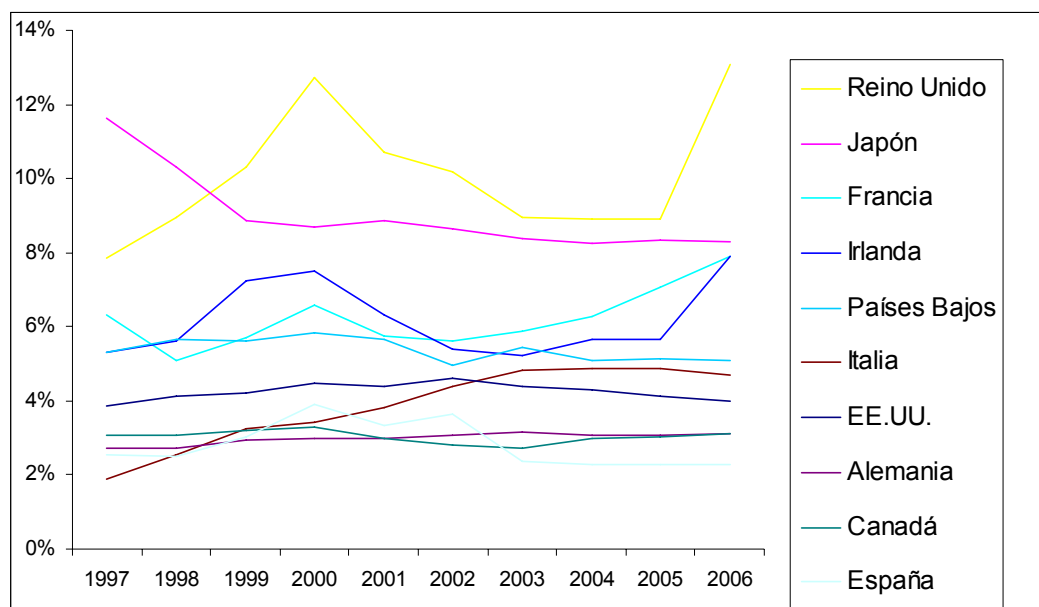
Tanto el cuadro numérico como los gráficos analizan una serie temporal del seguro de vida per cápita en diferentes países que permite comprobar que, salvando periodos especiales en los que han influido otros factores externos que se irán examinando a lo largo de este trabajo, la tendencia a largo plazo de las cifras refleja un crecimiento continuado. La pendiente en algunos países y en ciertos años es especialmente pronunciada. El crecimiento a largo plazo del seguro de vida es prácticamente constante. El ratio que alcanza España es, en todo caso, muy inferior al del resto de los países analizados. Veamos a continuación la penetración del seguro de vida en relación al producto interior bruto también en distintos países.

Cuadro 8
 Primas de seguros de Vida sobre PIB
 Fuente: SIGMA

País	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
EE.UU.	3,9%	4,1%	4,2%	4,5%	4,4%	4,6%	4,4%	4,3%	4,1%	4,0%
Japón	11,6%	10,3%	8,9%	8,7%	8,9%	8,6%	8,4%	8,2%	8,3%	8,3%
Reino Unido	7,9%	8,9%	10,3%	12,7%	10,7%	10,2%	9,0%	8,9%	8,9%	13,1%
Francia	6,3%	5,1%	5,7%	6,6%	5,7%	5,6%	5,9%	6,3%	7,1%	7,9%
Alemania	2,7%	2,7%	3,0%	3,0%	3,0%	3,1%	3,2%	3,1%	3,1%	3,1%
Italia	1,9%	2,5%	3,2%	3,4%	3,8%	4,4%	4,8%	4,9%	4,9%	4,7%
Canadá	3,1%	3,1%	3,2%	3,3%	3,0%	2,8%	2,7%	3,0%	3,1%	3,1%
Irlanda	5,3%	5,6%	7,3%	7,5%	6,3%	5,4%	5,2%	5,7%	5,7%	7,9%
Países Bajos	5,3%	5,7%	5,6%	5,9%	5,7%	5,0%	5,4%	5,1%	5,1%	5,1%
España	2,5%	2,5%	3,0%	3,9%	3,3%	3,7%	2,4%	2,3%	2,3%	2,3%

Las mismas cifras expresadas en forma de gráfico figuran a continuación.

Gráfico 14
 Primas de seguros de Vida sobre el PIB
 Fuente: SIGMA



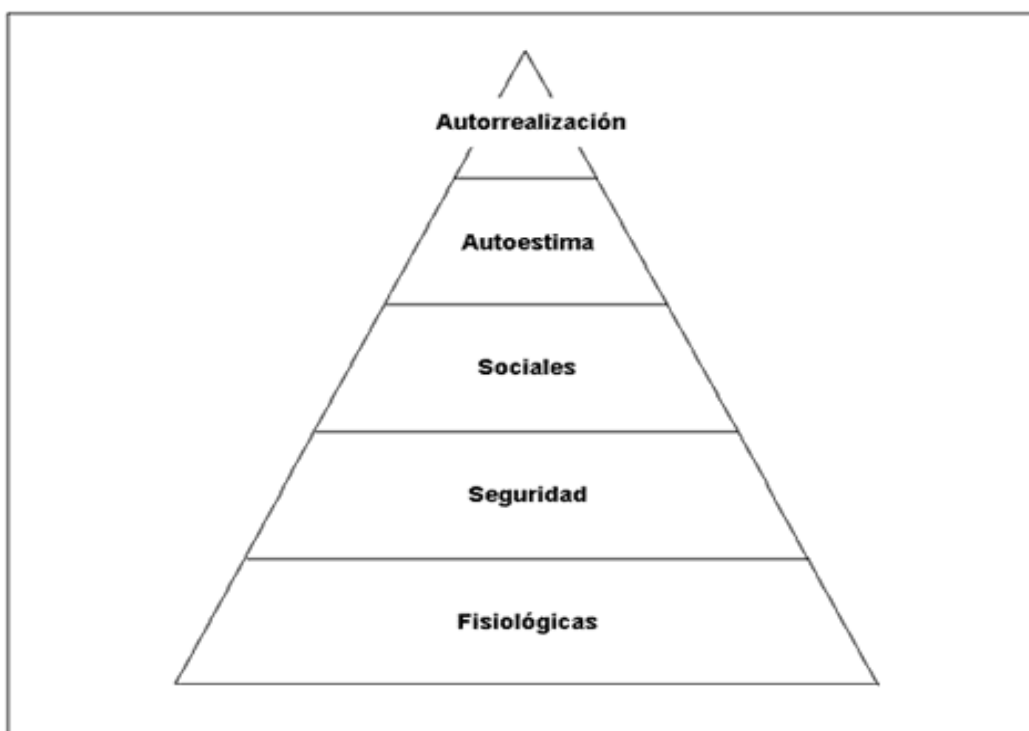
La tendencia general de las curvas a largo plazo es igualmente positiva aunque el índice aumente y disminuya de unos años a otros, sin duda influenciado, como se ha dicho antes, por otros factores externos. El valor del índice que alcanza España es en cualquier caso inferior al del resto de

los países, mostrando a la vez su reducida dimensión y su gran potencial de crecimiento.

Son variadas las razones que justifican que el seguro de vida crezca con la renta. Se trata de un bien superior en la escala de necesidades de los individuos, en el sentido en que adquiere su sentido más pleno cuando otras necesidades de carácter más primario ya han sido satisfechas.

Para tener y sentir la necesidad de adquirir un seguro de automóviles es condición previa el disponer de dicho automóvil, para suscribir uno de la vivienda es preciso previamente tenerla. Para suscribir un seguro de vida, tanto en la vertiente de riesgo como en la de ahorro, es preciso haber alcanzado previamente un determinado nivel de vida, pues si este no existe, por ser muy bajo o estar en el índice de pobreza, no habrá ningún deseo ni ninguna necesidad de mantenerlo para la vejez, ni tampoco para los descendientes en caso de fallecimiento.

Dicho en otras palabras, las necesidades de seguros de todo tipo que existen en un mercado, al igual que las necesidades de seguridad en general, son de carácter superior y se dan en las sociedades que gozan ya de un determinado nivel de vida, tal y como refleja la conocida pirámide de Maslow sobre la escala de necesidades humanas, donde la seguridad, y por tanto los seguros, se encuentra en niveles más elevados que el resto de las necesidades primarias de la población.



En términos quizás más precisos, hay que decir que las variables que con mayor frecuencia se utilizan a la hora de examinar la correlación entre el

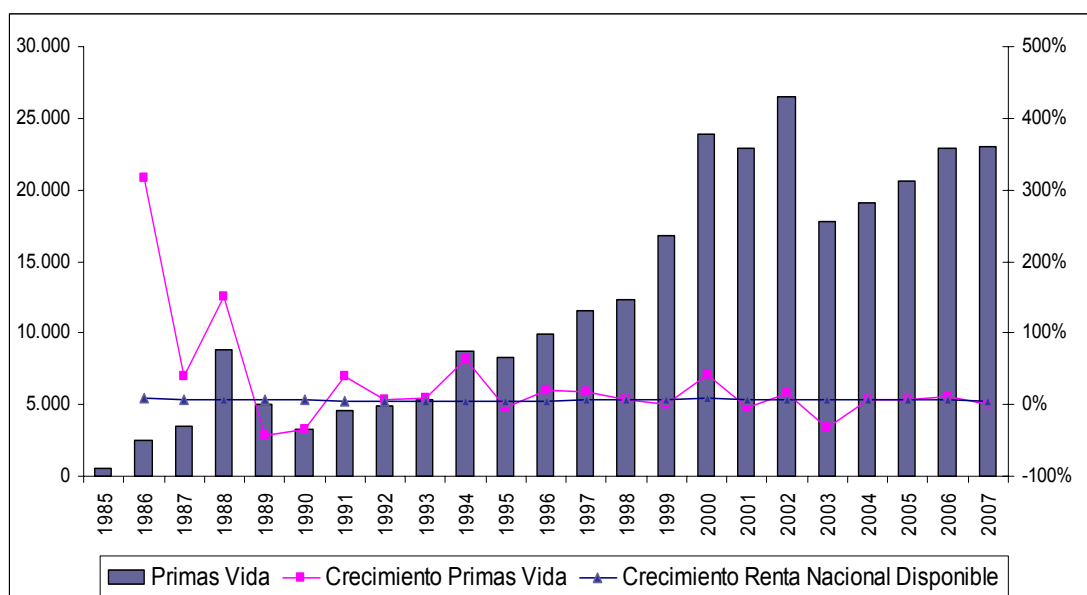
seguro y los ingresos nacionales suelen ser las primas de cartera del sector de seguros, por un lado, y la renta disponible de los ciudadanos por otro. Esta viene a ser el resultado de detraer de la renta nacional los impuestos que gravan la misma, de manera que lo que efectivamente importa es la renta neta que el trabajador lleva a casa, con el fin de atender a sus gastos y propiciar un ahorro, y no la renta bruta que obtiene, pero que no recibe en su totalidad de modo directo.

Resulta evidente que esta última variable es más explicativa del comportamiento de los ciudadanos hacia el seguro de vida y, por lo tanto, más relevante a la hora de analizar el desarrollo de este ramo. En ello tendremos ocasión de incidir más adelante a la hora de examinar el papel de la fiscalidad de la renta sobre el ahorro y sobre el seguro de vida.

▪ *El caso del seguro de vida español y las recientes series temporales*

Durante una serie de años del pasado reciente, la evolución de las primas de seguros de vida en España ha experimentado un comportamiento bastante errático en comparación con la evolución de la renta nacional, rompiendo de esta forma la teoría expuesta anteriormente, que ha demostrado ser válida tanto para nuestro país en otros años como para el resto de los mercados. El siguiente gráfico se revela como especialmente significativo.

Gráfico 15
Crecimiento del seguro de Vida
Fuente: DGSFP e INE



La forma de las curvas del gráfico refleja, de manera destacada, que aunque durante algunos años la tendencia señala una cierta correlación entre las dos variables, en otros (década de los ochenta, por ejemplo), el crecimiento de las primas totales de seguro de vida se desplaza de forma errática hacia arriba y hacia abajo, alejándose y acercándose de la línea de tendencia que experimenta el crecimiento de la renta nacional.

¿Cómo se puede interpretar este fenómeno? ¿Cómo se ha de entender esa falta de correlación tan destacada entre las primas de vida y la renta? ¿Tiene esto una explicación? La verdad es que de hecho la tiene.

Las discrepancias entre índices se deben al fuerte impacto que han ejercido determinadas circunstancias que nada tienen que ver con la mayor o menor riqueza de los españoles ni con una mejora o empeoramiento de los niveles de satisfacción del público con respecto al seguro de vida. Estas discrepancias están relacionadas con lo que podemos llamar la influencia de la oferta, o sea, el papel de las propias entidades de seguros, aunque también de determinadas decisiones de tipo institucional y político, adoptadas por el gobierno de España en ciertos momentos de nuestra reciente historia.

Las circunstancias a las que nos referimos son principalmente dos, que en parte están relacionadas entre sí y en parte son independientes la una de la otra. Por un lado, influyeron los elevados volúmenes que alcanzaron los llamados compromisos por pensiones con sus empleados, que existían y existen en determinadas grandes empresas españolas —principalmente públicas aunque también privadas— pero que en su tiempo no estaban materializados debidamente en instrumentos de ahorro jubilación, como pueden ser las pólizas de seguros de vida y los planes de pensiones.

En otras palabras, se trata de compromisos que figuraban en los balances y en la contabilidad interna de las mencionadas empresas sin estar debidamente exteriorizados en instituciones especializadas, ni siquiera adecuadamente capitalizados en muchos casos.

La realidad es que en su momento el gobierno tomó la decisión política de exigir la exteriorización de dichos compromisos, como es la práctica generalizada en otros países desarrollados, a fin de que el adecuado desenvolvimiento de las pensiones de jubilación de los empleados y obreros fuera independiente de los vaivenes, positivos o negativos, que pudieran sufrir los negocios de las empresas afectadas.

Esta decisión, además, se vio acompañada de otra, mediante la cual la obligada exteriorización se habría de materializar precisamente en la compra de seguros de vida de ahorro —rentas de jubilación— y no en otros instrumentos disponibles.

Ello tuvo como consecuencia el encaje de unos volúmenes de primas de todo punto extraordinarios en relación con las carteras de los seguros de vida vigentes en la industria hasta esos momentos. La curva representativa del crecimiento del seguro de vida en España se desplazó, por estas razones, de una forma prácticamente vertical.

Por otro lado, y de manera independiente, la evolución de las carteras del seguro de vida español se vio influida decisivamente por otro factor: el fuerte incremento que supuso en el mercado español de seguros las llamadas operaciones a prima única en el ramo de vida.

Estos dos fenómenos requieren, por su importancia y por su impacto, un cierto detenimiento y una cierta explicación.

La llamada exteriorización de compromisos por pensiones se produjo entre los años 1999 y 2002. Durante esos cuatro años, los seguros de vida alcanzaron una cifra de 90.609 millones de euros en primas, procediendo 17.170 (casi el 20% del total) del proceso llevado a cabo desde finales de 1999 hasta noviembre de 2002 por la Sociedad Española de Participaciones Industriales (SEPI), sucesora del Instituto Nacional de Industria (INI).

La decisión de materializar esa importante cifra en pólizas de seguros de vida y no en otros productos ya existentes en aquellos momentos, como los planes y fondos de pensiones, contribuyó decisivamente a que la industria del seguro de vida creciera en más de un 100% entre 1998 (con 12.300 millones de euros) y 2002 (con 26.500 millones). Una vez finalizado el proceso, en 2003, la cifra de primas de ese año descendió, situándose ligeramente por encima de la de 1999, destacando el carácter extraordinario y temporal de este crecimiento.

Además de esta circunstancia, a todas luces excepcional, se vino a añadir el otro fenómeno ya mencionado, que en ninguna manera estaba ligado a una mayor o menor demanda de los seguros de vida *per se* por parte de la población, sino promovido también por decisiones externas al sector asegurador. El seguro de vida experimentó entre los años 1986 y 1989, principalmente, un crecimiento excepcional de las primas procedentes de un “nuevo producto” llamado “primas únicas”.

De 1986 a 1989 los seguros de vida acumularon 20.312 millones de euros en primas, de los cuales 7.512 millones correspondían a primas únicas, un 37% del total. Cabe destacar que en 1988 el volumen de primas únicas ascendió a 9.235 millones de euros, lo que supuso multiplicar casi por veinte las primas totales de vida de 1985 (480 millones de euros).

Esta enorme masa de primas únicas adicionales de seguro de vida tuvo una motivación de tipo fiscal y por tanto externa a la mayor o menor

capacidad de gasto o ahorro de los ciudadanos, o a la mayor o menor proclividad hacia la compra de seguros de vida.

Grandes masas de capitales se desplazaron desde determinados productos financieros hacia la adquisición de pólizas de seguros de vida, normalmente de elevada cuantía unitaria (de ahí el nombre de primas únicas) y de corto plazo de vencimiento, que la administración consideró que desnaturalizaban el tradicional sentido de este seguro y que perseguían objetivos de opacidad fiscal al no existir retención sobre los rendimientos provenientes de dichos contratos.

Esta anormal situación forzó la promulgación de una nueva normativa legal que definiera lo que se había de entender por seguro de vida a efectos fiscales y estableciera que dichos seguros fueran declarados al fisco como los demás productos de ahorro/inversión existentes en el mercado.

Ello trajo como consecuencia una problemática de orden jurídico/fiscal importante que se solucionó por consenso, aunque lo que más importa para nuestros propósitos es destacar la elevación extraordinaria del volumen del seguro de vida español, que no tuvo precedentes conocidos.

Tampoco estas grandes masas de primas tuvieron mayores consecuencias estadísticas a largo plazo, pues al ser de pago único los nuevos ingresos del sector vida español se produjeron sólo en esos años y no fueron recurrentes a lo largo del tiempo, al contrario de lo que usualmente ocurre en este seguro. Sí permanecieron y permanecen las reservas técnicas (factor de gran importancia para el ramo de vida), pero no las primas de nueva producción y de cartera.

En definitiva, el proceso referido de exteriorización de compromisos por pensiones, que como se ha visto tuvo una corta duración, y la experiencia de las llamadas primas únicas de seguros de vida, que se fue resolviendo a lo largo de los años, propiciaron unos volúmenes de primas al seguro que no se repitieron en años posteriores y que en definitiva explican los gráficos en forma de dientes de sierra en las series temporales de encaje de primas de vida en España durante determinados años.

Además de estos importantes factores, ha habido otros que también han provocado variaciones extraordinarias de las primas del seguro de vida. A modo de resumen no exhaustivo, podemos relacionar las principales incidencias de los últimos años:

Cuadro 9
 Hechos destacados del seguro de Vida 1996-2003
 Fuente: elaboración propia

Años	Hechos destacados
1986-1989	En 1986 florecen los seguros a prima única, debido a su rentabilidad y fiscalidad. Canalizaron en ese año más de 2.000 millones de euros. A finales de ese mismo año se amplió la obligación de informar y se retiraron parte de los fondos. En 1989 se produce una importantísima caída de las primas únicas debido a la aprobación del Decreto de medidas financieras y fiscales urgentes, que acabó con su opacidad fiscal.
1991	Importantes contratos de seguros colectivos.
1994	Contrato de importante cuantía a prima única de compromisos por pensiones de una entidad de depósito.
1996	Seguros colectivos a prima única que instrumentan compromisos por pensiones.
1997	Productos con ventajas fiscales. Compromisos por pensiones.
1999-2002	Proceso exteriorización pensiones.
1998-1999	Auge de los <i>unit-linked</i> , favorecidos por la clarificación de los aspectos fiscales que afectaban a estos productos.
2001-2003	Caída de los <i>unit-linked</i> , por la bajada de los mercados financieros y por motivos de fiscalidad de traspasos.

De no haber mediado las circunstancias extraordinarias que sucintamente se han recogido en el cuadro anterior, la evolución de las primas de vida hubiera corrido más pareja al desarrollo de los ingresos nacionales del país.

Se puede concluir de este modo que en condiciones normales, y sin tener en cuenta circunstancias excepcionales externas como las citadas, el desarrollo del seguro de vida está bastante ligado a la evolución del volumen de la renta y de la riqueza nacionales, o sea a más renta y riqueza más seguro de vida. Esto parece lógico y evidente desde todos los puntos de vista. El impulso, por tanto, de la economía de una nación es un factor determinante del impulso y del avance del seguro de vida; las crisis de la economía nacional influyen en sentido inverso al desarrollo de este seguro.

Se analizarán posteriormente otros factores adicionales, distintos a la evolución de la renta, que tienen y tendrán quizás en el futuro una decidida importancia sobre el montante de los seguros de vida en nuestro país. En cualquier caso podemos afirmar que España ha llegado ya a un nivel de renta y riqueza que, comparado con los principales países del

mundo, supera ampliamente al alcanzado por el seguro de vida a nivel internacional, y ello a pesar de los factores externos ya citados.

Como se ha hecho referencia, nuestro país ocupa el puesto 28 en la renta per cápita de los países desarrollados del mundo con una cifra de 29.147 dólares, superando la media de la Unión Europea y estando superada por las naciones más ricas del continente en un factor cercano al 30%. Por otro lado, en seguros de vida alcanza el puesto número 24 y, sin embargo, algunos países avanzados nos superan en cantidades de varios múltiplos. Las diferencias son demasiado destacadas.

El seguro de vida español tiene, por tanto, una importancia relativa en el contexto internacional, que es bastante menor que la que ha alcanzado el país en sus niveles de renta y riqueza comparativa. Hay que buscar por consiguiente otras causas que expliquen nuestra insuficiente dimensión en el contexto internacional y nacional.

Cuadro 10
 PIB per cápita en dólares
 Fuente: FMI, octubre 2007

País	PIB/cápita (USD)
1. Luxemburgo	87.400
2. Irlanda	47.169
3. Noruega	47.098
4. Estados Unidos	44.765
7. Suiza	40.590
11. Holanda	38.252
13. Reino Unido	37.328
21. Japón	34.024
23. Francia	33.078
24. Alemania	33.023
26. Italia	32.319
28. España	29.148

- *La distribución de la renta y la riqueza*

Siguiendo este planteamiento se podría hacer una rápida mención a otros puntos de observación relacionados con el anterior. Me refiero al concepto de la distribución de la riqueza y no a los montantes absolutos que alcance este parámetro en un país en un determinado momento de su historia.

La distribución de los niveles de ingresos y de seguros entre los ciudadanos se puede examinar desde diferentes puntos de vista. Por un lado, el criterio regional o provincial y, por otro, el punto de vista personal o familiar, o sea, la dispersión o la concentración de la riqueza entre los distintos grupos sociales y personas que habitan en un país. Finalmente, otro ángulo de observación hace referencia a los factores de producción, distinguiendo las rentas de trabajo de las de las empresas y el capital.

¿Está muy concentrada la renta en España en un reducido grupo de personas o por el contrario está distribuida de forma razonablemente homogénea entre la población, las regiones o los factores de producción?. El siguiente cuadro de distribución del seguro de vida en España por comunidades autónomas puede tener interés a este respecto.

Cuadro 11
Segmentación del seguro de Vida por Comunidades Autónomas
Fuente: ICEA, INE

Comunidad Autónoma	Primas Vida 2006		Renta disponible bruta de los hogares	
	Total (millones euros)	Per cápita (euros)	Total (millones euros)	Per cápita (euros)
ANDALUCÍA	2.509	320	83.460	10.798
ARAGÓN	322	254	18.214	14.563
ASTURIAS	251	237	14.156	13.376
BALEARES	273	274	14.322	14.743
CANARIAS	383	194	23.040	11.936
CANTABRIA	126	225	7.762	14.012
CASTILLA Y LEÓN	863	348	33.300	13.470
CASTILLA LA MANCHA	634	332	20.880	11.142
CATALUÑA	5.885	841	104.706	15.269
COM. VALENCIANA	2.166	461	56.334	12.306
EXTREMADURA	204	190	11.046	10.327
GALICIA	1.171	430	32.420	11.944
MADRID	6.152	1.028	94.474	16.074
MURCIA	391	289	14.552	11.048
NAVARRA	177	299	9.849	16.858
PAIS VASCO	869	410	35.967	17.066
LA RIOJA	83	273	4.323	14.532
CEUTA	3	42	950	13.314
MELILLA	11	170	881	13.208
ESPAÑA	22.472	510	580.858	13.384

Los datos muestran que aquellas comunidades autónomas de mayor nivel de renta media —superior hasta en un 60% con respecto a otras— presentan una mayor propensión hacia el seguro de vida, con diferencia en varios múltiplos respecto a las que menos. Este es el caso de Madrid, Cataluña y el País Vasco, por ejemplo, en relación con otras comunidades menos ricas como son Extremadura, Andalucía o Canarias.

Cuadro 12
Porcentaje de primas de seguros de vida sobre el PIB 2006
Fuente: ICEA

Comunidad Autónoma	Primas de vida / PIB 2006
ANDALUCÍA	1,84%
ARAGÓN	1,07%
ASTURIAS	1,20%
BALEARES	1,13%
CANARIAS	0,97%
CANTABRIA	1,03%
CASTILLA Y LEÓN	1,64%
CASTILLA LA MANCHA	1,88%
CATALUÑA	3,20%
COM. VALENCIANA	2,27%
EXTREMADURA	1,27%
GALICIA	2,32%
MADRID	3,58%
MURCIA	1,53%
NAVARRA	1,07%
PAIS VASCO	1,43%
LA RIOJA	1,16%
CEUTA	0,20%
MELILLA	0,85%

La clasificación de las primas de seguros de vida en relación con el producto interior bruto de las comunidades autónomas permite llegar a conclusiones similares a las mencionadas con anterioridad, si bien hay que aclarar que existen sesgos en ambos cuadros provenientes de la insuficiente información estadística respecto a los seguros por comunidades autónomas, al tratarse la estadística disponible de una muestra y no de un censo completo de compañías.

El criterio de distribución personal o familiar de la renta puede tener también una cierta significación. En los países donde la riqueza está más concentrada en pocas personas en relación al conjunto de los ciudadanos, el desarrollo del seguro de vida parece más reducido, mientras que en aquellos en los que la renta se encuentra más distribuida la masa de seguros de vida es mayor. Esto estaría relacionado con la importancia de las clases medias a efectos de la adquisición de seguros o quizás con lo que algunos llaman índices de desarrollo humano y social. El cuadro siguiente, aunque con la salvedad principal del Reino Unido, cuya explicación se verá más adelante, muestra una parecida tendencia a este respecto.

Cuadro 13

Ratio de desigualdad de Ingresos* 2006

*Ratio de desigualdad de ingresos: cociente de los ingresos recibido por el 20% de la población con mayores ingresos entre los recibidos por el 20% con los menores ingresos. Fuente: EUROSTAT

País	Ratio
Dinamarca	3,4
Suecia	3,5
Holanda	3,8
Francia	4,0
Alemania	4,1
Bélgica	4,2
UE-25	4,8
Irlanda	4,9
España	5,3
Reino Unido	5,4
Italia	5,5
Portugal	6,8

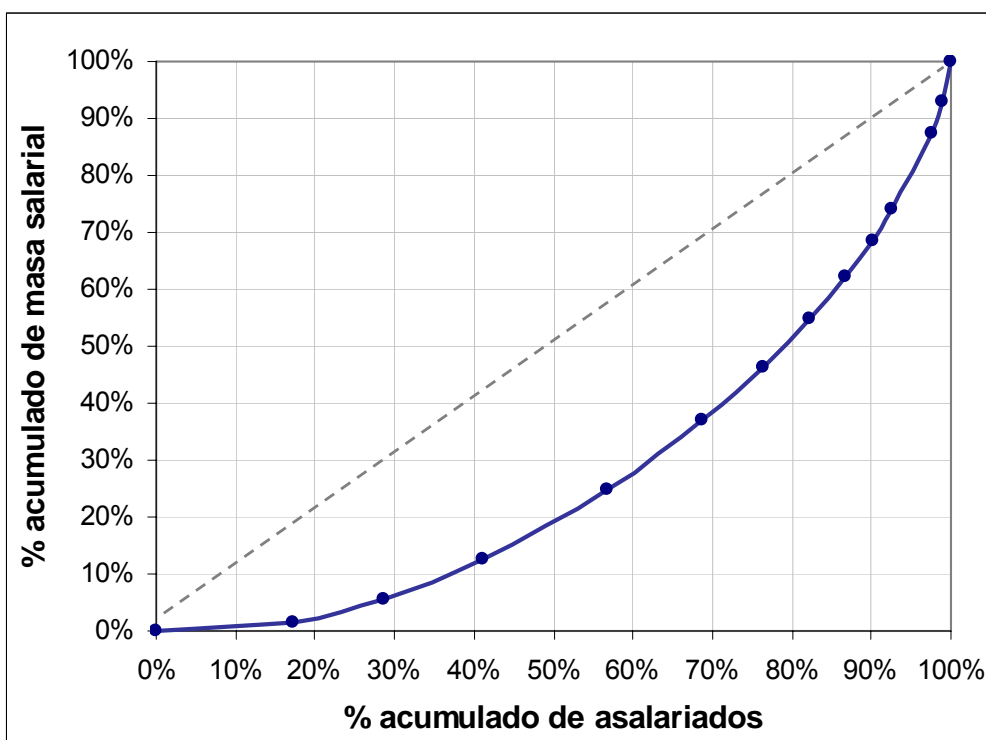
Independientemente del cuadro anterior, pero relacionado con él, nos ha parecido oportuno, a efectos de enfatizar la explicación de los conceptos, introducir otro instrumento de uso muy común y tradicional para expresar la concentración o desconcentración de rentas en las diferentes sociedades. Se trata de la llamada curva de Lorenz y del conocido índice de Gini.

En el gráfico primero, la curva recoge en ejes de coordenadas, por un lado, el porcentaje de la población (en nuestro caso los asalariados) y, por el otro, los porcentajes de los ingresos, ambos de forma acumulada. La recta bisectriz del cuadrante representaría una proporción pareja entre el

numero de habitantes y los ingresos que perciben (un 20% de los ingresos serían percibidos por un 20% de la población; un 40%, por el respectivo 40% de los ciudadanos; y así sucesivamente...). A medida que la curva de valores reales esté más apartada de la bisectriz teórica, la concentración personal de la renta sería mayor en la sociedad o sociedades que se estén examinando.

El gráfico es muy expresivo, pues refleja una cuestión que se ha convertido desafortunadamente en actualidad en años recientes en todos los países de occidente, entre ellos España. La renta y la riqueza total de los países se están concentrando más y más en menor número de personas.

Gráfico 16
Curva de Lorenz. Salario Bruto anual 2006. España
Fuente: elaboración propia a partir de la Agencia Tributaria



El índice de Gini, por su parte, refleja un ratio de concentración de la riqueza que equivale al doble del área de concentración (área comprendida entre la curva de Lorenz y la recta de reparto homogéneo o bisectriz). Su valor puede estar entre cero y cien. Cuanto más próximo se sitúe a cien, mayor será la concentración; cuanto más cercano a cero,

más homogénea será la distribución de la renta en el país. Veamos los datos que nos muestra el siguiente cuadro.

Cuadro 14
Índice Gini por país
Fuente: Naciones Unidas. Human Development Report 2006

País	Índice Gini	País	Índice Gini
1. Dinamarca	24,7	11. Bélgica	33,0
2. Japón	24,9	12. Suiza	33,7
3. Suecia	25,0	13. Irlanda	34,3
4. Noruega	25,8	14. Grecia	34,3
5. Finlandia	26,9	15. Polonia	34,5
6. Alemania	28,3	16. España	34,7
7. Austria	29,1	17. Gran Bretaña	36,0
8. Holanda	30,9	18. Italia	36,0
9. Canadá	32,6	19. Portugal	38,5
10. Francia	32,7	20. EE.UU.	40,8

Se puede concluir, tanto en base a las estadísticas analizadas como al sentido común, y en ausencia de otras influencias que a lo largo del texto se están valorando, que la importancia del seguro de vida de un país va pareja con su desarrollo social y que los países con mejor nivel de vida y mejor estructura social suelen disponer de un seguro de vida más desarrollado que aquellos que están en la situación opuesta o que tienen una reducida clase media. Se volverá sobre estos temas.

Por lo tanto, fomentar el crecimiento de la economía nacional en cantidad y también en calidad equivale a fomentar el seguro de vida de un país. La formulación inversa también es cierta, pues fomentar el seguro de vida, en sus dos vertientes fundamentales de riesgo y de ahorro, significa mejorar la calidad de la economía de un país. Todo ello independientemente de la concurrencia de otras circunstancias excepcionales que afecten al seguro de vida, tal y como se ha hecho referencia anteriormente.

De cara al futuro, otras circunstancias y decisiones, externas o exógenas al sector, se podrían producir en el mercado de seguros de vida español, ejerciendo una incidencia muy favorable sobre la evolución del ramo, quizás cercana a los impactos externos referidos de años pasados.

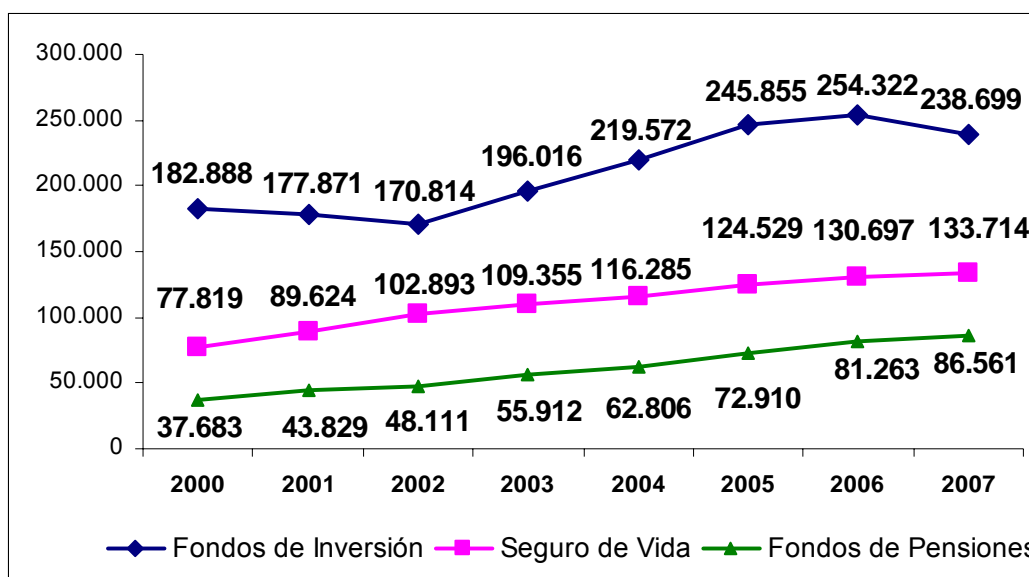
Un cambio en la fiscalidad que pueda afectar al seguro de vida o decisiones políticas de colaboración entre el sector público y el privado en

las prestaciones de la seguridad social serían circunstancias posibles, pues ya se han producido en algunos países de Europa. Un segundo pilar de la previsión social complementaria, tan escasamente desarrollada en España, podría transformar el cuadro macroeconómico del seguro español y los niveles de ahorro e inversión en el seguro de vida.

De producirse estas medidas, este seguro podría experimentar unos crecimientos muy por encima de la evolución de los ingresos de las familias, acercando la tasa de penetración del ramo en España a la de los países más avanzados de Europa.

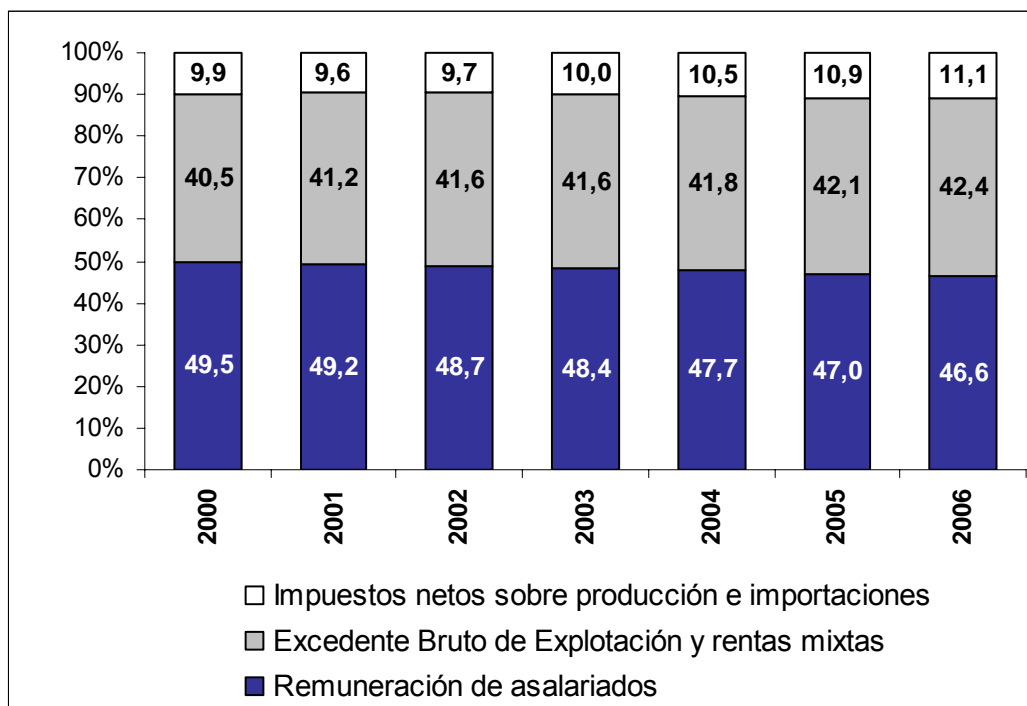
El siguiente gráfico suministra información sobre el ramo de vida en términos de provisiones técnicas, así como de los activos alcanzados por los fondos de pensiones, que constituyen otro de los productos característicos de las carteras del sector. Ambos van creciendo con fuerza e incluso más rápidamente de lo que aumentan los fondos de inversión. Juntos se acercan a los volúmenes alcanzados por estos últimos. Lo más probable es que los superen a medio plazo si las condiciones que defendemos para el seguro de vida se cumplen mínimamente.

Gráfico 17
Instrumentos de ahorro-previsión. Volumen de activos (en millones de euros)
Fuente: ICEA y elaboración propia



Finalmente, resulta de interés observar la información que muestra el gráfico siguiente sobre la distribución de la renta en España distinguiendo los diferentes factores de la producción.

Gráfico 18
 Distribución funcional de la renta en España 2000-2006
 (en porcentaje del PIB a precios de mercado)
 Fuente: INE, Contabilidad Nacional Trimestral de España



Se observa que desde el año 2000 hasta el 2006 la remuneración de los asalariados (donde se concentra, como es natural, la gran masa de las clases medias) no ha dejado de decrecer en su participación dentro del producto interior bruto, pasando de representar un 49,5% en el año 2000 a un 46,6% seis años después.

Esta tendencia, que se ha observado también en otros países desarrollados, principalmente en Estados Unidos, ha tenido en España distintas explicaciones y justificaciones, entre las que hay que citar el aluvión de inmigrantes que han llegado a nuestro país, los cuales en promedio reciben menos ingresos que el resto de la población. De cualquier forma, las cifras están ahí e influirán sobre el comportamiento del seguro de vida que, como se ha dicho, es un producto fundamentalmente de clases medias. Los pronósticos a medio plazo son que la participación de las remuneraciones en el producto nacional se irá recuperando paulatinamente en el futuro.

2.2. La imagen y actitud de los ciudadanos

Una de las cuestiones de importancia que más han afectado al seguro a lo largo del tiempo ha sido su imagen y su reputación ante el público. La

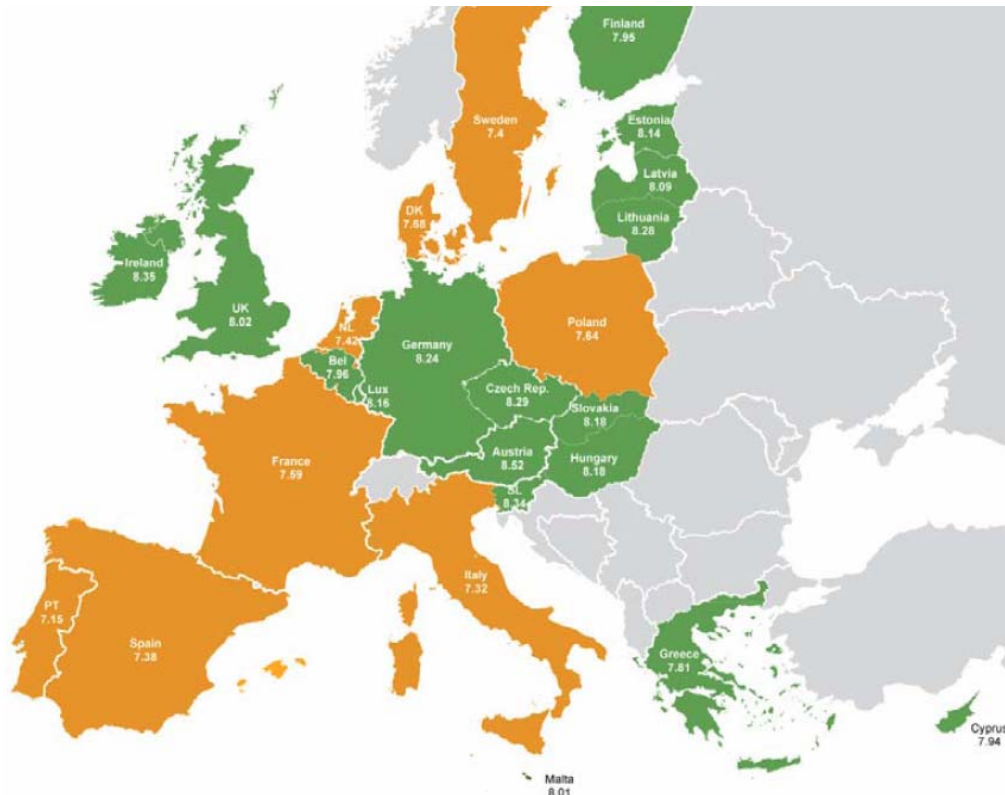
notoriedad del seguro entre los ciudadanos es una de las materias que con más frecuencia han sido tratadas en las publicaciones del sector y en los encuentros que habitualmente organiza la industria.

Efectivamente, son incontables los análisis de opinión e imagen que han llevado a cabo tanto las instituciones aseguradoras, como ICEA y Unespa, como las propias compañías de seguros sobre sí mismas o sobre el sector en su conjunto. También son numerosos los estudios dedicados al seguro por parte de empresas comerciales especializadas en investigación económica y social en España.

El seguro en general y el de vida en particular se percibe de diferente manera, como cabe esperar, por unos ciudadanos y por otros y dentro de un mismo país, y de forma distinta también según los países que se analicen, pues en unos parece gozar de una imagen mejor o más positiva y en otros menos buena o incluso indiferente. El siguiente gráfico muestra algunas de estas diferencias.

Gráfico 19

Imagen del seguro. Puntuación media de los consumidores satisfechos (verde: por encima de la media; naranja: por debajo de la media)
Fuente: Comisión Europea. Dirección General de Salud y Protección al Consumidor



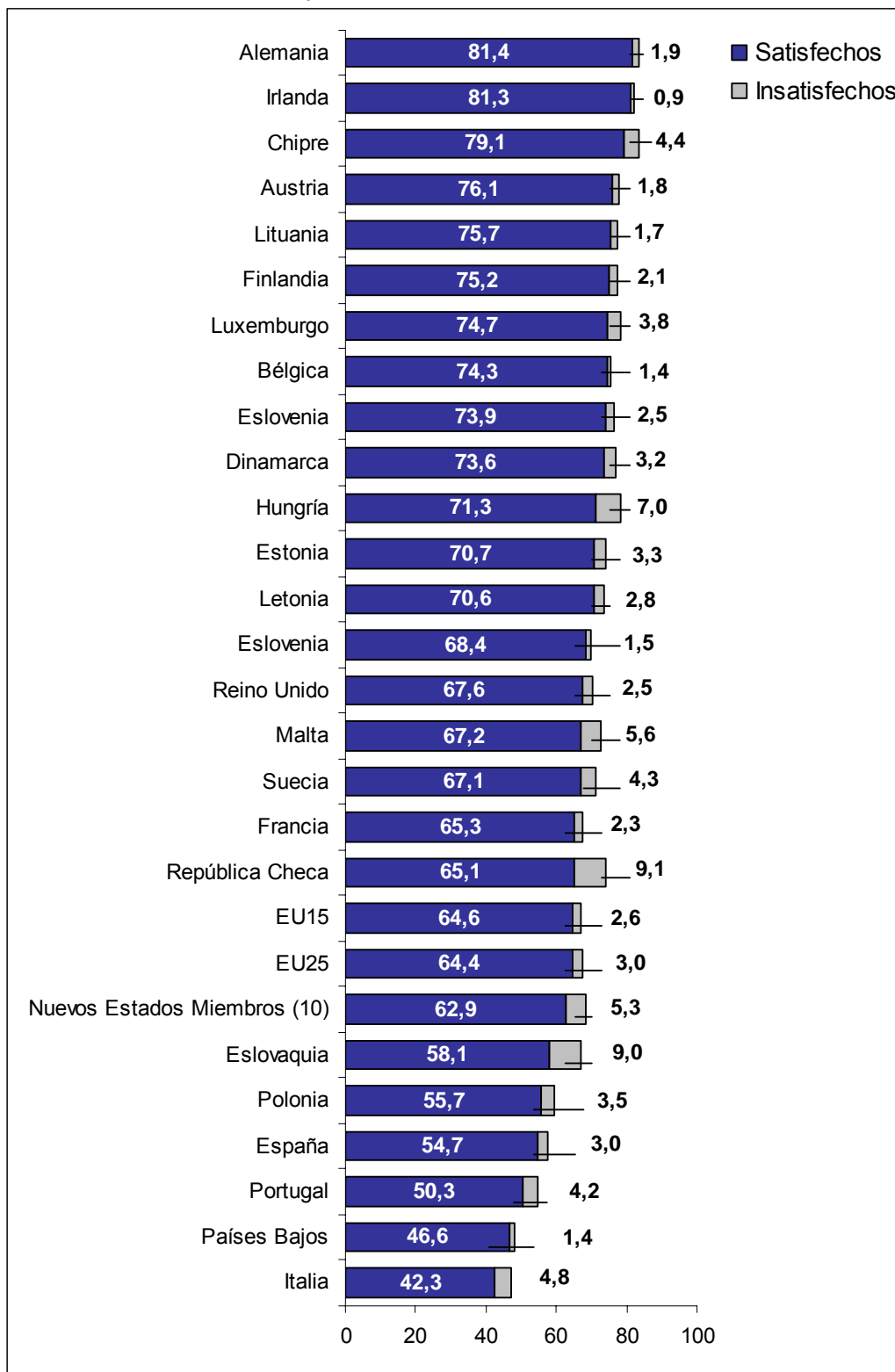
El gráfico es bastante expresivo y puede promover la reflexión en la materia que nos ocupa, pues sitúa, por término general, al seguro en los países del sur de Europa en una posición menos favorable en cuanto a imagen ciudadana que la que tiene en algunos de los países del norte, como Reino Unido, Alemania, Bélgica, Austria y otros.

A pesar de que las comparaciones internacionales en temas tan sutiles como la imagen de todo un sector en su conjunto y de un servicio tan complejo como el del seguro tienen riesgos de insuficiente fiabilidad, a causa de su amplitud y heterogeneidad, tomado con prudencia el gráfico puede suministrar una idea suficiente de las diferencias más destacadas que existen a nivel europeo. Como se aprecia, España, Francia e Italia se encuentran por debajo de la media en apreciación e imagen del sector asegurador por parte de los ciudadanos.

Un segundo gráfico, extraído de la misma fuente, permite asimismo valorar la opinión de la población con respecto a sus proveedores de seguros, escalonando los resultados de mayor a menor según los diferentes países analizados.

Nuestro país no se encuentra entre los primeros de la relación, aunque alcanza un índice del 54,7% de personas satisfechas con el seguro, ratio que, aunque se pudiera calificar como positivo, se sitúa muy por debajo del de los países que están a la cabeza de la relación, que llegan a alcanzar un nivel del 81% de personas satisfechas. Observemos las respuestas a la pregunta.

Gráfico 20
 En general ¿hasta qué punto está satisfecho con su proveedor de seguros?
 (porcentaje de satisfechos frente a insatisfechos por países)
 Fuente: Comisión Europea, Dirección General de Salud
 y Protección al Consumidor)



Los datos provienen de un estudio muy extenso realizado por la Comisión Europea, y que recoge multitud de opiniones concretas de los encuestados respecto a diferentes facetas y en distintos negocios.

En lo que se refiere al precio del seguro, gráfico que no se ha incluido en este informe con la idea de no extenderlo en exceso, los resultados seleccionados son los siguientes. Más del 60% de los consumidores de Alemania, Austria, Irlanda, Hungría, Bélgica, República Checa, Dinamarca y Eslovenia se muestran satisfechos con los precios que pagan por sus seguros. Los consumidores menos satisfechos son los de Italia (33%), España (38%), Holanda (40%), Polonia (42%), Suecia (43%), Eslovaquia (45%) y Francia (47%).

Ya se ha hecho la debida salvedad respecto a las comparaciones entre distintos países sobre estas materias y la conveniencia de no tomarlas en un sentido muy estricto. Sin embargo, es cierto, y se conoce a partir de otros estudios, que en muchas ocasiones las diferencias de imagen que muestran los ciudadanos de determinadas sociedades con respecto al seguro y a las compañías del sector no responde tanto a opiniones formadas en base a experiencias vividas en la prestación del servicio como a otros factores diferentes, como el desconocimiento de la actividad aseguradora.

En aquellos países más avanzados (con la excepción destacada de Suecia y Holanda, cuya explicación no dan a conocer los autores del estudio), que tienen una mayor formación y cultura financiera, y por tanto aseguradora, la opinión sobre el seguro y las compañías tiende a ser más favorable que el promedio, mientras que en aquellos menos preparados parece ocurrir lo inverso.

Pero es que aun en las sociedades en las que la cultura general y financiera de la población es razonablemente homogénea, unas personas aprecian más el seguro privado y otras lo aprecian menos dependiendo de la psicología predominante, en el sentido de sentir o no sentir la necesidad de ser previsor o planificador en materias económicas y, dentro de ello, de optar por utilizar al seguro de vida como el instrumento adecuado.

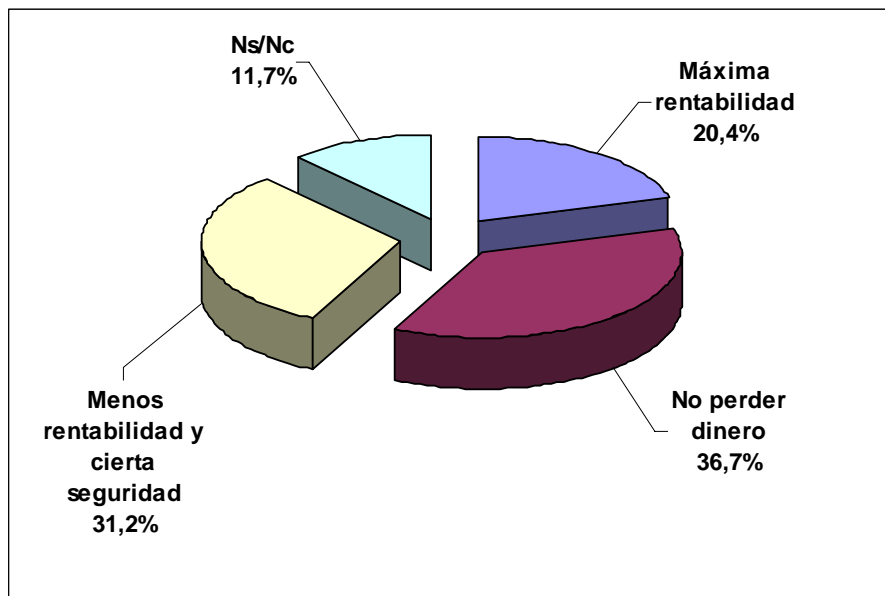
A nivel de naciones, determinados factores muy variados pueden influir en la apreciación del seguro por parte de la población, entre los que hay que incluir el papel especialmente protector que pueda jugar el sector público en el terreno de las necesidades sociales y aseguradoras a través de sus prestaciones. Estas circunstancias a menudo llevan consigo una disminución del sentimiento de necesidad del ciudadano hacia el sector de los seguros de vida, así como una menor apreciación de su papel en la sociedad. Este factor podría influir, en alguna medida, en la posición que ocupan Francia, Italia y España en el gráfico presentado más arriba.

Influyen, asimismo, en la apreciación del seguro las opiniones que difunden algunos sectores de la población que, sin el conocimiento necesario, o por haberse sentido defraudados en alguna ocasión a cuenta de prestaciones esperadas y no satisfechas, afirman que las aseguradoras están más interesadas en cobrar las primas religiosamente que en atender con similar diligencia los compromisos contraídos en los contratos suscritos con sus asegurados. Estas opiniones se difunden fácilmente dada la dificultad que encuentran los clientes a la hora de entender y valorar las coberturas que incluyen los contratos.

En conjunto, la población de un país se puede clasificar en base a tres segmentos diferenciados con referencia a su actitud hacia el sector de seguros de vida. Por un lado están aquellos que tienen una actitud favorable (como lo reflejan algunos análisis de opinión que se incluyen en el presente trabajo). Son una mayoría relativa y vienen a corresponder en buena medida a los que poseen una o varias pólizas de seguros de vida. Los componentes de este grupo son a menudo personas con una psicología abierta hacia el mundo de la empresa, que confían en las promesas sobre el futuro y que presentan una mayor inclinación hacia el ahorro sistemático, la previsión y la planificación financiera como forma de enfrentarse a sus necesidades futuras. Se trata de personas normalmente conservadoras en lo económico y con una moderada o notable aversión al riesgo financiero.

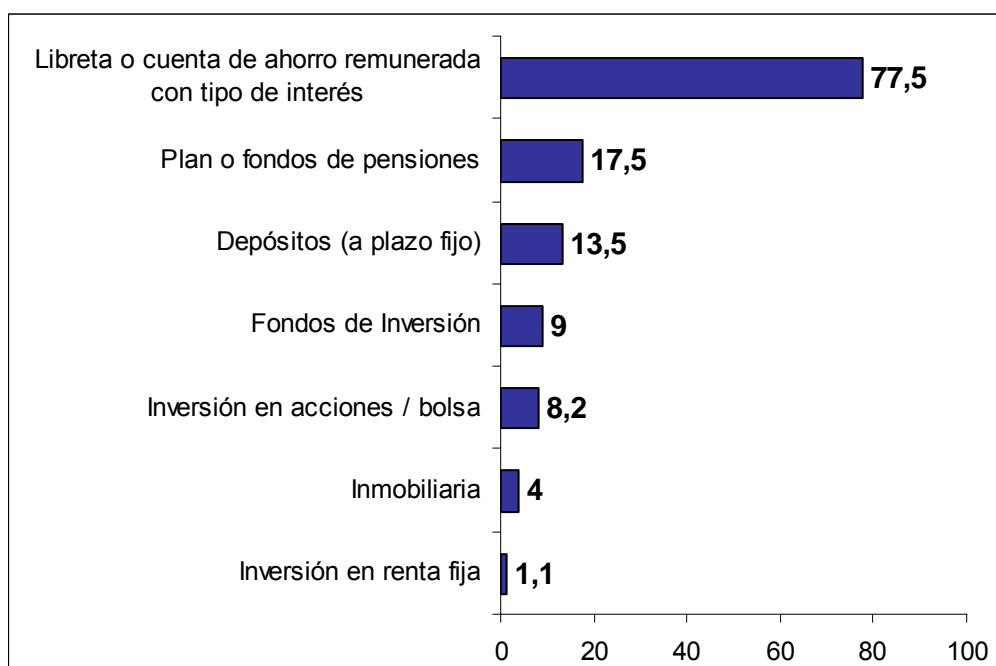
El siguiente gráfico muestra algunas de las notas características de los inversores españoles extraídas de un estudio que, aunque no está realizado por el sector del seguro de vida, resulta bastante explicativo y de interés.

Gráfico 21
Valoración a la hora de invertir
Fuente: JP Morgan (datos de octubre-diciembre 2007)



Se evidencia la ponderación que se otorga al factor seguridad en la mayoría de los inversores encuestados. Cerca del 37% de ellos menciona la preferencia por invertir sus ahorros, pero sin el riesgo de perder dinero (¿se podría encontrar aquí el seguro de vida?). Por otro lado, más de un 31% informa que prefiere una menor rentabilidad pero con cierta seguridad. Un 20% pondera fundamentalmente la rentabilidad y cerca de un 12% no sabe qué contestar a la pregunta.

Gráfico 22
 Productos financieros 2007
 Fuente: JP Morgan



Es interesante también observar en el gráfico anterior, relativo a las diferentes posibilidades de inversión a disposición del público, que en una amplia lista de opciones de inversión no aparece en ningún momento la de los seguros de vida (sí los fondos de pensiones), ya sea porque los encuestadores no han hecho mención específica a este producto o porque no ha surgido como opción viable o conveniente por parte de los encuestados. Sean cuales sean las causas merece la pena destacar el hecho.

Continuemos con la segmentación de grupos sociales. En un segundo lugar se recogería un segmento compuesto por los que tienen una opinión no favorable hacia el seguro de vida, algunos por experiencias vividas dentro del ramo (los menos) y otros por experiencias en otra clase de seguros. En algunas personas (la mayoría quizás de este grupo), la discrepancia con la actividad aseguradora viene por razón de su carácter

desconfiado e incluso hostil hacia la idea del seguro privado y del aseguramiento en cualquiera de sus múltiples facetas.

Encomendar dinero propio y en una cuantía a menudo importante a una sociedad aseguradora, manteniendo la confianza de que al final de un largo periodo de tiempo recibirán el servicio o la prestación económica prometida, es asunto que no va naturalmente con ellos, independientemente de cuál sea la realidad del cumplimiento de compromisos del seguro o la solvencia real de las compañías aseguradoras.

Finalmente están los que desconocen básicamente el seguro de vida y que a la vez son, en buena medida, indiferentes hacia el concepto asegurador. En el estudio de opinión recogido más arriba ya se observó que no figuraban inversores inclinados hacia este seguro, aun dentro de los segmentos más moderados y conservadores de la población española.

Probablemente son estos dos últimos grupos, los contrarios al seguro y los indiferentes y desconocedores del mismo, el conjunto más numeroso del mercado potencial del seguro de vida privado del país, y al mismo tiempo el más vulnerable.

Interesa destacar que en este tercer grupo, o sea, los que se muestran abiertamente indiferentes, se encuentran personas que pertenecen a todas las clases sociales posibles, no siendo extraño encontrar personas en altos niveles económico-sociales y culturales, con posibilidades de adquirir seguros de vida, que no disponen de ninguna póliza, principalmente por las razones que antes fueron referidas.

Lo que fundamentalmente se puede desprender de este análisis, que es aplicable al caso español y al de otros países, es que el segmento al que la industria aseguradora debería prestar la mayor atención es aquel cuya opinión se puede definir con las palabras clave de “desconocimiento e indiferencia” hacia el seguro privado en general y hacia el de vida en particular.

Algunas de las personas encuadradas en estos segmentos afirman no oponerse al seguro de vida como concepto, pues dicen que les parece un servicio socialmente aceptable e incluso necesario para la población. Sin embargo, la realidad es que, para ellos, el seguro de vida no forma parte de su lista de instrumentos para la solución de problemas de orden económico, ni siquiera para los relacionados con la previsión a largo plazo (jubilación).

El siguiente gráfico, que incluye varios países, puede ilustrar este debate en la medida en que sólo un 11% de los encuestados parece estar de

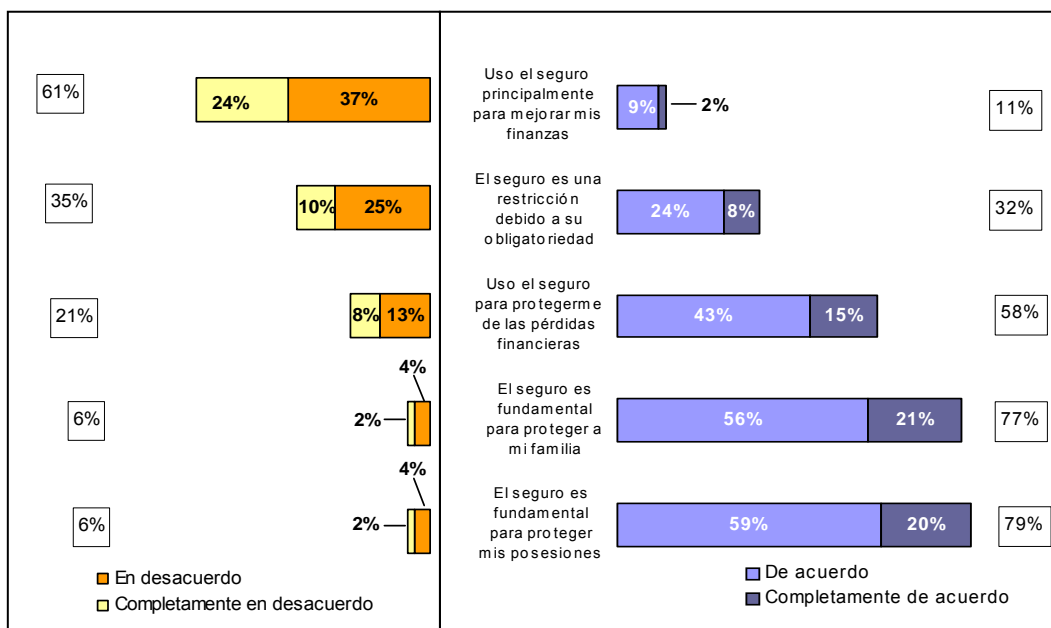
acuerdo en que el seguro sea un medio importante para acumular su patrimonio.

Gráfico 23

Percepción del seguro por el consumidor en porcentaje .

¿Está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Fuente: Análisis de Cap Gemini, 2007. Países analizados: Alemania, España, Estados Unidos, Francia, Holanda, Italia, Reino Unido y Suiza.



Desconocimiento, en definitiva, es lo que se observa en un significativo segmento de la población con respecto al sector asegurador de vida, con respecto a su funcionamiento, sus ventajas y sus limitaciones. Como consecuencia de ello se muestra indiferencia en cuanto a las posibilidades que tiene el seguro para satisfacer sus necesidades de ahorro/inversión en relación con otros instrumentos, incluidos los del sector bancario, el mercado de capitales y los servicios financieros en general.

He ahí una cuestión clave que afecta especialmente a este seguro en España y que condiciona su desarrollo. Se trata, como decimos, de la opinión de un grupo importante de la población y por ende de un grupo que tiene una gran influencia sobre los demás y un gran potencial de clientes para las entidades aseguradoras. El seguro de vida es un gran desconocido para buena parte del público, como reflejan la mayoría de los análisis de opinión disponibles, algunos de los cuales se han referido en este trabajo.

¿Sirve el seguro de vida sólo para cubrir la muerte en caso de accidente?
 ¿Cubre los casos de fallecimiento independientemente de cuál sea la

causa? ¿Es un producto caro y por lo tanto no rentable en relación a su precio? ¿Merece la pena comprarse un seguro de vida en lugar de un depósito bancario, unos valores bursátiles, u otros?. En fin, se trata de una serie de cuestiones que se plantean los potenciales clientes y que reflejan las encuestas, entre las que se pueden incluir las opiniones de algunos en el sentido de que el seguro de vida es un producto que se sienten obligados a adquirir pues va ligado a la compra de otros productos diferentes.

El seguro de vida puede ir unido en ocasiones a otras compras, quizás una tarjeta de crédito, un viaje, la adquisición de otro bien, como el crédito para una vivienda, la inversión en acciones, incluso complejos productos financieros estructurados y un sinfín de posibles opciones y posibilidades diversas. En pocos casos se cita al seguro de vida como una solución idónea *per se* para solventar los retos que planteará la jubilación, a pesar de ser esta una prestación fundamental del ramo y una necesidad primordial para el futuro de las personas y para la estabilidad de los países.

De cualquier modo, el desconocimiento de la población sobre las ventajas del seguro de vida tiene, a pesar de todo, una cierta justificación, aun sin olvidar el papel que en la mejora de ese conocimiento ha de jugar la industria del seguro.

Nos referimos al hecho de que el seguro de vida es un producto bastante complejo y de difícil comprensión para la mayoría de las personas, debido a múltiples factores entre los que se pueden citar sus plazos, normalmente largos de maduración y, por lo tanto, de difícil percepción cabal en cuanto a sus ventajas; la formación de su precio, o tasa de prima, que se calcula en base a estadísticas de mortalidad y supervivencia no bien entendidas por el público; la influencia de los factores financieros en su rentabilidad, ya sean los tipos de interés o los mercados de capitales; el papel poco comprendido de los gastos de comercialización y administración de este seguro; los valores de rescate de la póliza en caso de ser necesario; las exclusiones que figuran en los contratos; la influencia de las normas fiscales que inciden en la rentabilidad de este seguro, etc.

Posiblemente sea muy difícil encontrar un producto de ahorro/inversión tan complejo como el seguro de vida, no sólo para el ciudadano medio sino para cualquier tipo de persona, independientemente del estatus o clase social y cultural a que pertenezca. Una vez más es preciso insistir en que la complejidad intrínseca de este seguro no es justificación para una insuficiente divulgación hacia los asegurados sino que, muy al contrario, tendría que ser un acicate para ello.

En los seguros que cubren un capital para el caso de muerte del asegurado, existe la idea de que quien abona las primas (el tomador del seguro) puede “valer más muerto que vivo” y que en todo caso será preciso que muera a una edad relativamente joven para que los beneficiarios disfruten de las ventajas de este producto. Esta objeción, que es secular en esta cobertura, sigue siendo cierta, se quiera o no se quiera admitir abiertamente tanto por vendedores de seguros como por muchos asegurados.

En los seguros de ahorro a largo plazo la suspicacia se ve incrementada porque el cliente piensa que le será preciso ahorrar durante mucho tiempo y en importes muy elevados (por encima de las posibilidades del ciudadano promedio que sufre una elevada deuda por préstamos de vivienda y consumo) si quiere alcanzar una cifra suficiente de su seguro de vida que, descontada la inflación, le permita vivir una larga vejez con cierta calidad, especialmente en estos momentos de incertidumbre con respecto a las pensiones públicas de la seguridad social.

Estas circunstancias han provocado un gran debate también en otros países desarrollados, como por ejemplo el Reino Unido, que es un país paradigmático en el seguro de vida, pues se ha acusado a las entidades de seguros de vida y a sus redes de vendedores de forzar la venta de seguros de jubilación y planes de pensiones (complementarios o sustitutivos a la seguridad social) sin ajustarse a las necesidades de los asegurados, estando más interesados en la consecución de una prima y una comisión que en los auténticos deseos y necesidades de los clientes.

La situación ha llegado a un nivel desacostumbrado en ese país. Como consecuencia de la legislación allí vigente, que permite contratar una parte de los seguros públicos en el sector privado, en un procedimiento denominado *contracting out*, algunas entidades han incurrido en unas prácticas incorrectas de venta y, como resultado, en fuertes sanciones, provocando así la promulgación de regulaciones restrictivas en relación con la venta de seguros de vida y de pensiones.

La debacle alcanzada en este delicado proceso no ha terminado en aquel país que, como se ha dicho, es el más avanzado de Europa y del mundo en la producción de seguros de vida y pensiones de jubilación privados.

En definitiva, se puede observar que son variadas las razones que influyen en los individuos a la hora de adquirir o no adquirir los seguros de vida. Abarcan desde el escaso conocimiento que se tiene del producto hasta su complejidad inherente y otros factores de orden psicológico que confirman que, aunque conceptualmente se trata de un servicio cuya conveniencia es reconocida, en la práctica no se compra por decisión espontánea, sino que es preciso dejarse convencer con largas y

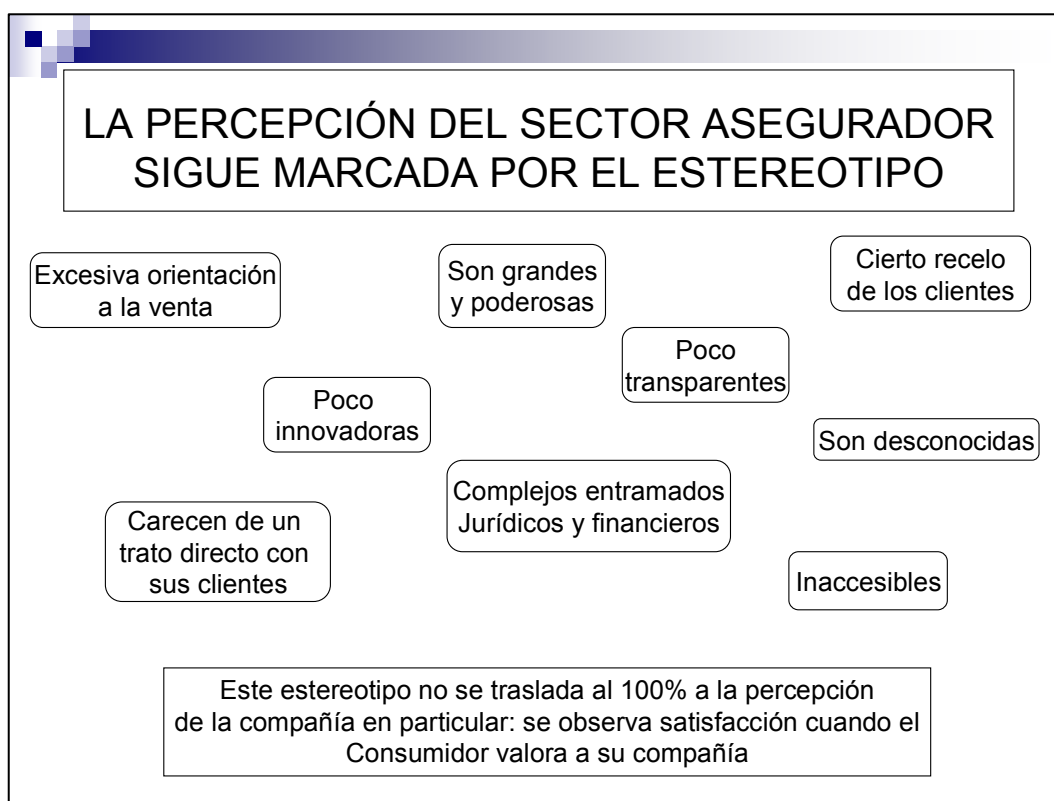
laboriosas explicaciones de venta, o mediante la ligazón de la compra del seguro a la adquisición de otros productos.

La adquisición del seguro de vida, como es natural, está muy influida por la imagen que del mismo tenga la población, así como por su precio, por el nivel de ingresos de los ciudadanos y por otros factores que se irán tratando más adelante. Sin embargo resulta imprescindible insistir en los aspectos de imagen. Una imagen justa, y cabalmente sustanciada, del seguro de vida sólo se puede alcanzar a través de una buena y continuada información, de un buen servicio y de una difusión de sus ventajas entre los ciudadanos, haciendo fácil su comprensión y mejorando la confianza mutua entre aseguradores y asegurados. El siguiente cuadro recoge los resultados de un reciente estudio de opinión.

Gráfico 24

¿Cómo se percibe el sector asegurador?

Fuente: ICEA, 2006. Jornadas de estudio para directores del sector asegurador. Barcelona 2006



Si bien ni el precio del seguro de vida (siempre que se de una situación de competencia entre las compañías) ni el nivel de ingresos disponibles de los asegurados pueden ser influidos por las entidades de seguros, la imagen y la actitud hacia el sector sí pueden ser modificadas a través de una buena presentación del producto, una adecuada información y un buen servicio.

Esta es la razón por la que en el argot de la industria se dice que el seguro de vida, a diferencia de otros ramos, no es “un producto que se compra”, sino que es un producto que hay que vender, y ello sólo se hace sobre la base de explicar las ventajas al cliente, convencerle de su interés y utilidad, y darle una buena imagen personal y profesional.

Las estadísticas mostradas en páginas precedentes reflejan que en el seguro de vida español existen unas primas promedio por asegurado bastante reducidas y por tanto un capital promedio de cobertura bajo. Además el precio del seguro de fallecimiento en cualquier caso está en un nivel que puede ser mejorado mediante la profundización de la oferta, la concurrencia empresarial y la reducción de los costos de comercialización.

Por otro lado, los productos en los que el nivel de infraseguro es importante no contribuyen a promover una buena imagen del ramo, en la medida en que una cifra reducida de capital no puede cumplir el objetivo de permitir a los beneficiarios llevar una vida digna durante el largo periodo de tiempo que suele ser necesario.

En los casos de los seguros que tienen por objeto complementar la jubilación pública, la problemática es bastante similar en la medida en que unos capitales o rentas insuficientes, como las existentes en la actualidad, no cumplen con la función auténtica del seguro de jubilación para esperanzas de vida tan elevadas como las previstas, desincentivando los deseos de suscribir estos riesgos entre la población.

La motivación y preparación del ciudadano en estas materias no sólo es necesaria sino imprescindible y debería llevarse a cabo con celeridad y buen hacer a fin de evitar sorpresas de reducciones drásticas de ingresos al llegar la población a edades maduras. Esta perspectiva es considerada muy probable por numerosos especialistas.

Como se sabe, estas contingencias son susceptibles de cubrirse a nivel de seguro individual o personal, y a nivel de seguro de grupo o empresarial. Ambas modalidades seguramente resultarán imprescindibles.

El siguiente cuadro, extraído de un estudio realizado por la entidad AXA, refleja algunas opiniones de personas jubiladas de distintos países sobre el importe considerado necesario para cubrir los gastos domésticos en relación con los ingresos que perciben. Los importes considerados necesarios, a pesar de ser sorprendentemente bajos, ni siquiera son alcanzados por muchos ciudadanos.

Cuadro 15
¿Cuáles son los ingresos de las personas jubiladas?
Fuente: AXA

País	Importe neto mensual de todas las pensiones	Importe necesario para los gastos domésticos	Diferencia
EEUU	2.512 €	1.774 €	738 €
Francia	1.560 €	1.835 €	-275 €
Alemania	1.452 €	897 €	555 €
Reino Unido	1.287 €	885 €	402 €
Bélgica	1.252 €	1.490 €	-238 €
Japón	1.186 €	1.528 €	-342 €
Italia	1.130 €	1.405 €	-275 €
Australia	1.048 €	827 €	221 €
España	861 €	1.057 €	-196 €
Portugal	579 €	621 €	-42 €
China	95 €	147 €	-52 €

A continuación se incluye otro cuadro que recoge la cuantía del ahorro de los ciudadanos para la jubilación en diferentes países. Las cifras son también muy reducidas. Distintos informes de ICEA sobre planes de pensiones sitúan el promedio del ahorro en estos productos en una cifra incluso inferior (1.100 euros al año).

Cuadro 16
¿Cuánto ahorran las personas al mes para su jubilación?

País	Ahorro
EE.UU.	547 €
Australia	390 €
Reino Unido	322 €
Japón	249 €
Bélgica	216 €
Alemania	204 €
Italia	204 €
Francia	198 €
España	162 €
Portugal	108 €
China	61 €

El infraseguro ya referido debería ser corregido, aumentando los niveles de ahorro a fin de que el ramo de vida cumpla con sus objetivos de satisfacer las necesidades reales. El seguro de fallecimiento, tan escasamente desarrollado en España a excepción de las pólizas ligadas a los créditos, se podría ver reforzado cuando se venzan las objeciones más significativas de las que es objeto.

Al cliente le resulta a menudo difícil cumplir con el hábito de realizar los pagos de primas durante largos periodos de tiempo. Este aspecto de planificación sistemática es un obstáculo que tiene el seguro y que no tienen otros instrumentos financieros. Habrá de vencerse sobre la base de un servicio continuado y cercano que disminuya la caída de cartera y a través de una buena educación ciudadana sobre la necesidad del ahorro a largo plazo. Se volverá a insistir sobre esta cuestión más adelante.

La actitud general de la población española hacia el seguro de vida no se puede por tanto calificar como mala para todos los segmentos; tampoco como buena. En mayor medida el seguro de vida no tiene una imagen formada entre los ciudadanos, o por lo menos no la tiene a nivel suficiente. Ese es el principal obstáculo que encuentra el ramo frente al público y ahí es, al mismo tiempo, donde reside su enorme potencialidad. Es más fácil construir una imagen sobre un terreno nuevo y desconocido que sobre un terreno conocido pero hostil. La imagen que tiene el seguro de vida está, en buena medida, pendiente de configurarse a un nivel satisfactorio. En este desafío la principal palabra la tiene la industria aseguradora del ramo. También la tiene el Estado, los reguladores y la administración pública.

Gráfico 25
La imagen de las aseguradoras
Fuente: ICEA

- Persiste el estereotipo de desconfianza en el sector
 - En el imaginario del consumidor las aseguradoras son empresas más complejas que las de otros sectores
 - Desconfianza recíproca
- Este estereotipo no se particulariza en las compañías
 - Satisfacción aceptable cuando el cliente valora a su compañía
- Una imagen excesivamente funcionalista y poco humanizada
 - Una relación aseguradora / cliente excesivamente coyuntural y crítica: venta y siniestro
 - Es imprescindible cualificar la relación humanizándola
- Una imagen poco innovadora
 - La variante innovación constituye una debilidad sectorial

El gráfico anterior, que recoge datos de un estudio realizado a solicitud del sector, refleja algunos aspectos de importancia relativos a la imagen de las aseguradoras. En él se destaca que persiste un estereotipo de desconfianza hacia el seguro proveniente principalmente de la imagen de complejidad que el ciudadano tiene sobre la operativa de las entidades aseguradoras. El consumidor siente además que el sentimiento de desconfianza es recíproco entre las partes.

Las ocasiones de relación entre las entidades aseguradoras y los asegurados se producen casi exclusivamente en los momentos clave, que son la venta del seguro y el pago del siniestro, echándose de menos una interrelación más continuada. Al seguro se le ve, en definitiva, como un organismo excesivamente funcionalista y poco innovador.

2.3. Factores legislativos y fiscalidad

Merece la pena dedicar un epígrafe al examen de la fiscalidad del ahorro en general y del seguro de vida en particular, así como a la relación que pueda existir entre los impuestos y el desarrollo de esta industria. Hay razones para pensar que su influencia puede ser de importancia, en lo positivo, como ayuda al crecimiento del sector, y en lo negativo, como freno o desánimo a su expansión, según cuáles sean las opciones que se adopten. Siempre se ha debatido sobre cuáles deberían ser los principales objetivos y la finalidad última de la política impositiva de un país, especialmente la que se refiere a determinados impuestos, como son los directos sobre la renta de las personas físicas y sociedades.

Poca duda cabe de que una de las finalidades primordiales de este tipo de imposición no es otra que la redistribución personal y regional de la renta y la riqueza entre ciudadanos, en la medida en que siempre se ha afirmado que han de pagar más aquellos que más ingresos o fortuna tengan—incluso más que proporcionalmente, como defiende el criterio de imposición progresiva— y que los que menos tengan paguen menos, o incluso nada, según cuáles fueran sus posibilidades económicas. Todos los gobiernos han utilizado los mecanismos que ponen a su disposición los impuestos sobre la renta para alcanzar determinados objetivos de redistribución o igualación social dentro de sus propios países.

Sin embargo, con el tiempo el debate ha dejado de centrarse en estas materias, por importantes que fueran, y se ha sofisticado en la medida en que a través de la imposición sobre la renta ya no se trata sólo de igualar las malas o buenas fortunas de la gente, sino que el regulador añade otras motivaciones. A través del impuesto sobre la renta se tiende a promover también la elevación del nivel de ahorro de los ciudadanos, pues se estima que con ello se promueve a su vez el crecimiento económico nacional y la inversión productiva que precisan las economías

de todos los países. El impuesto por ello suele estar diseñado de forma que favorezca la adquisición de determinados instrumentos en lugar de otros, pues unos se considera que son más convenientes que los demás para el progreso de la economía.

¿Qué tipo de instrumentos debieran ser promovidos a través de la imposición directa? Lo tradicional ha sido procurar que el ahorro fomente la inversión a largo plazo, pues la economía nacional la necesita y si esta no se viera incentivada existiría el riesgo de no llevarse a cabo ni en cantidad ni en tiempo ni en forma. La experiencia demuestra que si no hay incentivos, los ahorradores se orientan hacia el corto en mayor medida que hacia el largo plazo, aunque sólo fuera por el principio de infravaloración de las necesidades futuras.

En los últimos tiempos el debate sobre la acumulación de grandes patrimonios a corto plazo y con finalidades especulativas ha saltado a las primeras páginas de la prensa de muchos países, pues se ha considerado como una posible causa de las recientes crisis financieras internacionales. Ejemplos prototípicos de lo que estamos hablando son los llamados *private equity funds*, los *hedge funds* y otros de parecida finalidad, que son estructuras operativas complejas cuya descripción no corresponde a un informe de las características del presente.

Modalidades de ahorro/inversión a largo son las destinadas a la construcción de infraestructuras industriales, a las de tipo social, comunicaciones, desarrollo sostenible y progreso humano en general, como la educación y la cultura, también a la constitución de un patrimonio familiar para complementar la jubilación o para atender las situaciones de dependencia. Los instrumentos de inversión a corto suelen tener por tanto unas características diferentes a los que tienen una vocación a largo.

Las diferencias entre una opción y la otra, entre el corto y el largo plazo en la orientación de la fiscalidad, son importantes y pueden influir de forma radical sobre el ahorro de los ciudadanos, fomentándose unos instrumentos y desincentivándose otros. Invertir en bolsa, aunque puede tener una intencionalidad tanto a corto como a largo, es una actividad distinta a invertir en bonos públicos o privados, en obligaciones del Estado, en fondos de inversión, en títulos sin liquidez inmediata, en fondos de pensiones, en seguros de vida y en una variedad de modalidades diferentes dentro de cada uno de los productos anteriores.

La tradición fiscal se ha orientado a menudo en esta dirección, promoviendo medidas que fomentasen la inversión a largo y la iliquidez del ahorro a expensas de un corto plazo más puro con criterios de compraventa a corto y especulación.

Se trata con esas medidas de que las clases medias y las menos afortunadas estén en condiciones de constituir, a través de su ahorro, un patrimonio para complementar sus necesidades de retiro y dependencia por enfermedad o vejez, objetivo que resulta imposible si no se lleva a cabo poco a poco y con una sistemática a lo largo de un horizonte muy amplio de tiempo. Estos segmentos de la población no están en condiciones de constituir un patrimonio de otra forma dados los limitados ingresos recurrentes de que disponen.

El ahorro debe ser iniciado a edades muy tempranas, tal y como se ha propuesto en ciertos países, como el Reino Unido con la iniciativa del “crédito bebé” (nacer con un cierto capital para el ahorro a largo), y estar incentivado fiscalmente, al inicio de la aportación, en la acumulación del mismo o al final del periodo, cuando se reciben las prestaciones, a cambio de una iliquidez que asegure el objetivo final.

Así han sido las cosas a lo largo del tiempo y así siguen siéndolo ahora en cierta medida pues a pesar de la volatilidad de las normas fiscales, permanecen determinados productos de ahorro/previsión con especial orientación finalista, como ocurre en el caso español con determinados instrumentos que se mencionarán más adelante.

En los últimos tiempos parecen verse signos de un cambio de enfoque a este respecto desde una visión pública que se orienta a defender una fiscalidad sobre el ahorro con un criterio de neutralidad: que ningún producto deba ser promovido sobre los demás por razones de una mejor fiscalidad relativa. La idea en la que descansa este criterio es que los ciudadanos no adquieren normalmente productos de ahorro/previsión porque su fiscalidad sea más favorable —esto, dicen, quizás sea válido sólo para las clases económicamente altas—, sino que se compran en función de la calidad intrínseca de los mismos o por la medida en que dichos productos (sea un depósito o un seguro de vida) satisfagan las necesidades del comprador en calidad, servicio y precio de venta.

La consecuencia natural de una filosofía como esta es la neutralidad fiscal, en la que los requisitos, las deducciones y los tipos impositivos son similares, independientemente de cuál pueda ser el producto al que se dirija el ahorro, que este sea a corto o a largo plazo, líquido o ilíquido, de grandes volúmenes o pequeños, sofisticado o simple y masivo. Cada individuo colocará el ahorro donde más le interese, independientemente de su fiscalidad. El Estado, se dice, no debe proteger a ninguna industria determinada ni a ningún instrumento susceptible de ser adquirido por los ahorradores; ello llevaría a la ineficiencia de los mercados y a una reducción de la libre competencia entre las empresas proveedoras de estos productos.

Se trata entonces de dos concepciones opuestas en materia impositiva, la de la diferenciación y la de la homogeneización, que son adoptadas alternativamente por los gobiernos según sean sus ideales políticos y sus criterios económicos, y a veces por los sucesivos gobiernos de un mismo partido en función de cuáles sean las presiones a que estén sometidos o la personalidad de sus responsables.

Sin embargo, la opción que se elija ejerce influencia sobre la evolución del ramo de vida. La experiencia ha demostrado que la fiscalidad ha llegado a ser un elemento clave para el desarrollo de determinados productos aseguradores, o, por el contrario, para su estancamiento si no se han visto favorecidos por beneficios fiscales, pues ni la demanda se ha movilizado a su favor —los ciudadanos no han comprado estos productos— ni las compañías los han ofrecido, al no ver en ellos ventajas competitivas en su rentabilidad final ni para el cliente ni para ellas mismas.

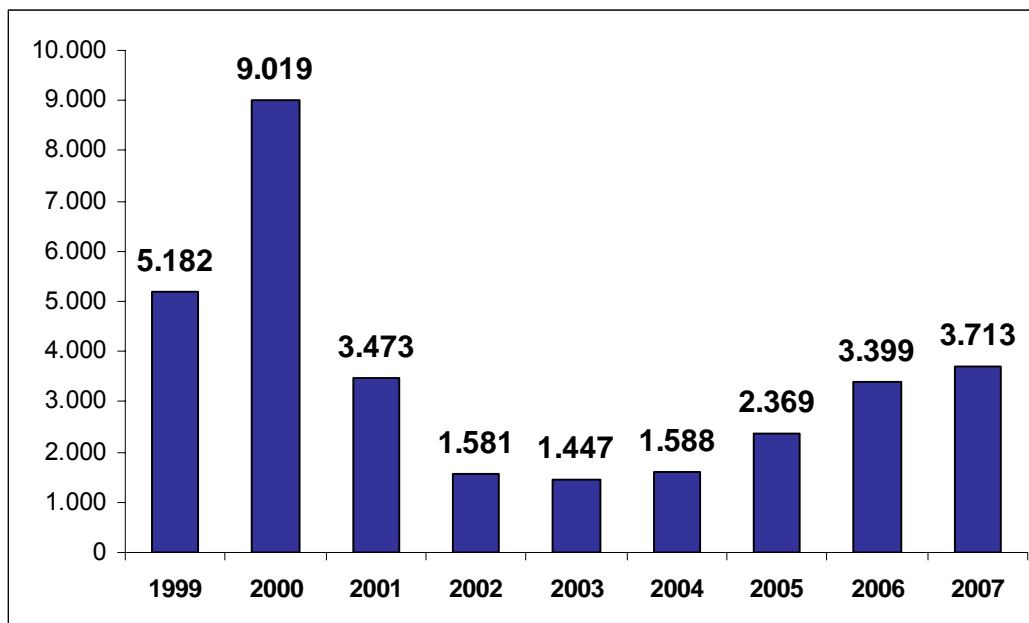
Un ejemplo de ello fueron durante un tiempo los seguros de vida *unit linked*, en los que el riesgo financiero recae principalmente sobre el asegurado. Su relativa caída en desuso no se debió sólo a razones de mercados a la baja, cosa que efectivamente ocurrió, sino también a perder la ventaja normativa de la posibilidad de movilización sin peaje fiscal que detentaron durante un largo tiempo en régimen de monopolio.

El siguiente cuadro recoge la evolución, muy variable en el tiempo, de las primas de los seguros en España correspondientes a la modalidad de *unit linked*.

Cuadro 17
Primas de seguros de Vida Unit-Linked
Fuente: Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones

Año	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Primas	5.182	9.019	3.473	1.581	1.447	1.588	2.369	3.399	3.713

Gráfico 26
 Primas de seguros de Vida Unit-Linked
 Fuente: Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones



Existen, a nuestro modo de entender, algunos requisitos que debieran de reunir las normas fiscales que regulan el ahorro personal y familiar, sin los que una política impositiva, sea cual sea esa política, no gozará de las virtudes que pretende ni conseguirá los objetivos que se haya marcado en el terreno de la eficacia impositiva y del desarrollo económico y social.

Entre estos requisitos figura que las normas debieran tener un carácter lo más estable posible en el tiempo, evitando vaivenes normativos que compliquen las decisiones a los ahorradores e introduzcan incertidumbres sobre la calidad de sus decisiones.

Los cambios de gobierno suelen llevar consigo modificaciones en las normas fiscales. Si estos se producen con excesiva frecuencia, como ha ocurrido en España en los últimos años, se puede provocar en el ciudadano un deseo, expreso o no, de reducir su proclividad hacia el ahorro en general y hacia los seguros de vida en particular, en la medida en que no se siente seguro sobre cuál será su rentabilidad financiero-fiscal en el periodo de referencia. Se añade así al problema omnipresente de volatilidad de los mercados de valores y de los tipos de interés una nueva incertidumbre que podemos denominar con propiedad como “volatilidad regulatoria o volatilidad impositiva”.

No importa cuál pueda ser en teoría la fiscalidad del ahorro más justa para la mayoría de los ciudadanos o cuál la mejor entre todas las posibles. Si esta cambia sus criterios con frecuencia todos pierden, tanto

el Estado como el ciudadano, pues en lugar de promoverse el ahorro se produce la desconfianza.

Otra nota que conviene añadir: los impuestos deberían ser comprensibles para quienes tienen que cumplir con la obligación de pagarlos, fáciles de entender, aceptados y eficaces a fin de alcanzar los objetivos que se haya propuesto el regulador. La reciente normativa española del impuesto sobre la renta y el ahorro ha pretendido ser fácil de comprender y simplificadora en los conceptos, pero no lo ha conseguido. Ello se ha debido precisamente, entre otras razones, a los cambios realizados con respecto a la norma anterior, que han exigido, como era de esperar, la promulgación de disposiciones transitorias de adaptación que constituyen un auténtico rompecabezas para el contribuyente medio, y para el no medio.

Además, el alargamiento de la vida humana está ejerciendo una presión difícilmente manejable sobre los recursos económicos de la sociedad y está forzando a los gobiernos a modificar normas de orden impositivo que afectan a la jubilación, tanto en materias relacionadas con las prestaciones públicas como con las privadas. La reducción de las tasas de natalidad, además está haciendo que los mayores se encuentren hoy sin el apoyo de los hijos, que antes prestaban ayuda en momentos de necesidad. La potenciación del ahorro a largo resulta imprescindible para la financiación de ambas necesidades. Más adelante se mencionarán algunos instrumentos que ha introducido la nueva legislación.

Será preciso apoyar con los medios disponibles la constitución de patrimonios para las clases medias de la población, promoviendo instrumentos financieros a largo que sean simples y fáciles de entender, evitando utilizar expresiones que compliquen su comprensión. Productos que sean seguros y que comporten los menores riesgos posibles de orden financiero y de volatilidad fiscal, que sean rentables dentro de la mayor seguridad posible, y que tengan unas cargas de gestión reducidas, lo que se podrá alcanzar a través de la elevación de la masa crítica y mediante la promoción de la competencia entre entidades. Ello llevará consigo unos niveles determinados de iliquidez a la usanza actual, de manera que se asegure que el ahorro cumpla las condiciones deseadas de plazo.

Será imprescindible la concurrencia con beneficios fiscales de un segundo pilar en la previsión social que corresponde al ahorro finalista promovido por las empresas, con o sin la aportación de los empleados. Será, con toda probabilidad, un ahorro de aportación definida y no de prestación definida, como ha sido usual hasta la fecha en muchos países. Las empresas no están en condiciones de ofrecer esta modalidad de jubilación pues los retos presentes de orden financiero y biométrico lo hacen inviable. Estos retos tendrán que ser manejados por los individuos,

con los riesgos y la problemática que ello conlleva, asunto que, por sí solo, requeriría, para su justo tratamiento, la elaboración de un estudio tan extenso como el presente.

Baste decir que numerosos estudios han demostrado que el cambio desde un sistema de prestación definida (en el que el ahorrador obtiene una prestación de jubilación establecida de antemano) hacia uno de aportación definida (donde la prestación es variable en función de cómo evolucionen los mercados), tiene como una de sus consecuencias más importantes que a través de este último sistema el volumen final del ahorro suele ser insuficiente.

Un estudio realizado por Alicia Munnell, del Boston College de Estados Unidos, demostró que los individuos, por regla general, no están preparados para conocer con profundidad y amplitud los riesgos a los que están sometidos, su esperanza de vida probable, el tipo de inversiones que se precisan en diferentes situaciones y la planificación financiera que es necesaria.

Como consecuencia de ello no ahorran lo suficiente: un 26% de los norteamericanos ni siquiera llegan a abrir una cuenta de ahorro para la jubilación (401K)²; menos del 10% de los partícipes en los planes de pensiones contribuyen con el importe óptimo aconsejado; aproximadamente un 50% invierten la totalidad en títulos de renta variable; casi ninguno recompone su cartera de inversiones en función de su edad; y un 17% coloca todo su ahorro finalista en acciones de las propias empresas donde trabaja.

El ciudadano medio, incluso en ese país, no está preparado para planificar su jubilación. El plazo al que lo ha de hacer es demasiado largo y los procedimientos y las técnicas son demasiado complejos. El sistema de aportación definida añade un nuevo riesgo a la planificación de la jubilación.

A pesar de estas consideraciones, las normas que regulan el impuesto en vigor sobre la renta de las personas físicas en España no parecen reconocer de modo suficiente los retos a los que se ha hecho mención y mantienen un cierto carácter de neutralidad impositiva que no diferencia suficientemente el ahorro finalista del resto de las posibilidades de ahorro/inversión existentes.

Según la exposición de motivos de la última ley, la reforma tributaria tiene como objetivos principales: la equidad impositiva y el crecimiento

² 401K es un plan de pensiones de aportación definida, muy extendido en Estados Unidos, en el que hacen aportaciones tanto el empleado como la empresa.

económico, la suficiencia financiera para el conjunto de las administraciones públicas, la tributación homogénea del ahorro desde la perspectiva fiscal, y la solución de los problemas del envejecimiento y de la dependencia. Son muchos objetivos simultáneos para que sean compatibles.

El siguiente cuadro recoge de forma sinóptica los objetivos del impuesto donde se destaca el apartado que hace referencia a la neutralidad de las rentas del ahorro.

Cuadro 18
Objetivos de la reforma del IRPF recogidos en
el Proyecto de Ley de 10 de marzo de 2006
Fuente: ICEA, La reforma del IRPF.
Novedades de tributación del ahorro previsión

Objetivo a conseguir	¿Cómo se pretende instrumentar?
Mejora de la equidad	Se elevan los importes: <ul style="list-style-type: none"> · Reducción de los rendimientos del trabajo personal · Mínimos personales y familiares · Cuantía del primer tramo exento
Crecimiento económico	Se simplifica la tarifa: <ul style="list-style-type: none"> · Reduciendo el número de tramos de 5 a 4 · El tipo marginal máximo se reduce del 45% al 43%
Tributación homogénea del ahorro	Se otorga un tratamiento neutral a las rentas derivadas del ahorro: <ul style="list-style-type: none"> · Eliminando las diferencias existentes entre los distintos productos de ahorro · Favoreciendo la competitividad y productividad de los distintos inversores
Problemática derivada del envejecimiento y la dependencia	Se establecen beneficios fiscales para incentivar los instrumentos destinados a proporcionar una renta complementaria a las pensiones públicas: <ul style="list-style-type: none"> · Percepciones que se reciban en forma de renta periódica · Planes de Previsión Empresarial · Plan Individual de Ahorro Sistemático (nuevo producto)

Algunas observaciones merecen realizarse con respecto al contenido de la norma. En lo que concierne al seguro de vida, cuya prestación se recibe en forma de capital, se eliminan en la nueva ley los coeficientes reductores de los rendimientos de capital mobiliario en función de la duración del contrato de seguro. Como se sabe, en la legislación española de los últimos años el rendimiento, calculado como diferencia entre el capital percibido del seguro de vida y la prima pagada, se repartía entre el número de años en que el seguro había estado en vigor y se reducía cada año en función de la duración, primándose por lo tanto el concepto de largo plazo propio del seguro de vida.

Con la nueva norma el rendimiento se calcula como diferencia entre el capital percibido y la prima pagada y pasa a tributar al 18%, igual que la generalidad de instrumentos financieros, incluyendo, por ejemplo, los depósitos a corto plazo o los fondos de inversión, con lo que el beneficio comparativo que provenía de la duración queda eliminado.

Cuando la percepción del seguro se obtiene en forma de renta, la reforma mejora los porcentajes de reducción, que pasan a considerarse rendimientos del capital mobiliario, situación más favorable que la anterior de rentas del trabajo.

En las rentas vitalicias, las reducciones se aplican en función de la edad del rentista, siendo del 60% para los menores de cuarenta años hasta el 92% para los mayores de sesenta y nueve. Las rentas temporales se clasifican en función de la duración de las mismas y la reducción de los rendimientos va desde el 92% en las de menos de cinco años al 75% para las superiores a quince años.

El regulador ha inclinado la balanza de las mejoras fiscales hacia la percepción del seguro en forma de renta y no de capital, ya sea esta vitalicia o temporal. La percepción de un capital pierde las bonificaciones que gozaba anteriormente. Este cambio sobre la legislación anterior mejora una modalidad pero empeora innecesariamente otra, sin un objetivo coherente con la finalidad del seguro. Los argumentos expresados en su momento, en el sentido de que la normativa anterior favorecía a las clases económicamente altas que podían constituir grandes patrimonios liberados de carga tributaria, no son compartidos por el autor de este trabajo.

En los llamados sistemas de previsión social complementaria, entre los que se incluyen los planes y fondos de pensiones y los de mutualidades de previsión social, así como los planes de previsión asegurados, la norma introduce modificaciones tanto en los límites de aportación como en la percepción de las prestaciones. La reducción de la base imponible queda en los 10.000 euros como estándar y alcanza los 12.500 euros para los mayores de cincuenta años, o el 30% de los rendimientos netos del contribuyente —la cantidad menor entre ambas—, siendo el tope de la

anterior legislación de 24.250 euros. Asimismo los límites operan para el conjunto de aportaciones diferentes, las personales y las del promotor, a diferencia de la situación normativa precedente.

Los cambios normativos de las prestaciones recortan las ventajas, ya que la norma actual suprime la reducción del 40% del rendimiento en caso de percibir las aportaciones en forma de capital, si bien la reducción permanece para el caso de fallecimiento. El regulador, como se ve, recorta los beneficios fiscales a este tipo de ahorro.

Con referencia a la previsión social de carácter empresarial, clave como se ha dicho para el ahorro finalista del futuro, la norma ofrece la novedad de que el trabajador puede contribuir con sus aportaciones y reducir la base imponible, a diferencia de la situación anterior, en la que este no podía hacer aportación alguna. La aportación de la empresa, si esta se imputa al trabajador, se reduce igualmente de su base imponible.

En relación a los seguros de dependencia, producto reciente en la configuración normativa española, la norma establece la posibilidad de reducir la base imponible con las aportaciones realizadas a seguros privados que cubran exclusivamente el riesgo de gran dependencia, si bien operando el límite de aportaciones conjuntamente con el resto de los sistemas de previsión, lo que resta parte de su utilidad.

La norma establece asimismo un nuevo instrumento, que está dirigido a las entidades de seguros de vida y que recibe la denominación de Planes Individuales de Ahorro Sistemático (PIAS), que configura una nueva forma de seguro en España con el objetivo de constituir con sus aportaciones una renta de carácter vitalicio. Cada contribuyente podrá ser titular de un solo plan de este tipo donde el tomador, asegurado y beneficiario han de ser el contribuyente.

La renta de este instrumento, positivo de cara al seguro de vida como proveedor de servicios de jubilación, se podrá hacer líquida en caso de fallecimiento del asegurado y su límite máximo de aportación anual habrá de ser de 8.000 euros, independientemente de los límites de aportaciones a los sistemas de previsión social, estando exenta la rentabilidad generada desde el momento de la contratación del seguro, y exigiéndose que la primera prima tenga una antigüedad de diez años hasta la constitución de la renta. Estos planes tienen un límite conjunto de aportación de 240.000 euros que debería elevarse en correspondencia con el alargamiento de la vida humana.

La colocación del ahorro en fondos de inversión, instrumento estrella del ahorro colectivo en España, presenta también novedades fiscales en lo relativo a los reembolsos, pues la ganancia patrimonial que se ponga de manifiesto tributará con el tipo general del 18%, siendo anteriormente del

15%, con un régimen transitorio para la porción del beneficio correspondiente a las compras realizadas antes del año 1995. Estos productos han encajado algunos reveses en el último año debido a la situación desfavorable de los mercados y a la pérdida de ventaja fiscal al igualarlos a la tarifa general del 18%.

Los intereses de los depósitos tienen la consideración de capital mobiliario, forman parte de la base imponible especial del ahorro y por tanto están gravados a un tipo fijo del 18%. Se elimina por otra parte la reducción del 40% a los rendimientos que tengan un periodo superior a los dos años, vigente en la anterior legislación.

Los dividendos percibidos por la inversión en sociedades se imputan en la nueva norma por el importe íntegro, eliminándose el mecanismo para evitar la doble imposición. La norma fija un mínimo exento de 1.500 euros formando parte asimismo de la base imponible del ahorro y siendo gravados en un 18%. La transmisión de acciones se grava también al 18%.

Cabe concluir que la normativa tributaria actual mejora la fiscalidad anterior de algunos productos, como son las rentas de jubilación, y crea otros cuyo futuro puede ser brillante, como los Planes Individuales de Ahorro Sistemático (PIAS). Sin embargo, la norma iguala las condiciones de distintos instrumentos de ahorro, que son diferentes en su finalidad y en su plazo (un fondo de inversión, un seguro de vida o un depósito bancario, por ejemplo). Esta circunstancia no es positiva para el seguro de vida.

Se echa de menos una consideración más diferencial para el seguro de fallecimiento en el impuesto de sucesiones y del ahorro a largo plazo, una norma consecuente con los riesgos de longevidad repetidamente citados y que dote al ahorro de las ventajas precisas para que los ahorradores constituyan patrimonios de suficiente importancia.

Como ya se ha dicho, el seguro de vida tiene todavía un tamaño reducido en España y para que crezca se confiaba en que su fiscalidad sería más favorable. Quizás cuando alcance un volumen parejo al de los países más desarrollados de Europa sea momento de plantear una mayor neutralidad impositiva, pero ese momento no ha llegado y estamos lejos de alcanzarlo.

2.4. El papel de la Seguridad Social y las prestaciones públicas

El presente epígrafe trata de examinar un cuarto elemento que ha jugado también un significativo papel sobre el seguro de vida español. Se trata en este caso del sistema y de la amplitud de coberturas que otorga la

seguridad social en nuestro país, tanto en lo que se refiere a las prestaciones de viudedad y orfandad como a las pensiones de jubilación.

La seguridad social española otorga a los beneficiarios del sistema unas prestaciones que son similares a las del seguro privado de vida, constituyendo la contraprestación esperada a las cotizaciones obligatorias de las empresas y de los trabajadores.

Independientemente de la trascendencia que tiene el sistema de financiación del ente público (o sea de cómo obtiene y gestiona los ingresos para atender a las obligaciones de pago a los beneficiarios), la acción de la seguridad social parece ejercer una influencia sobre el comportamiento de las personas hacia el ahorro a largo plazo, y particularmente sobre la proclividad de los ciudadanos a dedicar al seguro de vida privado parte de sus ahorros.

La declaración de principios de nuestro sistema público establece dos principios fundamentales que conviene recordar. En primer lugar, está la universalidad de las prestaciones, lo que quiere decir que a través del sistema se encuentran cubiertos todos los trabajadores del país. En segundo lugar, la llamada solidaridad intergeneracional, que establece que las prestaciones otorgadas a los beneficiarios han de estar financiadas por los ingresos provenientes de los empleados en activo.

Las principales contingencias cubiertas son la jubilación, la viudedad, la orfandad, la incapacidad permanente y transitoria y la asistencia sanitaria. La edad normal de jubilación son los 65 años, aunque pueden jubilarse a los 60 aquellos que cotizaron antes del uno de enero de 1967, colectivo que como es natural se reduce progresivamente. Se aplica una importante reducción en casos de jubilación anticipada, del orden de un 8% al año.

Las bases de cotización de las contingencias comunes están en relación con el salario percibido, si bien la máxima mensual para la tarifa más alta es de 2.996,10 euros y de 665,70 euros para la más baja. La pensión pública máxima mensual para el año 2007 se situó en 2.290,59 euros brutos al mes con 14 pagas al año. Las pensiones se revalorizan anualmente de acuerdo con el índice del coste de la vida.

Hemos realizado para este trabajo un ejercicio numérico que pretende ilustrar en qué medida las prestaciones de la seguridad social pueden o no mantener la capacidad adquisitiva de una unidad familiar cuando se produce la contingencia de la jubilación o del fallecimiento. Para ello se ha partido de diferentes salarios brutos anuales, y bajo determinadas hipótesis se ha determinado la pensión correspondiente. Para reforzar el carácter ilustrativo del ejemplo se muestran los cálculos de salarios y pensiones en términos anuales y mensuales, así como brutos y netos de

IRPF y de cotizaciones a la seguridad social. Finalmente, se ha calculado la tasa de sustitución, entendida como el porcentaje que resulta de dividir la prestación neta mensual pública entre el salario neto mensual en activo.

- *Ejemplo para la contingencia de jubilación*

Hipótesis

Se considera un trabajador de 65 años que se jubila hoy, acogido al régimen general de la seguridad social. El periodo laboral es de al menos 35 años. Por tanto, el trabajador tiene derecho a percibir el 100% de la Base Reguladora de la pensión. Pertenece al grupo 1 a 7 de cotización. El salario anual del trabajador durante los 35 años cotizados se ha revalorizado igual que la inflación.

Se calcula la pensión de jubilación ordinaria correspondiente a distintos salarios brutos anuales. Hay que tener en cuenta que el salario medio en España se sitúa ligeramente por encima de 18.000 euros al año (cálculos basados en datos del INE). Se aplica la escala de gravamen estatal de 2007.

Cálculos resultantes

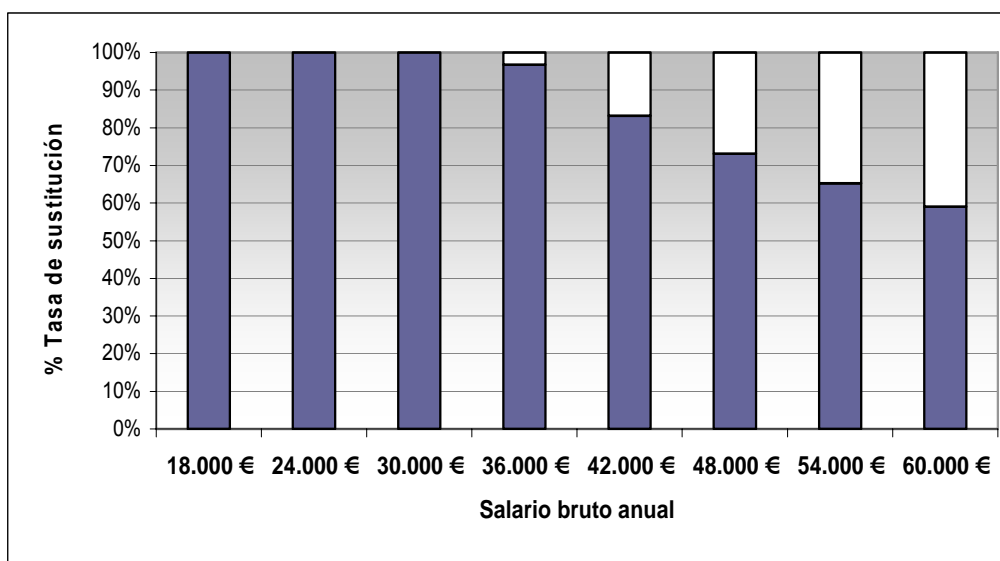
Partiendo de cada salario bruto anual se calculan el salario neto anual y el neto mensual, deduciendo las cotizaciones a la seguridad social.

Por otro lado, se determinan las bases de cotización de los últimos 180 meses, teniendo en cuenta los mínimos y máximos establecidos, así como la pensión máxima general (2.290,59 euros). Se obtiene la pensión mensual bruta. Multiplicamos por 14 y obtenemos la pensión anual bruta, a la que aplicamos el IRPF. Finalmente calculamos la tasa de sustitución. Véase el siguiente cuadro.

Cuadro 19
Contingencia de jubilación. Tasa de sustitución por salario bruto anual

Salario bruto anual	Salario neto mensual	Pensión jubilación bruta anual	Pensión jubilación neta mensual	Tasa de sustitución
18.000 €	1.059 €	16.649 €	1.059 €	100%
24.000 €	1.390 €	22.199 €	1.390 €	100%
30.000 €	1.714 €	27.748 €	1.714 €	100%
36.000 €	2.037 €	32.068 €	1.970 €	97%
42.000 €	2.368 €	32.068 €	1.970 €	83%
48.000 €	2.693 €	32.068 €	1.970 €	73%
54.000 €	3.018 €	32.068 €	1.970 €	65%
60.000 €	3.338 €	32.068 €	1.970 €	59%

Gráfico 27
Contingencia de jubilación



Tanto el cuadro como el gráfico son ilustrativos. Para un trabajador que obtenga una remuneración de 18.000 euros al año, la tasa de sustitución con las premisas establecidas se situaría en el 100%. Lo mismo ocurre para salarios mayores, como 24.000 euros y 30.000 euros al año. Para los 36.000 euros descendería al 97%, hasta llegar a los 60.000 euros al año, cifra que equivale a tres veces el salario promedio nacional, en donde la tasa de sustitución se situaría en el 59% del salario en activo.

Estos porcentajes hablan por sí solos de la generosidad del sistema público de pensiones español para una gran proporción de los asalariados que, en los niveles más bajos, mantendrían la totalidad de sus ingresos al entrar en la jubilación, y en los más altos llegarían a cerca de un 60% del salario en activo. A partir de esta cifra de ingresos las proporciones irían reduciéndose.

Esta situación se considera a todas luces muy favorable para los trabajadores en la medida en que aquellos que cumplen las premisas establecidas en el ejemplo no reducen su poder adquisitivo en situación de retiro respecto a la situación activa, incluso a niveles de ingresos salariales cercanos a 35.000 euros al año, que es un nivel económico en el que en muchos países (y también en España) se adquieren seguros de vida privados. Simultáneamente se reduce de forma evidente el mercado potencial del sector privado.

La financiación de estas prestaciones justifica los puntos de vista de algunos autores que hablan sobre la dificultad, o incluso imposibilidad, de mantener a largo plazo y en las condiciones vigentes el nivel de prestaciones de la seguridad social, todo ello a causa de los incrementos

de la longevidad y los descensos de la natalidad presentes y los que se pronostican para el futuro. Los resultados del ejemplo parecen mostrar que estas percepciones contribuyen a reducir la proclividad de numerosas personas hacia la adquisición de un seguro de vida, pues la necesidad prácticamente no existe o no se siente hasta que se han alcanzado niveles bastante altos de ingresos salariales.

Evidentemente, las cifras y gráficos anteriores analizan situaciones ideales que no se dan normalmente en la vida real, pues no se suelen cumplir las premisas de salarios, cotizaciones y tiempo que se han establecido en el ejemplo. Sólo es preciso recordar que la pensión media en España está situada en la actualidad en unos 755 euros al mes en lugar de lo que aparece en los cálculos de prestación máxima. Es una situación, por tanto, que no se da en la práctica, pero a la que se podría llegar en un futuro si no se modificaran los criterios y se cumplieran las condiciones establecidas como premisas.

Así pues, no parece haber duda de que las prestaciones de la seguridad social han de tener un impacto sobre la contratación de los seguros de vida. De todas formas, la generosidad de las pensiones públicas y el grado de sustitución para determinados niveles de ingresos no es sólo algo que ocurra en España, sino que también se da en otros países de nuestro entorno, como Francia, Italia, Grecia y otros. El debate a este propósito es similar en muchos países.

Como quiera que no resulta fácil establecer en el presente estudio cuadros y datos que permitan comparaciones suficientemente homogéneas de unos países con otros sin que exijan una extensión excesiva, remitimos, como aproximación plausible, la consulta de un interesante estudio de la OCDE cuya reseña figura al final de este trabajo.

De cualquier modo, los elevados índices de sustitución que se han mencionado no se alcanzan en idéntica medida en otros países europeos, como por ejemplo el Reino Unido, donde se permite la concurrencia de las entidades privadas con el sector público a fin de complementar los niveles de prestaciones. Ello ha constituido el factor desencadenante de la expansión del seguro privado y de los planes de pensiones en aquel país. Ensayos de cambio se están llevando a cabo también en muchos países, incluidos los citados en párrafos precedentes.

- *Ejemplo para la contingencia de viudedad y orfandad*

Hipótesis

Se considera una familia con un hijo, cuyos únicos ingresos provienen del padre, que fallece con régimen de contingencias comunes. El trabajador,

acogido al régimen general, ha cotizado al menos durante los últimos 24 meses. El hijo es menor de 18 años y no tiene minusvalías. No se cumplen los requisitos para que el porcentaje de prestación de viudedad sea del 70% en lugar del 52%.

Se calcula la pensión de viudedad (madre) y la pensión de orfandad (hijo) correspondientes a distintos salarios brutos anuales. Se aplica la escala de gravamen estatal de 2007.

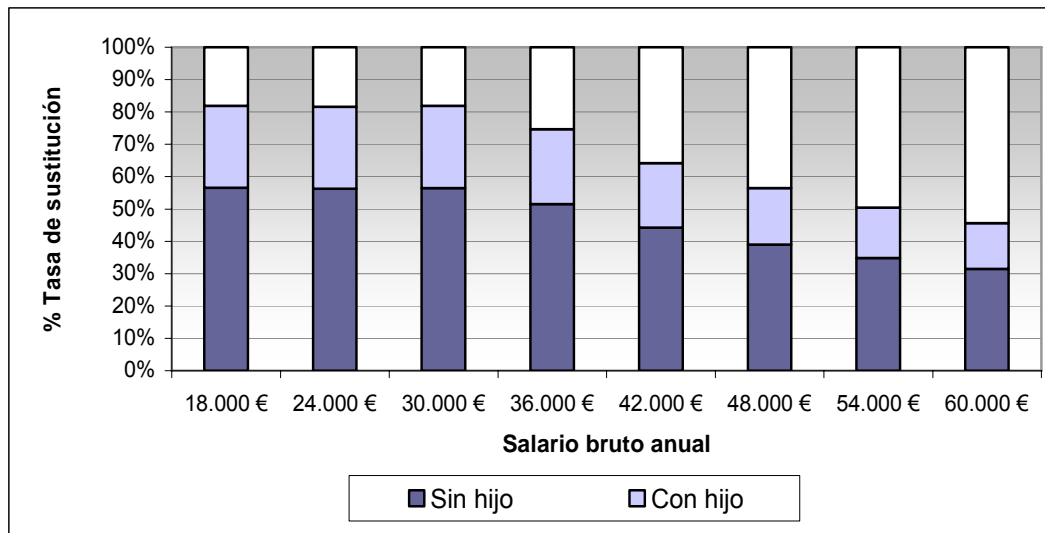
Cálculos resultantes

Partiendo de cada salario bruto anual se han calculado el salario neto anual y el neto mensual. Por otro lado, se han determinado las bases de cotización de los últimos 24 meses, teniendo en cuenta los mínimos y máximos establecidos, así como la pensión máxima general (2.290,59 euros). Se ha obtenido la pensión mensual bruta por viudedad y por orfandad. Multiplicada por 14 se obtienen las pensiones anuales brutas, a las que se aplica el IRPF. Finalmente se calcula la tasa de sustitución de la unidad familiar sin hijo y con hijo.

Cuadro 20
Contingencia de viudedad

Salario neto mensual								
Sin hijo	1.059 €	1.390 €	1.714 €	2.037 €	2.368 €	2.693 €	3.018 €	3.338 €
Con hijo	1.079 €	1.414 €	1.737 €	2.060 €	2.399 €	2.724 €	3.049 €	3.373 €
Pensión viudedad bruta anual	9.203 €	12.270 €	15.338 €	16.675 €	16.675 €	16.675 €	16.675 €	16.675 €
Pensión orfandad bruta anual	3.540 €	4.719 €	5.899 €	6.414 €	6.414 €	6.414 €	6.414 €	6.414 €
Pensión viudedad neta mensual								
Sin hijo	611 €	796 €	980 €	1.061 €	1.061 €	1.061 €	1.061 €	1.061 €
Con hijo	631 €	816 €	1.001 €	1.081 €	1.081 €	1.081 €	1.081 €	1.081 €
Pensión orfandad neta mensual	253 €	337 €	421 €	458 €	458 €	458 €	458 €	458 €
Total pensión neta mensual								
Sin hijo	611 €	796 €	980 €	1.061 €	1.061 €	1.061 €	1.061 €	1.061 €
Con hijo	884 €	1.153 €	1.422 €	1.539 €	1.539 €	1.539 €	1.539 €	1.539 €
Tasa de sustitución sin hijo	57%	56%	56%	52%	44%	39%	35%	31%
Tasa de sustitución con hijo	82%	82%	82%	75%	64%	57%	50%	46%

Gráfico 28
Contingencia de viudedad



Las proporciones son asimismo ilustrativas, pues la tasa de sustitución para un salario de 18.000 euros se establecería en el 57% si la viuda no tiene hijos y en el 82% si la viuda tiene un hijo. Las tasas alcanzan rangos similares hasta los 30.000 euros de salario y descienden de manera importante para los salarios de 60.000 euros hasta el 31% y el 46% respectivamente. A partir de estas cifras los porcentajes van decreciendo. Como se ha podido apreciar se trata de prestaciones para coberturas obligatorias que son sustanciales también para los casos de fallecimiento, que, como se sabe, cubre asimismo el seguro de vida privado.

Las prestaciones que otorga el sistema público en España son pues de las más generosas que existen en el conjunto de países desarrollados. Del mismo modo, como no podía ser de otra forma, las cotizaciones para financiarlas exigidas por el sistema a empresas y trabajadores son también de las más elevadas. Esta circunstancia ejerce múltiples efectos en la economía nacional, entre los que hay que destacar su incidencia sobre el empleo y la productividad relativa del país al elevar los costes del trabajo en relación con naciones y mercados con los que España tiene que competir necesariamente.

El debate que ha existido y que existe en España a cuenta de todas estas cuestiones es muy elevado. Va desde los que opinan que el sistema está en crisis irreversible y que hay que tomar medidas en búsqueda de su privatización más o menos parcial, hasta los que opinan que puede perfectamente subsistir a largo plazo haciendo las adaptaciones que sean necesarias en cada momento. Es posible que el debate actual, aunque

técnicamente correcto, sea infructuoso, especialmente si se presenta en posiciones extremas y enfrentamientos de ideas e intereses.

La situación por la que atraviesa la seguridad social en estos momentos en España es satisfactoria a corto plazo debido a diferentes circunstancias conocidas, entre las que hay que mencionar la fase próspera de la economía en años recientes y el incremento registrado en el número de cotizantes, entre otros factores. La problemática, señalan algunos expertos, se puede presentar en un futuro que se situaría, según sea la salud de nuestra economía a partir de 2015.

Este trabajo no entrará a evaluar críticamente o a considerar los posibles cambios del sistema español de seguridad social, ni al nivel llamado paramétrico o de continuidad con adaptaciones menores ni al nivel de fondo o de privatización del sistema. Los juicios y pronósticos cuantitativos en estas materias exceden a los objetivos de este estudio, si bien se sugieren algunas referencias interesantes de lectura.

En cualquier caso, conviene recordar que la seguridad social, elemento básico del Estado de bienestar, hunde sus raíces en un pasado lejano como consecuencia de la puesta en marcha de políticas de distribución de la riqueza y la renta entre los ciudadanos, promovidas por los partidos políticos socialdemócratas europeos e incluso por los gobiernos democristianos, preocupados en su tiempo por las desigualdades sociales que producía el desarrollo industrial que experimentaba Europa, así como por la influencia creciente de las ideas socialistas y comunistas en el mundo.

El conocido economista británico John Mainard Keynes es considerado el principal promotor de estas ideas de intervencionismo del Estado en el devenir económico occidental a causa de las necesidades sociales que producían en su tiempo las crisis económicas recurrentes y las guerras europeas. Su influencia es destacable en momentos cruciales de la historia del continente, como en el armisticio de la primera guerra mundial y, más aún, en las medidas de carácter internacional que fueron adoptadas al finalizar la segunda guerra mundial, con la creación de organismos muy conocidos como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial.

Los consejos en el orden económico de Keynes al presidente norteamericano Roosevelt, con el fin de adoptar medidas para superar la gran depresión norteamericana, configuran las raíces del modelo social del *New Deal*. La importancia por lo tanto del debate es absolutamente crucial. Sólo hay que recordar que uno de los asuntos sensibles que debatieron en las últimas elecciones primarias presidenciales de Estados Unidos no es otro que la instauración en ese país de un seguro público y universal de enfermedad que nunca ha existido en Estados Unidos.

Como lógica consecuencia de las inquietudes sociales que sienten todo tipo de gobernantes en el mundo coexisten en la actualidad algunos modelos o ideales de Estado social que van desde los más ligeros pero importantes, como el llamado modelo anglosajón, hasta los más profundos, como los modelos escandinavos, pasando por el modelo continental europeo y el llamado modelo mediterráneo. Todos persiguen idénticos objetivos de orden social y a cada uno de ellos se le asocia un mayor o menor énfasis en la protección de los trabajadores e incluso de los no trabajadores, como se refleja en los derechos reconocidos en las normas de numerosos países, como España, a todos los ciudadanos.

También se asocia a cada modelo un nivel mayor o menor de eficacia en su gestión y resultados, especialmente en lo que se refiere a las políticas de protección del empleo en ciertos países, como los mediterráneos (entre ellos España), en relación con otros, como los escandinavos, más liberales en cuanto a la seguridad del empleo pero más eficaces en el apoyo a los desempleados y en general en los servicios sociales a la colectividad.

Todos los modelos persiguen también la protección de los ciudadanos más débiles e indefensos, aquellos que se encuentran en situaciones de pobreza y otros que, por su edad avanzada o por enfermedades, no están en condiciones de obtener unos ingresos que les permitan gozar de una vida digna, ni tampoco un puesto de trabajo.

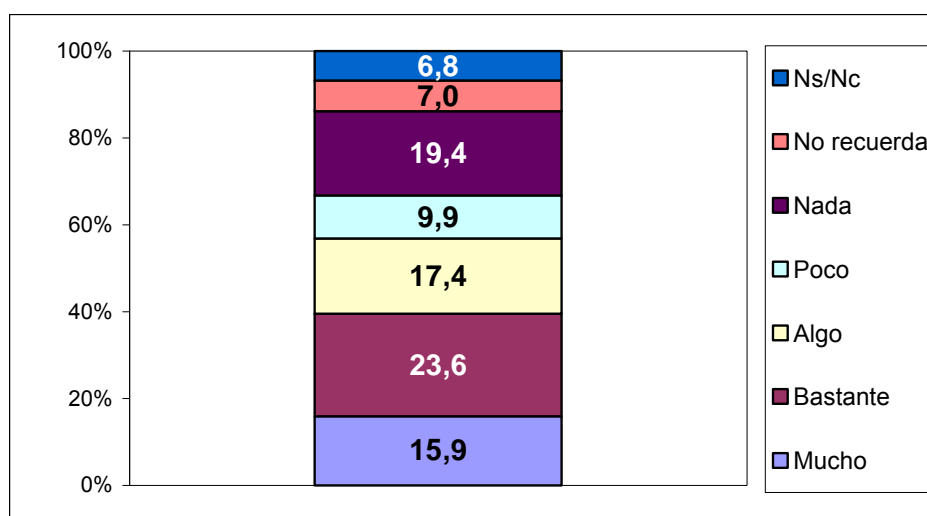
Con el paso del tiempo las ideas de protección a los débiles se están tratando de formalizar en un llamado “sistema social europeo” que no alcanza un consenso concreto: sus raíces son consideradas por algunos como un gran logro, mientras que son criticadas por otros, calificándolo como un lujo que Europa no se puede permitir si quiere competir en un mundo globalizado. Recuérdese aquella frase lapidaria que proviene del otro lado del Atlántico: “Si Europa no cambia en estas materias pronto no será más que un museo al aire libre”.

El debate entre el intervencionismo en la economía, que lleva consigo el Estado de bienestar y los regímenes de la seguridad social, y la libertad de mercados, que tiene mayor presencia en el entorno anglosajón, no ha cesado en ningún momento. Algunas medidas de privatización de los servicios de la seguridad social se han llevado a cabo en diferentes países latinoamericanos y del este de Europa con un éxito discutido y criticado por muchos, que ven que no han dado los frutos deseados, pero también aplaudidas por otros que piensan lo contrario. El debate sigue abierto en España.

Desde mi punto de vista, el ahorro individual y colectivo a través de la llamada previsión social complementaria permitirá cubrir las necesidades de los individuos durante un horizonte de tiempo razonable, y al tiempo

situar al seguro de vida en unas cotas muy superiores a las actuales. Un modelo mixto de ahorro y protección necesitará una política de carácter fiscal diferencial a fin de que pueda ser materializado en seguros de vida y fondos de pensiones. Ello permitiría que estos productos jueguen un mayor papel que el que hasta ahora han tenido en nuestra sociedad. El gráfico siguiente puede ser ilustrativo a este respecto en la medida en que resalta el escaso papel que ha jugado el seguro de vida en la estabilidad económica familiar.

Gráfico 29
 Papel jugado por la indemnización del seguro de Vida
 en la estabilidad económica de la familia
 Fuente: UNESPA



Es probable que el sistema público de prestaciones sociales haya de cambiar a largo plazo como algunos defienden. El entorno económico social y cultural presente es muy distinto del que existió en las fechas de su inicio y se prevé que cambie aún más en el futuro. Los individuos y las familias actuales tienen una configuración muy diferente a la del pasado en materia de costumbres y valores, medios económicos, pirámides de edad, número de hijos, estados de salud, etc. La magnitud de los cambios se irá viendo con el paso de los años. No hay nada seguro respecto a la configuración futura de las prestaciones sociales, tanto públicas como privadas.

FACTORES INTERNOS QUE HAN INFLUIDO EN EL DESARROLLO DEL SEGURO DE VIDA EN ESPAÑA

Un análisis sobre los distintos factores que pueden haber influido en la reducida dimensión del seguro de vida español ha de contemplar aquellos que están relacionados con aspectos de carácter interno, o sea, aquellos propios de la industria aseguradora, además de los puramente exógenos e institucionales. Después de todo, un sector empresarial eficiente habrá de estar en condiciones de afrontar los obstáculos que le plantee el entorno mediante una buena gestión institucional y de empresa y un buen servicio que satisfaga adecuadamente los deseos y las necesidades de los clientes y del público.

Con el fin de aproximarnos a estas cuestiones y extraer algunas conclusiones se ha estructurado el análisis en varios apartados que tienen que ver, todos ellos, con el marketing del seguro de vida en sus distintas vertientes. Se contempla, en primer lugar, el reto de la especialización, o mejor, de la falta de especialización de las compañías aseguradoras españolas en el ramo de vida. Seguidamente se analizan las consecuencias que ha podido tener esta circunstancia sobre la imagen de marca o de producto de este seguro en España.

El tercer apartado examina quiénes son y cuál es el desafío que representan las empresas competidoras del ramo de vida en nuestro país. El cuarto hace un análisis de los productos que compiten directa o indirectamente con el seguro de vida, y se finaliza el capítulo con unas reflexiones sobre la actuación pasada y reciente del sector asegurador en los terrenos de la publicidad y la comunicación con los clientes y con el público.

Todos los apartados están íntimamente relacionados, pues cada uno de ellos forma las bases de lo que podría ser un futuro plan institucional de marketing para el ramo de vida en España.

3.1. Escasa especialización de las compañías de seguros

En mi opinión, el seguro de vida español no ha tenido a lo largo de su historia una estrategia de marketing específica y especializada, o al menos no la ha tenido en la medida en que sería necesario.

La acción comercial del seguro de vida en España no ha sido lo suficientemente independiente ni específica dentro de las entidades aseguradoras, sino que ha convivido con la de otros ramos distintos e incluso con la de otros negocios diferentes al del seguro.

En lo que hace referencia a la convivencia con otros ramos, se puede afirmar que las compañías dedicadas exclusivamente a la producción de seguros de vida son una relativa novedad en nuestro país, pues en cierta medida han nacido hace relativamente pocos años, quizás en la década de los años setenta del pasado siglo. (En fechas anteriores existían entidades especializadas en el ramo, si bien alcanzaban una significación y unos volúmenes de mercado muy reducidos).

En efecto, el número de entidades operativas exclusivamente en seguros de vida era muy escaso en relación con las de seguros generales y multiramos, a diferencia de otros países de Europa y de América, donde las entidades especializadas han existido de forma pujante desde siempre.

La gestión empresarial del seguro de vida se ha compartido con la de otros seguros cuya estrategia de venta resultaba menos dura y sobre los que existía una mayor demanda por parte de los clientes, ejemplo de lo cual es el seguro de automóviles, que se convirtió por ley en un seguro obligatorio, por lo que su venta, de una forma o de otra, estaba garantizada.

El siguiente cuadro refleja la evolución de las primas del seguro de vida en España comparada con el resto de los seguros durante las últimas cuatro décadas.

Cuadro 21
Evolución de las primas de seguros de Vida desde 1960 a 2005
(en millones de euros)

Fuente: elaboración propia a partir de datos oficiales

Año	Primas seguros de Vida	Primas totales	% cuota vida
1960	6	62	10%
1965	12	152	8%
1970	26	311	8%
1975	76	589	13%
1980	200	1.595	13%
1985	480	3.459	14%
1990	3.271	10.650	31%
1995	8.249	21.029	39%
2000	23.977	41.858	57%
2005	20.617	48.950	42%

Como se puede apreciar, las primas de seguro de vida en comparación con el seguro total español han representado unas proporciones muy reducidas, del 8% al 10% en los años sesenta y buena parte de los setenta, y fue necesario llegar a la década del los noventa para que este ramo alcanzase una proporción significativa en las carteras de las entidades de seguros.

La verdad es que el seguro de vida alcanzó en España una clara importancia comparativa como consecuencia de la irrupción de la banca seguros en el mercado. El número de compañías especialistas en seguro de vida en 1960 era muy reducido en comparación con el importante número de entidades aseguradoras (del orden de 800) operantes en esa fecha. La banca seguros, como se verá más adelante, modificó las proporciones numéricas y la forma de operar en el sector en relación a lo que se había hecho hasta la fecha.

Además, en el pasado, lo común en esta industria era que los productores de seguros, los agentes y los vendedores en general dedicaran el grueso de su tiempo y su trabajo a la producción de seguros de automóviles, incendios y otros ramos generales, siendo la dedicación al seguro de vida muy escasa.

La profesionalización en la venta y en el servicio al cliente, que suele llevar consigo la especialización y la preparación técnica, eran prácticamente desconocidas. El seguro de vida era un producto complejo de vender y la sociedad española no estaba suficientemente preparada para adquirirlo. Las redes de distribución no se dirigían de forma masiva a

sus clientes ofreciéndoles seguros de vida, pues la tasa de éxito en la venta era baja en comparación con los seguros de automóviles. Estos últimos eran la estrella de las carteras de las entidades, pues representaban por norma general más del 60% del total de las primas de seguro.

Para alcanzar un cierto nivel de venta de seguros de vida, con productos poco elaborados y muy similares entre las diferentes entidades, se elevaron de forma desproporcionada las comisiones a los vendedores, que se descontaban al primer año, llegando comúnmente a ser del 100% de la prima de ese año. El proceso de venta no alcanzaba suficiente calidad, pues el vendedor buscaba, en muchos casos, una alta comisión en mayor medida que la adquisición de un cliente satisfecho, con lo que la póliza estaba condenada a caer de la cartera, no renovándose en la medida necesaria y por lo tanto produciendo pérdidas a las entidades. Esto, a su vez, las desanimaba a realizar inversiones de calidad en las redes de distribución.

A comienzos de los años setenta algunas entidades multirramos decidieron segregarse de sus carteras el pequeño ramo de vida que mantenían y crear una compañía especializada en este seguro. Una de las más destacadas en esta orientación fue Mapfre Vida, que se puede considerar como una entidad pionera en la adopción de una estrategia diferenciada para vender seguros de vida en España utilizando las herramientas necesarias para ello, como la comercialización profesionalizada y especializada, con productores a tiempo completo, productos más actualizados en relación a las necesidades de los clientes (como fueron los seguros con participación en beneficios) y una acción de publicidad y relaciones públicas específica para el ramo de vida.

La especialización en el ramo le permitió alcanzar un fuerte éxito de clientes y de negocio, así como un reconocimiento de imagen de empresa desconocido hasta la fecha. Las encuestas de opinión que se realizaban en aquellos años señalaron que el público asociaba el seguro de vida principalmente a dicha compañía, en lugar de a los demás operadores activos en aquellos momentos, que, como se ha dicho, eran fundamentalmente entidades operativas en todos los ramos del seguro.

En otros países del continente europeo, en Estados Unidos, Australia, Canadá y Japón, la gestión especializada del ramo de vida, sin embargo, había sido una potente realidad con mucha anterioridad a lo que lo fue en nuestro país. Este retraso ha influido en la escasa presencia del sector de seguros de vida en España.

Continuando con estas notas de carácter histórico, es pertinente recordar que en los años noventa el mercado español de seguros inició otro movimiento que tuvo mucha influencia sobre el *status quo* del sector. Se

trata de la irrupción, con destacable fuerza, de lo que se ha dado en llamar banca seguros en su concepción moderna.

Como conocen bien los aseguradores, lo que se puede denominar banca seguros en el sentido estricto, o sea, el que las instituciones financieras fueran propietarias de compañías aseguradoras, ha existido siempre en España. No es este un fenómeno nuevo, como algunos han podido pensar.

Siempre existieron compañías aseguradoras ligadas a bancos, pues ¿qué otra cosa fue La Unión y el Fénix Español, que pertenecía al Banco Español de Crédito; Banco Vitalicio, que formaba parte de Banco Central; La Estrella, del Banco Hispano; Cervantes, del Banco Ibérico y Plus Ultra, ligada al Banco de Vizcaya, entre otras entidades?. La diferencia entre la banca seguros de aquellos tiempos y la que existe en la actualidad consiste primordialmente en que estas compañías de bancos operaban de forma muy similar a como funcionaban el resto de entidades independientes de seguros españolas.

En otras palabras, la banca seguros consistía en un conjunto de entidades multirramos, sin especialización en el ramo de vida, con distribución basada en parámetros clásicos, que por lo tanto comercializaban simultáneamente todo tipo de seguros, que utilizaban redes de agentes financiados mediante comisiones, muchos a tiempo parcial, y que, en definitiva, contaban con un reducido nivel de profesionalidad en un ramo que, sin lugar a dudas, precisaba y sigue precisando de una gran profesionalización.

El seguro de vida no se consideró en su tiempo como un mercado prioritario y de importancia en nuestro país, no se le reconoció su potencial suficientemente y no se le dedicaron los recursos económicos y humanos necesarios para expandirlo. Los bancos aseguradores, por su parte, se dedicaron preferentemente al aseguramiento de las empresas industriales que componían los grupos económicos del banco y a la captación de seguros generales con menores dificultades de venta.

Simultáneamente, las condiciones socioeconómicas y culturales del país no estaban suficientemente maduras como para la adquisición en masa de seguros de vida, al menos no como lo están en la actualidad. El ramo que brillaba en importancia era el de automóviles, que, como se ha dicho repetidas veces, se había convertido en un seguro obligatorio y era la estrella de las carteras, en un país que estaba en fase de creciente industrialización y elevación de niveles de renta y consumo. Estas favorables circunstancias permitieron una fuerte expansión del seguro en los ramos de no vida y la consolidación de las carteras de primas del sector.

En esos mismos años, los ochenta y noventa, el mercado español de seguros comenzó a ser objeto de un mayor interés por parte de grandes grupos aseguradores extranjeros, influidos por el crecimiento que experimentaba la economía del país, por su integración en Europa, y por la baja penetración de primas por habitante que tenía España comparadas con los índices respectivos que se daban en sus países de origen. Las diferencias aparecían como especialmente destacadas en el seguro de vida.

Determinados aseguradores de bancos con distribución de seguro tradicional optaron por vender sus compañías a sociedades extranjeras, entre ellas algunas de las más importantes de Europa, como Generali de Italia, que ya tenía presencia en España, Aviva de Reino Unido, que provenía de la fusión de importantes compañías de seguros de aquel país, AGF de Francia, que posteriormente se integraría en la alemana Allianz, Helvetia de Suiza, la holandesa Aegon y otras muchas entidades.

Los precios de venta fueron muy atractivos y las operaciones se realizaron con positivo interés por ambas partes, pues los adquirentes estaban convencidos de que se trataba de la entrada en un mercado casi virgen y por tanto con enorme potencial (se estaba descubriendo El Dorado de los seguros), y los vendedores se sintieron atraídos por los buenos precios y por saber que el fondo de comercio o *goodwill* de la compañía de seguros residía en realidad en el propio banco. La fuerte imagen de marca de la institución financiera y el hecho de estar convencidos de que el seguro de vida podía ser distribuido con ventaja en las propias sucursales urbanas influyó grandemente en las decisiones.

Se llevaron a cabo importantes y provechosas operaciones de compra-venta de compañías y se inició simultáneamente una nueva fase del negocio, lo que hoy se denomina banca seguros en el sentido actual del término, que no es otra cosa que la creación de compañías instrumentales de venta de seguros —principalmente de vida— comercializando el seguro en las oficinas de los bancos.

Las cajas de ahorros iniciaron un proceso similar al de los bancos en su filosofía de actuación, adaptándose a sus propias circunstancias y aprovechando su buena imagen de marca en el mercado y sus sucursales urbanas. El seguro de vida, a partir de entonces, dio un salto desconocido en España en lo que hace referencia a su tamaño y a su importancia.

A partir de esos momentos, el sector de vida español contaba ya con más compañías especializadas en el ramo que antes, si bien en realidad estas compañías, que eran y son legalmente aseguradoras, se constituyeron como instrumentos para la comercialización de seguros por los bancos y cajas de ahorro, que los clientes perciben como tales, y que a su vez

ofrecían y ofrecen en sus oficinas y sucursales productos y servicios que son competidores en la práctica del seguro de vida profesional.

De nuevo el seguro de vida comparte su marketing con el de otros productos y servicios y forma parte de una amplia gama de oferta donde su personalidad está en buena medida diluida en una industria mucho más grande y quizás más importante: la industria de los servicios financieros y de seguros.

Se produce al tiempo en las economías mundiales un proceso que se ha dado en llamar de “desregulación y globalización” de las industrias, por medio del cual las fronteras conceptuales de productos y servicios desaparecen y las empresas comienzan a estar autorizadas y en condiciones óptimas para formar grupos empresariales que comercialicen todo tipo de productos a la vez, especialmente los de orden financiero.

Ya no hay que ser compañía de seguros para vender seguros, y ya no hay que ser banco para comercializar productos bancarios. Todo puede ser vendido por todos, incluidas las empresas no financieras, como son las cadenas de supermercados, las representaciones comerciales y otros tipos de empresas industriales variadas. De igual modo las compañías de seguros de vida entran en la comercialización de servicios financieros y de ahorro, siguiendo las pautas de los bancos pero a la inversa.

Este proceso de desregulación de los negocios y de especialización simultánea de los servicios dentro de un mismo grupo empresarial (la idea era y es que la compañía ha de “seguir al cliente y no al producto”) ha llevado a la situación actual en la que las compañías de seguros de vida entran en la venta y en la promoción de otros instrumentos semejantes a los suyos propios, aunque con una mayor pujanza comercial de la que tenían con anterioridad.

Tanto las entidades extranjeras como las españolas, tanto los bancos y cajas de ahorro como las entidades de seguros llegan en la actualidad a acuerdos de propiedad y de distribución para vender sus ofertas respectivas. Esta faceta múltiple, o multi-oferta, que se da en España y en otros mercados de Europa es hoy la norma general.

La especialización, entendida como el operar exclusivamente en seguros de vida, está de nuevo desapareciendo en España, al igual que en otros países desarrollados. El *timing* y la aceleración de estos cambios, sin embargo, ha sido más rápido para el seguro de vida español que para el del resto de los países industrializados, y ese *decalage* temporal se ha notado en la imagen de marca del seguro de vida, en su notoriedad y en su importancia económica.

Aun hoy piensan ciertos profesionales (a nuestro modo de ver equivocadamente) que la única —no una, sino la única— forma de conseguir vender seguros de vida con volúmenes importantes es mediante acuerdos entre entidades de seguros y bancos o cajas de ahorro, de manera que se aprovechen las sinergias de las dos instituciones: la imagen y la fuerza de la banca española sobre su clientela y la capacidad de gestión y económica de las compañías de seguros.

No se cree demasiado en la capacidad y eficiencia de las redes de distribución llamadas tradicionales para la venta del seguro de vida. Lo que hemos llamado operaciones de colaboración (compra por parte de una aseguradora tradicional de, generalmente, un 50% de una banca aseguradora) gustan tanto a los seguros como a las entidades financieras.

Entramos así por tanto en un nuevo modelo de banca seguros, distinto de los dos a los que anteriormente se ha hecho referencia. En una primera etapa las entidades financieras centraron su atención en el control económico de la entidad aseguradora, operando sin embargo con los mismos criterios que el resto de las entidades (agentes, corredores, oficinas). En una segunda fase se adopta la modalidad de compañía instrumental realizando la distribución de los seguros, tal y como se ha explicado, a través de las oficinas bancarias.

Se inicia en la actualidad una nueva modalidad, que hemos denominado “encuentros en la tercera fase”, entre los bancos y los seguros, donde la propiedad de la sociedad instrumental se comparte entre ellos, descansando la distribución del seguro en las oficinas urbanas del banco pero compartiéndose los resultados económicos. No se llega aún al concepto de “seguros banca”, pero se da un cierto paso hacia lo que algunos llaman *allfinanz*, o supermercado financiero único.

Este darwinismo empresarial, en el sentido de irse adaptando a las condiciones del entorno (no sobrevive el más grande sino el que mejor se adapta a las condiciones externas), ha caracterizado al sector financiero a lo largo de los años y explica en cierta medida su éxito continuado. Los seguros han tratado también de adaptarse al entorno, pero lo han hecho a instancias y al paso que les han marcado las necesidades y las coyunturas del sector bancario.

El marketing del seguro de vida español ha descansado de esta forma en buena medida sobre el sector financiero, pasando a ser conocido por numerosos clientes como un producto propio de sus carteras y situando al seguro de vida como un producto de imagen poco reconocida y poco diferencial. La prensa profesional de seguros recogió, en tiempos pasados, los resultados de una encuesta de opinión realizada por el

sector asegurador con una frase muy expresiva y muy comentada en su momento: “La mejor compañía de seguros de vida, según la opinión de muchos españoles, era un banco”.

A pesar de estas circunstancias y, aún mejor, gracias a ellas, se puede afirmar sin riesgo a error que el impacto de la banca sobre el seguro de vida español ha sido beneficioso e incluso imprescindible para que este pudiera alcanzar los volúmenes y las cifras que tiene en la actualidad. No cabe duda de esto, pues las carteras del ramo han comenzado a ser destacables gracias a su actuación. La imagen de marca de las compañías independientes de seguros de vida, sin embargo, se resintió paralelamente con este proceso.

3.2. Insuficiente personalidad del seguro de vida

Una imagen de marca bien establecida en el mercado se ha considerado tradicionalmente como un elemento fundamental para el éxito de las empresas individuales y de los negocios en general. En ese sentido, un sector que tiene una imagen poderosa en el mercado, como por ejemplo la banca en nuestro país, tiene dado un gran paso hacia el éxito empresarial, y uno que no lo tiene, como es el seguro de vida, se ha de enfrentar a una carencia importante que no tiene más remedio que superar.

Ya se afirmó en apartados precedentes que el seguro de vida es un producto relativamente poco conocido en España; en efecto, su imagen no es suficientemente reconocida por los clientes. Al menos no lo es en relación con la que tienen otros ramos del seguro, que por distintas razones disfrutaban de una gran penetración en el mercado español, como por ejemplo, el seguro de automóviles. El seguro de vida se asocia con menor intensidad a las propias compañías de seguros que el resto de los seguros generales.

Además, el canal mayoritario de distribución del seguro de vida español en la actualidad no tiene evidentemente una imagen primordialmente aseguradora, sino que está sustentado sobre todo, como se pudo comprobar en apartados anteriores, en el sector financiero.

Estas afirmaciones, como es natural, no son gratuitas ni tampoco pretenden hacer un juicio de valor en el sentido de que la situación existente sea desfavorable para el seguro de vida. Sería difícil hacer afirmaciones tajantes en este sentido dado el nivel de globalización y desregulación de las industrias que existe en la actualidad y lo rápidamente cambiantes que son hoy los usos y costumbres de la clientela gracias a la acción publicitaria en los medios de comunicación.

Tampoco sabemos con certeza cuáles serán los próximos pasos que puedan dar ambas industrias en el futuro y cuál será su nivel de eficiencia.

A pesar de esta salvedad, no deja de ser cierto que dos de los elementos clave del marketing de un negocio, como son la imagen de marca y los canales de distribución, sufren considerables carencias en el mercado tradicional español de seguros de vida.

Las compañías profesionales, entendiéndose por ellas las tradicionales, no han tenido en los últimos tiempos un papel destacado en su comercialización (más del 70% se centra en los bancos aseguradores) a diferencia de lo que ha ocurrido en otros mercados, como por ejemplo en Francia, país donde la banca seguros es importante también, pero donde la imagen de marca del seguro de vida como un seguro autónomo había llegado a una mayoría de edad antes de entrar a operar en él las entidades financieras.

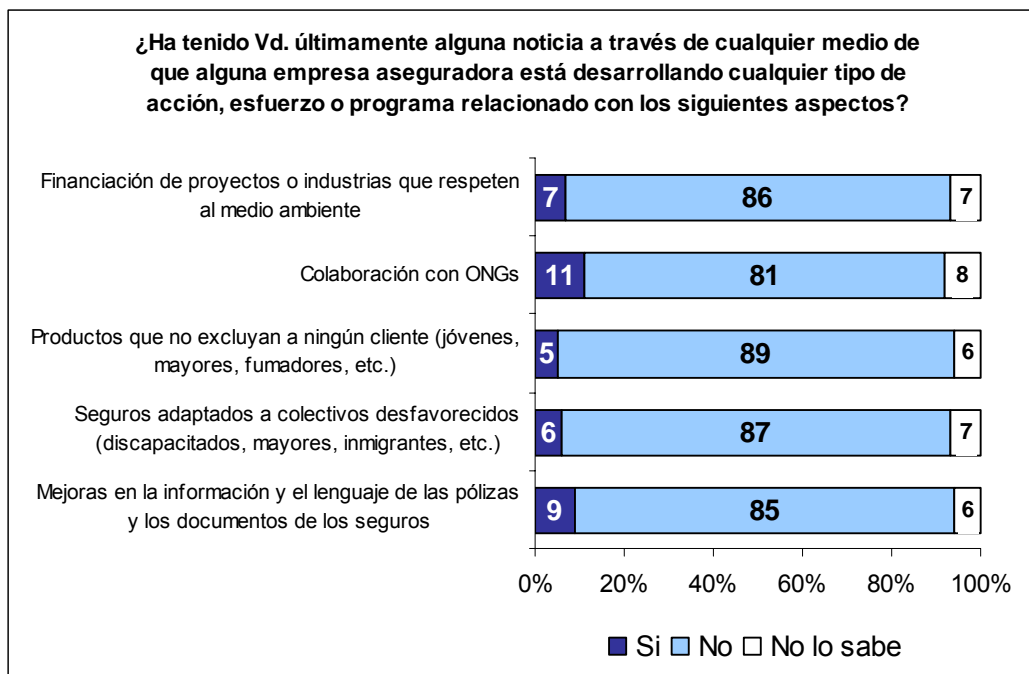
Un negocio como el asegurador de vida con escasa imagen específica y que se asocia en buena medida en otros sectores por su poder de comercialización, permite afirmar que ha sufrido de una insuficiente notoriedad ante el público. Se llama seguro al de vida pero no se asocia a las entidades puramente aseguradoras más que en una reducida proporción, ya que está ligado a otras instituciones cuyas compañías aseguradoras tienen a menudo la misma denominación que el propio banco o caja de ahorros.

El seguro de vida español ha adolecido, por tanto, de falta de notoriedad específica e identificadora de cara al público y ello ha contribuido a que su acción comercial y de marketing no haya sido lo suficientemente eficaz para su expansión, careciendo a la vez de eficientes redes de distribución.

La ausencia de una fuerte imagen de marca ha tenido, y sin duda tiene, una influencia sobre el escaso desarrollo de este seguro en España.

El siguiente gráfico ayuda en alguna medida a valorar la reducida dimensión de notoriedad social que disfruta el seguro en nuestro país.

Gráfico 30
 Acciones sociales de compañías de seguros
 Fuente: Villafane & Asociados



Según el cuadro anterior, que se ha extraído de un estudio de opinión realizado por la industria aseguradora, el 91% de los ciudadanos españoles no sabe o no recuerda que el seguro haya realizado ningún esfuerzo por mejorar el lenguaje de las pólizas ni los documentos que habitualmente utilizan las compañías aseguradoras.

Una cifra similar de personas afirma desconocer si las aseguradoras disponen de productos que incluyan a distintos segmentos de la población, ni que adapten los mismos a las necesidades de colectivos diferenciados o desfavorecidos. Tampoco conocen si la industria aseguradora está comprometida con los grandes retos de la sociedad actual, como por ejemplo la protección del entorno.

Como recoge el cuadro, el recuerdo de acciones de carácter social del seguro es muy reducido entre los ciudadanos.

3.3. Competidores del seguro de vida

Para crear una imagen de marca específica, el seguro de vida español ha tenido que luchar consigo mismo y dentro de sus propias empresas que, a su vez, comercializan productos y servicios competidores o sustitutivos. Los seguros de vida han sido en muchos casos apéndices que se incorporaban a otros servicios con el fin de hacerlos más interesantes y

atractivos, pero sin gozar de suficiente personalidad de cara a los potenciales clientes.

Un ejemplo puede venir al caso. Como se sabe, las compañías de seguros generales, o sea, las de no vida, tienen como competidores únicamente a las otras compañías de seguros de no vida.

Efectivamente, sólo venden seguros de automóviles las compañías de seguros, sin importar las características que tenga la compañía: sea una sociedad anónima o una mutua. (En los últimos tiempos han entrado a operar en los seguros generales algunas entidades de banca seguros, si bien aquí se trata de una cuestión diferente, pues estos ramos tienen ya formada su imagen nítida y distintiva dentro del sector asegurador a diferencia de lo que ocurre en el ramo de vida).

Además, desde un tiempo atrás, la comercialización de los seguros de no vida, como por ejemplo automóviles, se ha llevado a cabo, en parte, por empresas de otros sectores económicos, como los distribuidores de automóviles y empresas de consumo, y ello no ha restado notoriedad a las entidades de seguros del ramo. Al igual que ocurrió en Francia respecto al seguro de vida, la imagen del seguro de automóviles está profundamente asociada en España a las compañías de seguros.

Sin embargo, los competidores del seguro de vida, muy especialmente del seguro de ahorro, no son sólo las otras compañías de seguros de vida. Son competidores de los seguros de vida, en un sentido amplio pero real, todas las instituciones que captan ahorro de los ciudadanos y por tanto no sólo son los bancos y cajas de ahorro en sus operaciones recurrentes, sino también las entidades que ofrecen otros productos como los fondos de inversión, planes de pensiones y cualquier otro instrumento que pueda sustituir el ahorro a largo plazo materializado en seguros de vida, incluso los valores de renta variable y otros posibles ejemplos.

Es precisamente por tener unas características similares a otros instrumentos de ahorro, por ser sustituibles por ellos, por tener otros competidores y por la sensibilidad del seguro de vida hacia el ahorro/inversión, en lugar de solamente hacia el riesgo, por lo que siempre se ha afirmado que el seguro de vida ha de disponer de una estrategia de gestión diferenciada de la de los demás ramos en los que operan las compañías.

A este respecto merece la pena recordar aquellas palabras seguramente conocidas que pronunció un antiguo presidente de la famosa compañía fabricante de automóviles Rolls Royce. Decía: "Los competidores de la mayoría de los fabricantes de automóviles son los demás fabricantes de automóviles. Rolls Royce, sin embargo, no compite con los demás automóviles. Nuestros autos compiten con los abrigos de visón o con los

collares de brillantes, entre otros. Rolls Royce compite con el lujo, o sea con otros negocios y otros conceptos distintos a lo que es propiamente la industria del automóvil". Para este ejecutivo, como para muchos otros, el que los directivos de su empresa percibieran bien estas diferencias resultaba imprescindible para diseñar una buena estrategia de marketing y para alcanzar el éxito.

Del mismo modo, el seguro de vida no compite sólo con los otros proveedores de seguros de vida, sino que por el contrario compite con otros productos y otros negocios distintos al suyo propio, productos que venden simultáneamente las propias compañías de seguros de vida y productos que venden otros sectores económicos distintos al del seguro. Las mismas entidades de seguros de vida se ven inclinadas hacia la comercialización de otros instrumentos de ahorro/inversión que no son seguros de vida pero que tienen una filosofía y una finalidad semejante.

Las carteras de muchas entidades del ramo están compuestas por importantes volúmenes de otros instrumentos de canalización del ahorro, como son los fondos de inversión o los fondos de pensiones, por ejemplo.

A las carteras de productos de las instituciones de crédito les ocurre lo mismo, pues introducen en su gama productos de muy diferente especie pero de semejante filosofía.

¿Por qué no es más grande el seguro de vida en España? Nos estamos haciendo la misma pregunta a lo largo de este trabajo. La respuesta es variada y compleja, como se está viendo, pues influyen en ella numerosos factores que operan en distinta dirección.

Uno de ellos se está tratando ahora con amplitud: el seguro de vida se ha convertido hoy en un "producto banalizado" *commodity* como a veces se le llama, un producto que sin duda tiene una definición técnica y una legalidad específica, pero que, sin embargo, tiene a la vez una finalidad muy semejante a la de otros instrumentos que no son los seguros de vida y que son comercializados, con mayor o menor énfasis, por instituciones de diferentes características y también por las propias entidades de seguros.

Factores como la fiscalidad que afecta a los seguros de vida en relación a otros productos competidores en determinados momentos, la mayor o menor liberalidad de las prestaciones de la seguridad social, la situación de alza o baja por la que atraviesen los mercados financieros, los tipos de interés vigentes en el mercado, que afectan enormemente a su desarrollo, las modas y los gustos de cada momento, la rentabilidad relativa para las entidades oferentes de los distintos instrumentos de su gama, y un sinnúmero de circunstancias influyen en las prioridades de las entidades que canalizan el ahorro del público o a la hora de orientarse en cada momento

hacia el ramo de vida o hacia otro producto. Y no se olvide: el seguro de vida es un negocio donde lo que domina es el lado de la oferta.

Si las economías desarrolladas continúan en el camino de desregulación que ya han emprendido, es probable que el seguro de vida siga perdiendo papel relativo en el mercado global del futuro y se limite a formar parte de otra gran industria de mayor nivel, como es la del ahorro y de los servicios financieros, que sea comercializado por las mismas compañías que comercializan los demás instrumentos y que en su vertiente de ahorro no tenga mucha especificidad como sector. Sólo le quedaría diferenciadamente la vertiente del riesgo, o sea, la del fallecimiento.

Es por ello por lo que las entidades de seguros de vida, individualmente, y el sector, a través de sus instituciones representativas, deberían llevar a cabo un destacado esfuerzo con el objetivo de lograr una legislación y unas normas que favorezcan al seguro de vida como tal sobre los demás instrumentos que le son sustitutivos, creando a su vez una imagen de marca diferencial y específica que, hasta la fecha, no ha tenido el ramo en España.

A nivel de empresa el seguro de vida exige una estrategia diferenciada con respecto a la del resto de la gama de productos y servicios de la compañía. Parecen haber variadas razones a favor de esta diferenciación. El cliente del ramo de vida está escasamente informado sobre las características del producto; las compañías, por otro lado, se han de enfrentar a competidores más potentes y diversificados; la motivación de compra del cliente de vida es distinta a la de los seguros generales; y el *leitmotiv* de este seguro tiene poco que ver con el de los seguros de daños.

Probablemente, dado que la estrategia de gestión de un seguro de automóviles descansa fuertemente en la variable precio, su punto sensible esté en la contención de los costes y la variable clave sea el control de gestión. También lo es la frecuencia y la calidad del servicio.

En el seguro de vida el precio no es determinante; es desconocido por el gran público, que lo encuentra muy difícil de calcular y valorar. La base fundamental de este seguro es la confianza a largo plazo así como la calidad de la distribución y venta. El rendimiento de las inversiones de las reservas a largo es igualmente importante.

Parece que, con estas y otras peculiaridades específicas de cada producto, a las compañías aseguradoras les ha de resultar difícil compaginar de forma eficiente las estrategias de comercialización de los seguros generales y de los seguros de vida.

3.4. Productos del seguro de Vida

Ya se ha hecho referencia en epígrafes anteriores a la dificultad que tiene el cliente para diferenciar entre un seguro de vida de ahorro y otros productos financieros. Aunque técnicamente se puede afirmar que son diferentes (no es lo mismo un seguro de jubilación que un plan de pensiones, al igual que ambos son distintos a una renta vitalicia), el hombre de la calle no lo percibe en su justa medida.

El cliente quizás comprende que un plan de previsión asegurado debe de ser más seguro que un plan de pensiones al uso, pero debido a la forma en la cual se presentan las ofertas a los clientes, la verdad es que estos se enfrentan, por regla general, a un gran número de dudas a la hora de diferenciar los productos. Cuántas veces se le ha dicho al cliente que un plan de pensiones de ciertas características o un determinado fondo de inversión, colocado de esta o de otra forma, tienen unos rendimientos que son totalmente seguros y que por lo tanto puede dormir tranquilo si se inclina por uno de ellos...

La especificidad de un producto de cara al cliente, nos dice la ciencia del marketing, o lo que es lo mismo, la *uniqueness* o identificación de los productos que vende una empresa respecto a los que venden las demás, es uno de los principales factores que llevan al éxito en los negocios. Este objetivo de diferenciación es el que persigue toda institución, y no es otro que sacar a sus productos de esa peligrosa zona de “banalidad” o igualación con otros, a fin de que los clientes los recuerden y no los confundan con los demás a la hora de hacer sus decisiones de compra.

El seguro de vida no goza de la suficiente dosis de *uniqueness* en la mente de muchos de sus clientes potenciales como para que la diferenciación de imagen pueda conducir al ramo hacia un importante éxito comercial. No es percibido por muchos de ellos como nítidamente diferenciado de otros instrumentos de ahorro/inversión, especialmente si son ofrecidos, como ocurre, por las mismas entidades que a su vez ofrecen instrumentos alternativos y semejantes.

Probablemente la única modalidad de seguro de vida suficientemente diferenciada de los demás productos competidores sea, como se ha dicho, el seguro de riesgo o fallecimiento, que constituye una cobertura separada del resto de los instrumentos de ahorro propiamente dichos.

El seguro de fallecimiento es además un producto que produce una positiva rentabilidad económica a las compañías de seguros. Se trata de un instrumento de gran utilidad para muchas personas y al que, como se ha referido, se le obtienen saludables beneficios, principalmente, gracias a que las tasas de mortalidad de la población en las sociedades

modernas no dejan de decrecer. A pesar de estas favorables circunstancias, el seguro de riesgo no se ofrece al mercado de forma autónoma y no se vende en la medida que cabría esperar. Generalmente lo usual es incluirlo como un apéndice más en otros productos, como por ejemplo los instrumentos de crédito hipotecarios y de consumo.

No se ofrece masivamente a través de las redes de distribución de las aseguradoras tradicionales, entre otras razones porque se trata de un producto de precio reducido —la prima no supera normalmente los 200 euros al año dados los escasos capitales de cobertura—. En consecuencia los niveles de comisiones que perciben los vendedores no alcanzan el importe mínimo como para que les resulte de interés esforzarse en realizar las visitas de venta, asesoramientos y desplazamientos que lleva consigo toda actividad de venta de seguros.

El seguro de vida de riesgo, como ya se ha referido en otro lugar de este documento, debería ser potenciado en España. El número de pólizas en vigor es importante pero los niveles de primas que se han alcanzado hasta la fecha son insuficientes y los capitales en vigor reducidos.

Seguramente este producto, en su propia configuración y sin unirlo a otras coberturas que lastren sus resultados, como la invalidez, habría de contar con una estrategia de marketing específica que permitiera ver impulsada su venta de una forma más atractiva para las redes de distribución.

Se podría utilizar en mayor medida un *mass marketing*, un marketing dirigido a grandes grupos, como ha sido el tradicional seguro de empresas; quizás también un marketing de “grupos de afinidad” que tanto se utiliza en otros países y donde los precios podrían resultar enormemente competitivos. Podrían utilizarse canales de distribución directos, como el correo, oficinas y en su momento Internet.

Caben en él numerosas opciones de comercialización diferentes, entre las que no se puede olvidar, naturalmente, su ligazón a otras operaciones y servicios, como por ejemplo las de activo de las instituciones financieras. El seguro de vida de riesgo, utilizándose para su desarrollo los canales de venta que le sean pertinentes, debería recibir un mayor impulso en nuestro país.

Una vertiente del seguro de vida a la que se le pronostica un gran desarrollo es la que componen las rentas para la jubilación, especialmente ahora que su fiscalidad ha quedado más favorecida por la reciente legislación. Las rentas, en su numerosa variedad de formas, plazos y modalidades, deben ser y serán uno de los productos estrella para el ahorro a largo plazo y un complemento idóneo para las prestaciones públicas de jubilación.

Las rentas, o *annuities*, como se la denomina en otros mercados del mundo siguiendo el léxico de los países anglosajones, se han constituido como un importante sector de ahorro de las economías modernas, pues, según datos suministrados por la Suiza de Reaseguros, en determinados países importantes como Estados Unidos, Reino Unido y Suiza los activos que respaldan hoy en día a las mismas suponen ya un 100-150% del producto interior bruto respectivo de cada país.

Las rentas pueden representar una gran oportunidad para el sector asegurador de vida siempre que el producto goce de las adecuadas características técnicas y de rentabilidad. Su imagen como producto no está todavía asentada en la sociedad española, que, a medida que su utilización vaya siendo masiva, la irá tomando como instrumento de ahorro indispensable para complementar a las pensiones del Estado.

En los mercados desarrollados este instrumento ha adquirido una destacada presencia, especialmente desde que han ido desapareciendo los planes de pensiones de prestación definida otorgados por las empresas, sustituyéndose por los de aportación definida.

Importantes capitales se han dirigido hacia las rentas inmediatas de jubilación y los crecimientos experimentados, tanto en la variedad de rentas variables (similares a los *unit linked*) como en las fijas aseguradas, han sido de dos dígitos durante gran número de años y aún lo son en la actualidad. Una renta asegurada es un instrumento especialmente propicio para complementar la jubilación en comparación con una de tipo variable, aunque esta cuente con valores garantizados, debido a los niveles de volatilidad de los mercados financieros y de capitales.

3.5. Promoción y publicidad del seguro de vida

Una observación atenta a lo largo de los años ha permitido comprobar que, salvo en determinadas ocasiones, las acciones de promoción y publicidad masiva sobre el seguro de vida en los medios de comunicación han sido bastante escasas. Además, los mensajes de comunicación de este sector se han centrado principalmente en el nombre de la propia compañía y en conceptos vagos de cobertura de riesgos y de seguro de vida como instrumento para la jubilación. No se han añadido, por lo general, explicaciones adicionales sobre el cómo y el porqué del interés de este producto.

En escasas ocasiones el sector ha explicado a la sociedad con claridad y firmeza la problemática que se le avecina como consecuencia del alargamiento de la vida humana y de la reducida tasa de nacimientos que se producen en el país, que, como se ha repetido en el presente trabajo, plantearán unos retos durísimos a un plazo no muy largo, imposibles de

resolver exclusivamente a través de las prestaciones públicas de la seguridad social.

A nuestro juicio este tipo de comunicación abierta y mentalizadora con el público es la que se precisa en los momentos presentes, poniendo sobre la mesa los desafíos a que nos enfrentamos y aportando al mismo tiempo las soluciones que a este respecto puede ofrecer el seguro de vida.

La sociedad española no se siente mentalizada, o al menos no lo suficiente, para interiorizar debidamente los riesgos que el factor demográfico y biométrico tendrá sobre su situación económica futura. Si no se hace esta interiorización no se tomarán las medidas necesarias para reducir los riesgos de vivir más tiempo de lo que nos permitirán los recursos económicos disponibles. Algunos segmentos de la población serán más vulnerables que otros al impacto del alargamiento de la vida humana, pudiéndose citar entre ellos a los más jóvenes, a ciertas capas desfavorecidas de la población y, en particular, a las mujeres.

A este respecto puede venir al caso hacer referencia a los resultados de uno de los últimos estudios realizados en Estados Unidos sobre la jubilación futura y sus desafíos.

Se estima que como promedio la mujer pasa once años fuera del mercado de trabajo como consecuencia de tener que cumplir con las obligaciones de cuidar a sus hijos cuando son pequeños y a sus padres cuando son mayores. Este hecho coloca a la población femenina en una situación de desventaja con respecto a los hombres a la hora de ahorrar lo suficiente para atender a sus necesidades económicas de vejez y retiro. Además de ello, las mujeres obtienen, también como promedio, menores salarios en su fase activa que los hombres, siendo su esperanza de vida, por el contrario, bastante más alta que la de ellos. De esta manera resulta evidente que la mujer se enfrenta a una mayor necesidad de ahorrar para el futuro que los hombres, si quiere estar en condiciones de constituir un fondo económico para la jubilación que le permita mantener un nivel de vida semejante, no superior, al de los varones. La realidad es la opuesta.

Se ha calculado que sólo los referidos once años de estancia fuera del mercado de trabajo les cuesta a ellas, como promedio, una cifra total del orden de 659.000 dólares en salarios.

Para responder en alguna medida a estos retos, ciertas compañías de seguros de vida de aquel país han iniciado campañas de sensibilización dirigidas exclusivamente a las mujeres con objeto de hacerlas conscientes de este riesgo añadido, y proponiéndoles soluciones para rellenar en lo posible, este *gap* o insuficiencia de ahorro finalista en relación con la población masculina.

Consejos que van desde la mentalización a los empleadores, en el sentido de contribuir con aportaciones más importantes en el caso de las mujeres, a promover la aportación de las empresas a los fondos de jubilación de las trabajadoras a tiempo parcial, informar a las mujeres trabajadoras y no trabajadoras de que pueden invertir en determinados instrumentos de ahorro similares a los fondos de pensiones de aportación definida (los conocidos IRA y 401K) y fomentar la formación de la mujer en estas materias, pues se estima que la educación financiera dirigida a este segmento de la población obtiene mejores respuestas de lo que a menudo se había pensado.

Un dato al respecto: más del 55% de las mujeres que asisten a reuniones y seminarios, a menudo gratuitos, que se organizan con frecuencia en aquel país para promover la virtud del ahorro a largo plazo, acuerdan incrementar sus contribuciones a instrumentos de ahorro/inversión (idealmente a seguros de vida) una vez que han finalizado sus sesiones de formación.

Probablemente, este tipo de comunicación con el público, u otros con finalidades similares, serían muy convenientes de llevar a cabo en los momentos presentes en España, a fin de ayudar a los ciudadanos a enfrentarse a los retos que se avecinan.

Es posible que la comunicación prioritaria para el seguro de vida no sea la que centra sus mensajes en el reconocimiento de empresa, aunque esta resulte siempre conveniente. Por el contrario, un esfuerzo conjunto institucional de la industria de seguros de vida, apoyado por la administración pública y por los sectores más interesados de la sociedad, sería pertinente. La población necesita una mayor educación en esta materia y si no se llevara a cabo con urgencia la tesitura en que se puede encontrar buena parte de la sociedad española al llegar a la edad madura será difícil de manejar.

La publicidad del seguro en general, y la del seguro de vida en particular, que es la que nos interesa, ha incurrido en errores muy característicos, como el de no haberse realizado con la suficiente fuerza en los estamentos institucionales del país ni en los medios de comunicación de masas. En el pasado el sector ha utilizado medios de difusión de lectura segmentada, ya sean de la propia industria del seguro o bien medios de comunicación empresariales y financieros que no son frecuentados por el público en general.

Los mensajes que ha contenido la publicidad del seguro de vida no han resultado suficientemente ajustados a los intereses de los destinatarios, dado el escaso conocimiento que se tiene sobre este producto. Ha destacado mayormente el recordatorio de la entidad aseguradora, como

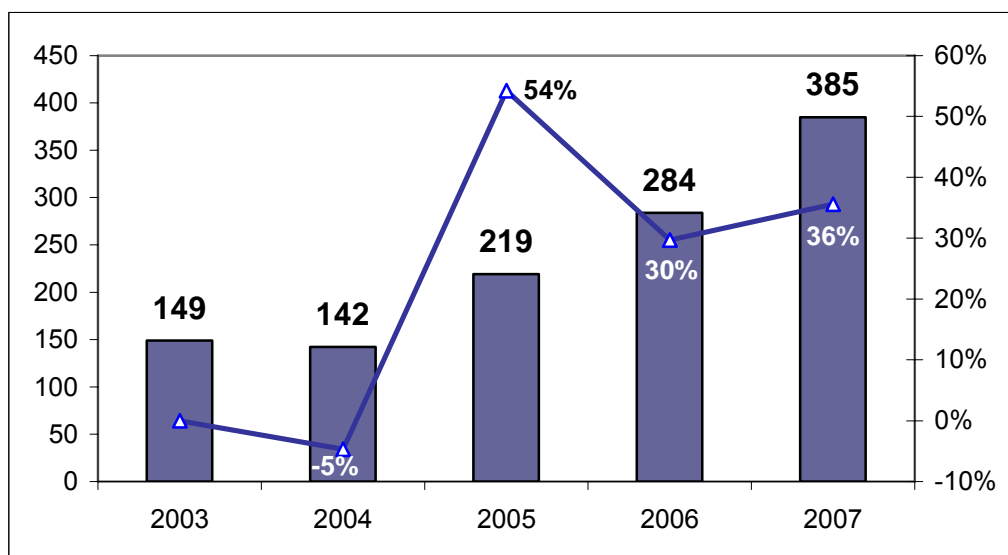
se ha dicho, buscando lógicamente la notoriedad de la empresa, pero no el conocimiento y la apreciación del seguro a que se ha hecho referencia. La comunicación del seguro de vida vía publicidad no ha sido, en definitiva, suficientemente eficaz.

Posiblemente el punto fuerte de la comunicación entre la entidad aseguradora y el cliente ha descansado en las redes de distribución del seguro de vida, ya sean los agentes de seguros, los corredores, los consultores especializados en el ramo o las oficinas de las entidades de seguros y de las instituciones financieras. Este tipo de comunicación personal entre el vendedor y su cliente es necesaria y puede ser muy eficaz en la medida en que permite responder a las dudas concretas que sobre el seguro de vida plantean los asegurados. Sin embargo, no debiera ser la única que se utilice, principalmente porque el ciudadano no la suele percibir como independiente del objetivo final del vendedor, que es venderle un seguro y, en ciertos casos, venderle otro producto.

Las posibilidades de actuación del sector en el terreno de la promoción de ventas y de la comunicación del seguro de vida son todavía enormes en España, por lo que la industria del seguro no debiera desistir en el empeño ni dudar sobre la conveniencia de actuar en este camino, a pesar de que los frutos del esfuerzo se recojan pasado un largo periodo de tiempo.

Si la conveniencia de llevar a cabo estas acciones siempre ha sido cierta, hoy lo parece todavía más. El ahorro finalista para complementar las prestaciones de jubilación es imprescindible y lo será más a medida que pasen los años. Resulta entonces preciso que el sector asegurador diseñe un plan de marketing eficaz y diferenciado para el seguro de vida que contemple como mínimo los criterios de comunicación que sucintamente se han mencionado en el presente documento.

Gráfico 31
 Inversión publicitaria en medios convencionales
 del sector seguros en España (en millones de euros)
 Fuente: ICEA



El anterior gráfico muestra la evolución de los gastos (o inversión) en publicidad del sector asegurador. La serie va creciendo en importancia y se refiere a la publicidad en todos los medios convencionales y en todos los ramos del seguro.

La inversión total en publicidad debiera ser más elevada y sobre todo más diferenciada en lo que hace referencia al ramo de vida, destacándolo de los demás. La estrategia de comunicación, por otra parte, convendría que fuera más distintiva de lo que es en la actualidad. Me parece, por tanto, que queda mucho campo de actuación para una buena comunicación entre el seguro de vida y sus clientes.

SÍNTESIS DE INFLUENCIAS ENTRE FACTORES EXTERNOS E INTERNOS

Cabría preguntarse a la vista de lo tratado hasta el momento: ¿se puede afirmar que existe una buena sintonía entre la oferta del seguro de vida en España y las necesidades y deseos de la clientela? ¿Tendría esta que ser más fina para que este seguro alcance unas cotas de desarrollo comparables con las de los países más avanzados del mundo?.

Ya se ha dicho que el éxito de un negocio se suele producir en aquellos casos en que la oferta de las empresas y la demanda de los clientes se ajustan de una forma óptima en términos de cantidad, calidad, precio y otras circunstancias que afectan a sus productos y servicios.

A mi modo de ver, la aludida sintonía entre oferta y demanda, que siempre es difícil de medir de una forma taxativa, existe en el seguro de vida español, aunque no al nivel que sería deseable.

Se ha visto que el seguro de vida a nivel mundial se configura como un sector de extraordinaria importancia desde el punto de vista de su volumen económico y también desde el de su influencia en las respectivas sociedades. Ello es especialmente cierto en las naciones que han alcanzado un mayor progreso y un mayor desarrollo en el orden económico y en el social. En España dicho nivel no se ha alcanzado todavía, aunque debiera haberse conseguido a la vista del desarrollo económico general que hoy tiene el país.

En efecto, como hemos podido comprobar, el seguro de vida tiene mayor presencia en las sociedades industrializadas que en los países llamados emergentes y en los del tercer mundo. Las estadísticas reflejan estas diferencias a través de unos datos de difícil discusión.

Del total de las primas de seguro mundiales, que ascendieron en 2006 a 3,7 billones de dólares, 2,2 billones correspondieron al seguro de vida y 1,5 billones al conjunto de los sectores de no vida. Ello quiere decir que el seguro de vida a nivel mundial es más grande, por sí solo, que todos los ramos y modalidades de los seguros generales juntos, alcanzando cerca de un 60% del total.

Por otra parte, en 2006 el seguro de vida mundial creció en primas un 7,7% sobre el año anterior, o sea que lo hizo a un ritmo más fuerte que la actividad económica conjunta de los países considerados, y más fuerte también que el crecimiento promedio de los últimos diez años de su historia.

Las razones que más han influido en la buena evolución del sector de vida en este periodo (según un estudio de la entidad Suiza de Reaseguros) fueron los favorables resultados bursátiles experimentados a nivel global, los positivos cambios normativos llevados a efecto en muchos países y los incentivos fiscales más favorables que, como se ha dicho, han influido por regla general en el buen desarrollo del ramo. A ello hay que añadir, por un lado, la mayor demanda que experimentó el mercado del ahorro finalista en todo el mundo gracias al impacto que ha tenido la preocupación por el envejecimiento de la población y, por otro, que los gobiernos tienden a responder a estos desafíos de la sociedad otorgando más facilidades y más incentivos al ahorro privado, con el fin de que actúe como complemento de las prestaciones públicas.

Fue en Europa, o sea en el mundo desarrollado, donde se originó el mayor crecimiento de vida, pues las primas se expandieron a una tasa del 12%, apoyadas en buena medida por el fuerte desarrollo experimentado en los países más importantes del continente, como Reino Unido, Francia y Alemania. España creció a una tasa nominal equivalente al 10,5% y su cuota en el mercado mundial fue del 1,28% de las primas. España tendría que crecer más aprisa para alcanzar los niveles que tienen hoy los países más avanzados del continente.

El seguro de vida español, en otro orden de cosas, no ha alcanzado un nivel de reconocimiento e imagen en la sociedad como el de otros países del mundo. Sufre asimismo de una menor notoriedad que la que alcanzan otros sectores económicos del país, como es, por ejemplo, el de la industria de los servicios financieros y el de la gestión global del ahorro. Esta falta de notoriedad comparativa del seguro de vida le resta fuerza sobre su clientela.

En excesiva medida, el seguro de vida sigue siendo un gran desconocido para una buena parte de la sociedad española, que suele contestar a las encuestas de opinión afirmando que conoce los productos y servicios de este seguro, pero cuando se profundiza en las preguntas y se contrastan las respuestas se concluye fácilmente que no tiene un mínimo conocimiento que le permita tomar decisiones capacitadas de compra.

Esta falta de familiaridad llega en ocasiones a convertirse en una ausencia de interés, pues, independientemente de cuál sea la clase social o la profesión de los encuestados, consideran normal y natural el desconocimiento que tienen sobre el seguro de vida. No ocurre lo mismo

con otros instrumentos de ahorro/inversión, sobre los que el público piensa que desconocerlos equivale a una falta de cultura. Ignorar lo relativo al seguro de vida no es una falta de cultura, es una cuestión que cabe esperar por su dificultad intrínseca, por su esoterismo y quién sabe por qué otras causas.

No se puede afirmar, por tanto, que haya una suficiente sintonía ni un buen encaje entre el seguro de vida y la sociedad a la que sirve en estos aspectos de la actividad. Ello se confirma en parte por la forma en que se ha producido el crecimiento histórico del ramo en España, que ha sufrido continuos dientes de sierra y altibajos a lo largo de los años. La expansión del seguro de vida en España ha tenido que contar en el pasado (como ya se ha referido en páginas anteriores) con medidas excepcionales de tipo institucional, en lugar de descansar en una adecuada actuación de marketing de parte de las entidades de seguros.

No se adquiere lo que no se conoce o al menos no se adquiere en el necesario volumen y en las condiciones óptimas. El seguro de vida ha crecido en España apoyado por circunstancias externas, y gracias a la conexión de su venta con la venta de otros instrumentos y otras instituciones de mayor notoriedad en el mercado.

Sin embargo, los riesgos de la insuficiencia de ahorro a largo plazo están presentes con bastante intensidad en todo el mundo; las advertencias sobre estos riesgos son continuas y provienen de todos los países y de todos los sectores de opinión, no importa que el país esté regido por políticos de unas ideas o de otras. Algunos están tomando medidas para amortiguar esos riesgos que son, por el momento, mínimas o insuficientes, pero que serán mucho más estrictas y eficaces con el paso de los años.

Tampoco parece suficiente la sintonía existente entre la administración pública y la industria aseguradora. El tratamiento impositivo del sector vida puede y debe ser mejorado en mayor medida de lo que se ha hecho hasta el presente, y la colaboración con los organismos públicos, buscando la instauración en este país de un segundo pilar, amplio y potente, de la previsión social, debería hacerse realidad en unos plazos lo más reducidos posibles.

El seguro de vida habría de alcanzar una personalidad más definida en la sociedad española, entendiendo como tal no sólo la población en general y los clientes y asegurados, sino también las altas instancias del Estado, como son los legisladores, la administración y el poder judicial.

Será preciso adoptar determinadas medidas en un futuro próximo a fin de corregir este tipo de insuficiencias. Medidas que competen a las compañías aseguradoras individuales y también al conjunto de todas ellas

como sector. Medidas que permitan abordar variados proyectos de progreso y que atiendan a importantes retos del seguro de vida como instrumento fundamental para el ahorro finalista. Algunos de estos proyectos y algunas de estas medidas serán seguramente indispensables si se quieren alcanzar objetivos tan ambiciosos como los que se han enunciado en el presente trabajo; otras quizás serán menos urgentes y puedan esperar más tiempo.

El siguiente capítulo se ha redactado con la pretensión de proporcionar posibles recomendaciones para la acción y para alcanzar quizás unas mínimas conclusiones que faciliten la reflexión y el consenso sobre estas materias, que nos parecen de tan especial importancia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Todo estudio suele finalizar con un resumen de los temas que se han tratado a lo largo del mismo, buscando determinadas conclusiones y proponiendo ciertas recomendaciones que sean útiles para la reflexión y la actuación. A continuación figuran algunas notas que quizás sirvan para estos propósitos.

- En primer lugar, conviene señalar que el presente trabajo no pretende tener una vocación ni un propósito de carácter técnico-asegurador ni actuarial. Más bien, por el contrario, su enfoque es de tipo empresarial, e incluso comercial, tratando de que pueda ser comprendido y criticado por un público muy amplio, independientemente de que pertenezcan al sector asegurador o no.
- En segundo lugar, hay que decir que el estudio ha enfatizado, de forma quizás indirecta pero evidente, que no es lo mismo analizar el potencial del seguro de vida como producto o servicio, examinando sus retos y sus posibilidades, que hacer un examen o un plan estratégico para las compañías de seguros de vida, sean estas especialistas o no.

La globalización del sector financiero (compañías de seguros con oferta múltiple de vida y otros productos no aseguradores y entidades de servicios financieros con oferta de seguros de vida) ha traído consigo el que “todos vendan de todo” y que el seguro de vida pueda ser, en determinados momentos, un ramo prioritario en las estrategias de las entidades, y en otros momentos, tener un carácter secundario respecto a otros instrumentos semejantes pero sustitutivos.

Cabe pensar por tanto que el seguro de vida pudiera no expansionarse de forma destacada en un futuro, no por falta de demanda de los clientes sino, por el contrario, por insuficiencia coyuntural de la oferta, al no ser prioritario en la estrategia de las instituciones protagonistas.

- El seguro de vida, en cualquier caso, no ha alcanzado aún en España una posición destacada por volumen de negocio e influencia social, una posición consecuente con el nivel que ha alcanzado la economía española. Su desarrollo, ya se ha visto, es insuficiente tanto si se compara con el resto de ramos del seguro como si se compara con el resto de las economías desarrolladas. El seguro de vida español ha de

crecer más de lo que lo está haciendo y a tasas mayores de lo que lo hacen las principales economías europeas.

A pesar de ello, el crecimiento y la transformación que ha experimentado el ramo de vida en los últimos años ha sido importante, alcanzando unos volúmenes de negocio sorprendentes. La mejora del nivel de vida de la sociedad española en los últimos años ha contribuido a esta transformación, pues ha elevado la capacidad de demanda de los ciudadanos sobre el conjunto de los instrumentos de ahorro y, por tanto, también sobre el seguro de vida.

- Sin embargo, algunos de los factores que han influido en su desarrollo han sido en buena medida ajenos a la gestión del ramo en el sentido estricto. Circunstancias citadas de tipo institucional y político han modificado favorablemente el *status quo* que tenía la industria en el pasado (expansión de las primas únicas, ventajas diferenciales de los seguros *unitlinked*, materialización en pólizas de seguros de las exteriorizaciones de compromisos por pensiones y otros).
- Lo que precisa el ramo para la consecución de un mayor desarrollo ha de sustentarse en una acción comercial y de servicio que promueva un mayor aprecio y conocimiento de los ciudadanos sobre este seguro, un seguro de vida que consiga materializar en pólizas el ahorro personal y familiar de los españoles. Estudios recientes reflejan que, en ciertos países avanzados, los ciudadanos disponen en promedio de hasta dos pólizas de seguros de vida por persona; queda mucho por progresar todavía en España.
- Se ha mencionado a lo largo del texto que, por un conjunto de factores de amplia catalogación, el seguro de vida no tiene en España una comprensión ni un reconocimiento social equivalente al que cuentan otras sociedades más maduras. No se ha de entender que la apreciación del seguro de vida en todas las sociedades avanzadas sea óptima en relación con otros instrumentos de ahorro/inversión (valga decir por ejemplo que, según algunas investigaciones, sólo un 10% aproximado de los ciudadanos de distintos países europeos consideran al seguro de vida como un buen instrumento de acumulación de patrimonio). Queda mucho terreno que recorrer en este campo en España y en otros mercados.
- A pesar de que en nuestro país se cuenta con un importante número de pólizas de seguros de vida en vigor, el ciudadano sigue desconociendo en la medida necesaria en qué consisten y cuáles son las ventajas de la adquisición de una póliza de seguros de vida, sea en su vertiente de riesgo como de ahorro. En cuanto a este último, es muy importante incidir en que la población no está mentalizada sobre el desafío a largo plazo al que se enfrenta.

- El papel de las instituciones del Estado en lo que hace referencia a la promoción del seguro de vida puede ser decisivo y adelantar la adopción de medidas de promoción del ahorro a largo plazo contribuirá a facilitar la solución. En vista de ello todos pensamos que el seguro de vida español debería emprender sin dilación una mayor y mejor comunicación con la sociedad y con sus instituciones representativas.

Los reguladores y la administración del Estado son personas que, independientemente de su papel, forman parte de la sociedad como todos los demás. Tampoco ellos están familiarizados de manera suficiente con el funcionamiento del seguro privado. Si no lo conocen bien no lo apreciarán bien y ello influirá en la calidad de la legislación que emane del parlamento. Resulta conveniente entonces que el sector de vida, a través de sus instituciones, lleve a cabo una eficaz actuación cerca de estas instancias con el fin de mejorar en lo posible la apreciación de esta actividad que es tan importante en todo el mundo desarrollado.

Seguramente, si se consigue mejorar la comprensión mutua, el resultado podría ser una más favorable legislación para el seguro de vida. La sintonía que reclama este trabajo también ha de ser alcanzada con los legisladores y con la administración. Por ahora es insuficiente.

Abusando de la expresión se puede decir que el reto del ahorro a largo plazo es una “cuestión de Estado” y no una materia sujeta a medidas más o menos felices de orden político. Es imprescindible que la sociedad sea consciente de que la llamada bomba de tiempo o de relojería de la jubilación es una realidad, una realidad que no se puede apreciar a corto plazo pero que se dejará ver de forma ineludible.

- El seguro de vida español ha sufrido a lo largo de los años un exceso de modificaciones en su regulación fiscal que le ha perjudicado. Las normas, lejos de ser simples y fáciles de interpretación, han sido complejas. La fiscalidad del seguro de vida debería diferenciarse con respecto a otros instrumentos de ahorro/inversión semejantes en la opinión de los consumidores. Productos como los PIAS, de reciente aprobación, y las rentas para la jubilación (las *annuities*), son medidas positivas que debieran ser extendidas en su filosofía al resto de las modalidades del seguro de vida. Una vez más hay que decir que convendría elevar los límites cuantitativos de la acumulación de ahorro con beneficios fiscales, pues los actuales son insuficientes para muchos, dados los pronósticos de supervivencia a largo plazo. No caben, en las circunstancias presentes, filosofías gubernamentales estrictas de neutralidad fiscal para el seguro de vida ni tampoco una

“volatilidad normativa” que lo conduzca a frecuentes cambios que sólo confunden y distraen a los asegurados.

Ver Apéndice 3

- Muchos son de la opinión de que uno de los interlocutores más razonables que puede tener la industria española de seguros de vida es precisamente la seguridad social. La seguridad social tiene similares objetivos y similares servicios destinados a la población, atiende a las mismas personas y se ocupa de otorgar coberturas para el riesgo de muerte y el alargamiento de la vida. Por estas razones la seguridad social se puede considerar como un competidor o como un eventual colaborador del seguro privado de vida.

La diferencia entre el seguro de vida y algunas prestaciones de la seguridad social no se refiere tanto a la actividad que desarrollan cada uno de ellos como a la forma en la cual la realizan y sobre todo cómo se financian.

En numerosos países, ciertas prestaciones de jubilación que otorgan las empresas, como son los planes y fondos de pensiones y la invalidez profesional, están ligadas a que se produzca la contingencia establecida en la prestación pública. Las aportaciones para los compromisos de jubilación con sus empleados se computan con el objetivo de constituir un complemento de la prestación pública al alcanzar la jubilación. Lo público y lo privado en el seguro de vida no son dos mundos aparte.

A pesar de que son tantos los elementos que asemejan a ambas instituciones, los niveles de comunicación, encuentro y colaboración mutua dejan mucho que desear, incluso si se comparan con los contactos que usualmente mantienen los aseguradores de otros ramos. La falta de comunicación mutua entre aseguradores de vida y representantes de la seguridad social contribuye a que las opiniones y los valores de unos y de otros sean tan divergentes, como resulta visible con la sola asistencia a eventos y jornadas organizados por una u otra institución.

No sólo afectan al ciudadano las diferencias que existen entre los ideales políticos que mantienen ambas instancias, sino que también afectan las opiniones contrapuestas que expresan en sus intervenciones públicas.

En el sector privado algunos aseguran que la seguridad social española está en situación de quiebra, que no podrá honrar sus compromisos futuros, que el esquema financiero que sostiene a la seguridad social no tiene salida, se haga lo que se haga, que la

descomposición del sistema está asegurada y que su desaparición resulta sólo cuestión de tiempo.

La otra parte, o sea las instancias públicas, reaccionan a menudo de forma similar pero en sentido opuesto: la seguridad social goza de buena salud y las críticas que se le hacen provienen de sectores ultra-conservadores interesados en ampliar sus propios negocios de forma insensible a las necesidades de los ciudadanos, especialmente de los menos favorecidos. Se acepta como posible que el sistema público precise de adaptaciones a lo largo del tiempo, pero estas se realizarán cuando sean necesarias y no antes. El sistema, se dice, ha logrado un importante fondo financiero de reserva para el futuro y lo seguirá teniendo cada vez más importante; existe el llamado Pacto de Toledo, donde están fijados los objetivos, las formas y principios del sistema y por lo tanto queda poco que discutir fuera de los límites de lo pactado. En definitiva, se recuerda con frecuencia que el sistema de protección social español figura expresamente en la Constitución del Estado.

La coincidencia de ideas y valores entre cada una de las dos visiones es prácticamente nula y el diálogo en estas materias es muy escaso. Esta ausencia de entendimiento, al menos a ojos de la sociedad, con ser importante no es quizás lo fundamental. Lo más delicado es que el público, la sociedad, se encuentra inerte en medio del debate, sin suficientes conocimientos técnicos como para poderse formar una opinión razonada sobre la veracidad de las diferentes opciones ni sobre las salidas razonables y caminos a seguir.

De esta forma, uno de los retos de futuro que tiene el país y una de las cuestiones más sensibles a las que se enfrentan los españoles se ha politizado en España, se ha alejado del debate técnico y sosegado y se ha ocultado en cuanto a su trascendencia al conjunto de los ciudadanos. El español no tiene interiorizados los desafíos que se le presentarán en el futuro, no sabe si serán grandes e irresolubles o por el contrario razonablemente solucionables con la ayuda del Estado y con su propio sacrificio.

Efectivamente las soluciones al problema de la jubilación no se conocen por parte del público; los diferentes partidos no llegan públicamente a consensos de solución y la bomba de tiempo sigue avanzando. El seguro de vida debería tomar la iniciativa en la clarificación técnica de este asunto tan complejo y en el asesoramiento público a los políticos y a los organismos concernidos. El seguro no puede permitirse el lujo de ser un observador impasible ante un desafío en el que tiene mucho que decir y mucho que aportar.

- Parece imprescindible la instauración en España de un segundo pilar en la previsión social, con favorable consideración legal. Este tipo de

ahorro es el principal complemento de la seguridad social en muchos países. Su filosofía se puede aproximar a la del Reino Unido, permitiéndose poco a poco contratar ahorro complementariamente fuera de las instituciones públicas con los límites que establezcan las normas. Convendría también fomentar la práctica de dividir los incrementos retributivos a los empleados entre compensación inmediata y salario diferido, apoyándolos con aportaciones complementarias a cargo de las empresas tanto grandes como medianas y pequeñas. La dificultad práctica que tendrán estas medidas no deberá hacer desistir de este objetivo ineludible.

- En el orden puramente interno de las entidades de seguros, parece oportuno recomendar que el sector asegurador y las compañías de seguros, consideradas individualmente, pongan en marcha un plan de marketing específico e independiente para el ramo, de manera que puedan mejorar de forma sensible el nivel de sintonía y encaje del seguro de vida con el público.

El objetivo a alcanzar sería que el seguro de vida consiguiera, entre otros logros, recuperar el reconocimiento ciudadano, mejorar la comprensión que tiene el público de su operativa y de sus beneficios y aumentar la profesionalización de sus canales de distribución especializados para que el servicio al asegurado sea de óptima calidad.

Ello requeriría una mayor especialización de las compañías de seguros de vida operando como entidades independientes o constituyéndose como una unidad estratégica de negocio dentro del grupo empresarial, aunque con suficiente independencia y saber hacer para que la mejora sea percibida por el público. Este debe sentir el cambio de orientación, porque si la iniciativa se reduce sólo a medidas internas lo probable es que no sea eficaz.

- La calidad y eficacia de los canales de distribución de las compañías de seguros jugarán un papel aún más decisivo en un futuro del que juegan en la actualidad, pues el cliente conocerá más, hará más comparaciones entre productos y precios y exigirá mayor transparencia e información de la que se proporciona hoy por regla general.

A su vez la estructura de la distribución del seguro de vida seguirá experimentando cambios de importancia debidos tanto a las recientes normas legales de mayor profesionalización como a nuestros pronósticos, que apuntan hacia un incremento del uso de las tecnologías, primero en la información y luego en la venta de seguros de vida.

La credibilidad del seguro de vida estará muy influenciada por la calidad de los canales de distribución. Ello vendrá reforzado por la mayor volatilidad de los mercados, por la complejidad de los seguros, por la menor lealtad de los clientes hacia las compañías y, también, por las mayores exigencias de calidad y servicio que se esperan.

El seguro de vida no se relaciona con el cliente con la suficiente frecuencia y asiduidad y esta es una circunstancia condicionante para la industria del seguro, a diferencia de las entidades financieras que, según determinados estudios, lo hace, en promedio, una vez por semana. Los canales de distribución profesionales, tanto en el seguro tradicional como en la banca seguros, deberán aumentar la intercomunicación con su público con el fin de mejorar el servicio, elevar la producción y aumentar la lealtad de los clientes.

Algunas segmentaciones de la clientela del seguro informan que hasta un 50% de los asegurados se pueden calificar como indiferentes hacia la industria. No es preciso insistir por tanto en la conveniencia de proporcionarles una mejor información sobre su póliza y dotar de una mayor profesionalidad a los canales de venta. Otros segmentos de la clientela, como los llamados tradicionales o conservadores, también lo exigirán en mayor o menor medida. La comercialización del seguro de vida será por estas razones más complicada en el futuro de lo que lo es en la actualidad.

- El seguro de vida español progresaría más rápidamente de lo que lo ha hecho hasta la fecha si la mayor parte de las entidades del mercado dispusieran de unos planes de marketing específicos para el ramo, a modo de entidad especialista o de unidad estratégica.

El cliente, los productos, los competidores y la comunicación del seguro de vida tienen características específicas que lo diferencian del resto de los ramos del seguro. Al mismo tiempo comparte muchas notas que lo asemejan a otros instrumentos de ahorro/inversión que no son seguros de vida. En estas condiciones resulta difícil pensar que este sector consiga alcanzar una personalidad diferenciada si no cuenta con una estrategia asimismo diferenciada. Este reto, quizás difícil en unas condiciones de mercado como las presentes, sólo lo podrán abordar con éxito las entidades aseguradoras con una especial vocación por el seguro de vida.

De llevarse a efecto este conjunto de medidas, el sector vida español estaría en condiciones de dar un salto cuantitativo que lo coloque en el grupo de cabeza de los países más adelantados. Habrá demanda en España para satisfacer una oferta más especializada y profesionalizada en el ramo de vida. La oferta tendrá que ser reforzada, la demanda vendrá a continuación.

El seguro de vida español es más pequeño y menos desarrollado que el conjunto de los demás ramos de seguro que componen la oferta aseguradora, y es también menos desarrollado que los seguros de vida que existen en muchos de los países que han alcanzado un desarrollo económico y social semejante al de España.

Algo seguramente convendrá hacer para corregir la diferencia entre nuestro seguro de vida y el de otros países, pensarán, sin duda, los profesionales del ramo. Se decida lo que se decida, se haga lo que se haga, confiamos que este trabajo pueda servir como ayuda para la reflexión sobre posibles medidas que se estime conveniente adoptar en un futuro.

Cabe finalizar por tanto este trabajo con una frase que figura en el prólogo del mismo: el seguro de vida, un gran mercado potencial para un seguro preparado y especializado.

**DIMENSIONES DEL SEGURO DE VIDA Y NO VIDA
RANKING POR PAÍSES**

Apéndice 1
Rankings de seguros 2006
Fuente: SIGMA, SWISS RE

Millones USD

Países	Primas Vida
1 EE.UU.	533.649
2 Japón	362.766
3 Reino Unido	311.691
4 Francia	177.902
5 Alemania	94.911
6 Italia	89.576
7 Corea del Sur	72.298
8 China	45.092
9 Taiwán	41.245
10 Canadá	39.212
11 Irlanda	37.331
12 India	37.220
13 Países Bajos	33.907
14 Sudáfrica	33.106
15 Australia	28.287
16 España	28.285

Millones USD

Países	Primas No Vida
1 EE.UU.	636.452
2 Alemania	109.633
3 Reino Unido	106.676
4 Japón	97.495
5 Francia	73.262
6 Italia	49.103
7 Canadá	48.988
8 España	37.528

Rankings de seguros en 2006

	<i>USD</i>
País	Prima per capita
1 Reino Unido	6.467
2 Irlanda	5.565
3 Suiza	5.562
4 Dinamarca	4.271
5 Francia	4.075
6 EE.UU.	3.924
7 Países Bajos	3.829
8 Finlandia	3.681
9 Japón	3.590
10 Bélgica	3.443
11 Luxemburgo	3.366
12 Noruega	3.229
13 Suecia	3.226
14 Hong Kong	2.788
15 Canadá	2.708
16 Australia	2.581
17 Alemania	2.437
18 Austria	2.397
19 Italia	2.302
20 Taiwán	2.250
21 Corea del Sur	2.071
22 Singapur	1.958
23 Portugal	1.664
24 España	1.515

País	% Primas / PIB
1 Reino Unido	16,5
2 Sudáfrica	16,0
3 Taiwán	14,5
4 Corea del Sur	11,1
5 Suiza	11,0
6 Francia	11,0
7 Japón	10,5
8 Hong Kong	10,5
9 Irlanda	10,4
10 Países Bajos	9,4
11 Bélgica	9,2
12 Finlandia	9,1
13 Portugal	9,0
14 EE.UU.	8,8
15 Dinamarca	8,5
16 Namibia	8,0
17 Trinidad y Tobago	7,6
18 Suecia	7,6
19 Italia	7,2
20 Australia	7,0
21 Canadá	7,0
22 Alemania	6,7
23 Singapur	6,5
24 Austria	6,1
25 Eslovenia	5,8
26 Israel	5,5
27 España	5,4

ARTÍCULO DE BUSINESS WEEK³: LOS PROBLEMAS DE JUBILACIÓN DE LOS BABY BOOMERS

...que nuestra vida no sea más larga que el patrimonio del que disponemos...

Tras muchos años sin pensar en estas cosas, los *baby boomers* de Estados Unidos se están enfrentando ahora al desafío de proveer, de forma privada, su jubilación como necesario complemento en las prestaciones públicas a fin de mantener un nivel de vida futuro que, aunque no será el mismo que gozaron en su vida profesional, no se reduzca demasiado... para que el nivel de disfrute no descienda ni tampoco la atención a sus necesidades primordiales en esta etapa tan fundamental de la vida de las personas.

Las entidades financieras y aseguradoras de todo el mundo desarrollado se han dado cuenta cabalmente de esta oportunidad y han comenzado a ofrecer numerosos productos con la idea de captar este importante mercado. También se han lanzado a la creación de sofisticados programas de asesoramiento a potenciales clientes, tanto hombres como mujeres, con el fin de ayudar a los *baby boomers* a que su vida futura no sea más larga que sus medios de vida (económicos y financieros), pues de ser así los individuos (como las empresas) acabarían en la ruina o bancarrota. Llegar a esta situación, si no se toman medidas, es más posible de lo que piensa mucha gente, explican los expertos.

En Estados Unidos las entidades dedicadas a estos menesteres pronostican que, a partir de ahora, este segmento de la población va a ir transfiriendo anualmente desde fondos de pensiones de las empresas en las que han trabajado hacia el mercado abierto una cifra del orden de los 300.000 millones de dólares. A estos enormes flujos habrá que añadir los ahorros y patrimonios que cada una de estas personas haya acumulado a lo largo de su vida. Estamos hablando, por tanto, de unas cifras de extraordinaria importancia.

Las gestoras, bancos y aseguradoras hacen lo posible para advertir y convencer a estos ciudadanos de que hay que encontrar fórmulas para que su dinero no se quede corto ante una esperanza de vida cada vez más larga. Extremarán la información sobre qué dinero podrán permitirse gastar los recién jubilados cada mes o cada año y de qué forma habrán

³ Título original: "How to tap your nest egg – and not go broke", por Anne Tergesen.

de hacerlo, con el fin de que los rendimientos de su patrimonio sean los más altos posibles y los impuestos que tengan que pagar los más bajos.

La competencia entre instituciones será alta, pues unas pretenderán arrebatar clientes y sus patrimonios a otras, y estas otras mantener el dinero de los jubilados donde estaba antes, es decir, con ellos.

Algunos de los servicios que se ofrecen hoy en día en Estados Unidos están creciendo en complejidad y sofisticación. Se pueden citar los de *Fidelity Investments Income Management Account* o los de *Merrill Lynch Retirement Paycheck Service*, que anuncian podrán ser operativos en el 2006. Estos instrumentos controlarán los ingresos y gastos de los clientes y el valor de los patrimonios suministrando señales de alerta cuando los activos caigan por debajo de los planes de cada cliente. Estos productos y programas informáticos proveerán de otras ventajas adicionales como manejo de fondos, banca electrónica y aplicaciones de inversión o desinversión financiera.

Utilizando algunos de estos productos ya operativos en el mercado norteamericano y otros que se están preparando, la revista *Business Week* ha hecho un estudio con la ayuda de tres de los grupos más importantes: *Fidelity*, *Merrill Lynch* y *T. Rowe Price*. Para realizar este trabajo la revista se ha puesto en contacto con los especialistas de cada una de estas firmas solicitando que se realice un estudio de un caso ficticio o simulado de una pareja también simulada que vive en el estado de New Jersey y a la que se le ha dado el nombre de Smith, que en la actualidad percibe unos ingresos anuales de 200.000 dólares y en la que tanto el padre como la madre están próximos a la jubilación.

Dado que los Smith están en una buena situación económica y de ingresos, hemos pensado que ambos se pueden permitir el lujo de jubilarse anticipadamente (ella tiene 60 años y él es un poco mayor) y además sin coger ningún otro trabajo remunerado a tiempo parcial, como hace mucha gente. De entrada, como se sabe (por la edad), no tendrían derecho a cobrar la pensión de la seguridad social, pero sí podrían ir recibiendo la pensión de jubilación acumulada en las empresas donde han trabajado a lo largo de su vida. Esta pensión se establece en un importe del orden de 30.000 dólares al año.

A través de este ejercicio hemos podido comprobar con claridad las dificultades que existen a la hora de equilibrar los presupuestos cuando llega la jubilación. Con unos ingresos anuales de 200.000 dólares, hemos pensado que los Smith estarían acostumbrados a gozar de un buen nivel de vida. De esta manera hemos estimado un presupuesto de gastos para ambos que contaría con 10.000 dólares al año para viajes, más de 2.000 para pertenecer a clubs y desarrollar sus *hobbies* y 6.000 para entretenimientos (restaurantes, cines, etc.). Combinando estos gastos con

los correspondientes a la vida diaria (donde hemos incluido pagos de hipotecas, impuestos, seguros de vida y automóviles, mantenimiento, atención sanitaria y otros...) el total ascendería a unos 110.000 dólares al año, o unos 9.000 dólares al mes.

Además, les hemos regalado a los Smith (en nuestra simulación, claro) unos dos millones de dólares de inversiones. Hemos puesto un 70% de este importe en acciones y un 30% en bonos, liquidez y otras inversiones ultra conservadoras.

Desafortunadamente, hemos comprobado que este patrimonio, de nada menos que dos millones de dólares, no sería suficiente para financiar el estilo de vida de esta pareja a lo largo de sus vidas (no digamos nada de la ilusión que tenían de poder dejar a sus hijos unos 500.000 dólares), y esto sería así incluyendo no sólo los ingresos de su plan de pensiones de empresa, sino también, en su momento, los de la seguridad social, lo que conjuntamente ascendería a 60.000 dólares al año. De hecho, los tres expertos consultados nos han manifestado que, al nivel de gastos que hemos presupuestado, los Smith corren un riesgo importante de consumir su patrimonio.

Las tres entidades financieras consultadas hicieron sus proyecciones sobre la base de una esperanza de vida de al menos 90 años. ¿Por qué? Muy sencillo: las premisas técnicas establecen que si los dos miembros de una pareja llegan a la edad de 65 años, existe una probabilidad del 50% de que al menos uno de ellos viva hasta los 92 años (*Fidelity*).

- *Trabajar después de los 65 años*

Los asesores en planificación financiera ofrecen unas alternativas (o *trade-offs*) para mejorar las probabilidades de la familia Smith de lograr una aceptable seguridad financiera al alcanzar edades elevadas. Trabajar durante más tiempo del previsto es una opción a considerar. *Merrill*, por ejemplo, da a los Smith una probabilidad superior al 90% de disponer de medios suficientes hasta el final del horizonte considerado (ajustado a la inflación) si el marido (que es el que más dinero gana de la pareja) decidiera trabajar hasta los 65 años.

Las inversiones recomendadas por esta firma serían sustancialmente diferentes a las anteriores (ver cuadro). *Merrill Lynch* aconseja a esta pareja invertir el 50% de su patrimonio en acciones (*Rowe Price* el 54%). Sin embargo, *Fidelity* lo pone en el 70%. Basados en el horizonte de tiempo y en los niveles de tolerancia de riesgo, opinamos que esta sería la cartera óptima (dice *Fidelity*), si bien los tres bancos aconsejan a los Smith que disminuyan los niveles de gasto. *Merrill* dio "luz verde" para

retirar 8.961 dólares al mes en el primer año de jubilación, mientras que *Fidelity* los rebajó a 4.822 dólares y *Rowe Price* a 5.802.

(Todos los pronósticos asumieron que los Smith se jubilarían antes de los 65 y fueron diseñados con el fin de dar una probabilidad superior al 90% de disponer de suficiente dinero a lo largo de toda su vida).

¿Por qué se dan estas diferencias entre instituciones? Por una sencilla razón: *Fidelity* dice que los gastos relacionados con la salud crecerán en un 7% anualmente y que los otros gastos lo harán a razón del 2,16% al año, mientras que *Rowe Price* y *Merrill Lynch* utilizan una sola tasa de inflación para todos los gastos que es, respectivamente, del 3% y del 2,5%. Los planes cubren asimismo diferentes horizontes de tiempo: *Merrill* proyecta cinco años por encima de la esperanza de vida promedio (hasta los 90 años en este caso); *Rowe Price*, con la finalidad de dar una mayor seguridad, lo pone en 95 años; y *Fidelity* calcula 92 años para el marido y 94 años para la mujer. *Rowe Price* proyecta que la pareja irá cambiando hacia inversiones más conservadoras a lo largo de los años, mientras que los otros dos mantienen igualdad en el tiempo (de cualquier forma, las premisas pueden ser muy variadas).

También los costes varían: los programas de asesoramiento son gratis para *Fidelity* y *Merrill* mientras que *Rowe Price* cobra 500 dólares, a menos que los clientes inviertan con ellos un millón de dólares o más. Aquellos que inviertan 250.000 dólares o más tienen derecho a revisiones anuales gratuitas.

Los planes que hemos examinado tienen diferentes puntos fuertes y débiles:

1. Prácticamente todos los productos exigen que se utilice un asesor financiero. ¿Qué significa esto? En *Merrill*, el cliente se puede sentar con la persona y hablar cara a cara. En los otros dos se puede hacer, pero en una oficina (*Investment Center*). *Fidelity* tiene 103 en los Estados Unidos y *Rowe Price*, 11. Si no es así, el cliente y el asesor se tendrán que comunicar por teléfono o e-mail.

Si la persona quiere hacer su propio plan de inversión y gastos y es cliente de *Fidelity* se podrá conectar con la web de la empresa (*Retirement Income Planner*).

Nos llevó unas dos horas introducir toda la información requerida por las instituciones, aunque en general el programa informático es *user friendly* (dice *Business Week*). La verdad es que tuvimos que utilizar la ayuda de un asesor de la empresa para poder navegar a través de los apartados más complicados, sobre todo en las opciones de planificación de gastos.

2. Cada programa que hemos probado comienza con un cuestionario que pide una estimación de ingresos y gastos en la jubilación. Además se ha de informar sobre el *broker* del cliente, banco y nivel de impuestos diferidos, así como otras cuentas.

El cuestionario de *Fidelity* fue (de lejos) el más detallado y el que llevó más tiempo. Sólo la hoja de trabajo de los presupuestos tenía 43 entradas, preguntando todo tipo de cosas, como los pagos de hipotecas y las facturas de acceso a Internet. (Hemos de decir que para aquellos que no conozcan determinadas cifras, existe una versión abreviada).

A diferencia del caso anterior, el cuestionario de *Rowe Price* pregunta simplemente la cantidad deseada de ingresos antes de impuestos que los Smith quisieran retirar de su cartera de inversiones.

3. El cliente puede pensar que está recibiendo un asesoramiento financiero personificado. Sin embargo, los servicios que hemos comprobado se adaptan a clientes de carteras tipo. En *Fidelity* existen seis de estos modelos de carteras y en *Rowe Price* hay 13. *Merrill Lynch* ofrece cinco pero cada una con dos versiones (una con inversiones alternativas en cuanto a sociedades de inversión inmobiliaria y a *hedge funds* y otra sin estas opciones). La cartera modelo en la que te introducen dependerá de la tolerancia de riesgos que hayas mencionado en el cuestionario. *Fidelity* hace dos preguntas al respecto mientras que *Merrill* hace nueve.
4. Tanto *Fidelity* como *Merrill* construyen la cartera en base a sus propios fondos y a los de sus competidores. *Fidelity* escoge 4.500 fondos y *Merrill* 3.000 (fondos muy variados, tanto globales como específicos). *Rowe Price* construye la cartera del cliente en base a sus propios fondos.
5. Tanto *Fidelity* como *Merrill* hacen un seguimiento de los gastos y de los ingresos de los clientes y actualizan el valor de la cartera de forma sistemática. Además avisan y advierten al inversor de las posibles desviaciones en los planes que puedan ocurrir. Basan el estudio en el análisis de los ingresos de la seguridad social, de pensiones privadas y de intereses y dividendos que se puedan percibir. Los gastos que se vayan produciendo se incluyen también en la propia cuenta de ingresos. Pueden entrar y buscar información en otras cuentas que tenga el cliente, si bien esto sólo lo podrán hacer si se lo permiten los otros bancos.

Los servicios que se ofrecen tienen una serie de ventajas adicionales. *Fidelity* notificará al cliente si el pago de la seguridad social se está

retrasando, los periodos oficiales de pago de impuestos, o si llega el momento de cobrar alguna cuenta o algún derecho del que se disponga. *Merrill* tiene en su programa una aplicación que calcula los pagos de impuestos trimestrales.

- *¿Qué coste tiene todo esto?*

Fidelity cobra 6,95 dólares al mes por el pago de facturas, aunque puede no cobrarlas bajo ciertas circunstancias. Si bien el coste global del servicio es de 50 dólares al año en *Fidelity* y 125 en *Merrill*, no resulta difícil que estos pagos puedan ser condonados bajo determinadas circunstancias.

En *Rowe Price*, el nivel de seguimiento es menor y está basado solamente en los activos que el cliente mantenga con ellos.

En conclusión, los servicios que se han analizado en este documento (aunque de forma resumida) podrán ayudar a los jubilados a generar una corriente de ingresos a lo largo de su vida (lo cual no es una tarea simple en una época en que las finanzas de una persona dependen más de la calidad de las inversiones que hace que de los cobros posibles de las pensiones públicas y de las privadas). Merece la pena leerse este párrafo dos veces...

Pero los modelos que se utilicen o se puedan utilizar sólo serán buenos en la medida en que las premisas que se tomen para hacerlos también lo sean; de esta forma, antes de comprometerse con nadie, el cliente ha de asegurarse de que está aceptablemente de acuerdo con las premisas que se establecen, tanto respecto a la longevidad como a los gastos futuros, la inflación y otras muchas cosas. Una persona no debe arriesgarse a quedar sin recursos sólo por no haber previsto estas cosas como se debe.

Hemos pedido a tres importantes organizaciones que elaboren un plan financiero para una hipotética pareja de americanos, de New Jersey, que están a punto de jubilarse con 2 millones de dólares ahorrados. El objetivo es que el dinero dure como mínimo 30 años, o sea hasta que lleguen a los 90. Cada una establece unas premisas que ya se han relatado en el texto. A continuación figura la distribución de la cartera de inversiones de cada proveedor.

Cuadro 1
Obtener lo máximo posible de tu dinero

FIRMA	ACCIONES	BONOS	LÍQUIDO (equivalente)
Fidelity	70%	25%	5%
Merrill Lynch	50%	40%	10%
Rowe Price	54%	33%	13%

Las tres firmas han diseñado un plan para retirar los ahorros en base a unas premisas que aparecen en el texto. La pareja recibirá también la jubilación de la seguridad social y la de la pensión de la empresa, que ascenderán conjuntamente a 60.000 dólares al año. Cada institución establece su nivel de esperanza de vida. A continuación figuran las retiradas de dinero mensuales recomendadas de sus inversiones.

Cuadro 2

FIRMA	AÑO 1*	AÑO 5*	AÑO 10*	AÑO 15*	AÑO 20*
Fidelity	4.822	3.160	3.722	4.811	5.997
Merrill Lynch	8.961	4.997	4.640	5.249	5.939
Rowe Price	5.802	6.530	7.570	8.776	10.174

**Datos en dólares*

NORMATIVA DEL IRPF (Modificaciones legislativas)

AÑO	NORMATIVA
1978	Ley 44/1978 del I.R.P.F.
1979	R.D. 2615/1979 por el que se aprueba el reglamento del I.R.P.F. Orden sobre porcentaje de amortización de rentas temporales y vitalicias.
1981	R.D. 2384/1981 por el que se aprueba el reglamento de I.R.P.F.
1985	Ley 48/1985 de reforma parcial del I.R.P.F.
1989	R.D. Ley 5/1989 de medidas financieras y fiscales urgentes. R.D. 1203/1989 sobre cumplimiento de medidas financieras y fiscales urgentes.
1991	Ley 18/1991 del I.R.P.F. R.D. 1541/1991 por el que se aprueba el Reglamento del I.R.P.F.
1992	Ley 39/1992 de Presupuestos Generales del Estado para 1993
1996	R.D. Ley 7/1996 sobre medidas urgentes para el fomento y liberalización de la vida económica.
1998	Ley 40/1998 del I.R.P.F.
1999	R.D. 214/1999 por el que se aprueba el Reglamento del I.R.P.F.
1999	R.D. 1968/1999 por el que se modifica el Reglamento del I.R.P.F.
2000	Ley 6/2000 por el que se aprueban medidas fiscales urgentes.
2002	Ley 46/2002 de reforma parcial del I.R.P.F.
2003	R.D. 27/2003 por el que se modifica el Reglamento del I.R.P.F.
2004	R.D. Legislativo 3/2004 por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del I.R.P.F.:
2004	R.D. 1775/2004 por el que se aprueba el Reglamento del I.R.P.F.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Annuaire : vue statistique sur l'Europe. EUROSTAT. Luxembourg : Office des Publications Officielles des Communautés Européennes, 1995-.

Annual Report 2007–2008. Brussels: CEA, 2008.

Anuario estadístico de la Banca en España 2006. Madrid: AEB, 2007.

Area of insurance of the person. Brussels: CEA, 2008.

<http://www.cea.eu/index.php?page=life-insurance> [Consulta: 10 julio 2008].

Barómetro europeo de pensiones 2006. AON, 2007.

BEDELL-PEARCE, Keith. *The Future of European pensions*. [S.I.]: Prudential Corporation, [s.a.].

BIJAPUR, Mohan [et al.]. *An Empirical Analysis of European Life Insurance Portfolio Regulations*. [S.I.]: Social Science Research Network, 2007. Financial Services Authority Research Paper No. 24.

BODOR, Andras; ROBALINO, David; RUTKOWSKI, Michal. *Assesing distortions on mandatory pensions on labour supply decisions and human capital accumulation: how to bridge the gap between economic theory and policy analysis*. Washington : The World Bank, 2007.

BROOKS, Neil; HWONG, Thaddeus. *The Social benefits and economic costs of taxation: a comparison of high and low-tax countries*. Ottawa: Canadian Center for Policy Alternatives, 2006.

BUSINESS WEEK. *The 2008 Business Week's guide to retirement*. New York: McGraw-Hill Companies, 2008.

CONSUMER SATISFACTION SURVEY : final report. [Brussels] : European Commission, Health & Consumer Protection Directorate General, 2007.

Datos de cobertura bancaria. FUNCAS. Febrero 2007.

DETHIER, Jean Jacques. *Social security: what can developing countries learn from the experience of developed countries?*. Conference taking action for the World Poor and Hungry People, organized by the International Poverty Reduction Center in China, the Chinese Academy of Agricultural Sciences and the International Food Policy Research Institute, Beijing, October 17–19, 2007.

DISNEY, Richard. *Retirement, pension costs and tax policy in Europe*. Conference presented on Seminar on Retirement Policy, Reykjavik 7 June 2002.

Encuesta de Confianza del Inversor. JP MORGAN ASSET MANAGEMENT

ESPAÑA. III Plan de Desarrollo Económico y Social: Subponencia de Seguros:1972-1975. Madrid: Comisaría del Plan de Desarrollo Económico y Social, D.L. 1972

Estadística de hipotecas. Madrid: INE.
<http://www.ine.es/daco/daco42/daco426/dacoh.htm> [Consulta:10 julio 2008].

Estadística sobre canales de distribución. Madrid: ICEA, 2007.

Estadísticas de fondos de pensiones. Madrid : INVERCO, 2008.

Estadísticas e informes. Madrid: Ministerio de Trabajo e Inmigración, Instituto Nacional de Seguridad Social.
http://www.seg-social.es/Internet_1/Estadistica/index.htm [Consulta: 10 julio 2008].

Estudio de opinión sobre jubilación y pensiones. Madrid: ICEA, 1996.

Estudio Internacional AXA sobre jubilación. AXA Seguros e Inversiones, 2007.

Estudio sobre el endeudamiento de las familias. [Madrid]: ASGECO, 2007.

“Europa en la mira: el cambio estructural en el seguro no-vida”. Zurich: Compañía Suiza de Reaseguros, Economic Research & Consulting, 2000. *Sigma*, nº 3.

FERNÁNDEZ, Pablo; BERMEJO, Vicente J. *Pension Funds in Spain, 1991-2007*. [Navarra] : IESE Business School, 2008.

FINKE, Renate; GRIMM, Michaela. *European Insurance Markets*. Allianz Dresdner Economic Research, 2006. 12 p.

Four Pillars. Geneva : The Geneva Association, 1985-.

The Future for retirement: the new old age. HSBC and the Oxford Institute of Ageing, 2007.

<http://www.hsbc.com/1/2/retirement/future-of-retirement/future-of-retirement-2007> [Consulta 10 julio 2008].

GIARINI, Orio. *Itineraire vers la retraite à 80 ans. Avec une lettre ouverte à ceux qui ont ou auront 65 ans.* Paris: Economica, 2002.

HERCE, José A. *Sostenibilidad de las pensiones en España : ¿una demografía desfavorable o un diseño equivocado?*. [Madrid : Fundación Carolina], 2007.

HERCE, José A. [et al.]. *El Futuro de las pensiones en España: hacia un sistema mixto.* Barcelona: La Caixa, Servicio de Estudios, 1996.

HOLZMANN, Robert [et al.]. *Old age income support in the 21st Century: an international perspective of pension systems and reform.* Washington : The World Bank, 2005.

How Social Security affects your retirement. Springfield, Massachusetts Mutual Life Insurance Company, cop. 2007.
<http://www.massmutual.com/mmfg/prepare/articles/ssaffectsretire.html>
[Consulta: 10 julio 2008].

JIMENO, Juan F.; ROJAS, Juan A.; PUENTE, Sergio. *Modelling the impact on aging on Social Security expenditures.* Madrid : Banco de España, 2006.

JIMENO, Juan F.; LICANDRO, Omar. *El equilibrio financiero de un sistema de reparto de pensiones de jubilación: una aplicación al caso español.* Madrid: Fundación de Estudios de Economía Aplicada, 1996. Documento de Trabajo de FEDEA, No 96-21.

JURADO, José. - *El Seguro español iniciando el Siglo*; -“Algunos Inversores no distinguen (bien) entre Fondos de Inversión”; - *Fondos de Pensiones y Seguros de Ahorro ¿por qué?*; “¿Pueden los rendimientos financieros llevar a la insolvencia?

KASEK, Leszek; LAURSEN, Thomas; SKROK, Emilia. “Sustainability of pension systems in the new EU Member States and Croatia: Coping with Aging Challenges and Fiscal Pressures”. Washington : The World Bank, 2008.

Life insurance : Fact book. New York : Institute of Life Insurance, 1951-.

MESA-LAGO, Carmelo. *Las Reformas de pensiones en América Latina y su impacto en los principios de la Seguridad Social.* [Santiago de Chile] : CEPAL, [2004].

ORSZAG, Peter R.; STIGLITZ, Joseph E.. *Un Nuevo análisis de la reforma de las pensiones: diez mitos sobre los sistemas de Seguridad Social.* [Washington : Banco Mundial, 1999].

Overview of Spanish insurance market. AXA, [s.a.].
Pension revolution. COMPUTER SCIENCE CORPORATION. Falls Church, VA: CSC, [s.a.].

PÉREZ-DÍAZ, Víctor; RODRÍGUEZ, Juan Carlos. *La Generación de la transición: entre el trabajo y la jubilación*. [Barcelona]: La Caixa, Servicio de Estudios, 2007.

PIESCHACÓN VELASCO, Camilo. *El Seguro de pensiones*. Madrid: FUNDACIÓN MAPFRE, Instituto de Ciencias del Seguro, 2007.

PIESCHACÓN VELASCO, Camilo. *Sistemas de pensiones: experiencia española e internacional*. Madrid : Fundación Inverco, 2005.

PIESCHACÓN VELASCO, Camilo. *El Estado de Bienestar y el Pacto de Toledo*. Madrid : ICEA, 2001.

Planes y fondos de pensiones. Aspectos de gestión. Estadística. Madrid: ICEA, 2007.

Private pensions systems and policy issues: insurance and pensions. Paris : OECD, cop. 2000.

“Privatizing Peace of Mind: a survey of social insurance”. London: *The Economist Review*, October 24, 1998.

Review of medium and long-term retail savings in the UK. SANDLER REVIEW TEAM. London: HM Treasury, 2001-.

The Role of the internet in the independent distribution of life insurance across Europe. Seattle: Milliman, December 2005.

“Seguro de rentas: una solución privada para el riesgo de longevidad”. Zurich: Compañía Suiza de Reaseguros, Economic Research & Consulting, 2007. *Sigma*, nº 3.

El Seguro de vida. Madrid: ICEA, 2007.

“El Seguro mundial en 2006: las primas del seguro vuelven a la vida”. Zurich: Compañía Suiza de Reaseguros, Economic Research & Consulting, 2007. *Sigma*, nº 4.

Seguros y fondos de pensiones : informe 2006. [Madrid] : DGSFP, 2007.

SEN, Amartya K. “El Futuro del Estado del bienestar”. Conferencia pronunciada en el Círculo de Economía de Barcelona. *La factoría*, nº 8, febrero 1999.

“A Survey of the economics of ageing”. London: *The Economist Review*, January 27, 1996.

TANNER, Michael D. *Social Security and its discontents*. Washington: CATO Institute, 2004.

TERGESEN, Anne. “How to tap your nest egg – and not go broke”. *Business Week*, July 25, 2005.

“Time to grow up forever young: a survey on retirement”. London: *The Economist Review*, March 25, 2004.

UNESPA. *Memoria social*. Madrid: UNESPA, 2008.

Unit Linked Products. A European Comparative. LIMRA.

UNITED STATES. SOCIAL SECURITY ADMINISTRATION. Social Security Programs Throughout the World: Social Security Online.

<http://www.ssa.gov/policy/docs/progdsc/ssptw/> [Consulta: 11 julio 2008].

The Widows Study. LIAMA-LUTC. Vol. 1, The Onset of Widowhood. Vol. 2, Adjustment to Widowhood. 1971.

COLECCIÓN “CUADERNOS DE LA FUNDACIÓN”

Instituto de Ciencias del Seguro

Para cualquier información o para adquirir
nuestras publicaciones puede encontrarnos en:

publicaciones.ics@mapfre.com
www.fundacionmapfre.com/cienciasdelseguro

137. El seguro de Vida en España. Factores que influyen en su progreso. 2009
136. Investigaciones en Seguros y Gestión de Riesgos. RIESGO 2009.
135. Análisis e interpretación de la gestión del fondo de maniobra en entidades aseguradoras de incendio y lucro cesante en grandes riesgos industriales. 2009
134. Gestión integral de Riesgos Corporativos como fuente de ventaja competitiva: cultura positiva del riesgo y reorganización estructural. 2009
133. La designación de la pareja de hecho como beneficiaria en los seguros de vida. 2009
132. Aproximación a la Responsabilidad Social de la empresa: reflexiones y propuesta de un modelo. 2009
131. La cobertura pública en el seguro de crédito a la exportación en España: cuestiones prácticas-jurídicas. 2009
130. La mediación en seguros privados: análisis de un complejo proceso de cambio legislativo. 2009
129. Temas relevantes del Derecho de Seguros contemporáneo. 2009
128. Cuestiones sobre la cláusula *cut through*. Transferencia y reconstrucción. 2008
127. La responsabilidad derivada de la utilización de organismos genéticamente modificados y la redistribución del riesgo a través del seguro. 2008

126. Ponencias de las Jornadas Internacionales sobre Catástrofes Naturales. 2008
125. La seguridad jurídica de las tecnologías de la información en el sector asegurador. 2008
124. Las compañías aseguradoras en los procesos penal y contencioso-administrativo. 2008
123. Predicción de tablas de mortalidad dinámicas mediante un procedimiento *bootstrap*. 2008
122. Factores de riesgo y cálculo de primas mediante técnicas de aprendizaje. 2008
121. La solicitud de seguro en la Ley 50/1980, de 8 de octubre, de Contrato de Seguro. 2008
120. Propuestas para un sistema de cobertura de enfermedades catastróficas en Argentina. 2008
119. Análisis del riesgo en seguros en el marco de Solvencia II: Técnicas estadísticas avanzadas Monte Carlo y Bootstrapping. 2008
118. Los planes de pensiones y los planes de previsión asegurados: su inclusión en el caudal hereditario. 2007
117. Evolução de resultados técnicos e financeiros no mercado segurador iberoamericano. 2007
116. Análisis de la Ley 26/2006 de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados. 2007
115. Sistemas de cofinanciación de la dependencia: seguro privado frente a hipoteca inversa. 2007
114. El sector asegurador ante el cambio climático: riesgos y oportunidades. 2007
113. Responsabilidade social empresarial no mercado de seguros brasileiro influências culturais e implicações relacionais. 2007
112. Contabilidad y análisis de cuentas anuales de entidades aseguradoras. 2007
111. Fundamentos actuariales de primas y reservas de fianzas. 2007

110. El *Fair Value* de las provisiones técnicas de los seguros de Vida. 2007
109. El Seguro como instrumento de gestión de los M.E.R. (Materiales Especificados de Riesgo). 2006
108. Mercados de absorción de riesgos. 2006
107. La exteriorización de los compromisos por pensiones en la negociación colectiva. 2006
106. La utilización de datos médicos y genéticos en el ámbito de las compañías aseguradoras. 2006
105. Los seguros contra incendios forestales y su aplicación en Galicia. 2006
104. Fiscalidad del seguro en América Latina. 2006
103. Las NIC y su relación con el Plan Contable de Entidades Aseguradoras. 2006
102. Naturaleza jurídica del Seguro de Asistencia en Viaje. 2006
101. El Seguro de Automóviles en Iberoamérica. 2006
100. El nuevo perfil productivo y los seguros agropecuarios en Argentina. 2006
99. Modelos alternativos de transferencia y financiación de riesgos "ART": situación actual y perspectivas futuras. 2005
98. Disciplina de mercado en la industria de seguros en América Latina. 2005
97. Aplicación de métodos de inteligencia artificial para el análisis de la solvencia en entidades aseguradoras. 2005
96. El Sistema ABC-ABM: su aplicación en las entidades aseguradoras. 2005
95. Papel del docente universitario: ¿enseñar o ayudar a aprender?. 2005
94. La renovación del Pacto de Toledo y la reforma del sistema de pensiones: ¿es suficiente el pacto político?. 2005

92. Medición de la esperanza de vida residual según niveles de dependencia en España y costes de cuidados de larga duración. 2005
91. Problemática de la reforma de la Ley de Contrato de Seguro. 2005
90. Centros de atención telefónica del sector asegurador. 2005
89. Mercados aseguradores en el área mediterránea y cooperación para su desarrollo. 2005
88. Análisis multivariante aplicado a la selección de factores de riesgo en la tarificación. 2004
87. Dependencia en el modelo individual, aplicación al riesgo de crédito. 2004
86. El margen de solvencia de las entidades aseguradoras en Iberoamérica. 2004
85. La matriz valor-fidelidad en el análisis de los asegurados en el ramo del automóvil. 2004
84. Estudio de la estructura de una cartera de pólizas y de la eficacia de un Bonus-Malus. 2004
83. La teoría del valor extremo: fundamentos y aplicación al seguro, ramo de responsabilidad civil autos. 2004
81. El Seguro de Dependencia: una visión general. 2004
80. Los planes y fondos de pensiones en el contexto europeo: la necesidad de una armonización. 2004
79. La actividad de las compañías aseguradoras de vida en el marco de la gestión integral de activos y pasivos. 2003
78. Nuevas perspectivas de la educación universitaria a distancia. 2003
77. El coste de los riesgos en la empresa española: 2001.
76. La incorporación de los sistemas privados de pensiones en las pequeñas y medianas empresas. 2003
75. Incidencia de la nueva Ley de Enjuiciamiento Civil en los procesos de responsabilidad civil derivada del uso de vehículos a motor. 2002

74. Estructuras de propiedad, organización y canales de distribución de las empresas aseguradoras en el mercado español. 2002
73. Financiación del capital-riesgo mediante el seguro. 2002
72. Análisis del proceso de exteriorización de los compromisos por pensiones. 2002
71. Gestión de activos y pasivos en la cartera de un fondo de pensiones. 2002
70. El cuadro de mando integral para las entidades aseguradoras. 2002
69. Provisiones para prestaciones a la luz del Reglamento de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados; métodos estadísticos de cálculo. 2002
68. Los seguros de crédito y de caución en Iberoamérica. 2001
67. Gestión directiva en la internacionalización de la empresa. 2001
65. Ética empresarial y globalización. 2001
64. Fundamentos técnicos de la regulación del margen de solvencia. 2001
63. Análisis de la repercusión fiscal del seguro de vida y los planes de pensiones. Instrumentos de previsión social individual y empresarial. 2001
62. Seguridad Social: temas generales y régimen de clases pasivas del Estado. 2001
61. Sistemas Bonus-Malus generalizados con inclusión de los costes de los siniestros. 2001
60. Análisis técnico y económico del conjunto de las empresas aseguradoras de la Unión Europea. 2001
59. Estudio sobre el euro y el seguro. 2000
58. Problemática contable de las operaciones de reaseguro. 2000
56. Análisis económico y estadístico de los factores determinantes de la demanda de los seguros privados en España. 2000

54. El corredor de reaseguros y su legislación específica en América y Europa. 2000
 53. Habilidades directivas: estudio de sesgo de género en instrumentos de evaluación. 2000
 52. La estructura financiera de las entidades de seguros, S.A. 2000
 50. Mixturas de distribuciones: aplicación a las variables más relevantes que modelan la siniestralidad en la empresa aseguradora. 1999
 49. Solvencia y estabilidad financiera en la empresa de seguros: metodología y evaluación empírica mediante análisis multivariante. 1999
 48. Matemática Actuarial no vida con MapleV. 1999
 47. El fraude en el Seguro de Automóvil: cómo detectarlo. 1999
 46. Evolución y predicción de las tablas de mortalidad dinámicas para la población española. 1999
 45. Los Impuestos en una economía global. 1999
 42. La Responsabilidad Civil por contaminación del entorno y su aseguramiento. 1998
 41. De Maastricht a Amsterdam: un paso más en la integración europea. 1998
- Nº Especial Informe sobre el Mercado Español de Seguros 1997
Fundación MAPFRE Estudios
39. Perspectiva histórica de los documentos estadístico-contables del órgano de control: aspectos jurídicos, formalización y explotación. 1997
 38. Legislación y estadísticas del mercado de seguros en la comunidad iberoamericana. 1997
 37. La responsabilidad civil por accidente de circulación. Puntual comparación de los derechos francés y español. 1997
 36. Cláusulas limitativas de los derechos de los asegurados y cláusulas delimitadoras del riesgo cubierto: las cláusulas de limitación temporal de la cobertura en el Seguro de Responsabilidad Civil. 1997

35. El control de riesgos en fraudes informáticos. 1997
34. El coste de los riesgos en la empresa española: 1995
33. La función del derecho en la economía. 1997
- Nº Especial Informe sobre el Mercado Español de Seguros 1996
Fundación MAPFRE Estudios
32. Decisiones racionales en reaseguro. 1996
31. Tipos estratégicos, orientación al mercado y resultados económicos: análisis empírico del sector asegurador español. 1996
30. El tiempo del directivo. 1996
29. Ruina y Seguro de Responsabilidad Civil Decenal. 1996
- Nº Especial Informe sobre el Mercado Español de Seguros 1995
Fundación MAPFRE Estudios
28. La naturaleza jurídica del Seguro de Responsabilidad Civil. 1995
27. La calidad total como factor para elevar la cuota de mercado en empresas de seguros. 1995
26. El coste de los riesgos en la empresa española: 1993
25. El reaseguro financiero. 1995
24. El seguro: expresión de solidaridad desde la perspectiva del derecho. 1995
23. Análisis de la demanda del seguro sanitario privado. 1993
- Nº Especial Informe sobre el Mercado Español de Seguros 1994
Fundación MAPFRE Estudios
22. Rentabilidad y productividad de entidades aseguradoras. 1994
21. La nueva regulación de las provisiones técnicas en la Directiva de Cuentas de la C.E.E. 1994
20. El Reaseguro en los procesos de integración económica. 1994
19. Una teoría de la educación. 1994

18. El Seguro de Crédito a la exportación en los países de la OCDE (evaluación de los resultados de los aseguradores públicos). 1994

Nº Especial Informe sobre el mercado español de seguros 1993
FUNDACION MAPFRE ESTUDIOS

16. La legislación española de seguros y su adaptación a la normativa comunitaria. 1993

15. El coste de los riesgos en la empresa española: 1991

14. El Reaseguro de exceso de pérdidas 1993

12. Los seguros de salud y la sanidad privada. 1993

10. Desarrollo directivo: una inversión estratégica. 1992

9. Técnicas de trabajo intelectual. 1992

8. La implantación de un sistema de *controlling* estratégico en la empresa. 1992

7. Los seguros de responsabilidad civil y su obligatoriedad de aseguramiento. 1992

6. Elementos de dirección estratégica de la empresa. 1992

5. La distribución comercial del seguro: sus estrategias y riesgos. 1991

4. Los seguros en una Europa cambiante: 1990-95. 1991

2. Resultados de la encuesta sobre la formación superior para los profesionales de entidades aseguradoras (A.P.S.). 1991

1. Filosofía empresarial: selección de artículos y ejemplos prácticos. 1991